

jornaldasPME

Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Setembro de 2006 | Ano III | Número 13 | 1,50 euros

O PORTAL DAS
PEQUENAS E
MÉDIAS
EMPRESAS DE
PORTUGAL

www.pmeportugal.pt



■ API FAZ BALANÇO DO INVESTIMENTO ESTRANGEIRO EM PORTUGAL

PORQUE FOGEM AS MULTINACIONAIS?

O consecutivo fecho de diversas empresas e o abandono crescente do território português, por parte de inúmeras multinacionais, leva a que a economia caminhe debaixo de uma nuvem negra. A Agência Portuguesa para o Investimento apresenta as principais razões. *Páginas 14 e 15*

ESPAÑA

Página 3

■ PME-PORTUGAL ABRE CENTRO DE NEGÓCIOS EM VIGO

A UM PASSO DO MERCADO ESPANHOL

A PME-Portugal em parceria com outras entidades cria condições para os empresários portugueses investirem no mercado espanhol, através da abertura de um Centro de Negócios em Vigo.

Programa
**Formação
35 Horas**

35 Horas de Formação, que certamente irão melhorar o seu negócio e o seu entendimento com o exterior.
Qualifique os seus Recursos Humanos, cumpra a legislação e venha conhecer os nossos pacotes de promoção.

Não se deixe ultrapassar, esteja atento, cumpra a legislação e aposte, na qualificação.

inscrições pelo site www.pme.online.pt ou pelo tel.: 707 50 1234

Logos: IQF, Instituto PME Formação, IPME Instituto PME

■ JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, PRESIDENTE DA PME-PORTUGAL

A bem da nação ou em nome da revolução

A economia recupera. Devagar mas recupera. Os nossos rivais do Leste crescem entre 4 a 11% ano. Os nossos (ex)rivais Espanha, Grécia e Irlanda crescem entre 3 a 5%. A China, Índia e Rússia crescem 8 a 10%. Os EUA mantêm a tendência habitual – por lá recessão quer dizer menos que 4%! A nacional euforia de crescer quase 1%, num clima de retoma económica em que os outros crescem três, quatro ou 10 vezes mais revela ambição curta ou tendência para a propaganda.

E porque crescemos tão pouco? Porque crescendo, se acentuam assimetrias regionais, esquecimento dos exportadores tradicionais? Porque se negligencia o contínuo empobrecimento do Norte – 44% das exportações e sexta região exportadora da Europa?

Segundo o relatório FMI/Banco Mundial, Portugal melhorou mas pouco. E graças à única reforma que os técnicos destas instituições, insuspeitos, consideram ter sido feita e estar no terreno: a inevitável “empresa na hora”.

Esta própria debilidade estrutural é confirmada pela API do Dr. Basílio Horta. Em artigo publicado neste número, a API assume que as debilidades da inovação se encontram na falta de concorrência, falta de qualificação da mão-de-obra e na burocracia. Perfeito, só faltam mesmo os impostos, que levam a que seja mais barato e fiscalmente atractivo ir para Espanha e investir em Portugal ou estar na Irlanda e Estónia cujo IRC é nulo ou baixo.

Mas, a API reforçada de Basílio Horta tem que mostrar rapidamente se aquilo que pretende para a economia passa apenas por grandes investimentos a prazo longínquo e execução incerta. Tem que acompanhar e apoiar as PME, tal como se comprometeu oportunamente. Neste número, alguns números sobre um caso de desinvestimento previsível que mereceu fortes apoios e deixou marcas negativas. Claro que quando se anunciou a Lear, ninguém falou do regime de favor dos contratos e dinheiros que beneficiou. É necessária visão de longo prazo no investimento.

Estas debilidades podem-se acentuar se tivermos novo choque petrolífero. Portugal seria o terceiro país da Europa mais afectado.



Alternativas ao crude necessitam-se, e por isso publicamos um estudo sobre o biodiesel, alternativa viável, e sobre a qual o Governo prepara legislação. O Ministério da Economia não quis falar do assunto: nós entendemos que é oportuno alertar para que esta legislação contrarie a habitual tendência para que as regras em Portugal anulem a concorrência. Para que neste como outros sectores, que pode dar origem a muitas empresas e emprego, não fique administrativamente concentrado em meia dúzia de autorizações dadas a grandes empresas.

O choque fiscal invertido tem provocado baixas. A montanha pariu um rato nas listas públicas de devedores, que afinal não eram milhares mas poucas centenas, fundamentalmente contribuintes inactivos e em liquidação. Claro que a lista não incluía as dívidas do Estado e portanto é ilegítima e despropositada. Esperamos pelo final do ano para ver onde pára o défice, se é que pára!

Na prática, o aumento do IVA, o PEC e outras medidas gravosas, têm contribuído para a falta de competitividade. E para a falência de milhares de empresas nos distritos de Porto e

Braga, algo que o Governo sabe que vai aumentar ainda este ano. Enquanto estas empresas desinvestem, portugueses investem em Espanha. Porque os impostos e restantes custos são mais baixos. Porque o mercado e concorrência tornam tudo mais apetecível. Acompanhando a tendência, e fazendo aquilo que o Estado não soube nunca fazer, informamos sobre como constituir e criar uma empresa em Espanha. Colocamos ao dispor das empresas, serviços em Espanha. Depois do “Espanha, Espanha, Espanha” deste Governo já se devia ter feito algo. Como habitualmente são os privados a fazer.

Enfim, é esta visão de longo prazo que falta à nossa política económica. São os oito ministros da economia em 10 anos. São as habituais encenações de grandes investimentos. São as contradições entre apelo ao investimento e caça às bruxas fiscal. São os apelos ao emprego sem coragem para mudar a legislação restritiva que a OCDE aponta. Mas agora, que todos os partidos normais, aqueles que respeitam a liberdade económica e função do empresário, parecem estar de acordo, talvez o líder da oposição possa fazer oposição construtiva obrigando o Governo a cumprir o programa do partido vencedor das eleições e eleito, que punha as PME no cerne. E se algum esquecimento houve entretanto, talvez o Presidente, que já pediu um Provedor para as PME, possa dar com a sua experiência para que mudemos a nossa economia com novas empresas e com concorrência e transparência.

Porque é fundamental romper com os últimos 50 anos. E não se repita a política de permitir apenas a formação de grupos por condicionamento, industrial, político, de autorizações ou de concorrência, e não por real competitividade. É que não resta neste Jornal, a menor dúvida que é o excesso de concentração de poder em meia dúzia de actores, que diminui a democracia, impede o crescimento. Ora se o actual regime emerge para desenvolver democraticamente o país, é altura de a democracia chegar à economia, e não como historicamente, para crescer depender dos favores deste funcionário e daquele Governante. A bem da nação ou em nome da revolução.

ASSOCIAÇÃO DAS PME-PORTUGAL

CONTACTOS

Sede e Serviços Centrais
Rua André Soares, 755, 1º Esq.
4715-002 Braga
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
E-mail: info@pmeportugal.com.pt

Delegação Norte
Avenida da Boavista, 1015, 4º Andar, Sala 103
4100-128 Porto
Tlf.: 22 607 96 50
Fax: 22 607 96 51
E-mail: ipf@pmeportugal.com.pt

Delegação Centro
Edifício IPJ, Av. 25 de Abril
2400-265 Leiria

Tlf.: 244 825 882
Fax: 244 825 884
E-mail: leiria.apoio@pmeportugal.com.pt

Delegação Sul (a partir de Outubro)
Avenida António Augusto Aguiar, nº 100, 1º Esq.
Tlf.: 218 949 025
Fax: 218 949 027
E-mail: sofia.gomes@pmeportugal.com.pt

ficha técnica



Director: Joaquim Rocha da Cunha | **Propriedade:** PME-Portugal - Avenida João XXI - N.º 755, 1º Esq., 4715-035 Braga | Telefone: 707 501 234 | Fax: 707 501 235 | email: info@pmeportugal.com.pt | **Redacção e Departamento Comercial:** Avalanche d'Ideias - Rua André Soares N.º 755, 1º Esq., Sala 7, 4715-035 Braga | Telefone: 253 609 988 | Fax: 253 206 432 | email: geral@avalanche-de-ideias.pt | **Grafismo e Produção:** Cunh@ | **Impressão:** Naveprinter | **Tiragem:** 30000 exemplares | **Depósito Legal** 225578/05 | Registo ICS: 124583 | Distribuição gratuita aos associados da PME-Portugal | **Preço de capa:** 1,50 euros

■ PME-PORTUGAL ABRE CENTRO DE NEGÓCIOS EM VIGO

A um passo do mercado espanhol

A Associação PME-Portugal, em parceria com entidades espanholas, criou condições para as micro, pequenas e médias portuguesas investirem no mercado espanhol ou a partir deste.

A iniciativa integra apoio informativo, técnico, criação e domiciliação de empresas. Trata-se de um Centro de Negócios, instalado em Vigo, que aconselhará os empresários sobre qual o seu posicionamento em Espanha e como deverão trabalhar o mercado espanhol. Esse aconselhamento passa, inclusive, quer pela área comercial, contabilística, fiscal e jurídica, como pelas questões de recrutamento e acompanhamento dos processos laborais.

Mesmo para os empresários que não queiram ter uma empresa própria em Espanha, podem usufruir no centro de Negócios de um espaço apenas para uma pessoa ou através de uma "secretária virtual". O Centro de Negócios apoiará também nas questões de domiciliação de empresas.

"Confiança e não terem medo de arriscar" são, segundo Pilar Blanco Tuimil, pontos essenciais para os empresários terem em conta quando decidem apostar noutro mercado. Para isso, "é fundamental encontrarem um parceiro em Espanha para que não corram tantos riscos, até porque os mercados não são iguais e não podem fazer do mercado espanhol uma réplica da sua estratégia em Portugal", acrescenta Pilar Tuimil.

"A principal estratégia a adoptar é a adaptação ao mercado", acrescenta Alberto Rocha



■ Pilar Blanco Tuimil e Alberto Rocha Guisande

Guisande, economista. Na sua óptica, os factores de sucesso de qualquer empresário que queira investir, neste caso, em Espanha, passam pelo conhecimento e obtenção de informação sobre o mercado, pela sua experiência e referências sobre a sua actividade, e pelo seu envolvimento com parceiros ou aliados.

