

VidaEconómica

EMPRESAS, NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

www.vidaeconomica.pt



SUPLEMENTO VINHOS

PROMOÇÃO
DE VINHOS CONTA
COM 100 MILHÕES

SUPLEMENTO ARAN

OFICINAS
ESPAÑOLAS
RECRUTAM
EM PORTUGAL

SUPLEMENTO
NOVAS TECNOLOGIAS

SEGURANÇA
AINDA É RELEGADA
PARA SEGUNDO
PLANO

MERCADOS

Consultório Financeiro
SONANGOL
PODE DISPARAR
COTAÇÃO DA PORTUGAL
Pág. 45

A nossa análise
BCP "EMBRULHA"
CRÉDITO PESSOAL
A PARTIR DOS 6%
Pág. 43

MILLENNIUM BCP
MANTEVE ACRÉSCIMO
DE CRÉDITO
ÀS EMPRESAS
Pág. 43

turnwin
Recuperação e Reestruturação de Empresas em todo o país.
www.turnandwin.com
707 101 707
Número Único Nacional

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS
AUTORIZADO A CIRCULAR EM PORTUGAL POR DEPOSITO LEGAL EM 1998
VERIFICAÇÃO POSITIVA
080725200808C

TAXA PAGA
PORTUGAL
CDS OBSERV

0 1 2 4 9
9 720972 000037

Secretário de Estado do Desenvolvimento Regional confirma

Taxa de aprovação do QREN inferior a 50%



A taxa de aprovação das candidaturas ao QREN é, neste momento, de 46%.

“A mobilização qualificada dos recursos que o QREN disponibiliza” é, segundo Rui Baleiras, uma das razões explicativas para este elevado grau de selectividade. “O rigor não é incompatível com celeridade” - acrescenta o secretário de Estado do Desenvolvimento Regional.

“Nos primeiros seis anos do PRIME, entre 2000 e 2005, o tempo médio de que a autoridade de gestão necessitou para comunicar as decisões de financiamento às empresas foi de 166

dias. No QREN, em relação aos concursos que já foram anunciados, o prazo médio andou na casa dos 65 dias”, afirma, em entrevista à “Vida Económica”, Rui Baleiras.

Considerando a selectividade um princípio estruturante do QREN, Rui Baleiras afirma também que a avaliação pelo mérito relativo “contribui para uma melhor execução dos projectos, que, por sua vez, melhor cumprem os objectivos estratégicos definidos”. “Em relação aos incentivos às empresas, entendemos dar-lhes prioridade”.

Pág. 15

Prazo médio de comunicação das decisões ronda os 65 dias

Avaliação pelo mérito relativo aumentou selectividade

Secretário de Estado da Saúde justifica

Falta de oferta credível de formação inviabiliza cursos privados de Medicina

A homologação de um curso privado de Medicina em Portugal opõe há anos, de forma insistente embora discreta, universidades privadas, alguns médicos e certos operadores do sector da saúde ao Estado, que tem chumbado sucessivas candidaturas nesse sentido.

“Não conheço os processos indeferidos com pormenor, mas julgo que as decisões de indeferimento que houve até agora foram porque as faculdades que apresentaram as candidaturas não conseguiram demonstrar que eram capazes de organizar, com a adequada qualidade e segurança, o conjunto da formação” - afirma à “Vida Económica” Manuel

Pizarro, secretário de Estado da Saúde.

“O processo de formação de médicos tem um alto nível de exigência pedagógica”, acrescenta.

“Uma qualquer faculdade tem, grosso modo, dois ou três anos de ensino básico, em que se faz a aprendizagem das anatomias, das fisiologias, das químicas fisiológicas e, depois, dois ou três anos de ensino clínico, que é feito em espaços onde há doentes, em enfermarias, consultórios, centros de saúde. Quem quiser fazer o curso de Medicina tem de ser capaz de demonstrar que faz o ciclo básico e o ciclo clínico”, conclui.

Pág. 6



EUROPA DEVE APOIAR VITICULTORES COM RESULTADOS NA EXPORTAÇÃO

Pág. 16



CITI PORTUGAL LANÇA CONTA À ORDEM COM JUROS DE 4%

Pág. 39

ANALISE AO PORMENOR O CONTEÚDO DO SEU SAFT. CUMPRA A LEI.
WWW.SAFT.PT
707 782 409
UM CONSELHO sage

ECONÓMETRO



DURÃO BARROSO

Começam a agitar-se as águas pelos lados de Bruxelas. Muitos nomes se posicionam já para ocuparem lugares de relevo na nova Europa, resultante do Tratado de Lisboa. Durão Barroso, pelo menos para já, é o candidato preferido à renovação no cargo de presidente da Comissão. Praticamente todos os países estão satisfeitos com a sua prestação. A menos que apareça alguém de méritos reconhecidos e de maior peso e estatura políticos, o lugar está cativo para o ex-primeiro-ministro de Portugal. E também é sabido que Barroso gosta do lugar.



ANA JORGE

Já lá vão mais de três meses que a ministra da Saúde ocupa a cadeira de Correia de Campos. Este último “entreteve-se” a dismantelar o SNS, sempre sob forte contestação. A actual ministra parece algo lenta no estudo dos dossiers. Pelo menos, até ao momento, nada se sabe sobre os objectivos e as medidas definidos para o sector. Ana Jorge não corre o risco de ir contra a vontade popular. O mesmo já não se poderá dizer quanto ao facto de ter desautorizado o seu colega Teixeira dos Santos. Sócrates não se soube desenvencilhar do problema criado. Neste momento não convém mexer no executivo por razões eleitorais.

FACTOS RELEVANTES

TÊXTEIS E VESTUÁRIO COM CRESCIMENTO SÓLIDO

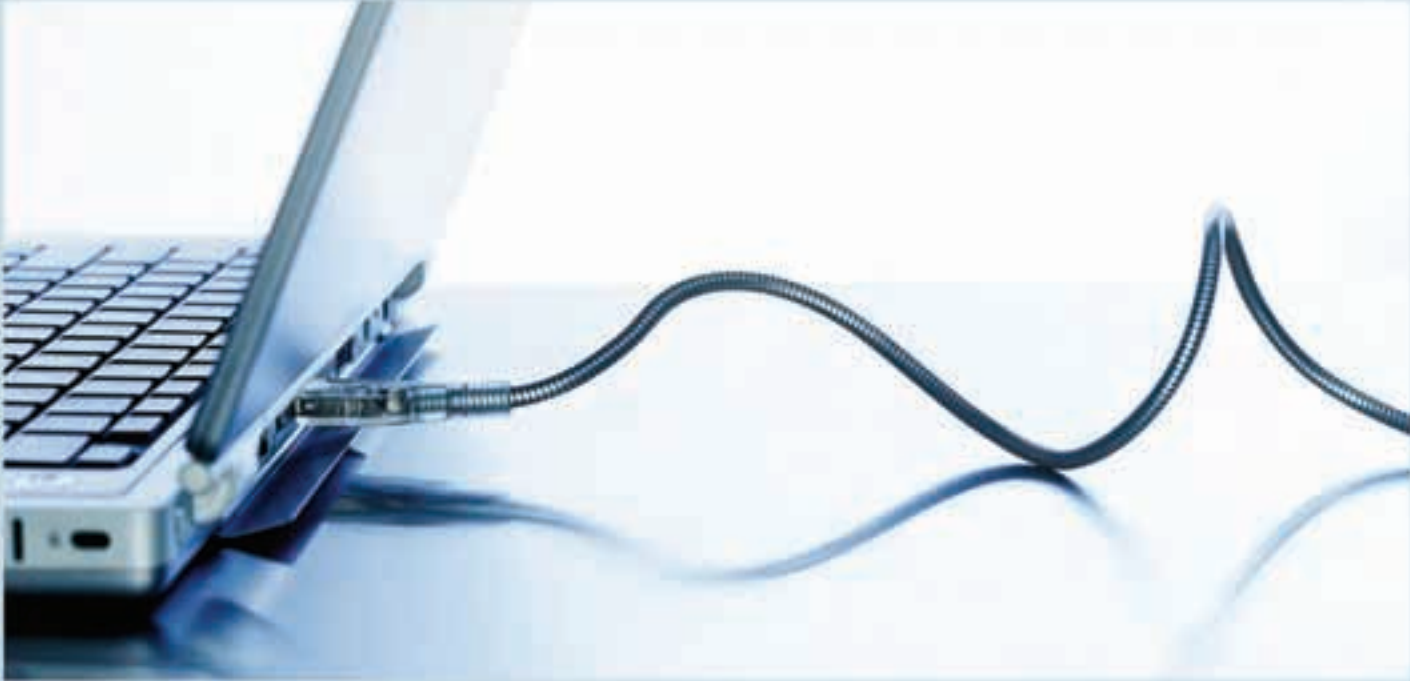
As exportações da indústria têxtil e vestuário continuam na trajectória do crescimento. O segundo mês do ano apresentou um reforço de 6,8% nas vendas para o exterior, tendo-se cifrado em 762,3 milhões de euros. Os produtos que mais contribuíram para este bom desempenho foram o vestuário de malha e de tecido.

As importações apresentaram uma evolução positiva de 5,3%, para 600,8 milhões de euros. O capítulo que mais contribuiu para este resultado relacionou-se com os artigos de lã. Em contrapartida, verificaram-se quebras significativas em segmentos como os artigos de seda, os tecidos impregnados e os especiais e tufados. Nas exportações, é importante notar que praticamente todos os capítulos tiveram desempenhos favoráveis, ainda que num contexto cada vez mais competitivo.

“Estes dados positivos contrariam algumas expectativas pessimistas que se generalizaram no início do ano, suportadas num sentimento de apreensão face à conjuntura de desaceleração económica nos principais mercados de exportação do sector, nomeadamente na Europa. Não será estranho a este bom desempenho a mudança de perfil do tecido do sector, actualmente mais competitivo, e as iniciativas de internacionalização das respectivas empresas nos mercados tradicionais e nos novos emergentes, diversificando o destino das exportações da fileira moda nacional”, de acordo com Paulo Nunes de Almeida, presidente da Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP).

O dirigente associativo chama ainda a atenção para o facto de ser revelador que, pela primeira vez desde há alguns anos, o crescimento das exportações de têxteis e vestuário nacionais supere o crescimento das importações, “melhorando o saldo já amplamente positivo da sua balança de pagamentos e reforçando também a a sua contribuição para a economia do país”.

Caixa Empresas QREN



PARA QUE O SEU PROJECTO NÃO FIQUE PARADO.

Procure a Solução Caixa QREN Empresas e garanta já os recursos de que precisa para concretizar os seus planos, ajustados às necessidades da sua empresa:

- Financiamento a médio e longo prazo complementar aos subsídios atribuídos;
- Garantias bancárias;
- Emissão de Cartas de Aprovação ou Intenção de Financiamento;
- Isenção da comissão de estudo.

Solução Caixa QREN. O apoio às Empresas é na Caixa.

www.atp.pt | info@atp.pt
202 462 91 72

Caixa Geral de Depósitos

Centro Cultural de Belém · 27 e 28 Maio

Conferência Anual 2008

A Convergência das Práticas



Grandes Temas Pré Conferência (27 Maio)

ITIL v3
ISO/IEC 20000 - Introdução à Norma e Roadmap | Estado da Certificação em Portugal
IT Driven Organizations – Process Excellence

Grandes Temas Conferência (28 Maio)

Como utilizar o Six Sigma para complementar o ITIL v3
Practices Convergence | “ITIL V3 Service Transition Book”
Casos Práticos | CMMI | COBIT (Standards utilizados em Auditoria de Sistemas de Informação)
Sessões Paralelas | Integração de serviços de SI/TI no MDN | Projectos ITIL | ISO 27001 | Método Learn e Alinhamento Estratégico com ITIL
Grande Debate | Os Desafios da Convergência - Participação de Empresas e Reguladores
Entrega do Prémio Excelência e Encerramento

Patrocinadores Oficiais:



Apoios Institucionais:



Apoios de Media:



Convergência.
A **5ª Conferência Anual da itSMF Portugal** olha para as várias Práticas que apoiam actualmente a Gestão de Serviços de TI, apresenta projectos em curso e analisa os pontos de ligação entre as práticas.

O ITIL v3 assente no ciclo de vida do Serviço e a norma internacional ISO/IEC 20000 como reconhecimento de aplicação contínua de Melhores Práticas ganham destaque no momento actual de desafio para inovação e renovação dos sectores público e privado.

Participe!

Pré Conferência > 27 Maio
Conferência > 28 Maio

Confirme, desde já, a sua presença para o e-mail **susana.andrade@itsmf.pt** ou através do telefone **21 421 62 39**.

Mais informações e Programa completo do evento em **www.itsmf.pt**.

António Borges à “Vida Económica”, à margem de um debate da APGEI

Aposta nas energias renováveis é “muito mais cara que o petróleo”

É certo que a crise americana do ‘subprime’, “que se alastrou para a Europa e o resto do mundo”, “causou muita perplexidade e muito pânico”. Mas certo é também que o modelo de concessão de crédito à habitação de alto risco, exclusivo dos Estados Unidos, cuja única garantia exigida era o imóvel, “é um dos melhores exemplos” de algo que permitiu criar – tendo por base a “confiança do sector financeiro” – “muito valor e desenvolver o sector imobiliário”. Um modelo que é, aliás, agora “vítima do seu próprio êxito”.

A ideia foi transmitida pelo economista António Borges, vice-presidente do banco de investimento norte-americano Goldman Sachs, durante um jantar/debate, a semana passada, promovida pela Associação Portuguesa de Gestão e Engenharia Industrial (APGEI), que reuniu no Porto mais de duas centenas de empresários e gestores.

O vice-presidente da Goldman Sachs disse aos presentes que esta modalidade de crédito praticada nos EUA, assente na “confiança do sistema financeiro”, é um motor de inovação e de criação de valor, pois que “não há inovação verdadeiramente produtiva sem risco”. Um risco que é sempre inerente a este tipo de operações, pois o sistema financeiro “trabalha com margens muito apertadas”, refere o economista, que lembrou aos presentes que os bancos lidam com apenas 5% de capital porque os restantes “95% é dívida”.

O sistema financeiro tem, contudo, “um papel muito importante na transformação de activos improdutivos em actividades mais rentáveis”, pelo que “quem saiba criar valor” deve ter garantido “o acesso ao respectivo financiamento”.

Para António Borges, esta modalidade de crédito à habitação praticada nos EUA “funcionou muito bem durante muitos anos e com taxas de sinistralidade muito baixas”. O problema começou “no dia em que os preços das casas começaram a baixar e o ‘subprime’ começou a entrar em



crise, acabando por minar o modelo em si e a confiança dos investidores”.

Convicto de que “as autoridades monetárias, designadamente na Europa, têm vindo a reagir bem” a esta crise, António Borges mostrou-se “convencido que as coisas voltarão ao bom caminho no sector financeiro num prazo não muito longo”. Não sem, entretanto, “estarmos a pagar um custo mais caro em termos do crédito e de opções de financiamento que existiam e que agora deixaram de existir”, disse o

economista à margem do encontro questionado pela “Vida Económica”.

Instado ainda a comentar a crescente subida do preço dos combustíveis, António Borges disse à “Vida Económica” que a situação, “ao contrário do que se diz”, resulta de uma “tensão nos mercados de combustíveis, nomeadamente no do petróleo, que já vem de traz”, a que se soma “uma situação de procura, que excede bastante a oferta e que tem muito pouco a ver com movimentos especulativos ou com qualquer outra intervenção de actores estranhos ao mercado”.

Esta é, aliás, a prova de que esta situação de “crescimento da procura em toda a parte do mundo” é “um bom sinal, porque significa que não estamos propriamente a caminhar para uma recessão. Antes pelo contrário”.

Questionado sobre a alternativa das energias renováveis, António Borges fala de “uma belíssima aposta, do ponto de vista do meio ambiente e da redução da dependência do petróleo”, mas realça que se trata de “uma aposta muito cara”.

“Não é por aí que vamos economizar, antes pelo contrário, porque é uma aposta muito mais cara do que o petróleo, mesmo aos preços actuais, e tem até implicações muito grandes do ponto de vista fiscal”, disse o economista à “Vida Económica”. Aliás, Portugal devia ter “um pouco mais de modéstia em relação aos objectivos que se está a propor” nessa matéria, porque “um dia alguém vai ter de os pagar”, avisa António Borges.

“Por enquanto isso não está a acontecer, porque estamos a diferir no tempo o impacto deste tipo de investimento nas tarifas de consumo da energia eléctrica, mas um dia que a tarifa seja ajustada em função dos investimentos que estão a ser feitos os consumidores não vão ficar muito satisfeitos”, concluiu.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Governo trabalhista em sérias dificuldades

Regime fiscal afasta grandes empresas do Reino Unido

A tributação sobre as empresas, no Reino Unido, está a revelar-se um sério problema para o Governo de Gordon Brown. Muitas empresas ameaçam “emigrar” para países com uma sistema tributário mais ameno. As medidas introduzidas no início do mandato do responsável trabalhista não estão a dar os resultados esperados, refere um trabalho publicado no “The Economist”.

A eliminação do imposto sobre os dividendos, por exemplo, pode ter aberto a porta para o alastramento da erosão das receitas do imposto sobre as sociedades, que corres-



pponde a cerca de um décimo do valor total da receita fiscal. Sem medidas preventivas, as empresas podem evitar o pagamento de impostos no Reino Unido, estabelecendo subsidiárias em países com uma tributação menos agressiva. Os ganhos podem ser direccionados a partir dessas subsidiárias para taxas de licenças ou pagamento às mesmas de juros mais elevados.

Entretanto, a administração fiscal apresentou propostas que vão para além do que é aceitável no que respeita à protecção

da base tributária britânica, como é o caso da tributação dos “rendimentos passivos” das empresas, independentemente de onde sejam os ganhos. Dois problemas graves podem ressurgir. O primeiro é tentar descobrir onde é que as grandes empresas multinacionais obtêm os seus lucros. O segundo é como taxar as empresas cada vez mais nómadas. Assim, não restam muitas dúvidas: “Quanto mais eficaz for o sistema de cobrança de impostos na prevenção da transferência dos lucros fora do Reino Unido, mais facilmente se estará a incentivar as empresas a abandonarem o país.”

Vasconcellos e Sá aborda competitividade da saúde em São Paulo



O professor Jorge A. Vasconcellos e Sá participa, como orador, na conferência “Como obter competitividade no sector da saúde”, que se realiza no próximo dia 28 do corrente mês, em São Paulo, Brasil, encontro organizado conjuntamente pela George Washington University e pela Pfizer.

Nesta conferência, dirigida a directores de empresas e universitários de toda a América do Sul, Vasconcellos e Sá abordará as seguintes temáticas: “As economias mais competitivas no mundo baseiam-se no conhecimento”; “Na indústria do conhecimento assume especial importância a área científica e, dentro desta, a biofarmacêutica”; “Os

três modelos da biofarmacêutica: o americano, o anglo-saxónico (Irlanda, Grã-Bretanha, Suécia) e o continental-europeu (Alemanha, França, Espanha, Portugal)”. Conforme esclareceu “Vida Económica” Vasconcellos e Sá, “trata-se de três modelos com características diferentes em termos de regulamentação e de liberdade económica, pelo que têm também resultados completamente diferentes em termos de emprego, exportação, valor acrescentado, inovação, etc”.

Recordamos que Vasconcellos e Sá é o autor das rubricas “A Tendência (?)” e “Nota de Fecho”, publicadas quinzenalmente na última página da VE.

Fepicop contra isenção de licenças nas obras no interior de edifícios

A Federação da Construção (Fepicop) está contra a isenção de licença para obras no interior dos edifícios, no âmbito das alterações introduzidas no regime jurídico da urbanização e da edificação. Isto porque é importante “obstar ao exercício ilegal da actividade de construção e garantir a segurança do parque edificado”, argumenta a entidade associativa. Para os construtores, a ausência de controlo prévio abre a porta a potenciais situações gravosas, as quais podem passar por comprometer a segurança dos imóveis, fomentar a construção clandestina e permitir a realização de obras por parte de empresas e pessoas que para tal não estão devidamente habilitadas por não serem detentoras de alvará ou título

de registo para o exercício da actividade de construção. Considera ainda a Fepicop que “esta situação pode contribuir para a proliferação de casos de concorrência desleal, possibilitando que empresas sem habilitação legal concorram em pé de igualdade com as que actuam legalmente no mercado, suportando os custos daí decorrentes, designadamente em matéria fiscal e de segurança social”. A federação apresentou as suas preocupações aos grupos parlamentares, adiantando que as obras efectuadas sem controlo podem colocar em causa o objectivo fixado pelo Governo para a certificação energética dos edifícios. “As intervenções no interior dos edifícios deveriam ser aproveitadas para avançar



com as medidas necessárias à eficiência energética.”



“Por alguma razão as faculdades de Medicina estão sempre acopladas a grandes hospitais. E não pode ser de outra forma, sob pena de os médicos terem apenas uma formação teórica e não terem uma capacidade real de exercerem Medicina”, disse Manuel Pizarro à VE.

Vida Económica - Como é que olha para este investimento da Air Liquide Medicinal em Gaia?

Manuel Pizarro – É um investimento na direcção do que verdadeiramente interessa ao país, sem nenhum desprezo pelas actividades tradicionais e a necessidade de as valorizarmos, mas isto é aquilo que apontamos como necessário para o país dar um salto no seu desenvolvimento e progresso económico. Trata-se de um investimento de altíssima tecnologia, feita com os mais modernos padrões internacionais e que comparará, seguramente, de modo favorável com o que de melhor é feito por este mundo fora e que incorpora um trabalho com um grande valor acrescentado. Vemos aqui múltiplas coisas e um portefólio claro de um programa de desenvolvimento da empresa de grande interesse, para a região e para o país.

VE – Este portefólio vai ao encontro das necessidades do Sistema Nacional de Saúde (SNS), nomeadamente nas soluções de ambulatório?

MP – Estamos aqui a falar do que há de mais moderno a nível hospitalar. Mas deixe-me destacar o ambulatório. Hoje vivemos num mundo em que, face àquilo que são as inovações da Medicina, muitas pessoas vivem com limitações e doenças, mas com uma qualidade de vida melhor ou pior consoante sejamos capazes de ajudar a que essa qualidade de vida seja melhor. E muito do que é feito aqui, sobretudo nas soluções domiciliárias, permitem e permitirão ajudar que muitas pessoas tenham melhor qualidade de vida. Nós transmitimos aos nossos serviços em todas as áreas a necessidade de humanização. E uma das primeiras linhas é a transformação em cuidados ambulatoriais de muitas das coisas que ainda hoje são feitas em serviços de saúde. Já há muitas feitas em ambulatório, já há centenas de doentes com ventilação domiciliária, por exemplo. Poderá haver casos em que, por algum conservadorismo técnico dos profissionais, por alguma falta de organização das instituições, ainda não fomos capazes de transferir para a área ambulatória certos cuidados de saúde, com óbvias vantagens para todos.

VE – Tem-se especulado muito sobre o papel do SNS. Por outro lado, o sector privado da saúde está em crescimento exponencial. Qual é o futuro do SNS?

MP – Quando se chega aos momentos eleitorais, quatro em cada cinco portugueses ou um pouco mais votam em partidos que defendem um serviço público de saúde. Por isso acredito que os portugueses querem um serviço nacional de saúde, com necessidade de se modernizar, que é também o que temos vindo a fazer, mas com as características que hoje tem o SNS, ou seja, um serviço geral, universal e tendencialmente gratuito. Isso é que o que está na Constituição e na Lei de Bases de Saúde, que foi, aliás, da autoria de um governo do PSD, do professor Cavaco Silva, e com a doutora Leonor Beza como ministra da Saúde, e que limita ao sector privado um papel importante, mas complementar em relação ao SNS. E daí que a minha responsabilidade, enquanto membro do Governo, seja assegurar que o SNS mantenha a sustentabilidade e continue a evoluir na capacidade de acesso de todos os portugueses. Isto, embora contando com o sistema privado em termos complementares e de parceria, mas não de outra forma.

VE – Como é que vê a crescente migração de médi-

Secretário de Estado da Saúde justifica

Falta de oferta credível de formação inviabiliza cursos privados de Medicina

A homologação de um curso privado de Medicina em Portugal opõe há anos, de forma insistente embora discreta, universidades privadas, alguns médicos e certos operadores do sector da saúde ao Estado, que tem chumbado sucessivas candidaturas nesse sentido. Numa entrevista exclusiva à “Vida Económica” em Avintes, Gaia, à margem da inauguração, a semana passada, de uma unidade da Air Liquide Medicinal, o secretário de Estado da Saúde aceitou a falar do assunto. Para Manuel Pizarro, “o processo de formação de médicos é altissimamente exigente” e se há candidaturas indeferidas é porque “os projectos foram julgados não suficientemente sustentados do ponto de vista pedagógico”. Para o governante, o país tem de ter “absoluta garantia de que essa formação é feita de acordo com os mais elevados padrões”.

cos do SNS para o sector privado? A senhora ministra já manifestou preocupação...

MP – Devo dizer que temos algumas áreas específicas em que isso nos causa preocupação, mas os números têm de ser lidos com alguma cautela. Se é verdade que em 2007 houve 811 médicos que saíram do serviço público – uma grande parte deles não por migrarem directamente para serviços privados mas porque se reformaram – também não é menos verdade que nesse ano também foram contratadas algumas centenas de médicos nos serviços públicos. E só para o início dos internatos da especialidade entraram mais de 900 médicos. Agora, em Portugal há uma inversão da pirâmide etária dos médicos. Em termos absolutos não temos falta de médicos. Temos é uma distribuição geográfica, por especialidades e por idade, que não corresponde às necessidades. Houve anos da década de 80 em que o número de médicos que entrou para formação foi muito baixinho e essa situação só se começou a corrigir de 1997 em diante. O problema é que as decisões de 1997 só começam a fazer efeito em 2007, porque um médico desde que entra para a faculdade até que está capaz de atender doentes demora 10 ou 11 anos. Agora vemos um número mais satisfatório de médicos a sair das faculdades e da formação complementar.

Durante os próximos dois ou três anos ainda teremos algumas dificuldades porque o balanço dos que entram e dos que saem em relação à pirâmide etária ainda é muito grande, mas vamos melhorar. Os portugueses podem estar muito tranquilos em relação ao futuro do SNS.

VE – Algumas universidades privadas reivindicam a necessidade da criação de um curso de Medicina privada e culpam o Governo por não dar o aval. Para quando uma decisão nesse sentido?

MP – A nossa preocupação é chamar a atenção que o processo de formação de médicos é altissimamente exigente do ponto de vista pedagógico. Não se trata apenas de transmitir conhecimentos teóricos, mesmo que apoiados nas mais mo-

dernas tecnologias de transmissão de informação. Trata-se de haver oportunidades concretas para o treino com os doentes. Por alguma razão as faculdades de Medicina estão sempre acopladas a grandes hospitais. E não pode ser de outra forma, sob pena de os médicos terem apenas uma formação teórica e não terem uma capacidade real de exercerem Medicina. Como se fossem licenciados em Medicina mas não fossem médicos. O que julgo ter acontecido com os processos que várias instituições privadas colocaram é que em sede de avaliação por uma comissão independente esses projectos foram julgados não suficientemente sustentados do ponto de vista pedagógico. Não há aqui nenhuma decisão política do Governo.

VE – O certo é que não licencia nenhum curso.

MP – Pois, mas é preciso que as faculdades demonstrem, junto desse organismo independente que faz a avaliação, que preenchem todos os requisitos. Essa questão não compete à minha área governativa, mas eu apoio que o Governo não licencie se as condições, todas, não estiverem criadas, para que tenhamos absoluta garantia de que a formação desses médicos é feita de acordo com os mais elevados padrões.

VE – Está em causa a qualidade do internato médico?

MP – Não, está em causa a componente prática do próprio curso de Medicina. Não é só o internato. Uma qualquer faculdade tem, grosso modo, dois ou três anos de ensino básico, em que se faz a aprendizagem das anatomias, das fisiologias, das químicas fisiológicas e, depois, dois ou três anos de ensino clínico, que é feito em espaços onde há doentes, em enfermarias, consultórios, centros de saúde. Quem quiser fazer o curso de Medicina tem de ser capaz de demonstrar que faz o ciclo básico e o ciclo clínico. Não conheço os processos indeferidos com pormenor, mas julgo que as decisões de indeferimento que houve até agora foram porque as faculdades que apresentaram as candidaturas não foram capazes de demonstrar que eram capazes de organizar, com a adequada qualidade e segurança, o conjunto da formação.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

AIR LIQUIDE MEDICINAL INVESTE TRÊS MILHÕES EM GAIA

A nova lei do medicamento trouxe responsabilidades acrescidas para a Air Liquide, um grupo internacional especialista em gases industriais e medicinais, fundado em 1902, que dispõe de filiais em mais de 70 países, entre os quais Portugal, onde trabalha mais ligada à área da saúde.

A unidade de produção que acaba de inaugurar em Avintes, Gaia, é a sua mais recente aposta, dispondo aí de capacidade para acondicionar mais de 1200 garrafas de oxigénio por dia e assegurando cerca de 100 postos de trabalho. Um investimento de cerca de três milhões de euros numa unidade cujas equipas técnicas estão disponíveis 24 horas por dia e 7 dias por semana.

Em declarações à “Vida Económica” a semana passada, à margem da inauguração da unidade, Jorge Correia, Director da Vital Air, a marca da Air Liquide para os produtos da área domiciliária, realçou sobretudo as soluções domiciliárias.

Ainda assim, diz Jorge Correia, o grande investimento da empresa no último ano não foi propriamente nessa área, porque essa está permanentemente a reciclar-se”,

disse à “Vida Económica”. A grande aposta em 2007 foi partir para “soluções tecnológicas cada vez mais avançadas”, nomeadamente nos “dispositivos médicos reutilizáveis”, em que querem continuar a trabalhar em 2008. O objectivo é desenvolver “soluções inovadoras”, como os gases terapêuticos e misturas, assim como a criação de sistema de abastecimento mais directo. Tudo para a “satisfação das mais exigentes necessidades dos clientes”.



Jorge Correia, Director da Vital Air

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

SERÕES DA GESTÃO ESTRATÉGICA

MAIO :: JUNHO :: 2008

OBJECTIVOS
Proporcionar uma ocasião de reflexão e aprofundamento de conhecimentos de gestão estratégica.
Oferecer momentos privilegiados de disseminação de experiências empresariais de sucesso.
Estimular a criação de redes, a capacidade inovadora e competitiva das PME.

DESTINATÁRIOS
Empresários / Dirigentes e outros responsáveis pela tomada de decisões estratégicas de âmbito empresarial.

LOCAL DE REALIZAÇÃO
Sede da Associação Comercial de Braga
Rua D. Diogo de Sousa 91 - Braga

ADMISSÃO
Participação gratuita, sujeita a inscrição prévia.

SERVIÇOS
2º Seminário - 29 de Maio, 9ª feira, 21h
O PAPEL DO EMPREENDEDOR NO PROCESSO DE INOVAÇÃO EMPRESARIAL
Rui Lagoa
Professor Adjunto
ISCTE - Instituto Superior de Administração e Economia de Lisboa
António Resurreição
Administrador, Associação Inovação, SA

3º Seminário - 17 de Junho, 3ª feira, 21h
COMPETITIVIDADE SUSTENTÁVEL NOS MERCADOS INTERNACIONAIS
Agnieszka Fidalgo
Professora Adjunta/Unidade
ISCTE - Instituto Superior de Administração e Economia de Lisboa
Flávia Silva
Directora, Grupo Dant



INSCRIÇÕES | INFORMAÇÕES
ACB | Departamento de Assistência Técnica
Tel. 253 201 758 | Fax. 253 201 768
E-mail: dest@acbraga.pt
Web: www.acbraga.pt

patrocinador
Associação Comercial de Braga
Associação, Comércio e Indústria

patrocinador
laag
LABORATÓRIO DE APOIO À GESTÃO EMPRESARIAL

patrocinador
BARCLAYS

patrocinador
Instituto de Inovação

patrocinador
Banco de Portugal

patrocinador
OJE

patrocinador
MKT
MKT
MKT

patrocinador
VidaEconómica
VidaEconómica

patrocinador
www.associaçaoacbraga.pt

Enrique Panés, embaixador de Espanha em Portugal, destaca

“Relações luso-espanholas nunca foram tão frutíferas como agora”

As relações entre Portugal e Espanha são cada vez mais estreitas e frutíferas. Foi esta a principal mensagem que Enrique Panés, embaixador de Espanha, em Portugal, deixou, há algum tempo atrás, num almoço para empresários dos dois países. Os exemplos são vários, destacando nós, aqui, a economia. Os bem sucedidos num e noutro mercado, ambos difíceis, são os inovadores.

Para Enrique Panés, embaixador de Espanha em Portugal – um lugar que ocupa há já três anos e vai deixar dentro de três meses –, não há margem para dúvidas: as relações luso-espanholas nunca produziram tantos efeitos como agora. Naquele que foi um almoço – um evento que decorreu, há pouco tempo, em Gaia – organizado pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-espanhola para falar sobre estas questões, Enrique Panés afirma que “nenhum dos seus antecessores viveu um período tão frutífero nas relações” entre os dois países ibéricos. “Nunca vi o trabalho tão facilitado”, acrescentou. Algo que leva Enrique Panés a afirmar que, em termos de temas, o campo de escolha é bastante alargado. Vamos, então, começar pela economia. Aqui, o embaixador de Espanha em Portugal, perante uma considerável plateia

de empresários portugueses e espanhóis, lembra que “nada é fácil nos dias de hoje”, sobretudo a conquista dos mercados. E, desde logo, os dos dois países ibéricos. “Portugal e Espanha não são mercados fáceis”, destaca Enrique Panés. Este diplomata justifica esta afirmação com o facto de os consumidores serem muito exigentes. A presença de empresas espanholas no nosso país, essa, fica a dever-se, segundo Enrique Panés, à mão-de-obra qualificada, aos baixos custos de produção e ainda ao acesso facilitado aos mercados lusófonos. Sobre os resultados práticos deste intercâmbio, o ainda embaixador espanhol lembra que há “empresas com dificuldades num e noutro país”, acrescentando ainda que os “bem sucedidos são os inovadores”. Falando, em particular, do sector da energia, Enrique Panés dá conta aos pre-



“Portugal e Espanha não são mercados fáceis”, destaca Enrique Panés, embaixador de Espanha em Portugal.

sentes, neste almoço, que as suas empresas confiam no mercado e ganham concursos. “Há que fazer as coisas de uma determinada maneira”, diz. Algo que leva Enrique Panés a destacar que não “há Ofertas Públicas de Aquisição (OPA) por parte das empresas espanholas”.

A cooperação política

O que se pode dizer da cooperação política entre os dois Estados? Ora, bastante, pelo menos, a ter em conta o discurso de Enrique Panés. Temos, desde logo, o exemplo da defesa de interesses no espaço comunitário. “A Comunidade motivou esta aproximação, gerou-se uma diplomacia activa, em conjunto, na União Europeia”, referiu. Enrique Panés lembra que a relação entre os dois países é estreita – “tudo é fluido e eficaz”, destaca – e, podemos dizer, que os exemplos estão aí para demonstrá-lo: é o caso do espaço ibero-americano de cooperação. Enrique Panés fala de um diálogo transatlântico centrado no Brasil. Segundo este diplomata, uma potência com projec-

ção europeia, uma condição à qual poderá chegar com a ajuda dos dois países ibéricos. Uma política externa com a mesma visão que se estende às empresas portuguesas e espanholas que têm actividades cruzadas em mercados prioritários, como é o caso de Angola e da África do Sul. A isto soma-se o interesse de Espanha na África subsariana, fruto do fenómeno da imigração ou do crescente interesse de Portugal no Mediterrâneo, como lembrou Enrique Panés, uma área tradicional da acção diplomática espanhola. E esta convergência já levou, inclusive, à “consolidação de um espaço peninsular de segurança” e a prova está na formação do conselho luso-espanhol de segurança e defesa. O que fica por fazer? Uma questão colocada pelo próprio embaixador que deixa, contudo, algumas pistas: a produção conjunta de cinema, a criação de uma orquestra ibérica ou a formação de academias luso-espanholas. A “imaginação não tem limites”, disse ainda Enrique Panés.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt



ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Temas desenvolvidos na obra:

- A abordagem por processos
- O mapeamento e o desenvolvimento dos processos administrativos
- O desdobramento dos objectivos através das Unidades Orgânicas
- A fixação de métricas e metas para os objectivos
- A estruturação e elaboração dos Quadros de Bordo de uma Unidade Orgânica
- O desenvolvimento e a estruturação de um Sistema de Avaliação de desempenho da UO e do funcionário
- Critérios de Excelência na Administração Pública
- Elaboração do BSC – Balanced Score-Card na Administração Pública.

Autor: Alfredo Azevedo
Formato: 17 x 23,5 cm
Págs.: 288
P.V.P.: € 23

A obra fornece um conjunto de ferramentas de Gestão das Organizações, desde sempre desenvolvidas e utilizadas para gestão de organizações privadas (indústria ou serviços) e que no nosso entendimento se aplicam na sua totalidade à gestão das organizações públicas, tendo em consideração os objectivos gerais divulgados na RCM95/2003, bem como os eixos prioritários que o programa de reforma administrativa engloba. É aqui reunido todo um conjunto de experiências, metodologias e exemplos, aprendidos, estudados e reformatados por profissionais nos seus trabalhos práticos, em muitas entidades privadas e públicas, dando um ênfase muito vincado à abordagem por processos, como elemento fundamental para a gestão das Organizações.

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 _____

☐ SIM. Solicito o envio de _____ exemplar(es) do livro Administração Pública.

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

☐ Debitem € _____, no meu cartão  com o nº _____, Cód. Seg. _____ emitido em nome de _____ e válido até ____/____/____.

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

ASSINATURA _____

OS PROJECTOS QUE OS DOIS PAÍSES TÊM EM COMUM

Este estreitar de relações, podemos dizê-lo, não se fica pela economia. O discurso de Enrique Panés foi muito mais vasto, com o diplomata espanhol a destacar ainda os diversos projectos que Portugal e Espanha têm em comum. Se é verdade que há alguns mais conhecidos, como é o caso do centro ibérico de nanotecnologia, em Braga, outros há que serão praticamente desconhecidos. É o exemplo, aqui também com a colaboração de Marrocos, de um novo cluster aeronáutico que inclui os dois países ibéricos e este do Norte de África. Para Enrique Panés, merecem ainda destaque as ligações ferroviárias de alta velocidade como aquelas que ligam Aveiro a Bilbao e Faro a Valência. Mas não só. A isto, o embaixador espanhol acrescenta as parcerias crescentes que se estabelecem entre as universidades dos dois países com a criação, em Barcelona, da primeira universidade luso-espanhola. Uma academia já com tradição na área das ciências da informação e que visa a formação de jornalistas com uma visão ibérica da realidade. Enrique Panés falou ainda dos novos programas integrados de mestrado, ressaltando, contudo que, a este nível, ainda há algo a fazer: é o caso do reconhecimento dos títulos e da mobilidade de professores.

Desnorte

A minha atenta e gentil leitora Luísa A., sempre oportuna e lucidamente crítica nas observações que periodicamente me envia, fez-me chegar às mãos, desta vez, um numeroso conjunto de enunciados, que mostram claramente o desnorte em que se encontra mergulhada a nossa classe política, incapaz esta de estabelecer um rumo firme e coerente para o país. Não resisto a partilhar – com algumas pequenos ajustes - as observações da minha Leitora, com a vénia e o respeito que devemos sentir para com quem olha a realidade deste modo. Eis a sua visão.

No Portugal dos dias de hoje:

- Uma adolescente de dezasseis anos pode fazer livremente um aborto, mas está proibida de colocar um simples piercing no seu corpo.
- Um cônjuge, para se divorciar – rompendo assim um contrato supostamente vitalício – basta pedir, enquanto um empregador, para despedir um trabalhador que o agrediu, precisa de recorrer aos tribunais e obter a apropriada sentença, a qual pode demorar cinco anos a concluir-se.
- Na escola, um professor é agredido por um aluno; tem duas opções: ou age contra o aluno e vai prejudicar a sua carreira (dependente da nota que dá ao seu aluno) ou aguenta caladinho a agressão e classifica o aluno de brilhante, o que beneficiará a sua carreira.
- Um jovem de dezoito anos recebe do Estado 200 euros para não trabalhar, enquanto um idoso recebe de reforma 260 euros depois de uma vida inteira de trabalho.

Com um ligeiro interregno de dois anos, Portugal foi governado, nos últimos DOZE anos, pelos socialistas. E é precisamente durante este período que se acumularam os erros que conduziram à actual situação

- Um marido oferece uma doação à mulher e tudo quanto tem que fazer é declarar a doação ao fisco; o mesmo fisco que penhora indevidamente o salário de um trabalhador e demora três anos a corrigir o erro.
- O Estado anuncia alegremente que vai gastar 6.000.000.000 de euros num aeroporto de duvidosa utilidade, mais uns 3.000.000.000 de euros para reduzir quinze a vinte minutos numa viagem Porto/Lisboa em comboio e recusa-se a baixar os impostos porque não tem dinheiro.
- Nas zonas mais problemáticas das áreas urbanas, existe um polícia para cada 2000 habitantes, enquanto cada Ministro tem 4 polícias guarda-costas; e o Governo diz que não precisa de mais polícias.
- Numa empreitada pública, a empresa adjudicada emprega imigrantes ilegais, que recebem abaixo do salário mínimo (quando recebem) e nada lhe acontece por falta de uma fiscalização sistemática, enquanto, num café, o proprietário vê o seu estabelecimento encerrado só porque não tinha à porta uma placa a dizer que é proibido fumar nele.
- Um cão ataca uma criança e o Governo faz uma lei tendente a acabar com essa raça de cães, enquanto um professor é sovado por um aluno e o Ministro diz que a culpa é das causas sociais.
- O IVA de um preservativo é de 5%, enquanto o IVA de uma cadeirinha de automóvel, obrigatória para quem tem filhos até aos 12 anos, é de 21%.
- O Governo afixa na NET os nomes dos devedores, mas recusa-se a publicar a lista das entidades a quem deve.

Demolidor. Percorremos os olhos por esta mão-cheia de contradições e sentimos um grande desgosto de sermos portugueses. Não é suportável que a legislação que vamos produzindo seja desarticulada deste modo, seja um repositório tão vasto e intenso de que Justiça. Ética, Valores e sua relativização são conceitos vazios por falta de aplicação prática. É verdade que todos os Governos têm deixado passar situações desequilibradas como algumas das citadas. Mas havemos de convir que o socialismo, nas suas milhentas formas – incluindo esta nova que de social não tem nada –, tem produzido abortos atrás de abortos. Com um ligeiro interregno de dois anos, Portugal foi governado, nos últimos DOZE anos, pelos socialistas. E é precisamente durante este período que se acumularam os erros que conduziram à actual situação.

Muitas mais situações seriam certamente elencáveis para a longa relação da minha amável Leitora. Mas estas já chegam para presumir um facto de enormíssima importância. Todos sabemos por intuição, para além de nos estar constantemente a ser repetido, especialmente pelo Senhor Presidente da República, que não conseguiremos sair do fosso onde estamos se não começarmos por ter uma grande dose de esperança e de fé no futuro. Estou de acordo também. Para que nos sintamos, todos, mobilizados para a ingente tarefa de construir um futuro melhor temos que acreditar. Acreditar em muita coisa. Em nós, desde logo. Na sociedade à qual pertencemos. Neste barco que é o único

Aquela que faz o trabalho ordenado pelo comandante e seus oficiais. Sem confiança nos maiores do barco, o trabalho é feito de má vontade, a remoer insultos a quem manda. E o destino nunca passará de uma miragem

que temos para navegar, chamado Portugal europeu. E, sobretudo, tal como nas Descobertas, quando fomos capazes de superar a nossa pequenez, temos que ter uma confiança inabalável no comandante e nos oficiais que comandam o barco. Os demais são apenas a marinhagem. Aquela que faz o trabalho ordenado pelo comandante e seus oficiais. Sem confiança nos maiores do barco, o trabalho é feito de má vontade, a remoer insultos a quem manda. E o destino nunca passará de uma miragem. E como é que a necessária confiança existe e se torna inabalável? Quando as ordens são firmes, justas e não mostram ponta de contradição. O comandante de um barco não pode comprar a confiança. Refiro-me à confiança interior, àquela que leva a marinhagem a superar-se a si mesma. É incomprável, essa confiança. Conquistada-se. Um bom comandante nunca tenta comprar a confiança. Pois. E, a juntar a todas as contradições e a todas as injustiças descritas e as mais por descrever, o que vamos vendo por aí é o comandante deste barco português a tentar comprar, todos os dias, mais uns grãos de confiança. Nada destrói mais a nossa confiança em alguém do que sentir que esse alguém está a tentar comprá-la.

Muito da descrença que sinto, que sentimos, no futuro de Portugal assenta, inteirinha, nos factos hoje aqui descritos. Talvez devamos, com o diz a minha Leitora, aprender com o nosso Primeiro-Ministro. Ele diz que “a Política é a arte de aprender a viver com a decepção”. Mesmo sem ser políticos, parece que todos temos que aprender a viver com a decepção que nos causam os ditos.



AZUIL BARROS
Especialista no Crescimento de Negócios
Partner & Director Geral da Quantum Portugal
www.QuantumCrescimentoNegocios.com

Sr. Empresário, não espere que as coisas se tornem mais fáceis. Torne-se antes melhor...

Presentemente, não atravessamos a melhor conjuntura para os negócios. Portugal está mergulhado numa estagnação económica que se tem prolongado por mais de cinco anos.

Do ponto de vista da economia europeia, o panorama não é igualmente muito animador. E, no plano internacional, verifica-se muita turbulência, com algumas zonas económicas a crescerem a taxas de dois dígitos. O motor de crescimento da economia já não são os EUA ou a Europa, mas sim o bloco BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China).

Como reflexo da crise, em Portugal existem, sectores de economia (como o caso do sector da construção e do sector têxtil) e regiões do país (como o Minho) demasiado apertados pelo padrão económico dominante.

Pesem embora os constrangimentos macroeconómicos, espero-lhe dar uma perspectiva de força na qual acredito...

Os negócios e as empresas são como as estações do ano. Esta é, talvez, a melhor alegoria para descrever o mundo dos negócios: são como as estações, vão mudando. Não podemos mudar as estações do ano, MAS podemos mudar a forma como fazemos negócios.

Considere as duas ideias anteriores. Se reflectirmos, a primeira grande lição empresarial reside no facto de descobrirmos como devemos lidar com o “Inverno”. O Inverno vem com regularidade e sempre após o Outono. Uns anos são

Se reflectirmos, a primeira grande lição empresarial reside no facto de descobrirmos como devemos lidar com o “Inverno”

mais compridos, outros são mais curtos; alguns são mais difíceis, outros são mais fáceis; mas, vêm sempre depois do Outono. Isso nunca irá mudar.

Existem vários tipos de “Inverno”: há o “Inverno” em que tudo parece desabar; há o “Inverno” económico; há o “Inverno” sociais e o “Inverno” pessoal.

O “Inverno” pode trazer-lhe dissabores, e os dissabores são comuns aos empresários, por isso tem que aprender a lidar com o “Inverno”. Lembre-se que tem que aprender a lidar com as noites, porque estas vêm logo a seguir aos dias; tem que aprender a lidar com as dificuldades, porque estas vêm logo a seguir às oportunidades; tem de aprender a lidar com as recessões porque estas vêm logo a seguir aos períodos de expansão. Isso não irá mudar!

A questão essencial que se coloca é, o que é que se faz durante o Invernos?

O “Inverno” pode trazer-lhe dissabores, e os dissabores são comuns aos empresários, por isso tem que aprender a lidar com o “Inverno”

Não pode livrar-se do mês de Janeiro, retirando-o simplesmente do calendário. Mas pode fazer algo: pode tornar a sua empresa mais forte, pode tornar-se mais sábio e pode tornar-se melhor. Os Invernos não vão mudar, mas Você e a sua empresa pode!

E não se esqueça que a seguir ao Inverno vem a Primavera...

Comece já e faça com que o ano de 2008 seja o MELHOR de sempre para Si.

Vales de Excelência

Ricardo Rio

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



Em anteriores artigos publicados neste espaço tenho frisado a importância de o desenvolvimento das regiões dispor de uma linha de orientação estratégica que tenha sido previamente discutida e validada por todos os parceiros institucionais desse território e que a mesma sustente as opções de investimento e as prioridades de intervenção de cada uma das esferas decisórias regionais.

De igual forma, há muito defendo que a coesão do território nacional e a capacidade de promover um crescimento sustentado do mesmo passa por ter vários pólos de desenvolvimento de menor dimensão, que, por sua vez, agreguem as micro-economias locais em projectos comuns.

Em tese, são também estas ideias caras ao actual QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional, quando este condiciona a atribuição de apoios e confere maior prioridade aos projectos de cariz supramunicipal, desde que assentes em linhas estratégicas que constem dos documentos elaborados para cada um dos subterritórios.

Foi assim que surgiu o estudo “Norte 2015” para o conjunto da Região Norte e que vêm agora sendo trazidos a público os vários estudos sub-regionais que, também sob patrocínio da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) e do Programa Operacional da Região Norte (ON) do Terceiro Quadro Comunitário de Apoio, estão a ser elaborados para as diferentes NUTS-3.

No caso do Minho-Lima, coube ao CEVAL – Conselho Empresarial dos

Vales do Lima e Minho ser a entidade promotora do Projecto “CID - Competitividade, Inovação e Desenvolvimento no Minho-Lima”, cujo estudo final foi também recentemente apresentado.

Este Projecto tinha como grandes objectivos “a dinamização do empreendedorismo na região, a dinamização da cooperação entre os sectores de actividade de maior potencial e a valorização dos produtos regionais”.

Para este efeito, o estudo baseou-se em vários documentos previamente elaborados, o que lhe permitiu orientar esta

análise estratégica prospectiva para três sectores de actividade em que se crê que este território tenha uma competitividade acrescida: o sector agro-alimentar, a metalomecânica Ligeira e as energias renováveis.

A selecção destes sectores e a inerente definição das oportunidades de investimento bem como das parcerias regionais que as devem suportar seguiu a linha de orientação do já referido estudo Norte 2015 de que esta escolha para cada território específico deveria ser efectuada com base no seu potencial endógeno.

Neste caso, verificou-se que a Região do Minho-Lima, composta pelos concelhos de Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cervei-

ra, apresenta como uma das suas principais mais-valias a localização contígua, a Sul, com a Região do Cávado e, a Norte, com a Galiza – Espanha.

De notar que, para muitos dos concelhos referidos, algumas das principais cidades da Galiza se encontram mais próximas e acessíveis do que outros concelhos de referência do Norte de Portugal, sendo estas fronteiras das mais utilizadas por veículos ligeiros e por transporte de pesados no conjunto do País.

Ainda em termos diagnósticos, este território beneficia de infra-estruturas como o Porto de Viana ou um leque alargado de parques empresariais e centros de investigação e incubação de empresas, mas ostenta uma baixa qualificação da população local face à média do País, o que acaba por reflectir nos níveis de produto, produtividade e salários.

Pese embora disponha de um nível significativo de jovens no conjunto da população, a verdade é que há concelhos em que a população idosa já assume pesos consideráveis, penalizando a capacidade empreendedora.

Recentemente, num estudo realizado pela consultora Augusto Mateus & Associados sobre a competitividade das regiões portuguesas, a região Minho-Lima aparecia como umas das regiões com um desempenho mais baixo, com um índice do grau de convergência para a União

Europeia em tudo semelhante às regiões do interior do País.

Daí que o Projecto CID aponte o caminho para a construção de verdadeiros Vales de Excelência nas zonas envolventes dos Rios Minho e Lima. Uma Excelência que, segundo este estudo, passará por: “Uma agricultura biológica, com produção animal, e com valores ‘regionais’; uma Natureza despoluída; uma produção e promoção de produtos regionais; um Turismo centrado na Natureza, gastronomia e etnografia; uma produção de energia amiga do ambiente; Uma eficiência energética nas empresas; Uma gestão de Excelência nas empresas, em que se promovam a qualidade, as competências pessoais e profissionais, a produtividade e o trabalho em rede”.

Como elemento aglutinador, este Projecto avança com a marca “Minho-Verde”, enquanto imagem capaz de retratar a identidade da região, não “apenas os aspectos relacionados com o ambiente e a ecologia, mas essencialmente os aspectos relacionados com a Excelência na gestão, na produtividade e na partilha de recursos”.

Para a criação desta marca regional e a sustentação de um pólo de competitividade nestes ditos Vales de Excelência, a afirmação dos três sectores seleccionados passará obrigatoriamente pelo reforço da formação profissional, pela melhoria da gestão, pelo aumento da produtividade, por um melhor ordenamento do território, pela promoção turística, pelo estímulo à cooperação e pela “clusterização”.

Mas, afinal, não é este o caminho para o desenvolvimento de qualquer território?

O Projecto CID aponta o caminho para a construção de verdadeiros Vales de Excelência nas zonas envolventes dos Rios Minho e Lima.

Governo promove desemprego de licenciados em Segurança no Trabalho

Incontornavelmente, Portugal encontra-se na lista dos países europeus que mais contribui para a repetição, ano após ano, da calamidade mundial que advém da ocorrência de acidentes de trabalho e doenças profissionais. Para combater esta tendência foi criado em 1995 o curso de Segurança no Trabalho, homologado pelo Governo Português e reconhecido com o grau de licenciatura, cuja finalidade foi dotar o mercado de trabalho de profissionais técnica e cientificamente evoluídos, com formação superior na área específica da Higiene, Segurança e Saúde no Trabalho.

No dia 28 de Abril assinalou-se o Dia Nacional da Prevenção e Segurança no Trabalho, uma data que pretendeu alertar para a prevenção dos acidentes de trabalho e das doenças profissionais. Como representantes dos licenciados na área específica da Segurança no Trabalho, vimos por este meio apresentar factos que, em nosso entender, assumem função de “freio” à consolidação de uma cultura de prevenção e segurança no nosso País.

As recentes conclusões do re-

latório de avaliação da estratégia comunitária em matéria de saúde e de segurança no trabalho para 2002-2006 referem uma diminuição significativa da taxa de acidentes profissionais durante esse período, diminuição essa que Portugal tem acompanhado, o que denota que as decisões tomadas foram acertadas, e que o mercado laboral efectivamente carecia de profissionais com formação específica nesta área.

Contudo, o desemprego em Portugal volta a atingir valores que o recolocam na “cauda” da Europa, com especial destaque para os licenciados que, independentemente do diploma académico adquirido, entram no mercado de trabalho a exercer funções redutoras ou, no limite, a exercer funções em áreas absolutamente díspares daquelas que em tempos os levou, por vocação, a integrar o ensino superior. Por razão maioritária, este cenário decorre dos actuais condicionalismos socioeconómicos transversais ao País, excepto nos casos em que é o próprio Governo a promover este desemprego na área específica da Segurança e Saúde no Trabalho.



CARLA MONTEIRO

Presidente do Colégio de Licenciados em Segurança no Trabalho

“Acidentes de trabalho não têm ‘travão’ em Portugal”

Esta situação inoportável nasce de uma incompreensível, mas notória, ostracização, que vitima os licenciados em Segurança no Trabalho. Estes são arredados diariamente de concursos de obras públicas pela mão de entidades do Estado, o mesmo Estado que em 1995 aprovou a criação de uma licenciatura que se afigurava vital para o mercado de trabalho e, por conseguinte, para o combate à elevada taxa de sinistralidade laboral.

Não obstante os vários alertas sobre este assunto endereçados às entidades competentes, o acto de legislar em matéria de Segurança e Saúde no Trabalho é efectuada em total desarmonia com o passado, uma vez que ignora os únicos profissionais com formação superior nesta área, aquando da atribuição de competências para o exercício de funções para as quais estes se encontram superiormente habilitados. São recentemente exemplo gritante do acto discriminatório governamental, o projecto de decreto-Lei que estabelece o novo Regulamento de Segurança contra Incêndios em Edifícios, bem como o que se presume ser o projecto de Decreto-Lei que regula o exercício da Coordenação de Segurança e Saúde na actividade de Construção.

Se, por um lado, os elevados índices de sinistralidade laboral que assolam Portugal não se compadecem com as características habituais de um País desenvolvido, membro da União Europeia, por outro lado, o esquecimento governamental da existência de licenciados em Segurança e Saúde no Trabalho vaticina um fu-

turo cada vez mais negro na capacidade produtiva do País, não só pelos que morrem e pelos que ficam permanentemente incapacitados, pela ausência de agentes técnicos capazes de combater as condições de trabalho perigosas, mas também pelos que são propositadamente impossibilitados de exercer o seu trabalho na área profissional para a qual se prepararam durante anos.

“Prevenir agora é investir no Futuro”, este foi o “slogan” comemorativo para o ano de 2008 do Dia Nacional de Prevenção e Segurança no Trabalho, mas até que ponto não estará a ser colocado em causa o futuro de todos os licenciados em Segurança no Trabalho e, consequentemente, essa necessidade de investimento na prevenção?

Desconhecedores das reais razões pelas quais temos vindo a ser, repetidamente, “esquecidos”, não nos parece justo que tal prática continue, nomeadamente, quando fomentada por instituições do Estado, o mesmo Estado que homologou esta licenciatura.

É desta forma que se investe no futuro em Portugal?

Toyota com melhores resultados de sempre

A Toyota obteve um resultado líquido de mais de 10,5 mil milhões de euros no passado exercício fiscal, mais 4,5% do que no ano anterior. O volume de negócios superou os 161,7 mil milhões de euros, num aumento de quase dez pontos percentuais. O resultado operacional cresceu 1,4%, para 14 mil milhões de euros.

Os responsáveis do grupo nipónico atribuem os bons resultados a um desempenho geográfico mais equilibrado. Verificaram-se crescimentos significativos nos mercados emergentes, bem como em países desenvolvidos. Na Europa Ocidental, a marca conseguiu vendas surpreendentes, especialmente dos modelos Auris e Prius, apesar da estagnação do mercado automóvel. Os modelos Camry e Avensis garantiram crescimentos na Rússia e na Europa de Leste.

Para o presente exercício, as previsões são mais modestas, quer em termos de facturação, quer de lucros. Isto porque se registam dificuldades no clima económico do sector.

Bancos limitam crédito a fusões e aquisições

A crise financeira está a obrigar as entidades da zona euro a restringirem o acesso ao crédito. Os bancos estão a ser mais selectivos no crédito destinado às empresas do que aos particulares. O sector do financiamento de fusões e aquisições está a revelar-se o mais afectado.

Os principais motivos apresentados pelas entidades financeiras para serem mais exigentes na atribuição de crédito prendem-se não tanto com os problemas relacionados com a liquidez, mas com as perspectivas para a economia, em geral, e com a empresa que pede o crédito, em particular. Curiosamente, a malha está agora mais apertada para as grandes empresas. As preocupações são sobretudo nos financiamentos às operações de fusões e aquisições, bem como ao nível das reestruturações de capital. Há menos dificuldades quando se tratam de empréstimos relacionados com as operações normais das empresas ou gastos de capital.

Inflação pode significar maiores ganhos em bolsa

O aumento dos preços tem vantagens para o investimento de futuros sobre matérias-primas, mercados emergentes e o sector da energia. As suas rentabilidades têm variado entre os 2% e 12%, num ano bastante complicado como este. Ganhar em bolso até é possível em alturas em que a inflação está em alta.

Mesmo em alturas complicadas, o investidor pode ganhar. As valorizações são atractivas e os dividendos estão a crescer mais rapidamente do que a inflação. Por exemplo, o agravamento dos preços não terá impacto apenas nos resultados das petrolíferas. As empresas relacionadas também beneficiam da situação.



Estados Unidos podem ser obrigados a padrões mais elevados

Países europeus mais exigentes nas importações de alimentos

A Alemanha e a França consideram que a China, a Índia e os Estados Unidos deverão adoptar padrões mais rígidos em termos ambientais e de saúde se pretenderem exportar produtos alimentares para a União Europeia. As exigências surgem numa altura em que aumenta a procura mundial de alimentos.

Ambos os países garantem que não se trata de implementar medidas proteccionistas. Não existe qualquer interesse em isolar a Europa do resto do mundo, mas que certos padrões de qualidade sejam adoptados por outros países. Os novos padrões teriam que ser adoptados entre as economias emergentes e desenvolvidas, no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). Entretanto, o Reino Unido está a pressionar a Alemanha e a França no sentido de serem introduzidas reformas na Política Agrícola Comum (PAC). Os britânicos acusam o sistema de custar demasiados milhões de euros à União Europeia.

Os dois Estados-membros visados pelo Reino Unido já rejeitaram tal hipótese, isto é, a elimina-

ção da PAC, sendo que a mesma não estará a prejudicar as economias emergentes. Ambos referem que é muito importante que as economias emergentes invistam numa maior eficiência agrícola e em políticas diferentes para o sector. Aliás, não faltam duras críticas aos países emergentes, no que

respeita à produção de alimentos.

A Alemanha adianta que os países emergentes têm que ser capazes de produzirem mais alimentos para si próprios. Também necessitam de reformas políticas, melhor educação e menos corrupção. Além disso, os grandes proprietários apenas pensam nos lucros e não em alimentar as populações locais. Mesmo alguns países mais desenvolvidos precisam de padrões de qualidade mais elevados. Os seus responsáveis políticos lembram que a Europa tem exigências rígidas relativamente ao ambiente, à saúde ou a questões sociais, pelo que os seus agricultores têm realizado investimentos importantes nessas áreas. Os restantes países também têm que assumir as suas responsabilidades, caso queiram exportar para a União Europeia.

Mesmo alguns países mais desenvolvidos precisam de padrões de qualidade mais elevados

Bruxelas quer travar aumento dos preços dos produtos alimentares

A Comissão Europeia reconhece a necessidade de tomar medidas para travar o forte aumento dos preços dos alimentos. Bruxelas defende que é preciso colocar em prática uma maior vigilância da cadeia de distribuição alimentar. Também é encarado como positivo aplicar medidas deste tipo no âmbito da Política Agrícola Comum (PAC).

O executivo comunitário vai apresentar propostas concretas sobre esta matéria aos líderes nacionais. As medidas propostas para travarem o aumento dos preços passam por um estudo para definir como poderá ser aplicada a PAC em caso de necessidade. Bruxelas também quer aumentar a ajuda aos países mais desfavorecidos, vigiar a cadeia alimentar em toda a União e potenciar a produção de alimentos.

Considera a Comissão que os factores que mais têm contribuído para fazerem disparar os preços são o aumento mundial da procura e do consumo

na China e na Índia, a subida dos preços da energia, a situação actual do dólar e a volatilidade dos mercados. Ou seja, a Comissão descarta quaisquer culpas aos biocombustíveis. Aliás, Bruxelas até defende que este tipo de combustível vai servir para descer o preço do petróleo. Por outro lado, estão ser incentivados os biocarburantes de segunda geração, os quais nada têm a ver com o cultivo de produtos para alimentação. Apenas um por cento da produção agrícola europeia se destina ao bioetanol.

De forma alguma, a União Europeia admite que esta situação se fique a dever aos planos definidos para desenvolver a produção e o consumo de biocombustíveis. Muito mais importante será a grande alteração que se verificou nas dietas alimentares dos países mais populosos do mundo. Também o clima está a influenciar o aumento em flecha dos preços dos alimentos.

Crise chega às grandes seguradoras

A crise do crédito está a provocar pesadas perdas no sector segurador. A norte-americana AIG, maior seguradora do mundo, é a prova viva dessa realidade. No primeiro trimestre, as perdas cifraram-se em 7,8 mil milhões de dólares, o valor mais alto de sempre e que não estava previsto.

São resultados que diferem em muito dos lucros de 4,1 mil milhões em igual período do ano passado. As contas trimestrais foram fortemente afectadas por provisões gigantescas de mais de nove mil milhões de dólares. O objectivo foi fazer face às perdas no valor dos respectivos activos, em consequência da crise no mercado do crédito. Perante este cenário, a seguradora anunciou uma enorme ampliação do seu capital, na ordem dos 12,5 mil milhões de euros. Em bolsa, o cenário é de quebra para a seguradora.

FMI avisa para riscos da inflação

A inflação torna a surgir como a maior ameaça ao crescimento da economia global. A preocupação é manifestada pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), sendo que há uma mudança radical na posição normalmente assumida de preocupações com o crescimento.

Acontece que a inflação torna a reaparecer depois de anos de bonança por parte do FMI sobre esta matéria. A instituição atribui o problema sobretudo aos preços da energia e dos alimentos. Com o crescimento global a abrandar, a inflação, em contrapartida, está a acelerar de modo muito preocupante. Com a agravante que a bolha nas mercadorias ainda não atingiu o respectivo pico. Avisa o fundo que existem demasiados riscos para os agentes económicos estarem tranquilos e apela a medidas excepcionais por parte dos governos nacionais.

Preço do combustível agiliza fusões na aviação

As contas das companhias de aviação contrariam a ideia que o valor do euro compensa o aumento do preço dos combustíveis. O sector aéreo está a ser afectado, disso não restam quaisquer dúvidas. As perdas, no primeiro trimestre, agravaram-se de forma exponencial.

A incerteza que paira sobre a evolução do preço do petróleo vai forçar as companhias aéreas a renovarem as suas frotas para baixarem o impacto do combustível na sua estrutura de custos. Mas esse é um processo lento e com custos elevados, o que terá influência na agilização das fusões no sector. Por outro lado, haverá que implementar estratégias de aumento de capacidade de ocupação, serviços de valor acrescentado ou optimização das rotas. É uma nova fase que se inicia na actividade da aviação comercial.

Conjunto integrado de serviços é valência para o desenvolvimento empresarial

IDEIA ATLÂNTICO COM ABERTURA PREVISTA PARA FINAL DE MAIO



Com inauguração prevista para o final de Maio, o IDEIA ATLÂNTICO - Braga tem já ocupado 70% do seu espaço. Composto por um centro de negócios e uma incubadora de empresas, o IDEIA ATLÂNTICO (IA) de Braga disponibiliza um conjunto integrado de espaços e serviços técnicos que, em conjunto, se assumem como “valências que potenciam o aumento da competitividade e o desenvolvimento do tecido empresarial”. Em entrevista ao Destaque PME, Hermenegildo Mota Campos, administrador do IA, levanta um pouco mais o véu sobre esta infra-estrutura de apoio ao tecido empresarial. O processo de comercialização dos espaços “está a correr muito bem”. Segundo Hermenegildo Mota Campos, “o IDEIA ATLÂNTICO - Braga assegura a ocupação de 70% do espaço do Centro de Negócios e Incubadora de Empresas Tecnológicas”. Para além disso, confirma que o IA – Braga vai potenciar a criação de mais de 150 postos de trabalho qualificado, tendo já firmado contratos “com 20 empresas e empreendedores, de vários sectores de actividades, nomeadamente tecnologias de informação, consultoria ambiental, design industrial, contabilidade e restauração”. Além da disponibilização do espaço, o administrador do IA, destaca todo um “conjunto integrado de espaços e serviços técnicos, nomeadamente

apoio administrativo personalizado e consultoria especializada, através do acesso a uma rede de parceiros”. Desta forma, “as empresas que integram a rede IA podem, ainda, usufruir de uma moderna rede de comunicações de voz e dados, recursos para formação, assessoria de comunicação e apoio ao nível da imagem”. Além disso, “o IA apresenta diferentes soluções, ajustadas às necessidades de cada empresa: ‘Sistema Exclusive’, ‘Sistema Livre’, ‘Sistema City’, ‘Sistema Presentation’, ‘Espaço Nómada’ e ‘Escritório Virtual’”, acrescenta. De salientar também que a rede IDEIA ATLÂNTICO possui, também, delegações em Lisboa e no Porto. Na capital, as empresas têm ao seu dispor as soluções de “Sistema Exclusive”, “Espaço Nómada” e “Escritório Virtual”. No Porto está disponível esta última solução, apresentando-se como “uma alternativa económica e de prestígio para a domiciliação de empresas”. O IA – Braga engloba também uma Incubadora de Empresas de base Tecnológica que se destina, sobretudo, a projectos tecnológicos de empreendedores ou empresas; spin-offs e start-ups com um forte carácter inovador e graduados provenientes de Centros de Saber (investigadores; docentes; licenciados e estudantes de mestrado e doutoramento). No entanto, “poderão, também, integrar esta incubadora iniciativas empresariais

sobre projectos de investigação e desenvolvimento (empresas de novos materiais; empresas de tecnologias de informação; empresas de biotecnologia e empresas de engenharia genética); empresas da nova economia com I&DT aplicado e empresas de nanotecnologia e nanociências”, adianta Hermenegildo Mota Campos. Questionado sobre se, de facto, o IA poderá assumir-se como âncora à economia da região em que se encontra, o seu administrador responde que “a Incubadora do IDEIA ATLÂNTICO promove a criação e desenvolvimento de empresas, prestando-lhes apoio técnico e orientação durante e após a fase de constituição e início de actividade. O Centro de Negócios acolhe empresas e presta-lhes, também, diversos serviços. Em conjunto, estas valências potenciam o aumento da competitividade e o desenvolvimento do tecido empresarial, gerando consequentemente, novos postos de trabalho”. Por último, Hermenegildo Mota Campos acrescenta que o IA pretende, igualmente, “promover diversas iniciativas, nomeadamente de cariz económico, como a divulgação de projectos empresariais com interesse para a região e projectos de empreendedorismo”. Está também prevista a organização de eventos culturais, para além do objectivo de estabelecer contacto com o meio académico e “despertar o espírito empreendedor do mesmo”, sublinha.

ANGOLA

Não perca a oportunidade de estar no país que mais cresce no mundo.

Um serviço completo no apoio ao investimento em Angola:

- Constituição de empresas de direito angolano
- Obtenção de autorização de investimento estrangeiro
- Negociação de incentivos fiscais para investimento em Angola
- Assessoria para obtenção de crédito nos bancos angolanos
- Aluguer ou venda de espaços comerciais e industriais na zona de Luanda
- Domiciliação de empresas em Luanda, representação, secretariado, pesquisa comercial, marcação de reuniões com potenciais clientes, públicos e privados
- Consultoria, formação e recrutamento de quadros para o mercado angolano

Contacte-nos:

☎ 707 45 45 00/961 554 216 ✉ marta.priegue@bragatel.pt 🌐 www.pme.online.pt



BARÓMETRO PME*

Todas as semanas, exprima a sua opinião no Portal das PME



Resultados da semana de 07 a 12 de Maio de 2008:

O Governo pretende penalizar as empresas pelo recurso a recibos verdes e contratos a prazo. Concorda?

Sim: 83%
Não: 17%
Sem opinião: 0%

Tema em auscultação até 19 de Maio de 2008:

Concorda com o aumento da taxa social única para contratos a prazo e redução para contratos sem termo?

Participe. Dê o seu contributo em:

www.pmeportugal.pt

*Através deste barómetro pretende-se auscultar e conhecer a opinião e hábitos dos utilizadores on-line do Portal das PME, relativamente a temas da actualidade económica.

