

JORNAL DAS PME

JORNAL DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE PORTUGAL

Director: *Joaquim Rocha da Cunha* | Fevereiro de 2006 | Ano III | Número 8
Distribuição Gratuita

O PORTAL DAS
PEQUENAS E
MÉDIAS
EMPRESAS DE
PORTUGAL

www.pmeportugal.pt



■ MURTEIRA NABO, EM ENTREVISTA AO JORNAL DAS PME

“ICEP deve fazer trabalho de casa”

Páginas 12 a 15

■ SECRETÁRIO DE ESTADO DA JUSTIÇA, EXPLICA AS NOVAS MEDIDAS QUE ESTÃO A DESBUROCRATIZAR A VIDA DAS EMPRESAS

Justiça com iniciativa

Página 9



Páginas 2 a 4

CAPITAL DE RISCO

SGPME: o parceiro de negócio das PME

Trata-se da primeira sociedade de capital de risco criada em Portugal, com o objectivo fundamental de apoiar as micro, pequenas e médias empresas.

Páginas 5 a 7

MERCADOS

Como abordar China, Angola e Espanha

Três mercados prioritários para os empresários portugueses. Conheça alguns testemunhos de quem já os abordou, nesta edição do Jornal das PME.

Páginas 18 e 19

INCENTIVOS

PRIME apresenta novidades

Gestor do PRIME, Nelson de Souza, anuncia novas linhas de orientação para o programa: reforço dos meios financeiros, maior simplificação e selectividade.

pme
telecom

Soluções de Telecomunicações e de Banda Larga
Os melhores Preços de Mercado
Serviço Inovador e único da PME-Portugal

:: tel_ 707 50 1234
:: fax_ 707 50 1235
:: www.pmeportugal.pt

contacte-nos para mais informações!





■ FALTAM INVESTIMENTOS EM “START-UP’S” E “SEED CAPITAL”

Capital de Risco: a alternativa para *capitalizar* as PME

Nos últimos anos e um pouco por toda a Europa, a procura de soluções alternativas de investimento e de novas fontes de financiamento para as empresas tem sido uma forte tendência. E Portugal não foge à regra. Há cada vez mais um maior interesse pelo sector do Capital de Risco, têm surgido novas empresas e, segundo o Gabinete de Estratégia e Estudos (GEE) do Ministério da Economia, “o volume de investimentos tem vindo a crescer de forma relativamente sustentada”, indicando “boas perspectivas de futuro”.

Relativamente a valores investidos nos últimos anos no nosso país, dados do GEE indicam um progresso extraordinário em 1999 e 2000. Neste último atingiu-se o valor recorde de 183 milhões de euros. Em 2001, registou-se uma redução para 108 milhões de euros e a partir daí o investimento tem oscilado um pouco acima dos 100 milhões de euros.

Já em 2004 verificou-se um aumento de 23%, atingindo-se 124 milhões de euros. “Outros Serviços”, “Bens de Consumo” e “Indústria – outros” foram os sectores para onde se dirigiram a maioria dos investimentos em 2004. O GEE revela ainda que se está a materializar a tendência para o aparecimento de iniciativas fora do âmbito de Lisboa e Porto, isto é, os investimentos começam a ganhar algum peso noutras zonas do país, embora ainda claramente minoritários.

No final de 2002, a nova Lei introduzida em Portugal veio trazer vantagens para este tipo de investimento, designadamente o facto de os lucros obtidos em operações de



■ Pequenos e médios empresários procuram novas alternativas de financiamento para as suas empresas

Capital de Risco que sejam reinvestidos em novas operações não ficam sujeitos a IRC, e da entidade de controlo ter deixado de ser o Banco de Portugal para ser a CMVM – Comissão do Mercado de Valores Mobiliários. Entidade esta considerada mais ágil quanto a procedimentos.

E segundo dados da própria CMVM, no final do primeiro semestre de 2005 encontravam-se registados 37 Fundos de Capital de

Risco, dos quais 35 em actividade geridos por 20 entidades gestoras (duas instituições de crédito, uma sociedade de investimentos, uma sociedade gestora de fundos de investimento mobiliário e 16 sociedades de capitais de risco). Já em Dezembro passado foi criada mais uma sociedade capital de risco – a SGPME.

O estudo elaborado pelo GEE refere ainda que a categoria que normalmente absorve mais de metade

do investimento é a de projectos de expansão, ou seja, “projectos já com alguma madurez na realização da empresa e de certo modo com objectivos económicos mais claros”.