Questionado pelo Jornal das PME sobre o

facto de os espanhóis serem "acusados" de nacionalistas e de desconfiarem dos produtos estrangeiros, Alberto Guisande, refuta esta visão. "O consumidor espanhol é infiel por natureza e prefere os produtos que vêm de fora ao que se fabrica no seu país". Na sua opinião, "o que acontece é que tanto empresários espanhóis, como portugueses não agem correctamente quan-

Centro de Negócios em Vigo

Contactos
Associação das PME-Portugal
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
E-mail: info@pmeportugal.com.pt

do, por exemplo, "seja por respeito, seja por educação, não têm a coragem de dizer a verdade quando um produto não é o mais adequado ao mercado".

É por este tipo de situações que é "importante ter um parceiro de negócios em Espanha, fazer um estudo rigoroso do mercado e adequar a este o produto". No fundo, "é tudo uma questão de adaptação", sublinha Pilar Tuimil.

"Não há uma receita única para fazer as coisas. Cada caso é um caso. Cada empresário tem de encontrar o seu caminho e o interlocutor adequado", salienta Alberto Guisande. E é nesse ponto que o Centro de Negócios estará à disposição dos empresários portugueses, através da PME-Portugal.

PME-Portugal promove Networking Day

Encontro de Negócios PME

Objectivo

Em reunião informal, pretende-se incentivar os empresários a conhecerem-se, estabelecerem novos contactos e desenvolverem oportunidades de negócio, bem como debater as suas principais preocupações.

Destinatários

Empresários e empreendedores

Data e Local

20 de Setembro, às 19 horas
Albergaria Quinta de Infias – Braga

Mais informações e inscrições

Associação das PME-Portugal
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
E-mail: info@pmeportugal.com.pt

associação
pme
portugal

Entrada gratuita - Limitada ao número de inscrições

Certifique a sua empresa!

Programa Certificação da Qualidade

A PME-Portugal e a Start Idea apresentam um programa de apoio técnico, acompanhamento e formação especialmente a pensar nas Pequenas e Médias Empresas. Se quer implementar um Sistema de Gestão da Qualidade e Posterior Certificação, de acordo com a Norma NP EN ISO 9001:2000, não hesite, inscreva-se já!

uma parceria:

startidea
Consultoria e Negócios

associação
pme
portugal

Inscrições:
tel.: 707 50 1234
Fax.: 707 50 1235
www.pme.online.pt
info@pmeportugal.com.pt



■ CADA CLIENTE É UM CASO ESPECÍFICO E SÃO ELES QUE DEFINEM O NÍVEL DE SUCESSO DA SUA EMPRESA

Clientes: saiba como efectuar o melhor atendimento

Márcia Silva

marcia.silva@pmeportugal.com.pt

Atender clientes é atender pessoas e são essas pessoas que podem determinar o sucesso ou insucesso do seu negócio, através de uma simples atitude: ficar na sua empresa ou mudar-se para os seus concorrentes.

Conhecer as suas preferências e gostos, antecipar as suas necessidades e proporcionar-lhes a qualquer hora o que desejam, são questões que ultrapassam a boa recepção no estabelecimento, a cordialidade ao telefone e a rapidez na resposta ao seu e-mail.

Vários estudos realizados demonstram, por etapas, o que é necessário para conhecer, proporcionar e agradar o seu cliente. O Jornal das PME, com o objectivo de aumentar a excelência do seu negócio, apresenta-lhes alguns passos que considera essenciais para um eficaz atendimento ao seu cliente.

Etapa 1:

Captar a voz do cliente

Considerada a fase inicial de todo o processo de atendimento, assenta na ideia de que é necessário falar com os clientes. Para tal, tor-

na-se fundamental organizar um plano de visitas a clientes, ou potenciais clientes, para recolher o máximo de informação possível, com o âmbito de proporcionar, posteriormente, um atendimento de qualidade. Esta primeira etapa pode ser dividida em quatro pontos:

- Definir os clientes a serem contactados. Escolher, de preferência, clientes representativos de diferentes segmentos de mercado e com diferentes opiniões. Lembre-se que o importante não é recolher uma grande quantidade de dados, mas sim dados com qualidade.

- Organizar a visita. Antes de ir visitar o cliente é de extrema importância definir o propósito dessa mesma visita. A pretensão pode abranger recolha de informação sobre mercados, expectativas, concorrência, compreender a forma como o cliente utiliza os produtos, como funciona a distribuição e quais os mecanismos de decisão e elementos que levam à fidelização.

- No que toca aos entrevistadores, estes devem fazer parte da empresa, ser bons ouvintes. Não deverão conduzir a entrevista de forma rígida, isto é, devem manter o espírito aberto e saber aproveitar tudo o que o entrevistado vai dizendo. Lembre-se que o papel do entrevistador não é contradizer o cliente, mesmo que este não tenha razão, nem vender o produto, é

simplesmente fazer uma colecta de informação.

Etapa 2:

Identificar as expectativas dos clientes

Nesta fase transforma-se a “voz do cliente”, tudo o que ele disse na entrevista, em expectativas precisas. É necessário traduzir os desejos e opiniões, em linguagem útil para a empresa.

Etapa 3:

Analisar as expectativas do cliente:

Uma vez que as afirmações dos clientes foram convertidas em expectativas concretas, está na hora de analisá-las. Para isso deve-se criar uma série de indicadores que tenham como objectivo identificar quais são as funções dos produtos ou serviços que os clientes valorizam mais, podendo considerá-las obrigatórias, atraentes ou indiferentes.

Etapa 4:

Concretização do atendimento

Após percorrer as três etapas anteriores, a empresa dispõe de todos os elementos que necessita para adoptar as decisões estratégicas. Compreendendo as expectativas do cliente, o próximo passo é utilizar a informação para concretizar o atendimento.

Para que o atendimento seja optimizado é necessário:

- Respeito humano: é importante termos em consideração que as pessoas não são todas iguais e que têm feitos e modos de ser diferentes. O respeito é um dos fundamentos principais.

- Interesse pelas pessoas: por mais diferentes que possamos ser, gostamos sempre que se interessem por nós e pelos nossos

problemas. Preste atenção ao seu cliente.

- Nunca queira ser dono da verdade: nunca se considere totalmente capaz e nunca pense que sabe tudo sobre um assunto ou produto. Há sempre algo mais a aprender.

- A primeira impressão é que conta: portanto não seja agressivo, ofensivo e distraído. Lembre-se que o cliente satisfeito volta sempre.

- Ao receber o cliente: faça perguntas para descobrir as suas necessidades e desejos e deixe-o responder livremente, sem limitações.

- Para que o seu atendimento se destaque dos outros faça algo extra, preocupe-se com o problema e mostre-se disponível para ajudar.

- Por último, para atender bem o seu cliente, a sua empresa terá que ser orientada para o serviço, manter um relacionamento com o cliente, demonstrar que tem valor, integrar em tempo real as informações da empresa e possuir um canal de comunicação fácil de usar e acessível.

Na opinião de Maria de Fátima Paulo, consultora e formadora na área de gestão de recursos humanos, os clientes estão a tornar-se cada vez mais importantes na vida da maioria das organizações, à medida que a concorrência aumenta.

Vivemos num século onde persistem as grandes transformações e mudanças que se demarcam pela globalização dos mercados e economias, aumento das actividades empresariais, crescente exigência de clientes e consumidores, pela diversificada oferta de produtos e serviços e, pelo crescente poder dos efeitos dos media sobre a opinião pública.

Uma das competências essenciais das empresas é o atendimento ao cliente. Criar um bom produto ou serviço é um aspecto fundamental para a gestão organizacional, mas se conhecermos as preferências dos nossos clientes e se chegarmos ao seu “coração”, para além de satisfizermos um cliente, possivelmente estaremos a fidelizá-lo.

NOVAS
SOLUÇÕES
PARA O SEU
NEGÓCIO?



MARQUES & MENDES, LDA
CONSULTORIA ECONÓMICO
FINANCEIRA, FISCALIDADE E
CONTABILIDADE

marquesmendes@portugalmail.pt
tlf.: 253 573 300

ESTILOS DE ATENDIMENTO PARA DIFERENTES TIPOS DE CLIENTE:

Cliente Dominante

Se o perfil do cliente for:

Orientado para resultados
Impaciente
Decidido e com opinião própria
Controlador

O comportamento de quem o atende deve:

Ser claro, específico, breve e eficaz
Focar-se nos factos e na lógica
Fornecer factos e números
Convencer, fazer referencia a objectivos e resultados

Cliente Expressivo

Se o perfil do cliente for:

Sonhador
Necessita de aprovação
Baixa estima
Generalista
Opiniões formadas
Impulsivo

O comportamento de quem o atende deve ser:

Dar apoio ao sentimento e valores.
Ser estimulante e sociável, mas seja rápido.
Evite detalhes pormenorizados do serviço.
Elogie.
Pedir opinião e ideias para o atender melhor.
Apresentar testemunhos de pessoas importantes na matéria.
Continuar a apoiar o relacionamento, ser casual.

Cliente Observador

Se o perfil do cliente for:

Bom ouvinte
Não gosta de arriscar
Não exerce pressão
Inseguro e com necessidade de confirmações

O comportamento de quem o atende deve ser:

Ser sincero e mostrar interesse no cliente, como pessoa humana.
Realçar metas pessoais e trabalhar para atingi-las com o mínimo de risco possível.
Estimular e fazer perguntas.
Ser ordenado e oferecer soluções com garantias.

CONSELHOS E DICAS

O que nunca se deve dizer a um cliente?

**Manuela Cunha:**

“Se considerarmos que o atendimento tem como objectivo ajudar o cliente a resolver os seus problemas ou a satisfazer as suas necessidades, o pior que pode acontecer, é que o cliente ouça alguém no atendimento a dizer-lhe “Não temos”, “Não é o meu sector”, “Não é aqui”, “Não...” Este tipo de expressões mostram negativismo, desinteresse e falta de profissionalismo. Caso não estejamos em condições de responder ou servir, no momento, o cliente, devemos educadamente dizer-lhe: “Vou-me informar melhor sobre o seu pedido e logo que possível responder-lhe-ei”, ou então “De momento não temos o produto, mas se assim dese-

jar fico com o seu contacto e logo que haja, informá-lo-ei”.

**Eurico Sousa:**

“Nunca se deve dizer “Não tenho”, “Não posso” ou “Não quero”. Não devemos esgotar o potencial de relacionamento existente em qualquer abordagem com um cliente”.