Venda de acções da Real Companhia Velha reverte para Estado

O Governo assegura que não foi notificado de uma eventual venda das acções da Casa do Douro na Real Companhia Velha. Segundo Jaime Silva, “em qualquer dos casos, a concretizar-se a operação, 85% do valor de venda das acções reverte a favor do Estado”. O governante nota ainda que o Governo, através do Tesouro, “já procedeu ao pagamento de mais de 54 milhões de euros de prestações vencidas mas não liquidadas pela Casa do Douro” e que “difícilmente o valor ditas acções liquidará 50% desta dívida da Casa do Douro ao Estado”.

Para o ministro, “a Casa do Douro, enquanto associação de viticultores, não é tutelada pelo MADRP”. Assim, “e no que respeita à venda de vinhos”, caso se trate dos stocks dados pela Casa do Douro como penhor a favor do Estado, como garantia ao aval por este prestado, “o Governo não se opõe nem interfere, desde que sejam respeitadas as obrigações por parte da CD, ou seja, esta proceda à entrega de 85% do produto da venda ao Tesouro”. Tratando-se de outros vinhos, a Casa do Douro “é livre de os vender quando, como e a quem entender, desde que respeite as normas es-

Dívida da Casa do Douro atinge 54 milhões de euros

tabelecidas pelo IVDP”, assegurou Jaime Silva.

Quanto à eventual participação da Casa do Douro na comercialização de Vinhos do Porto, “há que ter em conta que se trata de uma associação de interesse público a quem cabe representar e defender os interesses de todos os viticultores durienses, nomeadamente através dos seus representantes no Conselho Interprofissional do IVDP, entidade que regula a actividade do Vinho do Porto”, referiu.

Por isso mesmo, adiantou Jaime Silva, “os seus estatutos, aprovados em Dezembro de 1982, e em particular o seu artigo 3º, nº 2, estabelecem que lhe está vedada qualquer intervenção na comercialização de vinhos, para além da que respeita à introdução gradual no mercado dos stocks, que constituem garantia das suas dívidas avalizadas pelo Estado”. Assim, “uma entrada, directa ou indirecta, no comércio de Vinho do Porto (ou mesmo do Douro) só seria possível com uma alteração dos seus actuais estatutos”.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

CVRVV certificadora de vinhos

O Governo reconheceu a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) como entidade certificadora de vinhos. É a primeira região do país com este estatuto.

A CVRVV representa 35 mil produtores do Noroeste do país e procede à certificação do “Vinho Verde” e do “Vinho Regional Mínho”, representando um volume anual superior a 70 milhões de litros.



Engel & Völkers alarga rede de escritórios em Portugal

Grupo imobiliário alemão abre loja na Região Oeste

Torres Vedras é a mais recente cidade em Portugal a acolher uma loja da Engel & Völkers (E&V), operador imobiliário europeu no segmento residencial alto e presente em 35 países de quatro continentes. Este é o sétimo escritório da marca em Portugal e o primeiro na Região Oeste.

“Já existem acordos com os

um reflexo da procura de habitações “por famílias de Lisboa que buscam uma vida mais calma e com mais qualidade”, considera o mesmo responsável.

De momento, o objectivo primordial é operar com base em imóveis residenciais. Dentro das principais vantagens em ser parceiro de licença do grupo desta-

da às funções de cada colaborador em academias próprias em Hamburgo e Barcelona, à qual se seguem formações adicionais nos escritórios.

Actualmente, Karl Seibold conta com três colaboradores, mas pretende ampliar a equipa com mais dois. Mostra-se muito contente por “ter encontrado colaboradores qualificados e experientes, já que há muita procura de pessoal no segmento em Torres Vedras”.

À semelhança do que acontece nas outras lojas da marca, o “cross-selling” é uma ferramenta que liga todo o grupo em rede. Permite a uma pessoa adquirir desde a loja de Torres Vedras imóveis de qualquer ponto de Portugal ou até do globo e vice-versa. “Assim, a partir de hoje, uma pessoa que entra no escritório da E&V no Dubai pode comprar uma vivenda em Torres Vedras”, explica o gerente.

“Esta rede internacional, composta por mais de 300 escritórios em todo o mundo, tem um grande peso nos nossos negócios”, diz.

Karl Seibold prevê ainda abrir um segundo escritório na Região Oeste no final de 2008, desta vez em Óbidos.

VIRGILIO FERREIRA
virgilio@vidaeconomica.pt



resorts de luxo Bom Sucesso e Campo Real e estão a ser negociadas mais parcerias”, afirma Karl Seibold, o parceiro a licença da loja de Torres Vedras.

No entanto, a presença da marca alemã no Oeste “não se deve apenas aos vários resorts já existentes ou previstos. É também

ca-se “a possibilidade de oferecer um produto de prestígio aquém e além-fronteiras, a elevada qualidade dos catálogos e o facto dos parceiros serem os proprietários das lojas”, salienta o gestor alemão.

O grupo E&V disponibiliza uma preparação inicial adequa-

CONSULTÓRIO DE FUNDOS COMUNITÁRIOS

AVALIAÇÃO DE PROJECTOS INOVADORES

Somos administradores de uma empresa metalomecânica situada no Distrito do Porto e entregámos uma candidatura à 2ª fase do Sistema de Incentivos à Inovação.

Gostariamos de conhecer os critérios utilizados pelo IAPMEI para a aprovação do nosso projecto.

De acordo com a Portaria que regulamenta o SI Inovação, os projectos são avaliados através do indicador de mérito do projecto (MP), em função de um conjunto de critérios de selecção e com base numa metodologia de cálculo definida no aviso de abertura de concurso, cuja 2ª fase decorre de 10/3/08 a 23/5/08.

Os critérios de selecção referidos são fixados em despacho dos Ministros da Economia e da Inovação e do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional.

Os projectos são ordenados por ordem decrescente em função do MP e, em caso de igualdade, em função da data de entrada da candidatura.

Os projectos são seleccionados com base na hierarquia definida anteriormente, até ao limite orçamental definido no aviso de abertura do concurso, ou seja 20 000 000 €, no caso do PO Regional do Norte (micro e pequenas empresas) ou 85 000 000€, no caso do PO Factores de Competitividade (médias e grandes empresas).

Os projectos do regime especial (investimento elegível acima de 25 000 000€) devem ainda demonstrar a relevância do seu interesse para a economia nacional e o seu efeito estruturante através de outros critérios de selecção.

Por último, os projectos considerados de interesse estratégico para a economia nacional ou de determinada região têm o seu mérito reconhecido através de resolução do Conselho de Ministros.

A metodologia de apuramento do mérito do projecto, a utilizar na fase a que se candidataram, é baseada na seguinte fórmula:

MP=0,30A+0,30B+0,25C+0,15D (no caso de micro e pequenas empresas o C vale 15% e o D 25%), em que:

A=0,35A1+0,50A2+0,15A3

B=0,70B1+0,30B2

C=0,40C1+0,25C2+0,35C3

D=0,60D1+0,40D2

Onde:

A= Qualidade do projecto:

A1= Coerência e pertinência do projecto, no quadro da estratégia da empresa

A2= Grau de inovação da solução proposta no projecto, tendo em vista a introdução de novos ou significativamente melhorados processos, produtos, métodos organizacionais ou marketing, em função das seguintes dimensões:

- Inovação de natureza radical/ruptura, de natureza incremental ou de natureza adaptativa;

- Inovação ao nível da empresa, do sector, do mercado, da região ou do país.

A3= Nível de cooperação interempresarial.

B= Impacto do projecto na competitividade da empresa:

B1= Produtividade económica do projecto, que avalia o impacto do investimento no valor gerado pela empresa, medido através dos seguintes indicadores:

I1 – Dinâmica de geração de valor

I2 – Produtividade global

B2= Aumento da capacidade de penetração no mercado internacional, avaliado através dos seguintes indicadores:

I3= Dinâmica de exportações

I4= Intensidade das exportações, onde no conceito de exportação se inclui a prestação de serviços a não residentes e as vendas indirectas ao exterior.

C= Contributo do projecto para a competitividade nacional:

C1= Contributo do projecto para a competitividade nacional de acordo com certos critérios.

C2= Melhoria da posição competitiva no mercado internacional de bens e serviços.

C3= Criação de emprego altamente qualificado.

D= Contributo do projecto para a competitividade regional e para a coesão económica territorial:

D1= Adequação do projecto aos objectivos das estratégias regionais e contributo do projecto para a sustentação dos processos de convergência subregional nos espaços regionais e de convergência regional no espaço nacional.

D2= Contributo do projecto para a criação sustentável de riqueza e emprego no espaço regional de influência.

Por último, falta referir que as pontuações são atribuídas de 1 a 5, sendo a pontuação final estabelecida com duas casas decimais e que para efeitos de selecção, serão considerados os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 em cada critério de 1º nível e uma pontuação final igual ou superior a 3,00. Se, porventura, o vosso projecto obtiver uma pontuação final igual ou superior a 4,00, será sempre seleccionado independentemente da dotação orçamental prevista para a 2ª fase.

Colaboração:

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

Joaquim Cunha Guimarães, ROC, considera

Internacionalização contabilística facilitará os negócios das PME

A Sociedade de Revisores Oficiais de Contas Joaquim Guimarães, Manuela Malheiro e Mário Guimarães encerrou as comemorações do seu 10.º aniversário (1997-2007) com a apresentação de duas novas publicações e uma sessão de esclarecimentos sobre “As Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro para as Pequenas e Médias Empresas”.

“As normas do IASB são importantes para as PME, pois, dessa forma, aumentará a comparabilidade e a transparência das suas contas no contexto europeu. Ou seja, a internacionalização contabilística facilitará os negócios das PME num ambiente de cada vez maior globalização”, afirma Joaquim da Cunha Guimarães, sócio fundador da empresa.



“A publicação de uma NIRF para as pequenas entidades (Small and Medium Sized Entities) no decurso do quarto trimestre do corrente ano deverá condicionar a entrada em vigor do SNC”, refere Joaquim Cunha Guimarães.

Vida Económica – A empresa encerrou, recentemente, a celebração do seu 10.º aniversário. Que balanço faz deste período de actividade?

Joaquim da Cunha Guimarães – Em Maio de 2007 completámos o 10.º aniversário da nossa sociedade, e os três sócios (Joaquim Guimarães, Manuela Malheiro e Mário Guimarães) julgaram oportuno a realização de um conjunto de actividades comemorativas dessa efeméride. Estas actividades iniciaram-se em Janeiro de 2007 e prolongaram-se até ao dia 21 de Fevereiro de 2008, culminando com a apresentação pública do livro “Temas de Contabilidade, Fiscalidade, Auditoria e Direito das Sociedades”, editado pela nossa sociedade, e que compila um conjunto de 17 artigos de sócios e colaboradores, do passado e do presente, bem como do Relatório de Actividades relativo a esse período.

Na verdade, o balanço da nossa actividade é extremamente positi-

vo, pois, de ano para ano, e apesar do aumento significativo do número de ROC nos últimos anos, o número de clientes/empresas tem aumentado de forma significativa, o que constitui, indiscutivelmente, um reconhecimento expresso da qualidade dos nossos serviços.

VE – No seguimento do lema “Qualidade em Continuidade”, como perspectiva a evolução futura da sociedade e quais as principais acções em desenvolvimento?

JCG – A principal acção futura da nossa sociedade será a nível estrutural, pois, no início do ano de 2009, vamos mudar de instalações, o que permitirá a concentração, num único espaço, da actividade da nossa sociedade, actualmente dispersa por três escritórios na cidade de Braga. É óbvio que as sinergias daí resultantes reflectir-se-ão na melhoria dos serviços prestados aos nossos clientes.

VE – Simultaneamente, decorreu também uma sessão de

formação acerca do Sistema de Normalização Contabilística. Qual o seu enquadramento geral?

JCG – O Sistema de Normalização Contabilística (SNC) é a designação atribuída pela Comissão de Normalização Contabilística ao futuro normativo contabilístico nacional aplicável às empresas (excepto bancos e seguradoras), o qual substituirá o actualmente em vigor, constituído pelo Plano Oficial de Contabilidade (POC), 29 Directrizes Contabilísticas, 5 Interpretações Técnicas e alguns diplomas legais complementares ao diploma que aprovou o POC.

O SNC surge da necessidade de Portugal acompanhar o desenvolvimento do normativo contabilístico da UE, emanado do International Accounting Standards Board (IASB), constituído pelas Normas Internacionais de Contabilidade (NIC), pelas Normas Internacionais e de Relato Financeiro (NIRF) e respectivas Interpretações (SIC/IFRIC), cujo primeiro passo foi dado através da publicação do Decreto-Lei n.º 35/2005, de 17 de Fevereiro, o qual entrou em vigor a partir de 1 de Janeiro de 2005, prevendo a aplicação dessas normas obrigatoriamente às empresas com títulos negociados em bolsa e relativamente às contas consolidadas.

Assim, o SNC, além de enquadrar essas empresas, contempla um conjunto de 28 normas contabilísticas, designadas de Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro (NCRF), adaptadas daquelas NIC/NIRF, aplicáveis à generalidade das empresas nacionais do sector não financeiro, bem como uma única norma contabilística com 21 capítulos, adaptada dessas 28 NCRF, designada de Norma Contabilística e de Relato Financeiro para Pequenas Entidades (NCRF-PE). Esta será aplicável, por opção e em alternativa às NCRF, às micro-empresas de acordo com dois indicadores de

dimensão a fixar pelo Governo.

A ideia base é a concepção de um conjunto de normas contabilísticas de maior ou menor dimensão e complexidade, em função das maiores ou menores exigências de relato financeiro das empresas, numa óptica de custo/benefício desse relato.

É neste contexto que, em cumprimento do previsto no Relatório sobre o Orçamento de Estado para 2008, o Ministério das Finanças e da Administração Pública, através do Ministro do Estado e das Finanças e do Secretário de Estado dos Assuntos Fiscais, lançou, no passado dia 16 do corrente mês, a discussão pública do SNC, a qual se prolongará por um prazo de 60 dias, perspectivando-se a sua entrada em vigor para 2010.

VE – Qual a sua importância para as PME?

JCG – Como já referimos, o SNC prevê, tal como o actual POC, um regime simplificado de contabilidade, traduzido na referida NCRF-PE, pelo que, apesar de algumas NIC/NIRF

apresentarem algumas dificuldades de interpretação e ou adaptação à realidade contabilística nacional, julgamos que as PME não terão dificuldades de maior em acompanhar este processo.

Registamos, finalmente, que o IASB prevê a publicação de uma NIRF para as pequenas entidades (Small and Medium Sized Entities) no decurso do 4.º trimestre do corrente ano, o que deverá condicionar a entrada em vigor do SNC, na medida em que, salvo melhor opinião, o mesmo terá de efectuar o respectivo enquadramento.

Considerando que a adaptação dessas normas do IASB é um processo irreversível, as mesmas são importantes para as PME, pois, dessa forma, aumentará a comparabilidade e a transparência das suas contas no contexto europeu. Ou seja, a “internacionalização contabilística” facilitará os negócios das PME num ambiente de cada vez maior globalização.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA

LIVRO DÁ VISÃO ALARGADA DA PROFISSÃO DO ROC

Não sendo, de uma forma estruturada e cronológica, um livro sobre a história da profissão de Revisor Oficial de Contas (ROC), ele aborda, ao longo de uma colectânea de estudos e artigos de opinião, alguns dos principais aspectos com ela relacionados. Enquadrados nas principais áreas de formação dos Revisores Oficiais de Contas (ROC), os artigos incidem assim sobre temas de aplicação teórico-prática de revisão/auditoria às contas, do Estatuto da Ordem dos ROC e do Código de Ética e Deontologia Profissional dos ROC, e demais legislação aplicável, nomeadamente o Código das Sociedades Comerciais.

Vida Económica – Quais os principais objectivos da sua publicação?

Joaquim Guimarães – O principal objectivo do livro “Revisores Oficiais de Contas – 10 anos de actividade”, da autoria do nosso sócio-administrador, Mestre Joaquim Fernando da Cunha Guimarães, foi compilar todos os seus artigos sobre a profissão de ROC, pois o mesmo aborda temáticas relacionadas com as respectivas funções no âmbito do Estatuto da Ordem dos ROC (EOROC), do Código de Ética e Deontologia Profissional e demais legislação aplicável à profissão. Na verdade, a sistematização em livro desses trabalhos poderá permitir uma visão alargada da profissão de ROC no contexto legislativo.

VE – Para além dos profissionais desta actividade, quais serão os principais interessados nestas publicações?

JG – O livro interessa não só aos ROC mas também aos Técnicos Oficiais de Contas (TOC), como responsáveis pela regularidade técnica contabilística e fiscal das entidades, e aos docentes do ensino superior que leccionam estas matérias.

VE – Gostaria de destacar alguns dos artigos ou temáticas abordadas?

JG – Relevamos os artigos relacionados com temas técnicos e os de enquadramento estatutário das profissões de TOC e de ROC. Nestes últimos, estabelecemos algumas ligações entre as duas profissões, considerando a sua complementaridade, de forma a diminuir o distanciamiento entre estas duas classes de profissionais.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA



além mar

TELEFONE 22 340 1616

EMAIL: alem-mar@hoteldomhenrique.pt

www.hoteldomhenrique.pt

Rui Baleiras, secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, fala de uma taxa média de aprovação dos concursos que ronda os 43%, 46%

“Vamos dar prioridade aos incentivos às empresas”

O que podem esperar as empresas do QREN? Pela entrevista que realizámos a Rui Baleiras, secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, muito. Afinal, este responsável fala da prioridade que o Governo pretende dar aos incentivos que se dirigem às empresas – “entendemos dar prioridade aos incentivos às empresas, os respectivos resultados vão ser os primeiros a ser comunicados às empresas”, destaca –, com a taxa média de aprovação – estamos a falar dos concursos, cujas decisões já foram comunicadas aos promotores – a rondar os 43%, 46%.

As críticas de morosidade e complexidade do QREN, como seria de esperar, não encontram eco em Rui Baleiras com este governante a apresentar dados objectivos que dão conta que os processos são, agora, mais céleres do que já foram no passado.

Vida Económica – Qual é, neste momento, a taxa de selectividade dos vários sistemas de incentivos às empresas abertos no âmbito do QREN?

Rui Baleiras – Ora bem, em relação aos concursos, cujas decisões de financiamento já foram comunicadas aos promotores, devo dizer que a taxa média de aprovação deverá andar na casa dos 43%, 46%.

VE – Dos vários sistemas de incentivos?

RB – Dos vários sistemas de incentivos, dos seis programas operacionais que os atribuem. Vamos lá ver, a selectividade é um aspecto importante. É um princípio estruturante do QREN, até porque, no passado, o mérito absoluto era a única medida considerada em termos de avaliação dos projectos candidatos ao QCA. Isto é, as autoridades de gestão verificavam se as candidaturas satisfaziam os requisitos mínimos estabelecidos na regulamentação e não faziam qualquer comparação entre projectos alternativos.

O financiamento não era organizado através de concursos públicos. Os guichets para apresentação das candidaturas estavam abertos em permanência e, de facto, o financiamento era quase atribuído na base de que o primeiro a chegar era o primeiro a servir-se. Isto desde que satisfizesse os requisitos mínimos de qualidade estabelecidos nos regulamentos. Algo que acontecia quer em relação aos projectos promovidos por entidades privadas, empresas, associações empresariais quer no que diz respeito àqueles que eram promovidos por entidades públicas, da administração central ou da administração local.

VE – Isso significa que, agora, há mais rigor? É isso?

RB – Significa, agora, que, para além do mérito absoluto, entendemos importante introduzir o mérito relativo. Razão pela qual definimos uma regra: a dos concursos, da existência de concursos.

Na prática, isto quer dizer que as candidaturas devem ser apresentadas dentro de uma janela temporal, a qual se traduz, claro está, no período de candidatura a que corresponde, por sua vez, uma determinada dotação de financiamento comunitário em licitação.

Posteriormente, os projectos são avaliados de acordo com os critérios de selecção publicados nos editais de abertura de concursos, têm uma nota – a classificação é expressa numa escala de 1 a 5 –, sendo que depois os projectos são ordenados por ordem decrescente da classificação. Estes são, assim, escolhidos e aprovados seguindo este raciocínio: do melhor para o pior, até se esgotar a dotação do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) que está a concurso. Entendemos que este quadro, que é, de facto, mais selectivo, é aquele que contribui para uma melhor execução dos projectos que, por sua vez, melhor cumprem os objectivos estratégicos definidos.

VE – Essa é uma justificação para terem sido assinados, em Braga, um mês antes do prazo legal, os primeiros contratos de incentivo à criação de núcleos de I&DT?

RB – São duas coisas diferentes. O facto que está a referir, ou seja, o facto de as autoridades de gestão terem comunicado as decisões mais cedo do que o previsto, do que os prazos anunciados nos editais significa que rigor não é incompatível com celeridade. E devo ainda acrescentar que isto não acontece por acaso, ou seja, a conciliação do rigor com a antecipação. O cumprimento dos prazos acontece em duas áreas que o Governo escolheu de forma deliberada, isto é, os incentivos às empresas e os centros escolares.

Devo dizer que, em relação aos incentivos às empresas, entendemos dar-lhes prioridade. Os respectivos resultados deverão ser os primeiros a serem comunicados aos promotores. Consideramos que o QREN pode e deve

ser uma âncora de tranquilidade para as empresas portuguesas, sobretudo tendo em conta que estamos a viver uma conjuntura financeira que é bastante adversa e instável. Mas, aqui, há outros aspectos a salientar.

Não podemos esquecer o facto de o financiamento comunitário proporcionado pelo QREN poder representar 35% a 40% da despesa de investimento da empresa. O que é que isto significa? Significa que estamos a diminuir o risco por parte das entidades financeiras que possam estar interes-

sadas em apoiar o promotor, a empresa ou a associação empresarial.

VE – Não concorda, por isso, com aquelas críticas que falam do QREN como algo de moroso, de complexo, que padece de centralismo?

RB – Não concordo e penso que essa questão do tempo terá que ser discutida com dados objectivos. Comparemos coisas comparáveis: os sistemas de incentivos no QCA III eram distribuídos pelo PRIME, no QREN, pelos cinco programas operacionais regionais e pelo programa operacional temático e factores de competitividade.

Nos primeiros seis anos do PRIME, entre 2000 e 2005, o tempo médio que a autoridade de gestão necessitou para comunicar as decisões de financiamento às empresas foi de 166 dias. No QREN, por sua vez, e, em relação aos concursos que já foram anunciados, o prazo médio andou na casa dos 65 dias. Dou-lhe um exemplo concreto: nos projectos individuais de qualificação de PME demorámos 71 dias, nos projectos de internacionalização e qualificação de PME levámos 63 dias, nos projectos de empreendedorismo qualificado no âmbito do Sistema de Incentivos à Inovação levámos 60 dias. Isto contrasta com os 166 dias do período que vai de 2000 a 2005 ou com os 124 dias de 2006.

VE – Falou agora nos vários sistemas. Será que os promotores podem esperar a mesma eficiência no que diz respeito à aprovação das candidaturas?

RB – Estou a referir-me à notificação da decisão aos promotores. Depois segue-se a assinatura do contrato e a pressão, as orientações políticas dadas aos organismos do ministério da Economia e Inovação – afinal, quem assina, por parte do Estado, os contratos com as empresas –, são, obviamente, de celeridade.

Sucede que, por vezes, para a elaboração dos contra-



“Para além, do mérito absoluto, entendemos importante introduzir o mérito relativo. Razão pela qual definimos uma regra: a dos concursos”, destaca Rui Baleiras.

tos, é necessário pedir aos promotores elementos que não constavam da candidatura, porque terá existido alguma falha. Estamos a falar de elementos de informação importantes que permitem a celebração do contrato.

VE – E estes projectos que têm sido apresentados no âmbito dos vários sistemas correspondem ao espírito do QREN?

RB – Temos de tudo. Temos, efectivamente, projectos de excelência, projectos muito bons que estão de acordo com as prioridades estratégicas definidas pelo Governo para a Agenda da Competitividade e para o QREN e que, naturalmente, estão entre os melhores classificados. Depois, num outro extremo, temos, de facto, projectos que não se enquadram de todo nesta focalização que nós procuramos introduzir para o QREN. E depois, enfim, existe uma camada intermédia. Penso que é importante fazer, aqui, um apelo à mobilização qualificada dos recursos que o QREN disponibiliza. Quando partimos para a construção do QREN, baseámo-nos em estudos que identificaram quatro fragilidades na organização da actividade económica, em Portugal. E quais são? Ora, estas estão relacionadas com as actividades de suporte à actividade principal nas PME, com uma débil, fraca integração tecnológica e ainda uma fraca capacidade inovadora e fraca internacionalização. Através deste diagnóstico partimos, então, para a construção da Agenda da Competitividade do QREN. O que conseguimos, em resposta?

Em resposta, conseguimos uma agenda que concentra os estímulos às empresas em três domínios de intervenção que correspondem, por sua vez, a cada um dos sistemas de incentivos. Temos, assim, um sistema de incentivos virado para a internacionalização, para a qualificação das PME, um sistema de incentivos virado para a investigação e desenvolvimento tecnológico e um sistema de incentivos virado para a inovação.

O primeiro surge com um objectivo: a sensibilização dos empresários para o investimento que é necessário fazer na envolvente da actividade principal da empresa. Queremos, entre outras coisas, que as empresas invistam num melhor desempenho ambiental, na eficiência energética, levando-as, por exemplo, a gastarem menos energia por unidade de produto que colocam no mercado. Mas não só. Queremos também sensibilizar as empresas para a importância de apostarem na moda, no design.

O segundo foco, ou seja, o sistema de incentivos ligado à investigação e desenvolvimento tecnológico, visa, através dos seus instrumentos apoiar a criação de um mercado, em Portugal, para a transacção de serviços de investigação e desenvolvimento. Já o terceiro foco, o sistema de incentivos à inovação, procura incentivar três coisas: a emergência, em Portugal, de novos produtos e novos serviços, de novos processos produtivos e ainda a expansão da actividade produtiva com procura externa dinâmica. Isto em sectores onde exista espaço para ganharmos quotas de mercado. É esta a orientação estratégica dos sistemas de incentivo ao investimento empresarial, a qual apresenta diferenças significativas em relação ao terceiro quadro comunitário.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

Nota de Redacção: A segunda parte desta entrevista será publicada na próxima edição, dia 23 de Maio.

Viniverde quer criar economias de escala e reduzir custos

“A Viniverde vai ser responsável pela gestão das massas vínicas, pela vinificação, engarrafamento, comercialização e pagamento assegurado das uvas aos associados” e vai, sobretudo, “criar economias de escala, redução dos custos de produção nas adegas, evitar a concorrência entre as associadas, ter dimensão para a promoção dos vinhos, possibilidade de competir em mercados externos e garantir investimento na qualidade”.

São estes os grandes objectivos traçados à “Vida Económica” por António Azevedo, vice-presidente do Conselho Geral e de Supervisão da Viniverde, uma sociedade gestora, constituída por sete adegas da região dos vinhos verdes (Ponte da Barca, Barcelos, Famalicão, Basto, Castelo de Paiva, Lousada e Penafiel).

De acordo com António Azevedo, é preciso “garantir um futuro sustentável para as explorações dos produtores, por via da consolidação de uma estrutura de adegas cooperativas que, para além de ser capaz de resolver os seus problemas económicos e financeiros, proporcione melhores níveis de rendimento aos seus associados”. Tudo com vista a “passar de uma organização estática”, como são actualmente “a maioria das adegas cooperativas”, para uma “estrutura dinâmica e profissional, dimensionada para poder competir nos mercados alvo do mundo globalizado do vinho”, explicou António Azevedo à “Vida Económica”.

Questionado sobre se está em cima da mesa a criação de uma marca comum – há, neste momento, cerca de 600 –, o vice-presidente da Viniverde afirma que, “nesta primeira fase” devem comercializar-se “as marcas já existentes”, concordando que, “o mais breve possível”, deve ser criada “uma ou mais marcas comuns”. Remeteu, contudo, qualquer decisão sobre esta matéria para o conselho geral e de supervisão da Viniverde.

A Viniverde será uma “estrutura dinâmica e profissional, dimensionada para poder competir nos mercados alvo do mundo globalizado do vinho”

Questionado ainda sobre a continuação da Regiverde, uma união de 12 cooperativas criada em 1993 e da qual António Azevedo é presidente, o agora também vice-presidente da Viniverde é de opinião que a Regiverde deve “continuar a existir, se as suas associadas assim o entenderem”, pois o facto de “ter cumprido o principal objectivo não é motivo para terminar aqui a sua existência”. E realça que a Viniverde “tem uma função diferente, de interesse económico”, citando como exemplo o sector leiteiro, em que a Lactogal coexiste com a Fenalac.

Já quanto à coexistência entre a Viniverde e a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes, liderada por Manuel Pinheiro (entrevista nesta página), ela “deve ser no futuro a mesma que existe com qualquer agente económico”. Está, aliás, previsto que a Viniverde tenha assento no Conselho Geral da CVRVV, diz António Azevedo, “defendendo”, acima de tudo, “os interesses da região”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Presidente da CVRVV fala sobre a ratificação pela UE da OCM do vinho

Europa deve apoiar viticultores com resultados na exportação

Apesar dos riscos que lhe são inerentes, a reforma da organização comum do mercado (OCM) vitivinícola deverá “aumentar muito o potencial de rentabilidade” do sector, “reduzindo a burocracia e os custos administrativos”, nomeadamente com a rotulagem. Em entrevista à “Vida Económica”,

Vida Económica – Foi ratificada, a semana passada, pelo Conselho de Ministros da União Europeia a reforma da organização comum do mercado (COM) vitivinícola. Que significado tem esta reforma para o sector português dos vinhos e, especialmente, para o vinho verde?

Manuel Pinheiro - A reforma da OCM Vitivinícola vem vocacionar o nosso sector muito mais para o mercado. É certo que traz mais riscos, mas aumenta também muito o potencial de rentabilidade. Reduz a burocracia e os custos administrativos em questões como a rotulagem, dá mais liberdade criativa aos enólogos, investe, finalmente, na promoção. É claro que haverá prejudicados, sobretudo as regiões que produziam vinho que era destilado pela UE. A partir de 2008 vai investir-se mais na promoção e menos nas intervenções no mercado. É, no nosso entender, o caminho certo.

VE - A reestruturação rápida do sector vitivinícola, com incentivos ao arranque de vinha por parte dos produtores menos competitivos, é uma medida certa ou estamos a seguir o caminho errado? Que consequências é que daí advirão para os produtores nacionais?

MP - Cada região terá a sua resposta a esta questão. No vinho verde há um excedente de vinho tinto e uma escassez de branco. Acho que devemos aproveitar estes apoios para melhorar a nossa qualidade média, arrancando as piores vinhas. Simultaneamente, o programa “Vitis” apoiará o plantio de novas vinhas mais competitivas. Não somos contra o arranque de vinhas cujo vinho não tinha destino nenhum há vários anos. Porém, é preciso continuar a investir no plantio de vinhas adaptadas ao gosto do cliente, com melhor resistência às intempéries e menores custos de exploração.

VE - Que medidas específicas Portugal deveria adoptar de forma a proteger os produtores e a competitividade da viticultura nacional?

MP - A meu ver, poucas e simples: apoiar o investimento em três áreas – o plantio de boas vinhas, a concentração e fusão de empresas e o marketing. Não financiar quem não apresenta resultados, nomeadamente na exportação. E, em simultâneo, um “simplex” vitivinícola, para reduzir os custos administrativos a que todo o sector está sujeito.

VE - Como avalia a postura perante a União Europeia do Governo português e do ministro da Agricultura, em particular, em todo este processo?

MP - A presidência portuguesa da UE no segundo semestre de 2007 conseguiu o que nós próprios não achávamos possível: a reforma da política europeia do vinho. Não é a reforma perfeita, certamente, mas é uma reforma no rumo certo. E não esquecemos que cada dia sem esta reforma era mais um dia de retrocesso na viticultura europeia. Não esqueçamos qual era a situação há um ano: a UE gastava 500 milhões



“A presidência portuguesa da UE conseguiu o que não achávamos possível: a reforma da política europeia do vinho. Não é a reforma perfeita, certamente, mas é uma reforma no rumo certo”, disse Manuel Pinheiro à “Vida Económica”.

de euros a destilar vinho que ninguém queria beber e investia zero na promoção.

VE - A competitividade nacional do sector dos vinhos sairá reforçada com estas medidas ou, pelo contrário, o sector português do vinho tenderá a anular-se face à dimensão dos grandes países produtores, como a França, por exemplo?

MP - Sinceramente, antecipamos que os resultados serão desiguais. Regiões como a dos vinhos verdes, do Douro, do Alentejo certamente ganharão competitividade. Creio, pelo contrário, que alguns produtores com menos visibilidade terão dias menos fáceis. Em termos europeus, vemos a Itália e a Espanha a crescer em competitividade. Não sei se o mesmo ocorrerá na França, que está muito presa com regras e tradições que o consumidor mundial cada vez menos reconhece. O excesso de regras é, aliás, apontado como uma das causas da crise vinícola em França.

VE - Como encara as novas regras agora decididas em matéria de rotulagem?

MP - Veja o ridículo: um rótulo de vinho está sujeito a regras comunitárias que tudo decidem, até o tamanho das próprias letras! O essencial da rotulagem é que esta tenha informação completa e verdadeira para o cliente. São, pois, bem-vindas as novas regras. Uma preocupação, porém, quanto à possibilidade de os vinhos de mesa, aqueles que não são de região demarcada, passarem a incluir informação sobre as castas de vinha utilizadas. [Aqui] tem de existir um mecanismo eficaz de garantir a veracidade destas indicações.

VE - Como está a decorrer o processo das indicações geográficas e das denominações geográficas protegidas e que papel terão em matéria de sim-

plificação da rotulagem e da preservação dos actuais rótulos?

MP - Não temos dúvida que as DOC constituem a base da promoção dos vinhos portugueses e dos vinhos europeus. Vamos assistir a uma crescente liberalização nos vinhos de mesa, segmento onde Portugal não é competitivo. Ainda em 2008, a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes será a primeira entidade certificadora da Península Ibérica certificada pela exigente norma NP EN 45011, o que testemunha o nosso compromisso de certificar os vinhos verdes com o mais elevado padrão de exigência. Estamos também a reforçar o investimento no marketing do vinho verde. Em 2008, investiremos mais de 1,2 milhões de euros nos nossos mercados principais.

VE – Foi anunciada publicamente, também a semana passada, a constituição da Viniverde, formada por sete adegas da região dos vinhos verdes. Como coexistirá com a CVRVV e que articulação haverá entre a Viniverde e a CVRVV em matéria de internacionalização do vinho verde?

MP - A Viniverde é bem-vinda como uma empresa de dimensão na região. Um dos apelos que a CVRVV tem feito aos empresários é o de se unirem. Temos mais de 600 engarrafadores na região e este número é excessivo. Se a Viniverde significar que sete engarrafadores passam a ser um só, é uma excelente notícia. E um dos pontos em que o sector cooperativo pode avançar muito é o da exportação. Esperamos que a Viniverde possa intervir aqui, mas para isto é essencial, repito, essencial, que seja uma empresa profissionalizada. A sua direcção deve ser composta por profissionais capazes e muito competitivos.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Multipessoal cresce 67%

A Multipessoal, empresa de recursos humanos e trabalho temporário, apresentou, no 1º trimestre de 2008, um crescimento de 67% nos resultados operacionais, face a período homólogo do ano anterior. As vendas do grupo chegaram aos 12 milhões de euros, o que representou uma subida de 31% face a período idêntico de 2007. O trabalho temporário e outsourcing foram as áreas que mais cresceram, com uma subida de 41%.

“Os resultados do primeiro trimestre de 2008 fazem prever que a meta dos 58 milhões de euros de resultados previstos para o ano em curso sejam alcançados”, acredita Afonso Batista, presidente da empresa.

A empresa do Grupo Espírito Santo (GES) prevê, para breve, um reforço do investimento em Cabo Verde e continua a ser equacionada a entrada no mercado angolano.



Portugal é mercado estratégico para a Schmitz Cargobull

A Schmitz Cargobull, produtor líder europeu de soluções de transporte – semi-reboques, chassis e carroçarias – deu a conhecer a nova estratégia para o mercado português. A campanha da empresa alemã reflecte a aposta em Portugal, considerado um mercado-chave para a estratégia de crescimento e consolidação do grupo na Europa.

A Schmitz vai investir 55 milhões de euros na Europa, entre 2008/2009, e até ao final de 2010 pretende atingir uma quota de mercado de 40% na Europa (com 100 000 unidades produzidas anualmente).

No ano passado, a empresa fez um investimento de 70 milhões de euros e teve vendas no valor de 1685 milhões de euros. A empresa prevê que a facturação atinja 2800 milhões de euros.

Os sectores das lonas e plataformas, com 41,1% e transporte refrigerado, com 31,1%, foram os que mais contribuíram para os resultados.

O momento de sucesso da Schmitz Cargobull valeu-lhe a premiação como “Best European Business Award”, pela Roland Berger Strategy Consultants, em 2008.

Amb3e recolhe e valoriza mais de 20 mil toneladas de resíduos

ALEXANDRA COSTA
alexandracosta@vidaeconomica.pt

O ano de 2007 foi pautado pelo crescimento da rede de recolha, que permitiu um aumento do material recolhido. Os mais de 100 novos locais de recepção de resíduos de equipamentos eléctricos e electrónicos (REEE) permitiram que a Associação aumentasse a sua taxa de cobertura nacional. Também em relação às empresas que transferiram a responsabilidade de recolha dos resíduos para a Amb3e cresceu exponencialmente, atingindo, no final de Dezembro do ano passado, a meta das 555. Em Abril, o número já tinha subido para as 600.

Ao nível da rede de recepção dos resíduos, o compromisso que a Associação definiu, junto do Estado português, era de ter 250 pontos. Valor que atingiu no passado mês de Abril e que fez com que a Amb3e subisse os seus objectivos para os 500 pontos de recepção. Também ao nível das unidades de tratamento e valorização há novidades. A associação celebrou recentemente três contratos, o que vai permitir aumentar a sua capacidade.

Os portugueses começam a estar sensibilizados para as questões do ambiente e da reciclagem. A prova está nas campanhas de sucesso já efectuadas e no aumento dos resíduos recolhidos. Mas quando falamos de equipamentos um pouco mais pesados as coisas complicam-se. É certo que na aquisição de um novo electrodoméstico a loja deverá ficar com o antigo, mas o que dizer de produtos como microondas, aspiradores, varinhas mágicas, Estes, como referiu Fernando Lamy Fontoura, director-geral da Amb3e, e segundo indicação de estudos, vão parar ao lixo. Foi a pensar nisso que a Amb3e desenvolveu o Ponto Electrão. Trata-se de contentores, localizados em centros comerciais, como, por exemplo, os da Sonae Sierra, onde qualquer pessoa poderá deixar o seu equipamento usado. “Já estamos a recolher televisões

de grandes dimensões, microondas, ...”, afirma Fernando Lamy Fontoura. E, a pedido dos consumidores, foi recentemente acoplado, a esses contentores, um recipiente próprio para a recolha de lâmpadas.



Zon(a) de perigo



SUGESTÃO
Paulo Antunes



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JOVENS FORMADORES E DOCENTES - WWW.FORDOC.COM

“A qualidade é a nossa melhor garantia da fidelidade do cliente, a nossa mais forte defesa contra a competição estrangeira e o único caminho para o crescimento e para os lucros”

Jack Welch (ex-General Electric)

Hoje em dia, um bom serviço de apoio ao cliente é uma das maiores garantias da sua fidelização. Contudo, ainda são muitas as empresas que apenas se preocupam em criar o departamento e pouca atenção dão, realmente, à eficácia do serviço e à fidelização do cliente. Um bom exemplo disso são as empresas que, todos os anos, aumentam os preços aos seus antigos clientes e, para manter a competitividade com a concorrência, deixam inalterados os preços para os novos clientes. Quer isto dizer que quanto mais tempo de fidelização o cliente tiver com a empresa mais paga. No exemplo que vos vou relatar, a nossa associação já pagava uma mensalidade de 54 euros, quando um novo cliente, pelo mesmo serviço, pagaria apenas 49 euros. Naturalmente, a ausência de uma política de fidelização é o primeiro passo para a empresa depressa se esquecer da qualidade, mas nunca esquecer “qual a idade” do cliente...

Mas relatemos, então, o nosso exemplo real. Há alguns meses atrás, a FORDOC contactou o serviço de apoio ao cliente da Netcabo, actualmente rebaptizada de Zon, para cessar o seu contrato. Vendo-se a perder mais um cliente, de imediato, a Zon se prontificou a oferecer maior velocidade de Internet, telefone gratuito e ainda a imediata redução da mensalidade. Porém, nos meses seguintes, a velocidade continuava igual, o telefone foi um martírio para ser activado e os erros de facturação acumulavam-se mês após mês. Quase diariamente, para rectificar estes “inocentes” erros e mau serviço, lá tínhamos nós que passar horas ao telefone à espera de ser atendidos para, posteriormente e a pagar 12 centimos por minuto, vermos a nossa chamada passar de departamento em departamento, de espera em espera, de assistente em assistente... e sempre a ter que responder às mesmas perguntas de confirmação, a ter que explicar tudo de novo e ainda a ouvir que é “perfeitamente normal” um cliente ter uma velocidade de internet de um ou dois megas, apesar de pagar por uma velocidade de 18.

Fartos de um apoio telefónico que tem muito pouco de apoio, começámos, então, a reclamar por escrito. Porém, também aqui, cada resposta da Zon mais não era que novo motivo de reclamação... De paciência esgotada, envíamos um mail onde

reunimos todos os pontos de reclamação, que há muito já nem sequer se limitavam à qualidade do serviço. As mensalidades, que deveriam ser fixas, tinham variações constantes; a facturação de serviços de assistência ou de substituição (supostamente gratuitos) invariavelmente aparecia na factura do mês seguinte; os dias sem acesso ao telefone ou à internet acumulavam-se e, como tal, formalizámos o pedido para cessar o nosso contrato. A resposta a este e-mail foi hilariante e do tipo descubra os erros de português: “Na sequência do seu contacto, que desde já agradecemos, informamos que desligue o seu modem da corrente eléctrica e aguarde 10 segundos e volta a ligar. Deixe estabilizar as luzes do modem e verifique se tem acesso a internet”. Naturalmente, depois desta resposta, os e-mails seguintes foram dirigidos para o serviço de supervisão de emails que, muito profissionalmente, nunca nos respondeu. Como a empresa não tem nenhum serviço de supervisão da sua própria supervisão, a solução, depois de mais algumas tentativas para cessar o nosso contrato, teve que ser deixar de pagar a próxima factura que, uma vez mais, vinha errada.

Curiosamente, mal nos recusámos a pagar a factura errada, começaram a “chover” os contactos. Os mais divertidos eram os avisos constantes de que nos iam cortar o serviço,

quando já o tinham feito há mais de um mês, e o mais incrível aconteceu quando a assistência técnica, um mês e meio depois de nos suspenderem o serviço, conseguiu concluir que existia um problema com a nossa linha e queria agendar um dia para reparar o problema. Naturalmente, nesta fase já nos divertíamos com todo este hilariante serviço de “apoio” ao cliente, pois já tínhamos contrato com outro operador e tinham acabado de vez os nossos dias Zon... “of a bitch”.

Nota final: Infelizmente, serviços de apoio a cliente como este há muitos e admira-me como “grandes” empresas não tenham ainda percebido que um mau serviço pode provocar uma divulgação viral negativa e que uma boa imagem da empresa leva anos para ser conseguida, mas para uma má imagem bastam apenas alguns minutos. Mas, ainda assim, o que me admira mais é saber que este caso aconteceu a uma associação constituída por docentes, formadores e consultores que são naturais influenciadores das opções de alunos, formandos e empresas. E, se nem com este tipo de cliente a Zon se preocupou, que tratamento darão eles a um cliente particular?!?...

PAULO ANTUNES
sugestao.fordoc@gmail.com
Associação Nacional de Jovens Formadores e Docentes (FORDOC)

Reitor da ULP afirma

“O Porto precisa de novas e boas iniciativas socioculturais”

“Fazer da Universidade Lusófona do Porto uma universidade de peso (também quantitativo) que todos tenham de ter em conta no mundo universitário e na sociedade em geral”, é o principal objectivo de Fernando dos Santos Neves, o novo reitor da Universidade Lusófona do Porto (ULP).

São precisos “novos e bons cursos, novas e boas iniciativas socio-culturais na área metropolitana do Porto, em toda a região Norte de Portugal e em toda a euro-região do Noroeste da Península Ibérica, a qual também engloba a Galiza e alguns arredores”, afirma o reitor da “Lusófona”.

A ULP pretende alargar o leque de cursos a funcionar actualmente. Administração Pública, Regional e Autárquica; Ciência Política e Estudos Eleitorais; Economia; Finanças e Contabilidade; Gestão e Desenvolvimentos dos Recursos Humanos; Informática de Gestão; Segurança, Higiene do Trabalho e Ambiente; Turismo e Gestão de Empresas Tu-

rísticas são alguns dos cursos em fase de viabilização no Ministério e que a instituição de Ensino Superior espera que já entrem em funcionamento no próximo ano lectivo.

Fernando dos Santos Neves foi co-fundador e o primeiro reitor da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias de Lisboa (ULHT). Desde Outubro de 2007 que trocou a reitoria da ULHT pela da ULP por querer “contribuir para que as duas verdadeiras e únicas metrópoles portuguesas, Lisboa e Porto, tenham as universidades Lusófonas possíveis e necessárias para a sua modernização democrática e desenvolvimentista.”, reforça o reitor. Acrescentando que “o ensino, a investigação e a prestação de



Fernando dos Santos é um defensor da implementação de Bolonha nas Universidades.

serviços nos domínios da cultura, ciência e tecnologia, numa perspectiva interdisciplinar, em ordem ao desenvolvimento dos países e povos lusófonos, designadamente no âmbito da euro-região do Noroeste Peninsular” são os principais objectivos da instituição.

O reitor da ULP é um defensor da implementação de Bolonha nas Universidades, sendo que já foi apelidado de o “apóstolo máximo da Declaração de Bolonha em Portugal”. Sobre esta temática publicou “Quem tem medo da ‘Declaração de Bolonha?’ (2005) e “Adimplenda est Bolonia! É preciso cumprir Bolonha!” (2006).

PATRICIA FLORES

O PAI TEÓRICO DA LUSOFONIA

Fernando dos Santos Neves é doutor em Filosofia e em Ciências Sociais Aplicadas na especialidade de Pensamento Contemporâneo e director da Unidade de Estudos e Investigação “Ciência, Tecnologia e Sociedade”; foi professor de Ciências Políticas na Universidade de Paris e na Universidade Nova de Lisboa.

Considerado o pai teórico da lusofonia, Fernando dos Santos Neves publicou, ainda, diversas obras no âmbito dos Estudos Teológicos, Africanos e Lusófonos, dos Movimentos de Libertação e do Ecumenismo Universal.

Como reitor, lidera a Universidade Lusófona do Porto, que é o mais recente projecto de ensino do grupo Lusófona, o maior grupo de ensino privado em Portugal.

A Universidade Lusófona do Porto tem um novo projecto de ensino que beneficia da experiência de mais de vinte anos do grupo Lusófona em todos os países onde se fala a língua portuguesa. Trata-se de um projecto pensado e dimensionado de acordo com as necessidades da região do grande Porto e do Noroeste Peninsular, mas que aponta para os horizontes mais vastos da Lusofonia e da dinamização do conhecimento científico e da cultura em todos os países onde se fala a língua Portuguesa.

O dinamismo do grupo Lusófona é reconhecido pela sua aposta em múltiplas iniciativas e pelo seu investimento permanente no ensino e na investigação como vectores essenciais de desenvolvimento social e económico.

A inovação é também cada vez mais um factor crítico de sucesso e a Universidade Lusófona do Porto. Isso é visível pela qualidade das suas instalações, pela riqueza do seu corpo docente e pela variedade da oferta científica que disponibiliza.

Capgemini cumpre objectivos de crescimento

O Grupo Capgemini, fornecedor de serviços de consultoria, tecnologia e outsourcing, apresentou, no primeiro trimestre de 2008, receitas consolidadas de 2185 milhões de euros, o que representou um aumento de 3,7% face a igual período do ano anterior.

O sector “Professional Services” registou o melhor desempenho por disciplina. A “Outsourcing Services” cresceu 2,9% e as outras disciplinas apresentaram um crescimento médio de 4,1%. Os países nórdicos

e o Sul da Europa (Itália, Espanha e Portugal) foram os que mais cresceram neste trimestre (10%). Na Europa, Benelux obteve um crescimento de 7,6%, a França de 5,3% e o Reino Unido prevê uma diminuição de 4,5% (devido à redução das receitas provenientes do cliente HMRC). A América do Norte obteve um crescimento de 6,1%.

Os resultados estão em conformidade com os objectivos definidos pelo grupo: aumentar as receitas entre 2 a 5%.

Casa Cadaval apresenta novas colheitas ao som dos clássicos

Numa iniciativa inédita, a presidente do conselho de Administração da Casa Cadaval – Investimentos Agrícolas, Teresa Shonborn, recebeu no passado dia 8 de Maio na Quinta da Piedade, em Sintra, um grupo de convidados, que tiveram a oportunidade de provar, em primeira mão, as colheitas de 2005 e 2006 que estão agora a sair para o mercado português e vários outros destinos de exportação. Quatro referências da marca Padre Pedro, o Trincadeira Vinhas Velhas 2006, e o Marquesa de Cadaval 2005 foram acompanhados por excertos de Vivaldi, João de Sousa Carvalho, Ottorino Respighi, Gustav Holst, Bach e Ernest Chausson seleccionados pelo

maestro Nicolay Lalaov, da Orquestra de Câmara de Cascais e Oeiras e pelo enólogo Rui Reguinga.

A Quinta da Piedade está a ligada à realização do festival de Sintra, e é memória da Marquesa Olga Cadaval, avô da actual detentora da Casa Cadaval, que pretendeu homenagear aquela que foi uma das grandes mecenas das artes em Portugal no século XX, através do vinho que leva o seu nome, e que foi produzido pela segunda vez em 2005. Outro dos vinhos destacados pelo responsável de marketing da Casa Cadaval, Pedro Ramos Dias, e pelo responsável pela Viticultura, António Saldanha, é o Trincadeira Vinhas Velhas.

Dia da Libertação dos Impostos evidencia estagnação da consolidação orçamental

Estima-se que o Dia da Libertação dos Impostos (DLI), para o ano de 2008 em Portugal, corresponda ao dia 19 de Maio.

Segundo um estudo elaborado pelo Gabinete de Análise Económica (GANEC), da Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa, ontem apresentado pela Associação Industrial Portuguesa - Confederação Empresarial (AIPCE), sobre o “1º Dia Livre de Impostos” em 2008, conclui-se que, após ter trabalhado 139 dias (mais um dia do que em 2007), o português médio já terá ganho o rendimento suficiente para cumprir as suas obrigações fiscais.

A evolução conjugada deste indicador (mais um dia) com a do Dia da Libertação do Sector Público (DLSP) (mais um dia), a concretizar-se, evidenciará alguma estagnação nos progressos obtidos em matéria de consolidação orçamental.

Tomando a evolução conjunta, nos últimos anos, do DLI (impostos) e DLSP (despesa pública), é possível constatar os progressos obtidos na consolidação orçamental, conseguidos, todavia, predominantemente do lado das receitas. Com efeito, enquanto o DLI subiu sustentadamente logo desde 2004, totalizando um aumento de



11 dias de 2004 a 2007, o DLSP, nesse mesmo período, apenas diminuiu (num total de 8 dias) em dois anos.

O aumento do DLI (iniciado em 2004), conjugado com a diminuição do DLSP, em 2006 e 2007, permitiu uma significativa redução do défice orçamental nos últimos dois anos. Em particular, o bom resultado orçamental de 2007, com um défice abaixo do valor de referência de 3% do PIB, irá permitir muito certamente que a Comissão Europeia e o Conselho encerrem o procedimento dos défices excessivos a que Portugal tem estado sujeito desde 2005.

Porém, no contexto de fraco

crescimento económico esperado para 2008, é de recear uma desaceleração do ritmo de correcção do desequilíbrio das finanças públicas este ano, porventura até uma estagnação.

De notar que a situação orçamental portuguesa não assegura ainda uma margem de segurança suficiente para garantir a não ultrapassagem do limite para o défice, em particular num contexto macroeconómico desfavorável. Deste modo, uma redução do DLI conjugada com uma insuficiente redução do DLSP poderá constituir uma estratégia arriscada.

VIRGÍLIO FERREIRA
virgilio@vidaeconomica.pt



a outra **face** da cidade

Sinalética

Abrigos

Outdoors 8x3

Monopostes 4x3

Av. da Boavista, 1588 - 2º - sala 304 - 4100-115 PORTO - Tel. 225 432 051/52 - Fax 226 003 034 - urbi@face@gmail.com





“O nosso plano de negócio será atingir um maior mercado e, consequentemente, maior sucesso e visibilidade”, afirma Javier Arzac.

Vida Económica - Vem substituir Michael Mesterton, contudo, apenas ficará responsável pela Divisão Hotelaria para Portugal e Espanha. França fica, então, excluída da sua responsabilidade. Porquê esta mudança estrutural?

Javier Arzac – A Bang & Olufsen encontra-se, neste momento, numa fase de plena expansão, estando o segmento da hotelaria luxuosa cada vez mais interessado nos produtos que produzimos. De facto, cobrir um cada vez maior número de potenciais consumidores é o nosso principal objectivo, a nossa meta central. Como tal, temos que nos focar profundamente nas áreas pelas quais somos responsáveis, o que implica, necessariamente, uma equipa maior, com cada membro a tratar o menor número de países possível. Daí a mudança estrutural, que me responsabiliza apenas por dois países: Portugal e Espanha.

VE – Quais as principais alterações que serão efectuadas ?

JA – Não haverá grandes alterações na estratégia por ele, até agora, desenvolvida. Sendo ele, o novo director comercial da Bang & Olufsen para a região Sul-Oeste da Europa, eu reporto-lhe directamente. Assim sendo, desenvolvemos um trabalho em conjunto, onde são seguidas as mesmas estratégias. A modificação mais visível poderá ser, efectivamente, a já relatada atribuição de um menor número de países a cobrir.

VE – E quais serão essas estratégias, que, em conjunto, seguirão este ano?

JA – As estratégias que seguiremos surgem, precisamente, no âmbito da atribuição de um menor número de países a cada responsável: desenvolveremos uma relação mais próxima e mais “íntima” com cada um. Não obstante, ex-

Javier Arzac, responsável pela Divisão de Hotelaria para Portugal e Espanha, adianta

Bang & Olufsen expande negócio a hotéis independentes

“Num par de anos, a Bang & Olufsen terá uma grande lista de hotéis portugueses a usufruir dos seus produtos”, acredita Javier Arzac de la Peña, recentemente nomeado responsável pela Divisão Hotelaria para Portugal e Espanha da empresa. Atingir um maior mercado é o grande objectivo da empresa dinamarquesa para 2008. “Adquirir produtos da B&O não é, efectivamente, tão caro como toda a gente tem em mente. Além disso, os nossos preços são uma garantia de durabilidade”, afirma.

pandiremos o nosso negócio a hotéis independentes. Até ao momento, trabalhávamos, essencialmente, com cadeias internacionais de hotéis.

VE – Alcançar um maior mercado – é essa, então, a grande meta para 2008?

JA – Efectivamente. O nosso plano de negócio – que considero, aliás, bastante agressivo – será, exactamente, atingir um maior mercado e, consequentemente, maior sucesso e visibilidade.

VE – Em Portugal, além dos hotéis Sheraton Lisboa e Colombo’s Resort, que outros hotéis poderão vir a usufruir da vossa tecnologia?

JA – Não gostaria de especular quais seriam especificamente, mas estou confiante que, num par de anos, teremos uma grande lista de hotéis portugueses a usufruir dos produtos da marca. Existem muitos hotéis de 4 e 5 estrelas que, com o intuito de marcarem a diferença, se encontram, neste momento, à procura de produtos similares aos produzidos pela Bang & Olufsen. Não obstante, alguns dos melhores hotéis do mundo, tais como o Marqués de Riscal Luxury Collection, o Alva Park, o Arts, ou os próprios Sheraton Lisboa e Colombo’s resort, já adoptaram os nossos sistemas A/V, usufruindo do nosso design e, obviamente, da nossa brilhante tecnologia. Estou confiante, por isso, que muitos outros hotéis portugueses seguirão o exemplo e, ainda este ano, investirão nos nossos produtos.

VE – Quais as características por eles oferecidas, que os diferenciam positivamente de outros produtos da mesma gama?

JA – Contrariamente à conotação conquistada, que exalta o nosso design – e, obviamente, os nossos preços

–, os elementos diferenciadores dos produtos B&O não são meramente estéticos. A divulgação desta mensagem constitui, inclusive, um dos actuais objectivos da nossa divisão: além do design prodigioso, nós temos a melhor tecnologia existente, sendo líderes na criação de novos conceitos.

VE – Os elevados preços que praticam poderão revelar-se um entrave na conquista das metas traçadas?

JA – Adquirir produtos da B&O não é, efectivamente, tão caro como toda a gente tem em mente. Além disso, os nossos preços são uma garantia de durabilidade. Por exemplo, temos muitos produtos instalados há mais de 15 anos que não só continuam a exibir uma fisionomia moderna e cuidada, como também continuam a trabalhar devidamente, como se fossem novos. Isso significa que os hotéis acabam por realizar investimentos uma vez em muitos anos, o que, definitivamente, se revela uma solução bastante económica.

VE – A Bang & Olufsen conta com o seu próprio guia de hotéis – o Hygge –, no qual consta uma selecção de 40 hotéis em todo o mundo, onde é possível desfrutar dos equipamentos da marca. Consta, nesse guia, algum hotel português?

JA – Na actual versão do guia estão, de facto, apenas 40 hotéis seleccionados, sendo que nenhum deles pertence ao território português. No entanto, será brevemente lançada uma nova versão, que, provavelmente, irá reunir um maior número de entidades e nessa, quem sabe, já constará algum hotel português. Estou convicto que a nossa equipa de marketing terá muita satisfação em publicar todos aqueles que tenham as instalações totais Bang & Olufsen.

SARA NOVAIS

Hospital dos Lusíadas aumenta oferta em Lisboa

O Hospital dos Lusíadas, em Lisboa, abrirá no próximo dia 19 de Maio. A nova unidade da HPP Saúde, Grupo Caixa Geral de Depósitos, representa um investimento global de 85 milhões de euros, e está preparado para atender 50 mil utentes por dia.

Com uma equipa constituída por 220 médicos e 94 enfermeiros, o Hospital dos Lusíadas quer ser “um dos melhores do país”, conforme adiantou o seu presidente, Maldonado Gonelha. Aliás, a reforçar esta ideia, aquele responsável confessou ainda pe-

rante a comunicação social ter ido “buscar os melhores especialistas ao mercado, grande parte deles ao sector público”.

O objectivo é concorrer com os restantes hospitais privados da cidade de Lisboa, nomeadamente, Hospital da Luz, CUF e CUF Descobertas. Contudo, o presidente da nova unidade destaca como vantagens competitivas a “estrutura moder-

na com preocupação de ser funcional, mas sem luxos”, o facto de o hospital estar munido dos equi-

pamentos médicos mais avançados, de contar com um corpo clínico de qualidade, assim como estar dotado para oferecer um serviço de nível superior. Aquele responsável destaca ainda a importância do su-

porte informático utilizado, que já foi testado noutras unidades

do grupo, que estará a funcionar desde o primeiro dia.

As portas do novo hospital abrem no próximo dia 19 de Maio, apesar de estar já a funcionar, desde meados de Fevereiro, com serviços e internamento relacionados com a transferência do Hospital Ortopédico para aquelas instalações.

A nova unidade da HPP Saúde tem capacidade para 20 mil cirurgias, 50 mil diárias e 400 mil consultas por ano. O hospital dispõe de 160 camas, 60 gabinetes de consultas, oito salas de bloco operatório, três salas de bloco de

partos e um hospital de dia médico.

O novo hospital dos Lusíadas é um hospital assente numa infraestrutura moderna, com tecnologia avançada e com uma oferta integrada de cuidados de saúde.

O seu perfil assistencial é generalista. Os meios técnicos disponibilizados, a par da arquitectura dos seus espaços e de uma localização privilegiada em Lisboa, são factores centrais para a qualidade e personalização dos serviços prestados e para a confiança e satisfação dos clientes.

Capacidade para atender 50 mil utentes por dia

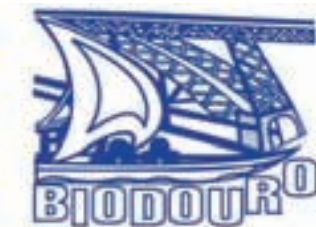


Visite-nos em

WWW.BIODOURO.COM



ORÇAMENTOS GRÁTIS



229 404 025

Porto • Lisboa

Empresa Certificada e Acompanhada por ITEL – Instituto Técnico Espanhol de Limpezas

José António Monteiro, director-geral da DOMP, afirma

Lei das sondagens tem na base pressupostos incorrectos

A Lei das Sondagens (Lei 10/2000, de 21 de Junho) em vigor “foi construída com base em quatro pressupostos que actualmente sabemos estarem incorrectos” – afirma José António Monteiro, director-geral da DOMP – Desenvolvimento Organizacional, Marketing e Publicidade e profissional do sector há mais de vinte anos, em entrevista à “Vida Económica”, dada à margem da sessão-debate sobre “A actual Lei das Sondagens”, realizada recentemente pelo Instituto de Estudos Eleitorais da Universidade Lusófona.

Vida Económica – Porque defende que a Lei das Sondagens em vigor esteja, hoje em dia, obsoleta?

José António Monteiro – Na minha opinião, esta lei foi construída com base em quatro pressupostos que actualmente sabemos estarem incorrectos e passo a enumerá-los. Em primeiro lugar, o conhecimento da intenção de voto, através da publicação de sondagens, não é uma variável preditora da intenção de voto de voto. Ou seja, os efeitos do conhecimento antecipado da intenção de voto em cada um dos partidos anulam-se entre si. Em segundo lugar, alguns dos elementos de apresentação obrigatória na ficha técnica não estão adequados a alguns métodos de amostragem. Em terceiro, não é claro quais os métodos de amostragem permiti-

dos e por último deveria ser mais generalista, de forma a poderem ser utilizadas, livremente, quaisquer das metodologias de amostragem existentes e adequadas ao estudo da intenção de voto.

VE – Segundo as suas próprias palavras, “a actual lei está cheia de lacunas que podem sugerir inúmeras interpretações, e uma lei com muitas interpretações não é uma boa lei”. Porquê?

JAM – A Lei 10/2000 deve ter sido construída com base nas definições contidas no artº 2, alíneas a), b), e c). Respectivamente, definição de inquérito de opinião, sondagem de opinião e amostra. Estas definições, expressas na Lei, não são as mais correctas e não são as que genérica e internacionalmente se utilizam.

Por outro lado, ficar com dúvidas se as alíneas 2) e 3) do artº 4º se aplicam a inquéritos de opinião é, no mínimo, preocupante pois estas alíneas definem regras importantes:

A alínea 2 diz que: “a) As perguntas devem ser formuladas com objectividade, clareza e precisão, sem sugerirem, directa ou indirectamente, o sentido das respostas; b) A amostra deve ser representativa do universo estatístico donde é extraída, nomeadamente quanto à região, dimensão das localidades, idade dos inquiridos, sexo e grau de instrução ou outras variáveis adequadas; c) A interpretação dos resultados brutos deve ser feita de forma a não falsear ou deturpar o resultado da sondagem; d) O período de tempo que decorre entre a realização dos trabalhos de recolha de



“Os partidos políticos deveriam, no seu seio ou fora dele, recolher informação relevante para legislar”, afirma José António Monteiro.

informação e a data da publicação dos resultados pelo órgão de comunicação social deve garantir que os resultados obtidos não se desactualizem, sem prejuízo do disposto no n.º 3 do artigo 10.º”

Já a alínea 3 refere que: “As entidades credenciadas devem garantir que os técnicos que, sob a sua responsabilidade ou por sua conta, realizem sondagens de opinião ou inquéritos e interpretem tecnicamente os resultados obtidos observam os códigos de conduta da profissão internacionalmente reconhecidos”

VE – Que exemplos concretos de “contradições” e “incongruências metodológicas” encontra na referida lei?

JAM – Para além das que acima aflorei tem, de facto, contradições e incongruências segundo

a minha interpretação e para não ser exaustivo bastar-me-á apenas referir que o artº 11º “Realização de sondagens ou inquéritos de opinião em dia de acto eleitoral ou referendário” admite, como se pode ler, a realização de sondagens ou inquéritos de opinião em dia de acto eleitoral ou referendário. No entanto, o art. 16º apenas prevê que a CNE (Comissão Nacional de Eleições) autorize a realização de sondagens. Que entidade autoriza a realização de inquéritos de opinião nestes dias?

VE – Que sugestões sugere?

JAM – Os partidos deveriam, no seu seio ou fora dele, recolher informação relevante para legislar e optar por uma lei mais generalista.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
redacao@vidaeconomica.pt

PUB

FIA World Touring Car Championship

Portugal - Estoril

12-13 Julho 2008

Vamos apoiar o Tiago no Mundial.
Empresas e Público.

BANCADAS GRATUITAS VEJA NO SITE

FORMULA **GT OPEN**

Series partners: YOKOHAMA, Castrol, Motul, STIHL, ATP, VidaEconómica

Main Sponsor: TURISMO DE PORTUGAL

Sponsors: estoril, Cascais, C, FAN, CISION, TALENTO

Promoter: TALENTO

Bilhetes VIP:
Pacotes especiais para empresas e grupos
informações e venda:
TALENTO – Tel.: 21 413 5380 – Fax: 21 412 0553
www.talento.pt – wtcc-portugal@talento.pt

Investimento de quatro milhões

Grupo Pinto Brasil/Divmac constrói nova fábrica em Guimarães

Investimento reforça sector de máquinas e periféricos para a indústria automóvel

O grupo Pinto Brasil/Divmac, empresa produtora de máquinas e periféricos industriais para o sector automóvel, deu início à construção de uma nova unidade produtiva. O projecto está localizado em Guimarães e vai representar um investimento global superior a quatro milhões de euros, numa área de seis mil metros quadrados.

A nova unidade tem como ob-

jectivo, nos seus dois primeiros anos de actividade, receber mais quatro dezenas de trabalhadores, para além dos cerca de 120 que fazem parte da equipa actual. A produção, por seu lado, continuará orientada para o mercado nacional, mas os maiores esforços serão realizados ao nível da internacionalização, em especial no sentido de reforçar a presença da empresas no Norte de África, no Leste Europeu, na Rússia e no Irão.

“A Pinto Brasil – Fábrica de Máquinas Industriais proporcionará a criação de novos meios produtivos e técnico-comerciais, com o objectivo de duplicar a facturação nos próximos três anos, num valor na ordem dos 20 milhões de euros”, de acordo com os promotores deste projecto industrial. “Com data de conclusão prevista para Maio do próximo ano, a nova unidade

será dimensionada com um layout produtivo prático, flexível e com maior operacionalidade, maximizando a rentabilidade dos meios envolvidos”, de acordo com Manuel Pinto Brasil, presidente do conselho de administração do grupo.

A propósito do projecto agora iniciado, acrescenta ainda o empresário: “Utilizando tecnologia de nova geração, suportada por um gabinete técnico orientado para a criação de meios específicos de produção, investigação, desenvolvimento e processos de fabrico, a fábrica de máquinas industriais representará mais uma referência do novo esforço empresarial da empresa, ao mesmo tempo que contribuirá, de forma decisiva, para a dinamização do tecido empresarial da área geográfica de influência.” O grupo tem a sua sede localizada em Guimarães.

Calçado prepara-se para contestar fim dos direitos anti-“dumping”

Perspectivam-se, de novo, tempos difíceis para o sector do calçado. Aproxima-se do fim o prazo dos direitos anti-“dumping” aplicados às importações europeias de calçado de couro proveniente da China e do Vietname. Como permanecem válidos os sinais de concorrência desleal, a APICCAPS considera importante os produtores europeus sensibilizarem a Comissão Europeia para se continuar a regular o comércio mundial.

“Nos dois últimos anos, as importações de calçado proveniente da China e do Vietname registaram um decréscimo em volume de 13,7%, para 251 milhões de pares, no valor de quase 2,4 mil milhões de euros, menos 15%. Os direitos anti-“dumping” introduzidos pela Comissão Europeia parecem estar a surtir os efeitos desejados, contribuindo para um cenário de concorrência internacional saudável”, defende a associação única do sector do calçado.

Face a este cenário, os principais produtores europeus – Espanha, França, Itália, Polónia e Portugal – vão procurar criar uma “vaga de fundo” para que as medidas sejam estendidas no tempo. Até porque os direitos anti-“dumping” foram aprovados por apenas dois anos, quando o período é normalmente de cinco. A associação admite que se tratará de um processo bastante complicado. Para além de uma investigação cuidada a nível internacional, a discussão terá que ser alargada aos restantes países da UE. Ora, é sabido que alguns se opõem a essa possibilidade (sobretudo o Reino Unido e a Holanda).

Considera a associação que é essencial garantir um “comércio livre, justo e equilibrado, pelo que a introdução de direitos anti-“dumping” foi fundamental para regular o comércio mundial, tendo em conta as situações de concorrência desleal que eram cada vez



mais evidentes”. A Comissão Europeia tem o dever de ser firme no combate a práticas que suscitem, de alguma forma, distorcer as regras da concorrência. Aliás, importa notar que as importações europeias de calçado proveniente de outros países, em especial de Macau e da Malásia, cresceram de forma surpreendente nos últimos tempos, o que fez com que as instâncias europeias iniciassem nova investigação.

China perde peso no panorama internacional

Entretanto, outros problemas se colocam. À medida que vão aumentando os custos de produção na China e a regulamentação ambiental começar a ter efeitos práticos, o que implica custos mais elevados para as empresas, a tendência é para a deslocalização para países como a Índia, Birmânia ou Vietname. Aliás, o processo já teve início, com algumas das maiores empresas do sector a transferirem a produção para aqueles mercados.

Também o Vietname se assume como um dos principais pólos de deslocalização das grandes marcas internacionais de calçado. Com efeito, o custo unitário por hora no Vietname apresenta-se como o mais competitivo. No entanto, para já, continuam a verificar-se aspectos mais relevantes do que os custos salariais no que se refere à China. Pelo seu clima de investimento, este país ainda se destaca dos seus concorrentes. Feita a análise, a conclusão a que se chega é que a indústria chinesa de calçado vá perdendo peso no cenário internacional nos próximos anos. Países como a Índia e o Vietname estão atentos e não restam dúvidas que tudo farão para se afirmarem como alternativas.