Preocupante, no entender do GEE, é a falta de investimentos em categorias como “seed capital” (capital semente) e “start-up” que correspondem ao lançamento de novas iniciativas empresariais. A prova-lo está o facto de em 1998, 1999, 2000

e 2003 não se terem verificado investimentos em “seed capital” e em 2004 os 9 mil euros investidos serem apenas um valor simbólico.

Relativamente aos investimentos em “start-up”, que correspondem ao arranque da actividade empresarial, a evolução tem sido mais estável. Em 2003 atingiram os 13 milhões de euros e em 2004 registaram um aumento para 24 milhões de euros, o que significa 19% do total.

■ É NECESSÁRIA UMA APOSTA MAIS FORTE NO EMPREENDEDORISMO

O Capital de Risco na OCDE

Ao longo da última década do século passado, as empresas financiadas pelo sistema de capital de risco desempenharam um importante papel no desenvolvimento de actividades inovadoras.

No entanto, a OCDE afirma que dentro da zona existem profundas diferenças no que respeita à capacidade financeira e dimensão das actividades de capital de risco. No primeiro lugar estão os Estados Unidos da América, Israel e Canadá, apresentando níveis muito significativos de

“venture capital”. Seguem-se países como a Coreia, Suécia, Holanda e Reino Unido.

Num nível intermédio encontram-se a Bélgica, Alemanha, Noruega, Irlanda, Espanha e Dinamarca. E com valores mais baixos surgem Portugal, Grécia, Áustria e Hungria.

Segundo a OCDE, as principais razões dos limitados investimentos em capital de risco em muitos daqueles países deve-se à falta de cultura de investimento em capital de risco, problemas de informação e limitado número

de investidores dotados simultaneamente de capacidade financeira e de competência técnica.

O relatório divulgado pela OCDE sublinha a necessidade de um espírito forte de empreendedorismo e de capacidade de aceitar riscos como garantia complementar do capital de risco para o desenvolvimento de novas empresas. E sublinha que os mercados de capital de risco se desenvolveram de forma significativa nos países onde se verificou um crescimento importante das empresas de alta tecnologia e onde

existe uma colaboração estreita entre Universidades, centros de pesquisa e os meios empresariais. De igual forma, os programas de apoio a PME inovadoras suscitaram o aparecimento de projectos de qualidade que atraíram as sociedades de capital de risco especializadas no arranque de empresas tecnológicas.

O mesmo relatório aborda a questão dos “business-angels” (investidores individuais de capital de risco) como uma fonte importante de capital e de experiência no sector de capital de

risco. Aproximar os investidores das oportunidades de investimento, dar a conhecer aos potenciais interessados em lançar novas empresas a existência destes “business-angels”, bem como criar algumas redes e investidores individuais estrangeiros que permitam aumentar a dimensão dos recursos disponíveis num país, e ligar “business-angels” a sociedades de capital de risco como oferta complementar de fundos, são algumas das soluções apresentadas pela OCDE.

■ PARCERIA PRIVADA PROMOVIDA PELA PME-PORTUGAL RESPONDE A LACUNA NO MERCADO DE CAPITALIS PORTUGUÊS

SGPME é o parceiro de *negócio* das PME

Desde Dezembro passado, a SGPME – Sociedade de Capital de Risco, S.A., a operar a partir do Norte do país, foi a primeira Sociedade Capital de Risco (SCR) criada em Portugal com a missão de se dedicar exclusivamente às PME, com particular destaque para as micro e pequenas empresas. O objectivo fundamental é apoiar as micro e as pequenas e médias empresas que de outra forma não conseguem ter acesso a este tipo de mecanismos de financiamento.

Com um capital social inicial, totalmente privado, de 750 mil euros (e disponibilidades que já ultrapassam os 2,5 milhões de euros, fruto do interesse de diversos investidores privados), a SGPME é uma SCR de âmbito nacional que, num prazo de seis meses, espera realizar dez operações.

De acordo com os responsáveis da SGPME, procurando acima de tudo “fomentar a economia nacional”, o modelo de gestão adoptado caracteriza-se por “um conjunto de características próprias que se pretendem únicas, diferenciadoras” e, nesse sentido, “complementares face à oferta existente em Portugal que, tradicionalmente, não se dirige às pequenas iniciativas empresariais”.