Maria de Fátima Paulo:

“Muitos dos colaboradores que assumem a função de atendimento a clientes não estão preparados para satisfazer o pedido ou

responder às solicitações ou exigências desses clientes. Por tal, algumas respostas transmitidas por estes, acabam por enfurecer, irritar e afastar o nosso principal interlocutor, o cliente. Podemos apontar como exemplos, os seguintes: “São as regras...”, “Não estou autorizada a...”, “Está para além das possibilidades das minhas funções...”, “O meu colega que está a tratar do seu assunto foi de férias...”, “Somos poucos para muito trabalho...”, “Não lhe sei responder...”, “Vai ter de contactar o departamento responsável pelo assunto...”, “Tentarei expedir a sua encomenda assim que puder...”. Estas respostas são muito frequentes no dia a dia, que obviamente, os clientes não gostam de ouvir”.



Como lidar com um cliente irritado e mal-educado?

**Manuela Cunha:**

“Este tipo de cliente mostra geralmente um comportamento agitado, sem paciência para ouvir qualquer explicação, interrompe as pessoas com quem fala, gesticula muito, grita ou fala muito alto, tudo o irrita e tudo no nosso serviço é mau. O que fazer então com este cliente?

Antes de mais diria que não se deve interromper este cliente – que se deve deixá-lo falar para libertar a sua raiva – porque enquanto não o fizer, não estará disponível para nos ouvir. Através de expressões tipo “Compreendo perfeitamente a sua posição”, “Vamos fazer tudo para resolver o seu problema”, “Imagino como se deve estar a sentir”, tentamos acalmar o cliente, mostramos interesse pelo seu problema e que temos vontade de solucioná-lo. Depois de acalmar o cliente, falando moderadamente e educadamente, temos dar-lhe respostas claras e objectivas”.

**Eurico Sousa:**

“Deixá-lo falar, ouvi-lo e no final, de uma forma calma, simples e convicta, procurar trazê-lo à razão, a um nível de comportamento mais racional e fazendo passar

os nossos pontos de vista. Não nos devemos deixar arrastar para o mesmo registo de comportamento do cliente”.

**Maria de Fátima Paulo:**

“O tipo de interlocutor mal-educado, irritado ou nervoso é aquela pessoa que, aproveitando a sua condição de cliente, se torna grosseira, tentando provocar uma resposta agressiva. Geralmente, transmite stress quando comunica e cria um ambiente de ansiedade.

Passo a explicitar algumas regras essenciais para gerir um relacionamento com este tipo de interlocutor:

1. Escutar com interesse, o nosso interlocutor, se necessário, com expressões que demonstrem que o estamos a escutar: “Sim...”; “Estou a entender...”;
2. Evitar discutir, não contradizer e evitar expressões agressivas, tais como: “Isso não está certo...”; “O Senhor(a) não tem razão...”;
3. Manter uma atitude serena e não agressiva;
4. Averiguar quais as verdadeiras causas da sua insatisfação ou reclamação;
5. Utilizar expressões neutras e positivas. Não é necessário dizer se o cliente tem ou não razão. Se insistirmos: “O (A) Sr.(a) não tem razão absolutamente nenhuma...”. Esta

postura, só vai complicar mais as coisas, quer para o Cliente, quer para Si;

6. Não minimizar o problema. “Também não é para tanto...”;

7. Ter uma atitude objectiva, sem se desresponsabilizar das situações apresentadas pelo cliente. “Isso não depende de mim”;

8. Não repetir a reclamação ao interlocutor. “Então o problema consiste em...”. Isso só o vai aborrecer mais e a sua agressividade será maior;

9. Não interromper e nem terminar as frases do interlocutor. “Sim... Sim... Já estou a ver o que é que lhe aconteceu...”;

10. Deixar que o interlocutor desabafe e aplicar a escuta activa;

11. Oferecer soluções ou alternativas;

12. Esperar que diminua o nível de agressividade: baixando o tom de voz e dilatando as palavras.

Quando o cliente expõe a sua situação, diminui a sua agressividade. É nesse momento que o cliente manifesta o desejo de que se lhe responda.

Não devemos esquecer que simpatia gera simpatia. Antipatia gera antipatia. Mesmo que o seu cliente opte pela antipatia, no seu caso insista na simpatia, verá que o resultado será positivo!”

Como cativar um Cliente?

**Manuela Cunha:**

“Cativamos um cliente se tivermos uma imagem positiva, que se reflecte: na simpatia e na amabilidade com que é atendido; na comunicação clara e objectiva que lhe é transmitida; no interesse e entusiasmo com que o recebemos; na prontidão e profissionalismo com que resolvemos os seus problemas; na disponibilidade que demonstramos; na atenção com que o ouvimos e na segurança que lhe transmitimos sempre que nos questiona”.

**Eurico Sousa:**

“Promovendo o desenvolvimento de relações sustentadas na permuta de valor. O desafio estará sempre na identificação dos atributos mais valorizados pelo cliente de modo a poder propor-lhe, de forma coerente e a longo prazo, soluções por ele percebidas como superiores. Só deste modo, a minha proposta poderá ser a preferida pelo cliente. Mais do que produtos, os clientes pretendem experiências agradáveis”.

**Maria de Fátima Paulo:**

“Os nossos erros, as nossas falhas são uma aprendizagem constante que devem ser transformados nos desafios do futuro, para que possamos cativar os nossos “Clientes”.

Uma boa política de Serviço e Atendimento ao Cliente deve seguir os seguintes passos:

Acolhimento

Esta é a primeira fase do atendimento. Nele é determinante o impacto criado no cliente pelo responsável do atendimento, e que deverá ser positivo, acolhedor, e ao mesmo tempo determinado. É importante despertar a confiança do cliente, para a nossa empresa, para o nosso serviço e para a nossa equipa.

Escutar o Cliente

Fazer ouvir a voz dos clientes satisfeitos e insatisfeitos. Ele diz-nos tudo de muitas maneiras, manifestando o seu agrado ou o seu descontentamento, através da correspondência que nos envia, os testemunhos deixados nos livros de reclamações, face-a-face, etc...

Por tal, é importante organizar a escuta ao cliente e conhecê-lo o mais possível, para que possamos difundir ao conjunto dos colaboradores, as suas evoluções, os seus gostos, as suas solicitações e se o nosso produto ou serviço corresponde às suas expectativas.

Atenção ao Cliente

Devemos acolher positivamente o cliente, dedicando-lhe o tempo necessário para responder às suas solicitações e investir no tratamento das reclamações. Cada queixa apresentada permite à empresa progredir e, consequentemente diferenciá-la das outras. Então, é essencial conhecer a situação que afecta o cliente, identificando sentimentos e factos, para que assim possamos ganhar a sua simpatia e compreensão.

Actuar para Conquistar

O Cliente testa incessantemente a capacidade da empresa e da sua equipa na resposta aos seus pedidos. Devemos demonstrar dinamismo, capacidade de intervenção, ser afirmativo e preciso. Devemos evitar as palavras e promessas vagas. O Cliente tem de se sentir confiante e que sai das nossas instalações com o seu pedido satisfeito ou o seu problema resolvido.

Organizar o nosso Serviço

É importante a empresa estabelecer normas, procedimentos internos no atendimento de Clientes, para que assim, os colaboradores possam responder ou resolver as solicitações dos clientes.

Também é essencial dar aos nossos colaboradores os meios, a formação, a autonomia de que precisam para satisfazer o cliente”.

■ EMPRESAS REAGEM COM DESCONFORTO AO “APERTO” DAS FINANÇAS

“O fisco anda de pistola a assaltar as empresas e os contribuintes”

Em entrevista ao Jornal das PME, Ana Isabel Maia, sócia-gerente da Unignosis – Consultadoria de Gestão, e Fernando Zenha, director-geral da Fernando Zenha e Associados, Lda. – Consultoria e Gestão, revelam os seus pontos de vista em relação às medidas levadas a cabo pelo Governo.

Como é que as empresas têm reagido ao apertar do cerco feito pelo Governo, em relação à fuga fiscal?

Ana Isabel Maia - Em termos médios, quer no caso das empresas em que sou responsável financeira ou consultora externa, quer na minha própria empresa, as reacções têm sido positivas, no sentido em que pensamos que a distribuição fiscal deveria ser mais homogénea e justa entre empresas e entre particulares sujeitos a IRS. Ou seja, se todos contribuíssemos efectuando a liquidação devida dos impostos, todos, individualmente, teríamos uma carga fiscal menos penalizadora no caso dos contribuintes que liquidam correctamente e atempadamente as suas contribuições.

De facto, as empresas que têm vindo a cumprir as suas obrigações fiscais estão a ser fortemente penalizadas, em termos de concorrência de mercado, pelas firmas que não têm a mesma postura em termos de comportamento fiscal.

Fernando Zenha - Com muito desconforto porque, sem dúvida, que as ferramentas que hoje em dia são disponibilizadas pelas finanças são um avanço para as empresas. Ferramentas tais como o envio pela Internet das declarações fiscais, a consulta da situação fiscal, isso é um ponto a favor da administração fiscal, mas, por outro lado, continua-se a cometer o erro de não proteger aqueles que cumprem com as obrigações. Há erros nas bases de dados, os contribuintes e as empresas são notificados por situações que não correspondem à realidade e de uma forma bastante desagradável. Isto para quem cumpre com bastante dificuldade, é muito incómodo.

Tem tido percepção de um aumento das dificuldades das empresas, após a aplicação destas medidas?

Ana Isabel Maia - Em geral, no caso de empresas cumpridoras, essas medidas não causam dificuldades, dado que as suas obrigações fiscais estão a ser cumpridas.

Penso que apenas será de referir como excepção, as empresas em que o Estado tem elevados atrasos como cliente, que creio que deveriam ser consideradas de forma diferenciada.

Poderá também haver a lamentar alguns erros, mas que se têm verificado mais em termos de Segurança Social. Nesses casos de erros específicos, penso que o Estado terá de melhorar no atendimento às reclamações de lapsos e corrigir os erros de ficheiros. Com efeito, estes erros têm penalizado algumas empresas e/ou contribuintes.

Fernando Zenha - Sem dúvida alguma. A carga fiscal é muito grande e, perdoeme a expressão, “parece que o fisco anda de pistola a assaltar as empresas e os contribuintes”, tornando tudo muito difícil. Digamos que o peso dos impostos e da administração fiscal na vida das empresas, é muito elevado.

Na vossa opinião, quais são os sectores que têm sido mais afectados?

Ana Isabel Maia - Penso que os sectores que podem passar dificuldades, devido ao grau de cumprimento das contribuições fiscais e Segurança Social, serão maioritariamente os sectores da construção civil e sub-sectores relacionados, bem como a área da restauração (cafés, restaurantes, snack-bars).

Fernando Zenha - Eu penso que os profissionais liberais e, em termos de empresas, os sectores da construção civil e da restauração, têm sido os mais afectados.

Do vosso ponto de vista, estas medidas têm sido aplicadas correctamente, ou haverá uma solução que beneficie ambas as partes?