BREVES

MERCADO IBÉRICO COM MAIOR CRESCIMENTO DA C&A MODAS

O mercado europeu da C&A Modas registou um crescimento de 8,3%, no primeiro trimestre, correspondendo a um volume de negócios de 6,1 mil milhões de euros. A operação portuguesa teve o segundo maior crescimento, com 18,5%, apenas superada pelos 19,3% de Espanha. Perante este cenário, o mercado ibérico tem potencial e será um alvo prioritário de investimento. Os números são reveladores da importância que assumiram as vendas ibéricas. De facto, a facturação da C&A, em Portugal, ascendeu, no primeiro trimestre, a 118,5 milhões de euros, contra os 415 milhões gerados no mercado espanhol. Actualmente, a marca de vestuário possui 31 lojas no mercado nacional, seis das quais especializadas em roupa de criança. Continua a ser feita a aposta no conceito de lojas para toda a família. Ainda não foi revelado se haverá aberturas ao longo do exercício. Certo é que a expansão internacional continua a um ritmo acelerado. Foram abertas mais 125 lojas e a marca entrou nos mercados turco, esloveno e eslovaco. Para o próximo ano está prevista a abertura de 130 novas lojas e a penetração em três novos mercados, designadamente Itália, Roménia e Croácia. A C&A conta com várias marcas próprias, com estilos diferentes.

CIVIGAL INVESTE NO MERCADO ANGOLANO

A Civigal decidiu reforçar a sua posição no mercado da construção civil em Angola, país onde já detém obras que lhe irão assegurar, este ano, uma facturação na ordem dos 15 milhões de dólares. No ano passado foi constituída uma empresa de direito angolano, altura em que foi dado início ao processo de expansão. O grupo pretende dar continuidade ao projecto, por via do desenvolvimento de investimentos em diversas áreas de actividade. Para tal, conta com a Civitec, através da qual pretende abrir uma fábrica de estruturas pré-fabricadas em betão e uma central de betão pronto. Já com a Civimo, a intenção é desenvolver a área da promoção imobiliária. A Civirent também está presente no mercado angolano, desta feita no equipamento de aluguer para o sector da construção civil. Mas a empresa não deixa de dar atenção ao mercado nacional. Em curso tem várias obras, com destaque para a construção de edifícios de apartamentos e moradias no empreendimento de luxo Campo Real, localizado em Torres Vedras. No ano passado, a Civigal obteve um crescimento de mais de 22% na facturação, face ao exercício anterior. As previsões para o presente exercício são bastante optimistas.

HOERMANN PORTUGAL EQUIPA FÁBRICA DA IKEA

A cadeia sueca IKEA escolheu a Hoermann Portugal para equipar a sua primeira fábrica de mobiliário e acessórios domésticos em território nacional, localizada em Paços de Ferreira. É mais um passo importante para a empresa de automatismos, no sentido de expandir a actividade ao mais diferente tipo de sectores. Passa a estar presente nas áreas da construção, da indústria e do retalho. O negócio entre as duas empresas implicou a instalação de soluções dirigidas para as áreas da logística e do armazenamento, num total de 30 portas seccionais industriais e dez sistemas de carga, constituídos por túnel, fole de estanquicidade e nivelador de cais. Para a Hoermann abrem-se novas oportunidades numa área de negócio bastante exigente, com características muito próprias.

HABISERVE ENTRA NA REABILITAÇÃO URBANA

A Habiserve optou por entrar numa nova área de actuação, tendo em conta a necessidade de diversificação do negócio. Surge assim a Habiserve Reabilitação, assumindo-se como a primeira empresa a intervir, com dimensão, no centro da cidade do Porto. A nova empresa actua na promoção imobiliária, vocacionadea para a reabilitação de edifícios com interesse arquitectónico, sobretudo nos centros urbanos do Porto e Lisboa. No âmbito da reabilitação urbana, o investimento da marca Habiserve vai representar, em quatro anos, mais de cinco milhões de euros. O produto pretende ser inovador, destinado a um público jovem, com soluções de design de mobiliário que fazem parte integrante do imóvel, tornam os apartamentos versáteis, podendo funcionar, simultaneamente, como habitação e atelier.

Cofina pede uma indemnização de cinco milhões a João Marcelino, ex-director do “Correio da Manhã”

&ÓcioNegócios

Por detrás da Finertec, que domina a construtora do Tâmega, estão capitais angolanos

Dinheiro I

A última revista da Unicer é dedicada ao dinheiro. E surpreende até com uma iniciativa que bem poderia ser adoptada por diários, semanários e afins, cada vez mais destinados a servirem de embrulho a DVD, de produtos de cozinha, marroquinaria e afins. Num primeiro momento, os jornais começaram por vender livros e DVD, engrossando as receitas e conseguindo ganhar dinheiro à custa do novo negócio.

Agora, oferecem esses produtos que representam mais custos, mas impulsionam as vendas e audiências. Será que esse esforço se reflecte nas receitas de publicidade? Em geral, cada operação de DVD à borla custa um milhão de euros à empresa jorna-

lística. Bem, mas a Unicer vai mais longe. A sua revista oferece um euro a sério. Dinheiro vivo. Para quê oferecer um livro que o leitor não aprecie? O melhor é dar-lhe um euro para ele comprar o livro de bolso a seu gosto. Uma campanha destas, devidamente patrocinada por um banco, poderia revelar-se um sucesso. Todavia, no caso da Unicer, a intenção é filantrópica e não comercial. Como explica a cervejeira, a moeda de euro incrustada é uma parte dos 10 mil euros destinados à Associação Acreditar. A Unicer avisa que deve ser retirada e entregue à Associação. E, já agora, apela a que a generosidade do leitor faça com que a moeda se multiplique e floresça.



Dinheiro II

Voltando à revista da Unicer, há um título que é impossível ignorar: 179.629,02. Com este número, um jor-



nalista que saiu há três meses do “Expres- so” convoca a atenção dos leitores para o

artigo sobre dinheiro. O título revela o valor da indemnização que recebeu da Sojornal, para deixar o “Expresso” e se poder transferir para outro jornal.

Mas a peça contém outros números corajosos. Por exemplo, o autor receberá 600 euros pelo artigo que a Unicer lhe encomendou. Por exemplo, Salter Cid, reformado aos 53 anos, recebe por ano 200 mil euros da PT. Já modelo Soraia Chaves cobra 3500 euros por aparição num evento, multiplicando por sete o “cachet” de Cinha Jardim.

Num momento em que o Fisco quer tornar os recém-casados em denuncian- tes, bem poderia aproveitar estes nú- meros, pegar nas revistas cor-de-rosa e inspecionar no sossego dos gabinetes os protagonistas, avaliando se as decla- rações fiscais de actrizes, modelos e afins são compatíveis com os “cachets” que co- bram por esse país fora.

Escala

Se um pessimista é um optimista bem informado, Daniel Bessa é um bom exem- plo de pessimista. É tudo uma questão de escala e de dose. Ele reconhece que na economia portuguesa há coisas novas e boas que es- tão a correr bem.

O problema é que estas coi- sas novas e promissoras, em matéria de produtos e mer- cados, andam devagarinho, estão atrasadas e têm uma di- mensão reduzida, enquanto as más correm bem depressa

Em resumo, os seus ganhos e benefícios não compensam as perdas de produtos e mer- cados que se registam no seg- mento mais tradicional.

É neste dilema que a econo- mia lusa balança. Se as vanta- gens emergentes crescerem e

fortificarem, é possível que um destes dias possam compensar as perdas que se regis- tam na ala mais tradicional da indústria.



O QUE SE DIZ

INDEMNIZAÇÃO



Nos negócios, uma acção judicial de cinco milhões de euros pode ser vulgar. Mas, se o alvo de uma indemnização des- tas for um ex-director de um jornal, já o caso se revela invulgar. No entanto, é este

o valor que a Cofina pede a João Marce- lino, o director que trocou o “Correio da Manhã” pelo “Diário de Notícias”, do grupo de Joaquim Oliveira. A Cofina es- grime cláusulas do contrato que assinara com Marcelino, como a que o impedia de entrar de imediato num órgão da concor- rência. Além disso, Marcelino estaria im- pedido de “aliciar” os seus colaboradores do “Correio da Manhã” que também se transferiram para o DN. Este aliciamento será, todavia, difícil de provar em tribu- nal. Marcelino tem também acções contra o seu antigo patrão.

ZON REGRESSA

Depois de confirmada, a aliança entre a Zon, Cofina e Controlinveste (Joaquim Oliveira) para o quinto canal, o mercado já traça um novo cenário para o sector dos media. O novo quadro passa pelo regres- so da Zon (ex- PTM) aos jornais. Como? Através da aquisição do grupo de Joaquim Oliveira. O empresário já é um accionis- ta de referência da Zon e seu parceiro na

SportTv, receberia uma participação no grupo em troca da Controlinveste. Como as avaliações não envolvem dinheiro e ape- nas troca de acções, o negócio será mais fácil de fechar. Oliveira livrava-se assim de um segmento que tarda em libertar lucros para amortizar a dívida que contraiu no BCP para pagar os 300 milhões de euros pela Lusomundo à PT.

ANGOLA ATACA



poderoso grupo para intervir nos mer- cados português e africano de energia, construção e obras públicas. Apesar de minoritária, a Finertec já terá injectado na Tâmega uns 15 milhões para financiar o seu plano de investimentos. No total, a operação Tâmega vai envolver uns 70 milhões ao grupo luso-angolano.

O impasse accionista em torno da Construtora do Tâmega já tinha solução à vista, antes mesmo de a CMVM deter- minar o lançamento de uma OPA obri- gatória. A Finertec já interiorizara que teria de comprar a totalidade das acções da construtora, com especial exposição nos mercados da Madeira e Angola. Por detrás da Finertec surge um grupo de ca- pitais angolanos, liderado por José Brás da Silva. O empresário tem negócios nos sectores energético, imobiliário e finan- ceiro, através do Banco Fiduciário Inter- nacional, registado em Cabo Verde. Atra- vés da Finertec (ex-Mello) e da Tâmega, da família Fonseca, ambiciona criar um

GRUPO PARLAMENTAR

A actual corrida no PSD serve para de- cidir quem defrontará José Sócrates nas legislativas de 2009, mas igualmente qual a facção do partido que elaborará as listas de deputados.

É uma conclusão óbvia, mas que nem sempre se valoriza para se perceber as mo-

vimentações e apoios que marcam a vida do PSD. O futuro presidente pode ser derrotado, até removido do cargo, mas os deputados permanecerão inamovíveis durante quatro anos. As facções e as bases que escolhem o líder são sensíveis a este facto.

Green Project Awards 2008

Premiar a defesa do ambiente

Numa altura em que se fala cada vez mais nas alterações climáticas e suas consequências para a economia mundial, há que reconhecer quem já actua nessa área e, simultaneamente, incentivar os que ainda não pensaram no assunto. Foi assim que nasceram os Green Project Awards, fruto de uma parceria entre a GCI; o Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do desenvolvimento Regional; a Agência Portuguesa do Ambiente; e a Quercus. O objectivo é reconhecer, publicamente, trabalhos realizados na área do Ambiente e da Sustentabilidade.

E isto é ainda mais importante porque o custo de não fazer nada é muito superior aos prejuízos já sentidos. Segundo o estudo “Is your brand at risk from climate change?”, da Carbon Trust, e no Rei-

no Unido, o valor ronda os 20 mil milhões de libras (cerca de 27 mil milhões de euros) para apenas seis sectores de actividade: aviação, produção de alimentos e bebidas, petróleo e gás, banca, telecomunicaçãoe, e comércio alimentar.

O prémio criado pretende, numa primeira fase, ser o mais abrangente possível. Aborda quatro categorias, onde se incluem os projectos já realizados, estudos efectuados e, pela primeira vez, a comunicação. Porque o que se pretende é premiar as boas práticas e incentivar à sua massificação.

Período de inscrição: 23 de Abril a 12 de Setembro. Avaliação de candidaturas: 15 de Setembro a 31 de Outubro. Mais informações em: www.green-projectawards.pt

ALEXANDRA COSTA
alexandracosta@vidaeconomica.pt

O prémio criado pretende ser o mais abrangente possível

SPV apoia Laço

A Sociedade Ponto Verde aliou-se à Laço numa campanha contra o cancro que mata mais mulheres em Portugal.

A parceria entre as duas entidades tem o feliz nome de “2 causas por 1 causa” e pretende aliar a reciclagem à prevenção do cancro da mama. Por outras palavras, o ambiente e as mulheres portuguesas serão os dois grandes beneficiados. Sempre que reciclar estará a contribuir para esta campanha. Por cada tonelada de material reciclado, recolhido em 2008 nos ecopontos e porta-à-porta, a Sociedade Ponto Verde (SPV) contribui com 1,5 euros. O objectivo é angariar 400 mil euros, que serão utilizados na aquisição de duas unidades de rastreio móvel. Que, segundo a Laço, permitirão rastrear mais de 20 mil mulheres anualmente.

A campanha decorre até Setembro deste ano, tendo sido desenvolvida pela TBWA.

ALEXANDRA COSTA
alexandracosta@vidaeconomica.pt

Rock in Rio-Lisboa com certificação verde

A edição de 2008 do Rock in Rio-Lisboa foi a primeira a aderir ao projecto da Sociedade Ponto Verde (SPV), entidade responsável pela gestão de resíduos de embalagens (RE) em Portugal, que lançou recentemente o desafio 100R® . Este destina-se a certificar eventos, espectáculos ou espaços comerciais com uma «garantia ponto verde» de que os resíduos de embalagens gerados nesses locais são, posteriormente, encaminhados correctamente para reciclagem.

A associação do festival de música à marca 100R® garante assim que o evento encaminha correctamente os seus resíduos, sendo o Rock in Rio-Lisboa 2008 a rampa de lançamento do projecto.

CARINA BORGES
redacao@vidaeconomica.pt

LIVROS

A TRIBUTAÇÃO DO PATRIMÓNIO

A segunda edição da obra “A tributação do património” representa a reposição de uma outra publicada sob o título genérico “Reforma da tributação do património”, apresentando, entre outros diplomas legais, os três códigos – CIMI, VIMT e CIS – com novas notas remissivas, que tornarão mais fácil aos seus utilizadores o conhecimento em relação a cada um dos artigos, seus números e alíneas, de todos os outros dispositivos legais que lhes estão associados.

Quando o utilizador consulta uma alínea, um número ou artigo, pode tomar conhecimento dos outros dispositivos legais insertos nos códigos que deve consultar. São ainda inseridas normas relativas aos benefícios fiscais e relacionadas com o contencioso tributário, para além de diversas portarias no âmbito da tributação do património. No final é possível encontrar índices sistemáticos, alfabéticos e remissivos. Esta é mais uma publicação do grupo editorial Vida Económica. A obra, da autoria de Carlos Rodrigues, António Oliveira e Nuno Miranda, está disponível por 17 euros, num total de 720 páginas.



GUIA DO DIREITO IMOBILIÁRIO

Está-se perante o segundo volume de um guia que é constituído por seis. Neste caso, são objecto de análise por parte da Raposo Subtil & Associados os temas relacionados com os contratos relativos aos direitos de uso e gozo.

Os temas são o arrendamento urbano, a cedência e a utilização de loja, o comodato, a locação financeira imobiliária, o direito real de habitação própria e os direitos de usufruto, uso e habitação. A abordagem aos temas desenvolve-se em cinco vertentes, designadamente o âmbito, o quadro legal, comentários, minutas e formulários e jurisprudência relevante.

No final do livro, enquanto anexo, são reproduzidas as disposições legais citadas mais relevantes, de forma a facilitar a compreensão das matérias.

A publicação é da Vida Económica, a obra tem 664 páginas e está disponível por 26,66 euros.

BREVES

ECONOMIA INDIANA NO TRILHO DO SUCESSO

A economia indiana é a já a quinta maior do mundo e continua em crescimento. Foi com este fundamento que se realizou a conferência “O que faz correr a Tata?”, uma multinacional indiana cuja actividade correspon-

de a 3,2% do PIB do país. Nos últimos anos, as empresas de países emergentes, como a Índia, superaram todos os problemas e hoje são suficientemente grandes e competitivas para crescer fora dos seus próprios países”, refere o vice-presidente da Tata Consultancy Services – TCS, Jayant V. Pendharkar. A empresa pretende entrar em África, na Ásia e na Europa, usando o fenómeno da globalização como uma alavanca para o trabalho. Após a compra da marca de chá Tetley’s e da Corus, empresa siderúrgica inglesa, a Tata adquiriu a Jaguar e a Land Rover. Presente em 80 países e com quase 300 mil empregados, a Tata destaca-se também por ter adoptado medidas como a jornada de trabalho de oito horas e a licença de maternidade antes dos seus parceiros ocidentais, e por dedicar 60% dos lucros a projectos sociais. O forte mercado interno e a população de 1,1 mil milhões de pessoas promete fazer da Índia um mercado de grande sucesso.

FUNDAÇÃO ORIENTE INVESTE 20 MILHÕES EM MUSEU

No ano em que comemora vinte anos de existência, a Fundação Oriente, criada e dirigida por Carlos Monjardino, inaugura o Museu do Oriente, um espaço que se pretende “de excelência no contexto cultural portu-

gues”.

Com um investimento que ultrapassa os vinte milhões de euros, divididos entre a aquisição do espaço (os antigos armazéns frigoríficos da Av. Brasília, em Lisboa) e as obras de adaptação, “que levaram a maior fatia do investimento”, conforme confessou à “Vida Económica” Carlos Monjardino, o Museu abriu as portas ao público ontem, numa cerimónia dirigida pelo Presidente da República, Cavaco Silva.

O espaço conta com 1400 peças alusivas à presença portuguesa na Ásia e 650 pertencentes à colecção Kwok On, em exposição permanente. A juntar a estas, o Museu conta ainda com 1250 peças artísticas e documentais pertencentes a vários museus e outras instituições culturais, cujo empréstimo ou depósito lhe foi confiado. Em exposição durante o primeiro ano estarão também quatro peças da colecção pessoal de Joe Berardo cedidas pelo próprio.

PROMULGAÇÃO DO TRATADO DE LISBOA ASSINALA DIA DA EUROPA

Foi no dia 9 de Maio de 1950. O então ministro dos negócios estrangeiros francês, Robert Schuman, anunciava as bases daquilo que viria a ser o processo de integração e unificação europeia.

Nasceu a Europa. Hoje, 58 anos depois - e já com 27 países associados - celebrou-se mais uma vez a data. Em Portugal, o dia ficou simbolicamente marcado pela promulgação do Tratado de Lisboa, pelo Presidente da República, Cavaco Silva. Com a assinatura de Cavaco Silva passam a ser 13 os países da UE que ratificaram o documento, faltando ainda os restantes 14 para que o documento entre em vigor. Caso o “não” saia vencedor, a Comissão Europeia (CE) não tem nenhuma alternativa pensada e o Tratado de Lisboa ficará sem efeito, informou o presidente da CE, Durão Barroso.

No Porto, foram muitos os cartazes e muppies evocativos do Dia da Europa que estiveram espalhados pela cidade. No gabinete do município da Câmara Municipal do Porto os folhetins com informação sobre a UE esgotaram. Na escola secundária Carolina de Michaelis promoveu-se um debate à volta do Ano Europeu do Diálogo Intercultural 2008.

“VISCONDE DE BORBA” MEDALHADO EM BRUXELAS

O vinho Visconde Borba Reserva 2005 (do produtor Marcolino Sebo, da sub-região de Borba, Alentejo) ganhou uma Grande Medalha de Ouro no Concurso Mundial de Bruxelas 2008 (www.concoursmondial.be), em que participaram seis vinhos de todo o mundo. Foram atribuídas no concurso apenas 58 Grandes Medalhas de Ouro, das quais apenas cinco a vinhos portugueses.

Já em 2006 o Visconde de Borba Reserva 2003 (primeira colheita) obteve quatro medalhas em concursos internacionais: duas de ouro (Vinalies 2006 - França, e Concours Mondial de Bruxelles 2006), uma de prata (Challenge International du Vin 2006 – França) e uma de bronze (International Wine Challenge 2006 – Reino Unido).

Antigo e destacado sócio da Adega Cooperativa de Borba, Marcolino Sebo tem 130 hectares de vinha, capacidade de armazenagem de 1,5 milhões de litros e produz cerca de 700 mil litros anualmente. Exporta para 13 países de todo mundo, a que destina 20% da produção.



BOLSA DE OPORTUNIDADES

Especialistas na Compra e Venda de Empresas.

CONTACTE-NOS:

707 200 297

www.nbbrokers.com

NBB

National Business Brokers

Selling Businesses Confidentially

OPORTUNIDADE DE VENDA DE EMPRESAS

NORTE

Empresa de Transportes Nacionais e Internacionais de Mercadorias sedeada no Norte de País. Especializada na área dos perecíveis; clientes fidelizados. Vol. Vendas 2006: € 5.700.000. Ref. PT 003 HB 031 0506

Hotel 4 Estrelas – Charme e Requite no Norte de Portugal. Unidade com 58 quartos e suites, piscina, dois restaurantes, campo de ténis, auditório, entre outras facilidades. Hotel de charme e requinte. Preço pedido: € 7.000.000. Ref. PT 0004 MC 025 0505

Parafarmácia – Norte Litoral. Comercialização de produtos para fins hospitalares e para

farmácias, comércio de produtos dietéticos. Empresa localizada em Braga, financeiramente saudável, com vasta carteira de clientes. Com bom potencial de crescimento e diversificação. Preço pedido: € 550.000. Ref. PT 004 MC 034 0306

Empresa de Transporte Rodoviário de Mercadorias com Líder no Mercado Ibérico. Clientes directos, nacionais e estrangeiros (nicho de mercado na Península Ibérica). Preço pedido: € 9.000.000. REF. PT 004 MC 020 0604

Empresa de Injecção de plásticos, líder de mercado. REF. PT 0011 RMI 0005 0507

GRANDE PORTO

Empresa de Distribuição, Operadora Logística e Transporte de Bebidas. Actividade com crescimentos significativos. Exclusividade em zonas de actuação geográfica. Cliente “Trade On” e “Trade Off”. Vol. Vendas: € 10.000.000. Valor transacção: € 8.500.000. REF. PT 0004 MC 038 1006

Berçário, Infantilário e ATL – Actividades de Tempos Livres, no Grande Porto. Em funcionamento, licenciado e com imóvel. Bem localizado e equipado e bonito espaço exterior. Excelente qualidade dos serviços. Baixa estrutura de custos. Excelente Negócio. Preço Pedido: € 600.000. REF. PT 004 MC 035 0506

Empresa concessionária de duas marcas de automóveis, com experiência de mais de duas décadas e líderes no mercado em que actua. 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

Empresa especializada na Fabricação e Comercialização de Produtos de Descanso/Colchoaria. Isolada no mercado no que se refere ao seu produto de maior valor. Vendas para Portugal e Espanha: € 2.250.000. REF. PT 005 PR 015 0906

Restaurante com ambiente acolhedor e sofisticado onde predominam o requinte e a qualidade dos seus serviços. Envolvido por uma imagem histórica, onde é conjugada a tradição com conceitos inovadores, o restaurante fornece o espaço ideal para a realização de um elevado leque de eventos. Vendas: € 900.000. REF. PT 005 PR 013 0606

CENTRO

Transformação de Mármore, Granitos e Calcários (Nacionais e Estrangeiros). Especialmente vocacionada para o fornecimento de materiais para a indústria da construção civil. REF. PT 003 HBE 0045 0107

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

Indústria de Moldes e Protótipos Para Plásticos. Empresa industrial do sector dos moldes para componentes plásticos para utilização predominante no sector automóvel. Preço pedido: € 4.500.000. REF. PT 0014 VFE 0012 0907

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

Loja em centro de Cidade. Serviços de comércio a retalho de vestuário. REF. PT 0014 VFE 0004 04 07

Restaurante no Centro de Cidade. Preço pedido: € 500.000. REF. PT 0014 VFE 0022 0108

Clínica Fisiátrica – Região Centro Interior. Preço sob Pedido. REF. PT 0017 MMO 0006 0907

Fundição manual de metais não ferrosos, peças destinadas a aplicações em louças e outros, ferragens para a construção civil. Ferragens para a construção civil. Preço sob Pedido. REF. PT 0017 MMO 0006 0907

LISBOA E VALE DO TEJO

Centro de Imagiologia / Radiologia. Localização privilegiada em Lisboa. Convenções com várias entidades públicas e privadas. Experiência e reputação no mercado. Facturação superior a € 2.000.000. REF. PT 004 MC 042 0107

Importação e comercialização de equipamentos para distribuição de gás canalizado e água. Venda de participação em sociedade anónima. Empresa consolidada, financeiramente equilibrada. Estrutura de custos muito leve. Não tem endividamento bancário. Preço pedido: € 575.000,00. REF. PT 004 MC 033 02 06

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

Grossista de vinhos e bebidas alcoólicas, com marca própria, vocacionada para a importação e distribuição de grandes marcas nacionais e estrangeiras, com contrato com as principais grandes superfícies (Distribuição moderna). REF. PT 0009 JCL 0030 1207

Empresa de prestação de serviços ao domicílio, líder de mercado, situada em Lisboa. Preço pedido: € 250.000. REF. PT 0009 JCL 0010 1007

SUL

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

Boa carteira de Clientes na região do Alentejo (Capital de Distrito). REF. PT 0009 JCL 0033 0508

SERVIÇOS E PRODUTOS PARA EMPRESAS

Sociedade Industrial de Cucujães, S.A.

Fabrico nacional de **Parques Infantis Mobiliário Urbano**

Edifício Rainha, Piso -1, loja 3C
3720-232 Oliveira de Azeméis

SOINCA
Desde 1946
Telef. - 256 600 260
Fax- 256 600 269
www.soinca.pt
soinca@soinca.pt

TaskForce
O seu software está preparado para o SAF-T PT?
Não corra riscos desnecessários.
Tel. 351 229 745 359 • Email. geral@taskforce.pt
www.taskforce.pt

GAMAfer
GASES INDUSTRIAIS, MÁQUINAS E FERRAMENTAS, LDA
• Comércio de Máquinas e Ferramentas para Oficinas Auto e Serralharias
• Agente GASIN – Gases Ind. Medicinais e Enologia
Tel. 259 309 690 • Fax. 259 309 699
e-mail: gamaferlda@sapo.pt • www.gamafer.com
BAIRRO DAS FLORES 5000-061 VILA REAL

Metalurgica do Tamega

Fabricamos centrais de britagem e lavagem de inertes

4600 – 596 Fregim • Amarante – Portugal
Tel. 255 432988 Fax 255 432356
www.metalurgicadotamega.com

URMI
Unidade de Reparações de Máquinas Industriais, SA
• Reparação de máquinas industriais
• Fabricação de acessórios: engrenhos, buchas, braços de rigidez, suportes de montagem, mangueiras
Tel. 2100000
Fax. 2100000
www.urmi.pt

PUB

Norte deve desenvolver turismo de negócios ligados à saúde

Turismo

Comissão Europeia manda reavaliar impacto ambiental de projectos PIN



O ritmo de crescimento turístico que a região Norte vem registando nos últimos anos, por vezes acima dos objectivos fixados no PENT, poderá não continuar nos próximos anos, alertou Carlos Lage, presidente da CCDR-N. Para além de “termos partido de uma base inicial de crescimento muito baixa”, o turismo “era residual e ignorava-se a si próprio”.

Por outro lado, mesmo que assinalando uma subida do número de dormidas “acima dos objectivos do PENT, os proveitos não ultrapassaram” essas perspectivas, revelou Luís Patrão, presidente do Turismo de Portugal, para quem a região deve apostar “na atracção externa” como forma de garantir o desejado aumento anual médio “superior a 10% nos proveitos”.

Estas foram algumas das con-

clusões retiradas da conferência «Turismo & Desenvolvimento Regional 2007-2013», promovida pela CCDR-N. Refira-se que as metas previstas no PENT até 2015 envolvem um crescimento médio anual de 8,5% para o número de dormidas de estrangeiros, sendo mais acelerado até 2009 (10,8%/ano) e abrandando até aos 7% no final desse período. Para as dormidas nacionais, a previsão é de um crescimento de 2,9%/ano.

Os objectivos prevêem ainda um crescimento médio anual dos proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros de 11% até 2015, sendo de 12,5% até 2009 e um pouco mais de 10%/ano a partir daí. Constata-se assim que, a partir de 2009, o plano nacional de turismo prevê a desaceleração do turismo regional.

O pólo do Porto é aquele com maior capacidade atractiva e de retorno

Região dispõe de 100 milhões até 2013

Na perspectiva de Carlos Lage, “o turismo tende a ser encarado como uma actividade que se substitui a outras em declínio, próprias de um mundo rural. No caso do Norte, é assim”. Destacando a sua variedade turística, que vai desde “o oceano ao Vale do Douro”, este responsável re-

EM DESTAQUE

Turismo de negócios é segmento a desenvolver

O turismo de negócios constitui uma vertente indispensável na estratégia de desenvolvimento regional. Segundo a CCDR-N, o sector da Medicina é aquele que proporciona mais viagens no âmbito deste produto. E se, a nível nacional, Lisboa ocupa a 5ª posição num ranking de cidades europeias, o Porto obtém o 35º posto. Desta forma, colar a imagem da cidade como centro pioneiro de investigação de tecnologias da saúde e, ao mesmo tempo, como «cidade do trabalho», são alguns dos passos a dar.

Luís Patrão referiu a necessidade de “concentração de feiras e certames realizados no Norte, à semelhança do que aconteceu em Lisboa”. Neste segmento, disse, “as palavras chave são co-ope-ração, partilha de interesses e novas tecnologias”. A promoção de congressos será assim prioritária, aproveitando alguns recursos disponíveis, como a Exponor, Palácio da Bolsa, Pavilhão Rosa Mota (reformulado e reconvertido num grande Centro de Congressos regional), Serralves ou Europarque. Falta, contudo, uma oferta hoteleira variada e qualificada, bem como o reforço na promoção e marketing do segmento.

feriu ainda que “o pólo do Porto é aquele com maior capacidade atractiva e de retorno, e daí a sua autonomização” no quadro da nova região de turismo. Outra “novidade nesta estratégia foi a disponibilização de um envelope de fundos estruturais de 100 milhões de euros até 2013”.

O presidente do Turismo de Portugal destacou o desempenho da região, que só em 2007 arrecadou 207 milhões de euros em receitas e apontou mais-valias competitivas: “A região reúne a maior parte do património classificado pela UNESCO em Portugal”, pelo que deve existir o “reforço da importância do Porto e Douro”. Porém, “é no vinho e na gastronomia que se encontram as grandes virtudes da região, com grande diversidade, que vai desde os vinhos do Porto

aos vinhos verdes”. A diferenciação de destinos joga-se ainda em outros patamares por explorar, dos quais nomeou “a grande festa popular da cidade que é o S. João”.

Norte adere ao SMED

A utilização de ferramentas sistémicas no desenvolvimento do turismo foi defendida por André Vallerand, presidente do Centro Mundial de Destinos de Excelência (CED), sustentando que o Sistema para Medição da Excelência e Destinos (SMED) pode “modelar e desenvolver o destino, através da sectorização de políticas de marketing e mercados”. Foi nesse sentido que o Governo português e o CED assinaram um protocolo que junta o Norte a este sistema que procura a excelência.

UE detecta deficiências nas avaliações de impacto ambiental em projectos PIN

A Comissão Europeia vai enviar um primeiro aviso escrito (cartas de notificação por incumprimento) a Portugal por não ter tomado medidas suficientes para proteger a natureza. Em causa está a autorização dada aos projectos PIN de complexos turísticos em zonas protegidas dos concelhos de Grândola e Alcácer do Sal.

Foi enviado um primeiro aviso escrito a Portugal por casos distintos em que as avaliações de impacto ambiental para projectos infra-estruturais apresentam graves deficiências. O processo tem a ver com as autorizações concedidas, segundo um procedimento acelerado, a complexos turísticos – Costa Terra, Herdade do Pi-

nheirinho e Herdade da Comporta – no Sítio de Importância Comunitária (SIC) ‘Comporta/Galé’, na região de Grândola e Alcácer do Sal.

Os complexos abrangem quase 1200 hectares e incluem seis campos de golfe, 21 aldeamentos turísticos, 660 moradias e 21 hotéis, representando um total de mais de 16 000 camas. A Comissão concluiu que, embora tivessem sido efectuadas avaliações de impacto para estes projectos, tais avaliações não foram correctas, uma vez que descuraram os impactos negativos dos projectos nos habitats e espécies prioritários do SIC, não avaliaram os impactos cumulativos dos diversos projectos nem os

impactos cumulativos com outros projectos previstos para o mesmo sítio, além de não terem analisado devidamente soluções alternativas.

Recorde-se que ambos os projectos se encontravam há muito em “stand-by” por questões ambientais, até que o actual Governo desbloqueou ambos os processos debaixo do guarda-chuva legislativa proporcionado pelos Projectos de Interesse Nacional (PIN). O Governo tem agora dois meses para cumprir as recomendações da Comissão ou explicar as suas razões em parecer fundamentado.

Ecoturismo pode render 340 milhões ao Norte

O turismo com base nas potencialidades naturais do país é o caminho que Portugal deve seguir na sua estratégia de desenvolvimento turístico. Quem o afirma é Jack Soifer, consultor e ‘business angel’, para quem tanto a região do Alto Douro como do Minho poderão representar um volume de vendas na ordem dos 340 milhões de euros anuais. No seu livro «Empreender Turismo de Natureza», Soifer apela à inovação na captação de turistas de qualidade, com elevado poder de compra. Este consultor defende que “projectos de grande valor ambiental e actividades de contacto com a natureza são a chave para o desenvolvimento”, ao contrário do que aconteceu no Algarve.

Amadeus lança Worldwide Commission Manager

A Amadeus assinou um acordo com 60 cadeias hoteleiras em todo o mundo, que prevê a utilização do sistema Amadeus Worldwide Commission Manager (WCM). Esta solução foi lançada em França na sequência do sucesso que a empresa afirmou obter com o projecto piloto internacional, segundo o qual mais de 20 mil hoteleiras subscreveram esta solução, que está disponível actualmente em todas as 4400 agências de viagens em França.

O Worldwide Commission Manager (WCM) é um instrumento informático que facilita a monitorização das comissões hoteleiras às agências de viagens, ao oferecer aos agentes de viagens um único ponto de informação “online” onde estes podem visualizar as reservas de hotéis e o estado dos pagamentos das comissões.

O WCM monitoriza o progresso dos pagamentos resultantes das reservas hoteleiras, independentemente do sistema de pagamento de comissões utilizado por cada unidade hoteleira. Esta ferramenta não tem qualquer custo de implementação tecnológica, de manutenção ou despesas, e permite uma visão global de confiança relativamente ao processo de pagamento de comissões, para todos os hotéis integrados no sistema Amadeus.

Esta ferramenta permite uma visão global de confiança ao processo de pagamento de comissões, para todos os hotéis integrados no sistema Amadeus

Ferramenta possibilita redução de custos

A Turangra - Viagens e Turismo adoptou o sistema da Amadeus, com o objectivo de melhorar o seu desempenho e desenvolver novos projectos em conjunto. A agência, especializada nos Açores, pretende um parceiro tecnológico que acompanhe os projectos de informação que está a desenvolver neste momento.

A Amadeus elaborou um plano das necessidades da agência para que em 45 dias toda a empresa esteja apta a trabalhar com este sistema. A principal vantagem de que a Turangra beneficia com esta parceria, refere em comunicado, prende-se com a sua localização geográfica, uma vez que o sistema Amadeus vai permitir uma interacção mais dinâmica da companhia regional e uma melhor ligação via web com os seus canais de distribuição.

Segundo Mário Ponticelli, Country Manager da Amadeus Portugal, este sistema possibilita “a redução de custos, difusão de informação diária sobre as empresas e ao aumento da eficiência da comunicação entre departamentos, vantagens que constituem uma mais valia evidente para as agências”.

HERITAGE E LA SPA SHISEIDO FIRMAM PARCERIA

Os hotéis Heritage Lisboa e o LA Spa Shiseido celebraram acordo de colaboração de acesso ao Spa para todos os hóspedes Heritage. Esta parceria pretende ser um convite ao corte com o stress do quotidiano. Ao alojarem-se nos hotéis Heritage, os hóspedes poderão usufruir de condições especiais de acesso ao Spa. O LA Spa, associado à marca Shiseido, surge com um conceito único, distinto e exclusivamente feminino e passou, a pedido de inumeros clientes, a integrar

um “men’s day”. Localizado em plena Avenida da Liberdade, em Lisboa, privilegia um equilíbrio entre design, conforto e regresso às origens, conjugando tratamentos holísticos com os de beleza. Os hotéis Heritage Lisboa representam uma pequena selecção de hotéis de charme localizados no centro histórico de Lisboa. Fazem parte deste grupo restrito as unidades Janelas Verdes, Heritage Avenida Liberdade Hotel, Hotel Britania, Hotel Lisboa Plaza e Solar Do Castelo.

SOFITEL INAUGURA HOTEL NO TERMINAL 5 DE HEATHROW

O Sofitel London Heathrow no Terminal 5 – o único hotel a ser construído na nova casa da British Airways – irá abrir as suas portas em Junho de 2008. Com 605 quartos, será um dos maiores hotéis na Europa e será a maior inauguração no Reino Unido antes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos em 2012. O anúncio foi feito no decurso da apresentação da parceria firmada entre a British Airways e a cadeia francesa de hotéis Sofitel Luxury Hotels, pelo qual a marca gaulesa torna-se o mais recente parceiro do Executive Club da companhia britânica de aviação. A partir de agora, os membros do Executive Club po-

dem receber 500 BA Miles cada vez que escolherem ficar alojados num hotel Sofitel. Como oferta inicial, até 30 de Junho de 2008, os membros do Executive Club irão ganhar o quádruplo de BA Miles quando efectuarem uma reserva do mínimo de duas noites em qualquer uma das mais de 170 propriedades Sofitel em todo o mundo. Segundo Sarah Keyes, Executive Club Manager da British Airways, “a Sofitel é o hotel ideal para ser parceiro da British Airways, pois darão aos membros do nosso Executive Club ainda mais escolhas e oportunidades de ganhar BA Miles ao mesmo tempo que trabalham.”

Cadeia Holiday Inn sofre reestruturação global



O grupo hoteleiro Intercontinental (IHG) revelou quais os primeiros hotéis que abrirão as portas sob o ambicioso plano de relançamento de marcas Holiday Inn e Holiday Inn Express, calculado em mil milhões de dólares. Trata-se de 11 hotéis na Europa, Médio Oriente e África, 19 nos EUA e seis na Ásia Pacífico.

Os dois primeiros hotéis a abrir na Europa, ambos no Reino Unido, são o London Heathrow e o Farnborough. Segue-se a abertura de hotéis na Alemanha, Itália, França, Emirados Árabes Unidos (Dubai), China, Tailândia e Austrália. Depois de formação aos trabalhadores dos hotéis em questão e de um inquérito aos clientes, a acontecer nos próximos meses, os hotéis serão completamente adaptados ao novo conceito, em Julho. Dos 19 hotéis que realizaram as mudanças, nos EUA, 16 já estão abertos em cidades como Nova Iorque, Washington e Los Angeles.

Os primeiros hotéis vão mostrar o novo logo, com o objectivo de se obter a opinião dos proprietários hoteleiros e dos clientes, antes do relançamento total da marca, previsto para finais de 2010. Todos os Holiday Inn são obrigados a implementar o programa de mudança para criar uma imagem de marca mais contemporânea, incrementar a qualidade e impulsionar a consistência e a solidez. O relançamento incorporará novos padrões de serviço, alterações na entrada e recepção bem como renovação dos quartos. O novo logo só será instalado nos hotéis quando tiverem implementado o programa de relançamento. Espera-se que os 4000 Holiday Inn existentes, ao nível mundial, implementem o programa até final de 2010.

AVIAÇÃO NORTE-AMERICANA APOSTA EM FUSÕES

A Delta Air Lines e a Northwest Airlines, terceira e quinta maiores companhias aéreas norte-americanas, deverão anunciar em breve a sua fusão, num movimento integrador que poderá juntar ainda a Continental à United Airlines. Estes acordos são encarados como um reflexo dos problemas causados pelo 11 de Setembro, agravados pelo aumento dos custos do combustível e pelo crescimento das opções de baixo custo. A Northwest foi avaliada num montante de três mil milhões de dólares (1900 milhões de euros), mas os termos finais estão ainda a ser negociados. A concretizar-se a fusão entre a Delta e a Northwest, este vai ser o primeiro passo numa nova onda de consolidação do sector nos Estados Unidos. A United já anunciou que vai ser forçada a diminuir os aviões em operação para compensar a diminuição de passageiros.

Aquisição da LTU permitiu aumentar o número de rotas e entrar em novos mercados

Air Berlin entra nos voos de longo curso

Aquela que é a segunda transportadora aérea mais importante da Alemanha e a quarta maior na Europa, acabou 2007 com um aumento de 10,6% no número de passageiros. A integração da LTU está feita e agora há que acertar, diga-se cortar, nos custos.

Mas isso não significa uma alteração na qualidade do serviço disponibilizado. A Air Berlin mantém o programa de pontos e a assistência a bordo, serviços que a diferenciam de outras companhias “low cost”. Aliás, a empresa afirma, com orgulho, que oferece aos seus clientes

jornais, refrigerantes e bebidas sem álcool, sem qualquer custo adicional. Mais, para os amantes do desporto, não lhes é cobrado qualquer custo pelo despacho de sacos com material de desporto, incluindo os de golfe. E para grupos a partir de 10 pessoas também são concedidos descontos, tal como acontece com as crianças.

Em Portugal a companhia aérea opera a partir de quatro aeroportos (Lisboa, Porto, Faro e Funchal), tendo transportado, o ano passado, mais de 612 mil passageiros, valor que representa, segunda a Air

Berlin, um aumento de 31,1% face a dados de 2006. O aeroporto de Faro continua a ser o que mais movimentou, com 226,6 mil passageiros (mais 39,6% do que em 2006).

A Air Berlin opera voos desde Lisboa e Porto para 21 destinos na Alemanha, Áustria, Suíça e Espanha, via Palma de Maiorca. A partir de Faro oferece voos directos para 12 destinos (Alemanha, Suíça e Palma de Maiorca) e via Palma de Maiorca para outros 25. Do Funchal a companhia voa para 7 destinos (Berlim, Düsseldorf, Leipzig, Munique, Nuremberga, Viena e

Zurique) e via Nuremberga para outros 5 (Dresden, Erfut, Hannover, Colónia e Munster).

Em termos de novidades, a Air Berlin começa este ano a efectuar voos de longo curso, diga-se intercontinentais, a partir do hub de Düsseldorf, para Nova Iorque, Los Angeles, Miami, Ft. Myers, Beijing, Shanghai, operados pela Premium Business da Air Berlin, e Cidade do Cabo, Banguecoque, Goa e República Dominicana, pela LTU, Relax Class. Em curso está a aquisição da alemã Condor, plano que, segundo Álvaro Middelmann

Blome, director da Air Berlin para Portugal e Espanha, aponta para a compra de 24% do capital da empresa até 2009 e da totalidade das acções até 2011. A operação, a concretizar-se, permitirá que a Air Berlin atinja 3,3 mil milhões de euros de receitas no actual ano fiscal e de 4,5 mil milhões em 2009. Ao grupo Air Berlin pertencem a Air Berlin, a LTU, a dba, a Belair e a Niki, operando agora com uma frota de mais de 120 aviões, empregando mais de 8 mil pessoas.

A distribuição de dividendos na empresa familiar (I de III)



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

À medida que se verificam as transmissões sucessórias e que o capital começa a diluir-se, os accionistas, o “povo”, começam a distanciar-se do conselho de administração, o “senado”, e, à medida que começam a ser tomadas medidas que gerem tensões, seja porque a empresa se sente obrigada a distribuir mais benefícios do que o que seria aconselhável, fruto dos projectos de investimento necessários, ou porque os accionistas não encontram resposta para as suas necessidades de liquidez, estaremos no início dos nossos problemas.

ta que denominamos de “Matriz do accionista e do dividendo”, e que lhe permitirá traçar um perfil da sua junta de accionistas, e em função do mesmo poderá dedicar-se a minimizar as divergências existentes relativamente à política de dividendos e actuar da melhor forma possível para a empresa e, consequentemente, para a família.

Na matriz referida consideram-se os seguintes eixos:

-Envolvimento emocional com a empresa. O grau de envolvimento emocional que um accionista tem na sua empresa será

Nas suas “Memórias sobre a primeira década de Tito Lívio”, Nicolás Maquiavel referia o distanciamento entre o povo e o senado como uma das principais causas que faziam com que a República se corrompesse e entrasse em declínio e, finalmente, desaparecesse.

Nesta pequena série de artigos sobre os dividendos, explicaremos como diagnosticar até que ponto a sua empresa “sofre” de uma sobreposição dos interesses da empresa e das necessidades da família. Para tal, utilizaremos uma ferramenta

determinado, entre outros aspectos, pelos seguintes motivos: se trabalha ou não na organização, a percentagem de acções que detém (em princípio o envolvimento seria directamente proporcional), a relação com outros familiares (para o bom e para o mau) e, fundamentalmente, o vínculo familiar e pessoal relativamente à empresa (quando existe, é uma das forças básicas da empresa familiar; a empresa é vista como o resultado do esforço, o risco e o sacrifício do pai, do avô, etc.). Todos estes parâmetros considerados individualmente para cada pessoa constituem ou determinam o grau de envolvimento emocional com a empresa. Com vista a uma maior simplicidade estabelecemos dois níveis de envolvimento: alto e baixo. Este será o eixo horizontal ou o eixo das abcissas (X).

-Grau de capacidades de gerência. Referimo-nos à capacidade do accionista para ver a empresa numa perspectiva de gestão. Temos uma visão global sobre o futuro estratégico da empresa? Conhecemos as implicações financeiras que essa aposta terá no futuro? Podemos analisar diferentes alternativas a partir de uma perspectiva técnica económico-financeira? Valorizamos adequadamente a importância dos fluxos de caixa?, etc. Todos estes aspectos influenciarão as expectativas de dividendos do accionista, já que os seus interesses individuais terão

influência nas expectativas de dividendo do accionista, visto que aos seus interesses particulares acrescentará os interesses da empresa. Esta capacidade será determinada pela formação técnica da pessoa e pela sua experiência no mundo da empresa. Em função desta realidade, cada accionista será situado num dos dois níveis possíveis de capacidades de gerência: alta ou baixa. Assim, teremos construído o eixo vertical ou eixo das ordenadas (Y).

Ambos os eixos constituem a matriz apresentada no quadro. Na próxima semana aprofundaremos mais o seu conhecimento e utilização.



Propriedade intelectual vai ter providências cautelares mais rápidas

A nova legislação de protecção dos direitos de propriedade intelectual, também conhecida por Lei do “Enforcement”, publicada a 1 de Abril, vem dotar o sistema jurídico de mecanismos mais rápidos e eficazes no combate ao ilícito, que inclui a cópia não autorizada de marcas, patentes e obras artísticas, entre outros. Para Manuel Lopes Rocha, um dos organizadores do 1º Congresso Nacional da Propriedade Intelectual, que decorreu esta semana na Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa, “esta lei é um enorme passo em frente, comparando com o que tínhamos antes, que era o caos. Esta lei marca uma ruptura com um passado recente de leis que eram tudo menos adequadas à protecção da propriedade intelectual”.

Organizado pelo Observatório de Prospectiva da Engenharia e da Tecnologia (OPET) e pela PLMJ e Associados, o congresso reuniu magistrados, advogados, artistas, editores, autores e empreendedores em torno de várias matérias relacionadas com a protecção da propriedade intelectual, ao abrigo da nova legislação. A Lei n.º 16/2008, de 1 de Abril, transpõe para a legislação

nacional a Directiva n.º 2004/48/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, procedendo a alterações no Código da Propriedade Indústria e no Código do Direito de Autor e Direitos Conexos.

“Esta directiva tem um aspecto processual, que resulta da necessidade de dotar cada sistema jurídico de providências cautelares rápidas e eficazes para impedir que o ilícito cause ainda maiores danos aos titulares de direitos”, explica Manuel Lopes Rocha à “Vida Económica”. “Mas traz também um novo enquadramento do tema das indemnizações em propriedade intelectual, que é uma questão absolutamente crucial”, acrescenta o advogado.

Magistrados e advogados compuseram grande parte da plateia do congresso, demonstrando a vontade de conhecer o impacto da nova lei. “É fundamental que esta lei seja aplicada pelos magistrados e hoje verifica-se que os magistrados estão mais disponíveis

para dialogar sobre este assunto”, reforça Manuel Lopes Rocha, para quem a pirataria não é totalmente vencível, mas é, pelo menos, redutível. “Não estamos condenados a ter taxas altas de

pirataria, mas há muita contrafacção e muita cópia. É preciso que os investidores em propriedade intelectual sintam que há respostas da sociedade e do sistema jurídico às ameaças porque eles sabem que não é possível vencer tudo”, alega o causídico. “É preciso que as autoridades tenham meios rápidos e eficazes

para pôr cobro a essas ameaças e que o infractor tenha de pagar verdadeiramente o prejuízo que causou e não seja condenado a pagamentos ridículos, como vinha acontecendo em Portugal”, declarou à “Vida Económica”, revelando que a nova lei vem impor indemnizações de valor mais elevado e sanções mais rápidas e eficazes para os infractores.

ANA SANTOS GOMES
anagomes@vidaeconomica.pt

Promover a Economia do Conhecimento foi um dos desígnios do 1º Congresso

O futuro da alimentação na Exponor

Produtos alimentares, embalagens, logística, mobiliário, serviços, distribuição e tecnologia. Todas as etapas do negócio agro-alimentar estiveram em destaque na Exponor, de 7 a 10 de Maio, numa feira dirigida aos profissionais do sector.

A padaria do futuro, uma cervejaria, uma loja gourmet e um café preencheram os 550 metros quadrados da Bial e deram pistas quanto aos cami-

nhos que o sector da alimentação deve seguir.

Na padaria do futuro - uma iniciativa da AIPAN, Associação dos Industriais de Panificação, Pastelaria e Similares do Norte - os métodos de trabalho e equipamentos são completamente inovadores. “Este forno trabalha completamente sozinho, só temos que pôr os ingredientes e ele faz o resto”, contou à “Vida Económica” Carla Maia, directo-

ra do Grupo Alimentação. É o futuro: mais celeridade nos processos, mais eficácia... e menos trabalho. A vantagem: mais higiene e segurança garantidas. “Se este espaço fosse inspecionado pela ASAE, certamente passaria”.

A Beira Douro Cafés é outro dos parceiros deste projecto. “Escolhemos a Beira Douro, porque é a marca mais inovadora no que toca a misturar café com gourmet”, realça Carla Maia.

CONSULTÓRIO DA EMPRESA FAMILIAR

O que posso fazer se o gerente da empresa, um dos três sócios-proprietários, se nega a aceitar que nós, os outros dois, temos direito de dar a nossa opinião sobre a forma como dirige a empresa? Somos proprietários de um concessionário de automóveis e motociclos, e não concordo com algumas das decisões que ele toma relativamente à loja, à oficina e recursos humanos (despedimentos e contratações).

Entendo pela sua questão que apenas um dos três proprietários “trabalha” na empresa, sendo o papel dos restante dois o de sócios-capitalistas. Se assim é, o que nos coloca é um problema frequente nas empresas de propriedade privada, e prende-se com a confusão ou sobreposição na definição de competências entre a administração do dia-a-dia e a gestão da empresa.

Os sócios são responsáveis pela administração da empresa, função para a qual o conselho de administração se apresenta como a melhor ferramenta disponível. A partir do conselho são tomadas as grandes decisões, as decisões relacionadas com a estratégia da empresa: que marca vai der distribuída ou qual pretendem deixar de vender?, Adquire-se uma nova nave ou área adjacente como parte de um plano de expansão? Ou talvez a decisão mais importante: quem devemos escolher para administrar a empresa? Quem será a pessoa responsável por nos fazer ganhar dinheiro? A partir daí será responsabilidade do conselho supervisionar os comportamentos e resultados dessa pessoa?

Todavia, o anteriormente exposto não significa que os membros do conselho de administração (ou os donos da empresa) devam entrar nas decisões operativas do dia-a-dia da direcção, questões para as quais delega a autoridade (a escolha do anúncio na imprensa deste fim de semana, e qual o jornal, a disposição na montra das diferentes marcas, etc.). Nestas questões o gerente deve actuar com atenção e rapidez, e para tal necessita de autonomia. Devolvo-lhe então a questão, em que tipo de questões o nosso gerente se recusa a dar resposta às sugestões do conselho? Será que ele está a agir erradamente ou nós é que estamos a contribuir para a confusão das responsabilidades?

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

Comissão ausculta opinião pública sobre regulamento que veio fixar os preços do roaming

Que balanço é que se pode fazer da aplicação do regulamento comunitário sobre o roaming? Ora é precisamente isto que a Comissão Europeia – lembramos ao leitor que este, em termos gerais, foi criado para fixar as tarifas das comunicações móveis – pretende fazer e para isso acaba de lançar uma consulta pública.



Esta vai decorrer, até ao próximo dia 2 de Julho, e vai incidir sobre vários públicos: estamos não só a falar da própria indústria, dos operadores móveis, mas também das associações de consumidores, empresas e outros interessados. Estes vão ser chamados, como já vimos, a avaliar o funcionamento e eficácia do referido regulamento. Afinal, a Comissão vai ter que apresentar, como podemos ler em comunicado de imprensa, ainda este ano, um “relatório dirigido ao Parlamento Europeu e ao Conselho sobre o funcionamento das novas regras em matéria de roaming e os seus efeitos no mercado”.

O que vai ser alvo da investigação da Comissão

Em causa vão estar em conjunto questões específicas, como é o caso do roaming inadvertido ou involuntário. Aqui e para o leitor perceber melhor, estamos a falar das situações em que os consumidores utilizam o seu telemóvel perto da fronteira de um país vizinho e ficam ligados a uma rede estrangeira. A Comissão quer ainda saber que efeitos tem “este regulamento junto dos operadores mais pequenos e em relação aos preços domésticos”. Esta auscultação pública vai ainda servir para tomar o pulso à questão dos minutos, àqueles que foram, efectivamente, gastos e facturados. A Comissão dá um exemplo e fala da verificação da “tendência para o abandono da facturação ao segundo em favor da adesão à facturação ao minuto”. Mas é caso para dizer que o órgão executivo não quer ficar por aqui. Esta iniciativa surge ainda para apurar da necessidade de alargar o regulamento aos serviços de dados e SMS em roaming, tendo em conta os actuais preços retalhistas e a evolução do mercado. Por último, surge uma outra questão: até quando poderá vigorar este regulamento. A Comissão aponta para Junho de 2010, um prazo que poderá, no entanto, alargar-se no tempo.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

VODAFONE COM NOVOS PLANOS TARIFÁRIOS DE TAXAÇÃO AO SEGUNDO

Numa altura em que os preços são mais do que nunca notícia, a Vodafone vem a público dizer que vai incluir, a partir de 3 de Junho, novos tarifários na sua oferta. Algo que surge na sequência da determinação da Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) – esta-

gundo”, o “Vita Total ao Segundo”, o “Vita Light Total ao Segundo” e ainda o “Vodafone Casa T0 ao Segundo”. Estes, acrescenta o operador, correspondem aos já existentes “Best Total”, “Vita Total”, “Vita Light Total” e “Vodafone Casa T0”. É o que resulta de tudo isto?

Novos planos Vodafone de taxaço ao segundo				
	Valor mensal	Chamadas	Período inicial (10 seg.)	Períodos seguintes (1 seg.)
Pós-Pago “Best Total ao segundo”	Valor mensal de 14,9 €	Todas as redes	3,025 cêntimos	0,303 cêntimos
Pré Pago para utilização regular “Vita Total ao segundo”	Carregamentos mínimos de 12,5 € / 30 dias	Todas as redes	3,933 cêntimos	0,393 cêntimos
Pré Pago sem carregamentos obrigatórios “Vita Light Total ao segundo”		Todas as redes	5,949 cêntimos	0,595 cêntimos
Utilização em casa “Vodafone Casa T0 ao segundo”	Valor mensal de 9,9 €	Rede fixa	0,000 cêntimos	0,000 cêntimos
		Rede móvel Vodafone	2,723 cêntimos	0,272 cêntimos
		Outras redes móveis	3,0 25 cêntimos	0,303 cêntimos

Fonte: Vodafone

* Preços com IVA

mos a falar do artigo 8º do Decreto-Lei nº 57/2008, de 26 de Março, às comunicações electrónicas – e tem como principal novidade a taxaço ao segundo. Estes tarifários, afirmam em comunicado, incluem “um período inicial de 10 segundos, seguido de taxaço ao segundo”. Vão, deste modo, surgir o “Best Total ao Se-

Ora aqui, a Vodafone dá conta de duas coisas: a primeira ligada à des-cida de preço das chamadas de curta duração, a segunda, como seria de esperar, ao aumento do custo das chamadas de longa duração.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

TMN disponibiliza smartphone com GPS e acesso à internet

Mais um smartphone que chega ao mercado. Desta feita, um exclusivo da TMN, este equipamento, o Samsung i780, surge no mercado com as seguintes diferenças: integração de GPS com navegação por voz, Wi-Fi e acesso à internet e ao correio electrónico com velocidades até 3,6 MB e ainda um ecrã táctil e joystick óptico.

A na-lisemos, em maior porme-nor, o primeiro a s p e c -to, aqui, focado, o GPS. Ora, este vai dar ao utilizador a oportunidade de aceder a um software de navegação por voz com NDrive e com o mapa de Portugal e Es-

panha. Um função que inclui coisas como alguns dos melhores restaurantes e hotéis do nosso país. A TMN fala ainda desta novidade como uma das

mais completas do mercado, na medida em que inclui, para além do já citado, o Windows Mobile 6.0 Professional na língua portuguesa. Este, a c r e s -centam, funciona como “um verdadeiro computador portátil, permitindo criar, rever e editar documentos e armaze-

nar, praticamente, todo o tipo de conteúdos. Falta, agora, o valor do smartphone. Este vai estar à venda por 409,9 euros.



Siemens apresenta solução de comunicação unificada para PME

Hoje em dia, cada utilizador usa em média seis tipos de comunicação por dia. Quem o afirma é Stefan Nuesch, CEO da Siemens Enterprise Communications Portugal, que acrescenta que cerca de 36% dos casos foram simples tentativas frustradas, onde não houve comunicação. Isto acontece porque é difícil saber se o destinatário da mensagem está disponível ou qual a melhor forma de o contactar. E é aqui que entram os sistemas de comunicação unificada. Algo que as grandes empresas já conhecem e utilizam há bastante tempo, mas que até agora era impraticável, a nível financeiro, para organizações de menor dimensão.

E foi a pensar nas PME que a Siemens desenvolveu a aplicação integrada de comunicações Hipath Openoffice, que concilia o mundo das aplicações com o das comunicações. Trata-se de um portal, intuitivo, que permite ao utilizador aceder a comunicações fixas e móveis, a conferências, integração com o voicemail,... tudo isto, tendo em consideração o estado de presença e disponibilidade do interlocutor. Por outras palavras, o sistema consegue ver quem está, ou não, disponível, e dar indicações da melhor forma de contacto. Por outras palavras, os tais 36% de insucesso nas tentativas de comunicação podem diminuir drasticamente. Sem esquecer o aumento de produtivi-



“A solução mais básica ronda os três mil euros para cerca de 24 utilizadores”, explica Luís Esteves Martins, Channel Director da Siemens Enterprise Communications a respeito desta novidade

dade que isto acarreta, dado que não se perde tempo a tentar contactar quem não está disponível.

Mas, por muito boa que seja uma solução, se o preço for exageradamente alto, não vale de nada. Sobre isso a Siemens afirma que esta é uma aplicação que permite às PME diversas aplicações de produtividade, mobilidade e colaboração, a um preço competitivo, capaz de gerar retorno de investimento. Mas o que isso significa concretamente? Luís Esteves Martins, Channel Director da Siemens Enterprise Communications, explica: a solução mais básica ronda os três mil euros para cerca de 24 utilizadores. A tabela criada pela empresa estipula que o custo médio ronde os 200 a 300 euros por utilizador, depen-

dendo do conjunto de aplicações implementadas.

Convém explicar que, quando uma PME adquira a aplicação, esta vem com todas as funcionalidades implementadas, mas inactivas. À medida que vão sendo necessárias, basta que o cliente as active. E nem é necessário ter grandes conhecimentos técnicos. Esta foi outra das preocupações da Siemens. Afinal, a maioria das PME não tem nos seus quadros uma equipa de informáticos que possam implementar projectos de integração demasiado complexos. E é com base na facilidade de implementação/utilização e na inovação da comunicação que a Siemens pretende fechar o ano de 2008 com duas mil licenças vendidas.

Parceiros com novo programa

Mas a aplicação Siemens Hipath Openoffice não foi a única novidade apresentada pela multinacional alemã. Com esta nova oferta vem também um novo programa dedicado aos parceiros. O antigo era local. Como explica Luís Esteves Martins, tratava-se de um programa que obedecia a directrizes internacionais, mas que estava customizada ao mercado nacional. O que acontecia é que, por vezes, isso criava algumas assimetrias entre parceiros, que, por exemplo, actuavam em diferentes mercados e que obtinham tratamentos distintos. Quer porque num país tinham uma determinada posição e em Portugal tinham outra, ... O certo é que a Siemens decidiu acabar com isso e optou por um programa global: Go Foward.

Este tem âmbito global, e deverá estar implementado em Portugal nas próximas semanas. Baseia-se em três níveis de parceria e assenta num sistema de pontos, em que cada nível tem benefícios próprios. O objectivo, como afirma Luís Esteves Martins, é premir a qualificação do parceiro e não a sua localização geográfica. A partir de agora será possível a um parceiro de outro país ganhar determinado projecto no nosso mercado. E vice-versa.

ALEXANDRA COSTA
alexandracosta@vidaeconomica.pt

No despedimento ilícito o trabalhador pode optar pela reintegração ou pela indemnização

Direitos

As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços

LEGAL & ILEGAL

Gerente e trabalhador

Entrei para uma sociedade por quotas como trabalhador e, dez anos passados, convidaram-me para ser gerente. Daí que tenha passado a descontar para a Segurança Social como gerente. Acontece que renunciei, há dois meses, à gerência e queria retomar o meu antigo posto de trabalho. Só que a actual gerência diz que não me permite voltar. Que poderei fazer? Tenho, ou não, direito a retomar o meu posto de trabalho?

O exercício da gerência subsiste enquanto não terminar por destituição ou por renúncia do próprio gerente, como é o caso. A questão que agora se coloca é saber se, depois da renúncia ao exercício das funções de gerente, o ex-gerente pode continuar a exercer as suas funções enquanto trabalhador da sociedade, função que exercia antes do início da gerência. O trabalhador celebrou um contrato de trabalho com a sociedade para o desempenho das funções que exercia antes de assumir a gerência. Ora, o Código do Trabalho (CT), no artigo 384.º, prevê taxativamente as modalidades de cessação do contrato de trabalho. O regime jurídico das modalidades de cessação do contrato de trabalho goza de natureza imperativa: não pode ser afastado ou modificado por instrumento de regula-

mentação colectiva de trabalho ou contrato de trabalho. As modalidades de cessação do contrato de trabalho são quatro: caducidade, revogação, resolução e denúncia. A caducidade ocorre findo o termo estipulado pelas partes no contrato de trabalho (nos contratos a termo, certo ou incerto), por impossibilidade superveniente, absoluta e definitiva do trabalhador prestar o seu trabalho ou do empregador de o receber, ou, ainda, com a reforma do trabalhador, por velhice ou invalidez. A revogação ocorre quando haja acordo entre empregador e trabalhador no sentido de fazer cessar o contrato de trabalho, com as formalidades impostas pelos artigos 394.º e 395.º, ambos do CT. A cessação (resolução) do contrato de trabalho por iniciativa do empregador pode ocorrer quando se verifique um facto imputável ao trabalhador (justa causa de despedimento), nos casos de despedimento colectivo, nos casos de despedimento por extinção do posto de trabalho e, por fim, nos casos de despedimento por inadaptação. A lei prevê, ainda, os casos de suspensão do contrato de trabalho, seja por facto respeitante ao trabalhador (artigos 333.º e 334.º do CT) ou por facto respeitante ao empregador (artigos 335.º e segs. do CT)

No caso em apreço, não parece ter havido cessação ou suspensão do contrato de trabalho. Logo, o empregador, em princípio e salvo estipulação contratual em contrário, não poderia recusar a readmissão do trabalhador ao seu anterior posto de trabalho. O contrato de trabalho permanece válido e eficaz, com as eventuais alterações que lhe tenham sido introduzidas com exercício pelo trabalhador da função de gerente naquela mesma sociedade. Tendo por base o acima mencionado, podemos legitimamente concluir que o empregador apenas poderá fazer cessar aquele contrato de trabalho nos seguintes casos: impossibilidade superveniente, absoluta e definitiva do trabalhador prestar o seu trabalho ou de o empregador o receber ou quando se verifique a extinção do posto de trabalho. Não obstante, o trabalhador terá sempre direito a uma compensação, determinada nos termos do artigo 401.º do CT (cfr. os artigos 390.º, n.º 5, e 404.º do CT, respectivamente). Fora destes casos, o despedimento será ilícito. Face aos elementos fornecidos, tudo parece indicar que houve despedimento sem justa causa, violando, assim, um dever fundamental do trabalhador, nos termos do artigo 53.º da Constituição da República Portuguesa (CRP). Nesse sentido, aquele despedimento é ilícito, podendo o trabalhador optar pela reintegra-

ção ou pela indemnização em substituição da reintegração (artigos 438.º e 439.º do CT), juntamente com uma compensação, nos termos do artigo 437.º do CT. Em conclusão, pressupondo que o contrato de trabalho não foi revogado por mútuo acordo (ou por outro motivo) aquando do início do exercício das funções de gerente por parte do trabalhador, o empregador não tem legitimidade para recusar o regresso daquele ao seu anterior posto de trabalho. O empregador apenas poderá fazer cessar aquele contrato de trabalho nos seguintes casos: impossibilidade superveniente, absoluta e definitiva do trabalhador de prestar o seu trabalho ou do empregador de receber ou quando se verifique a extinção do posto de trabalho. Face aos elementos fornecidos, a recusa do empregador não parece enquadrar-se em nenhuma daquelas situações. Assim, tudo parece indicar que houve despedimento sem justa causa. Nesse sentido, o despedimento é ilícito, podendo o trabalhador optar pela reintegração ou pela indemnização em substituição da reintegração (artigos 438.º e 439.º do CT), juntamente com uma compensação, nos termos do artigo 437.º do CT.

PAULO SÁ
Gabinete de Advogados António Vilar & Associados
antoniovilar@antoniovilar.pt

ASSOCIATIVISMO

Recusa de readmissão à cooperativa é susceptível de recurso

Pretendia saber se, tendo feito parte de uma cooperativa e, mais tarde, saído, podem recusar-me a adesão. Nos estatutos nada está previsto, mas sei que a direcção actual não aceitará a minha reinscrição. Que fazer?

Um dos princípios basilares que rege a constituição e funcionamento das cooperativas é, precisamente, como resulta do artigo 3.º do Código Cooperativo, o da adesão voluntária e livre. Segundo este preceito, “as cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e dispostas a assumir as responsabilidades de membro, sem discriminações de sexo, sociais, políticas, raciais ou religiosas.” Não obstante, os estatutos das cooperativas podem, ao abrigo do disposto na alínea a) do n.º 2 do Código Cooperativo, prever as condições de admissão dos membros. Neste sentido, poderão ser membros de uma cooperativa todas as pessoas que, preenchendo os requisitos e condições previstos no Código Cooperativo, na legislação complementar aplicável aos diversos ramos do sector co-

operativo e nos estatutos da cooperativa, requeiram à direcção a sua admissão, como decorre do artigo 31.º do Código Cooperativo.

No caso de a direcção recusar a referida admissão, poderá o candidato recorrer, conforme supra explicitado.

Compete à direcção, nos termos da alínea d) do artigo 56.º do Código Cooperativo, deliberar sobre a admissão de novos membros. A deliberação da direcção sobre o requerimento de admissão é susceptível de recurso para a primeira assembleia geral subsequente, conforme resulta do número 2 do artigo 31.º do Código Cooperativo. Nos termos do n.º 3 do artigo 31.º, têm legitimidade para recorrer os membros

da cooperativa e o candidato, que pode, aliás, assistir à assembleia geral e participar na discussão desta questão, embora sem direito a voto. Assim sendo, tendo alguém pertencido a uma cooperativa e, mais tarde, saído, presumivelmente, por demissão, direito que decorre do princípio da livre adesão e que lhe assistia nas condições definidas no estatuto, ou, caso estes fossem omissos, no fim de um exercício social, com pré-aviso de 30 dias, nos termos do número 1 do artigo 36.º e da alínea e) do número 1 do artigo 33.º do Código Cooperativo, nada obsta a que requeira, novamente, a sua admissão na cooperativa. No caso de a direcção recusar a referida admissão, poderá o candidato recorrer, conforme supra explicitado.

ANA TEIXEIRA CORREIA
Gabinete de Advogados António Vilar & Associados
antoniovilar@antoniovilar.pt

ADVOGADOS

SIMMONS & SIMMONS REBELO DE SOUSA NO CHAMBERS EUROPE 2008

A Simmons & Simmons Rebelo de Sousa acaba de ser reconhecida pelo ranking da Chambers Europe 2008 como um dos melhores escritórios em Portugal, pelo seu serviço integrado de excelente qualidade que disponibiliza na maioria das áreas em que opera, obtendo um 2º lugar global, quando analisadas todas as valências. A lista da Chambers Europe 2008, que distingue os melhores advogados em diferentes áreas, de 175 países, acaba de ser publicada e de distinguir a maioria das áreas da Simmons & Simmons Rebelo de Sousa como as melhores a actuar em Portugal. Este reconhecimento vem comprovar a capacidade do escritório em oferecer serviços jurídicos integrados de elevada qualidade, com base nos seus profissionais reputados e com uma larga experiência. “Com uma estrutura de 80 juristas, este segundo lugar deixa-nos muito honrados. A classificação que as diferentes áreas jurídicas do Escritório obtiveram é o reconhecimento do nosso esforço em oferecer os melhores serviços aos nossos clientes, através dos nossos advogados especializados e do seu know-how”, afirma Pedro Rebelo de Sousa, “senior partner” da Simmons & Simmons Rebelo de Sousa. Este resultado vem, assim, reforçar o posicionamento da Simmons & Simmons Rebelo de Sousa como um escritório de referência a nível

nacional e internacional, através da sua ligação à Simmons & Simmons e à Veirano no Brasil, e que acompanha as tendências de mercado. Actualmente, a equipa de advogados da Simmons & Simmons Rebelo de Sousa presta apoio aos seus clientes tanto em questões nacionais como internacionais, com particular incidência e especialização em direito do ambiente, biotecnologia, comercial, comunitário, concorrência e corporate, direito de construção, energia, farmacêutico, financeiro, fiscal, imobiliário e laboral, direito marítimo, projectos, público, resolução de litígios, TMT e transportes. Com escritório em Lisboa, Porto e Funchal, a Simmons & Simmons Rebelo de Sousa conheceu uma expansão importante nos últimos anos, tendo-se tornado numa estrutura com cerca de 80 juristas. Esta equipa presta apoio aos seus clientes tanto em questões nacionais como internacionais, com particular incidência e especialização em direito do ambiente, biotecnologia, comercial, comunitário, concorrência e corporate, direito de construção, energia, farmacêutico, financeiro, fiscal, imobiliário e laboral, direito marítimo, projectos, público, resolução de litígios, TMT e transportes. Trabalhando em estreita colaboração com a rede internacional da Simmons & Simmons, com 22 escritórios em todo o mundo, formam uma equipa superior a mil juristas.