A SGPME surge como resposta ao facto de, em Portugal, “ao contrário do que sucede em países como Espanha – só na Galiza existem três sociedades capital de risco, duas das quais dedicadas a pequenas operações de investimento – não existirem sociedades capital de risco interessadas, por norma, em



pequenas operações, nem existir um número significativo de operações de investimento no capital semente ou em start-ups”. Tendo consciência

que “é um desafio à economia portuguesa e aos seus empreendedores, é nesse segmento que a SGPME se pretende posicionar”.

Embora, numa óptica diferenciadora, a política de investimentos da SGPME dar especial ênfase à realização de pequenas opera-

ções que se situem entre os 5 mil e os 500 mil euros, a estratégia desta SCR não passa apenas pelo investimento directo em pequenas operações. Isto porque também dará ênfase ao apoio financeiro e à montagem e promoção de operações de financiamento das participadas acima dos 500 mil euros, junto de outros operadores nacionais e internacionais.

Segundo os promotores da SGPME, serão privilegiadas empresas inovadoras, até porque “I&D e vocação exportadora/internacional serão duas componentes fundamentais na análise dos potenciais investimentos”.

Dado que muitos dos dilemas de crescimento das PME se reflectem em estrangulamentos de tesouraria, resultantes de falta de planeamento e de operações de médio e longo prazo, uma das funções fundamentais da SGPME será precisamente a montagem de operações para as empresas participadas que permitam planear negócios, investimentos e necessidades de financiamento.

■ INSTRUMENTOS DE INOVAÇÃO FINANCEIRA FACILITAM CAPITALIZAÇÃO E ACESSO AO CRÉDITO PELAS PME

IAPMEI lança programa *Finicia*

O Ministério da Economia, através do IAPMEI – Instituto da Empresa, lançou, no final de Janeiro deste ano, o Finicia, um novo programa de apoio a iniciativas empresariais economicamente sustentáveis e com potencial de desenvolvimento. Trata-se de um programa que pode chegar ao mercado onde está posicionada a SGPME – Sociedade Capital de Risco, S.A.

O Finicia promove o alargamento da base de acesso a capital e ao crédito, através do estabelecimento de par-

cerias público-privadas, proporcionando a empresas de pequena dimensão recursos essenciais ao desenvolvimento da actividade nas fases iniciais do seu ciclo de vida.

Vocacionado para apoiar as empresas na fase de arranque, prevê-se que o programa incentive mais de 1300 negócios emergentes em empresas de pequena dimensão, traduzindo-se num volume de investimento global de 114 milhões de euros.

Segundo os seus responsáveis, o programa Finicia enquadra um con-

junto de instrumentos de capital e dívida configurados para, de forma individualizada ou combinada, corresponderem às necessidades de financiamento de iniciativas empresariais reconhecidas como socialmente meritórias, economicamente sustentadas e que relevem potencial de desenvolvimento.

O programa assenta em três eixos de intervenção: projectos de forte conteúdo de inovação, negócios emergentes de pequena escala e iniciativas empresariais de interesse regional.



associação
pme
portugal

**CONHEÇA AS VANTAGENS
DE SER ASSOCIADO PME**

www.pmeportugal.pt | tel_707 50 1234

PEQUENAS EMPRESAS.... GRANDES NEGÓCIOS.



■ O Capital de Risco assume integralmente os desafios do mercado

■ UM FINANCIAMENTO COMPLETAMENTE DISTINTO DO CRÉDITO BANCÁRIO

Como apresentar a sua empresa a uma *Capital de Risco*?

O Capital de Risco não é mais do que uma forma de investimento empresarial, cujo principal objectivo é financiar empresas, apoiando o seu desenvolvimento e crescimento, com fortes reflexos na gestão. Pode ser encarado, igualmente, como uma das principais fontes de financiamento para jovens empresas, “start-up’s” e investimento de risco

com elevado potencial de rentabilização. Completamente distinto do financiamento bancário, o Capital de Risco assume integralmente os desafios do mercado. Isto porque os ganhos dos investidores de Capital de Risco estão dependentes do sucesso ou insucesso das empresas. Razão mais do que suficiente para justificar a sua

participação directa no capital social das empresas, apoiando a sua gestão e tentando otimizar ao máximo o seu sucesso. Não podendo ser de forma alguma encarado como a última salvação das empresas, o Capital de Risco identifica empresas com elevado potencial, mesmo que estas se encontrem em situação financeira delicada,

realiza uma entrada de dinheiro como contrapartida de uma participação minoritária e, pela intervenção directa na gestão na empresa. Seguidamente implementa soluções profissionais, desenvolve estratégias de eficiência na produção e distribuição, marketing e promoção, de forma a contribuir para a valorização do negócio.