Ana Isabel Maia - O Estado está a ser mais eficaz no caso de penhoras e execuções, penso, contudo, que no caso de empresas que são fornecedoras do Estado e têm elevados atrasos de recebimento junto deste, deveria haver acertos de contas, de forma a ser correcto solicitar o pagamento de impostos a esse tipo de empresas.

Com efeito, constata-se que muitas empresas de obras públicas, por exemplo, que estão em atraso junto das Finanças e Segurança Social têm dívidas de mais de um ano do Estado, que estão a bloquear a sua tesouraria e a causar os atrasos junto do Estado.

Fernando Zenha - Acho que há uma solução que poderá beneficiar ambas as partes. A meu ver, ainda falta um procedimento nesta nova era da electrónica fiscal, que passa pela possibilidade de haver um interlocutor para cada empresa, tal como existe os gestores de contas, nos bancos. A nível da administração fiscal, devia haver alguém, um gestor, que tivesse uma carteira de contribuintes, que conhecesse a realidade de cada um e que fosse fácil de contactar quando nos surgisse um problema, sem termos que correr para as repartições de finanças, para a direcção geral de finanças e para a direcção geral de contribuições e impostos. Já tivemos processos em que tivemos que correr para as três, porque estas entidades não funcionam entre elas, parece que têm fronteiras, a informação chega em separado às três.

Mas, reforçando a ideia, era de enorme importância a existência de alguém que tratasse e ajudasse os contribuintes a resolver os problemas que são levantados, muitas vezes, por erros da administração fiscal. Haver alguém onde, de alguma forma directa e simples, por e-mail ou por telefone, conseguisse canalizar esses problemas e, dentro da máquina fiscal, passasse a informação de modo a solucioná-los.

“Quem tem telhados de vidro...”

“A montanha pariu um rato”. É desta forma que a Associação das PME-Portugal classifica a “lista negra dos devedores ao fisco”. Dos dados iniciais que apontavam para milhares de incumpridores, rapidamente o número baixou para os 300 faltosos. E na maioria dos casos são empresas que estão sem actividade ou com extinção em curso. Alguns nomes na lista são até de empresas desactivadas já há cerca de três anos.

Afinal, as listas tão apregoadas conterem juntas menos de mil faltosos, num universo de mais de 300.000 empresas existentes em Portugal, é sinal que a maioria esmagadora dos empresários

são cumpridores. “Então, porquê passar a imagem negativa de que os empresários são uns malandros e que não pagam os impostos?”

De qualquer forma, entende a PME-Portugal que “importa filtrar as diferentes situações e analisá-las, sem prejuízo de publicações de qualquer tipo de listas, desde que haja o devido cuidado no seu tratamento e na sua fiabilidade.”

Para a Associação das PME, “a única dúvida que subsiste prende-se com a legitimidade moral que o próprio Estado tem nesta matéria”. Até porque “quem tem telhados de vidro... não deveria lançar pedras”.

Qualifique a sua empresa!

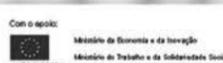
programa gestores pme

Acolha na sua empresa estagiários nas áreas:
Gestão da Qualidade | Gestão da Segurança e Higiene do Trabalho*

Para mais informações

PME-Portugal – Gestores PME
 Rua André Soares, 129, 1º Esq.
 4715-002 Braga

Telf.: 707 50 1234
 Fax: 707 50 1235
 info@pmeportugal.com.pt



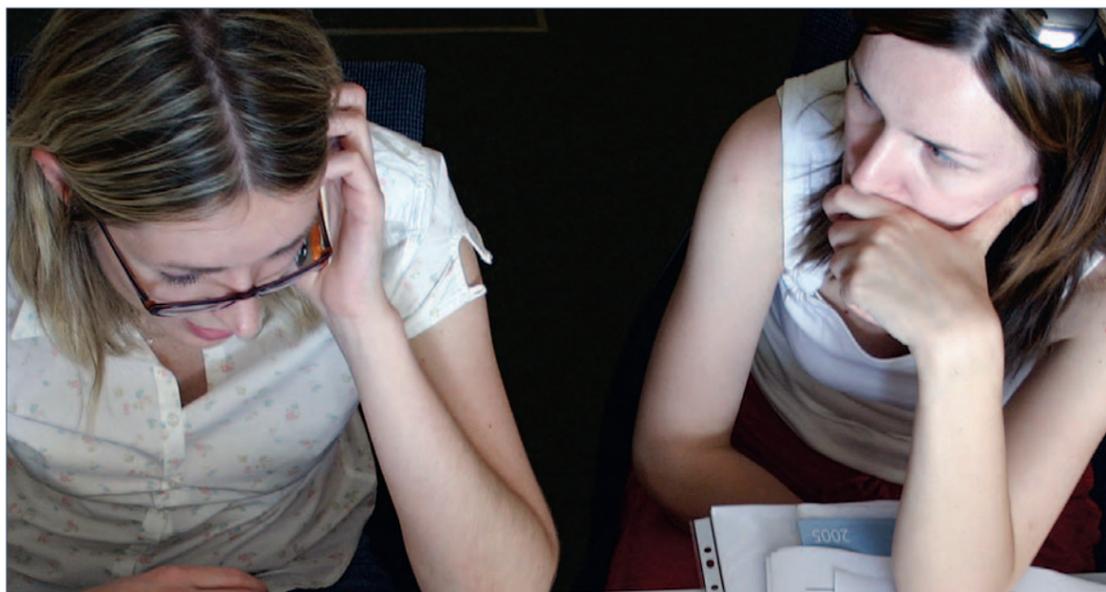
Contempla vertente opcional de especialização em HACCP



■ SÓ NA 2ª EDIÇÃO, O APOIO FINANCEIRO DA PME-PORTUGAL ÀS NOVAS EMPRESÁRIAS JÁ ULTRAPASSOU OS 200 MIL EUROS

Programa Empreendedoras PME financia criação de mais 13 novas empresas

Portugal tem mais 13 novas empresárias. Isto porque após frequentarem o programa Empreendedoras PME, as agora empresárias vêem aprovados os seus projectos de criação do próprio negócio. O valor total do incentivo atribuído a estas 13 empreendedoras atinge os 60.200 euros. O valor global das duas edições do programa já realizadas ultrapassa os 200 mil euros. Actualmente, decorre a 3ª edição do Empreendedoras PME.



■ Aveiro, Coimbra e Leiria contam com 13 novas empresas surgidas do Programa Empreendedoras PME

serviços de tradução, entre outras.

Antes de entrarem para o Programa Empreendedoras PME estas mulheres já tinham, na sua maioria o desejo de criar o seu próprio negócio, mas foi através deste programa proporcionado pela PME-Portugal que conseguiram alargar conhecimentos que lhes faltavam nas áreas de gestão estratégica, de contabilidade, de finanças, de marketing e de mercados, de direito, entre outras.

Ao longo das duas últimas edições levadas a cabo pela PME-Portugal, cerca de uma centena de empreendedoras criaram o próprio negócio, no Norte e Centro do país. O objectivo é dotar as mulheres de condições necessárias para enfrentar o, cada vez mais competitivo mercado, incutindo um espírito empreendedor e de iniciativa empresarial.

Os resultados de sucesso de mais uma edição deste programa de empreendedorismo da PME-Portugal realça o facto de se “estar a caminhar para uma sociedade mais equilibrada, onde as mulheres assumem cada vez mais uma dinâmica e protagonismo no tecido empresarial”, afirma a Direcção Nacional da PME-Portugal.

Contudo, para que tal continue é necessário que “acreditem nos seus projectos e enfrentem as dificuldades de todos os dias”. Porém, é essencial que hajam mecanismos de apoio e que os organismos governamentais facultem ferramentas para que o trabalho possa ser realizado. A PME-Portugal tem trabalhado neste sentido e combatido burocracias para que, de facto, os projectos se realizem.

É neste contexto que a PME Portugal promove mais uma iniciativa de empreendedorismo e criação de empresas por mulheres.

■ ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA A 3ª FASE

“Programa abre os horizontes”

Até Setembro, encontram-se ainda abertas as inscrições para a 3ª fase da edição de 2006 do Programa Empreendedoras PME. Os distritos abrangidos são Braga, Porto, Aveiro e Leiria. Conheça alguns dos testemunhos de mulheres que arriscaram e abriram o seu próprio negócio.

Cláudia Alexandra Ferreira

Organização de Eventos

“O programa Empreendedoras PME revelou-se bastante útil.”

Elisabete Mendes Lisboa

Restaurante tradicional

“Gostei de ter frequentado o programa, o apoio que foi dado foi muito grande, embora já dominasse as áreas ministradas durante a formação.”

Sandra Cristina Amaro

Serviços de tradução, assessoria administrativa e serviços de explicação escolares

“Achei o programa interessante. Do ponto de vista de quem está interessado em criar o próprio negócio, o programa deu linhas orientadoras: motivação e organização.”

Sandra Maria Emiliano

Comércio a Retalho de artigos de papelaria, jornais e revistas

“Foi uma grande ajuda e a formação muito útil. Havia muitas coisas que desconhecia.”

Lucília Maria Castro

Catering

“Como tenho conhecimentos na área da gestão, o programa em si não trouxe muitas novidades, no entanto reconheço que para quem vem da área das letras, o programa abre os horizontes. O programa incentiva e, nós que andamos desesperadas à procura de emprego, precisamos de um empurrão destes.”

Irene Pereira Marcelino

Manutenção, plantação de jardins e espaços verdes

“O programa ajuda imenso para quem tem dificuldades financeiras. É uma grande vantagem.”

Das 13 novas empresárias, seis são de Leiria, três de Aveiro e quatro de Coimbra. Embora o Empreendedoras PME apoie negócios na área da tecnologia e nova economia, as actividades a desenvolver por estas empresárias situam-se mais nos serviços, como organização de eventos, elaboração e comercialização de peças artesanais,

Desempregada? Crie o seu próprio emprego!