Está previsto o desenvolvimento de mais 32 superfícies comerciais, com ABT superior a 700 mil m²

Imobiliário

Questões ambientais e das alterações climáticas influenciam a concepção dos projectos

Especialistas debatem futuro do mercado de retalho em Portugal

Futuro do imobiliário de retalho passa pela aposta em novos formatos

O mercado português de imobiliário de retalho vai continuar a crescer a bom ritmo nos próximos anos, estando previsto o desenvolvimento de mais 32 superfícies comerciais, num total de Área Bruta Locável (ABL) superior a 700 000 m². Estes dados são da Jones Lang LaSalle, que, em conjunto com a Vida Imobiliária, co-organizou a conferência “Como Crescer num Mercado Maduro”, na qual um representantivo leque de profissionais do mercado de imobiliário de retalho debateram o futuro do sector. No final da sessão, a conclusão era unânime: apesar da sua maturidade, o mercado português de imobiliário de retalho tem boas perspectivas de crescimento futuro, embora seja necessário enveredar por novas estratégias, que passam cada vez mais pela aposta em novos formatos diferentes dos tradicionais centros comerciais.



Na sua intervenção, Rafael Pelete, director de estudos da Sonae Sierra, começou por sublinhar que, “tal como o mundo, também o mercado de retalho está em constante mudança. E, hoje em dia, o acto de comprar constitui em si mesmo uma ‘experiência’, que o consumidor quer que seja ‘especial’”. Por tudo isto, “o formato tradicional dos centros comerciais está a ser cada vez mais questionado e, se não for profundamente repensado terá de enfrentar sérios problemas, pois não se ajustará aos novos

desafios impostos pelo mercadofi. De facto, “num mercado maduro, as pessoas já não saem de casa para o centro comercial propositadamente para ir comprar. Pelo contrário, elas compram quando já lá estão”, disse John Milligan, Chief Executive da Milligan, explicando a “necessidade de investir cada vez mais em projectos ‘alternativos’, que se diferenciem da concorrência e do que é habitual na oferta existente». Com vista a atingir este fim, na perspectiva do responsável da Milligan, os promotores devem

ter em conta sete factores-chave na fase de concepção dos novos projectos: localização estratégica, research, estratégias de tenant mix, planeamento e layout, arquitectura e design, management, materiais e marketing. Por outro lado, também aqui a sustentabilidade está na ordem do dia. “As questões ambientais e das alterações climáticas tem exercido alguma influência na concepção dos próprios projectos. E, de facto, a nível europeu, a legislação ambiental é cada vez mais exigente»,

afirmou Miriam Abbott, consultora da Upstream. Neville Moss, director EMEA Research da Jones Lang LaSalle, analisou o actual momento do mercado de retalho, e concluiu que, “actualmente, a Europa assiste ao maior ‘boom’ de centros comerciais de sempre, assistindo-se a um crescimento da oferta nos mercados mais maduros, como Portugal, superado pelos impressionantes níveis de crescimento nos mercados ‘emergentes’”. Relativamente ao mercado por-

tuguês, Cristina Cristóvão, directora de consultoria e research da Jones Lang LaSalle em Portugal, afirma que, “nos últimos anos, a duplicação dos stocks de retalho, o forte crescimento de projectos de grande dimensão nas cidades e a expansão do mercado de Retail Parks, contribuíram para aquilo que hoje em dia designamos de maturidade do mercado”, concluiu. O evento teve lugar no dia 7 de Maio, no VIP Grand Lisboa Hotel & Spa, e reuniu uma assistência de mais de 150 profissionais do sector.

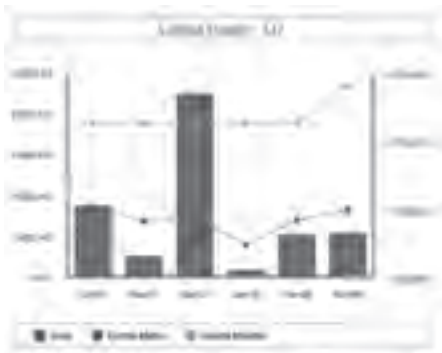
LPI

Lisbon Prime index

Parque das Nações aguarda colocação de “campus” da justiça

O Lisbon Prime Index registou, no primeiro trimestre deste ano, quase 7 mil m2 de área transaccionada no Parque das Nações, com especial relevo para os escritórios novos de primeira ocupação e prepara-se para, após a conclusão do empreendimento Office Park Expo, receber o campus da justiça de Lisboa. A disponibilidade de grandes áreas em edifícios concebidos para escritórios permite às empresas rentabilizar os espaços ocupados, concentrando meios e recursos num só local com ganhos de eficiência. Com este objectivo, depois da instalação do BNP Paribas no Arts Business Center, também o sector público, que esteve pouco

activo no ano transacto, prepara grandes movimentos. O Conselho de Ministros, na reunião de trinta de Abril, aprovou o diploma que autoriza a instalação de serviços de justiça no Office Park Expo. A resolução pretende, ao reunir no Parque das Nações os serviços instalados em 25 edifícios dispersos pela cidade, obter ganhos no domínio da funcionalidade e do acesso e uma poupança significativa nos custos de funcionamento. Com este negócio o nível de absorção vai ter um grande acréscimo já que, com a conclusão prevista para o terceiro trimestre, o Office Park Expo reúne no total 65 mil m2.



Proibida a reprodução do LISBON PRIME INDEX

abacus

DTZ

AGUIRRE NEWMAN

ATLAS FERRAS

CBRE

COLLIERS I&I

CUSHMAN & WAKEFIELD

GVA Consulting

COSMOPOLITA

JONES LANG LASALLE

WORX

SILFUNDIA

NEWSLETTER IMOBILIÁRIA PORTUGUESA

Confidencial Imobiliário

Director Ricardo Guimarães | Outubro 2006

Índice Confidencial Imobiliário: 3,1% em Agosto

06 Mercado Habitacional na AM Lisboa

16 Imobiliário com retorno de 10,5%

23 Novo Índice Confidencial Imobiliário

26 Risco dos Empréstimos Imobiliários

Conheça a nova Confidencial Imobiliário

Peça um exemplar gratuito em: gestao@confidencialimobiliario.com

Vida Económica

IMO MÉTRICA

VIDAIMOBILIÁRIA

Assine já!

Sonae quer lançar novo fundo de investimento imobiliário pan-europeu

Depois do lançamento do Sier-
ra Portugal Fund (SPF), a Sonae
Sierra pondera lançar um terceiro
fundo de investimento imobiliá-



rio, direccionado para o mercado
pan-europeu. Em declarações à VI
News, Joaquim Ribeiro, respon-

sável por Finanças, Planeamento
e Controle na Sonae Sierra, exp-
licou que a empresa “adoptou
uma estratégia de colocação dos
seus activos em
fundos fechados”,
sendo que “o lan-
çamento de um
terceiro fundo
vai depender do
ritmo de conclu-
são dos projectos
actualmente em
curso. A nossa ex-
pectativa é que tal
seja possível em
2009”.

De acordo com este responsá-
vel, uma vez que “a Sierra detém
projectos em vários países euro-

peus com inauguração nos pró-
ximos dois anos”, o novo fundo
“terá um âmbito de investimento
pan-europeu”. Recorde-se que a
Sonae Sierra lançou recentemen-
te o seu segundo fundo de inves-
timento imobiliário (FII), o SPF,
que “tem um âmbito de investi-
mento restrito a Portugal”. Com
capitais próprios de 300 milhões
de euros, o novo FII passa a deter
oito dos centros comerciais da
Sonae Sierra em operação em
Portugal, com um valor de mer-
cado de 425 milhões de euros, e
aos quais se somarão três projec-
tos planeados para o território na-
cional, que representam um valor
total estimado de 235 milhões de
euros após a inauguração.

Aguirre Newman Cosmopolita fecha trimestre com lucros de 1,6 milhões de euros

A consultora imobiliária Aguir-
re Newman Cosmopolita registou
lucros de 1,6 milhões de euros no
primeiro trimestre deste ano. Estes
são os primeiros resultados apresen-
tados pela empresa, que resultou da
fusão entre a Aguirre Newman e a
Cosmopolita.

De acordo com a consultora. “o
segmento dos escritórios desta-
cou-se pelo bom desempenho
neste trimestre, com perspectivas

promissoras de crescimento no
decorrer do ano corrente”.

O departamento de investi-
mento colaborou, para o fecho
do primeiro trimestre, com cerca
de 30% da facturação com o fecho
de operações que represen-
tam mais de 36 milhões de euros
de investimentos imobiliários e
“deals” em negociação de mais
de 81 milhões de euros. Segundo
Carlos Moedas, CEO da Aguir-

re Newman Cosmopolita, “apesar
da turbulência internacional o
mercado português continua
muito activo e interessante para
o investimento imobiliário, uma
vez que estamos numa actividade
em que os chamados ‘fundamen-
tals’ do mercado continuam
sólidos”. Os responsáveis da con-
sultora consideram que Portugal
continua a dar sinais positivos
nos negócios.

EDP com nova sede no Porto em 2010

A EDP, Energias de Portugal, anunciou que pretende inaugurar
em 2010 a sua nova sede na re-
gião Norte do país. A nova ‘casa’
da companhia eléctrica nacional
ficará localizada perto da Casa da
Música, na cidade do Porto. Este
novo projecto, que terá como ob-
jectivo alojar todos os serviços ad-
ministrativos da empresa e cerca
de 700 trabalhadores, vai libertar
a maior parte dos 27 edificios que
a empresa tem actualmente na ci-
dade do Invicta.

“O imóvel, ainda em cons-
trução, tem características ino-

vadoras na área energética”, re-
fere o comunicado da eléctrica,
adiantando que “está prevista a
instalação de telas de ensombra-
mento nas fachadas com tecno-
logia fotovoltaica para produção
de energia”. Este edificio contará
com sete pisos acima do solo, seis
dos quais destinados ao uso de es-
critórios (com 10 000 m²), e que
incluem um auditório, e um piso
de comércio, com 1500 m². Terá
ainda dois pisos subterrâneos com
capacidade de estacionamento
para 250 viaturas, espaço para ar-
mazéns e zonas de arquivos.

Comercialização do Vale Pisão “está a ultrapassar todas as expectativas”

A construção da segunda fase
do Vale Pisão- Nature Resort, no
concelho de Santo Tirso, vai
arrancar no próximo semestre. Em
declarações à imprensa Públi-
co, Pedro Sottomayor, admi-
nistrador da Norte Golfe, mos-
trou-se bastante satisfeito com
o desenvolvimento deste pro-
jecto, assegurando que a sua co-
mercialização “está a ultrapassar
todas as expectativas”. Segundo
a informação disponibilizada
por este responsável, no presen-
te cerca de 95% das unidades
habitacionais da primeira fase
já foram colocadas. E cerca de
35% da oferta constituída pela
segunda fase de desenvolvimen-
to do Vale Pisão também já está
vendida.

Representando um investi-

mento total de 100 milhões de
euros, o Vale Pisão estende-se
por uma área de 100 ha, e de-
senvolve-se em três fases.

A primeira, cuja constru-
ção vai já bastante avançada,
inclui 128 moradias de várias
tipologias e localizações. Na
segunda fase serão construídas
mais 108 moradias, além de
um hotel de charme, Spa e área
comercial, todos eles desenhados
pelo arquitecto Siza Vieira. Para
a terceira fase está prevista a
edificação de habitação uni-
familiar. Para o final de Maio
está prevista a inauguração da
primeira vivenda modelo deste
empreendimento. A Norte Golfe
anunciou que vai entregar as
primeiras moradias em Março
de 2009.

Legal & Imobiliário

Arrendamento urbano

Actualização de renda ou desocupação do locado

“Sou proprietário de uma fracção, que se encontra arrendada, relativamente á qual só possuo a respectiva escritura e o livro de recibos, que me foi transmitido pelo anterior proprietário. Não tenho a caderneta predial e não consigo obtê-la na respectiva câmara municipal. A renda é ridiculamente baixa, atendendo quer aos valores actuais (o valor não sofre alterações há 18 anos) quer à área da fracção, que é de dez euros para uma área superior a 100 m2. Pretendo actualizar a renda ou, caso seja possível, desocupar imóvel. O que devo fazer? Já falei com o inquilino em causa e este recusou liminarmente qualquer acordo no sentido de estabelecer um montante mais ajustado à realidade.”

Em primeiro lugar, deve-se esclarecer que a caderneta predial se obtém, não na Câmara Municipal, mas nos Serviços de Finanças.

No que concerne à possibilidade de actualização da renda, dado que o período que se refere de não alteração da renda indicia que o contrato de arrendamento é anterior à entrada em vigor do Regime do Arrendamento Urbano, que ocorreu em 1990, tudo indica que o leitor poderá, efectivamente, proceder a uma actualização extraordinária da renda.

A referida actualização, que depende da iniciativa do senhorio,

poderá ser feita até ao limite máximo do valor anual correspondente a 4% do valor do locado.

Para o efeito considera-se valor do locado, o produto do valor da avaliação realizada, nos termos do artigo 38.º do Código do Imposto Municipal sobre Imóveis (CIMI), há menos de 3 anos, multiplicado pelo coeficiente de conservação do imóvel.

Por sua vez, o referido coeficiente de conservação é fixado em 5 níveis, entre o nível 1 a que corresponde o coeficiente de 0,5, equivalente ao estado de conservação péssimo, e o nível 5, correspondente ao coeficiente 1,2 que



MARIA DOS ANJOS GUERRA

Advogada

marianjosguerra-3012p@adv.oe.pt

equivale a um excelente estado de conservação.

A determinação do estado de conservação do locado deverá ser requerida à Comissão Arbitral Municipal que, para o efeito, já deverá ter sido constituída no concelho onde o imóvel se localiza. Devo, contudo, advertir que, quase dois anos depois da entra-

da em vigor do Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU), grande parte dos concelhos do país ainda não têm a Comissão Arbitral Municipal constituída.

Importante referir que a actualização de rendas habitacionais só poderá ser promovida pelo senhorio se, cumulativamente, for feita a suprarreferida avaliação do locado nos termos do CIMI e desde que o nível de conservação do prédio não seja inferior a médio.

A actualização é feita de forma faseada ao longo de dois, cinco ou dez anos conforme as circunstâncias, dependendo, entre outros factores, do rendimento do agregado familiar, da idade e eventual deficiência do arrendatário.

No que concerne é hipótese da desocupação do imóvel, importa informar, em primeiro lugar que, sem que haja acordo das partes nesse sentido, a entrega, ao senhorio, de um imóvel arrendado só é possível em caso de resolução ou em caso de denúncia do contrato, o que deverá sempre ser decretado judicialmente.

Isto quer dizer que o leitor, enquanto senhorio, só poderá obter o despejo do locado através de resolução se o inquilino deixar de cumprir as obrigações que lhe competem enquanto tal e só poderá obter a entrega do locado através de denuncia, ou seja, da possibilidade de unilateralmente pôr termo ao contrato de arrendamento, se necessitar do locado para sua habitação ou para residência dos seus descendentes em 1.º grau ou ainda para demolição ou realização de obra de remodelação ou restauro profundos, pois a possibilidade conferida pelo NRAU, de denuncia do contrato de arrendamento mediante comunicação ao arrendatário com antecedência não inferior a cinco anos sobre a data em que pretenda a cessação, não se aplica aos contratos de arrendamento habitacional celebrados antes de 27.06.2006.

NOTAS SOBRE CONTRATOS PÚBLICOS

Empreendimentos turísticos: requisitos de classificação obrigatórios e opcionais na hotelaria

Apesar de já terem sido referidos nesta coluna alguns dos aspectos introduzidos pelo Novo Regime da Instalação, Exploração e Funcionamento dos Empreendimentos Turísticos — aquando da publicação do Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março, na sequência da sua articulação com a sexta alteração ao Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação (Lei nº 60/2007, de 4 de Setembro), em resultado do programa de simplificação Administrativa e Legislativa (SIMPLEX) — parece que é novamente útil voltar ao assunto.

Tal facto prende-se com a recente entrada em vigor, no passado dia 29 de Abril, da Portaria nº 327/2008, de 28 de Abril, a qual que aprova o sistema de classificação de estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos, sendo o primeiro dos regulamentos previstos no Novo Regime Jurídico mencionado a ser publicado.

Assim, a atribuição de cada categoria implica que sejam cumpridos os requisitos mínimos obrigatórios e a obtenção de pontuação nos facultativos, fixados para a mesma.

Neste contexto, a Portaria estipula como requisitos obrigatórios comuns: apresentação de condições de higiene e limpeza adequadas, conservação e funcionamento das instalações e equipamentos; insonorização da maquinaria geradora de ruídos em zonas de clientes; o armazenamento de lixos quando não exista serviço público de recolha; sistema de iluminação

de segurança; sistema de prevenção de riscos de incêndio; água corrente quente e fria; telefone ligado à rede exterior, quando estiver disponível o respectivo serviço público.

No que diz respeito aos requisitos opcionais, o seu preenchimento traduz-se na obtenção de uma pontuação que pode variar entre 1 e 30 pontos, dividindo-se em instalações, equipamento e imobiliário, serviço e lazer, qualidade ambiental e urbanística.

Nas instalações destaca-se a climatização das áreas comuns com sistemas que garantam o conforto térmico (10 pontos); o equipamento das unidades de alojamento com sistemas de climatização activos ou passivos que garantam o conforto térmico de intensidade regulável pelo cliente em cada ciclo (13 pontos); que 50% dessas unidades possuam varandas ou terraços com área mínima de 4 m2 (5 pontos por cada 4 m2/UA, até ao máximo de 15); a existência de fechaduras electrónicas (5 pontos) e que a percentagem da área média das unidades de alojamento exceda as áreas mínimas obrigatórias (igual ou superior a 10% - 10 pontos; a 20%- 12 pontos e a 30% - 15 pontos). O estacionamento deve distinguir-se por local que permita o aparcamento temporário de viaturas para a tomada e largada de utentes e bagagens (5 pontos); garagem privativa com acesso directo à recepção (15 pontos) e possibilidade de estacionamento para autocarros (5 pontos).

Em relação ao equipamento e mobiliário, são de referir: a zona de estar e zona de trabalho em 50% das unidades de alojamento — a primeira composta por sofá ou maple, mesa de apoio e iluminação e a segunda cadeira, mesa de trabalho, iluminação e tomada (10 pontos cada requisito); colchões com comprimento não inferior a 2 m de largura e 1,10 m para camas individuais e 1,80 m para camas de casal (5 pontos); cama suplementar ou berço, quando solicitados (3 pontos); menu de almofadas (2 pontos); interruptor geral automático (1 ponto). No equipamento da cozinha ou da Kitchenette, a instalação de fogão ou placa e exaustor de fumos (8 pontos). Nos requisitos referentes a equipamento e acessórios sanitários são de considerar, entre outras, as situações em que, pelo menos, 50% das instalações tenham banheira e duche separados (10 pontos) e que todas sejam equipadas com determinados acessórios como balança (1 ponto), aquecimento de toalhas (5 pontos), espelho de cosmética (2 pontos), etc. Nos sistemas de vídeo, áudio, telecomunicações e equipamentos suplementares nomeiam-se: o sistema de som na casa de banho (5 pontos); a música e filmes a pedido com mais de 20 opções (5 pontos); o acesso a mais de 20 canais de televisão (5 pontos); o sistema de registo de mensagens de voz (2 pontos); a disponibilidade de jornais diários ou informação impressa diária nas zonas comuns (2 pontos).

Em relação aos itens de serviço e lazer são diversos os requisitos estabelecidos, tais como a o equipamento de chá e café nas unidades de alojamento (2 pontos); serviço de recepção multilíngue (5 pontos); videovigilância nas zonas públicas e de circulação (6 pontos); serviços de costura, babysitter, transporte privativo; spa, business center squash, piscina exterior (todos com 10 pontos); piscina interior e aquecida (12 e 15 pontos respectivamente), golf (15 pontos), etc.

Por último, mas não menos importante, é estabelecida a pontuação para a categoria da qualidade ambiental e urbanística, onde são previstos, entre outros, o aproveitamento e valorização de edificações preexistentes (15 pontos); a existência de área de espaços verdes de utilização comum (5 pontos por cada 20 m2/UA até ao limite de 15 pontos); a certificação ambiental por norma nacional ou europeia, quando não obrigatória por lei (30 pontos).

No caso dos estabelecimentos hoteleiros, o processo de classificação vem previsto no art. 36º do Decreto-Lei nº 39/2008, sendo realizada directamente pelo Turismo de Portugal, I.P. mediante a realização de uma auditoria de classificação do empreendimento no prazo de dois meses a contar da data da emissão do alvará de autorização de utilização para fins turísticos ou da abertura do empreendimento.

ANA.MEDEIROS@MAC.COM
Gabinete de Advogados
AntonioVilar&Associados



ANA MEDEIROS
Advogada

ALMOÇO-CONFERÊNCIA DEBATE
A SITUAÇÃO FINANCEIRA EM PORTUGAL

As “Perspectivas de evolução da situação financeira em Portugal e o seu enquadramento ibérico e europeu”. É à volta desta temática que se vai desenrolar a intervenção do ministro de estado e das finanças, Teixeira dos Santos,

num almoço de empresários que vai ter lugar no dia 20 de Maio, em Lisboa. No almoço estará também o embaixador de Espanha, Enrique Panés, e várias individualidades ligadas ao mundo empresarial de Portugal e Espanha.

GAIA MOSTRA POTENCIALIDADES
DO CONCELHO A EMPRESÁRIOS MADRILENOS

São 27 os empresários do círculo imobiliário de Madrid que vão marcar presença na cidade de Gaia, entre os dias 15 e 17 de Maio. O encontro, promovido pela Agência Municipal de Investimento, EM (Amigaia), pretende dar a conhecer as potencialidades do concelho de Gaia, que conta com 16 quilómetros de frente mar e 18 quilómetros

de frente rio, e um centro histórico com boas oportunidades de investimento. No dia 15, os empresários madrilenos farão uma visita guiada a vários pontos estratégicos do concelho e no dia 16 serão recebidos no Salão Nobre dos Paços do Concelho, onde vão conhecer as grandes oportunidades de negócio da região.

MOVING FORWARD QUER EXPORTAR “KGB”

Meio milhão de euros foi o valor do investimento inicial em termos de divulgação do KGB, um medicamento destinado a curar ressacas. Sem revelar o volume de negócios de 2007, por falta de disponibilidade de dados, Sofia Peralta, “brand manager” da empresa Moving Forward, responsável pelo KGB em Portugal, adiantou que aquele investimento “já teve retorno”. Para 2008, a estratégia da empresa, em relação ao posicionamento do KGB, será a do enfoque das vendas em farmácias e a continuação das campanhas de sensibilização sobre os benefícios do produto. Ainda este ano, a empresa espera expandir-se e exportar o produto para In-

glaterra (devido a relações estreitas que a empresa detém com aquele mercado) e outros países da Europa, sempre através de Portugal. O lançamento de novos produtos, sob a marca KGB e na mesma linha de prevenção, estão também em desenvolvimento, com o seu lançamento agendado para breve. O KGB é um suplemento alimentar que ajuda na eliminação e destruição das toxinas e previne o aparecimento da sintomatologia e das lesões induzidas pelo álcool. “O objectivo do KGB não é prevenir a ‘ressaca’, mas sim, única e exclusivamente, a protecção do organismo”, assegurou Sofia Peralta.

TIAGO ROCHA
redacao@vidaeconomica.pt

fonte viva

Em todos os momentos

experimente grátis

Ligue 808 290 000

www.fonteviva.com.pt

Compras online de viagens aéreas com publicidade enganosa

A Comissão Europeia da Defesa do Consumidor, Meglena Kuneva, publicou o relatório intercalar de uma investigação realizada em toda a União Europeia – envolvendo 15 autoridades nacionais da UE e da Noruega – para lutar contra a publicidade enganosa e as práticas desleais nos sítios ‘web’ de venda de bilhetes de avião. O relatório revela que “existem problemas de consumo graves e persistentes” no sector das companhias aéreas na sua globalidade. Nos últimos sete meses, foi necessário tomar medidas sancionatórias relativamente a um terço dos sítios web fiscalizados (137 dos 386 inicialmente verificados pelos 13 países relatores), por motivo de infracção do direito europeu do consumidor. Mais de 50% destes sítios web foram corrigidos durante este período. Segundo Meglena Kuneva, “é

As principais irregularidades prendem-se com indicação enganosa dos preços, detectada em 58% dos sítios investigados

inaceitável que um em cada três consumidores que reservam um bilhete de avião em linha seja prejudicado, enganado e confundido”, para quem “o relatório revela que há problemas graves e persistentes com a venda de bilhetes no sector das companhias aéreas na sua globalidade”. Esta investigação deverá estar concluída até 1 de Maio de 2009. A investigação realizada até agora centrou-se na indicação enganosa

dos preços, na disponibilidade das ofertas e nas cláusulas contratuais desleais (incluindo opções pré-seleccionadas e disponibilidade da cláusula contratuais na língua do consumidor). Os principais resultados mostram que foi necessário tomar medidas sancionatórias por infracção do direito do consumidor relativamente a um em cada três sítios web. As principais irregularidades prendem-se com indicação enganosa dos preços, detectada em 58% dos sítios investigados, que constitui o problema mais frequente; irregularidades relacionadas com as cláusulas contratuais (versão linguística errada ou inexistente, serviços opcionais pré-seleccionados), constatadas em 49% dos sítios; e indisponibilidade das ofertas anunciadas, constatada em 15% dos sítios.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Certif aumenta certificação de produtos

A actividade da Certif, entidade certificadora de produtos e serviços em Portugal, voltou a registar um grande crescimento no ano passado, devido, sobretudo, ao aumento da procura por parte das empresas para a certificação dos seus produtos, mas também a uma maior dinâmica do seu Departamento Comercial. No último ano, a Certif – Associação para a Certificação de Produtos disponibilizou às empresas uma oferta mais alargada de serviços, tendo concluído a certificação de 366 produtos e a criação de 86 esquemas de certificação. Em termos de sectores, um dos principais factores a contribuir para o crescimento da actividade da Certif foi o aumento da procura nos produtos da construção. Este sector conta já com 144 produtos certificados, quase tantos como o sector eléctrico e de telecomunicações. A Certif contou em 2007, na sua actividade de certificação de produtos, com 63 novos clientes, ascendendo no total a cerca de 380 o número de empresas que recorrem aos seus serviços. Em termos de resultados financeiros, estes “aproximaram-se do orçamento aprovado, sendo este facto de realçar, pois, apesar de alguma reprogramação dos nossos esquemas técnicos e do facto de ter havido uma significativa redução de preços neste mercado, aliado à conjuntura em que vivemos, a actividade cresceu”, salientou Francisco Barroca, director-geral da Certif. “O número de novas solicitações para certificação cresceu significativamente, não sendo possível, em muitos casos, por fal-



Francisco Barroca, director-geral da Certif.

ta de documentos de referência ou por deficiência da capacidade dos fabricantes, dar a resposta adequada”, sublinhou ainda o responsável. Depois de ter iniciado em 2007 a área da certificação de sistemas de gestão (qualidade, ambiente, saúde e segurança alimentar), a Certif concluiu já alguns destes processos e tem quase uma centena de outros em carteira, muitos dos quais deverão ficar concluídos ao longo deste ano. Os sectores de actividade que mais procuraram a certificação dos seus sistemas de gestão foram os serviços de consultoria em higiene e segurança alimentar, a construção civil e a indústria alimentar. Com a oferta da certificação conjunta de sistemas e de produtos e serviços, a Certif possibilita às empresas candidatas uma redução significativa dos custos com a certificação. Entretanto, a abertura, em Junho último, de uma delegação da Certif no Porto representou “mais um passo no sentido de estarmos mais próximo dos clientes e de poder prestar um melhor serviço”, adiantou Francisco Barroca.

As exigências técnicas relacionadas com a actividade da certificação levaram ainda a Certif a reforçar a formação dos seus colaboradores, tendo promovido em 2007 mais de 1619 horas de formação interna e externa. A Certif procedeu também a uma reestruturação dos seus esquemas, procurando concentrar algumas famílias de produtos em função da organização dos Technical Committees do CEN, sobretudo dos que estão no âmbito dos produtos da construção. Com o processo de acompanhamento da acreditação no âmbito dos produtos e serviços (EN 45011), teve lugar a aceitação das extensões pretendidas para novas normas. Conforme objectivo estabelecido no Plano de Actividades, foi entregue no final do ano o pedido de acreditação da Certif como organismo de certificação de sistemas de gestão da qualidade e do ambiente (EN 170021) e da segurança alimentar (ISO 22003), aguardando-se que a mesma seja concedida em 2008.

VIRGÍLIO FERREIRA
virgilio@vidaeconomica.pt

Área / Sector	Esquemas			Produtos		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Agro-Industrial	8	8	8	35	35	35
Componentes automóveis	5	5	5	5	5	5
Construção	38	33	32	144	137	113
Eléctrico e Telecomunicações	19	19	19	146	144	142
Outros	16	16	16	36	35	34
Total	86	81	80	366	356	329

SUCESSO E LIDERANÇA

Resultados

Para cada esforço disciplinado existem múltiplas recompensas. Jim Rohn



PAULO DE VILHENA
Principal & General Manager
da ActionCOACH Portugal

Tenho tido recentemente a oportunidade de reflectir, com algumas pessoas com quem trabalho, sobre aquilo que nos permite atingir determinadas realizações. Ou seja, como aparecem os resultados na nossa vida.

A maior parte das pessoas a quem pergunto como desenvolvem os seus níveis de confiança responde-me que esta vem dos resultados. Isto faz-me sempre alguma confusão, pois não vejo como hão-de aparecer resultados se não estivermos antes confiantes. Estamos então tentados a cair num ciclo vicioso. Não temos resultados porque não temos confiança e não temos confiança porque não temos resultados.

Os vários autores, que tenho estudado sobre desempenho individual, parecem unânimes em concluir que um dos factores comuns aos indivíduos e organizações bem sucedido(as) são as suas expectativas sobre resultados futuros. Ou seja, antes de empreenderem algo, já esperam que as coisas vão correr bem. São, portanto, optimistas! São, portanto, autoconfiantes!

Na minha opinião, a confiança tem de aparecer antes dos resultados. Assumirmos esta responsabilidade dá-nos o controlo sobre o nosso futuro, por oposição a deixá-lo entregue à sorte agreste, daquilo que o acaso nos trazer. Um indivíduo confiante tentará muito mais coisas que do que outros que não tenham esses níveis de confiança. E afinará a sua abordagem até encontrar o caminho, pois simplesmente sabe que o vai encontrar. E então atingirá resultados e isso parece-me claro. Este exemplo é válido também para qualquer tipo de organização.

Existe, de facto, uma muito elevada correlação entre resultados e confiança, mas ao contrário do ovo e da galinha, aqui restam-me poucas dúvidas de qual é que aparece primeiro. Nunca vi ninguém pouco confiante apresentar resultados significativos de forma consistente. Nenhum Indivíduo, nenhuma Empresa, nenhum País...

A construção do nosso futuro depende unicamente da nossa responsabilidade e capacidade de tomar decisões

Onde vamos então buscar essa autoconfiança?... Respondo com outra pergunta... Qual é a principal característica dos indivíduos confiantes?... Acredito eu que é a auto-estima. Alguém que gosta de si próprio, confia nas suas capacidades, como tal desenvolverá a autoconfiança de que necessita para atingir os resultados a que se propõe.

E a auto-estima?... Onde a encontraremos então?... Será que é a olharmos para o espelho diariamente, a pensar quão fantásticos tivemos a felicidade de nascer?... Será que é sentados todo o dia à nossa secretária?... Não me parece! Parece-me que nos orgulhamos de nós próprios, quando estamos satisfeitos com a quantidade e qualidade da nossa acção. Parece-me que gostamos de nós próprios, quando sentimos que não demos menos do que o nosso melhor. A auto-estima nasce então da acção. Ou seja, da capacidade de nos disciplinarmos a fazer aquilo que sabemos que temos de fazer, com o nosso máximo empenho. Ou, dito de outra forma, a auto-estima vem da autodisciplina.

Permito-me então concluir que será este o caminho para os resultados. Se nos autodisciplinarmos diariamente, estamos a construir a nossa auto-estima, que resultará na auto-confiança de que necessitamos para atingir os resultados que queremos.

Gostaria ainda de sublinhar que todas estas coisas se encontram dentro de nós. Autodisciplina, auto-estima, autoconfiança e (auto-) resultados. Quero com isto dizer que a construção do nosso futuro depende unicamente da nossa responsabilidade e capacidade de tomar decisões e acção consequente, bem como de nos manter fiéis a essas mesmas decisões. A nossa vida dependerá 10% daquilo que nos acontece e 90 % do que nós fazemos em relação a isso. Tudo se torna determinado por nós e pela nossa atitude perante os acontecimentos!... Quando acreditamos em nós e nos comprometemos com um resultado, a única forma de falhar é desistir. Caso contrário e como disse Aníbal, “... encontraremos o caminho ou faremos um!”

Henkel mantém ritmo de crescimento

Foi um trimestre de pequenas variações para a Henkel. As vendas orgânicas aumentaram 3,3%, tendo em conta as variações cambiais (mais 2,5%), e fixaram-se assim dentro da variação de 3 a 4% prevista pela Henkel. As vendas, após ajuste para ter em conta as variações cambiais, aumentaram 1,7%. “Começámos bem este exercício num ambiente económico fortemente competitivo. Alcançámos um forte crescimento orgânico das

vendas, apesar do desenvolvimento lento no mercado americano, e o forte período homólogo do exercício anterior foi encorajador. Todos os nossos sectores comerciais contribuíram para isto”, afirmou Kasper Rorsted, presidente do conselho de administração da Henkel. As condições do mercado, na América, foram responsáveis pelo fraco crescimento na região, compensado pelo bom desempenho na Europa Oriental e Médio Oriente.

As alterações fiscais em nada ajudam à recuperação da indústria da construção

Fiscalidade

CTOC considera que o actual modelo contabilístico está esgotado

Construção exige reembolso do IVA em 30 dias

A Federação Portuguesa da Indústria da Construção e Obras Públicas (Fepicoop) quer que o prazo de reembolso do IVA, no sector da construção, seja de 30 dias e não de vários meses, como sucede actualmente. Considera aquela federação que tal se tornou ainda mais um imperativo, na medida em que se passou a aplicar a inversão daquele imposto, o que impede as empresas de procederem na declaração periódica à dedução do IVA suportado.

É também chamada a atenção para o facto dos prazos médios de recebimento dos reembolsos do IVA variarem entre os quatro e dez meses, “situação esta que origina graves consequências financeiras às empresas, obrigando-as a reforçarem o financiamento junto da banca”. Perante este cenário, a federação representativa do sector da construção pede uma rápida resolução para um problema que está a afectar um elevado número de empresas.

De salientar que a legislação estabelece que o ministro das Finanças pode autorizar a Direcção-Geral dos Impostos a efectuar reembolsos em condições diferentes das estabelecidas para a generalidade dos sectores económicos.

Assim, a Fepicoop quer ver aprovado, com carácter de urgência, o normativo de enquadramento da redução para 30 dias do prazo de reembolso do IVA no sector da construção.

Por último, a federação assinala que “ao reduzir os seus prazos de pagamento, o Estado estará a contribuir para a dinamização da economia. Aliás, foi com esse objectivo que o Governo espanhol anunciou, recentemente, a redução para 30 dias do prazo de reembolso do IVA no pacote de medidas de combate ao abrandamento do crescimento económico, num exemplo que deveria ser seguido de imediato pelo Governo português”. Estas preocupações foram expostas ao secretário de Estado dos Assuntos Fiscaais.

A direcção da Fepicoop tem-se multiplicado em apelos ao poder político, tendo em conta a pressão fiscal que é exercida sobre o sector. A conjuntura desta indústria é preocupante, mas tem havido alterações fiscais que em nada ajudam à sua recuperação.

Os responsáveis não entendem que a actividade esteja a ser tão sacrificada, quando tem um papel determinante em todo o tecido económico do país.

CTOC analisa novo modelo contabilístico

O Sistema de Normalização Contabilística (SNC) terá um profundo impacto na actividade dos profissionais do sector. A Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas (CTOC) deu posse à comissão, presidida por Avelino Antão, que fará a sua análise.

O grupo de trabalho vai estudar o projecto do novo modelo contabilístico. As conclusões serão remetidas à direcção da CTOC, a qual, com base na apreciação daquela comissão, submeterá a proposta da instituição à tutela. A câmara considera que o actual modelo está esgotado e a entidade quer ter uma intervenção efectiva no processo, até porque os técnicos oficiais de contas serão dos mais influenciados pelas novas regras.

O grupo de reflexão, adiantam os responsáveis da CTOC, tem em mãos um documento que não é perfeito e que resultou da cedência de várias partes.

Por sua vez, existe a convicção que o papel da instituição na formação dos profissionais será fundamental na assimilação das novas orientações. A câmara vai pedir para que o prazo de análise seja prorrogado por um mês, até ao final de Julho, tendo em conta que se trata de um documento extenso e que necessita de debate, nomeadamente ao nível das escolas e associações congéneres da CTOC.

PRÁTICA FISCAL

IVA – suspensão de actividade

Um sujeito passivo de IRC perante a prespectiva actual do negócio tomou a iniciativa de suspender a actividade economica.

1. Para não estar obrigado ao PEC será suficiente efectuar a cessação de actividade para efeitos de IVA. Como deverá proceder?

2. Poderá reiniciar a actividade (IVA) económica logo que o cenário seja mais favorárel à empresa e em caso afirmativo como deverá proceder?

3. Durante esta suspensão de actividade todas as obrigações declativas da empresa se mantêm?

RESPOSTA DO ASSESSOR FISCAL

O sujeito passivo de IRC tomou a iniciativa de suspender a actividade. Tal facto, porém, não o desobriga de cumprir todas as obrigações declarativas a que a empresa está sujeita. Fica, contudo,

dispensado de efectuar o pagamento especial por conta, caso se verifique a cessação da actividade para efeitos de IVA e for entregue a respectiva declaração nos serviços de finanças competente (artigo 32.º do CIVA).

A cessação da actividade para efeitos de IVA acontece logo que ocorra um dos factos mencionados no artigo 33.º do CIVA. Ao retomar a actividade, terá de apresentar, previamente, a declaração de início de actividade a que se refere o artigo 30.º do CIVA.

De notar que, independentemente da não ocorrência dos factos que determinam a cessação da actividade, a administração fiscal pode declarar oficiosamente a cessação quando for manifestado que mesma não está a ser exercida nem há a intenção de a continuar a exercer (n.º 2 do artigo 33.º do CIVA).

Informação elaborada pela APOTEC - Associação Portuguesa de Técnicos de Contabilidade
geral@apotec.pt

AGENDA FISCAL

MAIO

Até ao dia 15

- **IVA - Imposto sobre o valor acrescentado Periodicidade trimestral**
 - Pagamento do Imposto sobre o Valor Acrescentado referente ao 1.º trimestre de 2008 pelos sujeitos passivos abrangidos pela periodicidade trimestral do regime normal.

Até ao dia 20

- **IVA - Imposto sobre o valor acrescentado Pequenos Retalhistas**
 - Entrega pelos retalhistas sujeitos ao regime de tributação previsto no art.º 60º do CIVA, da guia modelo 1073 ou da guia modelo 1074, consoante haja ou não imposto a pagar.

- **IRC - Imposto sobre o rendimento das pessoas colectivas**
 - Entrega das importâncias retidas no mês de Abril sobre os rendimentos sujeitos a retenção na fonte de IRC.

- **IRS - Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares**
 - Entrega, pelas entidades obrigadas a

efectuar retenção, do imposto deduzido em Abril pela aplicação das taxas liberatórias previstas no artº 71º do CIRS.

- Entrega, pelas entidades que disponham ou devam dispor de contabilidade organizada, das importâncias deduzidas em Abril sobre rendimentos de capitais e prediais e rendimentos de propriedade intelectual ou industrial e prestações de serviços (Categoria B).

- Entrega do imposto deduzido em Abril sobre os rendimentos do trabalho dependente e de pensões, com excepção das de alimentos

- **Imposto de Selo**
 - Entrega, por meio de guia, nas tesourarias da Fazenda Pública, do imposto cobrado em Abril, pelas entidades a quem incumbe essa obrigação.

Até ao dia 25

- **IRS - Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares**
 - Entrega da declaração modelo 3, por via electronica, com anexos, pelos sujeitos passivos com rendimentos das Categoria A (trabalho dependente), B (empresariais e profissionais), E (capitais), F (prediais), G (mais valias) e H (pensões).

Até ao dia 30

- **IRS - Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares**
 - Entrega da declaração Modelo 17, por transmissão electrónica de dados, pelas instituições depositárias de Dívida Pública – não residentes – operações de que tenha resultado reembolso antecipado de imposto.
 - Entrega da declaração Modelo 18, por transmissão electrónica de dados, pelas Entidades emitentes de vales de refeição.

IRC

– Entrega, por transmissão electrónica de dados, da declaração periódica de rendi-

mentos modelo 22, pelas entidades sujeitas a IRC, cujo período de tributação seja coincidente com o ano civil. Dentro do mesmo prazo deve ser efectuado o pagamento do IRC devido.

Imposto Único de Circulação

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.

Lista de Credores do Estado

Apresentação de pedidos de inclusão até 30 de Maio

O Ministério das Finanças prorrogou até 30 de Maio o prazo de apresentação dos requerimentos para inclusão de dívidas na lista de credores do Estado. O prazo inicialmente fixado para a apresentação dos requerimentos era 15 de Abril mas o carácter inovador da iniciativa e as dúvidas surgidas no último mês, relativamente ao modo de apresentação dos requerimentos, levou o referido Ministério a decidir prorrogar, este ano, o prazo de 15 de Abril para dia 30 de Maio, inclusive. Mais esclarecimentos sobre a lista de credores do Estado podem ser obtidos em www.sgmf.pt.

Transmissão de bens em segunda mão sujeita a tributação em sede de IVA

Neste regime especial, também designado regime da margem, a tributação das transmissões é efectuado pela margem, apurada em conformidade com o nº 1 do artigo 4º deste normativo legal.

Um stand de automóveis compra um carro a um particular ou a empresa revendedora em «regime de bens em 2.ª mão». Quando vende o carro a uma empresa ou a um particular, aplica-se o mesmo regime? Se o stand compra à mesma empresa revendedora a viatura com IVA no regime normal, deverá vendê-la com IVA se for a um sujeito passivo de IVA. Caso venda a um particular, não o faz com IVA, mas no regime «IVA bens em segunda mão». Esta interpretação é a mais correcta?

Em termos de IVA, a transmissão de bens em segunda mão (nomeadamente as viaturas usadas) tem previsto um regime especial regulamentado pelo Decreto-Lei nº 199/96, de 18 de Outubro. De acordo com o artigo 1º do referido diploma, estão sujeitas a IVA, segundo o regime especial de tributação da margem, as transmissões de bens em segunda mão, efectuadas nos termos previstos no diploma, por sujeitos passivos revendedores. Por força do nº 1 do artigo 3º do Regime Especial, estão sujeitos ao regime da margem as transmissões de viaturas usadas, efectuadas por sujeitos passivos revendedores, quando estes tenham adquirido as viaturas, no interior da comunidade (em Portugal ou noutro Estado-membro), numa das seguintes condições:

- A uma pessoa não sujeito passivo (por exemplo, particular);
- A outro sujeito passivo, desde que a

transmissão feita por este tenha sido isenta ao abrigo do nº 33 do artigo 9º do CIVA ou de disposição legal idêntica vigente no Estado membro onde tiver sido efectuada a transmissão;

- A outro sujeito passivo desde que a transmissão feita por este tenha tido por objecto um bem de investimento e que tenha sido isenta ao abrigo do artigo 53º do CIVA ou disposição legal idêntica vigente no Estado membro onde tiver sido efectuada a transmissão;
- A outro sujeito passivo revendedor, desde que a transmissão por este efectuada esteja abrangida por um regime de tributação da margem.

Neste regime especial, também designado Regime da Margem, a tributação das transmissões é efectuado pela margem, apurada em conformidade com o nº 1 do artigo 4º deste normativo legal: «1 - O valor tributável das transmissões de bens referidas no artigo anterior, efectuadas pelo sujeito passivo revendedor, é constituído pela diferença, devidamente justificada, entre a contraprestação obtida ou a obter do cliente, determinada nos termos do artigo 16º do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado, e o preço de compra dos mesmos bens, com inclusão do Imposto sobre o valor acrescentado, caso este tenha sido liquidado e venha expresso na factura ou documento equivalente.» Nas transmissões de viaturas usadas que não preencham os requisitos acima citados, deve-se aplicar o regime geral do IVA,

podendo ainda este aplicar-se por opção do sujeito passivo, conforme o nº 1 do artigo 17º do Decreto-Lei nº 199/96, de 18 de Outubro: «1 - O sujeito passivo revendedor poderá optar pela liquidação do imposto nos termos gerais do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado, em relação a cada transmissão sujeita ao regime especial

quando um revendedor de viaturas usadas adquire uma viatura usada a um particular ou a um revendedor que aplicou o regime dos bens em segunda mão, na posterior venda pode aplicar este regime especial ou adoptar pela liquidação de IVA, nos termos gerais do Código do IVA. Quando o mesmo revendedor vende um veículo usa-



de tributação da margem.» Neste regime especial, também designado regime da margem, a tributação das transmissões é efectuado pela margem, apurada em conformidade com o nº 1 do artigo 4º deste normativo legal. Respondendo às questões colocadas,

do que adquiriu no regime normal de IVA, nunca poderá aplicar o regime da margem, qualquer que seja o adquirente desse veículo.

(INFORMAÇÃO ELABORADA PELA CÂMARA DOS TÉCNICOS OFICIAIS DE CONTAS)

Entrega de declaração de IVA fora de prazo representa infracção tributária

A instauração de processos de contra-ordenação deverá sempre ser comunicada através de notificação remetida pela administração fiscal, dando conhecimento ao sujeito passivo dos factos que lhe são imputados e da coima em que incorre, assim como comunicar-lhe que no prazo de 10 dias pode apresentar defesa e juntar ao processo os elementos probatórios que entender, no termos do nº 1 do artigo 70º do Regime Geral das Infracções Tributárias.

Determinado Técnico Oficial de Contas detectou que não tinha sido mencionado na declaração de IVA uma factura de um cliente. Terá de efectuar a substituição da declaração, o que origina imposto a favor do Estado. Todavia, no que diz respeito ao pagamento de coima e juros, ao ler o artigo 71º nº 3 do CIVA, surgem dúvidas, uma vez que a rectificação do imposto é obrigatória quando este for liquidado a menos, mas sem penalidades se rectificado até final de período seguinte àquele a que respeita a factura. Significa que, se se corrigir a declaração no período seguinte, não será aplicada coima?

A entrega de uma declaração de substituição de IVA fora de prazo configura-se

numa infracção tributária punível com coima nos termos do artigo 116º do Regime Geral das Infracções Tributárias. Se, consequentemente à entrega da declaração de substituição fora de prazo, ocorrer falta de entrega da prestação tributária, também esta será punível com coima em conformidade com o disposto no artigo 114º do mesmo diploma. Assim, referem estes normativos que para efeitos contra-ordenacionais, são puníveis como falta de entrega da prestação pecuniária, a falta de liquidação ou liquidação inferior à devida de IVA, ao abrigo da alínea

Instauração de processos de contra-ordenação deve ser comunicada através de notificação remetida pela administração fiscal

a) do nº 5 do artigo 114º. No caso de uma entrega de um modelo de substituição do IVA, com imposto adicional a entregar nos cofres do Estado, existe, de facto, um prejuízo efectivo à receita tributária. Por outro lado, o artigo 26º do RGIT determina que, se o contrário não resultar da lei, as coimas aplicáveis às pessoas colectivas, sociedades, ainda que irregularmente constituídas, ou outras entidades fiscalmente equiparadas, podem elevar-se até ao valor máximo de 110 mil euros, em caso de dolo, e 30 mil euros, em caso de negligência, sendo o valor mínimo da coima a pagar de 30 euros, excepto em caso de redução da coima que poderá ser de 15 euros. O nº 4 do artigo 16º do RGIT estabelece que os limites referidos elevam-se ao dobro quando se trate de uma pessoa colectiva. O contribuinte não pode conhecer a priori o montante exacto da coima que lhe será aplicada, porquanto a sua graduação depende da avaliação por parte da administração

tributária, constituindo uma sua prerrogativa legal. Atente-se o que dispõe o artigo 27º do RGIT, segundo o qual a graduação da coima varia em função da gravidade do facto, da culpa do agente, da sua situação económica e do benefício que o agente retirou da prática da contra-ordenação. Desde que reunidos os requisitos do direito à redução da coima constantes do artigo 30º, será sempre aplicado o disposto no artigo 29º do RGIT. A instauração de processos de contra-ordenação deverá sempre ser comunicada através de notificação remetida pela administração fiscal, dando conhecimento ao sujeito passivo dos factos que lhe são imputados e da coima em que incorre, assim como comunicar-lhe que no prazo de 10 dias pode apresentar defesa e juntar ao processo os elementos probatórios que entender, no termos do nº 1 do artigo 70º do Regime Geral das Infracções Tributárias. Por último, havendo imposto adicional a entregar nos cofres do Estado, serão também liquidados juros compensatórios, nos termos do nº 1 do artigo 89º do CIVA e artigo 35º da Lei Geral Tributária (LGT).

(INFORMAÇÃO ELABORADA PELA CÂMARA DOS TÉCNICOS OFICIAIS DE CONTAS)

Bancos são avaliados pela transparência das suas práticas

Os bancos não são julgados apenas pela robustez da sua gestão económica ou pelo equilíbrio da sua gestão financeira. Também o são, entre outros aspectos, em função da transparência das suas práticas de “pricing ou da forma



Paulo Padrão, director de comunicação e sustentabilidade do BES

como proporcionam auscultação aos seus clientes”, explica o economista Paulo Padrão.

O mundo mudou muito no que respeita aos bancos. O ambiente está muito mais exigente. Mas não é menos verdade que esta mudança também encerra oportunidades. E são oportunidades que se podem concretizar em benefícios. A responsabilidade social empresarial e as políticas de sustentabilidade ganham um peso crescente nos modelos de gestão das empresas, em geral, e dos bancos, em particular. Assim os principais desafios, relativamente à RSE, podem sintetizar-se na relação com os clientes e a abordagem comercial, na “governance” e na ética, bem como na satisfação das expectativas e necessidades dos accionistas.

Conclui o director de comunicação e sustentabilidade do BES que “a valorização dos comportamentos positivos deveria ser tão ou mais eficiente quanto o julgamento – normalmente imediato – das situações negativas. Sob pena de privilegiar e favorecer os que só trocam a bola no meio do campo, à espera que o jogo termine, e em que um bom resultado passa por perder por poucos”.

Empresas conscientes da cidadania empresarial

Cada vez existe uma maior consciencialização das empresas nacionais qunato às suas políticas de responsabilidade social nas relações com os meios sociais envolventes. Esta a opinião manifestada por Luísa Pestana, presidente da Fundação Vodafone, num trabalho publicado na revista “Cadernos de Economia”.

O aspecto mais importante é que as empresas estabelecem, de facto, compromissos com as diversas entidades e instituições, apostando nas parcerias entre sectores privado e público. Está-se agora no campo da ética, já que se levantam questões relacionadas com o dever, as obrigações morais e legais. Cruzando-se com o conceito de ética, aparece o conceito de cidadania, no caso em apreço, o da cidadnia empresarial. As empresas, mesmo privadas, não estão isentas de responsabilidades públicas perante a sociedade.

CCI suíça entrou em novo ciclo

O ano passado marcou um ponto de viragem para a Câmara de Comércio e Indústria Suíça em Portugal (CCISP). Foi o encerrar de um ciclo, que não tendo sido de ruptura, significou mudanças estruturais na instituição. Miguel Cardoso Peres, presidente da CCISP, considera que os resultados foram superiores às expectativas.

As mudanças, como adequação estrutural do secretariado, racionalização dos recursos disponíveis e utilização de competências dos sócios, tiveram resultados melhores do que os esperados. Assim, as receitas atingiram um valor recorde, verificaram-se os melhores valores económicos e financeiros de sempre e houve um crescimento efectivo no número de sócios contribuintes. Para este ano, adianta aquele responsável, o objectivo da câmara é consolidar estes resul-

tados, aumentar e melhorar a visibilidade das empresas helvéticas em Portugal.

Também o embaixador suíço tem como principal tarefa estreitar as relações dos dois países a todos os níveis. As perspectivas devem ser analisadas de forma profunda, mas sóbria. Considera o diplomata que na linha da frente deve estar a câmara, na promoção das relações comerciais e económicas entre os dois países. Aliás, importa notar que a CCISP e a embaixada estabeleceram, há cerca de seis anos, um acordo de cooperação no que respeita à promoção da exportação. Cabe agora ao embaixador ser um guardião de confiança na respectiva implementação operacional dessa mesma “partilha de trabalho”. As condições são agora melhores para proporcionar uma interligação mais efectiva entre as duas economias.



Miguel Cardoso Peres, presidente da CCISP, considera que os resultados foram superiores às expectativas

PUB

O ANUÁRIO DO TURISMO MUNDIAL

GRANDES TENDÊNCIAS DO TURISMO MUNDIAL E A ANÁLISE AOS GRANDES DESAFIOS DOS CINCO CONTINENTES

Uma revista que se debruça sobre o Turismo na Ibéria, dando voz aos grandes especialistas nacionais e espanhóis. Opinião do Secretário de Estado do Turismo, da Organização Mundial do Turismo, da Comissão Europeia, entre muitos outros, para além de contributos de várias universidades mundiais. 100 páginas de Turismo, com o Alto Patrocínio da Presidência da República.

Garanta já o seu exemplar, pelo **valor promocional de 4,30 euros** (com portes de envio incluídos)

Para mais informações contacte-nos:
Telef.: 223 300 400
E-mail: assinaturas@vidaeconomica.pt

VidaEconómica

TAP lança produtos de maior flexibilidade

A TAP vai colocar novos produtos, a partir do início de Junho, com o objectivo de oferecer maior flexibilidade e variedade de escolha e apostando também na diferenciação pelo preço. Prosseguindo uma orientação que procura ir ao encontro daquilo que o cliente pretende, a TAP vai lançar assim cinco novos produtos diferentes, com as designações: “TAP /executive”, “TAP/plus”, “TAP/classic”, “TAP/basic” e “TAP/ discount”. As várias opções têm associados diferentes serviços, que vão desde a oferta dos preços promocionais mais baixos do mercado até ao melhor serviço de Executiva, cuja qualidade vai

ser reforçada.

Com base no lema “Embarque na liberdade de escolha”, as cinco novas propostas de serviço agora apresentadas foram desenvolvidas a pensar nas motivações e expectativas de cada segmento de tráfego.

O “TAP/executive” e o “TAP/plus” são especialmente desenhados para o segmento de viagens de negócios ou que valoriza um serviço de qualidade superior. Neste sentido,

vai ser lançado um conjunto de novos serviços e facilidades nos aeroportos, anunciando-se, desde já, a abertura de um novo “lounge” no aeroporto de Lisboa, no próximo dia 1 de Julho.

“Embarque na liberdade de escolha” é o lema dos novos serviços



PUB

Câmara Municipal do Porto pioneira em relatórios de sustentabilidade

A Sair da Casca, consultora em desenvolvimento sustentável, e o BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável realizaram, em Lisboa, uma sessão de informação sobre relatórios de sustentabilidade com o objectivo de debater as dificuldades e os desafios na elaboração dos mesmos.

De realçar a experiência do município do Porto, a primeira câmara em Portugal e a quarta a nível mundial em termos de relatórios de sustentabilidade referentes a espaços territoriais.

Segundo José Branco, da Câmara Municipal do Porto, o projecto desta autarquia portuense “é pioneiro em termos de sustentabilidade a nível de municípios”. Tendo por objectivos comunicar as práticas e o desempenho na área da sustentabilidade, integrar o relato financeiro e não financeiro, e manter ou reforçar a relação de confiança com os “stakeholders”, o primeiro relatório de sustentabilidade elaborado pela Câmara do Porto contou com o apoio expresso do presidente da autarquia.

No evento estiveram ainda apresentadas várias grandes empresas nacionais como a Corticeira Amorim, a EDP e a Mota-Engil, e o Porto de Leixões.

Relatório de sustentabilidade

Soares da Costa reduz índice de sinistralidade em 40%

A política de sustentabilidade é já uma bandeira do grupo Soares da Costa, que tenta desta forma responder às crescentes exigências do mercado.

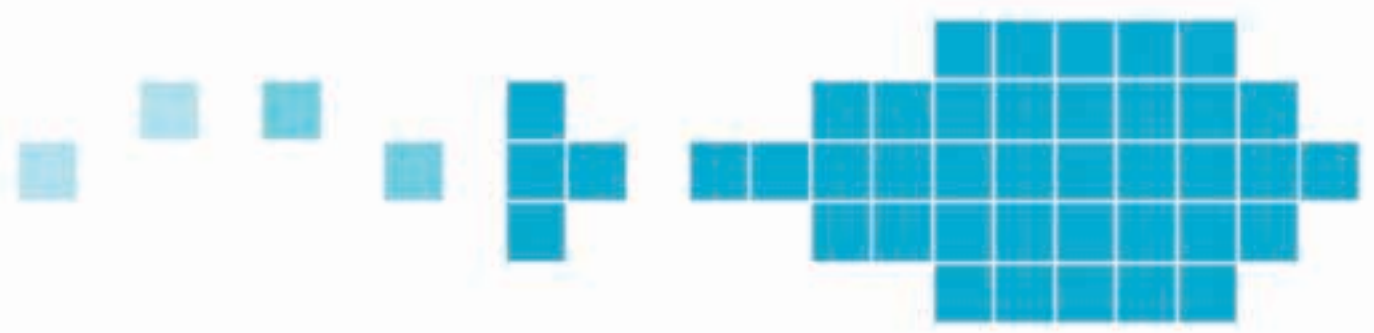
A política do grupo iniciou-se no sector da Construção, mas deve estender-se, até 2010, às restantes áreas de negócio.

O balanço de 2007 é positivo. O grupo conseguiu reduzir a sinistralidade em 40% (de 187 acidentes em 2006 passou para 153 em 2007). A aposta na formação cresceu 70%, com os profissionais do grupo a receberem 51000 horas de formação, em 2007 (em 2006 tinha sido de 32435 horas) e a política estratégica de responsabilidade social corporativa, aprovada em 2007, doou mais de 200 mil euros, com privilégio para a área de saúde, aproveitamento de recursos, educação e formação.

A estratégia do grupo assenta na rentabilidade e criação de valor accionista, protecção e bem-estar dos seus colaboradores e comunidades com quem interactua, preservação do meio ambiente através da minimização de impactes ambientais e melhoria contínua do valor criado para os seus grupos de interesse.

Como exemplo de obras em que se implementaram as boas práticas, a Soares da Costa apresentou o subsistema de abastecimento de água nos concelhos de Valença, Monção e Melgaço e a construção da Ponte de São Vicente, na Guiné Bissau.

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 1970

guianet
o seu portal de negócios

→ www.guianet.pt

PORTUCEL:

+9,6%

desde o início do ano

BES:

-17,8%

desde o início do ano

Mercados

BCP repõe situações de liquidez e de solvabilidade

Brendam Carney, responsável em Portugal da Área de Retalho do Citibank, afirma

Citi Portugal vai alargar a outros produtos o sucesso dos cartões de crédito

Tomando como exemplo o sucesso em curso no negócio dos cartões de crédito — mais de 400 mil clientes — o Citi Portugal está a desenvolver uma alargada e competitiva oferta de retalho, onde o recurso a canais remotos (internet e telefone) será privilegiado. Brendam Carney, responsável em Portugal da Área de Retalho do Citi, acredita no potencial do mercado português, dando desde logo o exemplo do lançamento do produto “Citi Conta à Ordem”, nascido da constatação das baixas renumerações praticadas para os depósitos. E refere ainda que, numa fase subsequente, as PME serão alvo duma atenção especial.

Vida Económica (VE)- Quais os principais fundamentos para o alargamento da actividade do Citi em Portugal à banca de retalho?

Brendam Carney (BC) - O Citi quer acompanhar o sucesso do seu negócio de cartões de crédito, no qual têm mais de 400 000 clientes satisfeitos e que continuam a crescer rapidamente. Estes clientes pediram-nos que alargássemos a nossa gama de produtos em Portugal e que assegurássemos produtos novos e diferentes em conjunto com as nossas soluções já existentes.

Também achamos que o mercado oferece muitas oportunidades. Por exemplo, todos sabem que as taxas de juros em depósitos estão entre as mais baixas da Europa. Porquê? Queremos ajudar a mudar esta situação e a trazer produtos melhores e mais transparentes para o cliente português.

VE- O contexto de instabilidade internacional dos mercados financeiros e de crédito — na sequência da crise do “subprime”, que também afectou o Citigroup — não constituiu factor limitativo da aposta nesta nova unidade de negócio em Portugal?

BC- De forma alguma. Tal como o nosso CEO Vikram Pandit já referiu várias vezes, o Citi encontra-se activamente em fase de expansão em muitos mercados e negócios, nos quais reconhecemos potencial de crescimento: a Índia, Europa Oriental, Rússia, etc.

Portugal, apesar de mais pequeno, não é excepção, pelo que o Citi acredita ter grande potencial de crescimento. E por esta razão estamos dispostos a investir.

VE - Os cartões de crédito do Citi têm sido um produto

alavancador da penetração na banca de retalho em Portugal. Quais os níveis de actividade já alcançados neste específico domínio?

BC- Tal como mencionei anteriormente, temos já um portefólio com mais de 400 000 clientes satisfeitos e estamos a crescer rapidamente. Temos os melhores produtos e o melhor serviço de apoio ao cliente do mercado, por tal não há qualquer limite até onde podemos ir. É tudo muito recente.

VE- Para além dos cartões de crédito, qual a oferta-tipo estratégica que a banca de retalho do Citi Portugal vai disponibilizar, quer na captação de recursos quer na concessão de crédito?

BC- Nos depósitos, o nosso produto de lançamento é o “Citi Conta à Ordem”. É realmente o melhor produto no mercado. A taxa de juros actual é de 4%, o que é muito alto relativamente a outras contas correntes disponíveis no mercado, que geralmente não pagam juros. Mas o que é mais importante é que é realmente uma Conta à Ordem. Os clientes ganham juros desde o primeiro dia, e podem levantar o seu dinheiro sem penalizações. E não há taxas escondidas. Isto é o que eu quero dizer quando falo sobre transparência. Acreditamos que os clientes portugueses merecem isto.

VE- Quais os segmentos alvo de clientela a abordar? Envolve particulares e empresas?

BC- Neste momento, e como é nossa política, estamos focados nos nossos clientes. Mas em muitos países o Citi tem sido muito bem sucedido no mercado das PME, e este é um mercado de expansão para nós no futuro.



VE- Qual a importância a ser assumida nesta nova unidade de negócio pelos chamados canais automáticos (internet e telefone)?

BC- Estes meios serão o nosso foco para o futuro. Os clientes estão cada vez mais a confiar na internet e no telefone para realizar as suas operações bancárias e esta é uma tendência que será mais acentuada no futuro. Eu não me lembro da última vez que entrei num balcão bancário.

Como banco inovador, em vez de investir dinheiro em tijolos e argamassa, preferimos devolver esse dinheiro aos nossos clientes, através de produtos novos que oferecem mais vantagens.

Provámos com os nossos cartões de crédito que é possível atrair clientes fora da rede tradicional. Também provámos que podemos oferecer um excelente serviço aos clientes através de canais remotos como o telefone e a internet, uma vez que os nossos níveis de satisfação ao cliente estão entre os melhores de Portugal.

Pretendemos continuar com esta estratégia com os nossos novos produtos.

VE- Objectivamente, quais vão ser os factores diferenciadores da oferta do Citi Portugal na área do retalho, num contexto concorrencial intenso e com muito significativo nível de concentração?

BC- Os factores que nos tornarão bem sucedidos nestes novos produtos novos produtos serão os mesmos que garantiram o nosso sucesso nos cartões de crédito:

- Fornecer os melhores produtos no mercado;
- Oferecer aos clientes um serviço de excelência;
- Aumentar a presença do Citi para tornar possível o cumprimento dos factores acima descritos.

Sobre este último ponto, nós somos um banco global, com ne-

gócios em mais de 60 países. A minha equipa em Portugal tem acesso ao conhecimento e experiência globais e a plataformas tecnológicas que nos permitem fornecer melhores produtos e um melhor serviço a um preço mais reduzido. Isto é uma grande vantagem.

VE- Quais os objectivos fixados para a nova unidade de negócio em 2008 e quais as perspectivas de crescimento a prazo neste tipo de banca em Portugal?

BC- A nossa ambição é garantir que os nosso novo negócio tenha tanto ou mais sucesso que o dos cartões de crédito. Mas mais rápido!

VE- Que outros tipos de banca/serviços tem o Citi desenvolvido ao longo dos anos no mercado português e que indicadores devem a propósito ser referidos?

BC- O Citi Group, através do nível de produtos sem paralelo e da presença global em mais de cem países, tornou-se na primeira organização financeira para empresas, governos e instituições.

Em Portugal, nós temos a área de “Global Banking”, com incidência nas áreas de “Corporate Banking”, “Investment Banking” e Mercado de Capitais.

Alguns dos maiores sucessos do Citi em Portugal são:

- Líder no mercado português em emissões de dívidas;
- Líder do mercado para war-rants nos últimos 5 anos;
- Líder nas operações de fusões e aquisições em Portugal;
- Acompanhamento dos consumidores nas suas estratégias de internacionalização, especialmente através de uma plataforma global de serviços no campo das transacções bancárias que opera em 103 países.

A.M.

ÍNDICES

PSI20

PSI 20 (Fecho) (14/05)	11135,23
Var. Semana	-1,41%
Var. 2008	-14,47%

Dow Jones (Fecho) (14/05)

12949,67

Var. Semana

1,06%

Var. 2008

-2,38%

Nasdaq (Fecho) (14/05)

2020,3

Var. Semana

3,53%

Var. 2008

-3,10%

Ibex (Fecho) (14/05)

14187,2

Var. Semana

1,14%

Var. 2008

-6,55%

Dax (Fecho) (14/05)

7083,24

Var. Semana

0,10%

Var. 2008

-12,20%

CAC 40 (Fecho) (14/05)

5055,24

Var. Semana

-0,40%

Var. 2008

-10,17%

CAMBIAL

EURODÓLAR

Eurodólar (Fecho) (14/05)	1,5472
Var. Semana	-0,06%
Var. 2008	5,10%

Euro Libra (Fecho) (14/05)

0,7950

Var. Semana

0,33%

Var. 2008

8,41%

Euro Iene (Fecho) (14/05)

162,75

Var. Semana

1,92%

Var. 2008

-1,32%

MONETÁRIO

EURIBOR 6M

Euribor 6m (Fecho) (14/05)	4,8920
Var. Abs. Semana	0,0130%
Var. Abs. 2008	0,1830%

Euribor 3m (Fecho) (14/05)

4,8590

Var. Abs. Semana

0,0030%

Var. Abs. 2008

0,1690%

Euribor 1Y (Fecho) (14/05)

4,9710

Var. Abs. Semana

0,0110%

Var. Abs. 2008

0,2170%

MERCADORIAS

PETRÓLEO

Petróleo (Brent) (14/05)	121,35
Var. Semana	1,37%
Var.2008	28,64%

Ouro (Fecho) (14/05)

864,00

Var. Semana

-2,07%

Var. 2008

3,70%

Prata (Fecho) (14/05)

16,61

Var. Semana

-1,13%

Var. 2008

12,46%

Credit Default Swaps

VASCO BALIXA
ok2deal, Gestão
de Patrimónios
vasco.balixa@ok2deal.pt



Um Credit Default Swap (CDS) é um instrumento financeiro derivado transaccionado em OTC (over the counter – mercado não regulamentado) que permite ao seu comprador proteger-se do incumprimento de crédito de um determinado emitente. O risco de default é transferido para o vendedor do Swap. O mercado de CDS foi criado em 1994 por um conjunto de bancos liderado pela JP Morgan. Estes instrumentos equiparam-se a “seguros” sobre obrigações ainda que com bastante nuances.

Exemplificando: os Credit Default Swaps do BCP a 5 anos estão a cotar no mercado a 56 pontos base (fonte Bloomberg) ou 0,56%. Isto significa que para cobrir 1 milhão de euros de dívida do BCP o comprador do CDS teria que pagar anualmente 56 mil euros. Caso o Banco entrasse em default, o vendedor do Swap pagaria ao comprador a diferença entre o valor de mercado das obrigações do BCP a 5 anos e o par value (100%).

O valor dos CDS varia em função das expectativas do mercado quanto à capacidade do emitente em questão de cumprimento do serviço da dívida, subindo quando aumenta o risco de incumprimento e caindo quando esse risco diminui.

Vantagens:

Os Credit Default Swaps podem ser utilizados pelos detentores de dívida de um determinado emitente para cobrir os riscos de incumprimento do serviço da dívida ou simplesmente para especular.