Comparação Crédito Bancário e Capital de Risco

	Crédito Bancário	Capital de Risco
Prazo	Curto a longo	Médio a longo
Participação	Não existe participação na empresa	É efectuada uma participação na empresa
Envolvimento Gestão	Não existe	Pode ou não existir
Empenhamento	Salvaguarda do reembolso	Até à saída
Reembolso	Prazos estabelecidos	Alguma flexibilidade
Rentabilidade	Depende do cumprimento da empresa	Depende do sucesso da empresa
Acompanhamento Risco	Em caso de dificuldades estão na primeira linha para receber	Acompanham os outros sócios
Assistência Gestão	Depende muito das entidades	Habitualmente, prestam assistência gestão: mercados, potenciais parceiros de negócio, etc.

Factores a considerar

Estrutura do processo de aproximação à Capital de Risco

- Reunião inicial;
- Elaboração de um Plano de Negócios;
- Estudo do plano;
- Construção da solução;
- Acompanhamento/participação na gestão.

Plano de Negócios

- O Plano de Negócios e a entrada de um sócio (neste caso não equivale à tomada de controlo da empresa).
- Para além de demonstrar aos potenciais investidores que se investirem no seu negócio terão uma boa rentabilidade, o Plano de Negócios permite avaliar as necessidades do mercado, apresentar pontos fortes e fracos do negócio, identificar factores críticos de sucesso e estabelecer objectivos.

Objectivos da Capital de Risco

Conseguir retirar rentabilidade/mais-valias de um negócio em determinado período de tempo, no final do qual vende a sua posição. Habitualmente, pretende investir como sócio minoritário e os prazos variam de 3 a 7 anos, com máximo de 10 anos.

Objectivos do empresário

Conseguir atingir uma dimensão superior àquela que conseguiria sem a entrada de uma capital de risco; ter um sócio, eventualmente, que intervenha na gestão e contribua com “know-how”, mercados, parcerias, etc.

Empresas-alvo das capitais de risco

- Empresas com necessidade de entrada de um sócio de capital e que sejam:
- Empresas em início, em segmentos de forte crescimento e forte potencial de rentabilidade/retorno;
- Empresas existentes com forte potencial de rentabilidade e valorização.

Financiamento bancário de médio e longo prazo adequado a:

- Empresas com negócio lucrativo;
- Financiamento de grandes aquisições (equipamentos, imóveis);
- “cash-flow” da empresa forte e seguro.

Capital de risco adequado a:

- Negócios com forte potencial de crescimento ou elevado retorno do investimento esperado;
- O empreendedor possui uma ideia e/ou tecnologias excepcionais que lhe permitem conquistar uma base de clientes de elevado potencial;
- Há disposição para partilhar o controlo da empresa com terceiros.

■ POTENCIALMENTE, UM DOS MAIS PRÓSPEROS PAÍSES DE ÁFRICA

Oportunidades de crescimento em *Angola* são múltiplas

Angola “é um mercado prioritário para Portugal”, afirma Carlos Sá Faria, do ICEP Portugal. Razão pela qual, o ICEP Portugal se prepara para abrir, ainda durante o corrente ano, uma plataforma logística de distribuição naquele país. E já em Março, José Sócrates irá liderar uma missão empresarial a Angola – “um projecto em parceria com as empresas e as associações empresariais, onde estará incluída a Associação das PME-Portugal”, afirmou aquele responsável, numa sessão perante 250 empresários.

Frente junto do Jornal das PME assegura-mos que a visita de José Sócrates a Angola só se concretizará em Abril, podendo mesmo ser depois da Páscoa.

Portugal é o primeiro fornecedor de Angola, com 18% de quota. No entanto, “estamos a enfrentar uma forte concorrência dos EUA, África do Sul, Japão e Brasil”, bem como “a ascensão de novos ‘players’ no mercado, como a China, via acordos Estado a Estado”. Apesar de uma “tendência de queda da quota de Portugal neste mercado (em 2001 era de 21,6%), as exportações aumentarem entre 2000 e

2004 cerca de 81%”, destacou Carlos Sá Faria.