Programa Empreendedoras PME
BRAGA, PORTO, LEIRIA
Setembro 2006

Mais Informações em
www.pmeportugal.pt
tel.: 707 50 1234

associação
pme
portugal



LICENCIATURA

- **Curso Superior de Gestão Imobiliária***
1º ciclo de 3 anos conforme Processo de Bolonha



Cursos certificados por
European Council
of Real Estate Professions
www.cepi.be

MBAS

- **Avaliação Imobiliária*** *8ª Edição*
- **Gestão, Promoção e Montagem de Negócios Imobiliários***

PÓS-GRADUAÇÕES

- **Direito e Fiscalidade no Imobiliário**
- **Reabilitação Urbana**
- **Gestão das Cidades**
- **Patologias e Reabilitação de Edifícios**

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

- **Avaliação Imobiliária*** *9ª Edição*
- **Angariador Imobiliário**
- **Mediação Imobiliária****
- **Gestão e Administração de Condomínios** *4ª Edição*
- **Reabilitação Urbana**
- **Perito Avaliador das Finanças**
- **Perito Avaliador Judicial**
- **Marketing Imobiliário**

* Certificado pela CMVM - Comissão de Mercados de Valores Mobiliários

** Reconhecido pelo IMOPPI - Instituto dos Mercados de Obras Públicas e Particulares e do Imobiliário

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

ESAI - Escola Superior de Actividades Imobiliárias

Tel.: 21.839.20.00 / Fax: 21.839.20.60 / E-mail: esai@esai.pt

Praça Eduardo Mondlane, 7C Marvila

1950-104 Lisboa

Homepage: www.esai.pt

18º

Aniversário

ESAI
Escola
Superior
de Actividades
Imobiliárias



Protocolos com:



Universidade
de Salford
Manchester,
Reino Unido



Universidade
de Fontys
Eindhoven,
Holanda



Fac. Católica de Ciências
Empresariais da Baía
S. Salvador,
Brasil



Universidade
Miguel Hernández
Elche,
Espanha



Universidade
Nacional da Liberdade
Lisboa



Liberdade
Editora de Estudos
Liberais



Associação Portuguesa
de Empresas de Gestão
e Administração
de Condomínios



Associação
dos Agentes Técnicos
de Arquitectura
e Engenharia



Associação Portuguesa
das Empresas
de Mediação Imobiliária



Associação Nacional
dos Avaliadores
Imobiliários



Associação
dos Industriais
da Construção
de Edifícios



Sindicato
Nacional
dos Engenheiros



Associação
Nacional
dos Engenheiros
Técnicos

■ BIODIESEL PERMITE A REDUÇÃO DA DEPENDÊNCIA DO PETRÓLEO

O novo combustível

Combater as constantes subidas dos preços do gasóleo, gasolina e derivados do petróleo é uma necessidade urgente de Portugal, um dos países mais dependentes, com inteira necessidade de importação e que sofre com o disparar contínuo dos preços do crude, a cada ameaça de guerra ou crise internacional.

Márcia Silva

marcia.silva@pmpportugal.com.pt

Seguindo os passos de vários governos mundiais, o Estado português resolveu apostar afincadamente na implementação do biocombustível, aprovando no ano transacto a isenção dos impostos dos produtos petrolíferos (ISP), como medida de desenvolvimento do biodiesel e redução da luso-dependência face ao petróleo.

Actualmente, o mercado português conta com a junção de gasóleo e biodiesel, através da incorporação de até cinco por cento deste componente renovável, em todo o gasóleo distribuído pelo aparelho nacional de refinação e logística. Saliente-se que tal sucede devido a uma directiva comunitária sobre biocombustíveis, que estabelece que cada estado membro da União Europeia teria que assegurar até ao início de 2006 a incorporação de pelo menos dois por cento de biodiesel, em toda a gasolina e gasóleo utilizado nos transportes públicos.

Considerado um combustível renovável, o biodiesel pode ser produzido através de gorduras vegetais ou animais, bem como por matérias-primas virgens, como é o caso dos óleos vegetais, ou através de óleos já utilizados.

O impacto positivo desta medida a nível ambiental é expressivo, permitindo a redução de emissões de partículas de hidrocarbonetos e de enxofre, para além de conter onze por cento de oxigénio, o que torna a combustão mais limpa.

Uma das grandes vantagens deste combustível "verde" é o facto de não obrigar a nenhum tipo de alteração no veículo e, de o desempenho e o consumo dos motores não registar nenhuma variação.

Questionado pelo Jornal das PME acerca do diploma sobre bio-combustíveis que se encontra actualmente em discussão, António Castro Guerra, Secretário de Estado Adjunto, da Indústria e Inovação, considera que este não é o momento oportuno para qualquer declaração pública sobre a matéria.



■ A distribuição de gasóleos com biodiesel representa uma redução de 15 a 20 por cento nas importações

A implementação da distribuição de gasóleos com biodiesel representa uma redução de quinze a vinte pontos percentuais nas importações portuguesas, contribuindo simultaneamente para a diversificação das fontes e para a redução da dependência energética.

A criação de uma fileira de biocombustíveis em Portugal permitiu a criação de fábricas de biodiesel e de bioetanol. A Sunergy Energias Re-

nováveis SA, em Lisboa, a Dieselbase – Energias Renováveis Lda., em Setúbal, e a Space Eco-Combustíveis, em Famalicão, são três exemplos diferenciados de produtores deste combustível ecológico. (ver caixa)

Apesar de os custos de produção serem mais elevados, o preço final do gasóleo para o consumidor não sofre qualquer alteração devido à isenção fiscal de ISP proporcionada pelo Governo.

A perspectiva portuguesa é atingir, até 2010, a percentagem de 5,75 por cento de incorporação, sendo de igual modo, objectivo da Comissão Europeia, não só reduzir a emissão de gases poluentes, tendo em vista o Protocolo de Quioto, mas também, reduzir a dependência do sector dos transportes em relação ao petróleo.

uniGnosis
CONSULTORIA DE GESTÃO

Consultoria Económico - Financeira, Fiscalidade, Auditoria, Estratégia e Avaliação

Rua do Salgueiral 62 1º loja 15, Porto
tlm.: 912 227 690



jorge mendes
UNIPESSOAL, LDA

Consultoria e Auditoria nas Áreas da Qualidade, Ambiente e Segurança

jorge.mmendes@netcabo.pt
tlm.: 914 589 308

	Sunergy, Energias Renováveis SA Augusto Carvalho	Dieselbase – Energias Renováveis, Lda. Filipe Paulette	Space – Eco Combustíveis Ricardo Mota e Pedro Amorim
Quais as matérias-primas que utilizam na produção de biodiesel?	Mistura (blend) de óleos vegetais novos e usados. Temos experimentado o biodiesel de óleo de semente de algodão e de rícínio, entre outros.	Óleo vegetal usado e o metanol, que posteriormente sofrem um tratamento e são transformados em ésteres metílicos “aka”.	Óleos vegetais provenientes da restauração e óleos novos.
Capacidade actual de produção da empresa?	Capacidade actual é de 5.000 toneladas por ano	Capacidade actual é de 12.000 litros por dia	Capacidade actual é de 5 toneladas diárias.
Quais as áreas de actividade dos vossos principais clientes?	Transportes terrestres, quer de mercadorias, quer de passageiros.	Empresas de transportes e de serviços com frotas de veículos diesel.	Transportes pesados e ligeiros, particulares. Fornecemos também para aplicações em geradores e caldeiras.
Quais os níveis de concentração que utilizam?	O nosso mercado alvo utiliza biodiesel como aditivo, 5%, e como combustível puro ou em grande percentagem, B30, B50 e B80.	Aconselhamos aos nossos clientes a utilização de B20. 20% de biodiesel e 80% de gasóleo.	Nós vendemos mistura B30, 30% de biodiesel e 70% de gasóleo. Não vendemos B100 por razões de ordens técnicas.
Qual a necessidade actual em Portugal?	Portugal é o país da EU com maior dependência energética, em particular petrolífera, logo a necessidade é muito grande.	A necessidade é bastante grande. Actualmente estima-se que Portugal esteja a consumir cerca de 300.000 toneladas por ano.	A necessidade é grande e a prova está no facto de já não procurarmos clientes, actualmente eles é que nos procuram a nós.
Dados das empresas:	Rua da Estrela, 21, 3º 1200-668 Lisboa Telf: 213 978 087 acc@sunergyfuels.com	R. António José Batista, 86, módulo 9 2910-397 Setúbal Telf: 265 520 582 info@dieselbase.com	Rua 8 de Dezembro, Lugar da Igreja 4760-016 V.N. Famalicão Telf: 252 314 258 space-co@sapo.pt

Esta reportagem pode ser lida na íntegra em www.pme.online.pt

■ FICHA INFORMATIVA

Biodiesel

O biodiesel é um combustível produzido a partir de óleos vegetais, óleos de cozinha usados ou gorduras animais. É não tóxico, biodegradável e renovável, e substitui o gasóleo. As emissões produzidas pela utilização de biodiesel puro são substancialmente menores quando comparadas com as do gasóleo.

O biodiesel pode ser produzido recorrendo a tecnologias simples e não muito dispendiosas, sendo que em Portugal pode alcançar um lugar de destaque na sua produção e utilização, contribuindo para a redução da dependência externa de petróleo, bem como para a criação de riqueza e protecção do ambiente.

Processo de produção

O biodiesel é fabricado através de um processo químico chamado transesterificação, onde a glicerina é separada da gordura ou do óleo vegetal. O processo gera dois produtos: ésteres

(o nome químico do Biodiesel) e glicerina (produto valorizado no mercado de sabões).

Nomenclatura do biodiesel

Mundialmente passou-se a adoptar uma nomenclatura bastante apropriada para identificar a concentração do biodiesel na mistura. É o Biodiesel BXX, onde XX é a percentagem, em volume, do biodiesel à mistura. Por exemplo, o B2 significa que o combustível tem uma concentração de 2% de biodiesel.

A experiência de utilização do biodiesel no mercado tem sido feita em quatro níveis de concentração:

- Puro (B100)
- Misturas (B20 – B30)
- Aditivo (B5)
- Aditivo de lubrificantes (B2)

Vantagens do biodiesel

- É uma energia renovável.
- É um óptimo lubrificante e pode aumentar a vida útil do motor.

- Tem um risco baixo de explosão. Necessita de uma fonte de calor superior a 150 graus celsius para explodir.

- É de fácil transporte e tem fácil armazenamento, devido ao seu menor risco de explosão.

- O uso como combustível proporciona ganhos ambientais para todo o planeta, pois colabora para diminuir a poluição e o efeito estufa.

- A viabilidade do uso directo foi comprovada na avaliação dos componentes do motor, que não apresentaram qualquer tipo de resíduo que compromettesse o desempenho.

- Para a utilização do biocombustível não é necessária fazer nenhuma adaptação em camiões, tractores ou máquinas.

- O diesel do petróleo é um combustível não-renovável. O petróleo leva milhões de anos para se formar.

- Substitui o diesel nos motores sem necessidade de ajustes.

- Diminuição da poluição atmosférica.

- O calor produzido por litro é quase igual ao do diesel.