O surgimento destes produtos no início da década de 90 veio dar um novo alento ao mercado obrigacionista, que era bastante menos activo e sobretudo controlado por fundos

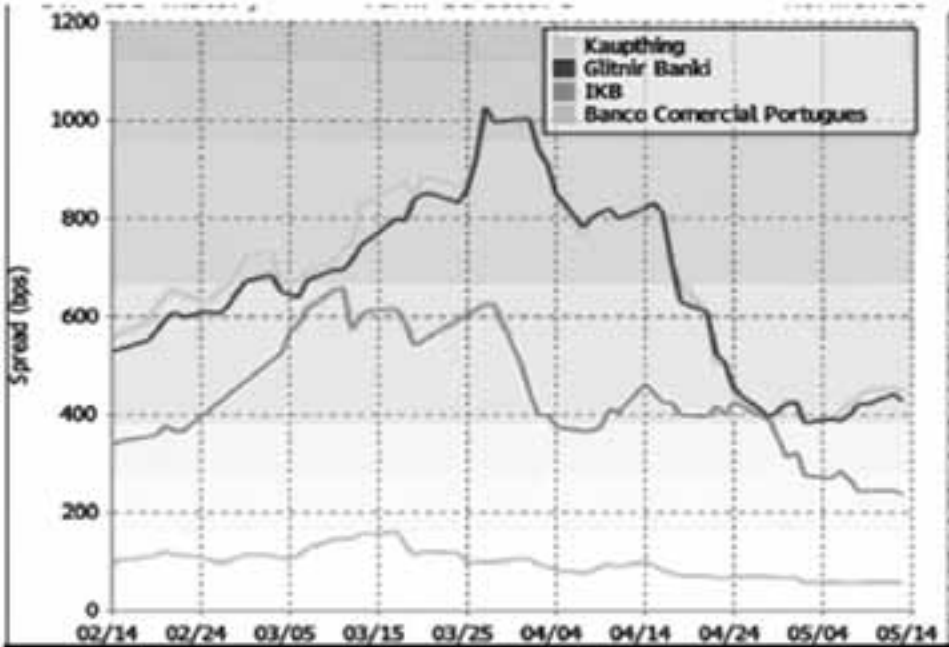
de pensões e por companhias de seguros. A “invenção” dos CDS veio aportar uma maior liquidez ao mercado de dívida privada e, não sendo necessário deter dívida para comprar CDS, veio permitir aos intervenientes que acreditam numa deterioração das condições do mercado de crédito ficarem com posições curtas na dívida das empresas.

Desvantagens:

Uma questão que se coloca quando estamos a falar de CDS é o risco de contraparte: o mercado de CDS, que não é um mercado regulamentado, permite que os contratos sejam transaccionados quer do lado do comprador quer do lado do vendedor, sem que haja nenhuma garantia de que quem assume a posição vendedora tenha os recursos adequados para salvaguardar o pagamento em caso de default. Esta possibilidade torna muito difícil a tarefa de valorização deste tipo de instrumentos nos balanços das instituições financeiras.

Segundo o “Financial Times” entre 60 e 70% dos vendedores de Credit Default Swaps são as empresas de seguros de dívida (monoline insurers como a MBIA ou a MBAC) e Hedge Funds. Um downgrade por parte da Moodys ou da Standard & Poor’s a uma destas entidades poderá ter um efeito devastador nos Bancos e nas outras entidades que compraram os “seguros”: um seguro não vale nada se o segurador não o puder pagar.

Alguns índices de credit defaults têm-se transformado naquilo que um analista da Wachovia Corp. apelidou de “monstro de Frankenstein” por algumas vezes serem os índices a levar a movimentações no mercado “cash” de obrigações e não o contrário, como supostamente deveria ser.



Fonte: Bloomberg

Nos últimos meses, estes instrumentos, sobretudo os que têm por subjacente bancos, têm-se afastado da realidade, fruto da crise no mercado de crédito. O exemplo mais gritante é o caso dos credit default swaps sobre a dívida soberana islandesa e sobre os maiores bancos islandeses: o Landsbanki, o Kaupthing e o Glitnir. A dívida pública islandesa, no epicentro da crise (de confiança) do mercado de crédito (meados de Março) chegou a atingir os 450 pontos base e dois dos maiores bancos chegaram mesmo a cotar acima dos 1000 pontos base, ou seja, quem quisesse cobrir o risco de incumprimento destas instituições teria que pagar 10% sobre o valor a cobrir à cabeça! Felizmente o mercado acalmou

e corrigiu dos “receios exacerbados” (ver gráfico). Para termos uma ideia do exagero a que se chegou, os CDS sobre a Bear Stearns nos dias antes da JP Morgan ter lançado uma oferta, ou seja, em pleno risco de insolvência, atingiram os 780, cotando actualmente abaixo de 100. O banco alemão IKB, antes de ter sido “salvo” da falência pelo banco estatal alemão KfW e pela Associação Bancária Alemã, atingiu os 660, estando actualmente nas imediações dos 250. No caso da banca islandesa, o que parece curioso é que apresentam rácios de capital Tier1 (segundo o Financial Times) 9.1% no Kaupthing, 7.7% no Glitnir e de 8.8% no Landsbanki, muito superiores aos da banca nacional.

Cap Corp 2008, Capital de Risco Fusões & Aquisições

Portugal em contraciclo

O ano de 2007 foi excelente para o mercado nacional em termos de captação de fundos. No total foram mais de 460 milhões de euros angariados, 54% dos quais com origem em agentes internacionais. Esta foi, aliás, a principal mensagem de Afonso Oliveira Barros, presidente da Associação Portuguesa de Capital de Risco (APCRI), aquando da conferência Cap Corp 2008, Capital de Risco Fusões & Aquisições. “Os fundos sob gestão atingem novo máximo histórico de 1,7 mil milhões de euros, ou seja, mais 31% do que em 2006”, diz. Isto apesar de uma quebra no investimento nas empresas na ordem dos 6% (em valor) e uma diminuição de 143 para 93 operações, cifrando-se o volume de investimento em 169 milhões de euros.

Portugal encontra-se em contraciclo com a indústria europeia, dado que o capital de risco está em desaceleração na Europa. Apesar deste cenário, Afonso Oliveira Barros considera que ainda há potencial para o capital de risco no nosso país e que este se encontra subaproveitado. “A euforia da Europa do Leste está a diminuir e as atenções estão-se a virar para mercados como o português”.

Outro dado interessante, e preocupante, é a excessiva dependência em relação à banca, dado que esta financia 55% das operações. Um claro contraste com o que se passa no resto da Europa, onde os fundos de pensões, fundos de fundos e seguradoras têm uma palavra a dizer. São três tipos de classes dominantes, essenciais para a sustentabilidade do sector que, segundo

o presidente da APCRI, não existem, ou têm pouco peso, em Portugal.

Em termos de investimento, verificou-se, face a dados de 2006, um aumento do investimento médio por empresa, em parte devido a uma diminuição do número de entidade alvo de investimento, e do facto de cerca de 50% das operações serem de “buy out”. A nível europeu, as operações de “buy out” representaram 77% do total dos investimentos realizados, sendo de destacar as grandes aquisições, com um crescimento de 103% face a 2006. Contrariamente à tendência crescente dos últimos quatro anos, o investimento em capital de risco apresentou uma diminuição de 33% (para 12 mil milhões de euros).

As comunicações foram o sector que

mais dinheiro angariou – 48 milhões de euros, o que representou 28,4% do total investido em 2007. Quem também se destacou foram os sectores dos serviços ao consumidor e de energia. O primeiro registou 23 operações, valendo 28% do total do investimento, enquanto o segundo movimentou cinco operações, no valor de 16 milhões de euros.

Quanto aos desinvestimentos, os fundos de capital de risco saíram de 48 empresas, correspondendo a 87 milhões de euros. O “trade sale” foi a principal forma de saída das Sociedades de Capital de Risco em 2007, representando 74% do total, com cerca de 64 milhões de euros. Em 2007, os fundos desinvestiram em menos 36 empresas que em 2006.

“Comply and Explain”

M. JORGE C. CASTELA

Economista & Jurista jorge.castela@ssga.pt



No epicentro dos problemas de agência que se ressuscitaram no eclodir dos vários escândalos corporativos que marcaram o virar do milénio e que se concretizaram, no passado mais recente, na confirmação que a separação da propriedade e controlo de Sociedades Comerciais vinha ocultando situações de repricing e backdating – analisadas nas duas últimas crónicas aqui publicadas –, ganhou particular relevância a necessidade de se prosseguir num aprofundamento e densificação dos Princípios de Governação Corporativa.

Seja em sociedades com o capital disperso, nas que apresentam um accionista maioritário ou nas que revelam a existência de accionistas minoritários “com rosto”, uma preocupação comum se eleger (em face da falência dos mecanismos tradicionais de corporate governance, em determinados contextos, no alinhamento dos interesses dos gestores e dos accionistas e na maximização do seu desempenho): como assegurar que esses administradores prosseguem os objectivos societários (e a sua sustentabilidade nos mercados financeiros abertos onde estão cotadas e são transaccionadas), sem se transformarem em plataformas para o seu enriquecimento sem causa?

Na sua pureza originária, os princípios de governo das sociedades foram enunciados para assegurar a concretização de mecanismos tendo em vista, mormente, três objectivos centrais: a transparência das organizações e dos seus processos de decisão; uma circunscrição dos poderes, responsabilidades e responsabilização dos “agentes” que as administram; a prevenção e boa gestão dos conflitos de interesses.

No seu horizonte tangível, a adopção das chamadas “boas práticas de corporate governance” consiste, em substância, na proposta de medidas que promovam o exercício, pelos accionistas, dos seus direitos de propriedade, não só exercendo os seus direitos de voto, mas também através da possibilidade de apresentarem padrões e standards para garantir a sua capacidade de supervisão e eficácia nas decisões (“Comply”) e exigirem uma correspondente divulgação de informação e transparência sobre as principais matérias discutidas nos órgãos de Administração e nas Comissões (Explain”), promovendo, em concomitância, uma maior responsabilização da Administração que gere os desígnios das Sociedades Comerciais em que investem as suas poupanças.

Esta promoção de incentivos de mercado para a auto-regulação – que se compagina com os mecanismos legais e regulamentares que se plasmam quer no Código das Sociedades Comerciais, quer nos diversos Regulamentos da CMVM (ainda na ausência de um “Código de Governação Corporativa”, cuja discussão permanece em aberto) – tem em vista corresponder a uma necessidade de criação, no seio das próprias Sociedades, de um conjunto de práticas (um “Código de Práticas”, que não um rígido “one size fits all”) pelas quais se assegure uma disciplina flexível específica de Gestão a ser escrupulosamente observa-

da pelos Administradores designados para a assegurar, habilitando os investidores e demais stakeholders dessa mesma Sociedade dos meios de avaliação da qualidade do seu desempenho e das suas decisões, de defenderem os seus interesses e de viabilizarem as mudanças societárias que, a cada momento, se revelem adequadas.

A exposição pública da adopção, ou não, das boas práticas de governação societário vem não apenas introduzir fórmulas que concretizam critérios de racionalidade empresarial, de verificação da conformidade

dos actos ou omissões praticados por reporte aos (e com preterição dos) deveres legais ou contratuais (de actuação em termos informados, livre de qualquer interesse pessoal), mas também alavancar uma valência reputacional (“naming and shaming”) que pressionará os inadimplentes deste Princípio de “Comply and Explain”

a responder civil e/ou criminalmente pelas (suas) decisões geradoras de danos e prejuízos no património e no valor fundamental das Sociedades em que a (sua) gestão incidiu.

Em causa está a importância, cada vez mais premente, de as Sociedades Comerciais produzirem e tornarem públicos documentos em que se torne inteligível a política de governação corporativa adoptada (e recomendações por que se rege o iter decisional dos seus Conselhos de Administração, incorporada

nos Relatórios Anuais que acompanham as respectivas Contas) e a sua validação, acompanhamento e reportes explicativos com que, trimestralmente, se devem comprometer a prestar (demonstrando as razões, fundamentando com métricas adequadas, por que decidiram diferentemente ou adoptaram soluções diversas das tidas por empresarialmente racionais, com uma explicação tão detalhada quanto possível do rationale dos desvios da “non-compliance”).

O Princípio do “Comply and Explain”, aqui meramente enunciado e cujo aprofundamento será objecto de outras crónicas, circunscreve-se como um elemento central dos alicerces da “Consolidação de Fontes Normativas e do Código de Governo das Sociedades” que se poderá constituir, com base nos trabalhos pioneiros da Cadbury Committee, de 1992, endossados, em 2002, pelo The High Level Group of Company Law Experts da UE, na próxima etapa de concretização e densificação dos mecanismos de aferição e controlo dos Deveres Fundamentais que os Administradores de Sociedades Comerciais Anónimas Abertas devem observar.

Em equação continua, assim, a estar, como tem sido preocupação presente nas reflexões constantes nas crónicas aqui publicadas nos últimos meses, o modo de conferir eficácia aos mecanismos de “Racionalidade Empresarial” e de “Sustentabilidade” no apuramento da Responsabilidade Civil dos Administradores, no quadro dos critérios do Art.º 72.º, n.º 2 (ex vi do Art.º 64.º, n.º 1), do CSC, numa Análise Económica do (tempo, do dinheiro e da paciência, com que se constrói, hoje, o moderno) Direito das Sociedades.

Mira Amaral já pensa na segunda fase do projecto

BIC abre em Lisboa de olho no resto da Europa

Ao abrir as portas do número 11 da Rua Mouzinho da Silveira, em Lisboa, o Banco BIC português enceta um plano de expansão que está já traçado para alastrar a outros pontos do Velho Continente. Luís Mira Amaral, presidente do Banco BIC Português, revelou a intenção de abrir escritórios de representação na Europa, naquilo a que chama a segunda fase do Banco BIC Português. Nessa altura, o negócio da banca de empresas será aprofundado, “avançando estrategicamente para uma diversificação fora do negócio bilateral Portugal – Angola, designadamente nas pequenas e médias empresas, em que não interessa apenas a gama de produtos a oferecer, mas tam-

bém o aconselhamento inovador em certos aspectos, o que configurará novos modelos de negócio entre o banco e as empresas, com um acompanhamento muito próximo deles e com uma grande capacidade de resposta”, afirmou Mira Amaral.

Ainda segundo o presidente do Banco BIC Português, a segunda fase da nova instituição deverá passar também por uma aposta no mercado de capitais e na banca de investimentos, “em que podemos e devemos ser um centro de competências e de inovação para a banca angolana, jogando com o nosso relacionamento privilegiado com o Banco BIC, oferecendo um conjunto de serviços de ‘cor-

porate’ e ‘trade finance’ e de investimentos estruturados que o natural aumento de sofisticação da economia e do sistema bancário angolano vai exigir”, refere Mira Amaral, para quem esta segunda fase passa, naturalmente, pela abertura de escritórios de representação na Europa para apoio do negócio de “private banking” na gestão de patrimónios financeiros de angolanos na Europa” e também pelo desenvolvimento da área de gestão de activos (“asset management”). Nesta área em particular, os objectivos do Banco BIC Português passam pela captação de recursos em Portugal e Angola, pela afirmação de Portugal como um centro de competência

gestão de activos dentro do grupo financeiro e ainda pelo desenvolvimento de uma plataforma distintiva para investimentos, envolvendo os mercados lusófonos.

Até ao final do ano, o Banco BIC Português espera abrir a segunda agência na cidade do Porto, esperando depois pela avaliação das necessidades dos clientes para definir prioridades nas próximas aberturas. Mira Amaral acredita, no entanto, que Braga, Aveiro, Leiria, Viseu e Faro constituem capitais de distrito com grandes dinamismo económico, que poderão justificar a abertura de uma agência. Com um capital social de 17,5 milhões de euros e uma equipa de 30 colaboradores, o Banco

BIC Português iniciou a sua actividade nas vertentes de banca de empresas, “private banking” e correspondente bancário de bancos angolanos em Portugal para a gestão de fluxos financeiros entre Portugal e Angola.

O conselho de administração do banco replica a estrutura do Banco BIC em Angola, presidido por Fernando Teles, que já havia trabalhado com Mira Amaral no Banco Fomento de Angola. Graziela Esteves, Carlos Traguelho e Jaime Pereira integram igualmente o conselho de administração e a comissão executiva do banco.

ANA SANTOS GOMES
anagomes@vidaeconomica.pt

PUB



gestão de patrimónios
strategy behind money

rua das oliveiras, 104 - 2º 4050-448 porto tel: 220 307 050

email: info@ok2deal.pt www.ok2deal.pt

BCP “embrulha” crédito pessoal a partir dos 6%

MARTIM PORTO
redacao@vidaeconomica.pt

O Millennium bcp relançou a sua oferta de crédito pessoal com a campanha “Quer que embrulhe?”, com prazos de seis a 84 meses, financiamento entre mil e 30 mil euros para qualquer finalidade, uma taxa de juro entre 6% e 13%, variável em função da subscrição de produtos por parte do cliente, e com a possibilidade de carência de capital nos primeiros três meses. A taxa mais baixa que pode ser alcançada é de 5,25%. com penhor de uma aplicação a prazo.

5,25% com penhor de poupança

O produto de crédito pessoal oferecido pelo Millennium bcp, destinado a multifinalidades, com um montante máximo de 30 mil euros e prazos entre seis e 84 meses (sete anos), apresenta características que o colocam entre tantos outros oferecidos por outras instituições financeiras. A taxa de juro nominal aplicada à generalidade dos seus clientes também está longe de constituir um elemento de diferenciação. Com um “range” de taxas de juro entre os 6% e os 12%, o crédito “Quer que embrulhe?” do Millennium bcp está longe de ser o mais barato do mercado. Pegando na taxa mínima ficam aqui alguns exemplos: i) o Crédito 0% do BBVA



oferece uma taxa de 0% no primeiro ano do empréstimo e fixa e única de 7,5% para os anos seguintes, para clientes com o ordenado domiciliado superior a 600 euros; ii) o Crédito Pessoal BPI oferece, para os clientes com um património financeiro superior a 150 mil euros, uma taxa de 4,75%; iii) o Crédito Pessoal “Super Leve” do Santander Totta e o Crédito Pessoal do Barclays apresentam taxas de 5%. Obviamente que todas estas taxas mínimas têm condicionantes que dependem de análise de “cross-selling” e de margem de negociação junto do balcão. Mas o mesmo acontece com a oferta do Millennium bcp, com as taxas a aplicar a dependerem do envolvimento que o cliente tem com o banco. O crédito “Quer que embrulhe?” do Millennium bcp é mais “cor-de-rosa”, no entanto, para os clientes com património mais abonado. Ou seja, para clientes com um património financeiro superior a 150 mil euros a taxa de juro do crédito pessoal cai para um máximo de 5,75%, e caso exista um penhor de aplicações financeiras pelo montante e prazo do crédito a taxa de juro cai para 5,25% ou reflectirá a taxa Euribor 3, 6 ou 12 meses acrescida de um “spread” de 0,75%.

Comissão de abertura elevada para crédito inferiores a 19 mil euros

O crédito pessoal do Millennium bcp obriga ao pagamento de uma comissão de abertura fixa de 100 euros, isto quando a maior parte dos produtos concorrentes aplicam taxas que variam com o montante do empréstimo. Se se considerar com propriedade que o mercado costuma cobrar uma comissão de 0,5%, então constata-se que o crédito “Quer que embrulhe?” é mais penalizador do que a média dos concorrentes para empréstimos inferiores a pouco mais de 19 mil euros. A compensar esta “nuance” menos proveitosa, uma vez que aplica o grosso dos pequenos empréstimos, o crédito pessoal do Millennium bcp permite que decorrido um quarto do prazo do contrato não seja cobrada qualquer penalização. Todavia, e importa sublinhar este facto, caso ocorra uma amortização parcial ou total num prazo inferior a um quarto da maturidade total do contrato, são cobrados juros e encargos correspondentes a um quarto do prazo inicialmente previsto. Nota final para o facto do seguro de vida obrigatório poder ser objecto do próprio financiamento, algo que não é muito vulgar acontecer. O mesmo acontece com o seguro de protecção ao crédito, o qual, no entanto, é opcional.

CONSELHO

O crédito pessoal do Millennium bcp não é o que apresenta as melhores condições, contudo continua a ser um produto muito competitivo, tendo em conta que disponibiliza mensalidades competitivas, apresenta taxas de juro das mais baixas do mercado, permite uma grande flexibilidade nos prazos de pagamento (dos seis meses aos sete anos) e disponibiliza montantes de financiamento até aos 30 mil euros.

CONSELHO

Se lhe surgiu uma necessidade financeira a “meio” de uma aplicação financeira, cuja mobilização antecipada é fortemente penalizada, então faça as contas entre o acesso ao crédito “Quer que embrulhe?” com penhor da aplicação e essa mobilização. Se a taxa de juro da aplicação mais que compensar a taxa de juro do crédito, então não há que hesitar: a taxa de juro de 5,25% em crédito ao consumo é bastante competitiva.

Millennium bcp manteve acréscimo de crédito às empresas

O Millennium bcp manteve um nível elevado de crédito às empresas durante o 1º trimestre deste ano, independentemente do “credit crunch” e da turbulência dos mercados financeiros europeus e americanos. Na apresentação de contas relativas ao 1º trimestre, o Millennium relevou um aumento de 13,9% no crédito a empresas entre trimestres homólogos, atingindo os 38 044 milhões de euros de stock. Este nível de crescimento entre o 1º trimestre de 2007 e o período homólogo de 2008 foi muito semelhante ao crescimento do crédito hipotecário, mais 14,6% e do crédito ao consumo, mais 15,1%. Os recursos de clientes cresceram, no comparativo dos mesmos períodos, 10,1%, com destaque para

os recursos de balanço, onde se destacaram os depósitos e a dívida titulada. Carlos Santos Ferreira, o CEO do Millennium bcp, disse na conferência de imprensa que o banco está muito confortável em termos de fundos, prevendo rapidamente estar a ceder liquidez de curto prazo ao mercado, dada a sua situação de sobrelíquidez. Recorde-se que o Millennium recebeu dois mil milhões de euros recentemente, decorrentes do aumento de capital e ainda da emissão de “covered bonds”. O banco tem previsto recorrer ao seu programa MTN e para o qual tem uma aprovação global de até 25 mil milhões de euros. Fonte financeira disse à “Vida Económica” não ter datas para o recurso ao programa MTN e nem sequer o montante que será

contratado no mercado. O banco que apresentou resultados líquidos inferiores a 15 milhões de euros, menos 92% do que no período homólogo do ano anterior, lançou às contas a totalidade das imparidades, no valor de 153 milhões de euros, com destaque para a menos-valia potencial de 138 milhões de euros gerada com a participação de 10% no capital do Banco BI. No entanto, em Abril e de acordo com Santos Ferreira, e devido às oscilações na Bolsa de Valores, esta participação passou a significar uma mais-valia potencial da ordem dos 40 milhões de euros, a que se somam os 14 milhões de euros de dividendos a que o Millennium tem direito. Os resultados do banco foram ainda afectados pela diminuição significativa das comissões, situ-

ação que deriva da redução de liquidez aplicada em fundos (os recursos de clientes fora de balanço caíram 0,4% em termos de comparativo de trimestres), para além do impacto negativo da alterações de pressupostos legais, nomeadamente a fixação do limite máximo para penalização por mudança de banco no crédito hipotecário e a nova forma de calcular o arredondamento. No final do trimestre, o “cost to income” consolidado situou-se nos 60,2%, bem acima dos 55,8% do 1º trimestre de 2007, mas bastante melhor do que os 65,5% apresentado no 4º trimestre de 2007. Em termos de rácio de solvabilidade, o “core tier 1”, que se situava nos 4% no final de 2007, e que se manteve nos 4% neste trimestre devido à opção por

levar a imparidade gerada pelo BPI, subiu para 6,2%, depois da conclusão das várias operações de recolha de fundos, tanto com o aumento de capital como com a colocação de dívida hipotecária, onde o banco obteve um preço de 40 pontos de base sobre a Euribor a 6 meses. Este nível é bastante bom quando comparado com um banco idêntico, o Sabadell, que na mesma altura e dentro do mesmo montante e prazo (1 000 milhões de euros a 2 anos) teve de pagar 52 pontos de base. Santos Ferreira mantém os objectivos de 1 000 milhões de euros de resultado para 2010, com forte contribuição da área internacional. A estratégia nesta vertente está em estudo, e nada está decidido, concluiu.

VN



Av. dos Sanatórios, Edifício Heliântia
4405-604 Vila Nova de Gaia
Telefone: 22 753 88 00 / 88 | Fax: 22 753 88 70
www.iesf.pt



INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES FINANCEIROS E FISCAIS

MBA (Possibilidade de acesso ao Grau de Mestre*)
e-MBA

PÓS-GRADUAÇÕES | e-PGs
PÓS-GRADUAÇÕES EXECUTIVAS

INSCRIÇÕES ABERTAS
10% de desconto para leitores da Vida Económica

Início Maio 2008
Horário Pós-Laboral

* Processo em fase de aprovação pelo Ministério da Educação

Taxas de juro dificilmente descerão...



FILIPE GARCIA
filipegarcia@imf.pt

Tal como esperado, o Banco Central Europeu deixou inalteradas as taxas de referência na semana passada, dando a entender que o foco continua a ser a inflação. O mercado já assumiu que dificilmente irá haver algum corte de taxas em 2008, pelo que as taxas *forward* apenas reflectem essa possibilidade para 2009.

Numa entrevista televisiva, o presiden-

te Trichet reforçou a ideia que garantir a estabilidade de preços é agora mais essencial que nunca, tendo em conta o choque do aumento dos produtos petrolíferos. A subida do petróleo para cima dos 125 dólares, numa fase em que também o dólar recuperou terreno face ao euro, leva a crer que as tensões inflacionistas se manterão nos próximos meses.

Do mesmo modo, o ministro das Finanças espanhol Pedro Solbes também afirmou que vê como muito difícil a possibilidade de descida de taxas este ano. A Espanha baixou um pouco a inflação em Abril, mas, ainda assim, está nos 4,2% anuais. Gonzalez-Paramo, membro do

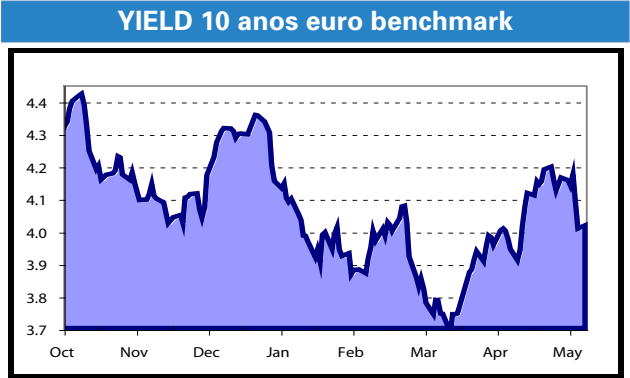
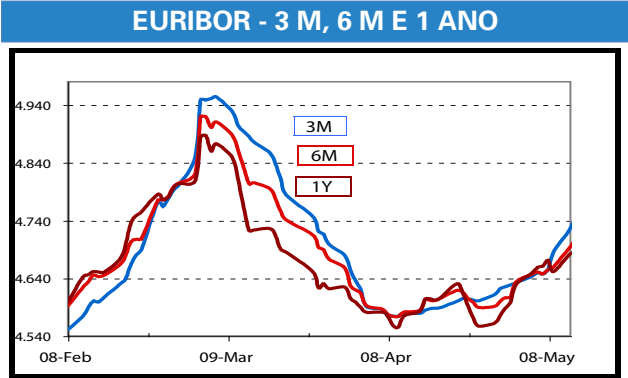
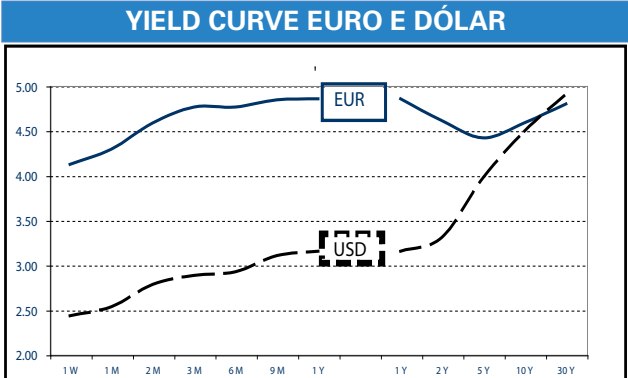
Banco Central Europeu, referiu que não vê forma de a inflação poder regressar para os níveis desejáveis nos próximos tempos, ao mesmo tempo não acreditando que a actual turbulência nos mercados financeiros possa vir a ter um efeito prolongado na economia.

No que respeita aos problemas com o mercado financeiro, que têm impacto directo no diferencial para a Euribor, a situação mantém-se igual. Esta semana foi o *Credit Agricole* a referir a possibilidade de avançar para um aumento de capital de 5,9 mil milhões de euros, devido a problemas no seu banco de investimento.

No respeitante ao mercado obrigacio-

nista, há que destacar a forte valorização dos títulos a 10 anos que pagam apenas 4,0%. No mercado de *swaps*, esta situação traduziu-se numa redução para zero do diferencial entre 2 e 10 anos, dado que o prazo mais curto continua muito influenciado pelo elevado valor das Euribor. Nos EUA, as obrigações também subiram após a divulgação de maus resultados por parte da seguradora de obrigações *MBIA*. No que respeita a coberturas parece-nos interessante a possibilidade de fixar por um período de 4 a 5 anos com a hipótese de cancelamento ao fim de um ano.

Análise produzida a 04 de Maio de 2008



Taxas MMI		CONDIÇÕES DOS BANCOS CENTRAIS				DATA		EURO FRA'S			EURO IRS			Evolução euribor (em basis points)								
T/N	3,98	BCE	Euro Refinancing Rate		4,00%	26/06/07	Forward Rate Agreements		Tipo*	Bid	Ask	Prazo	Bid	Ask	14.Mai.08		06.Mai.08		15.Abr.08			
1 W	4,12		Euro Marginal Lending		5,00%	26/06/07	1X4		4,820	4,840	2Y	4,608	4,628	1M	4.383%	4.180%	▲	0.203	4.144%	▲	0.239	
2 W	4,11		Euro Deposit Facility		3,00%	26/06/07	3X6		4,750	4,760	3Y	4,480	4,530	3M	4.856%	4.648%	▲	0.208	4.583%	▲	0.273	
1 M	4,29						1X7		4,840	4,850	5Y	4,606	4,434	1Y	4.970%	4.658%	▲	0.313	4.602%	▲	0.368	
2 M	4,58	EUA	FED Funds		2,00%	30/04/08	3X9		4,785	4,795	8Y	4,489	4,509	LEILÕES BCE								
3 M	4,76	R.Unido	GB Prime Rate		5,00%	10/04/08	6X12		4,690	4,710	10Y	4,579	4,599	Last Tender								
6 M	4,76	Suiça	Target Libor 3M		2,75%	13/09/07	12x24		4,218	4,248	20Y	4,813	4,833	13.Mai.08								
9 M	4,84	Japão	Repo BoJ		0,50%	21/02/07								Minium Bid								
1 Y	4,84								*1x4 - Período termina a 4 meses, com início a 1M							Marginal Rate						
														4,18%								

Mercado Cambial

Eur/Usd – análise de médio prazo

EUR/USD

A visita do euro a valores acima de 1,60 dólares foi breve e constituiu também um pretexto para iniciar um processo correctivo.

A moeda americana tenta assim uma estabilização semelhante às que têm ocorrido periodicamente ao longo dos últimos meses, mas

que provavelmente não coloca ainda em causa a tendência de longo prazo.

Aliás, como se pode observar no gráfico, as linhas de tendência de médio e longo prazo estão ainda longe de serem testadas.

O Eur/Usd poderá recuar mais até perto dos 1,50 dólares, mas o

cenário que privilegiamos para as próximas semanas passa por um comportamento mais lateral do dólar.

EUR/JPY

O comportamento do “cross” acabou por ser bastante em linha com o esperado. O iene acabou a semana em perda, mas sem ultrapassar o suporte nos 158,30 ienes. Desde então voltou a recuperar rapidamente, voltando a valores acima de 160 ienes.

O Eur/Jpy tem, no momento em que escrevemos estas linhas, uma resistência nos 163,10 ienes. Se for ultrapassada, fica aberto o espaço para um teste aos máximos do ano nos 165 ienes.

Suportes a 160,00/10 e 158,30/60. Para já o “cross” permanece sem tendência definida para o médio prazo, o que já acontece há meses...

EUR/GBP

Após alguns dias de correcção

	FIXING 14.Maio.08	Varição Semanal (%)	Varição no mês (%)	Varição desde 1 Jan. (%)
EUR/USD	1.5439	0.06%	-2.36%	4.88%
EUR/JPY	162.48	-0.04%	3.25%	-1.49%
EUR/GBP	0.7951	0.82%	-0.09%	8.42%
EUR/CHF	1.6310	0.06%	3.63%	-1.43%
EUR/NOK	7.8440	-0.13%	-2.57%	-1.43%
EUR/SEK	9.3078	0.13%	-0.95%	-1.42%
EUR/DKK	7.4626	0.00%	0.08%	0.06%
EUR/PLN	3.3991	-0.70%	-3.49%	-5.41%
EUR/AUD	1.6558	1.51%	-4.48%	-1.19%
EUR/NZD	2.0295	3.31%	1.08%	6.68%
EUR/CAD	1.5407	-0.36%	-5.05%	6.63%
EUR/ZAR	11.8396	1.95%	-7.59%	18.04%
EUR/BRL	2.5820	0.65%	-6.29%	-0.55%

técnica, o Eur/Gbp encontrou suporte nos 0,7780, que servem agora de referência para o curto prazo. Desde aí o “cross” voltou a arrancar, ameaçando quebrar 0,7980.

Enquanto permanecer abaixo dessa resistência, o Eur/Gbp poderá entrar num período mais “lateral”. Primeiro suporte nas 0,7870 libras por euro.

ANÁLISE TÉCNICA - PSI-20 - XETRA DAX



PSI-20

Nos últimos meses, o PSI-20 entrou num período de consolidação, após as sucessivas vendas acima de 13 000 pontos. É tecnicamente correcto afirmar que o índice continua numa tendência de alta. Existe uma linha de tendência ascendente em vigor desde 2003 e que “vale” cerca de 10 000 pontos. Durante 2006 e 2007 o índice afastou-se da linha de tendência, mas está a aproximar-se da mesma através de um movimento lateral, o que sucedeu entre 2004 e 2005.

Num prazo mais curto, o PSI-20 parece estar a formar uma figura de inversão. Caso venha a quebrar em alta os 11 500 pontos, fica em aberto a possibilidade de um arranque para valores bem acima de 12 000 pontos...

XETRA DAX

Há bastantes semelhanças entre o comportamento do PSI-20 e o do principal índice de acções alemãs. O DAX foi repetidamente “vendido” em torno dos 8130 pontos e desde aí consolidou. Mas também não se pode deixar de reconhecer que continua a evidenciar uma tendência de alta no longo prazo.

Segue acima de uma linha de ascendente desde Agosto de 2004, que se situa actualmente perto dos 6550 pontos e está também a tentar uma inversão de curto prazo.

Se quebrar em alta os 7080 pontos, ganha espaço para testar valores perto de 7800 pontos.



CONSULTÓRIO FINANCEIRO

Sonangol faz disparar Portucel

Depois da Galp e do BCP, a petrolífera angolana parece querer avançar para o papel e pasta de papel, entrando no capital social da Portucel. Como não podia deixar de ser, estes rumores à volta da entrada da Sonangol no capital da Por-

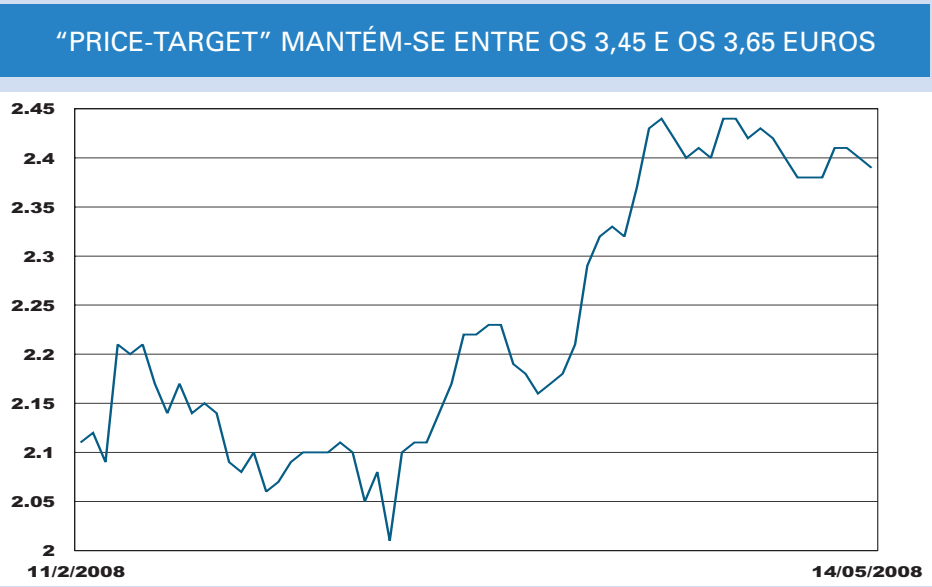
tucel estão a criar uma pressão compradora nas acções da empresa de pasta e papel, reforçando a tendência ascendente de curto prazo. Resultado: a acção Portucel deverá voltar a um movimento “bullish” e a passar os 2,45 euros.

Em que é que se consubstancia e qual o impacto do interesse da Sonangol na Portucel?

Vários jornais dão como certo que a petrolífera angolana, Sonangol, está a avaliar a compra de uma participação no capital da Portucel, com o objectivo de tentar que a empresa nacional a ajude a desenvolver o sector da floresta, pasta e papel. Como não podia deixar de ser estes rumores à volta da entrada da Sonangol no capital da Portucel estão a criar uma pressão compradora nas acções da empresa de pasta e papel, gerando alguma animação numa acção que tem um reduzido “free-float” ao ser actualmente controlada em 75% pela Semapa de Pedro Queiroz Pereira. O BPI destaca ainda que a possibilidade de se concretizar este negócio, a companhia liderada por Pedro Queiroz Pereira pode obter uma fonte alternativa às importações de madeira, beneficiando do potencial da região de Benguela, que se pode revelar assim uma fonte alternativa às importações de madeira da Portucel.

A acção Portucel esgota-se neste movimento ascendente decorrente do pretenso interesse da Sonangol?

Não parece, uma vez que a acção Portucel tem mantido um forte ascendente desde o reencontro com a sua tendência ascendente de longo prazo em Janeiro passado. Recorde-se, no entanto, que antes deste “efeito Sonangol” este papel registou uma ligeira correcção, depois de ter visto a sua progressão travada pela resistência em 2,45 euros. Contudo, de acordo com os analistas de mercado, o reencontro da acção com a tendência ascendente de curto prazo deverá proporcionar um retorno do movimento “bullish” e, consequentemente, o corte em alta dos 2,45 euros.



E os fundamentais como se têm comportado?

O lucro da Portucel atingiu os 39,4 milhões de euros no primeiro trimestre do ano, enquanto o EBITDA caiu, no mesmo período, em 9,7%, para os 78,1 milhões de euros. A empresa explica em comunicado que a evolução negativa do EBITDA resultou do agravamento nos custos de alguns factores de produção, com especial destaque para a madeira e produtos químicos (o aumento do custo da madeira foi ainda potenciado pela necessidade de se recorrer à importação de quantidades significativas desta matéria-prima, com os correspondentes impactos associados às operações de transporte). Ainda assim, o volume de negócio subiu em 7,5%, para os 300,6 milhões de euros, onde o papel representou 70% do volume de negócios, a pasta 23%, sendo os restantes 7% essencialmente imputáveis à venda de energia. As vendas de papel no primeiro trimestre aumentaram em 2,8% para um

total de 261,9 mil toneladas, enquanto o preço médio de venda do grupo cresceu cerca de 3,6%. A produção de pasta branca de eucalipto atingiu as 343,8 mil toneladas, o que representa uma subida de 3,2%.

E o mega-investimento no Uruguai, o que se sabe nesta altura acerca dele?

É um dado factual que a Portucel apresentou ao ministro dos Transportes e Obras Públicas do Uruguai um projecto de investimento que poderá rondar os dois mil milhões de euros. Este investimento numa nova unidade de BEKP no Uruguai está a animar, por sua vez, os analistas, atendendo que vêem neste movimento um potencial de criação de valor para a Portucel, na medida em que esta região apresenta um ritmo de crescimento de eucalipto superior ao resto do mundo e o Uruguai tem oferecido várias facilidades como isenção de impostos, que podem acelerar o retorno do investimento. Em termos estratégicos, este investimento também faz sentido, já que, para os analistas, a procura por BEKP deverá continuar nos próximos anos, absorvendo os aumentos de capacidade, e a Portucel tem um forte “know-how” neste campo. A equipa de “research” salienta ainda que este investimento, a concretizar-se, poderá ser financiado por fundos próprios da Portucel, isto caso ocorra entre 2010 e 2011, o que resultará num aumento o rácio dívida/EBITDA para 3,5-4 vezes”. O Millennium IB salienta ainda que, com a localização de uma unidade no Uruguai, a Portucel conseguiria assim entrar no clube de produtores de pasta “low cost”, acrescentando que o valor envolvido possibilitaria a construção de uma fábrica de pasta e papel, com uma capacidade de papel igual ou superior à fábrica que neste momento está em construção em Portugal. O banco de investimento manteve a recomendação de “comprar” para a Portucel, bem como a avaliação de 3,65 euros, enquanto o BPI, que também recomenda a “compra” dos títulos, tem um “target” de 3,45 euros.

Martim Porto

BCP chega ao milhão de clientes na Polónia

O Millennium bcp atingiu um milhão de clientes na Polónia. Para os responsáveis da instituição financeira, é um número revelador do investimento adequado naque-



le país. Actualmente, o banco possui 425 agências na Polónia, assumindo-se como o quarto maior banco de retalho em território polaco.

A estratégia passou pela presença em todas as cidades com mais de 60 mil habitantes. O processo de expansão vai continuar, sendo que é intenção diversificar o mais possível os produtos e abranger todos os grupos de clientes. No final de 2009, o BCP espera garantir cerca de 560 agências na Polónia, o que significa um reforço considerável em termos de investimento. Entretanto, até ao final de Julho, o maior banco privado nacional está a promover uma campanha de largo espectro, para captar o maior número possível de clientes, de todas as áreas de actividade. Em média, cerca de 15 mil clientes têm aderido ao banco todos os meses.

Caixa lança emissão de obrigações de 1,75 mil milhões

A Caixa Geral de Depósitos (CGD) colocou no mercado, no âmbito do programa EMTN, uma emissão obrigacionista sénior no valor de 1,75 mil milhões de euros, a dois anos de taxa variável. A procura excedeu largamente a oferta. O livro de ordens, em apenas duas horas, atingiu 2,7 mil milhões de euros.

Em acordo com o sindicato bancário constituído por Caixa BI, Citigroup e Société Générale, a CGD acabou por encerrar os livros antecipadamente, adiantou a instituição. Apesar da boa situação de liquidez em que se encontra, a Caixa Geral de Depósitos decidiu lançar esta operação, visando o financiamento do crescimento do seu negócio, através de dívida de médio prazo. Por outro lado, houve a preocupação de aproveitar a receptividade do mercado a emissões com esta maturidade.

“O êxito da operação ficou patente na qualidadee diversidade da distribuição dos títulos.” De facto, participaram cerca de 90 investidores institucionais, provenientes de 17 países. O “pricing”, a par do volume emitido, representou um novo referencial no mercado e a aceitação da instituição nos mercados internacionais de capitais.

PRINCIPAIS DADOS ECONÓMICO-FINANCEIROS

	2007	2006	Variação 07/06
(10 ⁶ Euros)			
Vendas Totais	1 147,4	1 080,7	+ 6,2%
EBITDA ⁽¹⁾	340,7	312,5	+ 9,0%
EBITDA / Vendas (em %)	29,7%	28,9%	+ 0,8 pp
Resultados Operacionais	280,3	209,3	+ 24,4%
Resultados Financeiros	- 27,5	- 26,5	+ 3,8%
Resultados Líquidos	154,0	124,7	+ 23,5%
Cash Flow ⁽²⁾	234,4	227,9	+ 2,9%
Investimentos	52,8	18,8	+ 180,9%
Dívida Líquida Remunerada	367,7	480,1	- 23,4%
Dívida Líquida / EBITDA	1,1	1,5	

(1) Resultados operacionais + amortizações + provisões
(2) Resultados líquidos + amortizações + provisões

Fonte: R&C Portucel 2007

A INFORMAÇÃO MAIS RELEVANTE, EM DIRECTO DOS MERCADOS FINANCEIROS INTERNACIONAIS

· Praça Nuno Rodrigues dos Santos, 7 · 1600-171 Lisboa · Tlf.: +351 217 217 546 · Fax: +351 217 217 538 · <http://www.infobolsa.pt> · e-mail: infobolsa@infobolsa.com

BCP e construtoras ganham com o exterior

VÍTOR NORINHA
vnorinha@netcabo.pt



Numa semana em que várias casas de investimento fizeram uma revisão em baixa no “target” da acção do Millennium bcp, ficou a saber-se do crescente interesse do accionista Sonangol no capital do maior banco privado nacional.

O Millennium bcp revelou nas contas do 1º trimestre as imparidades geradas com o investimento no BPI, tendo consumido a quase totalidade dos resultados e os analistas fizeram contas e cortaram no valor da cotação. No entanto, estes analistas não estão a contar com o interesse de investidores como a Sonangol, que se tornou o maior accionista do banco nacional. Estes analistas também não estão a contar que a menos-valia potencial no trimestre já vale mais de 50 milhões de euros em mais-valias potenciais e em dividendos. Carlos Santos Ferreira, o CEO

do Millennium bcp, já frisou que a posição dos 10% no BPI não é estratégica e, logo, será vendável quando as condições de mercado forem as mais interessantes.

Mesmo assim, a KBW baixou o “target” das acções BCP de 1,70 para 1,60 euros, adiantando que a empresa estará a transaccionar a um “prémio” de 33% face aos bancos europeus, considerando um PER estimado de 10,9 para 2009. A recomendação é de “underperform”. A UBS, por seu lado, cortou o “target” de 1,85 para 1,65 euros e reiterou a recomendação de vender. A casa de investimento reduziu as estimativas de lucros para 2008 a 2010 em 26%, suportado por menores comissões e maiores custos de financiamento. O JP Morgan reviu o objectivo por acção de 1,60 para 1,44 euros, com a recomendação a manter-se em “underweight”. A casa

de investimento cortou as estimativas nos lucros dos bancos para 2008 a 2010 entre 12% e 15%, mas disse estar 30% abaixo do objectivo traçado pelo banco para 2010, adiantando que aquele objectivo parece ser “irrealista neste momento”. O banco está actualmente a negociar a 12,8 vezes os lucros estimados para 2008, um prémio de 23% face aos congéneres europeus.

Mas a semana não foi apenas dominada pelo Millennium bcp, mas também pelas construtoras, nomeadamente pela Teixeira Duarte, que viu as acções subirem rapidamente depois de ter anunciado que irá liderar dois consórcios na Venezuela. Os analistas consideram estas informações muito positivas, pois irão aumentar a exposição do banco no mercado externo. Naquele país, a TD irá participar em

negócios globais de 1,4 mil milhões de dólares para a requalificação do porto de La Guardia e para a construção de um sistema de abastecimento de água no Estado de Lara. A Mota-Engil também deverá beneficiar com os contratos naquele país da América do Sul, muito embora um estudo de research do BPI tenha revisto em baixa a cotação, considerando as mais-valias geradas pelo título desde Janeiro e que atingiram os 50%. Antecipam, por isso, uma tomada de mais-valias, mas o eventual anúncio de novos contratos poderá adiar a opção dos investidores. A Mota poderá ainda beneficiar do projecto de autonomizar a unidade de biocombustíveis da Martifer, a Prio. Esta empresa está a ganhar dimensão para ser colocada no mercado de valores, soube-se esta semana.

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	4.88	1.56%	7.41	3.45	0.27	0.27	0.28	0.28	18.07	17.43	0.00%	1.36%	14-05-2008	16:29:31
B. COM. PORT.	1.75	-5.41%	3.87	1.51	0.16	0.16	0.17	0.17	11.08	10.12	1.89%	4.01%	14-05-2008	16:29:36
B.ESP. SANTO	12.26	-2.16%	17.98	10.62	1.21	1.21	1.36	1.36	10.12	9.04	3.92%	4.42%	14-05-2008	16:29:54
BANIF-SGPS	2.98	-2.93%	6.75	2.62	0.39	0.39	0.46	0.46	7.74	6.48	5.03%	5.20%	14-05-2008	16:22:54
B. POP. ESP.	11.02	-3.50%	15.29	6.72	1.12	1.12	1.18	1.18	9.88	9.38	4.40%	4.82%	13-05-2008	13-05-2008
BANCO BPI	3.51	-6.02%	6.96	3.00	0.45	0.45	0.52	0.52	7.78	6.78	5.34%	5.47%	14-05-2008	16:29:33
BRISA	9.39	-1.78%	10.46	8.91	0.34	0.34	0.37	0.37	27.95	25.45	3.29%	3.30%	14-05-2008	16:29:37
COFINA,SGPS	1.68	1.21%	2.07	1.20	0.10	0.10	0.11	0.11	17.50	15.85	0.00%	2.25%	14-05-2008	16:17:32
CORT. AMORIM	1.54	-0.65%	2.18	1.28	0.18	0.18	0.21	0.21	8.56	7.33	3.90%	4.55%	14-05-2008	14:39:57
CIMPOR,SGPS	6.15	1.74%	7.72	4.75	0.47	0.47	0.51	0.51	13.11	11.99	3.76%	3.72%	14-05-2008	16:29:51
EDP	4.12	-2.26%	5.00	3.54	0.26	0.26	0.28	0.28	15.77	14.54	3.03%	3.17%	14-05-2008	16:29:24
MOTA ENGIL	5.75	-2.38%	8.35	3.53	0.24	0.24	0.18	0.18	23.96	31.94	1.91%	2.00%	14-05-2008	16:29:13
FINIBANCO	4.05	-0.98%	5.10	2.74	--	--	--	--	--	--	2.15%	--	14-05-2008	15:36:40
GALP ENERGIA	16.69	2.46%	19.50	7.98	0.62	0.62	0.68	0.68	26.79	24.51	1.01%	2.00%	14-05-2008	16:29:40
IMPRESA,SGPS	1.52	2.70%	3.23	1.29	0.14	0.14	0.18	0.18	10.78	8.59	0.00%	0.47%	14-05-2008	16:29:31
J. MARTINS	4.95	-2.94%	5.73	3.71	0.22	0.22	0.28	0.28	22.71	17.68	1.94%	2.11%	14-05-2008	16:29:59
MARTIFER	8.93	0.34%	12.00	5.40	0.22	0.22	0.16	0.16	40.59	54.79	0.00%	0.00%	14-05-2008	16:29:31
NOVABASE	4.49	-4.26%	5.11	2.01	0.25	0.25	0.28	0.28	18.18	16.04	0.00%	0.00%	14-05-2008	16:29:31
PARAREDE	0.18	0.00%	0.24	0.10	--	--	--	--	--	--	0.00%	--	14-05-2008	16:18:22
P. TELECOM	7.97	0.19%	9.67	6.90	0.66	0.66	0.72	0.72	12.07	11.03	7.16%	7.16%	14-05-2008	16:29:57
PORTUCEL	2.39	0.42%	3.18	1.63	0.20	0.20	0.18	0.18	11.89	13.28	1.47%	4.10%	14-05-2008	16:29:44
REDES E. NAC.	3.50	2.34%	4.08	2.75	0.23	0.23	0.21	0.21	15.22	16.91	0.00%	3.73%	14-05-2008	16:29:56
S. COSTA	1.83	15.82%	2.89	1.20	0.17	0.17	0.20	0.20	10.77	9.15	0.00%	--	14-05-2008	16:29:00
SEMAPA	9.55	5.18%	13.70	7.31	1.05	1.05	1.17	1.17	9.10	8.20	2.68%	2.63%	14-05-2008	16:29:15
SONAE	2.33	0.43%	5.13	2.07	0.04	0.04	0.08	0.08	52.96	29.13	0.00%	0.52%	14-05-2008	16:29:57
SONAE,SGPS	1.12	-2.18%	1.98	1.05	0.08	0.08	0.09	0.09	14.74	12.04	2.69%	3.27%	14-05-2008	16:29:31
SONAE IND.	4.68	2.18%	11.04	4.14	0.57	0.57	0.57	0.57	8.17	8.17	0.00%	2.61%	14-05-2008	16:29:50
SAG GEST	2.43	3.40%	3.10	1.73	0.16	0.16	0.19	0.19	15.68	12.79	6.79%	4.32%	14-05-2008	16:22:20
TEIX. DUARTE	1.71	5.56%	4.23	1.10	0.37	0.37	0.40	0.40	4.62	4.33	0.99%	2.01%	14-05-2008	16:29:37
Z. MULTIMEDIA	8.74	-2.35%	12.74	6.76	0.31	0.31	0.38	0.38	28.01	22.88	2.30%	2.81%	14-05-2008	16:29:56

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	11.16	-1.59%	15.32	8.51	1.12	1.12	1.18	1.18	10.01	9.50	4.41%	4.83%	14-05-2008	16:36:11
INDITEX	35.07	-1.66%	53.90	31.00	2.24	2.24	2.57	2.57	15.63	13.66	2.99%	3.40%	14-05-2008	16:36:11
REPSOL YPF	26.9	1.05%	30.59	18.27	2.48	2.48	2.48	2.48	10.86	10.85	3.72%	4.04%	14-05-2008	16:36:11
TELEFONICA	19.32	1.68%	23.48	16.04	--	--	--	--	--	--	3.88%	--	14-05-2008	16:36:12
FRA. TELECOM	20.605	0.44%	27.33	19.22	2.01	2.01	2.14	2.14	10.24	9.65	6.31%	6.71%	14-05-2008	16:29:55
LVMH	74.84	-0.15%	89.36	61.95	4.64	4.64	5.16	5.16	16.13	14.50	2.13%	2.34%	14-05-2008	16:29:59
BAYER AG O.N.	55.85	0.87%	66.45	45.60	--	--	--	--	--	--	2.42%	2.52%	14-05-2008	16:34:12
DEUTSCHE BK	76.08	-2.39%	118.51	64.62	6.80	6.80	9.58	9.58	11.19	7.94	5.91%	5.81%	14-05-2008	16:34:14
DT. TELEKOM	11.82	2.60%	15.87	9.92	0.76	0.76	0.85	0.85	15.59	13.91	6.60%	6.73%	14-05-2008	16:34:17
VOLKSWAGEN	190.61	2.87%	199.70	105.42	12.23	12.23	13.61	13.61	15.59	14.01	0.94%	1.09%	14-05-2008	16:34:23
ING GROEP	25.395	1.26%	33.90	18.77	3.45	3.45	3.64	3.64	7.37	6.99	5.82%	6.09%	14-05-2008	16:29:55

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.

PUB

[EMPRESAS]
crescendo juntos

Soluções Financeiras à medida da sua empresa

• Conta Comércio

• Oferta para PME

• Linha Inova

• Linha BEI

• Garantia Mútua

SOLICITE MAIS INFORMAÇÕES
NUMA AGÊNCIA DO BANCO POPULAR
OU ATRAVÉS DO TELEFONE

808 20 16 16

www.bancopopular.pt

BANCO
POPULAR

Genéricos ganham peso no mercado do medicamento

Em seis das dez substâncias activas mais receitadas, os medicamentos genéricos representaram,



no primeiro trimestre, mais de 80% do mercado, em termos de embalagens vendidas. Quanto às outras quatro, os genéricos já ultrapassaram 70% do mercado.

O consumo de medicamentos genéricos atingiu, em valor, uma quota acumulada de 19,26%, no período de Janeiro a Março, contra 17,24% no período homólogo do ano passado. Em termos de embalagens vendidas, ascendeu a 13,6%, face a 10,9% no exercício anterior, de acordo com dados do Infarmed. O que significa, claramente, que o peso dos genéricos continua a crescer de forma continuada no mercado do medicamento.

Horta Osório teme crise do “subprime”

Os efeitos da crise do crédito de alto risco, que começou em Agosto nos Estados Unidos, ainda estão a chegar à economia real e Portugal vai ser um dos países mais afectados, segundo António Horta Osório.

O presidente-executivo do Abbey National Bank e ex-líder do Santand er Totta em Portugal considera que os efeitos da crise do “subprime” ainda estão “a meio do caminho” e que “Portugal, infelizmente, vai ser mais exposto do que a média”, porque a desaceleração global tem mais impacto por cá. “Porque dependemos do crescimento das exportações, porque o nosso principal parceiro comercial, a Espanha, está a desacelerar significativamente e, em terceiro lugar, porque Portugal é um país extremamente endividado”, explica.

Galiza é porta internacional das empresas do Minho

A Galiza deve ser vista pelos empresários minhotos “como uma porta para a internacionalização”, segundo o presidente do BIC-Minho – Oficina da Inovação. Leonardo Silva considera que a Galiza, apesar da proximidade, “ainda não é o primeiro destino quando o empresário português pensa internacionalizar”.

Contudo, aquela região espanhola “é o passo mais imediato para a internacionalização, não só pela proximidade, mas pelo facto de abranger uma população de seis milhões e de apresentar oportunidades de investimento muito interessantes”.

Galp assina acordos com a Petróleo de Venezuela

A Galp Energia assinou cinco acordos de cooperação com a congénere Petróleo de Venezuela que incidem sobre projectos enegéticos nas áreas do petróleo, do gás natural e das energias renováveis, refere a empresa em comunicado.

Foi ainda acordada a aquisição de uma quantidade anual de dois a quatro milhões de barris de petróleo, a preços de mercado, com a possibilidade de renovação por períodos anuais. Os acordo incluem a possibilidade de constituição de empresas mistas.

NOTA DE FECHO

Constantino (imperador) e o contrachoque fiscal

Primeiro: para tentar acabar com o passado recente em que sistematicamente o antigo imperador perdia a vida à mão dos pretorianos e o novo era eleito por estes, Constantino decidiu reforçar o aspecto **divino** dos imperadores.

Segundo: tal requereu 1) **protocolo** (os visitantes punham-se agora 3 vezes de joelhos), 2) **distância** (os mais próximos beijavam a púrpura e entre os outros e o imperador havia uma cortina), e 3) **pompa:** palácios imensos foram construídos em Milão, Aquileia, Antioquia, Nicomédia, etc. sendo a corte composta de 500 pessoas sempre em constante deslocamento.

Terceiro: para pagar tudo isto Constantino criou (novos) e aumentou (antigos) **impostos. Taxou os romanos até à exaustão.** Havia um imposto de propriedade e outro sobre o rendimento do solo. Havia um imposto sobre a cabeça (para os artesãos e industriais) e outro para os agricultores. Os artesãos pagavam ainda dois outros impostos.

Com a sobretaxação, esmoreceu o incentivo ao trabalho e floresceu o desânimo. Imperou a resignação e a depressão. Ninguém se esforçava por melhorar a sua posição.

Impostos baixos não é só liberdade. É também prosperidade. É ambos. E para todos.

Outro imposto era ainda o de jubileu (pago nos aniversários do Governo) além da obrigação em tempo de guerra da entrega de animais de transporte e trabalho obrigatório. Etc., etc.

Quarto: com a sobretaxação, esmoreceu o incentivo ao trabalho e floresceu o desânimo. Imperou a resignação e a **depressão.** Ninguém se esforçava por melhorar a sua posição.

Quinto: a actividade económica decaiu com duas consequências: primeiro, empobrecimento progressivo e, segundo, menor colecta total que Constantino tentava completar com novos aumentos de taxas. E assim sucessivamente.

Sexto: à medida que as **empresas** industriais privadas desapareciam, o Estado transformava-as em **estatais**, com os operários vinculados à sua profissão hereditariamente.

Sétimo: com o declínio económico adveio a **corrupção** (as novas fortunas advinham não da indústria ou comércio mas da sagaz exploração de posições de privilégio) e a **diminuição da cultura:** faltavam os grandes escritores, arquitectos, médicos (ao nível de Galeno ou Sorano), geógrafos, etc.

Oitavo: o clima generalizado era de **apatia**, mentalidade de funcionalismo e restrição de liberdade.

Conclusão (9º): quando os historiadores procuraram as causas do declínio (e queda) romana, encontram certamente outras causas. Mas o círculo vicioso e pernicioso impostos – economia não deve nunca ser esquecido.

Moral da história (10º): impostos baixos não significam só liberdade. É também prosperidade. É ambos. E para todos.

IRS - IRC - IMPOSTO DE SELO - IMI - IMT - IVA - SEGURANÇA SOCIAL - CALENDÁRIO FISCAL

GUIA FISCAL 2008

A NÃO PERDER COM A EDIÇÃO DO Boletim do Contribuinte DA 2ª QUINZENA DE MAIO



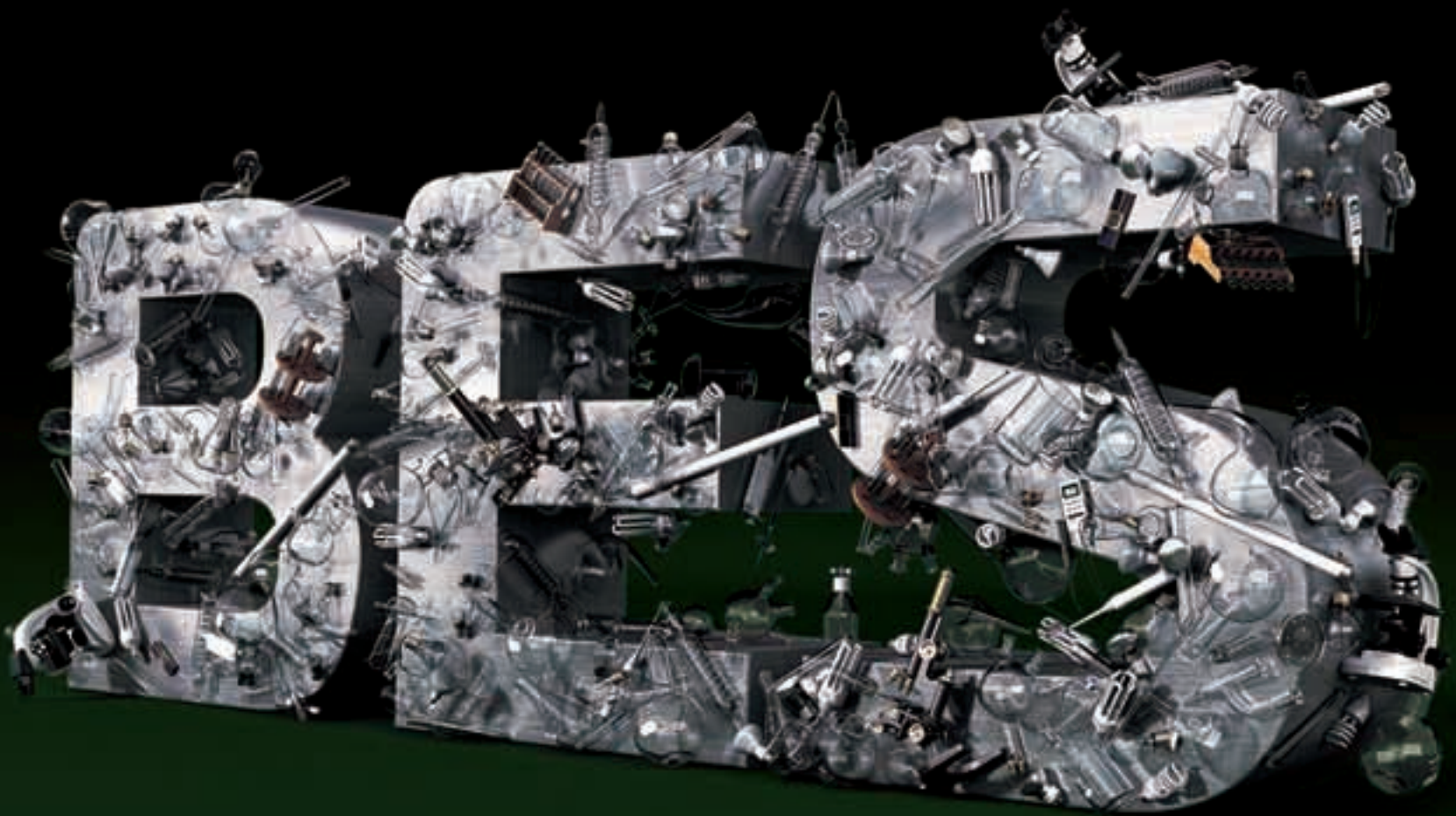
O GUIA FISCAL 2008 SERÁ DISTRIBUIDO COM o Boletim do Contribuinte TAMBÉM DISPONÍVEL NAS BANCAS

75anos
DESDE 1933

Boletim do Contribuinte
www.boletimdocontribuinte.pt

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL

CONCURSO NACIONAL DE INOVAÇÃO



CANDIDATURAS ATÉ 31 DE JULHO DE 2008

Inscriva as suas ideias na 4ª edição do Concurso Nacional de Inovação BES - nos sectores Processos Industriais, Comércio e Serviços, Energia, Saúde e Agro-Indústria - e ganhe, além de prémios monetários, a visibilidade de que elas precisam. O BES leva as suas ideias às empresas, para que elas deixem rapidamente de ser apenas projectos. Informações e inscrições em www.bes.pt/inovacao

BES CONCURSO NACIONAL DE
Inovação
BANCO ESPIRITO SANTO FUNDAÇÃO ILÍDIO PINHO / SIEMENS



**BANCO
ESPIRITO
SANTO** Quem
sabe, sabe
e as empresas
que vão mais longe
sabem



A realizar-se no dia 31 de Maio, na Póvoa de Varzim
**Após-venda e assistência rodoviária em
discussão na Convenção Nacional da ARAN**

Salão de Lisboa

Novidades à portuguesa



Citroën C2



Ford Kuga



Lancia Delta



Volkswagen Scirocco



Dacia Logan MCV



correia&correia
Gestão de Resíduos



ACTIVOS NA PRESERVAÇÃO DO AMBIENTE E NA GESTÃO DE RESÍDUOS.

MAIS PERTO DO AMBIENTE.

SERVIÇOS . Gestão de Resíduos Industriais Especiais : Sistema Nacional de Recolha, Acondicionamento e Transporte de resíduos industriais especiais no sector Automóvel e Indústria em geral . Recolha e Transporte de resíduos líquidos e lamas em Sistema (Hidroaspiradores) - separadores de hidrocarbonetos e gorduras alimentares . Caracterização, Triagem, Acondicionamento, Armazenamento temporário, Tratamento e Exportação de Resíduo . Estabilização e Deposição de Resíduos Estabilizados . Tratamento físico-químico e biológico de águas residuais, em ETAR própria . Controlo Laboratorial de óleos usados e águas residuais . Limpeza de tanques

Sede.

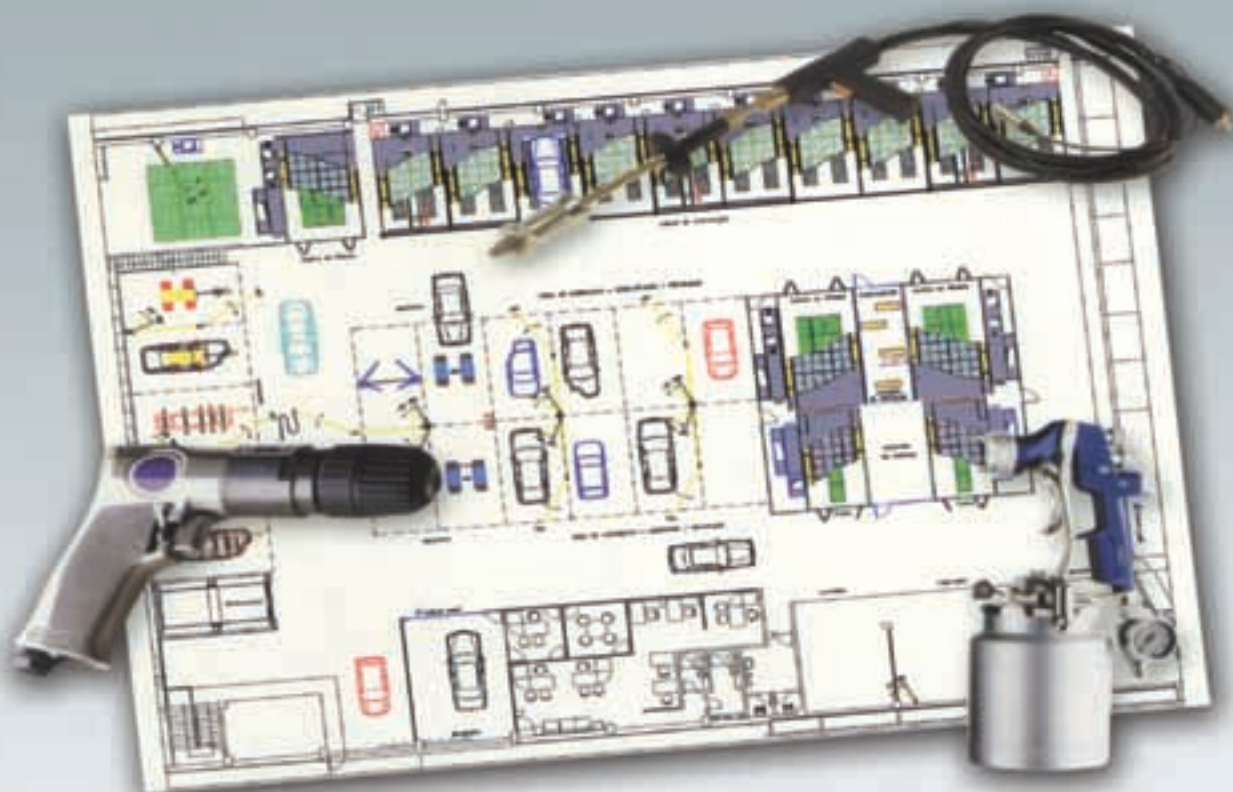
Ap.76 - Zona Industrial, Lt.49
6104-909 Sertão
T 274 600 000 - F 274 600 009
E-mail: info@correia-correia.com

Del. Norte.

Zona Ind. Varzeja, Rua 6, Lt.14
4480-618 Aveiro - Vila do Conde
T 252 637 410 - F 252 637 420
Email: geralnorte@correia-correia.com

www.correia-correia.com

Desde o estudo de viabilidade e projecto até à instalação dos equipamentos, passando pela formação de operadores, até à assistência técnica e pós-venda, a CETRUS possui uma equipa altamente qualificada, sem igual. Empresa Certificada pela NP EN ISO 9001:2000 a CETRUS representa as mais prestigiadas marcas mundiais nas áreas de mecânica, pintura e chapa



CETRUS
Tudo pela reparação automóvel



**UMA EMPRESA DE SERVIÇO COMPLETO
AO SERVIÇO DA REPARAÇÃO AUTOMÓVEL.**

SEDE: Quermades - Antas - Apartado 427 - 4764-901 V. N. FAMALCÃO - TEL. (351) 252 308 808 - FAX. (351) 252 308 808 - Email: cetrus@cetrus.pt
DELEGACÃO: Av. Mestre Lima de Freitas Nº18 - 4910-886 Sallial - TEL. (351) 265 529 420 - FAX (351) 265 529 429 - Email: cetrus.sallial@cetrus.pt

ELEVADOR DE 2 COLUNAS
ELEVADOR DE 4 COLUNAS
ELEVADORES DE TUBO
ELEVADOR PARA ALUMINAMENTO



SISTEMA DE ASPIRAÇÃO
PARA PÓDERAS
BANCOS DE ESTACIONAMENTO
DE PONTOS FINOS COM
OU SEM ELEVADOR
SOLDAÇÃO



CABINES DE PRESSÃO
PAINT ROOM
ÁREAS DE PREPARAÇÃO
COM DIVERSAS SOLUÇÕES



EDITORIAL



ANTÓNIO
TEIXEIRA LOPES
Presidente
da direcção
da ARAN

A convenção do tudo ou nada

É já no fim deste mês que a ARAN vai realizar a Convenção Nacional do Após-venda e Assistência Rodoviária, mais uma prova da preocupação da Associação em ajudar os empresários do sector. Os representantes das oficinas e das empresas de pronto-socorro vão discutir vários problemas que têm entre mãos, como a dificuldade no cumprimento das exigentes normas ou os diferendos oficinas vs. seguradoras e rebocadores vs. empresas de assistência em viagem (propriedade das companhias de seguros).