Por seu lado, Hélder Oliveira, do Banco de Fomento de Angola (BFI), acrescenta que “a economia angolana tem uma das taxas de maior crescimento do mundo. Inclusive, o próprio sector dos bens tradicionais cresce a taxas significativas”. Não é por isso de estranhar que, nos últimos anos, muitas oportunidades se tenham aberto aos investidores estrangeiros. E se “temos um forte conhecimento de Angola, do seu mercado e das pessoas, este é um grande mercado para nós. Quanto mais nos afirmarmos em África, mais nos afirmamos na



■ A economia Angolana tem uma das taxas de maior crescimento do mundo

Europa”, sublinhou Hélder Oliveira.

Carlos Sá Faria defende que “as oportunidades de negócio de exportação são múltiplas” e de decorrem da iniciativa pública do Governo angolano (infra-estruturas económicas – estradas, energia, água, saneamento; in-

dústria; serviços em geral com destaque para a educação, formação e saúde), do crescimento do consumo privado (agro-alimentar, casa e moda), das infra-estruturas económicas (indústria da construção e projectos, materiais de construção e energia), da in-

dústria (produtos industriais, moldes e máquinas, inovação – TI’s e produtos tecnológicos de ponta) e dos serviços (saúde, ambiente, inovação – telecomunicações e TI’s, transportes e distribuição e formação de recursos humanos).

Está a pensar *investir* em Angola?

Requisitos para constituição de empresas

- Consultar entidades como a ANIP – Agência Nacional para o Investimento Privado e o GUE – Guichet Único da Empresa;
- Não há discriminação quanto à origem dos promotores;
- É permitido constituir sociedades por quotas, anónimas e em Comandita;
- Relativamente ao estatuto jurídico, podem ser Sociedades de Direito Angolano (SDA), sucursais de empresas estrangeiras ou escritórios de representação;
- É permitido estabelecer consórcios de empresas portuguesas e angolanas e agrupamentos de empresas;
- Actualmente, existe um regime de aprovação tácita de 30 dias para o investimento privado estrangeiro, ou seja, durante este período consegue-se a constituição de uma empresa;
- É possível a aquisição de sociedades já existentes e a aquisição parcial ou total de estabelecimentos comerciais ou industriais já existentes, bem como a aquisição de imóveis integrados num projecto de investimento.

Benefícios fiscais

- Existem vários incentivos fiscais e adua-



neiros consoante o sector económico onde se invista e as zonas geográficas de investimento.

- Os benefícios podem ser fiscais, cambiais, aduaneiros e de repatriamento de capitais;
- Os tipos de incentivo recaem sobre o imposto industrial, sobre os direitos aduaneiros,

sobre o imposto sobre a aplicação de capitais e sisa;

- Angola está dividida por três zonas com uma matriz de isenções e benefícios fiscais e aduaneiros consoante o sector onde se investe e o montante que se investe.

Angola regista um acentuado crescimento económico

Angola é potencialmente um dos mais prósperos países de África, devido às suas reservas de petróleo, às capacidades hidroeléctricas, aos minerais de que dispõe e às grandes extensões de terra cultivável, das quais só uma pequena parte está aproveitada. Nos últimos 20 anos, a economia angolana registou um acentuado crescimento quase inteiramente originado na expansão do petróleo.

Após um período de grande instabilidade macroeconómica, caracterizado por elevadas taxas de inflação e profundos défices fiscais provocados por elevados gastos públicos, o Governo angolano procura agora implementar as reformas necessárias tendentes ao controlo das finanças públicas, entre as quais se inclui um processo de controlo da transferência de fundos entre o Tesouro, o Banco Nacional de Angola e o Banco de Poupança e Crédito.

■ PAÍS DE OPORTUNIDADES E AMEAÇAS, ONDE AS APOSTAS DEVEM SER FEITAS COM CUIDADO

Como abordar o mercado *chinês*?

Provavelmente, nunca pensou que, na China, os produtos europeus (automóveis, jóias, relógios, moda) gozam de um prestígio especial pela sua qualidade e design. “É um país ávido de tudo. No topo dos seus desejos estão a casa e o carro”. Assim constatou Sérgio Teles, administrador da Elidev – Desenvolvimento Electrónico, S.A.. Mas, nem tudo são facilidades. Há um sem número de cuidados a ter quando se aborda este mercado.

Com experiência no mercado chinês, Sérgio Teles sublinha que na China “tudo roda à volta de ganhar dinheiro: jantares de negócio curtos, uma dedicação quase total ao trabalho e um nível de exigência baixo por haver muita oferta de mão-de-obra”.