- Pouca emissão de partículas de carvão. O biodiesel é um éster e, por isso, já

tem dois átomos de oxigénio na molécula.

- Na queima do biodiesel, ocorre a combustão completa.

- É necessária uma quantidade de oxigénio inferior à do diesel.

- Os óleos vegetais usados na produção do biodiesel podem ser obtidos do girassol, algodão, soja,... Qualquer oleaginosa.

- É constituído de carbono neutro. As plantas capturam todo o CO2 emitido pela queima do biodiesel e separam o CO2 em Carbono e Oxigénio, neutralizando as suas emissões.

- Proteger os interesses do consumidor quanto a preço, qualidade e oferta dos produtos;

- Proteger o meio ambiente e promover a conservação de energia;

Desvantagens

- De acordo com um estudo da Universidade de Cornell e da Universidade da Califórnia, converter plantas como milho, soja e girassol em combustível gasta mais energia do que o etanol ou o biodiesel fabricado. Este estudo considera não haver benefícios energéticos em utilizar a biomassa das plantas para produzir combustíveis líquidos.

■ ASSOCIAÇÃO PME-PORTUGAL NA EXPECTATIVA DE QUE CHEGOU A HORA PARA AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS SEREM VISTAS COM OUTROS OLHOS

Pequenas e Médias Empresas na agenda política

Após longos anos a alertar para os problemas e as questões que mais têm afectado e preocupam as micro, pequenas e médias empresas nacionais, a Direcção da Associação das PME-Portugal viu com agrado a reunião que o PSD solicitou e o interesse demonstrado em encontrar soluções para este sector do tecido empresarial português.

O objectivo do encontro entre a comitiva do PSD, liderada por Marques Mendes, e a Direcção da PME-Portugal, que decorreu nas instalações da Associação, no Porto, foi no sentido de recolher contributos para o documento que este partido político irá apresentar na Assembleia da República, dentro de sensivelmente um mês.

Reconhecendo que a PME-Portugal é, de facto, uma entidade representativa das PME's, Marques Mendes quis ouvir as preocupações das pequenas e médias empresas que, no seu entender, "são o motor da nossa economia".

Dando já conta durante este encontro de três medidas que irão integrar o referido documento, Marques Mendes referiu que estas irão fazer parte de um programa de incentivo e maior apoio às PME's. Segundo o líder do PSD, "Portugal tem hoje um problema sério de atraso económico". No final da reunião, que considerou produtiva, em declarações à comunicação social, o dirigente político acrescentou que "as prioridades estão invertidas" no nosso país, dado que "o Governo continua a investir em grandes projectos, deixando ao abandono as pequenas e médias empresas que são as exportam e que geram emprego e riqueza".

Por seu lado, o presidente da Associação das PME-Portugal, Joaquim Rocha da Cunha, sublinhou a importância deste encontro de trabalho, uma vez que "constatamos com agrado que a classe política



■ Maior partido da oposição quer discutir na Assembleia da República as medidas que envolvem as pequenas e médias empresas

começa, finalmente, a preocupar-se com as PME's". Até porque "algumas das questões do interesse das PME's que há muito vimos a reclamar devem ser alvo de decisão na Assembleia da República".

Tal como tem alertado a PME-Portugal, também o PSD reconhece que o Estado é "mau pagador", pelo que irá propor ao Parlamento português uma medida "no sentido de aprovar um plano de pagamen-

tos, escalonado no tempo, para acabar as dívidas do Estado aos seus fornecedores. No final desse período, se subsistirem dívidas, poderão essas dívidas ser usadas pelas empresas como compensação das suas obrigações fiscais".

A segunda medida que irá ser proposta à Assembleia da República é "no sentido de tornar efectivo às pequenas e médias empresas o acesso a fundos de garantia mú-

tuos, com financiamentos públicos, através do IAPMEI".

E, por fim, "incentivar a criação nas pequenas e médias empresas de núcleos de investigação, desenvolvimento e inovação", ou seja, "dirigir os apoios financeiros à investigação e inovação para dentro das próprias empresas, em vez de os canalizar exclusivamente para as universidades e para os laboratórios do Estado".

Num período em que começamos a ouvir falar de PME's um pouco por toda a parte, seja na classe política, económica e civil, a Associação das PME-Portugal aguarda com particular expectativa "a hora em que, finalmente, as PME's possam dar o salto que tanto necessitam no sentido do seu desenvolvimento, contribuindo efectivamente para o crescimento da nossa economia, sem mais percalços e recuos".

Quando passamos definitivamente à prática?

"Não estamos sequer em época de campanha eleitoral, mas nos últimos tempos parece que todos se lembraram das PME's. Não será este recurso às PME's mais um expediente de forma a tingir resultados?", questiona a PME-Portugal.

O que agora muitos vêm reclamar, há muito que é defendido pela Associação das PME e pelos empresários que representa. "O que nos espanta é a passividade", acrescenta. "Se as PME's são a es-

pinha dorsal da nossa economia, as responsáveis pela criação de emprego e de riqueza, e se temos que lhes dar voz, assumir as suas preocupações e apoiá-las para que ganhem 'músculo' e maior capacidade para produzirem, exportarem e se internacionalizarem, então como é possível, com um diagnóstico tão real, nada ter sido feito até agora para capitalizar e desenvolver a nossa economia, sustentada no desenvolvimento das mesmas?"

Segundo a PME-Portugal, "continuamos sem conseguir perceber o que falta para passar à prática", num país onde o argumento do programa do Governo são as PME's, onde existe reconhecimento por parte da oposição que a economia gira em volta e é impulsionada pelas PME's, e onde o Presidente da República, defende a criação de um Provedor para as PME's".

Enquanto voz activa dos pequenos e médios empresários, a

PME-Portugal alerta para o facto de "o problema das PME's não se vislumbrar apenas ao nível do dinheiro, mas sim ao nível dos aspectos burocráticos que impossibilitam o acesso aos mecanismos disponíveis".

Neste contexto, "se todos somos unânimes em considerar as PME's como instrumentos fundamentais e talvez únicos na solução para o desenvolvimento económico há tanto tempo esperado, então porque é que, definitivamente,

não nos dedicamos a elas com os respectivos apoios e com a especial atenção que decididamente merecem?", sublinham os dirigentes da PME-Portugal.

A este respeito acrescentam ainda que "se é necessário um consenso, é sobre uma política para as PME's". E que "esse consenso e o escrutínio da sua prática podem, ou não, mostrar a solidez e a seriedade dos agentes políticos que se referem à importância fulcral das PME's".

TRABALHO - O DIREITO E A PRÁTICA

Videovigilância nos locais de trabalho



António Vilar

Advogado

antoniovilar@antoniovilar.pt

Ao abordar o contrato de trabalho (Título II), o Código do Trabalho dedica especial atenção à tutela dos direitos de personalidade (Capítulo I, Secção II, Subsecção II), constando do artigo 15º e seguintes uma referência sistematizada a preceitos relativos aos direitos de personalidade dos sujeitos laborais – trabalhador e empregador.

Estas matérias não estavam antes tratadas especificamente nas leis laborais mas, face as novas realidades da economia e da vida no trabalho – aplicação generalizada da informática, telemática, tecnologias da informação e da comunicação, videovigilância, protecção de dados pessoais, etc – justificam, hoje, atenção particular.

Sublinhe-se, ainda, que a tutela dos direitos de personalidade é válida para ambos os sujeitos laborais – trabalhador e empregador – ainda que seja natural uma maior extensão das pertinentes normas direccionadas para a tutela dos trabalhadores (artigos 17º, 19º, 20, por. ex., do CT).

Da tutela simultânea da personalidade do trabalhador e do empregador tratam os artigos 15º do CT (liberdade de expressão e de opinião); 16º (reserva da intimidade da vida privada); e 18º (integridade física e moral).

Quanto à tutela da personalidade do trabalhador em particular salientamos os artigos 17º (protecção de dados pessoais); 21º (confidencialidade de mensagens e do acesso à informação). Aqui relevam, também, de algum modo, as regras dos artigos 19º (testes e exames médicos) e 20º (meios de vigilância à distância) do CT.

Trata-se de direitos subjectivos inerentes à personalidade humana que, no essencial, já estavam entre nós consagrados quer na Constituição da República Portuguesa quer no Código Civil e, ainda, em leis penais mas não, de modo específico, no ordenamento laboral. Assim, o CT veio estabelecer certas garantias da tutela da personalidade especificamente atinentes às relações laborais, ainda que

tais direitos, inerentes à pessoa humana, existam independentemente de quaisquer formulações legais. De resto, o CT veio reiterar comandos já existentes, decerto esclarecendo dúvidas específicas às relações laborais e, até, recortando regras especiais convenientes a tais situações. Mas sempre prevalecerão as regras gerais de tutela da personalidade porque o regime do CT não é autónomo e independente daquelas.

O objecto deste escrito é analisar tal problemática quando um empresário necessita de utilizar meios de vigilância à distância no local de trabalho. Duas normas do C.T. imperam a propósito:

- Artigo 20º nº 1 do CT: «O empregador não pode utilizar meios de vigilância a distância no local de trabalho, mediante o emprego de equipamento tecnológico, com a finalidade de controlar o desempenho profissional do trabalhador.»

- Artigo 20º nº 2 do CT: «A utilização do equipamento identificado no número anterior é lícita sempre que tenha por finalidade a protecção e segurança de pessoas e bens ou quando particulares exigências inerentes à natureza da actividade o justifiquem.»

O princípio geral aqui enunciado é o de que o empregador não pode usar meios de vigilância à distância, tais como câmaras de vídeo, equipamentos audiovisuais designadamente de escuta telefónica e equivalentes meios tecnológicos para controlar a prestação do trabalhador.

Há, porém, situações em que tal princípio cede. É o caso de estarem em causa a protecção e a segurança de pessoas e bens, ou quando particulares exigências inerentes à natureza da actividade o justifiquem. Assim, será lícita a utilização de câmaras de vídeo, por exemplo, em estabelecimentos bancários, postos de abastecimento de gasolina, farmácias e, ainda, a escuta de comunicações entre os pilotos de avião e os controladores aéreos. Há que ponderar, no transe, a decisão de utilizar meios de vigilância à distância à luz dos princípios da proporcionalidade, da necessidade e da adequação.

Os benefícios que o empregador visa não deverão, desde logo, ser desproporcionados relativamente ao sacrifício que a privacidade do trabalhador vai sofrer. A utilização de meios de vigilância à distância só será de admitir quando, tendo em conta os legítimos objectivos a atingir, essa seja o único meio de controlo possível. Há que, antes, procurar, pois, soluções alternativas.