Infelizmente, os organismos públicos a quem endereçámos convites parecem não estar interessados em discutir sadiamente os problemas com que os muitos de empresários que continuam a esforçar-se por manter actividade no sector – e a dar emprego a milhares de portugueses – se deparam diariamente. Isto porque as poucas respostas que chegaram à ARAN são quase todas negativas. Naturalmente, temos pena que essas entidades não enviem nenhum representante à Convenção. Contudo, por incrível que pareça, não deixamos de ter alguma satisfação por, pelo menos, se terem dignado a responder.

Aliás, nas inúmeras cartas que enviamos regularmente para tentar resolver os problemas dos nossos associados, é comum o extravio das cartas depois de estas chegarem ao destino. Mais habitual só mesmo a indiferença com que as entidades nos “brindam”. Uma das poucas excepções a esta regra é o gabinete do primeiro-ministro que, embora a resposta mais habitual seja que a questão foi reenviada para o organismo competente, pelo menos não ignora as questões.

A minha carreira profissional foi desenvolvida em empresas multinacionais. Se eu não desse resposta em tempo útil a uma questão importante que me fosse levantada por escrito, tinha de ter uma boa explicação para isso. Acontece, porém, que as entidades públicas não têm, pelo que parece, o mesmo nível de responsabilização, o que é sintomático do estado em que Portugal está. Ainda há poucos dias, estive numa convenção de uma congénere espanhola da ARAN e pude constatar as diferenças entre a postura oficial lá e cá. Isso explica muita coisa da diferença entre os graus de desenvolvimento económico dos dois países.

Deverão ser anunciadas medidas radicais

Tendo em conta este cenário, se não houver uma grande viragem nos dias mais próximos da Convenção Nacional do Após-venda e Assistência Rodoviária, vamos ter que anunciar outras formas de luta no encontro. Isto porque mais de 50% das empresas associadas da ARAN passam por grandes dificuldades, mas as entidades públicas e governamentais continuam a insistir em ignorá-las.

De facto, a marcha lenta dos operadores de assistência em viagem e de outros empresários poderá ser anunciada no próximo dia 31. A ARAN tem vindo a tentar adiar esta marcha lenta, já que uma iniciativa destas pára o país, mas a nossa paciência está a chegar ao fim.

ARAN discute após-venda e assistência rodoviária na Convenção Nacional

Convenção Nacional do Após-venda e Assistência Rodoviária vai realizar-se a 31 de Maio, na Póvoa de Varzim

A ARAN vai levar a cabo, no próximo dia 31 de Maio, um sábado, no Novotel Vermar, na Póvoa de Varzim, um evento que prova a preocupação da associação em ajudar os empresários do sector automóvel em levar de vencida as adversidades com que estes se deparam diariamente e, assim, a prepararem o futuro. Referimo-nos à Convenção Nacional do Após-venda e Assistência Rodoviária.

O objectivo da ARAN é juntar na Póvoa de Varzim os representantes das oficinas e das empresas de pronto-socorro para discutir os seus direitos e deveres, face às muitas pressões de que são alvo.

Uma destas é o cumprimento das exigentes normas e leis a que são obrigados para poderem ter as portas abertas dentro da legalidade, algumas das quais revelam excesso de zelo por parte do legislador.

Outro tema em destaque vai ser a questão entre as oficinas e as seguradoras. Isto porque algumas companhias de seguros continuam a cometer exauros na hora de recomendar oficinas aos clientes com veículos sinistrados para reparação. É compreensível que, sendo as companhias empresas que, obviamente, visam o lucro, estas queiram defender

os seus interesses. Não o podem fazer, porém, à custa da sonegação do direito à escolha da oficina pelo cliente.

Em tudo semelhante à questão entre oficinas e seguradoras, a oposição entre os rebocadores e as empresas de assistência em viagem (propriedade das companhias de seguros) não vai ser esquecida na Convenção Nacional do Após-Venda. Temas como a legislação dos tempos de condução e repouso e o novo regime de transportes rodoviários vão estar em destaque. Realce ainda para o sector das carroçarias, com um ponto de situação para esta actividade.

Convenção Nacional da ARAN 31 de Maio de 2008, Novotel Vermar, Póvoa de Varzim Auditório - Sala Eça de Queiroz		
Horário	Temas de Após-Venda	Temas de Assistência Rodoviária
09.30 – 10.00	Recepção aos participantes	
10.00 – 10.45	Sessão de abertura • Apresentação da ARAN • A oficina no contexto económico actual do País	
10.45 – 12.15	Ambiente e Licenciamento • Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho • Licenciamento comercial • Equipamentos sobre pressão • SIRER - registo electrónico de resíduos • Emissões gasosas • Veículos em fim de vida	
12.15 – 13.15	A oficina de hoje • A oficina actual • Certificação de serviço • Cadeias de reparação rápida, franchising	
13.15 – 14.30	Almoço	
14.30 – 16.00	A oficina e a Seguradora • Grupo de trabalho ARAN – Seguradoras • Orçamentação • A peça na reparação • Novos métodos de reparação	Tempos de Condução e repouso • Regulamento Europeu 561/2006 • Tomadas de posição pela ARAN • Quem é obrigado a cumprir • Formas de ultrapassar os tempos • Novo regime de transporte mercadorias
16.00 – 16.30	Tomadas de posição	Tomadas de posição (Auditório)
16.30 – 16.45	Coffee-break	
16.45 – 17.30	O Cliente e a Oficina • A Satisfação do Cliente • A arbitragem no conflito	Normativas • Certificação, Norma NP 4444 • Re-homologação de veículos • Carta de condução 7500 kg.
17.30 – 18.15	Protocolos ARAN • O novo site ARAN • Crédito à reparação / manutenção • O seguro de garagista	O sector de carroçarias • Carroçarias mercadorias • Autocarros
18.15 – 19.00	• A formação profissional • A formação profissional obrigatória • A ARAN e a formação • Reconhecimento de competências	
19.00 – 19.30	Encerramento dos trabalhos	
20.00 – 20.30	Porto de honra	

ARAN e Mitsubishi
com protocolo para Canter
de pronto-socorro

A ARAN e a Mitsubishi Motors de Portugal celebraram um protocolo que permite aos associados que actuam na área do pronto-socorro adquirirem viaturas Canter com condições especiais. Em vigor até ao fim de 2008, este acordo vem confirmar os esforços da ARAN para oferecer melhores condições às empresas associadas para fazerem frente às adversidades com que se deparam no dia-a-dia.
Para mais informações, por favor contacte a Dra. Alexandra Vidal, da ARAN (telefone 225 091 053). Depois de tomar conhecimento do interesse, a Associação passa a informação à Mitsubishi Motors de Portugal, que encaminha o processo para o concessionário da região do associado, o qual, por sua vez, propõe a viatura com preço de acordo com o protocolo.

Mitsubishi Galant 2.0 TD GLS
1998 - Turbo Diesel
250.000 kms
Bom estado
4 pneus novos
6.750€
91 37 37 102

Ficha técnica

Suplemento ARAN - Associação Nacional do Ramo Automóvel
Director: António Teixeira Lopes
Redacção: Aquiles Pinto, Bernardo Ferreira da Silva, Cristina Ferreira, Fátima Neto, João Lopes, Luís Cabral, Maria Manuel Lopes, Neli Valkanova e Nuno Santos
Arranjo Gráfico e Paginação: Célia César, Fernando Pinheiro, Flávia Leitão, José Barbosa e Mário Almeida
Propriedade, Edição, Produção e Administração: ARAN - Associação Nacional do Ramo Automóvel, em colaboração com o Jornal Vida Económica
Contactos: Rua Faria Guimarães, 631 • 4200-191 Porto
Tel. 225 091 053 • Fax: 225 090 646 • geral@aran.pt • www.aran.pt
Periodicidade mensal
Distribuição gratuita aos associados da ARAN



Oficinas espanholas recrutam jovens trabalhadores em Portugal



As oficinas espanholas não conseguem dar resposta à procura que têm nos últimos tempos. A associação ATRA Pontevedra (em espanhol, Asociación Autónoma de Empresarios de Talleres de Reparaciones de Vehículos de Pontevedra) está mesmo a recrutar jovens trabalhadores em Portugal, o que deixa o presidente da ARAN, António Teixeira Lopes, “chocado e envergonhado”: “as oficinas espanholas estão cheias de trabalho com as viaturas portuguesas e a situação vai-se manter”. A dificuldade das oficinas galegas em dar resposta às numerosas ofertas de emprego que têm levou a ATRA a lançar uma campanha para incentivar os jovens a integrarem-se no sector, chegando mesmo a pôr-se em contacto com associações portuguesas. A notí-

cia foi dada pelo jornal espanhol “Atlántico” e confirmada pelo presidente da ARAN. Em declarações à “Vida Económica”, Teixeira Lopes não se mostrou surpreendido com a situação. Lembra que “já tinha alertado para isso” e que a situação é “preocupante, quando recebemos cartas de oficinas portuguesas que fecham porque não têm serviço, levando muitas pessoas ao desemprego”. Enquanto Espanha se depara com o problema de falta de trabalhadores, Portugal vai enfrentando o problema oposto. Situação para a qual Teixeira Lopes não vê solução à vista: “Enquanto o nosso IVA não for como o de Espanha, vamos continuar na mesma”, refere.

MARIANA PINTO
marianapinto@vidaeconomica.pt

Grupo Auto Sueco celebra 75 anos

O grupo Auto Sueco, um dos maiores aglomerados empresariais portugueses, comemora este ano 75 anos de actividade. Ao longo dos anos, a empresa, que é associada da ARAN, foi cimentando a sua posição em termos nacionais e internacionais. No final da década de 1980 deu-se início ao processo de internacionalização que é hoje uma realidade incontornável, reflectida nas operações em mais de 15 países. Segundo o presidente do grupo, Tomaz Jervell, “os 75 anos da Auto Sueco marcam mais uma etapa na história do grupo, que desde sempre tem vindo a demarcar-se no panorama nacional, em vários sectores. Os bons resultados da empresa demonstram a forte solidez do grupo e a constante aposta na inovação e diversidade. Sem esquecer o passado cheio de sucessos, estamos decididamente virados para o futuro. Temos novos desafios para vencer”.

Quanto a perspectivas de futuro, Jervell afirma: “2008 será um ano de consolidação dos investimentos realizados e de crescimento económico, quer através de novos negócios, quer da contínua expansão para novos mercados.” A actividade do grupo Auto Sueco teve início em 1933, quando Luiz Oscar Jervell se tornou representante da marca Volvo em Portugal. A designação Auto Sueco surge a 1 de Abril de 1949 quando, em conjunto com Yngvar Poppe Jensen, decidem constituir a Auto Sueco, Lda.



“Sem esquecer o passado cheio de sucessos, estamos decididamente virados para o futuro. Temos novos desafios para vencer”, afirma Tomaz Jervell.

Esta viria a ser a empresa-mãe do grupo Auto Sueco. Actualmente, o grupo é constituído por 19 empresas nacionais e 18 empresas internacionais.

As diversas áreas de actuação

O grupo Auto Sueco opera actualmente em diversas áreas de negócio: sector automóvel, indústria, comércio e serviços. O sector automóvel da Auto Sueco abrange máquinas industriais, camiões, autocarros, motores marítimos, componentes e serviços. Este sector é aquele em que o grupo Auto Sueco opera há mais tempo, fruto da relação que man-

tém com a Volvo. Por outro lado, ao longo dos anos, a Auto Sueco foi alargando a representação a outras marcas, como a Mazda, a Ford, a Jaguar, a Land Rover, a Honda, a Isuzu, SsangYong, Fiat e Fiat Professional. No sector de comércio, comercializa peças multimarca para automóveis e camiões. Ao nível da indústria, dedica-se sobretudo à produção de soluções dedicadas à área do ambiente. No que diz respeito aos serviços, engloba várias actividades que permitem complementar a oferta de produtos à disposição dos clientes do grupo Auto Sueco, designadamente seguros e aluguer operacional de viaturas e equipamentos.

Vendas de automóveis ligeiros continuam em recuperação

As vendas de automóveis ligeiros de passageiros continuam a surpreender pela positiva. Em Abril, tornou a verificar-se uma aceleração de 13,2%, sendo que este segmento registou um acréscimo de 12,1%, para 73 655 unidades, nos quatro primeiros meses, face a igual período do ano passado. Caso não se tivesse registado a situação inversa no segmento dos comerciais ligeiros, com uma quebra de quase 18%, em termos acumulados, poder-se-ia, finalmente, falar de recuperação no sector automóvel. Mas a realidade é que Abril tornou a ser um mês negativo para este segmento, com menos 16,6%, que traduz a difícil situação económica do país. Tendo em conta a descida de um ponto percentual no IVA, a partir de Julho, é possível que, nessa altura, as

vendas de ligeiros de passageiros tenham um comportamento ainda mais dinâmico. Entretanto, a Associação Nacional do Ramo Automóvel (ARAN) justifica o aumento das vendas por via do lançamento de toda uma série de novos modelos e pela aquisição de viaturas por parte de frotistas. A conjuntura também estará a ser influenciada pelo lançamento de campanhas bastantes agressivas. O acesso à compra de novas viaturas tem sido consideravelmente facilitado. Resta esperar que o acentuar das dificuldades económicas não afetem de modo substancial as vendas. Por marcas, a Renault torna a reforçar a liderança nos ligeiros de passageiros, depois de ter estado em vias de perder a primeira posição para a Opel. Com um crescimento de mais de 35% nas vendas, em Abril, a

marca francesa parece ter regressado aos desempenhos de outros tempos. Mas as principais estrelas são a Fiat (na foto o Bravo) e a Seat, com crescimentos acumulados de 57,3% e 55,9%, respectivamente. Destaque ainda para a BMW, marca de luxo que já ocupa a nona posição do ranking de vendas nacional. A marca bávara aumentou as vendas em mais de 31%, até Abril. Já a Peugeot foi a única marca, entre as dez primeiras, a apresentar uma variação negativa nos quatro primeiros meses, na ordem dos 11,6%, sendo que a descida foi ainda mais acentuada em Abril (-28,5%). A Mercedes, ainda que tenha sido destronada do ranking pela Fiat, não deixa de manter um bom desempenho, sinal que as marcas alemãs continuam a ser muito atractivas no mercado nacional.



Renault torna a reforçar liderança (Janeiro a Abril)					
Marcas	Unidades		Varição	% no mercado	
	2008	2007	%	2008	2007
Renault	9158	8609	6,4	12,4	13,1
Opel	6828	6835	-0,1	9,3	10,4
Peugeot	5762	6515	-11,6	7,8	9,9
Ford	5752	4526	27,1	7,8	6,9
VW	5517	5431	1,6	7,5	8,3
Citroën	4830	4809	0,4	6,6	7,3
Seat	4207	2698	55,9	5,7	4,1
Toyota	3912	3770	3,8	5,3	5,7
BMW	3783	2876	31,5	5,1	4,4
Fiat	3691	2347	57,3	5	3,6

Fonte: ACAP

Conclui o estudo Observador Cetelem

Preços base dos automóveis em Portugal mais baixos do que a média europeia

Os portugueses são os que beneficiam dos preços mais baixos antes de impostos, segundo o estudo automóvel do Observador Cetelem, que pretende analisar o mercado europeu do sector até 2012, com destaque para os parques automóveis de cada país, a dinâmica das vendas de veículos novos e usados, a estrutura dos produtos nos mercados e o comércio entre particulares e empresas. Outras conclusões do estudo revelam que os luxemburgueses são os que mais investem no automóvel, os belgas os que fazem mais km e compram mais veículos a diesel, os italianos são os maiores consumidores de veículos novos e cidadãos, os espanhóis compram o seu veículo novo 11 anos antes dos alemães ou dos franceses e continuam a escolher a berlina, um segmento que está a perder velocidade nos restantes países. Já os britânicos conservam a sua viatura menos dois anos do que a média europeia.

Os vários mercados europeus evoluem de forma diferenciada possuindo, cada um deles, uma dinâmica muito própria que é condicionada por questões económicas, pelas estruturas demográficas, os modos de vida e o quadro legislativo e fiscal de cada um dos países.

Em termos de dinâmica dos mercados, todos aqueles que, em tempos, sofreram um decréscimo tendem nos próximos anos a crescer. Contrariamente a esta tendência, alguns mercados nos quais se verificou um crescimento começa a ser visível um decréscimo. Exemplos dessa tendência são a Itália, a Espanha e o Reino Unido, onde as matrículas de viaturas novas aumentaram no período 2000-2007 e as quais sofrerão uma redução até 2012. A contrariar esta tendência estão a França, a Alemanha e Portugal, que registaram uma quebra entre 2000 a 2007, mas que deverão iniciar uma retoma que poderá

atingir o seu ponto culminante em 2012.

Se as conjunturas dos sectores automóveis nacionais parecem repletas de contrastes, o saldo global é claro. Segundo o cenário das previsões, as vendas agregadas dos oito países analisados pelo Observador Cetelem progredirão de pouco mais de 1% entre 2000 e 2012, o que é um indício claro da maturidade do mercado nos países em que as taxas de equipamento estão perto da saturação e onde não há um dinamismo demográfico nem uma situação económica susceptíveis de induzirem um crescimento.

Alguns países mais avançados parecem ter atingido a maturidade e deverão manter a sua taxa de equipamento relativamente estável até ao horizonte de 2012. É o caso da Itália, onde a mobilidade urbana permanece essencialmente individual e da Alemanha, onde os antigos estados federais do Leste do país exercem uma pressão para a redução da média. Em ambos os países o automóvel continua a ser uma paixão e em ambos existem fabricantes de automóveis. O Reino Unido, que ocupa a terceira posição, aprovou provavelmente as mais severas restrições ambientais que desincentivam determinados compradores e têm como consequência a redução do índice de aquisição de novos automóveis. Em França, prevemos uma continuação do aumento do mercado. Em Espanha, o milagre económico das décadas de 1980 e 1990 estendeu-se também ao sector automóvel. Portugal continuará a sua progressão graças aos veículos utilitários ligeiros. A motorização na Bélgica registará uma evolução mais modesta.

Idade média ronda os oito anos

Em relação ao número de veículos particulares, a percentagem de



famílias que possuem pelo menos um automóvel é bastante homogénea de um país para outro e está próxima dos 80%.

Quando analisado o número de carros existentes em cada família, a Itália surge em primeiro lugar na Europa, com 42% das famílias com mais que um veículo. Tal situação é resultado da inclinação dos italianos para automóveis de pequeno gabarito e baixo preço. Seguem-se a França e o Reino Unido, com cerca de um terço de famílias a disporem de mais que um veículo.

No que se refere à idade do parque automóvel, poder-se-á dizer que é no Reino Unido que o parque automóvel é mais recente, com uma idade média de 6,7 anos, o que se explica sobretudo pelo número significativo de aquisições de veículos particulares pelas empresas que têm naturalmente tendência a renovar a sua frota com mais frequência do que as famílias.

A maior dispersão aparente das idades dos parques de veículos ligeiros resulta essencialmente da intensidade e da natureza da sua utilização, que é feita principalmente por serviços e pelo comércio no Reino Unido, pela construção

civil em Portugal e pela indústria na Alemanha.

Nos parques de veículos particulares, as idades médias estão relativamente próximas e oscilam em torno dos oito anos. Assistimos nos últimos anos a uma impressionante convergência das idades dos diferentes parques europeus. A Alemanha, que dispunha de um dos parques mais jovens da Europa, viu alongar-se a vida útil dos veículos e aumentar simultaneamente a idade do parque até atingir a média europeia. A Espanha e a Itália, pelo contrário, cujos parques tinham a fama de serem os mais antigos da Europa, beneficiaram de vários anos de prémios ao abate dos veículos antigos e voltaram a integrar o pelotão. Vários fenómenos constatados indiciam que esta idade média do parque automóvel irá aumentar nos próximos anos.

Quanto às vendas acumuladas nos sete países abrangidos pelo estudo, ultrapassaram em 2006 o seu recorde histórico e representaram cerca de 85% das vendas da Europa Ocidental. Mas este saldo global esconde fortes disparidades conjunturais e de perspectivas de crescimento. Do lado dos níveis

elevados de vendas encontramos a Itália e a Espanha, que beneficiam de prémios públicos de incentivo à substituição de veículos antigos, e o Reino Unido que navega numa conjuntura económica promissora. Porém, os prémios à substituição terminarão em 2007 na Espanha e Itália, ao passo que se prevê um abrandamento da economia britânica. Esperamos, por isso, uma inflexão a médio prazo nas vendas nestes países. Do lado dos mercados deprimidos encontramos a França e Portugal, vítimas de uma debilidade da procura doméstica, e a Alemanha, que vê actualmente o reverso da medalha da antecipação das aquisições em virtude do aumento da taxa do IVA em 3%, no início de 2007. Mas este efeito do IVA deverá acabar por se desvanecer e o crescimento da procura voltará em França e em Portugal. Prevemos, portanto, uma progressiva retoma das vendas de veículos novos nestes três países. Por último, o par Bélgica-Luxemburgo surge na fronteira destas dinâmicas de mercado, apresentando uma assinalável estabilidade nas vendas efectuadas e planeadas para os períodos de 2000-2007 e 2007-2012.

Volkswagen com sistema de estacionamento inovador

A cena não podia ser mais invulgar. Uma Volkswagen Passat Variant aproxima-se e pára. O condutor sai, fecha a porta e, à medida que se afasta, aponta um controlo remoto para o veículo. A partir deste momento, a carrinha engrena, automaticamente, a marcha-atrás e estaciona sozinho no lugar disponível, desligando, em seguida, o motor e trancando as portas. Fim da actuação.

Na verdade, não existe nada de fantasia nesta demonstração. Esta actuação ao vivo da Volkswagen teve lugar no Salão de Hannover (21 a 25 de Abril), durante o qual o construtor alemão apresentou em estreia mun-

dial o “Park Assist Vision”. Montado num protótipo Passat, este sistema permite estacionar, com total precisão, num qualquer lugar perpendicular, ou seja, os lugares que mais frequentemente encontramos nos parques de estacionamento. Geralmente, estes lugares são demasiado estreitos e dificultam o acesso ou entrada no veículo, tornando estas operações algo desconfortáveis.

Num futuro muito breve, o “Park Assist Vison” acabará com estas situações. De referir que este sistema encontra-se ainda em fase de desenvolvimento, não existindo ainda uma data definida para o início da produção em série.

Dispondo já de um sistema semiautomático de estacionamento em paralelo, disponível nos modelos Touran, Tiguan, Passat e Passat Variant, a marca de Wolfsburg apresenta agora um novo conceito para estacionamento automático, que tem a particularidade de estacionar na perpendicular de modo totalmente automático.

A única coisa que o condutor precisa de fazer é escolher um lugar disponível através do monitor, colocar o comando da caixa DSG na posição “P” (estacionamento) e sair do veículo. Obviamente, o condutor pode também optar por permanecer no veículo até que este seja auto-

maticamente colocado no lugar de estacionamento.

Câmaras e sensores de ultra-sons como assistentes ao estacionamento

Duas câmaras localizadas em ambos os retrovisores exteriores são responsáveis pela medição das dimensões do lugar de estacionamento. Os sinais vídeo são transmitidos para uma centralina computadorizada, com 2 GHz de velocidade, que depois os analisa e os envia para os sistemas de direcção e de propulsão. No caso de o condutor ter, ele próprio, iniciado o processo de estacionamento,

o “Park Assist Vision” efectua a manobra de marcha-atrás para o lugar de parqueamento, de acordo com os dados previamente seleccionados e utilizando a direcção electromecânica, o travão de estacionamento electrónico, a caixa DSG e a potência do motor apenas no regime mínimo (“ralenti”).

Duas câmaras adicionais, colocadas na frente e na traseira do veículo, assim como os sensores de distância ultra-sónicos, monitorizam todo o processo e, se necessário, podem suspender a manobra. O condutor também pode interromper a manobra em qualquer momentos, utilizando, para o efeito, o controlo remoto.

Chevrolet Aveo chegou ao mercado nacional



A Chevrolet lançou em Portugal o Aveo, modelo do segmento B que sucede ao Kalos. A versão que agora chega é a de cinco portas, ficando o lançamento do três portas marcado para o próximo mês.

Face ao seu antecessor, o Aveo cresceu ligeiramente, exibindo agora mais quatro centímetros de comprimento (para 3,92 m) e incorpora a nova linguagem de design da marca do grupo General Motors (GM), caracterizada pela grelha dianteira de grandes dimensões dividida horizontalmente por uma barra transversal na cor da carroçaria, com o logótipo da marca destacado ao centro. A vista lateral é do-

minada por uma linha de cintura elevada e pelo traço saliente entre as portas dianteira e traseira. Na traseira destacam-se o volumoso pára-choques e os farolins com novo desenho. O habitáculo apresenta novos contornos cromados no painel de instrumentos, sistema de áudio integrado na consola central e comandos do sistema de climatização mais ergonómicos, além da inclusão de materiais suaves ao toque no tablier e na metade superior dos painéis das portas. A bagageira tem 220 litros.

No capítulo das motorizações, este novo Chevrolet está disponível com dois motores a gasolina: um novo propulsor

1.2 com 84 cv e o optimizado motor 1.4, agora com 100 cv. Em opção, o motor a gasolina de maior cilindrada está também disponível com caixa de velocidades automática. Segundo a marca, apesar de debitar maior potência, são ambos mais económicos que as versões anteriores, assegurando uma redução de cerca de 14% no consumo de combustível no caso do motor 1.2, para 5,5 litros aos 100 km, em circuito misto, e de 10% no 1.4, para 5,9 litros. De referir que, em sentido contrário à tendência do mercado europeu, este modelo não vai dispor de nenhum bloco diesel.

Preços entre 9750 e 15 950 euros

Os níveis de equipamento do Chevrolet Aveo são três, o L, o LS e o LT. O primeiro oferece de série ABS, quatro airbags,

85% das quais da variantes de cinco portas.

O percurso do Kalos na Europa teve início em 2002. Quatro anos depois, a gama de modelos compactos da Chevrolet passaria a contar também com o “sédan” Aveo. Desde 2002, foram vendidos na Europa mais de 440 mil unidades dos dois modelos, contribuindo para o êxito da marca no mercado europeu. Sublinhe-se que a Chevrolet registou em 2007 um novo recorde anual de 457 200 unidades vendidas. “O Aveo é o modelo da Chevrolet com maior volume de vendas na Europa”, refere a directora de marketing da Chevrolet Europe, Betty Moscato. “Em 2007, o Kalos/Aveo conquistou a preferência de mais de 111 mil europeus. Com a renovação dos modelos “hatchback”, esta gama irá continuar a contribuir significativamente para o sucesso da nossa



vidros eléctricos à frente, fecho central e rádio com CD. O LS junta a estes itens jantes de liga leve, computador de bordo e, entre outros, ar condicionado. No LT os vidros traseiros também são eléctricos.

Os preços do motor 1.2 variam entre os 9750 e os 13 200 euros. Já o 1.4, proposto apenas com cinco portas, 14 850 euros com caixa manual ou 15 950 com caixa automática.

Em termos de vendas, a GM Portugal perspectiva vender 1000 unidades no primeiro ano completo de comercialização,

marca”, acrescenta.

À semelhança do seu antecessor, o novo Aveo (com três e cinco portas) visa grupos-alvo bastante diferenciados. Na Europa Ocidental, o anterior modelo foi maioritariamente preferido por famílias com dois automóveis. Devido a características como a agilidade e a facilidade de condução, a utilização centra-se sobretudo no tráfego urbano. Já em mercados emergentes da Europa Central e de Leste, o Chevrolet Aveo pode assumir-se claramente como um automóvel familiar.

Toyota Prius atinge um milhar de unidades “portuguesas”



O Toyota Prius atingiu a marca emblemática de 1000 unidades em Portugal. O primeiro híbrido de produção em série do mundo foi lançado no mercado nacional em 2000 e desde então as suas vendas têm crescido significativamente, com especial destaque para o ano 2004, quando entrou em comercialização a segunda geração.

O modelo, revelado ao mundo em 1997, foi o primeiro automóvel híbrido a ser comercializado e produzido em série. Na Europa, as performances do modelo são também assinaláveis com mais de 97 mil unidades. Este facto estende-se também ao resto do mundo, com a Toyota Motor Corporation a aproximar-se da cifra de um

milhão de Prius vendidos.

Equipado com tecnologia Hybrid Synergy Drive, o modelo proporciona baixos níveis de emissão de CO₂, contribuindo assim para uma menor poluição atmosférica, principal causa do aquecimento global. O Toyota Prius, quando comparado com um modelo convencional equivalente, equipado com uma motorização diesel, pode emitir num ano menos uma tonelada de CO₂, poupando o “trabalho” de cerca de 71 árvores. Este impacto positivo no Ambiente é ainda maior quando contabilizadas as emissões de CO₂ dos Toyota Prius a circularem em Portugal de 2004 a 2007, estimando-se que terão contribuído para a poupança de 1754 toneladas de CO₂, que não foram emitidas para a atmosfera, o que corresponderia “ao trabalho” de 124 534 árvores. Para além da benesse ambiental, o sistema híbrido Toyota proporciona um baixo consumo de combustível que, actualmente, devido à escalada do preço dos combustíveis, tem visto aumentar a procura dos consumidores pela sua tecnologia eficiente.

Devido ao seu modo de funcionamento, a utilização do Prius revela-se como uma das soluções para combater estes dois graves problemas: a poluição e a dependência dos combustíveis fósseis.

Para além de se apresentar como um dos modelos mais sofisticados no segmento de veículos de passageiros dos nossos dias, o Toyota Prius é uma montadora tecnológica. Actualmente comercializado em duas versões, a versão de entrada conta com uma vasta listagem de equipamento, como o computador de bordo, o sistema de arranque inteligente, o ar condicionado automático, entre outros. Na versão de topo acresce o “cruise control”, o sistema de navegação GPS, os faróis de nevoeiro, o sistema de mãos livres Bluetooth e o inovador sistema de ajuda ao estacionamento.

Beneficiando de uma redução de 50% no imposto sobre veículos, o Toyota Prius arranca nos 26 890 euros para a versão de entrada, acrescentando 3 070 euros à versão de topo.

Iniciativas promovidas pela ARAN ao longo do último mês

Certificados Digitais

A ARAN começou já a emitir os primeiros certificados digitais para fins de registo on-line de veículos.

A ARAN tem disponibilizado informação exaustiva a este respeito na sua página na Internet e através dos seus serviços de atendimento, esteve presente numa reunião no Instituto de Registos e Notariado, em Lisboa, e promoveu ainda uma sessão de esclarecimento subordinada ao tema, no passado dia 28 de Abril no Hotel IBIS Porto-Gaia.

Tempos de Condução e Repouso

A ARAN continuou a insistir junto da ACT no sentido de se agendar uma reunião para esclarecer e propor soluções relacionada com a publicidade dos horários de trabalho, tendo remetido já diversas comunicações escritas àquele entidade, até agora sem obter qualquer resposta.

A ARAN remeteu um pedido de parecer à ACT relacionado com a responsabilidade pelo cumprimento das disposições legais relativas a tempos de condução e repouso em diversas situações atípicas em que as relações comerciais entre as em-

presas assentam em prestações de serviços, aluguer de veículos ou outras.

A ARAN encetou contactos com a Direcção da Antral (Taxis), com vista à tomada de posições e reivindicações comuns com reboadores no que respeita designadamente aos livretes individuais de controlo e gásóleo profissional.

Convenção ARAN

A ARAN encontra-se já a receber inscrições para a sua Convenção anual que se realizará no próximo dia 31 de Maio no Novotel Vermar, na Póvoa de Varzim.

Cartão BP

A ARAN enviou a todos os associados um cartão, oferta da BP, com descontos 0,03€ na aquisição de combustíveis em postos aderentes (cuja relação se encontra disponível no site da ARAN).

Seguradoras

A ARAN remeteu uma circular a cerca de 12.000 empresas, à qual anexou panfletos informativos destinados aos clientes das oficinas, dando conta dos direitos que lhes assistem perante as seguradoras e na qualidade de consumidores finais.

Lista de contribuintes devedores

A DGCI comunicou já à Comissão Nacional de Protecção de Dados a alteração das regras de selecção dos contribuintes a incluir na lista de devedores. A partir do passado mês de Abril passaram a ser abrangidos no procedimento de publicitação todos os processos com citação pessoal instaurados até 30 de Junho de 2007 (até agora eram apenas abrangidos os processos instaurados até 31 de Dezembro de 2006).

O valor mínimo dos escalões também sofreu alterações, passando de €10.000 para €7.00

Credores do Estado

O prazo para apresentação de requerimentos para inclusão de dívidas na lista de credores do Estado, cujo termo estava inicialmente previsto para 15 de Abril, foi prorrogado até ao próximo dia 30 de Maio. Além disso, foi também

Portal do cliente bancário

Foi recentemente lançado, na sequência da revisão do Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (DL n.º 1/2008, de 3 de Janeiro), o Portal do Cliente Bancário, o qual visa facilitar a comunicação entre o Banco de Portugal e os clientes bancários e informar o cliente bancário aquando da contratação de produtos ou da aquisição de serviços junto das instituições de crédito e sociedades financeiras.

O Portal, que surge no âmbito de um reforço de competências de supervisão do Banco de Portugal na qualidade de entidade reguladora, disponibiliza informação útil para efectuar operações financeiras, publicita os diplomas legais mais importantes referentes a produtos bancários,

para as pessoas singulares, e de €20.000 para €10.000 para as pessoas colectivas. Os devedores que passaram a ser abrangidos pelo procedimento estão já a ser avisados por e-mail do alargamento de critérios e do início do procedimento, com recomendação para regularizarem a situação devedora. Caso a situação de incumprimento persista, proceder-se-á ao envio da notificação com o projecto de decisão de publicitação, podendo os devedores exercer o direito de audição em 10 dias.

disponibilizada uma lista de perguntas mais frequentes no site do Ministério das Finanças e da Administração Pública com vista a esclarecer as inúmeras dúvidas que o procedimento em questão tem suscitado.

apresenta um glossário de termos financeiros e uma lista de respostas a perguntas frequentes. É igualmente possível simular operações financeiras, dirigir reclamações e obter informação sobre saldos de contas bancárias e de outras aplicações financeiras em nome de titulares falecidos.

Pretende-se, com esta iniciativa, promover a transparência e o rigor no funcionamento dos mercados de serviços financeiros de retalho, dos mercados do crédito à habitação e consumo, do mercado da poupança e em geral dos serviços financeiros essenciais aos clientes, no sentido garantir a estes uma avaliação cuidada, rigorosa e prospectiva dos compromissos que assumem e dos riscos que tomam.

Protocolo de mediação laboral

O Governo criou em 2007, através de protocolo celebrado entre o Ministério da Justiça, a Confederação dos Agricultores de Portugal, a Confederação de Comércio e Serviços de Portugal, a Confederação da Indústria Portuguesa, a Confederação do Turismo Português, a Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses-Intersindical e a União Geral dos Trabalhadores, o Sistema de Mediação Laboral, permitindo resolver conflitos entre empregador e trabalhador sem necessidade de intervenção dos tribunais, através do auxílio de um profissional especialmente formado – o mediador. A função do mediador é facilitar a obtenção do acordo através da aproximação das partes no litígio.

O Sistema de Mediação Laboral é voluntário e de âmbito nacional e visa a resolução de litígios em matéria laboral, quando não estejam em causa

A mediação laboral é um mecanismo rápido e eficaz na resolução de litígios laborais e tem um custo de apenas € 50 para cada parte.

direitos indisponíveis, e quando não resultem de acidentes de trabalho.

O acordo obtido através da mediação laboral é livre. São as partes que fixam o seu conteúdo.

Na mediação laboral, o acordo entre as partes deverá ser obtido em 3 meses. Contudo, este prazo poderá ser prorrogado por acordo entre as partes.

Qualquer das partes pode pôr termo à mediação laboral em qualquer altura.

A mediação laboral tem um custo fixo. Cada parte terá que pagar € 50 independentemente da duração da duração ou número de sessões de mediação.

A mediação laboral tem como principais vantagens ser um mecanismo rápido e eficaz na resolução de litígios laborais e ter um custo de apenas € 50 por cada parte.

A ARAN entretanto já aderiu ao Sistema de Mediação Laboral.

Importação de veículos usados – veículos em fim de vida

No dia 8 de Abril foi publicado em Diário da República o Decreto-Lei n.º 68/2008 que veio alterar, em alguns aspectos, o anterior regime de gestão de veículos e veículos em fim de vida.

De acordo com a alínea f), do artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 68/2008, entende-se por operadores, entre outros, os fabricantes, os importadores e os distribuidores de veículos.

Atendendo ao disposto do artigo 5.º do citado diploma, os fabricantes e importadores de veículos são responsáveis, directamente ou através de entidades gestoras, por assegurar a recepção de VFV nos centros de recepção e nos operadores de desmantelamento. Recai sobre os fabricantes e importadores outras exigências legais, nomeadamente o dever de rotulagem e identificação de componentes, e informações de desmantelamento.

Ora, inúmeras empresas dedicam-se à actividade de importação de veículos usados de países da União Europeia, sendo estes comercializados em Stands.

A ARAN teve conhecimento através de seus Associados que entidades competentes, no âmbito de acções de fiscalização a stands de veículos importados, informaram que estas

empresas estavam abrangidas pela definição de operadores, estando assim obrigadas a submeter os veículos importados a um sistema integrado, VALORCAR.

A ARAN elaborou um pedido de informação à Agência Portuguesa do Ambiente e à VALORCAR, solicitando esclarecimentos sobre a obrigatoriedade das empresas de importação de veículos usados procederem à gestão de VFV através de um sistema integrado.

A VALORCAR deu resposta à solicitação da ARAN a 16 de Abril. De acordo com a informação disponibilizada por essa entidade, a Comissão Europeia entende por Produtor / Importador “o fabricante do veículo ou importador profissional responsável pela colocação pela primeira vez no mercado comunitário”.

Assim sendo, nos casos que sejam importados veículos usados para o mercado nacional que sejam provenientes de outros países comunitários, o seu importador não poderá ser considerado “Produtor / Importador” na aceção do Decreto-Lei n.º 196/2003, de 23 de Agosto, conforme alterado pelo Decreto-Lei n.º 64/2008, de 8 de Abril.

Regime transitório de cancelamento de matrículas sem certificado de destruição

O Decreto-Lei n.º 78/2008, de 6 de Maio, estabelece um regime transitório e excepcional para o cancelamento de matrículas de veículos que não disponham de certificado de destruição ou de desmantelamento qualificado.

O diploma surge na sequência da instituição do novo regime de tributação automóvel, o qual tornou necessários a actualização e saneamento das bases de dados de veículos, de modo a torná-las fonte segura dos elementos de liquidação e cobrança de tributos. Pretende-se portanto a regularização das bases de dados de veículos do IMTT, I.P (Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres), e consequentemente das bases de dados do IRN, I.P (Instituto dos Registos e Notariado).

É assim fixado um período transitório, até 31 de Dezembro de 2008, durante o qual é permitido o cancelamento da matrícula de veículos destruídos ou desmantelados cujos proprietários não possuam certificado de destruição definido pelo DL n.º 292/2000, de 15 de Novembro, alterado pelo DL n.º 196/2003, de 23 de Agosto.

Este regime excepcional prevê vários cenários para cancelamento da matrícula, abrangendo um espectro alargado de situações.

Cancelamento de Matrícula a Pedido do Proprietário

Caso os veículos tenham sido destruídos ou desmantelados, ou em relação aos quais exista a presunção de terem sido destruídos ou desmantelados, entre 1 de Dezembro de 2000 até 6 de Maio de 2008, o cancelamento da matrícula de veículos pode ser efectuado mediante apresentação de declaração do proprietário.

De acordo com o ponto 2 do artigo 3.º do citado diploma, a presunção de destruição ou desmantelamento é reconhecida se os veículos não tiverem sido presentes a inspecções técnicas, não tenha sido liquidado o imposto (municipal sobre veículos, circulação ou camionagem), e se não tiver sido efectuado seguro de responsabilidade civil automóvel.

O cancelamento deve ser requerido durante o prazo de vigência do decreto-lei ora publicado, nos serviços desconcentrados do IMTT, I.P. ou em qualquer serviço de registo com competência para a prática de actos de registo de veículos e o respectivo procedimento está sujeito a uma taxa de €0,00. O IMTT, I.P. pode vir a definir outros procedimentos complementares de natureza administrativa.

Para efeitos de confirmação dos elementos relevantes para o cancelamento de matrículas, no requerimento, o inte-

ressado deve apresentar comprovativo válido de que não foi liquidado imposto (municipal, circulação ou camionagem), e de que não foi efectuado o seguro de responsabilidade civil automóvel. A apresentação destes comprovativos é dispensada quando o interessado preste consentimento para a consulta da informação em causa (válido apenas para esse procedimento).

Este cenário, e respectivos procedimentos é aplicável aos veículos entregues e destruídos em operadores não licenciados, entre 1 de Dezembro de 2000 e 6 de Maio de 2008.

Cancelamento da Matrícula de Forma Oficiosa

Existem dois cenários distintos relativos ao cancelamento oficioso da matrícula de veículos:

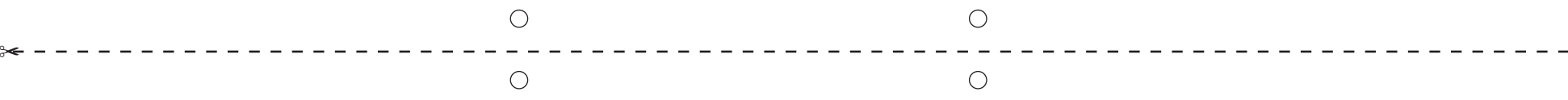
1. Cancelamento da matrícula de forma oficiosa a pedido do proprietário
2. Cancelamento da matrícula de forma oficiosa sem ser a pedido do proprietário;

O cancelamento de matrícula de forma oficiosa a pedido do proprietário é aplicável a veículos cujos titulares do registo desconhecem o seu paradeiro. Exemplo desta situação são os casos em que houve venda do veículo mas não houve actualização do registo.

Assim, o proprietário deve pedir a apreensão do veículo ao Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres, e se no prazo de 6 meses o veículo não for apreendido ou o registo actualizado (seja considerado como desaparecido).

Consideram-se desaparecidos os veículos que, decorridos seis meses sobre o pedido de apreensão do veículo feito pelo proprietário para regularização da propriedade, não tenha havido apreensão ou regularização da propriedade por eventuais possuidores.

O cancelamento da matrícula pode ser realizado de forma oficiosa sem ser a pedido do proprietário. Este procedimento ocorrerá aos veículos matriculados entre 1 de Janeiro de 1980 e 31 de Dezembro de 2000 que não tenham sido submetidos a uma inspecção periódica obrigatória após 1 de Janeiro de 2003. Neste cenário, o IMTT cancela a matrícula automaticamente. Caso o veículo ainda exista, o proprietário terá que solicitar a reposição da matrícula no prazo de 6 meses, a contar da data do cancelamento, carecendo da aprovação em inspecção extraordinária a realizar nos centros de inspecção técnica de veículos da categoria B, não estando sujeita a pagamento de taxa ao IMTT, I.P.



Condições técnicas para a actividade de transporte rodoviário de VFV

Introdução

O Decreto-Lei n.º 64/2008, de 8 de Abril, procedeu à alteração ao disposto no Decreto-Lei n.º 196/2003, de 23 de Agosto, relativo à gestão de veículos e veículos em fim de vida (VFV). Um dos objectivos deste diploma foi assegurar uma melhor articulação entre a legislação em matéria de gestão de VFV e o regime geral de gestão de resíduos.

Com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 64/2008, as empresas cuja actividade seja de transporte rodoviário de veículos em fim de vida ficam sujeitas ao cumprimento de um conjunto de condições técnicas de transporte.

Actividade de Transporte de VFV

Todos os operadores são responsáveis pela gestão de VFV, seus componentes e materiais. Os operadores de transporte de VFV são responsáveis por desenvolver a sua actividade sem colocar em perigo a saúde pública e o ambiente.

As várias regras de transporte descritas são aplicáveis a operadores que efectuem transporte deste tipo de resíduo, não abrangendo as situações cujo proprietário ou detentor conduz o veículo em fim de vida para um centro de recepção ou para operador de desmantelamento.

De acordo com o ponto 1 do artigo 18.º do citado diploma, a actividade de transporte de VFV só pode ser realizada por operadores registados no Sistema Integrado de Resíduos (SIRER).

Relativamente ao regime de transporte de VFV, os procedimentos são constantes da Portaria n.º 335/97, de 16 de Maio, a qual estabelece que qualquer transporte de resíduos se faça acompanhar com a respectiva guia de acompanhamento de resíduos – Modelo A.

Caso se realize a partir dos operadores de desmantelamento, este transporte deve ser acompanhado de cópia do respectivo certificado de destruição ou de um documento único que contenha informação relativa aos VFV transportados, nomeadamente matrícula, número de chassis e o número do respectivo certificado de destruição.

As empresas licenciadas para a actividade de prestação de serviços através de veículos pronto-socorro podem efectuar este tipo de transporte. Contudo, os veículos do tipo pronto-socorro afectos a este transporte só podem ter uma capacidade máxima de transporte de três VFV.

No caso de movimento transfronteiriço de VFV, apli-

ca-se igualmente o disposto no Regulamento (CE) n.º 1013/2006, da Comissão de 14 de Junho.

Condições Técnicas de Transporte

O ponto 5 do artigo n. 18.º do Decreto-Lei n.º 64/2008, de 8 de Abril, estabelece que o transporte de VFV deve cumprir um conjunto de requisitos técnicos. Assim, de acordo com o anexo V do citado diploma, as condições técnicas para a actividade de transporte rodoviário são:

- 1 - Os veículos afectos ao exercício da actividade de transporte de veículos em fim de vida devem estar dotados de sistema adequado para contenção de eventuais derrames ou escorrências, de forma a impedir a afectação de solos e águas, tendo em vista a protecção do ambiente.
- 2 - A manutenção dos veículos afectos ao exercício da actividade deve ser realizada em condições que cumpram todos os requisitos de segurança com vista à protecção da saúde e do ambiente.
- 3 - Os reboques e semi-reboques afectos ao transporte de VFV não podem ser utilizados para o transporte de mercadorias que, pela sua natureza, venham a ser integradas na cadeia alimentar humana ou animal.
- 4 - Os diferentes elementos de um carregamento de VFV são convenientemente escorados para que sejam evitadas deslocações entre si ou contra as paredes do veículo, bem como a contaminação de outras mercadorias.
- 5 - É proibido proceder a alterações à forma física dos VFV durante a carga, transporte e ou descarga daqueles resíduos, designadamente:
 - a) Por utilização de pinças metálicas para as operações de carga e descarga, devendo ser utilizadas cintas ou guinchos no caso dos porta-carros, ou outros métodos equivalentes;
 - b) Por sobreposição directa dos VFV nas galeras, durante a carga, transporte e descarga, devendo ser utilizado um sistema de separação entre camadas.
- 6 - Em cada unidade de transporte de VFV estão disponíveis os meios adequados de combate a incêndio, bem como os produtos absorventes e adsorventes em quantidade adequada à dimensão da carga.
- 7 - Quando durante a carga, o transporte ou a descarga de VFV se verificar um derrame de fluidos, a zona contaminada é imediatamente limpa com recurso a produtos absorventes ou adsorventes e os resíduos resultantes da limpeza obrigatoriamente encaminhados para um desti-



no licenciado para o respectivo tratamento, valorização ou eliminação, nos termos do Decreto -Lei n.º 178/2006, de 5 de Setembro.

Disposições Transitórias e Entrada em Vigor

Os operadores de transporte de veículos em fim de vida ficam obrigados a comunicar ao Instituto dos Resíduos o âmbito da sua actividade, num prazo máximo de 60 dias a contar da data de entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 64/2008. Este diploma e disposições entraram em vigor no dia 9 de Abril de 2008.

Formação Profissional

CURSOS DE FORMAÇÃO ARAN

2008

CURSOS DE FORMAÇÃO ARAN 2008

Designação	Duração	Início	Fim	Horário	Valor
Gestão Oficinal	21h	03-03-08	11-03-08	19-22h	120€
Gestão Ambiental	15h	31-03-08	04-04-08	19-22h	85€
Inglês Inicial -Nível I	15h	14-04-08	18-04-08	19-22h	85€
Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	15h	05-05-08	09-05-08	19-22h	85€
Atendimento ao Cliente	9h	26-05-08	28-05-08	19-22h	55€
Inglês Intermédio – Nível II	15h	06-10-08	10-10-08	19-22h	85€
Finanças para não financeiros	21h	13-10-08	21-10-08	19-22h	120€
Técnicas de Negociação	9h	22-10-08	24-10-08	19-22h	55€
Imagem na Empresa	9h	28-10-08	30-10-08	19-22h	55€
Gestão e Comércio Automóvel	21h	03-11-08	11-11-08	19-22h	120€
Gestão de Equipas	9h	12-11-08	14-11-08	19-22h	55€
Inglês Comercial – Nível III	15h	17-11-08	21-11-08	19-22h	85€
Gestão de Reuniões	9h	25-11-08	27-11-08	19-22h	55€

Local: Instalações da ARAN - Rua Faria Guimarães 631 4200-291 Porto Tel. 22 509 10 53 Fax. 22 509 06 46 E-mail: geral@aran.pt

Condições exigidas para a inscrição ser considerada válida:

1. Ficha de Inscrição preenchida;
2. Cheque do montante endossado à ARAN ou transferência bancária (Banco: Caixa Geral de Depósitos - NIB 0035 0442 00002848930 69);
3. Cópias de B.I., Cartão de Contribuinte.

Obs. As vagas são preenchidas por ordem de chegada das inscrições, documentos e pagamento.

Para se inscrever contactar o Departamento de Recursos Humanos e Formação da ARAN:

Tel. 22 509 10 53 Fax. 22 509 06 46 E-mail: geral@aran.pt



Gabinete de Emprego da ARAN

Ofertas:

Referência 03/07

Empresa do Ramo Automóvel sediada no Porto pretende recrutar:
Pintor / Chapeiro Auto
Requisitos: Sem experiência; Disponibilidade imediata. Oferece: - Retribuição mínima prevista pelo contracto colectivo.

Referência 05/07

Empresa de Reparação Automóvel sediada no Porto pretende recrutar:
Mecânico Auto
Requisitos: Sem ou com pouca experiência; ; Polivalente. Oferece: Retribuição mínima prevista pelo contracto colectivo.

Referência 06/07

Empresa de Reparação Automóvel sediada no Porto (Leça do Balio) pretende recrutar:
Chapeiro Auto
Requisitos: Experiência mínima de 3 anos; Carta de Condução; Idade superior a 20 anos.

Referência 01/08

Oficinas Auto sediadas na Galiza (Espanha) pretendem recrutar:
3 Mecânicos Auto (Vigo)
3 Aprendizes de Mecânica (Porriño; Vigo)
1 Electricista (Puentearreas)

Referência 02/08

Empresa de Reparação Automóvel sediada em Vila Nova de Gaia pretende recrutar:
Electricista Auto
Requisitos: Com ou sem experiência; Idade: de 18 a 35 anos; Preferencialmente: 12º. Ano de Escolaridade Oferece: Retribuição de acordo com a experiência.

Referência 03/08

Empresa de Reparação Automóvel sediada em Leça do Balio pretende recrutar:
Técnico de Mecatrónica
Requisitos: Experiência mínima de 1 ano; Idade: de 20 a 30 anos; Oferece: Retribuição de acordo com a experiência.

Referência 04/08

Empresa de Construção de Autocarros de Passageiros sediada em Grijó pretende recrutar:
Electricista Auto / Serralheiro de Estruturas Metálicas

Os interessados devem contactar o Gabinete de Emprego da ARAN Tel. 22 509 10 53; e-mail: geral@aran.pt

ACT – Autoridade para as Condições do Trabalho

As empresas do sector automóvel têm sido alvo de auditorias pela ACT. Apresentamos uma listagem dos documentos exigidos:

Comunicação do início de actividade e sucessivas alterações (art.º 25.º do DL 102/2000	Balanço Social (art.º 290.º e 458.º do RCT)
- Mapa do quadro de pessoal (artº. 454.º do RCT)	- Notificação sobre a modalidade de serviços de segurança, higiene e saúde Mod. 1360 INCM (art.º 258.º RCT)
- Mapa(s) de horário de trabalho (art.º 179.º do CT)	- Relatório anual de segurança, higiene e saúde no trabalho Mod. 1714 INCM (art.º 127.º do CT e art.º 259.º RTC)
- Registo do pessoal (art.º 120º. j) do CT)	- Apólice de acidentes de trabalho, último recibo pago e declaração de retribuições à seguradora onde conste o nome e retribuição dos trabalhadores (art.º 37.º n.º 3 L 100/97)
- Registo do nº. de horas prestadas pelos trabalhadores, por dia, com indicação da hora de início e termo do trabalho (art.º 162.º do CT	Fichas de aptidão dos últimos exames de saúde realizados aos trabalhadores (art.º 245.º do RCT)
- Relação semestral de trabalho suplementar (art.º 204.º do CT	Fichas de dados de segurança (art.º 243.º do CT)
- Registo de trabalho suplementar (art.º 204.º do CT	Relatórios de avaliação de riscos (art.º 240.º do RCT)
- Mapa de férias (artº. 217.º do CT)	- Lista de acidentes de trabalho e de doenças profissionais (art.º 240.º do RCT)
- Recibos de retribuição (art.º 257.º do CT)	- Relatórios sobre acidentes de trabalho (art.º 240.º do RCT)
- Folhas de retribuições da Segurança Social (DL 103/80, 09-05 conjugado com o 106/2001, 06-04)	- Lista das medidas, propostas e recomendações formuladas pelos serviços de SHST (art.º 240.º do RCT)
- Comunicação de admissão de trabalhadores à Segurança Social (DL 124/84, 18-04 na redacção do DL 330/98, 02-11)	- Identificação dos trabalhadores responsáveis pela estrutura interna de primeiros socorros, combate a incêndios e evacuação dos trabalhadores e respectivas medidas (art.º 220.º do RCT)
- Contratos de trabalho sem termo (art.º 10.º do CT	Relatório de verificação periódica e/ou livrete de manutenção (art.º 6.º e 19.º do DL 50/2005)
- Contratos de trabalho com termo (art.º 127.º do CT	Manual de instruções em português (DL 230/2001)
- Contratos de utilização de trabalho temporário (L 19/2007, 22-05)	- Formação e informação dos trabalhadores em SHST (art.º 275.º e 278.º do CT)
- Contratos de trabalho de cidadãos estrangeiros e respectiva comunicação (art.º 88.º e 89.º do CT e 158.º e 159.º do RCT	Comunicação prévia de abertura de estaleiro e respectivas alterações da identificação dos subempregueiros (art.º 15.º do DL 273/2003)
- Informação escrita aos trabalhadores sobre as condições do contrato de trabalho (art.º 98.º do CT	Plano de segurança e saúde em projecto e/ou em obra (art.º 6.º do DL 273/2003)
- Declaração de Rendimentos (IRS/IRC)	- Fichas de procedimentos de segurança (art.º 14.º do DL 273/2003)
- Pacto social e últimas alterações	- Nomeação de coordenador de segurança (art.º 9.º do DL 273/2003)
- Balancete indicativo do volume de negócios	- Identificação completa dos representantes legais da empresa.
- Plano/Relatório anual de formação (art.º 165.º e art.º 170.º do RCT	Notificação sobre a modalidade de serviços de segurança, higiene e saúde Mod. 1360 INCM (art.º 258.º RCT)

Para mais informações contactar o Departamento de Recursos Humanos e Formação da ARAN: Telf. 225091053 Fax. 225090646 E-mail: geral@aran.pt

MARIA MANUEL LOPES

Modelo chega na próxima semana

Ford entra no segmento dos SUV compactos com Kuga

O Ford Kuga vai ser lançado em Portugal no próximo dia 21, depois de ter sido apresentado ao público nacional no Salão de Lisboa. Inspirado no “concept-car” Iosis X e o seu “kinetic” design, o modelo representa a entrada da marca no segmento dos SUV, um mercado que, à escala europeia, tem registado um crescimento considerável. Assinala também o regresso da Ford aos veículos todo-o-terreno onde, apesar da tradição que tem no mercado americano, já não está desde que o Maverick, que mais não era do que o Nissan Terrano II com a oval azul, foi descontinuado.

Com uma distância ao solo de 188 mm, um comprimento de 4,443 m, uma distância entre eixos de 2,690 m, uma altura de 1,677 m e 410 litros de capacidade na bagageira, este SUV tem como principais concorrentes o Volkswagen Tiguan ou o Toyota RAV4. O motor que equipa este Ford Kuga é o 2.0 TDCi com 136 cv, acoplado a uma caixa manual com seis velocidades, capaz de o levar aos 100 km/h em 10,5 segundos e a um velocidade máxima de 180 km/h, com um consumo misto de 6,5 litros de gasóleo aos 100 km.

A tracção pode ser 4x2 (à frente) ou 4x4. O sistema de tracção integral utilizado no Kuga é um sistema dito “inteligente” que evita a intervenção do condutor, através da utilização de comandos separados. Este monitoriza continuamente a situação de condução e os requisitos do condutor, de forma a

reagir com uma distribuição de binário optimizada. Distribui o binário do motor numa relação que pode chegar aos 50/50 frente/trás e usa tecnologia que monitoriza a informação fornecida por várias áreas-chave, para determinar quanta da potência da tracção integral inteligente deve ser usada. Estes parâmetros têm em consideração o binário e rotação do motor, a posição do acelerador, o ângulo do volante, a taxa de desvio, o sistema de travagem e as velocidades de todas as rodas, entre outros sinais. Para os percursos fora-de-estrada, o ângulo de entrada é de 21º e o de saída é de 25º.

Para vender a imagem da marca

O Kuga é mais um exemplo da estratégia que a Ford tem em Portugal de crescer, sobretudo, nos segmentos médios e grandes. “Esta mudança dos objectivos tem feito com que a facturação cresça acima do número de unidades vendidas”, referiu, na conferência de imprensa de apresentação do modelo, o director-geral de marketing e vendas da Ford Lusitana, Santiago Sainz. O resultado é que a marca tem em Portugal uma quota de mercado maior consoante vai subindo na escala de valor: 4,5% nos automóveis com dimensões mais reduzidas (segmento A e B), 9,1% nos médios (segmento C e monovolume médios) e 11,1% nos grandes (segmento D e monovolumes maiores).

Embora tenha base na platafor-



ma do Focus C-MAX, a possibilidade de o Kuga vir a poder montar o motor 1.6 TDCi, mesmo que apenas na versão com duas rodas motrizes, está, pelo menos por agora, fora de questão. Talvez por isso, a filial portuguesa da marca conta que as 300 unidades a que vai ter direito por ano do modelo – cuja produção, na fábrica alemã de Saarlouis, não vai ultrapassar as 65 mil por ano – sejam quase todas do nível de equipamento mais elevado, o Titanium, e com tracção 4x4. Este patamar tem um preço final de 43 380 euros, enquanto o menos recheado Trend custa 40 040 com tracção integral e 38 230 euros com tracção à frente (o nível mais elevado apenas pode contar com tracção integral).

“As cerca de 300 unidades que

perspectivamos vender no primeiro ano de comercialização em Portugal não são um volume substancial, mas o modelo é importante. Primeiro, vai permitir-nos chegar a um tipo de cliente ao qual não chegávamos e, segundo, continua a construção da nova imagem de marca da Ford”, segundo Santiago Sainz.

Do equipamento de série do Kuga 2.0TDCi AWD Titanium fazem parte elementos como os espelhos retrovisores eléctricos aquecidos, jantes de liga leve de 17 polegadas com sistema de enchimento de pneus, faróis automáticos, limpa pára-brisas automático e faróis de nevoeiro. No interior, contempla rádio com CD, retrovisor interior electrocromático, computador de bordo, ar condicionado automático,

consola central com apoio de braços, mesas nas costas dos bancos, “cruise control”, vidros eléctricos à frente e atrás, estofos parcialmente em couro, botão de arranque Ford Power e cobertura da bagageira. Ao nível da segurança destacam-se os airbags frontais e laterais as cortinas laterais e o ESP (controlo de estabilidade).

As versões Trend mais acessíveis dispensam alguns destes elementos, como sejam o ar condicionado automático, “cruise control”, mesas nas costas dos bancos, o “pack” visibilidade (faróis automáticos, limpa pára-brisas automático, retrovisor interior electrocromático), os estofos parcialmente em couro e as jantes de liga leve de 17 polegadas.

AQUILES PINTO
aquilespinto@vidaeconomica.pt

Preços foram já anunciados

Seat Ibiza chega ainda este mês



O novo Seat Ibiza está prestes a chegar ao mercado nacional. Primeiro será a versão de cinco portas a ser lançada, ficando a chegada do três portas para o Outono. O utilitário estreia a nova plataforma do grupo Volkswagen, que será partilhada com o novo Volkswagen Polo e Audi A1.

A quarta geração do modelo espanhol, o primeiro de série a ser desenhado por Luc Donckerwolke, director de design da Seat, segue a tendência do segmento e cresce face ao antecessor. As medidas finais revelam 4,052 m de comprimento, 1,693 de largura, 1,445 de altura e 2,469 de distância entre eixos, para uma bagageira com uma capacidade de 292 litros.

Quanto a motores, a gama nacional é composta por dois propulsores a gasolina, 1.2 de 70 cv e um 1.4 com 85 cv, e dois diesel, 1.4 TDI com 80 cv e 1.9 TDI com 105 cv. Noutros mercados, está ainda dis-

ponível um 1.6 a gasolina com 105 cv e uma variante de 90 cv do 1.9 TDI.

Em termos de níveis de equipamento, a gama nacional vai ser composta por dois patamares, o Reference e o Stylance. Destaque para o facto de logo o nível mais baixo oferecer de série equipamentos de segurança como o ESP (controlo de estabilidade), sistema de ajuda ao arranque em subida e airbags frontais e laterais.

De referir que os motores e os níveis de equipamento vão chegar de forma faseada. Assim, no lançamento apenas vão estar disponíveis os motor 1.4 a gasolina e 1.9 TDI no nível de equipamento Stylance, por 15 707 e 20 705 euros, respectivamente. O motor 1.2 a gasolina vai chegar já em Junho, ficando o bloco 1.4 TDI agendado para Setembro. A Seat conta vender 3000 unidades do modelo no primeiro ano de comercialização.

VERSÃO	CILINDRADA (cc)	POTÊNCIA	CO2 (g/km)	Preço (euros)
1.2 Reference	1198	70 cv	139	13 757
1.2 Stylance	1198	70 cv	139	15 357
1.4 Stylance	1390	85 cv	149	15 707
1.9 TDI Reference	1896	105 cv	119	18 907
1.9 TDI Stylance	1896	105 cv	119	20 507

Nota: As primeiras versões a lançar são o 1.4 Stylance e 1.9 TDI Stylance, as restantes chegam em Junho

Ensaio – Mercedes Classe C 220 CDI Classic

À medida das frotas

O Mercedes Classe C tem sido acusado de ter um preço muito elevado. O nível de equipamento de entrada, o Classic, tem, contudo, o condão de manter o preço do modelo alemão concorrencial, sem, contudo, “despir” demasiado a lista de equipamento. Isto sem “beliscar” o excelente motor 2.2 turbodiesel com 170 cv. Em suma, uma boa opção, sobretudo para o mercado frotista.

Lançado em Portugal em Março do ano passado, o Mercedes Classe C tem registado um bom nível de vendas, ainda mais desde Dezembro, altura em que chegou a sempre apetecível, sobretudo neste segmento, variante carrinha do modelo.

A actual geração do Classe C tem sido quase consensual junto do público apreciador da Mercedes. Afirmamos quase porque o preço tem sido o item que tem merecido algumas críticas. Por exemplo, um C220 CDi Avantgarde, a versão mais vendida entre nós, custa 48 169 euros, enquanto o Volkswagen Passat 2.0 TDI 170 cv Sportline R-Line (o concorrente mais directo do Mercedes é o Audi A4, mas o 2.0 TDI só está disponível com 140 cv) custa 45 037 euros e o BMW 320 d, devido às baixas emissões permitidas pela tecnologia inerente ao programa Efficient Dynamics, se fica pelo 42 150 euros.

Até se pode admitir que a lista de equipamento do Mercedes seja mais extensa, mas a diferença de valores pode “chamar” muitos clientes aos stands dos concorrentes e, por oposição, criar barreiras psicológicas à marca da estrela.

Mais simples, mas um Mercedes

A Mercedes tem, contudo, uma opção válida neste terreno: o C220 CDI Classic. Mais espartano do que as variantes de níveis de equipamento superior, esta versão tem, ainda assim, uma lista de elementos de série razoavelmente



completa. Não faltam rádio com CD, ar condicionado automático de duas zonas e computador de bordo, além de equipamento de segurança activa ou passiva como o ESP (controlo de estabilidade) e os múltiplos airbags. No mínimo incompreensível neste segmento é o facto do banco traseiro não ter o obrigatório apoio de braços central.

As diferenças que mais chamam a atenção no Classic face ao Avantgarde são, no interior, os acabamentos do tablier e o padrão dos estofos – ambos mais simples – e, no exterior, as jantes de dimensões menos generosas (16 polegadas) e a grelha frontal. É que enquanto no Avantgarde é adoptada a fórmula dos desportivos da casa de Frankfurt e a estrela da marca surge no centro da grelha, já no Classic esta surge onde costuma “pontificar”, no topo da grelha.

Com este visual, o Classe C da Mercedes faz jus ao epíteto de “baby” Classe S, tais são as semelhanças com o topo-de-gama. Contudo, se os clientes quiserem optar pela grelha do Avantgarde, podem fazê-lo, um opcional proposto pelo importador por 60 euros. A propósito, o Mercedes C22 CDI Classic custa 45 948 euros, posicio-

namento de preço que torna esta versão muito apetecível, também, para o mercado frotista.

Na estrada, apesar das jantes de menores dimensões, o comportamento do modelo é típico da Classe C, ou seja, referencial no segmento em que compete, e o motor 2.2 com 170 cv está sempre pronto a “disparar”. Aliás, este propulsor está sempre disponível e tem características desportivas inegáveis.

Aquiles Pinto
aquiles Pinto@vidaeconomica.pt

MERCEDES CLASSE C 220 CDI

Cilindrada: 2148 cc
Potência: 170 cv
Vel. máx.: 229 km/h
Acel. 0-100 km/h: 8,5 seg.
Cons. Misto: 6,1 L/100 km
Preço: 45 948 euros

Ensaio – Kia Cee’d SCoupé 1.6 CRDi 115 cv TX

Acelerar a imagem de marca

O Kia Cee’d “vestiu” o fato de competição na versão com três portas, denominada de Scoupé. Mais baixo, mais largo e mais leve do que o cinco portas, esta versão torna-se mais desportiva de conduzir. Mas é na construção da imagem de marca que mais vai fazer pela Kia.

O Kia Cee’d tem sido um sucesso e o principal responsável pelo crescimento que a marca coreano tem registado ao longo dos últimos meses na Europa e em Portugal. Ainda mais do que a subida no “ranking” das vendas, o modelo do segmento C tem permitido ao construtor do grupo Hyundai “galgar” degraus na construção da imagem de marca.

Depois da carroçaria de cinco portas no início de 2007 e da sempre apetecível versão “station” mais perto do fim do ano, já em Janeiro de 2008 foi a vez de chegar a variante com três portas, designada de Pro Cee’d a nível internacional de Cee’d SCoupé entre nós. Face ao cinco portas, esta versão não se limita a reduzir o número de “entradas” e todos os painéis exteriores

são novos, com excepção para o capot e os guarda-lamas.

Não fossem os três portas procurados por uma clientela mais desportivista, o Scoupé é mais comprido 15 mm (para 4,25 m) e mais baixo 30 mm, mas com a mesma distância entre eixos de 2650 mm. A bagageira mantém os 340 litros de capacidade oferecidos pelo cinco portas. O resultado revela um modelo de aspecto mais aguerrido e que parece querer “agarrar” a estrada.

No interior, as diferenças são mais escassas, limitando-se, em termos dos aspectos mais visíveis, à textura dos estofos (de gosto duvidoso, embora isso seja sempre relativo) e à inclusão de acabamentos metálicos nos pedais de apoio da perna esquerda.

O espaço atrás, tratando-se de um coupé é razoável e pode albergar dois adultos de estatura média, tendo apenas o senão de oferecer pouca visibilidade para passageiros e condutor. O acesso é facilitado pelo facto dos assentos da frente de deslocarem. Um aspecto a corrigir pela Kia é o facto dos bancos não terem memória, o que obriga quem segue à frente a regular o espaço para as pernas sempre que efectua a operação.



Modelo referencial

É caso para dizer que no melhor pano cai a nódoa. É que em relação aos restantes aspectos como a qualidade aparente da montagem e dos materiais este Kia está perfeitamente ao nível das melhores propostas da sua classe. De facto, o “pisar” e o “tocar” deste Cee’d é tipicamente alemão ou não tivesse o modelo sido desenvolvido no país de Angela Merkel. Aliás, em matéria de comportamento, este Kia Cee’d SCoupé consegue ainda algumas melhorias face ao cinco portas, fruto de ser mais leve 84 kg e da já referida menor altura e largura.

Quanto ao motor 1.6 CRDi com 115 cv da unidade ensaiada – o modelo oferece ainda um 1.4 a gasolina com 109 cv e um 2.0 CRDi com 140 cv, mas este 1.6 diesel constitui o grosso das vendas –, podemos resumir numa palavra: referencial. Com um bom binário de 305 Nm disponível desde baixa rotação, o motor tem um desempenho bastante interessante. Aliás, só nos regimes mais elevados é que é (mais) notório que a cilindrada deste propulsor não se situa nos 2 litros, já que a regimes médios isso não é gritante.