Como principais características dos chineses aponta o facto de serem “óptimos a copiar, fracos a identificar as necessidades dos consumidores ocidentais, muito fracos a criar ou a inovar, falta de sensibilidade para o fácil de usar e um sentido de estética diferente”. A China de hoje apresenta-se com cidades que “crescem a uma velocidade impressionante, uma quantidade enorme de pessoas a trabalhar, ritmos elevados de crescimento económico e um aumento vertiginoso do consumo”.

Daí que não seja de estranhar que se apresentem como oportunidades a exportação de produtos europeus de prestígio e a importação de produtos ou módulos

a preços mais competitivos. Do lado oposto, “a língua, a falta de compreensão das necessidades dos ocidentais e uma cultura muito marcada pela quantidade em detrimento da qualidade” apresentam-se como as principais dificuldades para quem aborde este mercado.

Sérgio Teles deixa alguns conselhos aos portugueses que decidam apostar na China. Desde “visitar a empresa e a zona de produção, verificar os processos de desenvolvimento e produção, definir e controlar muito bem a especificação do produto que se pretende”, até “monitorizar a primeira produção no local e fazer auditorias independentes” são procedimentos a não descurar. E, atenção, “verificar a qualidade antes da mercadoria sair da China”.

Preços mais baixos, condições de pagamento mais desvantajosas, exigência de quantidades importantes, tempo e/ou custos de transporte não desprezáveis são outros aspectos realçados pelo empresário.



■ Vale a pena apostar na China, mas com alguns cuidados

■ FRAGILIDADES CHINESES PODEM SER OPORTUNIDADES

Arriscar e ser *criativo*

“Encarar a China como uma plataforma de produção e como uma plataforma exportadora” é um dos conselhos dados por especialistas nestes mercados, em declarações ao Jornal das PME. “Na China, tudo é negociável”, salientam e apresentam ainda algumas das fraquezas dos chineses que podem constituir oportunidades para os empresários portugueses:

- Crescimento desequilibrado: entre cidades e campo, litoral e interior, ricos e pobres.

Oportunidade: população com grande poder de compra de produtos de luxo a atingir as dezenas de milhões.

- Urbanização: o êxodo rural nos próximos 20 anos atingirá entre 350 a 400 milhões de pessoas para as cidades.

Oportunidade: sector da construção, imobiliário, materiais de construção especializados, doméstica, casas inteligentes, pedras e mármore ornamentais.

- Problemas ambientais: poluição industrial e urbana, problemas de saúde pública e qualidade de vida.

Oportunidade: indústrias do sector ambiental com alto valor acrescentado tecnológico.

- Problemas energéticos: falta

de energia leva à paralisação de diversas fábricas.

Oportunidade: sector das energias renováveis, nomeadamente solar, eólica e hidroeléctrica.

- Produtos de consumo corrente: pouca produção sofisticada e artesanal de alta qualidade.

Oportunidade. Os consumidores chineses consomem ainda em média um décimo dos ocidentais em produtos de alta qualidade.

- Carência de Tecnologia

Oportunidade: criação de parcerias tecnológicas em troca de economias de escala e acesso a um potencial grande mercado.

China reforça processo de liberalização comercial e económica

A China, o terceiro maior país do mundo em termos de área (logo a seguir à Rússia e ao Canadá), apresenta uma das mais elevadas densidades populacionais do mundo, embora existam grandes diferenças entre as suas regiões. A sua adesão à OMC (Organização Mundial do Comércio) é o culminar de um processo negocial de 15 anos, ao longo do qual o país foi reforçando o seu processo de liberalização comercial e económica.

A redução de direitos aduaneiros, a eliminação gradual de quotas, da taxa reguladora de importação e de algumas inspecções alfandegárias, a diminuição gradual da lista de produtos sujeitos a licença de importação, a alteração da regulamentação sobre patentes e propriedade intelectual, a maior abertura ao investimento estrangeiro, a convertibilidade da moeda corrente e a simplificação dos procedimentos administrativos inerentes ao regime de trocas comerciais, são alguns dos principais aspectos do processo de reformas ainda em curso na China.