Depois, importa que a utilização de tais meios seja necessária. O empregador não poderá assim instalar esses meios no local de trabalho, salvo se existir um interesse legítimo que tal justifique (por ex. especial risco de furtos, vigilância de postos de trabalho especialmente perigosos). O simples controlo da actividade profissional do trabalhador não

justifica, pois, a utilização dos referidos meios.

Por fim deverá verificar-se adequação entre os meios usados e a natureza dos fins em vista.

Nos termos do art. 28º da Lei nº 35/2004, de 29 de Julho, que regulamentou o CT, a utilização de meios de vigilância à distância no local de trabalho está sujeita a autorização da Comissão Nacional de Protecção de Dados, que só pode ser concedida se a utilização dos meios for necessária, adequada e proporcional aos objectivos a atingir.

O pedido de autorização deve ser acompanhado de parecer da comissão de trabalhadores, caso exista, ou, 10 dias após a consulta, de comprovativo do pedido de parecer.

Os dados pessoais recolhidos através dos meios de vigilância à distância devem ser conservados durante o período necessário para a prosse-

cução das finalidades da utilização a que se destinam, devendo ser destruídos no momento da transferência do trabalhador para outro local de trabalho ou da cessação do contrato de trabalho.

Quando lícita, a utilização de meios de vigilância à distância exige do empregador o cumprimento do dever de informação e comunicação prévios sobre os objectivos a alcançar através dos mesmos, a qual deve ser prestada aos trabalhadores afectados com tal medida, o que poderá acontecer através da respectiva comissão de trabalhadores. O empregador deverá também informar os trabalhadores que lhes assistem quanto à visualização das imagens eventualmente gravadas dos mesmos.

A videovigilância não pode ser utilizada como meio de prova em sede de procedimento disciplinar. Aqui coloca-se a problemática da prova ilícita sendo que a prova deve ser obtida lícitamente para ser válida. Assim, a videoconferência não só não pode ser utilizada como forma de controlar o exercício da actividade profissional do trabalhador, como não pode, por maioria de razão, ser utilizado como meio de prova em sede de despedimento disciplinar.

A sua opinião conta!

Portugal no seu melhor! é uma sessão aberta a todos aqueles que queiram alertar para situações da nossa economia que considerem ser necessário alterar. Para tal, envie-nos os seus artigos para: geral@avalanche-de-ideias.pt

Jornal das PME reserva o direito de publicar apenas excertos dos artigos que nos são dirigidos

instituto pme
formação

Inscrições
www.pme.online.pt
formacao@pmeportugal.com.pt
tel.: 707 50 1234
fax.: 707 50 1235

Formação 2006
II semestre

Ambiente Qualidade e Segurança
Tecnologias da Informação e Comunicação
Comercial
Desenvolvimento Pessoal
Línguas
Estratégia e Finanças

Braga | Porto | Leiria
Activos, Horário Pós-laboral

■ API FAZ UM BALANÇO DO INVESTIMENTO QUE TEM SIDO FEITO EM PORTUGAL

As baixas do investimento estrangeiro

O consecutivo fecho de diversas empresas e o abandono crescente do território português por parte de inúmeras multinacionais, leva a que a economia nacional caminhe debaixo de uma nuvem negra.

Márcia Silva

marcia.silva@pmeportugal.com.pt

Em declarações ao Jornal das PME, a Agência Portuguesa para o Investimento (API) analisa as oscilações da entrada directa de capital estrangeiro em Portugal.

De acordo com a API, desde finais de 2000, Portugal tem vindo a perder competitividade externa, facto que se deve, não só, a uma apreciação da taxa de câmbio real, como também ao aumento da concorrência a que a economia portuguesa está sujeita, sobretudo dos novos Estados Membros da EU e de alguns países asiáticos, como a China.

A Agência Portuguesa para o Investimento reforça ainda, que esta tendência reflecte-se em grande escala nas operações de IDE (Investimento Directo Estrangeiro) e converte-se na tendência mais relevante para que Portugal redefina a sua posição na "batalha da inovação", visto não ser um país competitivo na atracção de determinados projectos industriais.

Os efeitos do aumento da concorrência a que a economia portuguesa está sujeita agravam-se pela manutenção da natureza das exportações provenientes do tecido empresarial tradicional, caracterizado por um baixo nível de incorporação tecnológica e por mão-de-obra pouco qualificada.

A API refere, de igual modo, que o aumento da competitividade e da produtividade da economia portuguesa têm sido travados por factores como o baixo nível de capital humano, os pesados obstáculos burocráticos às empresas, os fracos índices de inovação no sector empresarial, as leis laborais muito restritivas e a frágil concorrência em alguns sectores.

Toda esta conjuntura reflecte-se nos fluxos de Investimento da Economia Portuguesa. O IDE representou, no primeiro trimestre de 2006, cerca de 14,6% do Produto Interno Bruto (PIB), atingindo o valor mais baixo desde o quarto trimestre de 2004.

Globalmente, no período de Janeiro a Abril de 2006, o investimento directo do exterior em Portugal, em termos brutos e

relativamente ao período homólogo de 2005, desceu para cerca de 7,5 mil milhões de euros (-11,3%). Em termos líquidos verificou-se, de igual modo, uma variação negativa para valores que rondam os 1,3 mil milhões de euros. Os principais contributos para esta evolução negativa do IDE em Portugal vêm de sectores como a indústria transformadora, actividades imobiliárias, alugueres e serviços às empresas e actividades financeiras.

No que toca aos principais investidores

em território luso, a União Europeia continua a liderar o ranking, representando cerca de 91,8% do investimento bruto (6,9 mil milhões de euros), no período de Janeiro a Abril de 2006.

Dos países investidores destaca-se a Alemanha, o Reino Unido, a Espanha e a França.

O ano de 2006 fica marcado pelo anúncio de deslocalização para fora de Portugal, da fábrica da Opel na Azambuja, que empregava mais de 1200 pessoas.

Investir em Portugal: sim ou não?

Portugal oferece claras vantagens competitivas específicas, muito apelativas ao Investimento directo Estrangeiro. O país apresenta um conjunto de argumentos e exemplos de casos de sucesso bem demonstrativo de que Portugal oferece mais-valias para determinados projectos. Entre as principais vantagens podem destacar-se:

- Valores como a estabilidade política;
- Aposta clara numa política de inovação através da existência de um conjunto de infra-estruturas (Universidades e Centros Tecnológicos) que têm sido capazes de estabelecer ligações com empresas, que se reflectem em projectos inovadores (Bosch/Vulcano, ATEC, Microsoft, Siemens, Galp, PT Inovação);
- Sistemas de apoio e incentivo ao investimento (o fecho do SIME a 7 de Junho, indicou um nível de candidaturas na ordem dos 1000 milhões de euros);
- Produtividade. Este ponto pode ser confrontado com os exemplos concretos da Autoeuropa ou da Microsoft, onde se verifica que as filiais de Portugal encontram-se, muitas vezes, da média dos respectivos grupos;
- Localização geográfica, que traz vantagens consideráveis para determinadas operações logísticas.
- Centros de competência em áreas de investigação e desenvolvimento, já consolidadas em Portugal

• Condições únicas para o desenvolvimento do turismo em diversas valências

• Cluster consolidado em Portugal ao nível de meios e serviços de pagamento (Portugal possui competências em diversas áreas de tecnologia de ponta desde a banca electrónica ao pagamento automático de portagens em auto-estradas, televisão digital e sistemas de pagamentos de telefones móveis).

• Criação de empresas através do sistema "Empresa na Hora", destacada de forma positiva no relatório do Banco Mundial e comprovada com a formação de 11.263 firmas no curto período de 11 meses, o que gerou um investimento de 116,6 milhões de euros em capital social.

Para comprovar estas vantagens, existem exemplos bem conhecidos que demonstram a opção de algumas empresas estrangeiras por Portugal como local para realizarem grandes projectos de investimento:

- A maior central Fotovoltaica do mundo em Moura;
- IKEA escolheu Portugal para as suas novas unidades produtivas;
- Siemens Portugal, que recentemente ganhou o investimento do Centro Europeu de Serviços Partilhados;
- Vodafone anunciou o investimento num Centro de Excelência em Portugal.



ANTÓNIO ROQUE CONSULTORES

Organização De Empresas
Qualidade
Ambiente
Higiene e Segurança no Trabalho
Higiene e Segurança Alimentar
Marcação CE
Licenciamentos
Formação
Auditorias

antonio.roque.2@netvisao.pt
tel.: 919 706 759

Investimento por sectores

Na distribuição por sectores, a indústria transformadora é o principal sector de investimento. No período de 1996-2003, este sector representou mais de dois quintos do total investido, seguindo-se as acti-

vidades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas, o comércio, reparações, alojamento e restauração, os transportes e comunicações e as actividades financeiras.

As melhoras da economia portuguesa

A situação económica e política portuguesa melhorou significativamente. Esta é a conclusão do texto publicado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), que lança ainda uma ressalva para os desafios que se impõem no que respeita à recuperação do PIB após a estagnação de 2005 e à recuperação das exportações.

De acordo com o FMI, em 2007 o crescimento económico deverá atingir 1,5%, mas a fraca competitividade e os elevados níveis de endividamento das famílias continuam a ser factores penalizadores da actividade económica.

Também o Banco de Portugal prevê a mesma percentagem de crescimento para o país, em

2007, com base na recuperação das exportações.

O relatório do Banco de Portugal indica ainda que a procura externa dirigida às economias da Zona Euro deverá crescer significativamente atingindo até ao final do corrente ano 7,6% e em 2007, 6,7%. Neste contexto a procura externa

relevante para Portugal deverá continuar a registar um crescimento dinâmico. Em 2006, esperase um crescimento de 7,1% e em 2007, deverá haver um decréscimo para os 4,9%, motivado por uma desaceleração das importações da UE.