Aquiles Pinto
aquiles Pinto@vidaeconomica.pt

KIA CEE'D S COUPÉ 1.6 CRDI 115 CV TX

Cilindrada: 1582 cc
Potência: 115 cv
Vel. máx.: 188 km/h
Acel. 0-100 km/h: 11,4 seg.
Cons. Misto: 6,1 L/100 km
Preço: 22 696 euros

Salão Internacional do Automóvel decorreu na FIL de 24 de Abril a 4 de Maio

Novidades à portuguesa



A **Alfa Romeo** fez a apresentação nacional do 147 Ducati Corse, uma série especial desenvolvida em cooperação com a também transalpina marca de motociclos. Já disponível em Portugal, por 38 779 euros, o modelo tem um motor 1.9 JTD com 170 cv, capaz de levá-lo a uma velocidade de topo de 215 km/h e aos 100 km/h em oito segundos. Em termos tecnológicos, destaque para a inclusão do sistema Q2. Este é, basicamente, um diferencial autoblocante anterior que melhora o comportamento do veículo, a tracção e a estabilidade em travagem e, ao mesmo tempo, atenua a subviragem em aceleração e a intervenção da electrónica. Não é uma novidade, mas a grande atracção do espaço da marca fundada em Milão é o superdesportivo 8C Competizione. Com motor 4.7 V8 com 450 cv, o modelo atinge os 290 km/h e chega aos 100 km/h em apenas 4,4 segundos. Custa 600 mil euros e vão ser produzidas apenas 500 unidades.

A **Aston Martin** apresentou vários modelos. Destaque para o DBS que está ligado ao famoso agente secreto James Bond. Este coupé com 4,72 metros de comprimento possui debaixo do capot um potente V12 de seis litros, com 510 cv de potência. A aceleração dos 0 aos 100 km/h faz-se em apenas 4,3 segundos, sendo a velocidade máxima declarada de 307 km/h. O preço ascende a 310 mil euros.

A **Audi** jogou uma tripla em Lisboa: A4 Avant, RS6 Avant e TTS. Realcemos a primeira, que prossegue o objectivo da marca de Inglostad em ser uma referência na classe das carrinhas de segmento

médio-alto. Os mesmos da berlina, o leque de motores conta com duas opções a gasolina, 1.8 TSFI e o exemplar 3.2 FSI. Mas o diesel é a grande aposta do modelo, que oferece vários motores TDI, com potências entre os 143 e 240 cv. Os preços variam entre os 37 781 e os 65 716 euros.

O Continental GT Speed fez as honras na **Bentley**. Inspirado num modelo de 1923, o veículo tem um impressionante motor W12 com 610 cv. Resultado: a velocidade máxima é de 326 km/h e a aceleração de zero na 100 km/h que não ultrapassa os 4,5 segundos.

No espaço da americana **Chrysler**, a Grand Voyager era a atracção. Com motor 2.8 CRD de 163 cv, o monovolume mantém as linhas gerais do anterior modelo e os argumentos continuam a ser o tamanho, a modularidade interior e o nível de equipamento muito familiar. No que respeita ao interior, o modelo apresenta uma segunda fila de bancos individuais, que podem girar para trás. A terceira fila de assentos pode ser deslocada permitindo aumentar o espaço de bagagem. As portas laterais e traseira possuem abertura de comando eléctrico.

Uma das principais atracções do stand da **Citroën**, e de todo o certame, já que foi a única estreia mundial, foi o “restyling” ao C2, que conta com uma frente renovada e mais agressiva, uma nova motorização Diesel de 110 cv e tecnologia Stop & Start. Ao nível da face dianteira destaca-se uma nova grelha, maior com os “chevrons” redimensionados e mais largos, um friso preto brilhante ou cromado, estará disponível, que

vem sublinhar as formas arredondadas da grelha. Surge também um pára-choques monobloco, que será idêntico em qualquer nível de equipamento. A parte inferior do pára-choques terá uma forma mais generosa para assegurar uma maior protecção dos faróis de nevoeiro. A par desta novidade está igualmente o familiar C5, na versão berlina e Tourer, que a marca francesa está a lançar em Portugal.

A romena **Dacia** fez no Salão de Lisboa a estreia em Portugal. O primeiro modelo da marca de baixo custo da Renault a ser vendido no mercado nacional é o Logan MCV. Com motor 1.4 a gasolina com 75 cv e 1.5 turbodiesel com 85 cv, compete no segmento C e está disponível com cinco ou sete lugares. O espaço bagagem é



Dacia Logan MCV

de 200 litros com sete pessoas a bordo e 700 na configuração de cinco lugares. Com todos os bancos traseiros rebatidos a capacidade de carga atinge os 2350 litros. Não fosse o preço o grande argumento da marca, o Logan MCV é proposto por 12 900 euros com motor 1.4 a gasolina e entre 15 450 e 16 500 euros com propulsor dCi. A pouco recheada lista de equipamento das versões menos equipadas inclui ainda assim duplo airbag, ABS e fecho central. No stand da Dacia está ainda o Sandero, utilitário que vai chegar a Portugal mais perto do fim do ano. À imagem do Logan MCV, também este modelo faz do espaço um argumento e tem 320 litros de capacidade na bagageira, um valor referencial.

Outra atracção do salão português foi a **Dodge**, que apresen-

teve lugar na FIL, em Lisboa, de 24 de Abril a 4 de Maio, o Salão Internacional do Automóvel de 2008. Ao todo, foram 35 as marcas automóveis presentes (sendo uma delas em estreia absoluta em Portugal, a romena Dacia, do grupo Renault), num total de 480 viaturas expostas, divididas em uma estreia mundial, 73 estreias nacionais, 14 protótipos, 13 modelos de competição e dois Fórmula 1 (um deles em simulador).

tou duas novidades nacionais: o novo monovolume Journey e o novo motor 1.8 a gasolina do Caliber. O Journey tem chegada

permitindo uma maior visibilidade a todos os ocupantes. O Journey mede menos de cinco metros de comprimento e possui portas



Dodge Journey

prevista para o início de Junho e conta com um motor 2.0 CRD de 140 cv do grupo Volkswagen. Este modelo que pretende ser um misto entre monovolume e SUV

de correr laterais de modo a facilitar o acesso aos bancos posteriores. A outra novidade da Dodge reside na motorização a gasolina do Caliber, um motor de 1798 de cilindrada com 150 cv e um binário de 168 Nm. O Dodge Caliber vem equipado com uma caixa manual de cinco velocidades.

Na **Ferrari** a atracção foi o F430 Scuderia. O desportivo de dois lugares possui uma versão revista do bloco V8, debitando uns impressionantes 510 cv. A caixa F1 Superfast que o equipa, e que permite passagens em apenas 60 milissegundos, é outro dos “musts” do modelo, que adiciona ainda um novo controlo de tracção que combina dois sistemas: o diferencial electrónico e o controlo de tracção.

A **Fiat** apresentou em antestreia nacional no Salão Internacional do Automóvel o renovado Croma. A carrinha tem motor 1.9 turbodiesel, nas variantes de 120 e 150 cv, e preços entre 35 502 e 42 840 euros. O grande destaque do espaço da marca italiana na FIL ia, po-



Fiat 500



Citroën C2

rém, para o recente, em Portugal, Fiat 500. O modelo, considerado o Carro do Ano 2008, pode ter três motorizações, um 1.2 a gasolina com 69 cv, um 1.3 turbodiesel com 75 cv e um 1.4 a gasolina com 100 cv. Consoante o nível de equipamento, os preços do motor mais pequeno situam-se entre os 13 500 e os 15 500 euros e os do motor 1.3 diesel ficam entre os 15 500 e os 17 500 euros, enquanto o 1.4 a gasolina tem preços entre 16 500 e 18 500 euros.

A Ford fez a primeira apresentação pública nacional do novo Fiesta, em antecipação ao lançamento no mercado no final do ano que aposta numa estática mais jovem apelativa. Outro destaque da marca da oval azul foi o SUV Ford Kuga (ver em detalhe na página XI). A Ford revelou ainda a nova gama Ford ECONetic, com motores diesel de baixas emissões de CO2, para



Hyundai i30 CW

agora a versão carrinha denominada CW (Crossover Wagon) e que permitirá à marca ter maiores ambições para o modelo e no segmento. Com 415 litros de carga na bagageira, que se transformam em 1395 litros ao

os modelos Focus e Mondeo, novas gamas Titanium S para os modelos Mondeo e S-MAX (que adoptam o novo bloco 2.2 TDCi de 175 cv e equipamentos de personalização mais desportivos) e o renovado Focus Coupé-Cabriolet.

Na Honda destacou-se o novo Honda Accord, revelado nas versões berlina e carrinha. O novo Accord tem, no leque de motores, em destaque a estreia do 2.2 litros i-DTEC – a segunda geração do programa de desenvolvimento diesel da Honda, que passa agora a ter 150cv sendo ao mesmo tem-



rebater-se a segunda fila de bancos, a Hyundai i30 CW tem motor 1.6 CRDi com 90 ou 115 cv.

A Isuzu levou até à FIL várias pick-up D-Max, quer na sua vertente turística, quer na vertente desportiva. As motorizações disponíveis são duas: 2.5 e 3.0 diesel. A primeira debita 136 cv enquanto a segunda tem 163 cv. O modelo possui variantes com tracção total, redutoras e diferencial de escorregamento limitado. A selecção entre tracção traseira (4x2) ou total (4x4) ou entre relações curtas ou longas faz-se com o simples

po mais ecológico que o anterior. Mas o grande argumento do Accord é mesmo a estética, bem mais apelativa e cativante do que a geração anterior, estando em destaque a Tourer (carrinha).

A Hyundai mostrou o i10 e o i30 CW. O primeiro pretende ser competitivo por factores como o espaço interior, a versatilidade, o preço, posição de condução elevada e desempenho. A estes, a marca coreana acrescenta como atributos os motores 1.1i de 66 cv e 1.1 CRDi de 75 cv. Já o i30 vê chegar

premir de um botão (shifton-on-the-fly).

Na Jeep a novidade residia na variante de quatro portas do Wrangler. Este modelo possui mais 52 cm de distância entre eixos que o modelo de duas portas. A lotação é de cinco lugares e a sua classificação como pick-up permite-lhe ter um preço concorrencial. A motorização disponível é a 2.8 CRD com 177 cv. O modelo atinge os 172 Km/h de velocidade máxima e chega aos 100 km/h em 11,7 segundos.



A Lamborghini trouxe a Portugal vários modelos, com destaque para o mais recente, o Gallardo LP560. O novo bloco V10 de 5.2 litros apresenta uma potência de 560 cv, que o fazem “voar” até aos 325 km/h. Um valor conseguido com a caixa de velocidades automática que recorre ao sistema e-gear. Esta acaba por quase de desmultiplicar em cinco modos: “Normal”, “Sport”, “Corsa”, “Trhust Mode” e “Automático”. Por sua vez, a tracção continua a obedecer a um esquema integral, apoiada por um diferencial viscoso, com uma repartição de 30/70% para os eixos dianteiro e traseiro. Como todos os sonhos têm o seu preço, o LP560 é proposto por qualquer coisa como 227 mil euros.

Uma das grandes atracções do Salão de Lisboa foi espaço da Lancia. Referimo-nos ao aguardado novo Delta, o destaque da marca italiana, que mostra também os recentes “restylings” aos monovolumes Musa e Phedra, além do Ypsilon Sport MomoDesign. Com chegada a Portugal marcada para Setembro, o novo Delta tem



Lancia Delta

4,5 m de comprimento, 1,8 m de largura 1,5 m de altura e uma distância entre eixos de 2,7 m. Todos sobrealimentados e acoplados a caixas de seis velocidades (manuais, robotizadas ou automáticas), os motores disponíveis na altura do lançamento comercial serão quatro: 1.4 TurboJet de 120 cv e 150 cv (ambos a gasolina), o 1.6 turbodiesel MultiJet de 120 cv e o 2.0 MultiJet de 165 cv. A estes propulsores juntar-se-á posteriormente uma novidade absoluta: o 1.9 Twinturbo MultiJet de 190 cv. Depois, este leque será completo com um propulsor 1.8 Di Turbojet (injecção directa de gasolina) com 200 cv.

A Lexus fez a apresentação nacional do desportivo IS F. Trata-se do primeiro desportivo da marca a entrar numa linha de produção em série. Se o apuro estético pouca margem deixa para reparos, o que se poderá dizer do V8 de 5.0 li-



Lexus IS F

tros que esconde sob o capot. Este bloco apresenta uma potência de 423 cv e um binário de 505 Nm. Uma mistura explosiva que resulta nuns escassos 4,8 s para cumprir os clássicos 0 a 100 km/h e uma velocidade máxima de 270 km/h, com limitador electrónico. Como todas as emoções têm o seu preço, os valores oscilam entre os 107 e os 112 mil euros. Outras das bandeiras da Lexus continua a política desenvolvida para modelos híbridos, neste palco o destaque



Mercedes CLC

vai para os modelos: LS 600h, GS 450h e RX 400h.

máxima e os 100 km/h em 5,2 segundos a chegar aos 100 km/h. A berlina Quattroporte ostenta um bloco de 4.2 litros com 400 cv de potência máxima. A velocidade máxima cifra-se nos 275 km/h.

A Mazda apostou nos recentes 6, 5 e 2. A nova geração do 6 é a grande atracção com o modelo a ter uma grande aceitação, a nova gama corporiza uma evolução do conceito Zoom-Zoom. O seu estilo emocional e desportivo, a qualidade e conjunto inspirado criam

um forte laço emocional, entre o carro e o seu proprietário, chamado Kizuna. O renovado monovolume 5 tem uma versão renovada que se apresenta mais orientada para a família, sendo o único monovolume do segmento C com duas portas deslizantes. Já o 2 é o primeiro modelo de uma nova geração Mazda surge que com base numa estica jovem. É mais leve e compacto do que o seu predecessor, mas, ao mesmo tempo, dispõe de segurança adicional e um design mais expressivo.

A Mercedes expôs 17 automóveis, sendo de destacar a estreia nacional do CLC, bem como do Classe A e B, além da edição especial SLR 722 GT. O espaço é partilhado pelas recentes gerações do SL, SLK e CLS, assim como uma edição especial do Viano X-CLUSIVE. O espaço AMG conta com o CLS 63 AMG, o C 63 AMG Station e um Classe C DTM Showcar.

Outro dos destaques para os apaixonados por automóveis que passaram pela FIL foi o Mitsubishi Lancer Evolution, a 10ª geração do desportivo. Concebido no centro de design que a marca detém na Europa, o novo Lancer estreia um novo esquema de grelha, denominado Jet fighter. Comparativamente com a versão IX, o novo “Evo” viu aumentada a sua rigidez torcional em cerca de 40%, enquanto a rigidez à flexão aumentou quase 65%. A alma deste Lancer passa agora a estar a cargo da unidade 4B11, que revela uma potência de 295 cv às 6500 rpm, para um binário máximo de 366 Nm. Uma soma que se traduz



Mitsubishi Lancer Evolution

numa velocidade máxima de 242 km/h – com a caixa de velocidades desportiva SST de dupla embraiagem. Integral, a tracção conta com o Super-All Wheel Control (S-AWC), que reparte o seu funcionamento entre os modos: “Alcatrão”, “Terra” e “Neve”.

Outro destaque do certame, outro modelo de sonho. Uma das atracções foi o **Nissan GT-R**. Este superdesportivo, cujo motor e transmissão têm fabrico artesanal, está já à venda no Japão e EUA e chegará à Europa em 2009. As encomendas já se iniciaram, e só no Reino Unido, em 48 horas ascenderam a 700 pedidos, o que é notável se tivermos em conta que em Portugal, por exemplo, o modelo vai rondar os 120 000 euros, sendo o sinal pedido de 8000 euros. O novo desportivo da Nissan conta com um motor 3.8 V6 de 480 cv, disponíveis às 6400 rotações. Realce ainda para o SUV Murano, que surge com uma nova plataforma, impulsionada por um renovado motor 3.5 V6 com 268



Nissan GT-R

cv. O interior e exterior tiveram também melhorias significativas para acompanhar o novo chassis. Realce ainda para o Nissan Micra Mandarin Duck, uma série especial do utilitário personalizada pela marca italiana de malas e acessórios. Está disponível na versão 1.2 a gasolina, com 80 cv, e tem um interior e exterior exclusivos. No seu equipamento de série inclui-se um telemóvel e uma mala, ambos da linha Mandarin Duck.

Um modelo também em destaque em Lisboa foi a **Peugeot 308 SW**, cuja chegada ao mercado nacional está agendada para Junho. Tal como na antecessora, chama a atenção no modelo o tecto panorâmico em vidro com 1,68 m², que eleva a superfície vidrada do modelo para 5,58 m². A 308 SW também pode ter sete lugares, sendo que na configuração de cinco passageiros o espaço de carga ascende a 674 litros. Quanto a motores, a carrinha repete o alinhamento da berlina e oferece cinco opções, duas diesel e três gasolina. Os HDi são o 1.6, com 90 ou 110 cv, e o 2.0 com 136 cv, en-

quanto os movidos a gasolina são o 1.4 com 95 cv, o 1.6 com 120 cv e o 1.6 turbo com 150 cv. O grande destaque da marca francesa da PSA vai, porém, para o facto de o “concept-car” 308 RC Z ter



Peugeot 308

chegado a Lisboa como protótipo, mas sair como futuro modelo da Peugeot. O anúncio foi feito na capital portuguesa pelo director-geral da Peugeot, Jean-Philippe

Colin. O modelo de série, cujo nome ainda não está definido, será revelado na edição de 2009 do Salão de Frankfurt, ou seja, dois anos após a sua apresentação ao público. A comercialização do coupé do 308 ocorrerá, por seu turno, na Primavera de 2010.

Na **Renault** estavam dois destaques: o Koleos e o Laguna GT. Este último pode montar dois motores turbo 2.0, um diesel com 180 cv e um a gasolina com 205 cv. Esta variante mais “radical” do modelo francês já está em Portu-



Toyota iQ.

gal e tem preços iguais nos dois motores: 42 600 euros (mais 1400 na carrinha). Em termos de performance, o dCi chega aos 100 km/h em 8,5 segundos e apresenta 222 km/h de velocidade máxima, enquanto o motor a gasolina proveniente do Mégane Renault Sport – leva o modelo aos 100 km/h em 7,8 segundos e a uma velocidade máxima de 232 km/h. As performances não são, porém, o grande destaque do Laguna GT, mas o chassis Active Drive com sistema de quatro rodas direccionais (4RD), que permite melhorar a precisão da direcção colocando a viatura na trajectória correcta. Pouco depois, em Julho, vai ser lançado em Portugal o Koleos, o primeiro SUV da marca gaulesa. Com 4,52 m de comprimento, 1,85 de largura e 450 litros na bagageira, o modelo tem motor 2.0

dCi, com 150 ou 175 cv, e poder ter tracção 4X2 ou 4X4.

Na **Seat** lamentou-se a ausência do novo Ibiza, que a marca se prepara para apresentar em Madrid. Apesar disso, a grande atracção foi o “concept” Bocanegra que antecipa a variante de três portas do utilitário. Realce ainda para o Leon FR#18, uma edição especial dedicada ao piloto portuense Tiago Monteiro. O FR#18 te motor 2.0 TDI com 170 cv.

No espaço da **Skoda** estava outra das estrelas do evento, o novo Superb. O modelo estreia o patenteado sistema Twindoor, que permite dois níveis de abertura da tampa da mala, que tem uma capacidade de 565 litros. Isto é, para a colocação de objectos menores a abertura é convencional, mas, ao pressionarmos os dois comandos situados no local, entra em acção um sistema electromecânico que conjuga a abertura da mala com a subida do óculo traseiro. Sob o capot, o Superb disponibiliza seis motorizações distintas, três Diesel e outras tantas a gasolina, com potências que partem dos 105 e vão até aos 260 cv.

A **SsangYong** expôs toda a sua gama, com especial destaque para o monovolume Rodius que sofreu recentemente algumas alterações estéticas. Monta motor 2.7 turbodiesel com 165 cv.



Laguna GT

Na **Subaru**, a grande novidade não se vê... sem abrir o capot. Referimo-nos ao motor boxer diesel. Presente no **Legacy**, o propulsor desenvolve 150 cv e 350 Nm de binário e um consumo de combustível de 5,6 litros aos 100 km, com emissões CO2 de 151 g/km. Estas novidades quase ofuscavam o Novo Impreza que surge com motores 1.5 e 2.0 Hatchback e que será já este ano a “arma” da marca no mundial de ralis. Surgindo já para ser exibido o Impreza WRX STI, um carro que mantém todas as referências de um verdadeiro desportivo, o motor de 2.5 litros sobrealimentado está uma vez mais associado ao reconhecido sistema Symmetrical AWD, com uma potência de 300 cv.

A **Toyota**, que cumpre em 2008 quatro décadas de presença em Portugal, apresentou algumas no-

–, são alguns trabalhos que permitem ao iQ passar a ser uma referência em matéria de aproveitamento de espaço. No habitáculo impera o esquema de design J-Factor, onde a estética se apresenta em perfeita sintonia com o conforto, funcionalidade e segurança. No que respeita a motorizações, irá contar com duas unidades a gasolina e uma Diesel e também aqui fica a garantia de uma faixa de emissões de CO2 que não ultrapassará a fasquia dos 100 g/km.

A **Volkswagen** destacou o “português” Scirocco, que, cerca de 34 anos depois, está de regresso. Com 4260 mm e uma capacidade de carga de 292 litros, o modelo vai disponibilizar três motores TSI (gasolina) e um TDI de 140 cv. A caixa de velocidades DSG de sete relações e a introdução de um sistema de controlo adaptativo do



Subaru Legacy

vidades, mas o destaque vai inteirinho para o iQ. Trata-se de uma solução vanguardista em termos de mobilidade urbana que vai arrancar para produção já no final do ano. O design e o espaço a bordo são os grandes argumentos deste cidadão. A primeira resposta de que isso é possível pode ser observada nos 2000 mm de distância entre eixos, para uma carroçaria que não excede os 2985 mm. As jantes de liga leve de 16 polegadas, coladas no extremo da estrutura; a concepção de um depósito de combustível totalmente plano e colocado na base da plataforma e a apresentação de uma nova geração de diferencial – só aqui a marca consegue um ganho de 100 mm

chassis são outras duas referências vanguardistas do Scirocco.

A **Volvo**, pela primeira vez representada sem ser por um importador, destacou o SUV XC60. Com motor turbodiesel 2.4 com 163 cv ou 3.0 a gasolina (mas também turbo) com 285 cv e transmissão integral, o modelo tem como atracção tecnológica o sistema City Safety, que alerta para uma aproximação demasiado rápida a um veículo, ajudando a evitar embates a baixa velocidade. Tem chegada a Portugal prevista para Outubro, mas os preços já são conhecidos, podendo ser encomendado por valores entre 51 690 e 65 120 euros.

AQUILES PINTO
aquilespinto@vidaeconomica.pt



Volvo SUV XC60.

**CENTROS
TIPO B:
NÓS TEMOS
A SOLUÇÃO!**

**Elaboração de desenho de
layout e apoio técnico.**

SUN
ANALISADORES DE GASES

NUSSBAUM
Eletrónica auto

APLA
INSTRUMENTOS
ELECTRÓNICOS
E POTÊNCIA

SPAC-METRO

BLACKHAWK
SISTEMA TRANSMISSORIAL DE MEDIÇÃO

BEISSBARTH
SISTEMAS DE MEDIÇÃO

FUTURE
SISTEMAS DE MEDIÇÃO

BEISSBARTH
SISTEMAS DE MEDIÇÃO

SEDE: Rua Eng.ª Ferreira Dias, 747/793 | 4100-247 PORTO | PORTUGAL | Telef.: 22 619 87 50 | Fax: 22 617 47 46
LISBOA: EN10 (Ed. S. Caetano - Pav.3) | S. João da Talha | 2685-004 SACAVÉM | PORTUGAL | Telef.: 21 994 81 40/58 | Fax: 21 994 81 50
[email: equipoficinal@lusilectra.pt | www.lusilectra.pt]

MAPFRE | WARRANTY

Garantia Mecânica e Eléctrica

Assistência Europeia

Service Center

Atendimento e Gestão 24 horas

MAPFRE | ASISTENCIA

21 323 1410

A sua viatura com mais garantias

- ☎ Cobertura de Avaria mecânica ou eléctrica para viaturas até 15 anos e consoante a quilometragem;
- ☎ Reparação da Avaria, substituição das peças cobertas, mão de obra (viaturas até 10 anos) e gestão integral das reparações;
- ☎ Cobertura Europeia de Assistência em Viagem 24 horas, reboque, desempanagem, estadia durante a reparação, deslocação para continuar a viagem, transporte do veículo avariado;
- ☎ Cobertura opcional de Viatura de Substituição, com a entrega de uma viatura de aluguer durante a reparação;
- ☎ Estrutura de Profissionais especializados e experientes para a gestão e atendimento personalizado;
- ☎ Plano de seguimento e manutenção de Viaturas.

Mobilidade ameaça segurança...

**Mas as empresas já investem em soluções
que diminuam esta vulnerabilidade**

Na verdade, é difícil retirar uma conclusão. A “Vida Económica” questionou 10 “players” do mercado sobre se a mobilidade efectivamente ameaça a segurança das redes empresariais. E tentou perceber até que ponto é que as empresas estão conscientes da vulnerabilidade a que ficam sujeitas a partir do momento em que tornam os seus recursos móveis. As respostas foram curiosas. Por um lado, há fornecedores que claramente não acreditam que a mobilidade afecte a segurança dos dados de uma organização. Até dizem mesmo que é um mito. Depois, temos outros “players” que dão a volta à pergunta e acabam por não responder directamente ao que foi formulado. E há ainda os que defendem com todas as letras que a mobilidade é de facto uma enorme ameaça para a segurança dos utilizadores e das empresas. E agora? Agora, pedimos a esses 10 “players” para nos dizerem quais as três medidas que uma empresa nunca deve deixar de tomar relativamente à segurança dos seus dados.

Apesar de as empresas já investirem em soluções que diminuem esta vulnerabilidade

Mobilidade ameaça segurança...

Na verdade, é difícil retirar uma conclusão. A “Vida Económica” questionou alguns “players” do mercado sobre se a mobilidade efectivamente ameaça a segurança das redes empresariais. E tentou perceber até que ponto as empresas estão conscientes da vulnerabilidade a que ficam sujeitas a partir do momento em que tornam os seus recursos móveis. As respostas foram curiosas. Por um lado, há fornecedores que claramente não acreditam que a mobilidade afecte a segurança dos dados de uma organização. Até dizem mesmo que é um mito. Depois, temos outros “players” que dão a volta à pergunta e acabam por não responder directamente ao que foi formulado. E há ainda os que defendem com todas as letras que a mobilidade é de facto uma enorme ameaça para a segurança dos utilizadores e das empresas.



A mobilidade é de facto uma enorme ameaça para a segurança dos utilizadores e das empresas. Rui Oliveira, director-geral da iPortal Mais, representante em Portugal da Kaspersky foi quem de forma mais explícita respondeu à pergunta.

O responsável explica que, até os acessos à Internet não existirem nos telemóveis, a maior parte dos acessos à Internet eram feitos a partir das redes empresariais, que tem já hoje um mínimo de segurança, ou a partir de casa, onde as pessoas se habituaram a ter um firewall e um antivírus. Mas o que tem a maior parte dos telemóveis hoje que ligam à internet como protecção? Absolutamente nada, diz categoricamente Rui Oliveira. “E a ver pelo número de licenças vendidas pela nossa empresa no segmento móvel, no segmento empresarial e residencial, é para nós muito claro que o nível de protecção no segmento móvel é próximo de zero”.

Quem é que hoje em dia se atreve a ligar-se com um PC ou um portátil à Internet sem se precaver com um antivírus? Quase ninguém, diz o director-geral, pelo menos quando se fala de pessoas que se preocupam com os conteúdos dos seus PC ou portáteis. “Muitos desses já notaram que mesmo o antivírus não chega e já tem um produto que junta o firewall pessoal ao antivírus”.

Ora os telemóveis modernos são muito parecidos aos PC, diz Rui Oliveira, até porque têm quase tudo o que um PC tem e, sobretudo, tem as aplicações que são mais vítimas de infecções: leitor de correio electrónico, MSN e Skype. “Vamos assistir a uma verdadeira pandemia móvel. Ou seja, os programadores e vírus estão a adaptar os vírus dos PC para os móveis (o que é uma tarefa bem simples) e vão apanhar toda a gente desprevenida”.

PHC e SMC não “acreditam” em insegurança

A PHC tem uma visão completamente diferente da de Rui Oliveira. Miguel Capelão, director de áreas tecnológicas, garante que de todo a mobilidade ameaça a segurança, apesar de referir esse é realmente o principal mito em relação à mobilidade.

Mas, afiança, “hoje existem ferramentas que permitem utilizar aplicações e dispositivos de mobilidade com toda a confiança. Nos diferentes produtos das gamas PHC Pocket e PHC Digital, as nossas soluções de mobilidade, incluímos várias dessas soluções de segurança, como um sistema de autenticação inter-

no. Além disso, permitem a utilização de diversos sistemas adicionais de segurança como SSL, que encripta todos os dados no acesso ao sistema, ou uma firewall que protege o servidor de ataques exteriores”.

Em empresas com uma correcta aplicação das normas de segurança, a mobilidade é uma ameaça tão grande como a falta dela, diz Nuno Silveiro, country manager da SMC Networks. Tal como a visão da PHC, a SMC Networks igualmente garante que o conceito de que a mobilidade é mais insegura está já ultrapassado, visto existirem já diversas ferramentas de segurança que permitem minimizar os potenciais riscos.

Mobilidade pode ser ameaça se não se tomarem medidas

José Rocha, director-geral da Micro-Plus, representante em Portugal da AVG, é da opinião que a mobilidade pode ser uma ameaça se não foram tomadas as devidas precauções e utilizados sistemas de segurança adequados. O responsável alerta que devem ser usadas ligações VPN e encriptação de dados para se ligar ao servidor da empresa. “Isto cria um túnel seguro de ligação entre o computador e o servidor, protegendo os dados e os acessos. O portátil deve ter um sistema de antivírus eficiente, que tenha a capacidade de mudar de perfil de rede, de forma a adaptar-se às várias redes existentes, sempre de uma forma segura. Caso não o seja, pode correr o risco de entrar em redes infectadas, e depois infectar o computador e depois o servidor da empresa”.

Actualmente, a mobilidade representa a grande autonomia das pessoas tendo em conta que podem aceder à informação de forma global, independentemente do local onde se encontrem. Traduz-se também numa nova forma de trabalhar e pode evidenciar um incremento da produtividade dos trabalhadores, permitindo-lhes aceder à informação corporativa, mesmo estando fora do escritório.

Mas, para Albano Formiga, Business Sales Consultant da CESCE SI, a mobilidade e a segurança possuem uma relação umbilical, uma relação que poucas vezes se concretiza, pois é dada pouca relevância à segurança. “A comunicação social, de algum tempo a esta parte, tem veiculado diversos artigos em que se denunciam diversos casos de perda de portáteis, pen-usb e pda, os quais contêm informação confidencial pessoal ou do negócio”. O responsável assume que

esta situação está atinente à “maravilha” de a mobilidade poder levar ou aceder à informação em qualquer lado. No entanto, diz, a segurança com que tal mobilidade se verifica constitui, para a maioria das pessoas, uma questão ficcionada e própria de um bom filme. “Esta ligação – mobilidade/segurança – requer algum trabalho de sensibilização por parte das organizações, nomeadamente, desde o aconselhar à utilização de ferramentas para protecção da informação até à criação de procedimentos de segurança”.

A opinião de Sérgio Viana, Business Developer da Sybase, vem no alinhamento das anteriores. O responsável admite que a mobilidade tem vantagens para as empresas que decidam implementá-la, mas tem questões de segurança que não deverão ser descuradas. “No entanto,

A mobilidade e a segurança possuem uma relação umbilical, uma relação que poucas vezes se concretiza, pois é dada pouca relevância à segurança.

actualmente existem já ferramentas que permitem responder aos diversos problemas de segurança que podem ser identificados”.

Mobilidade e globalização representam desafio

A mobilidade do utilizador e a globalização do ambiente corporativo representam um desafio para o qual o perímetro tradicional de segurança é ultrapassado, diz Renato Lopes, Account Manager Mid-Market da McAfee para Portugal. Este responsável explica que, nos últimos anos, a mobilidade das empresas no ambiente global criou uma classe de riscos de segurança. Este desenvolvimento, continua, faz com que o perímetro de rede, que normalmente é protegido por dispositivos de segurança, “desapareça”. “Isto faz com que seja mais difícil manter uma rede segura. PDA e telefones “inteligentes”, por exemplo, utilizam os sistemas operativos e aplicações que incluem vulnerabilidades que podem ser exploradas

de forma semelhante nos computadores portáteis”. O desenvolvimento da tecnologia nas empresas permitiu às ameaças utilizarem vários pontos de entrada alternativos para penetrar numa rede, como, por exemplo, através dos empregados da empresa que trazem os seus computadores portáteis e PDA infectados para o escritório. “Isto permite ao malware e a outros tipos de ataques propagar-se livremente na rede ‘protegida’”.

Atacantes estão sempre à procura dos elos mais fracos

O actual desafio para as empresas é conseguir proteger a informação corporativa, assegurando o acesso ubíquo à mesma através de uma multiplicidade de dispositivos, de redes e sistemas heterogéneos cada vez mais difíceis de gerir. Esta é a visão da Symantec.

Para Timóteo Meneses, director técnico da Symantec Portugal, os atacantes estão sempre à procura dos elos mais fracos (com novos vectores de ataques) para conseguir penetrar nas redes e roubar informação confidencial e crítica. “Verifica-se assim uma correlação de crescimento: à medida que cada vez mais administradores de sistemas implementam redes baseadas na conectividade sem fios, criam oportunidades adicionais para invasões e exploração de outros tipos de fragilidades nas mesmas, quer através de estratégias técnicas como sociais, tendo em conta os comportamentos dos utilizadores”.

Com as LAN sem fios, diz o responsável, apenas precisam de estar dentro do alcance aéreo da ligação e apanhar o sinal, mesmo de fora do edifício. Mesmo as mais recentes normas de ligação aérea não são seguras e é importante que os utilizadores tenham consciência disso e adoptem posturas apropriadas de segurança.

Para além das LAN sem fios, as redes de voz utilizadas pelos portadores comerciais sem fios, para telefones inteligentes e PDA, são também potencialmente vulneráveis a intrusos e ataques maliciosos. Ainda que a maioria dos vírus da actualidade seja escrita para os sistemas operativos DOS e Windows, baseados em PC, temos já diversos exemplos de casos em que os hackers deitaram as mãos aos sistemas operativos mais compactos como os utilizados nos dispositivos móveis, tais como o PalmOS, o Windows CE/Pocket PC e o Symbia.



SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

Como proteger os dados de uma empresa?

Quais as três medidas que uma empresa nunca deve deixar de tomar relativamente à segurança dos seus dados?

Fomos ao mercado procurar respostas. E apesar de todas elas explicarem que essas medidas podem variar, dependendo da realidade da empresa, de uma forma genérica acreditam que as três sugestões que deram são transversais a todas as estruturas.



- ✓ Conhecer o estado actual do nível de Segurança do IT da Organização (Security Assessment)
- ✓ Definir as normas de Segurança da Organização (Security Governance)
- ✓ Construir uma infra-estrutura de Segurança que enderece as debilidades do IT (Trustworthy Infraestructure) e designar e formar os colaboradores internos com competências na área de Segurança ou recorrer a parceiros que possam preencher eventuais carências (Managed Security)



- ✓ Mobilizar apenas a informação necessária, ou seja, controlar o processo de mobilização dos dados.
- ✓ Assegurar a segurança da informação mobilizada.
- ✓ Gerir os dispositivos dos colaboradores de uma forma eficiente.



- ✓ A primeira medida passa pela existência de uma sólida infra-estrutura de segurança (contendo firewall, antivírus, patch management, SIEM, etc), possibilitando ter mecanismos de defesa contra potenciais ataques.
- ✓ A segunda medida é a criação de uma política, normas e procedimentos de segurança.
- ✓ Por fim, deverá ser garantido que, pelo menos anualmente, é realizada uma auditoria de segurança, tendo como objectivo tirar uma “foto” da organização para observar como está a empresa em relação à temática da segurança, se tem muitas vulnerabilidades e como mitigá-las.



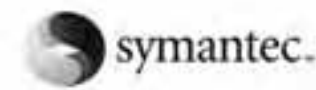
- ✓ Instalação de uma firewall na rede, que seja instalada e administrada por um técnico especializado. A firewall deve ser actualizada constantemente tal como um programa de segurança, senão torna-se rapidamente ineficaz e vulnerável.
- ✓ Instalar uma solução de segurança completa que englobe antivírus, anti-spyware, anti-spam, anti-rootkit, etc. e que possua uma administração centralizada.
- ✓ Realizar cópias de segurança regularmente e guardá-las num lugar seguro e protegido.



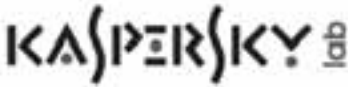
- ✓ Implementação de sistema de backups de segurança da informação vital adequado à realidade da empresa;
- ✓ Implementação de sistema de segurança contra agentes externos, recorrendo por exemplo a firewalls e antivírus, adequada à realidade da empresa;
- ✓ Implementação de regras de segurança internas que permitam quer o controlo de acesso a informação vital quer a salvaguarda dessa mesma informação.



- ✓ A primeira é, sem dúvida, uma firewall. Depois a implementação de gestão de acessos e políticas de mudança de passwords, já que muitos utilizadores utilizam sempre a mesma ou até a que lhes foi atribuída inicialmente.
- ✓ Outra das medidas que recomendamos é um sistema de base de dados seguro, que garanta a fiabilidade dos dados e com uma política de backups, razão por que baseamos o software PHC na base de dados SQL cuja estabilidade e integridade é reconhecida.



- ✓ Implementar estratégias de defesa profundas, que enfatizam sistemas de defesa múltiplos, que se sobrepõem e que se apoiam mutuamente de forma a proteger contra falhas de apenas um ponto único numa tecnologia específica ou método de protecção. Deve-se incluir a instalação de antivírus, firewalls, detecção de intrusos regularmente actualizada, como também de sistemas de protecção contra intrusos nos sistemas de clientes e controlo de dispositivos e acessos às redes de dados (NAC – Network Access Control).
- ✓ Educar/formar os colaboradores na correcta utilização dos seus sistemas e aplicações, de modo a torná-los numa segurança pro-activa e reactiva, que nenhum mecanismo tecnológico consegue equiparar-se e que pode passar por simples procedimentos, como: não abrir ficheiros de anexos, a não ser que esteja à espera dos mesmos e que estes venham de uma fonte de confiança, não executar software que derive de um download através de Internet, a não ser que este tenha sido monitorizado em relação à presença de vírus, etc.
- ✓ Assegurar que os procedimentos de resposta em caso de emergência estão correctamente implementados. Isto inclui a existência de uma solução de backup e recuperação, de forma a recuperar qualquer sistema ou informação perdida ou comprometida na eventualidade de um ataque bem sucedido ou uma catástrofe de perda de dados.



- ✓ Proteger o acesso de entrada na empresa (com firewall e sistemas de VPN);
- ✓ Garantir que todos os terminais, ao acederem aos serviços da Internet, passam por servidores de comunicação em modo Proxy, garantindo que o utilizador nunca se liga directamente à Internet e portanto a servidores potencialmente perigosos (armadilhas para incautos);
- ✓ proteger todos os terminais com software de antivírus com tempos de actualização curtos, taxas de detecção altas, evitando que, se os conteúdos forem infectados pelos servidores, em pouco tempo possam vir a ser eliminados dos terminais.



- ✓ É importante que uma empresa aposte na formação dos seus utilizadores, em matéria de segurança, e tudo começa pelo simples facto de a grande maioria das empresas não ter a noção exacta da importância da informação que processa. Parece evidente que a melhor protecção é estar alerta, conhecer os riscos e partilhar essa informação com as pessoas indicadas. Os passos na Internet devem ser dados com muito cuidado e de forma sustentada. É verdade que a Internet abre uma porta para o mundo mas também o conduz na nossa direcção, resta-nos avaliar bem o que vem na nossa direcção. E nunca é de mais referir que é imprescindível proteger os sistemas empresariais com um antivírus, anti-spyware, anti-spam e firewall, de forma a controlar a entrada e a saída de dados das máquinas.

FORMAÇÃO DOS UTILIZADORES TEM PAPEL PRIMORDIAL

Antivírus, anti-spyware, anti-spam, firewall... Estas são apenas algumas das ferramentas que as empresas não podem, não devem e de certeza que não querem deixar de ter por perto quando falamos em segurança dos sistemas de informação. Mas a verdade é que essa mesma segurança extravasa em muito este tipo de aplicações. O comportamento dos utilizadores face aos meios de que dispõem nas empresas é a primeira forma de prevenir falhas na segurança dos sistemas. Para isso, a aposta na formação dos utilizadores parece ser ponto consensual entre as empresas convidadas a dar sua opinião. Há mesmo empresas que já nem sequer falam em formação. Antes, falam em educação. Porque muitas vezes não deixa quase de ser quase um problema cultural. Como o simples caso de deixarmos as passwords facilmente acessíveis a quem visita o nosso posto de trabalho. Renato Lopes, account manager mid-market da McAfee para Portugal, mencionou uma curiosa frase: “É verdade que a Internet abre uma porta para o mundo mas também o conduz na nossa direcção, resta-nos avaliar bem o que vem na nossa direcção.”

O lado cibercriminoso da Internet

O PandaLabs, laboratório de detecção e análise de malware da Panda Security, descobriu vários kits de phishing gratuitos na Internet, que permitem aos cibercriminosos enviar e-mails fraudulentos. Estas ferramentas possibilitam aos cibercriminosos a falsificação de páginas e e-mails bancários, plataformas de pagamento online, contas de e-mail do Gmail e Yahoo!Mail, jogos online (furto de palavras-passe da Xbox) e blogs (credenciais de acesso ao Fotolog).

A internet é um poço sem fundo. Há lá de tudo. Do melhor e do pior. Recentemente, o PandaLabs descobriu vários kits de phishing gratuitos na Internet, que permitem aos cibercriminosos enviar e-mails fraudulentos. A empresa explica em comunicado de imprensa que estas ferramentas possibilitam aos cibercriminosos a falsificação de páginas e e-mails bancários, plataformas de pagamento online, contas de e-mail do Gmail e Yahoo!Mail, jogos online (furto de palavras-passe da Xbox) e blogs (credenciais de acesso ao Fotolog).

“O que é verdadeiramente espantoso é o facto de estes kits serem gratuitos”, explica Luís Corrons, Director Técnico do PandaLabs. “Devido à simplicidade das ferramentas, o número de ataques de phishing aumenta, provocando grandes perdas às empresas e aos consumidores. Segundo um estudo realizado pela Gartner, os ataques de phishing causaram aos consumidores americanos perdas na ordem dos 3,2 mil milhões de dólares em 2007”.

Estes kits operam da seguinte forma: após acederem a um URL que contenha os kits, os utilizadores obtêm os ficheiros para criar um e-mail fraudulento; um ficheiro permite-lhes falsificar e-mails de bancos, plataformas de pagamento, etc., e o outro possibilita a criação de uma página fraudulenta que se assemelha à original. Para além disso, o kit inclui um programa PHP, igualmente gratuito, para enviar e-mails a partir da página falsificada.

O resto do processo é semelhante ao dos outros casos de phishing: o e-mail falso é enviado para diversos endereços de e-mail, com um link para uma página maliciosa, na qual é solicitada aos utilizadores a introdução dos dados que os cibercriminosos pretendem obter: endereços de e-mail, palavras-passe bancárias, etc...

“Com o objectivo de obter endereços de e-mail para spam, os cibercriminosos compram listas de endereços na Internet, embora algumas sejam gratuitas”, afirma Luís Corrons, continuando: “Se acrescentarmos os serviços de armazenamento gratuitos, o resultado é a possibilidade dos cibercriminosos lançarem ataques de phishing sem qualquer tipo de custos”.

Os cibercriminosos podem também escolher a forma de receber os dados furtados: ficheiros TXT alojados num servidor, uma mensagem na sua caixa de correio, etc.

As principais tendências de malware para 2008

Em 2007, os utilizadores de Internet não restringiram os seus comportamentos apenas à consulta de notícias ou e-mail, garante a Trend Micro. Criaram redes sociais, participaram em mundos virtuais, partilharam música, fizeram a gestão das suas finanças e enviaram mensagens de correio electrónico. Ao mesmo tempo que surgiram inovações que facilitaram o seu acesso à informação, apareceram também novas formas maliciosas de tirar proveito de informações pessoais.

Para este ano, esta empresa da área da segurança adivinha as dez principais tendências de malware. Em primeiro lugar, acreditam que o número de pessoas a participar em redes sociais, como o Facebook e o MySpace, vai aumentar, fazendo destes sites um alvo apetecível para os hackers, ávidos de roubar dados pessoais. Depois, assumem que o volume de transacções financeiras (banca, pagamentos, compras) na rede vai aumentar, assim como as tentativas de roubo de informação financeira.

Outro aspecto mencionado pela Trend



Micro é que a quantidade e diversidade de spam recebido vai aumentar à medida que os spammers procuram novas formas de contornar as medidas de segurança existentes. Da mesma forma, o utilizador vai enviar mais texto, especialmente através de programas de Mensagens Instantâneas, telemóveis e PDA, o que leva os hackers a desenvolver mais malware para estes meios.

Em quinto lugar, referem que os utilizadores empresariais vão ser cada vez mais alvo do ataque de cibercriminosos, colocando a informação e os sistemas de dezenas de colegas das redes das suas empresas em perigo.

Dizem ainda que mais pessoas vão utilizar as gratuitas e inseguras redes wireless de aeroportos, hotéis, bares e bibliotecas, e mais ladrões de informação irão disfarçar as suas redes wireless como legítimos

hotspots, atraindo este tipo de utilizadores. Vão aumentar também os programas de partilha de ficheiros, bem como os ficheiros infectados que neles circulam. Os utilizadores vão receber mais mensagens de correio electrónico falsas, fazendo-se passar por eBay, PayPal, ou pelo seu banco, pedindo-lhes que confirmem os seus dados de acesso online, como palavras passe ou PIN.

Por outro lado, os cibercriminosos vão continuar a utilizar as principais notícias internacionais como tema para distribuir vírus, trojans, bots e outros tipos de malware.

Em último lugar, a empresa de segurança alerta para o facto de os ciberataques dirigidos a jogadores em rede irem continuar a aumentar em intensidade e número, colocando informação pessoal em risco.

Combate eficaz à fuga de informação

A fuga de informação corporativa é actualmente uma das grandes preocupações de qualquer organização. O aumento do número de incidentes com grau de sofisticação e impacto na segurança é cada vez maior, o que obriga as empresas a disporem de sistemas de gestão e de controlos de acesso à informação cada vez mais eficazes para minimizar o impacto deste tipo de ocorrências.

Actualmente, existe uma grande diversidade de dispositivos e sistemas de protecção alinhados com as necessidades de cada tipo de negócio e que oferecem às organizações uma plataforma de gestão operativa de segurança, além de especialistas em segurança informática que se responsabilizam de forma operativa pela protecção dos sistemas informáticos. Firewalls, antivírus, encriptação e certificados são palavras amplamente conhecidas quando se trata da protecção dos sistemas informáticos. Porém, a segurança inclui também riscos, normas, pessoas, processos e organização num ambiente cada vez mais complexo, variável e exigente.

Uma forma de combater a fuga de informação passa por auditar a segurança da organização ao nível dos sistemas,

aplicações e infra-estruturas, com o objectivo de analisar e dar a conhecer às empresas o seu grau de cumprimento e de exposição ao risco e propor medidas de correcção.

Adicionalmente, o investimento num Serviço de Gestão da Segurança (Managed Service) oferece às organizações o conhecimento exacto sobre o seu estado actual e evolução da segurança. Estes serviços permitem que a segurança deixe de depender da sorte ou da intuição, para se basear em critérios exactos. Através destes serviços, as organizações aumentam proactivamente a capacidade de identificar vulnerabilidades e mitigar riscos, o que permite incrementar o conhecimento que têm sobre o impacto real dos incidentes para o negócio.

Ainda assim, conhecer não é suficiente, uma vez que, com o tempo, são efectuadas mudanças, surgem novas vulnerabilidades ou ocorrem incidentes e o que antes não era importante pode passar a sê-lo. É essencial gerir e implementar o que for necessário para que o programa de segurança se antecipe, reaja e evolua face às mudanças da organização e do ambiente. É fundamental conhecer e controlar to-



dos os pontos de acesso, criar um sistema capaz de evoluir da mesma forma que a organização e melhorar em simultâneo os factores de cumprimento, risco e custos. É necessário implementar a segurança como um processo, com entradas, saídas, indicadores e mecanismos de controlo, permitindo um ciclo contínuo de melhoria através de um Sistema de Gestão de Segurança da Informação (SGSI). Mas, para garantir o sucesso da gestão de segurança da informação, é fundamental a qualidade de uma metodologia apurada, a

certificação (CISSP, CISM, CISA, CEH) das capacidades dos recursos humanos e o conhecimento adquirido após numerosos projectos.

Em suma, a segurança não deve ser vista como mais um projecto, mas sim como um processo contínuo em melhoria constante, alinhado com a TI/SI e com o negócio, de forma a aumentar a segurança mas também a produtividade da organização.

ALBANO FORMIGA,
Business Sales Consultant da CESCE SI

Porque para comprar um computador já não basta saber o preço...

ARTUR RODRIGUES
Manager de Global
Financing da IBM Portugal



Não há muito tempo atrás, quando se fazia um investimento significativo em computadores pessoais (PC), o principal factor de decisão era o preço de compra. Hoje, o cenário mudou. Se o processo de aquisição de PC não for compreendido em toda a sua dimensão, — desde a instalação das máquinas, passando pela sua maximização e posterior eliminação —, pode tornar-se um enorme fardo para o negócio, tanto a nível administrativo como financeiro. A má gestão da infra-estrutura computacional de uma empresa pode ter graves implicações em questões críticas como os custos globais, a produtividade dos colaboradores e a segurança de dados.

Este é um ponto de vista defendido por analistas da indústria de tecnologias de informação (TI). O Gartner Group e o Forrester Research constataram que o preço inicial de aquisição de um PC representa apenas uma pequena fatia do custo total, sendo rapidamente suplantado pelas despesas existentes ao longo da sua vida útil.

Por tudo isto, gestores e responsáveis por departamentos de TI começam agora a procurar soluções estratégicas que possam proporcionar uma optimização

dos seus computadores. O segredo, quer se tratem de 10 PC ou de todos aqueles utilizados por uma organização, é uma estratégia bem planeada de gestão do ciclo de vida destes equipamentos.

Mas do que se trata? É uma disciplina estratégica para a gestão do seu ambiente de PC e para a optimização do Custo Total de Utilização (TCU), ao longo de toda a sua vida. E esta engloba quatro fases:

1. Planeamento e preparação
2. Aquisição
3. Utilização e gestão
4. Eliminação

O primeiro passo para a construção de um plano de gestão do ciclo de vida consiste na execução de um mapa completo do seu ambiente global de PCs. Isso pode incluir um inventário dos computadores instalados e dos que vão ser revendidos ou eliminados. Durante esta fase importa saber quanto tempo tem o equipamento e perceber quais as necessidades actuais e

futuras dos utilizadores.

A segunda fase do ciclo de vida de um PC é a sua aquisição. É essencial, neste momento, compreender qual a melhor maneira de adquirir os activos: compra ou aluguer? E para responder a esta questão é necessário saber quanto tempo se tenciona manter o equipamento ou até se o valor da revenda está incluído no preço de aquisição.

Na terceira fase, a de utilização, o foco deve incidir sobre a gestão dos activos da empresa. Especificamente, as empresas devem compreender a importância de uma oportuna actualização e, assim, evitar os elevados custos de manutenção.

A fase final do ciclo de vida de um computador concretiza-se na sua eliminação. Neste momento, importa ter em conta o respeito pelo ambiente, a eficiência económica e a segurança do método.

Assim, ter em atenção estas questões e estabelecer um bom plano de Gestão do

Ciclo de Vida de um PC pode minimizar os custos globais e maximizar o valor do seu negócio. São claros os benefícios que daí advêm, com melhores níveis de produtividade dos colaboradores, menos encargos administrativos e a redução dos riscos de segurança de dados.

As empresas financiadoras de TI, como a IBM Global Financing, podem assegurar uma boa gestão da infra-estrutura computacional de uma empresa, de forma segura e eficiente em termos de custos. No momento de escolher um parceiro para o desenvolvimento do plano de Gestão do Ciclo de Vida dos seus PC tenha em conta aqueles que lhe podem oferecer as taxas de aluguer mais competitivas e, simultaneamente, as melhores ferramentas e serviços de manutenção.

Já lá vai o tempo em que o preço de aquisição de um PC era determinante na decisão de compra. No actual contexto, o verdadeiro valor reside na implementação de uma estratégia que dê resposta aos desafios que se encontram ao longo de todas as fases da vida de um computador. Uma vez conjugadas com o parceiro certo, as empresas podem implementar o plano adequado, economizando dinheiro e reduzindo riscos.

Já lá vai o tempo em que o preço de aquisição de um PC era determinante na decisão de compra

PUB

COMBATA AS CALORIAS!

HOLMES
PLACE

Health Clubs

Inscreva-se em Maio em qualquer Holmes Place Health Club e **receba um monitor de frequência cardíaca de pulso!**

POLAR
LISTEN TO YOUR BODY

Condições: Promoção não acumulável com qualquer outra campanha ou oferta em vigor | Ofertas Limitadas ao stock existente | Oferta exclusiva a não sócios Holmes Place maiores de 16 anos.

Nova Modalidade **TOP 24**
Livre trânsito para Portugal e Espanha por apenas **69€ / mês***



* A modalidade TOP 24 tem duas opções de pagamento: 1 - Pagamento adiantado do valor total da adesão. 2 - Financiamento a 24 meses sem juros. TAEG 0% Sujeito à aprovação do Banco Credibom.

ONE LIFE. LIVE IT WELL.
 www.holmesplace.pt



Apesar de diversos estudos sugerirem que número de casos de quebras de segurança continua a aumentar

HP acredita que existe consciencialização generalizada da problemática da segurança

Apesar de diversos estudos sugerirem que número de casos de quebras de segurança continua a aumentar, a HP acredita que, efectivamente, já existe uma consciencialização generalizada da problemática da segurança em Portugal. Paulo Rio, especialista de segurança da HP TS, assume, no entanto, que, porque a segurança é, ainda, entendida como um custo e está posicionada frequentemente num plano secundário dos investimentos das organizações, isto constitui, por si só, um dos factores para justificar o crescente número de casos de quebras de segurança.

Já existe uma consciencialização generalizada da problemática da segurança em Portugal, isto apesar de diversos estudos sugerirem que o número de casos de quebras de segurança continua a aumentar. Paulo Rio, especialista de segurança da HP TS, explicou à “Vida Económica”, que o ecossistema do mundo “dark side of hacking” tem-se tornado cada vez mais complexo, exigindo da parte das organizações uma abordagem integral ao tema da segurança. “Só através da adopção de um programa de segurança a organização poderá conhecer as ameaças que enfrenta, as vulnerabilidades que possui, os ataques de que tem sido alvo, o nível de risco que aceita e as medidas de protecção que deve implementar”, diz este especialista.

Paulo Rio assume, no entanto, que porque a segurança é, ainda, entendida como um custo e está posicionada frequentemente num plano secundário dos investimentos das organizações, isto constitui, por si só, um dos factores para justificar o crescente número de casos de quebras de segurança.

E num mundo cada vez mais dependente das comunicações e da Internet, a ausência de um programa de se-

gurança por parte de uma organização poderá ter diversas implicações, como disrupção de funções de negócio, desmotivação dos colaboradores, deterioração da imagem pública, perdas financeiras,... O especialista regista que é no sector financeiro que se verificam os maiores investimentos nesta área “e onde podemos constatar existirem programas de segurança. Os restantes sectores concentram, habitualmente, investimentos na área tecnológica, deixando para segundo plano os temas de processos e pessoas”.

Mas será que a mobilidade ameaça a segurança? “A mobilidade como serviço ‘Access Anytime, Anywhere’ oferece claramente benefícios evidentes ao nível da produtividade de uma organização.

Num processo de agilização da TI, a mobilidade tende a servir não só as necessidades de comunicação de dados mas, também, de voz e vídeo”.

As características e preocupações de segurança ao nível dos diferentes tipos de comunicações deverão exigir uma

análise cuidada por parte da organização de forma a proteger eficazmente os seus activos, diz Paulo Rio. “Consideramos que a inclusão da mobilidade como estratégia da organização deverá ser contextualizada com a missão da organização e o tipo de serviço que se pretende oferecer”.

Aliás, este especialista diz que, como é do conhecimento geral, a introdução de um novo serviço deve exigir da parte da organização uma avaliação prévia dos riscos resultante dessa alteração. “Com base nos resultados da análise de risco poder-se-á determinar as contramedidas para mitigação dos mesmos”.

Assim, continua o mesmo responsável, é fundamental analisar o tema de segurança ao nível da mobilidade, no contexto da missão da organização e das necessidades de disponibilidade, confidencialidade e integridade requeridas pela infra-estrutura que sustenta o serviço de mobilidade.

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

Segurança é um custo, pois está posicionada num plano secundário dos investimentos

Business Intelligence móvel: uma tecnologia emergente

Há vários anos que ouvimos falar de um “consumidor BI”, “BI universal” e “BI para as massas”. Independentemente do termo utilizado, é claro que este foco tem origem no universo do Business Intelligence para profissionais (que necessitam de ferramentas complexas para criar e analisar informações), usado para classificação e arquivo de ficheiros de colaboradores (que simplesmente pretendem aceder a conteúdos de BI de uma forma intuitiva).

Hoje em dia, muitas vezes isso significa aceder à informação fora do posto de trabalho e do escritório. Muitos utilizadores começam a usar os telefones móveis e laptops de forma quase indistinta, e em 2011 cerca de 50% dos telemóveis deverão ser verdadeiros smartphones.

À medida que estes telefones vão conseguindo disponibilizar conteúdos Web cada vez mais ricos, os “trabalhadores móveis” procuram acessos cada vez mais completos aos dados da sua empresa. E se é possível enviar e-mails, ver filmes e navegar na Web a partir do telefone, porque não confirmar também o estado de uma encomenda? E aceder ao arquivo de relatórios de despesas,

reportar resultados de vendas ou actualizar o sistema de controlo de inventário?

Claro que, tal como qualquer tecnologia emergente, o BI móvel levanta ainda muitas questões, nomeadamente:

* Que tecnologia servirá melhor as necessidades de uma organização?

* Irão as novas tecnologias servir de complemento aos investimentos já existentes, ou irão torná-los obsoletos?

* Irão os utilizadores aderir às novas soluções para justificar os investimentos?

* Qual será o custo total de possuir e operar soluções de BI móveis?

Actualmente, existem duas abordagens para a implementação de soluções de BI móvel: thick-client e thin-client.

As arquitecturas thick-client executam software especial em cada tipo de dispositivo móvel, alimentado por servidores específicos que gerem a interacção com esses dispositivos. O software do lado do cliente controla a forma de apresentação dos conteúdos. Isto foi um factor importante nos primeiros tempos dos browsers móveis, quando cada dispositivo apresentava os conteúdos de for-



JOSÉ MARIA GARCÍA-SOTO

Vice-Presidente para o Sul da Europa e México da Information Builders

“À medida que as empresas e as aplicações móveis forem convergindo, os utilizadores irão procurar consistência nos modelos desktop e nos telefones móveis”

ma diferente. No entanto, é algo menos importante hoje em dia.

Já as arquitecturas thin-client contam totalmente com as tecno-

logias Web para disponibilizar as aplicações móveis. Dispensam o investimento em tecnologia adicional e não há o risco de o software-cliente ficar obsoleto. Do mesmo modo, não existe a necessidade de servidores adicionais nem de gastos em actualizações do software-cliente. A desvantagem é que os conteúdos não podem ser disponibilizados em todos os browsers.

Independentemente da arquitectura escolhida, e uma vez que as capacidades de memória e processamento dos dispositivos móveis não conseguem igualar as dos notebooks, torna-se essencial disponibilizar apenas a informação mais relevante.

Alguns fornecedores de soluções de BI criaram tecnologias de “relatórios activos” que combinam dados e capacidades de interactividade num único código HTML. Esta é a base para criar “painéis activos” que criam pacotes cheios de informação num espaço muito pequeno. Uma série adicional de dados associados permite que os utilizadores mostrem tabelas, mapas e quadros utilizando a função de zoom do browser. Os utilizadores podem também executar análises e transmitir as suas conclusões, sem

quaisquer constrangimentos de rede ou dispositivo.

Os fornecedores de soluções de BI estão também a tirar partido de tecnologias Web 2.0, tais como o AJAX, que permitem a criação de páginas mais interessantes, que mantêm os utilizadores mais empenhados. Segundo previsões do Gartner para 2010, cerca de 80% das aplicações serão AJAX-enabled e 30% das aplicações serão do tipo RIA (Rich Internet Applications) – aplicações Web que possuem as características e as funcionalidades das aplicações tradicionais para desktops.

Na prática, a segurança, usabilidade e facilidade de actualizações do dispositivo móvel irão determinar qual a arquitectura de BI móvel a escolher. Dada a resiliência e resistência da Web, e o actual momento do iPhone, aposto nas soluções thin-client, que podem funcionar indiferentemente em qualquer browser ou dispositivo.

À medida que as empresas e as aplicações móveis forem convergindo, os utilizadores irão procurar consistência nos modelos desktop e nos telefones móveis. E os fornecedores de soluções de BI estarão lá para satisfazer as suas necessidades.



A especificidade do mercado português reside na forma como a segurança ainda é relegada para segundo plano, sobretudo nas empresas de menor dimensão, diz Timóteo Menezes, director técnico da Symantec Portugal.

Vida Económica – Os departamentos de TI estão já suficientemente preparados para lidar com as crescentes ameaças aos seus dados?

Timóteo Menezes – De acordo com mais recente Relatório de Ameaças e Segurança na Internet (ISTR), Volume XIII, a nível mundial, os “hackers” estão a comprometer web sites legítimos e a utilizá-los como um meio de distribuição para ataques a computadores empresariais. São vários os departamentos de TI que não conseguem dar respostas às necessidades emergentes de protecção, por exemplo, um sector importante como o governamental foi o principal sector da indústria para exposição de identidades, contabilizando 60 por cento do total, verificando um aumento de 12 por cento em relação ao semestre de Setembro de 2006.

Os tradicionais produtos e serviços de segurança que os departamentos de TI possuem não conseguem resolver na totalidade os problemas de gestão de segurança e informação correntes.

Cada vez mais, os clientes procuram soluções que abranjam toda a empresa, que lhes dêem uma visão global de forma centralizada, de maneira a conseguirem gerir de forma fácil e optimizada toda uma infra-estrutura de TI, obtendo informação qualitativa e quantitativa que ajude os seus sistemas de informação a estarem em conformidade com políticas de segurança internas e com as várias regulamentações (europeias ou outras) e nas tarefas do dia-a-dia, como o planeamento, seguimento da aplicação de alterações a nível de hardware e software do sistema, como a distribuição de software, a gestão de patches e configurações, e a gestão de licenças e utilização de software entre outras.

VE – Têm sentido que este aumento exponencial de ataques, assim como a sua sofisticação, tem vindo a criar novas oportunidades para os fornecedores?

TM – Notamos uma procura crescente de soluções que abrangem de uma forma uniformizada toda a empresa, que lhes proporcionem uma visão global centralizada, gestão fácil e optimizada toda a infra-estrutura de TI e concluímos que a segurança do sistemas de informação e da informação, propriamente dita, não pode continuar a ser pensada nem executada sem ter em conta a conformidade com políticas (internas ou outras) e regulamentações, o armazenamento e a disponibilidade da informação.

As oportunidades de negócio centram-se então na oferta de soluções completas e integradas que garantam a continuidade de negócio das empresas independentemente da sua dimensão.

VE – Na visão da Symantec, como se vai comportar o mercado nos próximos dois anos?

TM – Existe uma maior consciência sobre a complexidade e a vulnerabilidade das redes e sistemas, ao mesmo tempo que se desmistifica e se simplifica o acesso a (novos) serviços disponibilizados por essas mesmas redes (SaaS – Software a a Service) e, portanto, da necessidade inerente de proteger os activos de informação de uma empresa – i.e., integridade e conformidade dos sistemas e da informação, o que proporcionará um crescimento sustentado no índice de vendas de soluções de segurança.

Prevê-se que este crescimento seja sustentado pela massificação das tecnologias de informação e dos sistemas de informação na sociedade portuguesa, nomeadamente através do Plano Tecnológico, que tem vindo a registar-se como um saudável impulsor do mercado de segurança (e de TI em geral) em diversos segmentos.

Timóteo Menezes, director técnico da Symantec Portugal

Segurança ainda é relegada para segundo plano

Na verdade, na hora de implementar novas tecnologias, Portugal é um país na vanguarda. Todavia, a tendência continua a ser a de pensar que basta ter um firewall e um antivírus para estarmos protegidos, o que não é verdade. Uma política de segurança não é estática, está em constante evolução e, por isso, necessitamos de monitorizar, controlar e actualizar os nossos sistemas de segurança em função do objectivo de negócio a proteger. Por isso mesmo, Timóteo Menezes, director técnico da Symantec em Portugal, acredita que o principal desafio é, antes de mais nada, para todas as empresas, independentemente da sua dimensão, a definição de uma política de segurança que contemple uma estratégia de raiz que, baseada em mecanismos tecnológicos e processos, reduza os riscos de segurança tendo em conta objectivos claros e exequíveis.

VE – Quais os principais desafios que o mercado português apresenta?

TM – Portugal caracteriza-se por ser 90% PME. Como tal, a aposta deve residir em soluções simples, mas integradas, que garantam uma segurança a todos os níveis, muito mais que soluções antivírus ou firewalls. A palavra de ordem será protecção completa com sistema de detecção de intrusões, com capacidade de gestão de vulnerabilidades e acessos controlados à rede e de dispositivos, tendo em conta a conformidade com políticas (internas ou outras) e/ou regulamentações (nacionais/europeias).

Na verdade, na hora de implementar novas tecnologias, Portugal é um país na vanguarda. Todavia, a tendência continua a ser pensar que basta ter um firewall e um antivírus para estarmos protegidos, o que não é verdade. Uma política de segurança não é estática, está em constante evolução e, por isso, necessitamos de monitorizar, controlar e actualizar os nossos sistemas de segurança em função do objectivo de negócio a proteger. Ou seja, o principal desafio é, antes de mais nada, para todas as empresas, independentemente da sua dimensão, a definição de uma política de segurança que contemple uma estratégia de raiz que, baseada em mecanismos tecnológicos e processos, reduza os riscos de segurança tendo em conta objectivos claros e exequíveis.

VE – Actualmente, e em Portugal, qual a área de negócio que mais contribui para o volume de negócio da Symantec?

TM – A Symantec não possui dados concretos passíveis de serem apresentados publicamente do mercado em Portugal, visto que o nosso mercado é tratado como um mercado Ibérico. Podemos referir que as principais áreas de segurança e disponibilidade têm contribuído de uma forma sustentada para uma boa execução e performance no volume de negócio da Symantec a nível Ibérico. No entanto, a equipa mundial da Symantec proporcionou um sólido trimestre fiscal resultado do desempenho em todos os segmentos, no entanto o segmento de Segurança e Gestão de Informação representou 30% dos lucros totais e cresceu 7% relativamente ao mesmo período homólogo do ano passado.

VE – Ainda se verifica alguma apatia no ciclo de decisão do investimento por parte das empresas? Ou este ciclo já está mais curto?

TM – De um ponto de vista empresarial, poderemos dizer que não se assistem a melhoramentos no mercado português e que o ciclo de decisão do investimento é proporcional ao investimento e dimensões das empresas versus complexidade da integração das soluções nos seus ambientes de TI face aos (reduzidos) recursos em termos de equipas destas mesmas empresas. Estas equipas de TI encontram-se constantemente em outras batalhas (projectos) internas, o que faz com que os gestores tenham que reflectir e priorizar os projectos mediante a disponibilização das suas equipas o que se reflecte num ciclo de decisão muitas vezes mais (demasiado) longo. Ou seja, traduz-se muitas vezes na necessidade das soluções, e inexistência de tempo e recursos para se realizar as implementações das mesmas.

VE – Quais as principais linhas estratégicas para 2008?

TM – Os objectivos estratégicos nesta área definem-se quase como uma missão e não são alteráveis, ou seja, ajudar na Gestão do Risco de Informação das empresas e de toda a sua riqueza, o seu know-how, que se expressa em conteúdos produzidos e quando não protegidos são facilmente violáveis.

A Symantec disponibiliza um portefólio completo de soluções e serviços na área de Gestão de Risco da Informação para apoiar as empresas na adopção de melhores soluções para a defesa da sua informação. O binómio disponibilidade e segurança da informação no seio das empresas tem de coexistir, de modo a que todos que representam o seu universo consigam aceder de forma rápida, segura e persistente aos conteúdos de que necessitam para o desenvolvimento das suas actividades. A Symantec é o parceiro certo que ajuda as empresas a perceber e a gerir os riscos da informação, não só para proteger informação institucional, como também para criar uma infra-estrutura global de TI que seja, ao mesmo tempo, flexível e resistente.

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

CINCO PASSOS QUE PME DEVEM DAR PARA SE PROTEGER

As PME devem esforçar-se por implementar, monitorizar e gerir formas de controlo que protejam os seus sistemas de “endpoints”, a informação contida neles e as comunicações que ocorrem entre eles, tendo em conta uma política de segurança ou melhores práticas. Isto inclui computadores/estações de trabalho, servidores e dispositivos móveis.

Uma PME deve seguir os seguintes passos:

- Proteger clientes e servidores – as empresas devem optar por soluções de segurança de único agente de segurança, uma única consola, a fim de minimizar o custo e a complexidade da gestão de diversos clientes e servidores, o que lhes permite gerir a segurança de uma forma mais eficiente e ter a confiança de que seus dados estão protegidos.
- Proteger e-mails e bloquear spam - as empresas devem instalar soluções de segurança integradas de anti-spam (anti-phishing), antivírus e conformidade, para proteger contra ameaças de mensagens instantâneas e e-mails enviados e recebidos, além de reduzir os riscos associados a fuga de dados e conformidade regulamentar.
- Controlo de acesso à rede – as empresas devem controlar o acesso aos recursos da rede e restringi-lo somente aos dispositivos que atendem aos padrões de segurança da sua empresa. Devem seleccionar uma solução que ajude a atri-

morar a segurança e a disponibilidade da rede, bem como as iniciativas de conformidade regulamentar.

d. Backup e recuperação - as empresas de TI enfrentam vários desafios que podem levar à perda de dados ou falhas no sistema causadas por erro humano, falhas no hardware e software ou mesmo um desastre natural ou outros ataques internos e externos. As empresas devem possuir uma solução de archiving baseada em software que armazena, gere e permite a descoberta de dados em sistemas de e-mail, mensagens instantâneas, em ambientes de servidor de arquivos e em plataformas de colaboração. Deve também existir uma solução de virtualização que permita alternar rapidamente entre os ambientes físicos e virtuais possibilitando uma grande variedade de opções de backup e recuperação, desde a recuperação rápida após desastres à migração fácil de hardware.

e. Gestão e protecção de “endpoints” - é necessária uma abordagem pró-activa para proteger os dispositivos de endpoint da sua empresa, independente de estarem dentro ou fora do perímetro da rede. Um investimento na gestão de protecção de “endpoints” tem retorno garantido, pois reduz o impacto na produtividade e na receita causado pela inactividade da rede.