■ COM ÍNDICES DE CRESCIMENTO E PRODUTIVIDADE ENORMES

Espanha aberta ao investimento português

As empresas Renova e Ferpinta são dois casos de sucesso de internacionalização portuguesa em Espanha. Como conseguiram? “No início, foi muito duro. Naturalmente que dificuldades há sempre, mas, acima de tudo, o importante é querermos”, afirma João Clara, administrador da Renova. Por seu lado, Carlos Rodrigues, director-geral da Ferpinta España S.A., considera que este “é um mercado muito competitivo, mas para o qual temos de olhar como um mercado natural. Devemos olhar para Espanha como uma oportunidade para continuarmos a crescer”.

Segundo Carlos Rodrigues, “Espanha é enorme e, embora o castelhano seja a língua principal, é preciso ter em atenção que cada província espanhola tem características muito próprias e há um conceito generalizado de mercado muito proteccionista”. No entanto, “os espanhóis vêem os portugueses com afecto, como pessoas sérias e trabalhadoras”.

Aos empresários portugueses que desejem apostar no mercado espanhol, Carlos Rodrigues aconselha a que, “em primeiro lugar, identifiquem a província espanhola que mais se assemelha ao produto que lá querem colocar”.

Persistência e inovação são igualmente factores-chave para o sucesso de uma empresa que aposte no país vizinho. Tal como conta João Clara, “Espanha foi uma experiência de esforço e recompensa”. Até porque “se tivermos uma mentalidade de ‘turista acidental’, não conseguiremos ter uma boa implementação naquele mercado”, acrescenta.

“É preciso ter a coragem para inovar permanentemente, aperfeiçoar áreas fulcrais como qualidade, imagem e design, e aceitar riscos. A concentração e a originalidade tem de ser grande”, uma vez que “não basta parecer, tem de ser diferente”, salienta João Clara.

Mas afinal o que falta para os portugueses apostarem definitivamente em Espanha? Carlos Rodrigues é peremptório em afirmar que “a questão é querermos ir para lá”. E isso “depende da capacidade e da iniciativa de cada um de nós”. O



■ Espanha deve ser o mercado prioritário para os empresários portugueses

empresário acredita na estratégia de que a produção deve ser mantida em Portugal. “Cá temos os nossos recursos e aqui criamos riqueza. De-

pois, vendemos a nossa produção para Espanha”. Seguro do “sucesso empresarial dos portugueses, Carlos Rodrigues acredita igualmente em

“parcerias de produção com empresas espanholas”, até porque “há abertura para sermos interlocutores dos espanhóis”.

Um mercado de oportunidades mesmo aqui ao lado

No contexto europeu, a Espanha assume uma importância crescente, caracterizada por uma situação política estável e um crescimento forte e sustentado da sua economia.

Hoje, Espanha é a quinta economia da União Europeia, em termos de PIB (743.046 milhões de euros em 2003). Embora apresente grandes desequilíbrios económicos entre as diferentes Comunidades Autónomas, o nível de vida médio das populações e o poder de compra das famílias melhorou significativamente.

Se quer investir em Espanha não esqueça que:

- Com alguma regularidade são instituídos instrumentos e programas de apoio à criação e modernização das empresas;

- O sistema fiscal espanhol é bastante complexo, baseando-se num conjunto de impostos estaduais, regionais e locais, directos e indirectos;

- O investidor que pretenda desenvolver negócios em Espanha pode optar por diversas alternativas. A escolha da forma jurídica da sociedade a criar é importante na medida em que terá fortes implicações em matéria fiscal, laboral, responsabilidade dos investidores, etc..

INSTITUTO PME FORMAÇÃO

Líderes em Formação para PME'S

Cursos para Desempregados, Activos e Empreendedores

Tel: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
www.pme.online.pt

instituto
pme
formação

■ JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, PRESIDENTE DA PME-PORTUGAL

Fazer, *fazer sempre*

Vivemos um momento de mudança grave. Não no sentido negativo, mas no sentido de que nada será como dantes. Independentemente do Estado, mas consequência da globalização, há uma nova realidade, uma nova camada empresarial. Com efeito, emergem ou crescem empresas inovadoras, exportadoras, nos escombros das multinacionais apátridas – que depois dos subsídios erradamente concedidos, e com mão-de-obra mais barata, se passam para outras paragens.

Mas existem ainda protagonistas neste país, que não perceberam a mudança. Não é uma mudança de acto, é mesmo uma obra nova. Esperemos que admirável. Seguramente diferente. E essa realidade divide o poder económico por mais actores e reforça a democracia económica. Não há quem possa parar esse movimento. Mesmo que o queira e o tente fazer.