O quadro abaixo descreve o PIB real por países:

PIB REAL POR PAÍSES											
Taxas Homólogas								Taxas Trimestrais			
	2002	2003	2004	T2-05	T3-05	T4-05	T1-06	T2-05	T3-05	T4-05	T1-06
Alemanha	0.2	0.1	0.5	0.8	1.6	1.7	1.4	0.4	0.6	0.0	0.4
Áustria	1.0	0.8	2.9	1.8	1.5	1.9	2.4	0.5	0.6	0.7	0.6
Bélgica	0.7	1.3	2.6	1.6	1.2	1.5	2.3	0.3	0.5	0.6	0.8
Chipre	ND	2.6	3.4	3.5	3.9	3.6	3.1	0.8	1.2	0.7	0.4
Dinamarca	1.6	1.1	2.6	3.0	4.4	3.4	3.4	1.8	1.1	-0.1	0.4
Eslováquia	ND	ND	5.6	5.6	6.1	7.0	6.5	1.3	1.7	2.1	1.2
Eslovénia	ND	2.5	3.2	4.9	4.0	5.0	4.7	2.3	0.6	1.0	0.8
Espanha	2.0	2.7	3.2	3.4	3.5	3.5	3.5	0.8	0.9	0.9	0.8
Estónia	ND	6.1	6.7	10.2	10.4	11.5	11.1	3.9	2.7	2.1	2.0
Finlândia	1.6	1.6	3.6	2.8	3.9	3.3	2.9	0.0	1.3	0.6	1.0
França	1.2	1.1	2.1	0.8	1.4	1.1	1.5	0.0	0.6	0.3	0.5
Grécia	4.0	4.3	4.8	3.7	3.8	3.7	4.1	-0.3	1.8	-0.2	2.8
Holanda	0.2	-0.5	1.7	1.5	1.7	2.2	2.3	0.9	0.7	0.6	0.1
Hungria	ND	3.2	4.1	4.3	4.4	4.2	4.3	1.1	1.0	1.0	1.0
Irlanda	6.0	5.1	2.0	4.4	5.4	4.8	ND	1.7	0.6	1.9	0.0
Itália	0.4	0.1	0.8	0.1	0.1	0.5	1.5	0.6	0.3	0.0	0.6
Letónia	ND	ND	8.0	11.2	11.3	11.8	12.0	3.0	2.8	2.8	2.8
Lituânia	ND	9.6	6.5	7.1	8.1	8.1	7.8	2.0	2.0	2.0	1.6
Luxemburgo	1.1	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	0.0
Malta	ND	ND	-1.7	-2.6	6.7	2.0	-1.3	-1.4	6.9	-3.0	-3.5
Polónia	ND	ND	ND	1.8	3.6	4.7	4.6	0.2	1.7	1.5	1.2
Portugal	0.5	-0.4	0.6	0.4	0.3	0.8	1.0	1.2	-1.0	0.3	0.5
Reino Unido	1.8	2.9	2.5	1.7	1.8	1.8	2.3	0.5	0.4	0.7	0.7
República Checa	ND	3.2	4.7	5.9	6.2	6.9	7.4	1.7	1.6	2.0	2.0
Suécia	1.9	2.2	2.7	2.4	2.9	3.1	3.9	0.8	1.0	0.8	1.1
EUA	2.5	4.3	3.8	3.6	3.6	3.2	3.7	0.8	1.0	0.4	1.4
Japão	0.2	3.5	0.9	2.7	2.7	4.0	3.5	1.3	0.3	1.1	0.8

FONTE: Revista Economia Pura
ND = Não Disponível

■ PME'S PORTUGUESAS ASSUMEM CUSTOS E RESPONSABILIDADES

Multinacionais ficam incólumes

A Telca – Telecomunicações e Assistência, Lda. é o exemplo de mais uma das muitas empresas que sofreu negativamente com a saída das multinacionais do nosso país, tal como nos explica, José Neves.

Trata-se de uma empresa que desenvolve a sua actividade na área das cablagens, bobines, inserção de SMDS e injeção de plástico e cujos mercados principais são a França e Bélgica (Alcatel Bell), a Austrália (Sanmina), a Coreia (Samsung), o Japão (Tanashin) e Portugal (Blaupunkt).

Como se têm desenvolvido as relações com as multinacionais nos últimos anos?

As relações com as empresas multinacionais têm, de um modo geral, se desenvolvido bem, excepto as deslocações e as falências.

Nos últimos tempos, algumas empresas têm deixado o nosso mercado e deslocado para a Europa de Leste, deixando as empresas com as quais mantinham relações fragilizadas. Houve alguma empresa com que a Telca trabalhasse que se tivesse deslocado?

Sim. A Lear Corporation, a Tyco e a falência da Rover.

Como lidaram com a situação? Que consequências directas é que estas deslocações e falências tiveram na Telca?

As consequências directas destas deslocações traduziram-se numa redução de pessoal de 750 para cerca de 100 postos de trabalho pagando as respectivas indemnizações, causando danos financeiros muito graves.

O que fizeram para contrariar a situação?

Decidimos investir em novas tecnologias, novos produtos e novos clientes.

O que pensa que poderia ter sido feito para evitar que estas multinacionais se deslocalizassem?

Deveria ter-se tido cuidado com os aumentos salariais, impostos e outras regalias. O governo deveria ter exigido, no mínimo, a devolução dos subsídios que deu para formação profissional a essas multinacionais, que no caso da Lear excedeu 3.5 milhões de euros/ano, e em simultâneo ter dado mais atenção às pequenas e médias empresas portuguesas que são as que ainda garantem 60% dos postos de trabalho.

Qual a estratégia política nacional para as PME's?

“Os erros das políticas públicas de incentivos ao investimento, que privilegiou a atracção de multinacionais sem qualquer sustentabilidade futura, que não criavam nem desenvolviam produtos tecnológicos, nem acrescentavam de facto valor, afectam sempre, directa ou indirectamente, as PME's nacionais”.

Perante este cenário, mais do que previsível, a PME-Portugal sempre se opôs “a decisões erradas de incentivos ao investimento público, que privilegiaram sempre as multinacionais e desprezaram as micro e as pequenas e médias empresas”. Aliás, “ainda hoje, as micro e pequenas empresas não dispõem de qualquer sistema de incentivos adequado”.

Agora que se avizinha um novo Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN), “vale a pena avaliar a eficácia da actual estratégia de investimento e aquilo que se perspectiva para o futuro”, defende a PME-Portugal. Até porque, “no quadro económico, Governo e partidos da oposição fariam bem melhor discutir em concreto se temos medidas correctas e se estão a ser efectivamente aplicadas”. Ou seja, “se temos alguma política de apoio à exportação e se ela produz aumento das exportações; se os mecanismos de garantia mútua, capitais de risco e securitização públicos são abundantes e chegam de facto ao tecido empresarial; e se as medidas para um Plano Tecnológico têm correspondência na inovação, no empreendedorismo, nos preços da Internet e/ou na concorrência das telecomunicações?”.

jornaldasPME

Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Reduza até

70%

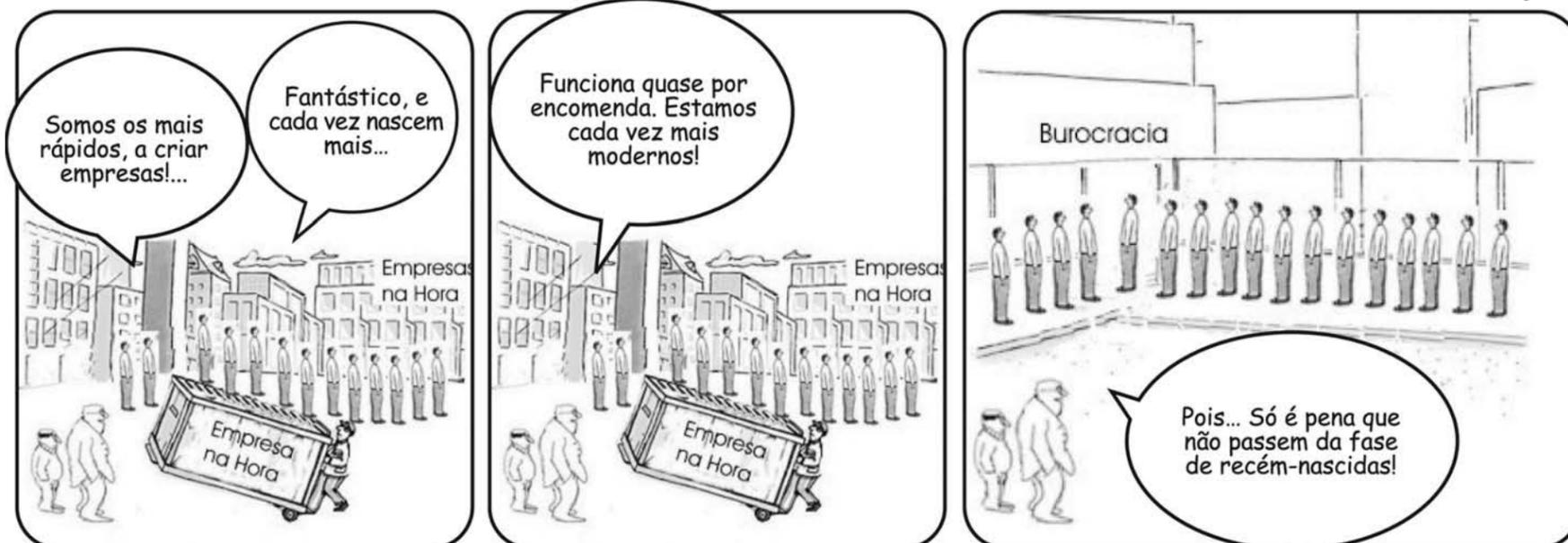
a factura telefónica da sua empresa

pme
telecom

Mais Informações
tel.: 707 50 1234
info@pmeportugal.com.pt
www.pmeportugal.pt

Pequenos Mas Espertos

TRIBE34



Roadshow informativo em
Outubro

Novas Oportunidades e soluções para as PME's

associação
pme
portugal

Objectivo

A Associação das PME-Portugal vai promover, durante o mês de Outubro, um roadshow informativo, dedicado especialmente às micro, pequenas e médias empresas. O objectivo é alertar para os programas de apoio ainda em aberto (dado que estamos em fecho de Quadro Comunitário), bem como diversos produtos e serviços muito úteis para as PME's.

Temas a abordar:

- Quais os Incentivos ao investimento e ao emprego nas PME
- Que Alternativas ao financiamento bancário
- Como criar empresas em Espanha
- Como poupar 70% nas telecomunicações
- Certicar a qualidade em PMEs
- Como cumprir a nova legislação laboral

Apresentações de novos serviços e produtos para PME:

- Capital de Risco
- Serviços de apoio em Espanha
- PME Telecom
- Formação 35 horas
- Gestores PME
- Certificação Qualidade inter PME

Destinatários

- Micro, Pequenos e Empresários
- Empreendedores
- Consultores de empresas

Datas e Locais

- 11 de Outubro - Lisboa
- 12 de Outubro - Leiria
- 17 de Outubro - Aveiro
- 18 de Outubro - Braga
- 19 de Outubro - Porto

Mais informações e inscrições

Associação das PME-Portugal
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
E-mail: info@pmeportugal.com.pt