A felicidade exige valentia...

Há pouco mais de sete anos que Jorge Reto integra os quadros da EMC, um dos maiores “players” mundiais em soluções para armazenamento e gestão da informação. Por todo o mundo, são cerca de 20 mil os colaboradores que representam a EMC. Em Portugal, desde 2001 que esta empresa tem uma posição de destaque junto das entidades mais representativas

dos diversos sectores do mercado nacional. Mas, para além da EMC, que pretensões terá o director-geral da estrutura portuguesa? O que lê, o que mais gosta de fazer nos tempos livres? Bem, televisão parece não ser o melhor passatempo, já que os irrequietos Betariz, de 7 anos, e David, de 5 anos, parecem começar a tomar do malfadado telecomando...



Há quanto tempo integra os quadros da EMC?

Desde Janeiro de 2001, ou seja, há sete anos e meio.

Passatempo preferido:

Nenhum em especial, gosto de viver a vida e participar em actividades diferentes de preferência com amigos.

Sonho que ainda falta concretizar:

Tenho sonhos normais mais acessíveis que vou realizado todos os dias, já realizei mais do que sonhei há alguns anos atrás, mas costumo dizer que devemos acordar de manhã e acreditar que vamos mudar o mundo, e talvez esse seja o meu maior sonho, gostava de poder contribuir para mudar o nosso pequeno país, principalmente mudar a atitude como o nosso povo encara a vida e as responsabilidades do dia-a-dia.

Local de férias favorito:

Qualquer praia com sol quente e águas tranquilas onde possa relaxar e desfrutar as férias com a família, de preferência com poucas pessoas à volta.

Período da história que mais o fascina:

A actual, podemos aprender muito com o passado, mas nunca a humanidade esteve perante uma época tão fascinante, a rapidez com que o mundo se move, os desafios, os enormes desequilíbrios, tudo isto faz com que estejamos numa época simplesmente fascinante, para o bem e para o mal.

Gostaria de ser o principal protagonista de que filme? Porquê?

“BreaveHeart”, pela força que o filme transmite na defesa de ideais e identidade própria. A forma como o protagonista catalisa os restantes personagens numa luta desigual e impossível à partida, mas onde a honra e a defesa do seu povo contra o vizinho invasor ultrapassa quaisquer medos.

Que banda sonora usaria para ilustrar a história da sua vida?

Do filme “O Últimos dos Moicanos”.

Livros técnicos, romances, policiais... ou o relatório de contas?

Normalmente leio dois livros em simultâneo um técnico sobre temas como recursos humanos, gestão ou IT, e outro policial ou de ficção. Os relatórios de contas só mesmo por necessidade profissional.

Automóvel: prazer ou necessidade?

Automóvel por necessidade, mota por prazer e flexibilidade.

Programa de televisão que mais o cativa:

Não tenho muito tempo, para televisão, pelo que acompanho as notícias quase 100% pela Internet. Quando tenho tempo, alugo um bom filme e vejo séries americanas. Gosto particularmente de “Mentes Criminosas”, “Anatomia de Grey” e “Dr. House”

Descreva a sua relação com o telecomando:

Já foi de maior relação e também de maior domínio... Neste momento os meus filhos começam a tomar conta dele...

E com os gadgets?

Adoro, mas tenho que me controlar. Compro revistas especializadas em que fico a “namorar” durante meses, se necessário, pensando como gostaria de os comprar todos para experimentar. Vivemos numa época tecnologicamente espantosa.

Entende-se bem com livros de instruções?

Livro de instruções??? Não conheço, acho que nunca li nenhum... Gosto de ir à descoberta, o que às vezes se demonstra demorado e desastroso. Mas há coisas que nunca mudamos na vida.

Habitualmente, com quantos telemóveis anda?

Somente com um, que concentra e-mail, agenda e telefone num só equipamento. E penso que é mais do que suficiente, nem sequer entendo a necessidade de ter mais que um número de telefone.

Que computador tem, neste momento, na sua secretária?

Neste momento, um laptop. Pessoalmente, acho que continua a ser a melhor opção e de preferência o mais leve possível...

Aliás, tem secretária ou a mobilidade tomou posse da sua vida?

A mobilidade tomou um pouco conta de mim, mas continuo a ter secretária e defendo que todos os colaboradores a tenham. É a nossa âncora à empresa, para sabermos que pertencemos àquele local mesmo que seja para ir uma vez por semana e que a estejamos a partilhar com outras pessoas.

Aproximadamente quanto tempo por ano passa fora de Portugal?

Neste momento faço normalmente viagens curtas de um a três dias, e duas ou três por ano de 5 a 6 dias, juntando todas as viagens estarei fora no máximo 1 mês por cada ano.

Se fosse jornalista, que título daria a uma reportagem sobre o percurso da EMC em Portugal?

A felicidade exige valentia...

SUSANA MARVÃO

s.marvao@vidaeconomica.pt



[os meus]
FAVORITOS

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

(In)segurança móvel

Foi difícil. Quase tivemos de ler nas entrelinhas para escolher o título para a primeira página do suplemento de Tecnologias de Informação. E mesmo assim... Quando nos propusemos a tentar perceber até que ponto a mobilidade afecta a segurança de uma organização, nunca imaginamos que as respostas dadas pelos “players” de TI que actuam neste mercado fossem tão díspares. É curioso percepcionar a diferente forma como as empresas comunicam. Neste caso, isso foi fácil ver já que as perguntas formuladas foram exactamente as mesmas.

Foram dez as empresas que responderam ao reperto da “Vida Económica”. E desde logo foi clara três distintas tomadas de posição. De um lado, as empresas que com todas as letras assumem que a mobilidade é de facto uma enorme ameaça à segurança dos utilizadores das mesmas. Como é o caso da iPortal Mais, a representante do software Kasperky. Rui Oliveira foi dos entrevistados que de forma mais explícita expressou a sua opinião. Não vagueou e foi directamente ao assunto. E à pergunta “estão as empresas portuguesas conscientes dos reais perigos que os seus sistemas e a sua informação enfrentam ou só depois de casa roubada trancas à porta?” Rui Oliveira assume que efectivamente a mobilidade é uma necessidade mas que as empresas estão muito mais preocupadas em tirar partido da mobilidade para ganharem dinheiro, aumentarem a sua produtividade e muito pouco em protegerem os seus telemóveis ou PDA porque não há grandes casos de infecções conhecidas sobre estes meios.

Do outro lado, os “players” que defendem que não, que a mobilidade não afecta minimamente a segurança. Por exemplo, a PHC. Miguel Capelão diz mesmo que esse é o principal mito em relação à mobilidade, justificando que hoje existem ferramentas que permitem utilizar aplicações e dispositivos de mobilidade com toda a confiança. Outras empresas optaram por não vincar tanto a sua opinião dando antes uma perspectiva do mercado.

Daí que tenhamos escolhido para título “Mobilidade ameaça segurança”, ajudado por um postítulo... “mas as empresas já investem em soluções que diminuam esta vulnerabilidade”. Mais ou menos um “nim”.

Da mesma forma, também a pergunta se as empresas portuguesas estão conscientes dos reais perigos que os seus sistemas e a sua informação enfrentam não foi propriamente unânime. A HP disse-nos que actualmente já existe uma consciencialização generalizada da problemática da segurança. Isto apesar de admitirem que diversos estudos sugerem que o número de casos de quebras de segurança continua a aumentar.

Neste capítulo, a SMC Networks focou um ponto fulcral de toda esta temática e que ultrapassa largamente a temática da mobilidade. É que as empresas portuguesas podem estar alerta para intrusões e ameaças externas mas negligenciam o mais importante: os ataques internos. E afiança que existe já uma consciência contra vírus, intrusões e outras ameaças vindas do exterior mas que, no entanto, a segurança contra ataques vindos de dentro da própria rede continua a ser um tema muito pouco explorado e assente na boa fé dos colaboradores.

Basta dizer isto: quem é que nunca escreveu a sua password num “post it”? Daqueles bem amarelos fluorescentes e colou no monitor? Ou quem é que não tem como palavra passe o último nome, o nome do filho da filha ou do marido ou da mãe?

Vá lá, confesse... Se calhar está na hora de mudar a malfadada da palavra passe... Ups...



Promoção de vinhos portugueses
conta com 100 milhões
em cinco anos

Pág. 4

IMPLEMENTAÇÃO
DO RELATÓRIO PORTER
não alcançou opções
consensuais

Pág. 6

EMPRESAS
verticalizam distribuição

Pág. 6

FALTA
DE ASSOCIATIVISMO
dispersa recursos
para promoção

Pág. 5

TOURIGA NACIONAL:
uma vantagem competitiva
para a indústria

Pág. 5

Debate promovido pela VE reuniu IVDP e várias casas
produtoras do Douro

Sistema de benefício concorre
para distorção do mercado

A orgânica sobre a qual assenta a toda a estrutura vitivinícola do Douro, criada numa lógica de cooperativismo do Estado Novo, carece de uma profunda revisão, actualizando os critérios que regulam a produção de vinho do Porto, nomeadamente o chamado sistema de benefício e, em menor grau, a Lei do Terço. Esta foi a principal conclusão de um debate promovido pela Vida Económica, onde participaram Jor-

ge Monteiro, presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP), Nicholas Heath, director de marketing do grupo Fladgate Partnership, e José Sousa Soares, responsável pela unidade de investigação e desenvolvimento da holding Sogevinus. A região engloba 39 mil produtores de todas as dimensões, dos quais 7000 com área inferior a 1000 m2.

Pág. 3

CVRVV certifica vinhos
de Trás-os-Montes

A Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes será a responsável pela certificação dos vinhos de Trás-os-Montes, no âmbito de um acordo a ser negociado entre as duas regiões. Em entrevista à VE, Manuel Pinheiro referiu que o aumento do preço do preço do vinho a granel, em virtude do decréscimo de produção, pode retrair o consumidor. Em 2007, este valor rondava os 40 centimos/litro, mas tem vindo a subir para os 80 centimos. Por essa razão disse, no primeiro trimestre de 2008, as vendas de vinho verde não aumentaram, pelo que a região quebrou um ciclo de crescimento no volume de vendas que se registava desde há vários anos a esta parte.

Pág. 2

Sucesso do cooperativismo
requer dimensão
e modernização

As adegas cooperativas preenchem um campo muito particular no sector vinícola nacional. Para além das exigências de profissionalismo e associativismo, estas não podem deixar de desempenhar um papel social importante. Quatro exemplos, dois a Norte e dois a Sul, demonstram que é possível conciliar esses dois mundos. Monção, Favaios, Pegões e Borba mostram o caminho que o associativismo deve tomar. Também na região dos Vinhos Verdes, um exemplo de criação de sociedade comercial que reúne sete cooperativas locais, prova que só através do ganho de dimensão estas estruturas podem continuar a ser relevantes no panorama vitivinícola nacional.

Pág. 7

Manuel Pinheiro, presidente da CVRVV, alerta para o perigo de ruptura de stocks

Aumento do preço dos vinhos verdes pode provocar retracção do consumidor

A baixa produção registada na campanha de 2007, aliada à quebra de stocks sentida desde 2004, pode gerar um fenómeno em que o aumento do preço dos vinhos na região dos vinhos verdes retraia o consumidor. No primeiro trimestre de 2008, pela primeira vez desde há vários anos, a região não cresceu em vendas. Mesmo assim, é a segunda região nacional em vendas. Os grandes alvos são os mercados externos, o que passa pelo redimensionamento das empresas.



Vida Económica – Que balanço pode ser feito do desempenho da região em 2007?

Manuel Pinheiro - Fechamos 2007 com dados muito positivos; aumentamos as vendas e a nossa quota de mercado em Portugal para mais de 18% - somos claramente a região nº 2 a nível nacional. As exportações cresceram igualmente. A região registou um volume de vendas PVP na ordem dos 200 milhões de euros. Temos dois motivos de preocupação, que se agravaram no final de 2007: a produção foi muito baixa – desde 2004 que estamos a crescer em vendas mas a decrescer em stock. Na campanha de 2003/2004, a região tinha um stock de 150 milhões de litros e em 2007 era apenas de 50 milhões. Ou seja, no início de 2008 o vinho em stock era apenas o suficiente para vender este ano, sendo que a campanha de 2007 foi fraca em quantidade. Isto significa que o preço do vinho está a subir.

VE - O que pode ser visto como positivo...

MP - Por um lado, sim, porque a produção vai receber mais dinheiro. O preço do vinho a granel, que na região andaria à volta dos 40 centimos/litro

em 2007, tem vindo a subir consistentemente para os 80 centimos e nada indica que vá descer. Por outro lado, sabemos já que na próxima vindima as uvas serão pagas ao valor mais elevado dos últimos cinco anos. Mas o ponto negativo é que o crescimento dos preços provoca alguma retracção no consumidor, pelo que, já no primeiro trimestre de 2008, as vendas foram semelhantes às do período homólogo de 2007, ou seja, pela primeira vez em vários anos a região não cresceu em vendas.

VE – Como classificaria o desempenho das empresas?

MP - Quanto ao desempenho das empresas, verifica-se que a região é como um comboio, com algumas que puxam pelas restantes. As mais fortes, as grandes empresas e grandes exportadores, estão a puxar pela região. Mas existe uma enorme faixa intermédia (a região tem cerca de 600 engarrafadores) que atravessa graves dificuldades, que se devem sobretudo à baixa notoriedade das suas marcas; muitas não têm dimensão, não conseguem atingir economias de escala e estão pouco presentes na moderna distribuição. Quanto ao tinto, verificamos que terá que haver um arranque ou

reconversão, pois temos 25 milhões de litros e o mercado previsível, para 2008, é de 8 milhões. O contrário verifica-se no branco, onde é preciso plantar vinhas maiores, com castas adaptadas ao que quer o consumidor. Isto pode passar pelo projecto de arranque da vinha estipulado pela UE.

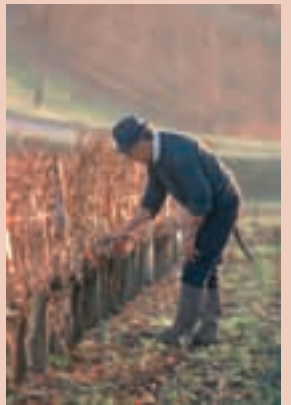
VE – Como crescer nos mercados externos?

MP – Cerca de 80% do nosso mercado é português. O consumo per capita em Portugal está a decrescer e por isso temos que ganhar quota de mercado externo. Queremos ser uma grande região europeia. Queremos crescer no mercado externo e, para isso, elaboramos um estudo, sobre as potencialidades dos mercados estratégicos de exportação. Devemos concentrar esforços em mercados-alvo onde a região tem já forte presença: EUA, Reino Unido, Alemanha, Brasil e Canadá são mercados muito importantes. Outros, como Índia ou China, não são para nós. Já Angola é um país muito curioso, pois, apesar de estar posicionado em termos de vendas logo após os que já referi, é um mercado sobretudo de tintos.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

CVRVV CERTIFICA VINHOS DE TRÁS-OS-MONTES

A Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes será a responsável pela certificação dos vinhos de Trás-os-Montes, no âmbito de um acordo a ser negociado entre as duas regiões. “Aproveitamos aquilo que surgiu como uma oportunidade de negócio, mas também uma oportunidade política” lançada pelo ministro da Agricultura, ao separar a certificação dos vinhos da região transmontana do IVDP. Com este passo, a CVRVV será a maior entidade certificadora do país em termos de cobertura de território vitícola. Aliás, segundo portaria do Ministério da Agricultura recentemente veiculado, enquadrado no processo



de reforma das Comissões de Vitivinicultura Regionais lançado há vários anos, a CVRVV é a primeira entidade certificadora do país. Faltam apenas, resume Manuel Pinheiro, cumprir alguns passos que serão concluídos até final do ano.

“APOSTA EM VINHOS CADA VEZ MAIS ALCOÓLICOS É ERRADA”

A região tem um défice de notoriedade internacional que, segundo Manuel Pinheiro, deve ser contrariado. “Devemos concentrar esforços nas castas que poderão ser mais reconhecidas pelos consumidores. Ao contrário do que muitos pensam, a casta Alvarinho quase não possui notoriedade internacional e, em alguns mercados como o Brasil, é menos reconhecida que o Loureiro. Há um

trabalho a ser desenvolvido nesse sentido”. Por outro lado, “sabemos que os consumidores desses países reconhecem no vinho verde características únicas, como a sua frescura, associada à acidez, aromas florais e, sobretudo, baixo teor alcoólico e calórico”. Por isso, afirmou, “é um erro estrutural apostar em vinhos brancos cada vez mais alcoólicos, pois não é o que os mercados pedem”.

União de produtores cria nova empresa em Felgueiras

O recente anúncio feito pelo ministro da Agricultura em como os investimentos do Governo no sector vitivinícola dariam prioridade às uniões e fusões de empresas levaram onze produtores do concelho de Felgueiras a criarem uma nova empresa entre si com vista a gerir em comum a produção e comercialização. “Terraço da Vinha” é a designação desta nova sociedade anónima que agrupa uma área de aproximadamente 100 hectares de

vinha. O projecto “Terraço da Vinha” reúne nomes bem conhecidos no sector dos vinhos verdes, ligados a empresas já com experiência no mercado nacional e exportação, bem como viticultores e empresários de outros sectores.

A “Terraço da Vinha” propõe-se vinificar em conjunto e comercializar a produção dos sócios, de valor superior a um milhão de litros, bem como adquirir uvas de qualidade em toda a região dos vinhos verdes, pelo que já se

afirmou disponível para acolher todos os produtores de uvas da região que sintam dificuldade em vender a sua matéria prima

A sociedade fará ainda a compra centralizada dos factores de produção dos vários associados, com realce para os produtos para a vinha.

A sociedade pretende investir na produção e no marketing com o recuso a capitais próprios e apoios da UE disponíveis no âmbito do QREN.

Adegas cooperativas devem apostar na dimensão

O sector cooperativo padece de problemas próprios, mas também de outros partilhados pelas pequenas empresas, como sejam “marcas débeis, fraca presença na moderna distribuição e muito fraca presença na restauração e exportações. A estes acresce a reduzida profissionalização das suas direcções”. Por isso, Manuel Pinheiro vê com bons olhos a criação de projectos de união ou constituição de sociedades comerciais entre entidades do género. “Com fusões e ganho de dimensão poderemos caminhar no sentido de maior profissionalização”, disse.

O recente anúncio da constituição de uma sociedade comercial entre sete adegas de vinhos verdes foi, segundo aquele responsável, um passo bem sucedido. O projecto, designado Viniverde, envolve a criação de economias de escala, garantir novos canais de escoamento e valorizar o produto final. Reunindo as adegas de Castelo de Paiva, Barcelos, Famalicão, Ponte da Barca, Penafiel, Lousada e Celorico de Basto, a Viniverde assume uma massa vínica de sete milhões de litros, cerca de 10% do total da produção regional.

O renascimento dos vinhos de Colares

Localizada entre a Serra de Sintra e o Atlântico, Colares é uma das regiões demarcadas mais pequenas do país e a mais ocidental da Europa continental. Se o cultivo da vinha naquela localização remonta à fundação da nacionalidade, foi no século XIX que os seus vinhos conheceram o período de maior glória, quando eram evocados por Eça de Queiroz como “os vinhos mais franceses de

Portugal”. Para tanto terá contribuído a resistência à praga da filoxera, que arrasou as vinhas na Europa, dada a particularidade de estarem plantadas em terrenos arenosos, nos quais a praga não sobrevive. Por outro lado, a singularidade da casta tinta local, Ramisco, confere aos vinhos um carácter único e de extrema longevidade. O desenvolvimento turístico, o custo dos terrenos e da mão-de-

obra, foram os grandes responsáveis pelo seu declínio, levando a que, de uma área de 1500 hectares de vinha, existam hoje apenas 22.

Uma preciosidade, portanto, que a Fundação Oriente resolveu explorar, ao adquirir em 1999, a maior vinha de Colares, com nove hectares, dos quais apenas uma fracção produzem a casta Ramisco. Esta Vinha Grande, localizada entre a Praia das Maças

e as Azenhas do Mar, havia sido colocada no mercado pela Cockburn’s.

Para além disso, a Fundação Oriente assegura a gestão de quatro hectares de vinha da Quinta do Conde, na Várzea de Colares, propriedade da Fundação Stanley Ho, donde saíram anualmente cerca de 15 mil garrafas de Ramisco e igual número de branco, sustentado na casta Malvasia. A sociedade agrícola Quinta



das Vinhas de Areia será a entidade responsável por este trabalho de relançar no mercado estes vinhos de carácter tão forte, intenso, aos quais apenas o passar dos anos confere a macieza necessária para o seu consumo.

Vinhos, portanto, que escapam às modernas tendências de vinhos jovens, maduros e onde predominam a fruta, numa aposta que se pretende a longo prazo.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Debate promovido pela “Vida Económica” reuniu IVDP e várias casas produtoras do Douro

Sistema de benefício concorre para distorção do mercado

A necessidade de revisão do chamado sistema de benefício e, em menor escala, a simplificação da chamada Lei do Terço foram as principais conclusões extraídas do debate que reuniu vários responsáveis do sector do vinho do Porto. Se, para uns, o benefício gera concorrência desleal, pois corresponde a um subsídio que amortiza os custos de exploração, para outros, não é na perspectiva económica que se deve entender este sistema, mas sim como uma forma de sustentação de qualidade.

A orgânica sobre a qual assenta toda a estrutura vitivinícola do Douro, criada numa lógica de cooperativismo do Estado Novo, carece de uma profunda revisão, actualizando os critérios que regulam a produção de vinho do Porto, nomeadamente o chamado sistema de benefício e, em menor grau, a Lei do Terço. Esta foi a principal conclusão de um debate promovido pela “Vida Económica”, onde participaram Jorge Monteiro, presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP), Nicholas Heath, director de marketing do grupo Fladgate Partnership, José Sousa Soares, responsável pela unidade de investigação e desenvolvimento da holding Sogevinus, e Fabrizio Carfaggi, académico italiano que se encontra a desenvolver um estudo sobre ‘corporate governance’ das empresas vinhateiras europeias.

Jorge Monteiro traçou um retrato inicial da região, que engloba 39 mil produtores de todas as dimensões, dos quais 7000 com área inferior a 1000 m2. “São estes pequenos produtores que têm um grande peso na produção de vinho do Porto”, salientou, e para o qual o sistema de benefício tem vindo a ser, ao longo dos anos, direccionado.

Este sistema atribui direitos à produção de vinho do Porto, através de um sistema de pontuação estabelecido nos anos 40 por Moreira da Fonseca. Estabelece o quantitativo de mosto que pode ser transformado em vinho do Porto através da sua aguardentação. “Criado como um sistema que privilegia a qualidade das vinhas e dos vinhos que daí nascem, foi-se tornando, ao longo dos anos, um sistema de apoio social aos viticultores da região”, referiu Jorge Monteiro.

Benefício promove concorrência desleal

Segundo Nicholas Heath, cujo grupo é responsável pelas marcas Taylor’s, Fonseca, Croft e Delaforce, “na prática, verifica-se que este sistema tem beneficiado vinhas de menor qualidade, no sentido de lhes atribuir um direito, de base social, que do ponto de vista da qualidade não possuem”. Ou seja, “o benefício teve na sua origem uma forma de regular e prevenir um excesso de produção de vinho do Porto, assente na sua qualidade” mas que, actualmente, “influi directamente no mercado ao funcionar como um subvencionador de matéria-prima”.

Isto porque, em termos reais, “um quilo de uvas, utilizado para a produção de vinho de mesa, tem um certo valor, mas o mesmo quilo de uvas, oriundo da mesma vinha, se tiver benefício, vale substancialmente mais, o que gera uma concor-

rência desleal, pois corresponde a um subsídio que amortiza os custos de exploração dos proprietários que vendem uvas com benefício e, ao mesmo tempo, perpetua a estrutura vitivinícola. Isto num universo que reúne cerca de 39 mil produtores de todas as dimensões”, rematou.

Na perspectiva de José Sousa Soares, cuja holding, propriedade do grupo espanhol Caixanova, inclui as marcas Barros, Kopke, Burmester e Calém, “este sistema alicerça toda a estrutura produtiva de vinho do Porto, atentando à qualidade e origem do produto. Sem ele, é muito difícil ter um sistema de controlo. Não é na perspectiva económica que se deve entender o benefício, mas sim como uma forma de sustentação de qualidade”.

Reavaliação do método Moreira da Fonseca em três anos

Na perspectiva de Jorge Monteiro, a resolução deste problema “poderá ser efectuada de duas formas: uma evolução lenta, campanha a campanha, de acordo com o sistema de zonagem, pela actualização do cadastro, já em curso, num processo geracional, sendo que dentro de 10 anos deixarão de existir produtores de letra F; ou então associando o direito ao arranque, determinado pela reforma da OCM, à atribuição de prémios”, processo esse que, pela lógica, deverá terminar em 2013, data em que será finalizado o processo de arranque da vinha. Porém, Jorge Monteiro ressaltou que para se proceder a estas modificações “é necessária uma alteração legislativa, a cargo do poder central”. Algo dependente do poder político, portanto, num processo que envolverá outras entidades, como a Casa do Douro e a associação interprofissional.

Para já, a entidade que dirige está a levar a cabo a actualização dos cadastros, prevendo “a reavaliação do método Moreira da Fonseca em três anos, alterando critérios como a granulometria ou a densidade, que hoje não farão sentido”. Porém, disse, “será necessário avaliar o impacto destas alterações em função dos prémios atribuídos”. Na óptica de José Sousa Soares, “a localização continuará sempre a ser o critério mais importante, e a mais cotada continua a ser em torno do vale do Pinhão”.

O benefício tem ainda, segundo o presidente do IVDP, uma outra função: “Por que razão um produtor não pode transformar todas as suas uvas em vinho do Porto? Esta lógica é compreensível do ponto de vista de algumas empresas, como a Fladgate. Mas o benefício tem influência, por exemplo, sobre as empresas que apenas comprem vinho para vender e não são produtoras”. Por outro lado, “temos que prevenir que qualquer



modificação possa causar graves problemas sociais, sobretudo relacionados com os pequenos viticultores”, sustentou.

O crescimento dos vinhos DOC Douro

Desde os anos 90 que a região tem conhecido um ‘boom’ de produção em torno dos vinhos DOC Douro. “O vinho do Porto já não é suficiente para suportar toda a capacidade operacional instalada na região. Temos assistido, nos últimos anos, a várias modificações na organização das vinhas e das castas plantadas, num movimento que despoletou uma explosão na produção de vinhos do Douro”, explicou Jorge Monteiro.

A região produz cerca de 280 milhões de litros por ano, dos quais cerca de metade são vinhos do Douro – aliás, disse aquele responsável, “cerca de metade dos operadores inscritos no IVDP não vendem vinho do Porto, daí que tenhamos que apostar na abertura de mercados para estes vinhos”, numa conjuntura “em que os distribuidores aumentam a sua pressão sobre os produtores e sobre os preços”.

O vinho do Porto e os vinhos do Douro são “produtos não concorrenciais, mas complementares – daí que faça sentido rever o sistema do benefício”, disse Jorge Monteiro. Mas, alertou, “é preciso que a Casa do Douro altere as suas políticas e mentalidade, modificando o relacionamento que mantém com as restantes entidades do sector. A Casa do Douro é provavelmente a única instituição que se manteve inalterável desde 1974”. O responsável de investigação da Sogevinus alertou ainda para a necessidade de “proceder a uma reorganização, ou clarificação, das competências das várias entidades que intervêm na região”. A região representa 80% das exportações nacionais de vinho e o vinho do Porto cerca de 20% das exportações agrícolas nacionais; por isso “é importante que o modelo de gestão se aproxime cada vez mais de padrões e modelos privados”, afirmou Jorge Monteiro. Até porque “temos cooperativas que representam cerca de 45% da produção total de uvas mas apenas 5 a 6% do mercado”, enquanto os pequenos produtores são “cerca de 35 a 40% do mercado”.

No primeiro trimestre de 2008 as exportações de vinho do Porto decresceram 6,2%, para 1,6 milhões de caixas de nove litros, registando-se uma quebra de 4,2% no volume de negócios, para 61,7 milhões de euros, mesmo que o preço por litro tenha subido 2,1% face ao mesmo período de 2007. Também assim se entende a explosão dos vinhos do Douro.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Intervenientes



Jorge Monteiro
presidente do IVDP

“A Lei do Terço deverá também sofrer uma revisão, não tão profunda quanto o sistema de benefício. Segundo esta lei, por cada litro do vinho do Porto vendido, a empresa deve guardar três em stock, independentemente das categorias. Do ponto de vista dos mercados esta lei faz sentido, obrigando as empresas a envelhecer os seus vinhos em cave e prevenindo a saturação do mercado. Com a possibilidade de expedição dos vinhos a partir do Douro, em 1986, esta realidade alterou-se um pouco. Em teoria, se uma empresa tem muito vinho em stock num ano deve poder vender mais no seguinte.



José Sousa Soares
responsável de investigação da Sogevinus

“Verifica-se actualmente um grande risco para o futuro do património vinhateiro nacional, relacionado com a uniformização do plantio de castas. A região do Douro tem cerca de 100 variedades de castas autóctones, mas do conjunto das 300 nacionais, 40 já se perderam. Isto poderá, a longo prazo, colocar em causa a especificidade dos vinhos portugueses e o seu potencial mercado”. Por outro lado, o benefício “alicerça toda a estrutura produtiva de vinho do Porto, atentando à qualidade e origem do produto. Sem ele, é muito difícil ter um sistema de controlo.”



Nicholas Heath
director de marketing do grupo Fladgate Partnership

“A Fladgate assumiu como estratégico o sector de vinho do Porto. A aposta neste mercado relacionado com os vinhos de segmentos premium e super premium revela que existe muita margem de manobra a nível internacional para crescer, ou seja, o segmento ainda não atingiu a maturidade. Mercados como a Ásia (Taiwan, Hong Kong, Indonésia) ou EUA (onde a penetração é quase insignificante) possuem grandes potencialidades de crescimento. Assim, creio que existe muito trabalho por fazer no vinho do Porto antes de investirmos noutros segmentos”.

Promoção de vinhos portugueses conta com 100 milhões em cinco anos

A promoção para os vinhos provenientes de Denominações de Origem, Indicações Geográficas e vinhos com indicação de casta terá apoios mínimos estimados da ordem dos 100 milhões de euros para os próximos cinco anos. Em entrevista à VE, o ministro da Agricultura, Jaime Silva, referiu ainda que “não são elegíveis para o prémio de arranque as parcelas de vinha que tenham beneficiado de ajudas no âmbito dos programas de reestruturação nos últimos 10 anos”, o que “limitará de certa forma o arranque de vinhas produtoras de vinhos de qualidade”. No que toca ao sector cooperativo, o ministro lembrou que 85% das ajudas concedidas desde 1999 foram dirigidas às adegas, pelo que estas devem apostar no ganho de dimensão.

Vida Económica - Que efeito terá para a vitivinicultura portuguesa a reforma da OCM?

Jaime Silva - Para Portugal, crê-se que a reforma proporcionará uma nova dinâmica, certamente mais virada para o mercado. No entanto, há que considerar os seguintes objectivos estratégicos para a fileira vitivinícola nacional: melhorar o potencial vitícola e valorizar as castas portuguesas; simplificar o conjunto de regras de funcionamento da fileira; manter equilíbrio social e ambiental das zonas vitícolas; aumentar a competitividade dos produtores.

A reforma da OCM e o envelope financeiro atribuído a Portugal, de 274,1 milhões de euros para o período 2009/2013, constitui uma oportunidade. O apoio à promoção para os vinhos provenientes de Denominações de Origem, Indicações Geográficas

e vinhos com indicação de casta é um eixo importante para a fileira, que irá permitir dar maior visibilidade e presença dos vinhos nacionais no mercado global. Os montantes mínimos estimados apontam para valores da ordem dos 100 milhões de euros para os próximos cinco anos.

VE - O arranque das vinhas em Portugal poderá ser prejudicial, no sentido em que vários produtores, face ao fraco rendimento que retiram das suas vinhas depois de avultados investimentos, poderão sentir-se tentados a arrancar vinhas de qualidade?

Cerca de 85% das ajudas de intervenção concedidas desde 1999 foram dirigidas às adegas cooperativas

JS - Detendo Portugal uma superfície vitícola correspondente a aproximadamente 6,6% da área total de vinha da União Europeia, estima-se que a superfície a arrancar no nosso país ronde os 12.000 ha. Sendo uma medida gerida horizontalmente, ao nível da Comissão Europeia, não se encontra preestabelecida qualquer repartição de área por cada Estado-membro. O regime de arranque conjunto dos Estados-membros abrange uma área total de 175.000 ha e vai desenvolver-se em três campanhas, com início na de 2008/2009.

Não são elegíveis para o prémio de arranque as parcelas de vinha que tenham beneficiado de ajudas no âmbito dos programas de reestruturação nos últimos 10 anos. Esta condição limitará de certa forma o arranque de vinhas produtoras de vinhos de qualidade, que foram as receptoras destas ajudas. Além disso, poderemos excluir do arranque certas regiões.

Destilação com apoio por hectare após 2012

VE - A liberalização do sector, nomeadamente quanto às licenças de plantação, poderá ter efeitos contraproducentes, na medida em que conduzirá a distorções do mercado, hoje já tão saturado de marcas e de vinhos?

JS - Quando tomei posse, a liberalização do sector, no tocante às licenças de plantação, estava prevista na legislação negociada pelos governantes anteriores, para a partir de 2010. O compromisso da presidência portuguesa adiou para 2018 esta possibilidade. Assim, deixando de existir a rede de suporte das medidas de intervenção, as decisões de investimento em novas plantações de vinha têm de basear-se exclusivamente em critérios de mercado. A manutenção de uma medida de apoio à reconversão e reestruturação da vinha permite dar continuidade à renovação das superfícies vitícolas, adaptando-as à evolução contínua do mercado e à melhoria da competitividade dos produtores. Por outro lado, a promoção é fortemente reforçada. E convém ainda lembrar que os apoios do PRODER para esta fileira considerada prioritária aludem fortemente a este critério.

EM DESTAQUE

Objectivo pretendido com reforma das CVR “está realizado”

O arrastar da reforma das Comissões Vitivinícolas Regionais desde há três anos a esta parte não é vista por Jaime Silva como o seu falhanço, pois, “das 15 entidades certificadoras existentes à data da publicação do Despacho nº. 22.522/2006, existem oito candidaturas, sendo que para a Região Vitivinícola das Beiras, das duas candidaturas apresentadas, apenas uma entidade certificadora poderá ser reconhecida. O objectivo pretendido está pois realizado, estando concluídos os procedimentos de reconhecimento das sete novas CVR (7 + IVDP)”.

O governante aludiu ainda “à complexidade do processo tendente à acreditação por parte do organismo nacional de acreditação - IPAC (Instituto Português de Acreditação) de cada uma daquelas entidades, nos termos das normas NP EN 45011 e NP EN ISO/IEC 17025 (laboratório de análises, próprio ou contratado)”. Porém, reforça, “o IVV já propôs, no final do mês passado, o reconhecimento de uma entidade candidata (Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes) - Portaria nº 297/2008, de 17 de Abril”. Quanto às demais entidades candidatas, “estima-se que a globalidade dos restantes processos possam estar concluídos até ao final do ano”. Aliás, disse, “a nova OCM prevê que este processo esteja concluído até final de 2010”, pelo que “Portugal não está atrasado, antes pelo contrário”.

Quanto a um eventual aumento dos custos dos produtores quanto à certificação dos vinhos, já que esta deve ser feita por outras entidades que não as ligadas às CVR, nomeadamente nas Câmaras de Provedores, Jaime Silva contrapôs que “a reforma prevê o princípio da concentração das actuais CVR, reduzindo o seu número, de forma a obter dimensão crítica e economias de escala em meios humanos e técnicos, pelo que se admite como provável que venha a ocorrer uma efectiva redução dos seus custos fixos de funcionamento. Este é um desafio para as novas entidades certificadoras”.

VE - Quais os efeitos que poderá ter o fim dos apoios à destilação, sobretudo em regiões como o Douro ou Setúbal, e para os milhares de pequenos produtores que se dedicam a «queimar» vinho?

JS - Com a reforma da OCM ficou clara a intenção de incutir maior lógica de mercado ao sector. A destilação absorvia cerca de 500 milhões de euros por ano, num orçamento médio de 1300 milhões de euros. Numa óptica de maior competitividade, não fazia sentido manter indefinidamente os níveis de apoio para retirar do mercado vinho que, enquanto tal, não era escoado. No entanto, porque o abastecimento de álcool de boca é importante para determinados produtos portugueses - Porto, Madeira, Moscatel de Setúbal - nas negociações da reforma alcançou-se um compromisso que permite a continuidade do apoio durante quatro anos (de 2009 a 2012), ainda que com carácter degressivo. Após aquele período admite-se a concessão de uma ajuda por hectare (RPU).

Cerco de um terço da taxa de promoção é destinada à promoção

VE - Por que razão os produtores pagam uma taxa de promoção ao IVV que supostamente deveria reverter para as acções de promoção da Viniportugal, que depois é canalizada para o pagamento de salários dos funcionários do Ministério da Agricultura? Até quando tal acontecerá?

JS - O Decreto-Lei nº 119/97, que criou a taxa de promoção, estabelece que a mesma tem duas componentes: promoção e coor-

denação geral do sector. Do montante global da taxa cobrada, pelo menos 25% é destinado à promoção, sendo o restante utilizado para custear os custos de funcionamento do organismo vertical - o IVV. Desde que se iniciaram alocações financeiras para acções de promoção (desde 1997) já foram canalizados para a promoção cerca de 28 milhões, o que se traduz numa média de 32,25% da taxa cobrada.

A reforma do Ministério veio reduzir substancialmente as despesas relativas à coordenação geral do sector e funcionamento do IVV, procedendo-se assim com o objectivo de reforçar a componente promoção prevista na legislação de 1997.

VE - É conhecida a posição débil da maioria das adegas cooperativas nacionais. Como é que o ministro vê esta conjuntura?

JS - Bastantes cooperativas portuguesas têm tido alguma dificuldade em enfrentar os desafios de uma economia de mercado, em que é necessário saber produzir e saber comercializar. Constatase que a maior parte das ajudas de intervenção no mercado que foram concedidas desde 1999 foram a elas dirigidas - cerca de 85% dos montantes despendidos (em 2006 o total foi de 64,4 milhões de euros; 85% = 55 milhões de euros).

As orientações são claras e já foram assumidas ao mais alto nível. O sector cooperativo vitivinícola, com importância social, regional e nacional, tem que inequivocamente modernizar-se na sua gestão, redimensionar-se e internacionalizar-se.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

ViniPortugal considera que modelo actual do QREN “não funciona”

Falta de associativismo dispersa recursos para promoção

A falta de espírito associativista entre as empresas ligadas ao vinho continua a ser a grande falha do sector. Segundo Vasco d’Avillez, verifica-se o desperdício de importantes recursos para promoção, pois as empresas executam as suas acções sem interligação. E refere que “o formato actual do QREN não funciona, pois não permite aos agrupamentos já formados desenvolver acções conjuntas para os mercados externos”.

MARC BARROS

marcbarros@vidaeconomica.pt

Entrevistado à margem do debate organizado pela ViniPortugal sobre o estado da promoção do sector, que teve lugar no Porto, Vasco d’Avillez traça um balanço positivo da implementação da estratégia recomendada no relatório Porter, apontando os mercados britânico e norte-americano como prioritários, “onde temos vindo a crescer nas vendas todos os anos”. Segundo o IVV, as exportações globais de vinhos com denominação de origem cresceram 22% em volume e 26% em valor no ano transacto, sendo que o vinho representa 15% do total da produção agrícola do país, representando um volume de 1,3 mil milhões de euros.

Porém, Vasco d’Avillez reconhece verificar-se alguma “inquietação por parte dos agentes económicos quanto a mercados que não estão referenciados como prioritários mas são importantes, como Angola, Índia ou China, por exemplo. Temos que ter cuidado, para não dispersarmos atenções”.

E garante existir “produção suficiente para satisfazer todos os mercados, pois temos “stock on hand”. Mesmo que 2007 tenha sido um ano de quebras de produção, há vinho em stock disponível. Por outro lado, os por-

tugueses bebem cada vez menos mas melhor, sobrando daí vinho. E não podemos esquecer que as importações também aumentaram”. Uma arma importante nessa estratégia é a “especificidade portuguesa” ao nível das castas e regiões: “Produzimos vinhos diferentes ao que o mercado mundial tem disponível na sua maioria disponível, com castas sempre iguais e vinhos sempre iguais”.

Aquele responsável lamenta ainda “o desperdício de recursos provocado pela falta de associativismo”, com empresas que prosseguem as suas acções de promoção de forma independente e sem qualquer interligação.

Formato actual do QREN não funciona

Numa conjuntura em que se debate com fortes constrangimentos económicos e financeiros para levar a cabo a sua actividade, o sector, em conjunto, mostrou-se favorável a que “os agrupamentos para a promoção possam aceder a fundos QREN ou outros destinados à promoção. O formato actual do QREN não funciona, pois não permite aos agrupamentos já formados desenvolver acções conjuntas para os mercados externos”, referem.

Mais ainda, os responsáveis do sector consideram que “parte dos fundos destinados à promoção com proveniência no envelope nacional (nova OCM) devem ser canalizados para a ViniPortugal, de modo a libertar o montante da taxa de promoção para a aplicação efectiva no mercado nacional”. Recorde-se que esta taxa de promoção é paga por todos os produtores ao IVV, o qual deveria estornar para a ViniPortugal. Contudo, apenas 30% desta verba é atribuída à instituição, ficando os restantes na posse do IVV.

A profissionalização dos agrupamentos vocacionados para a promoção através de apoio técnico da ViniPortugal foi outra das propostas deste grupo de análise, que recomendou à ViniPortugal e outros organismos para a promoção “um papel mais activo na divulgação de actividades desenvolvidas por agrupamentos”.

No âmbito de mercado nacional, os agentes económicos reconheceram a necessidade de conhecer melhor o consumidor que servem e apostar na formação dos operadores do comércio, desde a moderna distribuição à restauração. Neste último segmento, os operadores económicos reforçaram a necessidade de desenvolver o consumo na restauração, seja



através da pedagogia a nível de margens, seja pelo desenvolvimen- to do vinho a copo, com enfoque na qualidade e sua garantia.

Touriga Nacional: uma vantagem competitiva para a indústria

ANTÓNIO CÉSAR FERREIRA

Investigador e docente
Escola Superior de Biotecnologia
Universidade Católica Portuguesa
Ferreira@esb.ucp.pt



Vários investigadores juntaram-se para desenvolver um estudo científico relacionado com a casta Touriga Nacional, com o objectivo de encontrar atributos (a chamada chave sensorial) de uma casta que é nossa. Vinte e cinco vinhos de quatro regiões portuguesas (Estremadura, Douro, Alentejo e Dão) bem como 10 vinhos do Porto, todos elaborados com 100% Touriga Nacional e 100% Tinta Roriz, foram utilizados na investigação do efeito do “terroir” e da técnica de produção vinícola, com base em análises químicas e sensoriais, num estudo, designado “Carácter Típico dos vinhos Touriga Nacional” e elaborado por uma equipa liderada por César Ferreira.

As características sensoriais dos vinhos foram preenchidas utilizando Quantitative Descriptive Analysis (QDA), técnica sensorial que permite conhecer a “métrica” do aroma. Assim, 11 provadores experientes avaliaram atributos sensoriais de 16 aromas (bergamota, violeta/floral, cítrico, balsâmico, vegetal, herbáceo, ca-

ramelo, manteiga, especiaria, frutos secos, frutos vermelhos, frutos tropicais, carvalho, noz e químico/álcool).

Os dados foram estudados utilizando análise de variância e análise de componentes principais (PCA). Esta ferramenta de tratamentos de dados multivariada que permite classificar, agrupando ou separando as diferentes amostras agindo de certa maneira como um filtro matemático. O PCA de todos os vinhos, utilizando as 16 descrições sensoriais, indicou que a maior percentagem de variância pode ser explicada nas duas primeiras dimensões.

Os resultados mostram que os vinhos do Porto produzidos exclusivamente a partir da casta TN possuem aromas mais balsâmicos, caramelo e frutos secos, com menos bergamota, frutos vermelhos e frutos tropicais comparativamente com os vinhos de mesa.

Quando confrontado com vinhos das castas Tinta Roriz e Touriga Nacional, o painel distingue a casta colocando os primeiros com mais aromas herbáce-

os e vegetais e o segundo dominado por aromas de bergamota e de citrinos. Não obstante, não foram encontradas diferenças entre regiões quando comparados com os vinhos de mesa de Touriga Nacional. Este resultado é importante, na medida em que aponta para a existência de aromas varietais na Touriga. Por análise cromatográfica-olfactométrica foram determinadas três zonas odorantes relacionadas com estas descrições: Bergamota, Cítrica e Frutos Tropicais. Através de técnicas específicas de olfactometria confirmou-se a sua importância e verificou-se que estas são distintas de outras variedades. Os caracteres Bergamota e Cítrico estão relacionados com a presença de linalol (de acordo com o odor em ambos os isómeros destes terpenos) e com acetato linalil. Um teste “similaridade” foi efectuado com um vinho sem Touriga Nacional acrescido de linalol apenas, ou em combinações. A maior similaridade foi observada quando adicionado o linalol (S ~ 60%).

De facto, os resultados obtidos das análises de vários vinhos tintos de diferentes variedades mostram que os terpenos, substâncias ligadas ao metabolismo da planta, estão presentes em quantidades superiores em vinhos elaborados com base em Touriga Nacional, o que prova que estes componentes são a chave para o aroma varietal dos vinhos com Touriga Nacional. Desta forma, em função de determinados parâmetros tecnológicos, é possível obter esses aromas com maior ou menor intensidade, oferecendo uma nova ferramenta ao serviço da indústria.

O objectivo final é, a médio prazo, “modular” o aroma da casta indo ao encontro das expectativas do consumidor quanto à qualidade sensorial do vinho. A optimização do processo depende da interacção universidade-empresa, constituindo um desafio a capacidade de inovação deste binómio. No contexto actual em que vivemos, no conhecido mercado global, esta é uma grande oportunidade de conseguirmos uma vantagem competitiva.

Convicção de Salvador Guedes, presidente da Sogrape

Implementação do Relatório Porter não obteve maioria das opções consensuais



O relatório Porter previa a criação de um cluster em torno do sector vinícola português. Porém, passados cerca de cinco anos da apresentação do estudo, o balanço feito por Salvador Guedes, presidente da Sogrape, não é muito positivo: “A estratégia preconizada para o cluster dos vinhos não está a ser totalmente implementada, pois não houve capacidade para atingir a maior parte das opções consensuadas. Perdemos alguns anos de trabalho, pois não foi conseguida a união das empresas do sector”, o aspecto que considera mais importante de todo o trabalho.

Quais os desafios? “Sentimos uma segmentação nos mercados externos entre o vinho do Porto, claramente um caso à par-

te, e todos os outros vinhos. Portugal não tem uma imagem de país produtor estabelecida a nível internacional, e é fundamental que haja uma focalização de esforços e mercados, procurando aí criar, em conjunto, uma imagem para o vinho português”.

Ressalvando que em Portugal, como no mundo, se verifica o “excesso de marcas, o excesso de vinhos e uma feroz guerra de preços”, o desafio que se lança às empresas é o de “sermos diferentes”, apostando em produtos “que levem os consumidores a preferirem as nossas marcas”.

Essa foi a grande aposta da Sogrape: “A marca Mateus foi o nosso grande trunfo, mas tivemos que ser capazes de manter essa marca relevante ao longo dos anos”.

Os propósitos que resultaram da elaboração do relatório Porter não estão a ser devidamente cumpridos. Em entrevista à “Vida Económica”, Salvador Guedes referiu que “a estratégia preconizada para o “cluster” dos vinhos não está a ser totalmente implementada”, pois não houve “capacidade para implementar” a maior parte das opções consensuadas. Na sua perspectiva, Portugal “perdeu anos de trabalho”, ao não ser conseguida “a união das empresas do sector”.

Diversificar é outra das palavras-chave, entende: “Em 1985, o Mateus significava 80% do nosso volume de negócios, o que nos tornava muito dependentes”. Apostar “em novos produtos, novas marcas e outras regiões” foi a opção seguida. “Também o vinho do Porto – a Sogrape detém as marcas Sandeman, Ferreira e Offley - foi uma opção estratégica importante”.

Actualmente a marca Mateus representa 25% do volume global de negócios da empresa. Mas foi preciso “inovar na marca, mantendo-a actual”. Para breve está previsto o lançamento de uma nova versão, sobre a qual Salvador Guedes nada adianta, a não ser que não será um vinho monovarietal.

Diversificação passa pelos mercados externos

A diversificação que a Sogrape impôs reflectiu-se igualmente ao nível dos mercados, sendo que, hoje, Portugal representa cerca de 30% do volume de negócios do grupo. Em 1987, quando a Sogrape arrancou com este processo de diversificação, foi

decidido “apostar nas castas portuguesas, como elementos de diferenciação. Ao fazermos isso, colocamos de parte o maior segmento do mercado internacional, ou seja, dos vinhos varietais. Quando chegamos a essa constatação, decidimos apostar em países onde esse trabalho estava já adiantado, como a Argentina, onde actualmente registamos um crescimento na ordem dos 50% ao ano”.

O grupo tem ainda os olhos postos em outros mercados. Se Angola “é um mercado tradicionalmente importante, com flutuações ao longo dos anos, mas fundamental para os vinhos portugueses”, representando cerca de 5% do volume de vendas da Sogrape, já os mercados emergentes, compostos por países como China e Índia, auguram-se apostas importantes. A Sogrape criou uma sociedade, baseada em Hong Kong, “com investimentos realizados consideráveis, num projecto claramente a prazo”. Para já fica um crescimento de base da ordem dos 35%, assegurou Salvador Guedes.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Empresas verticalizam na distribuição dos seus vinhos

Mercado cada vez mais fragmentado, com pequenos produtores a competir pela colocação das marcas

A integração vertical do seu negócio por parte das empresas de maior dimensão, constituindo a sua própria distribuição no mercado nacional, tem conduzido à sua progressiva fragmentação, onde os mais pequenos sentem acrescidas dificuldades na colocação das suas marcas. A leitura que José Espírito Santo, da distribuidora UVA, faz do mercado nacional, é apoiada em números: “O mercado português conta com uma produção de 90 milhões de caixas e um consumo interno na ordem dos 40 milhões de caixas”. Por outro lado, refere, “assiste-se a uma produção crescente, novos produtores e novas marcas e um consumo estagnado”.

Em suma, um “mercado maduro” dominado pelas marcas portuguesas, mas “que não é suficiente”. Para esta conjuntura verificam-se duas opções: “a exportação, em que todos apostam, e a conquista de quota no mercado nacional”. Na sua perspectiva, “os produtores portugueses começaram a encarar o mercado nacional como algo de estratégico, e mesmo aqueles produtores que escoavam o grosso da sua produção no exterior já olham para o mercado português com outros olhos”.

Conjuntura favorece distribuidores independentes

Produtores de dimensão “seguiram o caminho da integração vertical do seu negócio, como a Sogrape, com a entrada de novos ‘players’, também

produtores de grande dimensão, que procuram assim controlar os seus canais de distribuição e, ao mesmo tempo, absorver a margem dos distribuidores”. Isto faz-se “através de uma política de aquisições e da criação de entidades de distribuição na sua própria estrutura”, referiu José Espírito Santo.

O que resulta daqui? “Um problema para os produtores mais pequenos, pois resta-lhes uma de três opções: ver a sua marca inserida num portefólio de uma distribuidora controlada por um concorrente; procurar uma distribuidora independente, ou seja, que não é controlada maioritariamente por uma entidade produtora; ou cria a sua própria distribuição, o que é muito difícil, dada a reduzida dimensão e falta de sinergias num mercado muito fragmentado, sobretudo ao nível da restauração, levantando-se outros problemas, como as cobranças”. Esta conjuntura “favorecerá os distribuidores independentes, como a UVA, que passam a dispor de mais opções e uma diluição de custos”.

Não obstante, continuou, “este processo já se verificou em outros países europeus e reverteu. Veja-se o caso do Reino Unido, um dos mercados mais evoluídos onde, apesar de não contar com produtores na distribuição, deu-se uma tomada do retalho pelos distribuidores”. Porém, “foi um cenário oscilante, o que pode acontecer em Portugal. Acho improvável até que a melhor solução seja esta. Porém, é aquela que, no cenário actual, com as dificuldades que o



mercado apresenta, melhor se enquadra às empresas que têm recursos para a adoptar”.

Por outro lado, “apesar de alguns ajustamentos de preços numa fase inicial, no sentido de esses produtores serem mais agressivos comercialmente, creio que estas alterações não terão efeitos de relevo no médio prazo”.

Retalho especializado em crescimento

No que toca ao segmento do retalho especializado, verifica-se um acréscimo da oferta, com pessoal devidamente formado e experiente e qualidade do serviço. Segundo Ivone Ferreira, da Vinho & Coisas, “muitos destes projectos são inconsequentes, uma vez que lhes falta o conhecimento do negócio”. Mas também nas garrafeiras existem boas ofertas na relação preço/qualidade, ou seja, “este retalho não serve só os vinhos de topo, pois tiveram que se adaptar ao mercado e à conjuntura económica”.

Por seu lado, a Internet afirma-se como um canal de distribuição crescente e com tendência a aumentar de importância. “No nosso caso já representa 10% das vendas e deverá crescer – porém, para que isso aconteça é necessário que esteja já estabelecida uma relação de confiança e segurança com o cliente”.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Sucesso do cooperativismo requer dimensão e modernização

As adegas cooperativas preenchem um campo muito particular no sector vinícola nacional. Para além das exigências de profissionalismo e associativismo, estas não podem deixar de desempenhar um papel social importante. Quatro exemplos, dois a Norte e dois a Sul, demonstram que é possível conciliar esses dois mundos.



Se é verdade que o nome “cooperativa” coloca muitas reticências aos consumidores na hora de escolherem o seu vinho na prateleira do supermercado, não o será menos se se disser que são as adegas cooperativas que colocam no mercado as melhores opções de preço/qualidade. Porém, os tempos adivinham-se difíceis para estas entidades. As palavras de ordem são profissionalismo, modernização, associação e marketing.

Dois exemplos a Norte do país atestam como essa revolução pode ser feita de forma pacífica e dando bons frutos. A Adega Cooperativa de Monção, que celebra em 2008 os seus 50 anos, produziu em 2007 cerca de cinco milhões de garrafas de vinho e facturou 12,2 milhões de euros, num crescimento considerado sustentável. A sub-região de Monção representa, no total, cerca de 1400 hectares de plantio de vinha, dos quais a adega obtém 65% do vinho Alvarinho produzido na região. A Adega de Monção tem promovido a reconversão das vinhas de há uns anos a esta parte, com o consequente aumento de produção de cinco para nove milhões de quilos de uva em seis anos. Por outro lado, afiança Antonino Barbosa, presidente da instituição, uma das formas encontradas para justificar o sucesso da adega passa pelo recente processo de ampliação e modernização das suas infraestruturas. Ao investimento total de seis milhões de euros coube uma fatia de apoios comunitários da ordem dos 35%. A adega renovada e ampliada totaliza 15 mil metros quadrados. Já a Adega Cooperativa de Faveiros, no Alto Douro, está apos-

tada na diversificação dos seus produtos. Impedida, desde 2004, de transformar em vinho generoso moscatel toda a produção de uvas moscatel dos seus 554 produtores associados, foi obrigada a encontrar destino alternativo para cerca de duas mil pipas de 550 litros anuais.

O lançamento de vinhos brancos e espumantes foram algumas das alternativas encontradas. Mas dos 7,5 milhões de litros vinificados em 2006, cerca de dois terços correspondem ao Moscatel do Douro, grande parte do qual encaminhado para o célebre Favaíto. Pelo caminho terá ficado uma tentativa de aquisição desta adega pela Martini, tal a concorrência movida pela pequena garrafa de seis centilitros de Moscatel no mercado nacional. Em 2007 foram vendidas cerca de 130 mil garrafas de 75 centilitros de Favaíto.

Estes resultados são ainda alicerçados no investimento de sete milhões na construção de um novo centro de vinificação e na modernização das suas linhas de engarrafamento que a adega levou a cabo. A médio prazo, o objectivo é garantir 20 a 25% do seu volume de negócios no mercado externo.

Dimensão e dinamismo

Mais a sul, na Península de Setúbal, um outro caso de sucesso é encabeçado pela Cooperativa Agrícola de Santo Isidro de Pegões. Nos últimos 15 anos, esta cooperativa empreendeu uma estratégia sistemática de modernização e estabilização financeira, período em que investiu cerca de sete milhões de euros para dotar a adega com modernos sistemas de vinificação e estabilização a frio, complexo de cubas de inox para fermentação com controle de temperatura, prensas de vácuo e pneumáticas, modernas linhas de enchimento e rotulagem, ETAR e caves para estágio de vinhos com mais de 1000 barricas.

A Cooperativa de Pegões trabalha uma área vinícola de 967 hectares, que produzem em média sete milhões de quilos de uva, sendo 74 por cento tinta e 26 por cento branca. A aposta recaiu ainda sobre a diversidade de marcas para a sua gama de produtos, que vai desde os vinhos de mesa, passando pelos regionais, DOC, Garrafeira, Colheita Seleccionada, Moscatel, aguardentes, espumantes, entre outros. Cerca de 80% da sua produção engarrafada (seis milhões de litros) é colocada no mercado nacional, sendo os restantes 20% expedidos para países em quatro continentes.

Por sua vez, a Adega Cooperativa de Borba reúne 300 viticultores associados que cultivam um total de 2200 hectares de vinha, distribuindo por 65% castas tintas e 35% de castas brancas. Esta adega tem investido constantemente na responsabilização e acompanhamento dos viticultores associados através dum programa de integração total de controlo de qualidade desde a vinha até à garrafa embalada (rastreabilidade).

Com uma produção anual de 12 milhões de garrafas e uma área de vinificação de 12 mil m², a Adega Cooperativa de Borba finalizou em 2004 um projecto de renovação e modernização de valor superior a oito milhões de euros, abrangendo o centro de vinificação, a cave de envelhecimento e as linhas de engarrafamento.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

MODERNIZAÇÃO ABRANGE A VINHA

A adega de Borba apostou na implementação do SIG (Sistema de Informação Geográfica), que permite manter actualizado o cadastro vitícola dos associados e conhecer cada parcela com as seguintes informações associadas: nome do sócio, tipo de solo, compasso das vinhas (distância de pé a pé e de linha a linha), ano de plantação, porta-enxertos, castas e ano de enxertia. Ao nível da melhoria nas técnicas de condução, os esforços foram concentrados nos últimos anos principalmente na altura do bardo e palissagem da vegetação, na adaptação para mecanização, na introdução da rega e na monda de cachos.

OPINIÃO

Portugueses rendidos ao “néctar dos deuses”



FRANKLIM FERRO JORGE

Se antigamente apenas uma pequena fracção da sociedade tinha acesso e, de facto, apreciava e deleitava-se com um bom vinho, nos dias de hoje assistimos a uma verdadeira democratização desta bebida, que passou a ser presença obrigatória em qualquer almoço, jantar ou mero convívio entre amigos. Seja tinto, branco, rosé, espumante ou fortificado, a verdade é que vemos cada vez mais pessoas rendidas aos encantos desta bebida que, segundo alguns médicos, mantém o coração saudável desde que seja consumida com moderação.

Mas será este fenómeno resultado de uma moda ou estará por detrás disto um verdadeiro prazer?

Uma coisa é indiscutível, quer seja pela quantidade de cursos e provas de vinhos existentes, pelo crescente aparecimento de publicações especializadas ou até mesmo pela variedade de estilos de vinhos e preços apresentados pelo mercado, há um número cada vez maior de interessados e apreciadores de vinho. Sendo que a probabilidade de qualquer um vir a tornar-se num potencial consumidor é também bastante grande. Amigos “arrastam” amigos e começa rapidamente a ver-se os efeitos do “passa a palavra” ou, se preferir, a publicidade feita pelos próprios consumidores que ao falar deste ou daquele vinho, mal ou bem, acabam por influenciar as outras pessoas que os ouvem a comprá-lo ou não...

Ainda neste contexto, convém mencionar a crescente importância que o sector vitivinícola tem vindo a ocupar no panorama económico, sendo mesmo um dos principais sectores de actividade da economia portuguesa. A verdade é que, ultimamente, dezenas de produtores nacionais têm conseguido entrar noutros países, como sejam o Reino Unido, os Estados Unidos da América e a Alemanha, que demonstram grande interesse pelos néctares nacionais, apontados por muitos como sendo de grande qualidade.

E é não só esta qualidade mas também o aspecto visual da garrafa, o copo, a temperatura, o rótulo e tantos outros aspectos práticos relacionados com o vinho que têm despertado cada vez mais interesse junto dos portugueses que estão de facto rendidos aos encantos deste néctar dos deuses.

Como produtor de vinhos, penso que é importante para o sector que o consumidor continue a evoluir nos seus conhecimentos sobre o vinho, a fim de poderem contribuir, através de uma crítica positiva, sobre a qualidade dos vinhos que vão entrando no mercado e assim como a exigirem que os mesmos sejam servidos na restauração, em condições correctas, fundamentalmente, na temperatura, nos copos e no aconselhamento do vinho a acompanhar a comida.

BREVES

CARMIM PREMIADA NO ESTORIL E MADRID

A Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz (CARMIM) recebeu duas medalhas de prata para os vinhos Reguengos Reserva tinto 2005 e Garrafeira dos Sócios tinto 2001 e medalha de Vinho Recomendado para o Régia Colheita branco 2006 na 10ª edição do

concurso Wine Masters Challenge 2008, realizado no Estoril. As medalhas conquistadas nesta edição do WMC 08 juntam-se aos dois prémios recentemente ganhos pela Carmim no concurso internacional Bacchus 08, que decorreu em Madrid.

QUINTA DO AMEAL ESCOLHA 2004 RECONHECIDO NA WINE ADVOCAT

O vinho branco Quinta do Ameal Escolha 2004 obteve uma pontuação de 90 pontos, numa escala de 1 a 100, na prestigiada revista Wine Advocate, do ‘guru’ Robert Parker, e foi classificado como “Outstanding” (excepcional). Com envelhecimento em carvalho, é um vinho “com uma nuance limão-lima no fim de boca, com as notas de madeira muito bem inte-

gradas”, como se pode ler na nota de prova.

Um vinho diferenciado pela delicada utilização da madeira e potencial de envelhecimento. Nos 12 hectares da Quinta do Ameal, são produzidos apenas vinhos brancos a partir da casta Loureiro desde há oito anos, alargando a partir de agora também para a casta Arinto.

QUINTA DE COVELA INTEGRA “LA RENAISSANCE DES APPELLATIONS”

Um dos pioneiros em Portugal na chamada (e polémica) produção biodinâmica de vinho, a Quinta de Covela integra como membro de pleno direito a “Renaissance des Appellations”, associação que engloba 152 viticultores de produção biológica e biodinâmica de 13 países. A Quinta de Covela encontra-se

actualmente em processo de conversão para agricultura biodinâmica, tendo, em Novembro último, recebido a visita de Nicolas Joly, reconhecido e conceituado produtor em “La Coulée de Serant”, especialista mundial em agricultura biodinâmica e promotor de “La Renaissance des Appellations”.

Enoturismo pode gerar 20 milhões de viagens anuais



O enoturismo é cada vez mais tido como um complemento da actividade vinhateira e um segmento de turismo cujo potencial de desenvolvimento não pode ser desprezado pelas regiões produtoras. Sendo que a principal motivação das viagens turísticas de gastronomia e vinhos é a de usufruir de produtos típicos e aprofundar o conhecimento enológico de cada região, afigura-se consensual a necessidade de adoptar medidas unificadas de promoção do enoturismo. Fará

de luxo que irão nascer naquela área do Douro Vinhateiro, num conjunto de investimentos que monta aos 60 milhões de euros e englobados no PITER Douro - Plano Integrado Estruturante de Base Regional do Douro. Por sua vez, este já integrado no projecto de reabilitação do centro histórico de Gaia, o grupo Fladgate Partnership pretende criar um hotel de luxo na zona histórica de Gaia. A empresa do sector do Vinho do Porto quer, assim, dar sequência ao projecto de reconver-

A palavra de ordem, aqui, é espaço. Integrada numa propriedade com cerca de 450 hectares, este espaço oferece aos hóspedes a possibilidade de experimentar a vida rural, podendo mesmo integrar os trabalhos da herdade, seja na vinha, seja com animais. O Minho e Alto Minho apostam na história, ressaltando os belíssimos solares em que a região é tão prolífera. De tudo o aqui exposto, constata-se que o enoturismo escapa às regras usuais do turismo de massas e de sazonalidade. Trata-se de um segmento direccionado para uma camada bem definida da população (médio-alto), com interesses e gostos específicos e com elevado poder de compra.

Por essa razão, o desenvolvimento deste produto passa por um conjunto de orientações que envolvem a melhoria e integração do funcionamento das rotas de vinho já existentes e a criação de operadores especializados em gastronomia e vinhos. Só assim será possível o reforço da componente experiencial das rotas enoturísticas, através da criação de pacotes temáticos, estruturação de trilhos pedestres em vinhedos e realização de eventos ligados à vinha e ao vinho – por que não uma rota do Alvarinho transfronteiriça, ou uma rota do Douro desde Espanha até ao Porto? E, já agora, para quando a reabertura de linha ferroviária que liga o Pocinho a Barca d’Alva, no Douro, e daí a Salamanca?

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

O SEGMENTO NA EUROPA

A procura de viagens internacionais de enoturismo gerada na Europa ronda as 600 mil, com uma ou mais noites de duração. A procura secundária é de 20 milhões de viagens por ano. O segmento está ainda muito dependente da procura interna, sendo que, a nível europeu, França e Holanda são os principais emissores de viagens de gastronomia e vinhos.



sentido, por exemplo, que se criem Rotas do Alvarinho que não integrem Monção, Melgaço e mesmo Rias Baixas? Em Portugal, é certamente o Douro aquela região que mais se tem desenvolvido neste capítulo nos últimos anos, apesar dos esforços realizados sobretudo no Alentejo e Minho. Vários exemplos podem ser deixados: O Aquapura Douro Valley Villas & Spa, localizado na Quinta do Vale Abraão, em Lamego, é o primeiro deles. A unidade hoteleira de luxo disponibiliza 50 quartos e 21 villas, três restaurantes e um bar, que estão rodeados de três hectares de mata. O Spa, com 2200 m2, inclui uma piscina interior aquecida e 10 salas de tratamento com luz natural, e constitui um cenário idílico sobre o rio Douro. O empreendimento representa um investimento de 25 milhões de euros e faz parte de um conjunto mais vasto de unidades hoteleiras

são daquela área de Gaia, tal como foi “o Vintage House Hotel para a Região Demarcada do Douro”, construído pela Fladgate em 1998 e que apenas em dois anos foi seleccionado pela prestigiada cadeia Relais & Chateaux. Chamado «The Yeatman», o hotel contará com 84 quartos, um Spa com 10 salas de tratamento, uma piscina coberta e outra no exterior. Ocupará uma área de 30 mil metros quadrados, com a oferta de um conjunto de tratamentos de vinoterapia. Todos os quartos e demais espaços terão vista para a cidade do Porto e seu património mundial. O investimento, de 26 milhões de euros, criará 72 postos de trabalho. No Alentejo, o nome de que todos falam é Herdade da Malhadinha Nova Country House & Spa.

Santarém acolhe Concurso Nacional de Vinhos Engarrafados

O CNEMA – Centro Nacional de Exposições e Mercados Agrícolas, de Santarém, será novamente o palco do Concurso Nacional de Vinhos Engarrafados. São esperados entre 800 e 1000 vinhos nacionais de todas as categorias, como vinhos brancos, rosés, tintos, espumantes e generosos de todas as regiões nacionais, registando-se “um crescimento exponencial, que poderá duplicar o número de vinhos submetidos a prova cega”, face ao ano transacto. São cerca de 140 os provadores que integrarão os 10 júris do CNVE, constituídos por enólogos, escanções, profissionais da restauração, especialistas e um reputado painel de jornalistas nacionais e estrangeiros, entre outros, que disporão de meios informáticos para processarem as suas avaliações. Aos melhores classificados serão atribuídas as Medalhas de Ouro, Prata e um Prémio Prestígio, que visa distinguir a excelência entre os vinhos premiados. Para além disso, o CNVE contará com 12 provadores internacionais que avaliarão o Fine Wines Board.



Vinhos portugueses premiados em Bordéus

Foram 95 os vinhos portugueses premiados na última edição do Challenge International du Vin, que teve lugar em Bordéus. Nesta 32ª edição, aos vinhos nacionais foram atribuídas 15 medalhas de ouro, 31 de prata e 49 de bronze. Destaque ainda para o vinho do Porto Tawny 40 anos da Sandeman, que foi o grande vencedor do Prémio do Clube da Imprensa 2008. Este distingue, numa determinada categoria, o melhor dos vinhos submetidos a concurso. A 32ª edição do Challenge International du Vin, que decorreu na região de Bourg-sur-Gironde, em Bordéus, reuniu um conjunto recorde de 5129 vinhos, oriundos de todos os cantos do mundo vitivinícola, num total de 35 países, e que foram avaliados por 856 degustadores. Este certame recebeu um lote recorde de 329 vinhos portugueses, um crescimento substancial face aos 252 registados em 2007. Por outro lado, e pela primeira vez, o Challenge lançou um prémio que visa distinguir o melhor rótulo de garrafa, e que estará disponível a votação na Internet a partir de 23 de Junho.



MARC BARROS, EM BORDÉUS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Dão recebe segunda edição do Viseu Gourmet

Viseu voltará a ser a capital gastronómica do país durante quatro dias. Alguns dos maiores chefes de cozinha – nacionais e estrangeiros – a trabalhar em Portugal vão reunir-se num único evento e proporcionar momentos singulares através de criações inovadoras com base em produtos tradicionais do Dão e das Beiras. A segunda edição do Viseu Gourmet vai realizar-se entre 22 e 25 deste mês de Maio, no Solar do Vinho do Dão, contando várias novidades. Este evento enquadra-se na comemoração do centenário da demarcação do Dão e pretende ser mais um capítulo do vasto conjunto de momentos calendarizados, a nível nacional e estrangeiro, para celebrar a efeméride.