AS PME são naturalmente os actores principais desta mudança. Conheço todos os dias novas realidades empresariais, de empresas que se internacionalizam, de empresas que depois de bem trabalhados produtos começam a exportar, de empresas que inovam na tradição, de empresas que renovam geracionalmente a gestão, de empresários e, cada vez mais, empresárias, que contribuem com a sua criação de valor para a riqueza do país.

Se assim aliás não fosse, o PIB estagnado seria nos últimos anos recessivo, pois temos que subtrair ao crescimento económico induzido pelas PME a deslocalização massiva de multinacionais que nos assola desde há vários anos. Portanto é indesmentível, mesmo macroeconomicamente, que se não fossem as PME e os seus líderes, estaríamos numa estagnação, mas numa profunda recessão e num caos social. E passada a gritaria do costume, acredito que vamos – nós os empresários que somos a riqueza da Nação – ser capazes de inverter o ciclo.

Tomam posse hoje os novos órgãos sociais da PME-Portugal. Um



“

AS PME são naturalmente os actores principais desta mudança. Conheço todos os dias novas realidades empresariais, de empresas que se internacionalizam, de empresas que depois de bem trabalhados produtos começam a exportar, de empresas que inovam na tradição, de empresas que renovam geracionalmente a gestão, de empresários e, cada vez mais, empresárias, que contribuem com a sua criação de valor para a riqueza do país.

”

processo eleitoral, altamente participado pelos empresários membros, culmina numa eleição unânime de dezenas de dirigentes nacionais, que integram respectivamente o Conselho Nacional das PME, a Mesa da Assembleia-Geral, Conselho Fiscal e Direcção Nacional. Empresários e profissionais liberais sócios elegem directamente os seus representantes. Uma renovação dos dirigentes que é superior a 50 por cento. Enfim, é uma representatividade, participação e democracia, de que outros não se podem gabar.

E continuaremos a ser como sempre fomos. Independentes do poder político. Incómodos ou apoiantes das políticas custe o que custar. Sem estar à sombra do partido A ou B, sem beijar a mão ao ministro Y, sem depender de nenhum senhor feudal. Sempre, só e apenas em nome dos empresários que anonimamente criam riqueza e emprego, empregam três milhões de pessoas, exportam, inovam e não têm a atenção e o protagonismo que lhes é devido pelos media e pela comunicação social

E continuaremos a anunciar não ideias, não projectos, mas a fazer. Fazer, fazer, fazer. Qualificar quadros, requalificar a gestão das nossas PME, apoiar os exportadores, apoiar a criação de empresas, promover a inovação séria e com resultados, alavancar as PME inovadoras e exportadoras – agora com intervenção autónoma da Sociedade de Capital de Risco criada, de e para as PME.

Os resultados do mandato que se inicia aparecerão quando estiverem os novos projectos contratados. Já habituamos todos a só falar-mos daquilo que já fizemos. Não deveria ser sempre assim no meio associativo e empresarial? Deveria, é certo. No entanto, há quem imite a classe política no seu pior: com promessas de “vamos estudar, vamos projectar, vamos propor, logo veremos, a seu tempo”.

Fazer, apoiar, vencer. Por cá queremos encontrar e apoiar os novos campeões nacionais de que o país precisa.

& SOBE DESCE

Sobe

Desburocratização

Não é a reforma deste mandato, arrisca-se a ser a reforma da década. Não são aspirinas, são vitaminas. Em menos de um ano, este Governo eliminou milhões de minutos de tempo inutilmente gasto pelas empresas e milhões de euros em custos. Só nos registos de actas, é meio milhão de inúteis procedimentos que todos poupam. Ganham as empresas, a economia e o país. O Governo e o Ministério da Justiça estão de parabéns.

Ô'PÁ

Belmiro de Azevedo e Horta Osório montaram uma operação inédita, arrojada, quase impensável. Quase perfeita. Mostram que há capacidade de gestão a sério em Portugal. Algum dos 300.000 pequenos accionistas terá dúvidas sobre quem gere melhor?

Igual

Autoridade da Concorrência

Não sabe o Presidente, Abel Mateus, se a OPA da SONAE sobre a PT defende os interesses dos consumidores. Mas quem esteve calado sobre o monopólio único e ilegal na Europa durante três anos tem a autoridade moral para lançar dúvidas desse tipo? Tem apenas que aproveitar esta OPA para garantir o dismantelar do monopólio TC Cabo/rede fixa e de obrigar à venda da Optimus ou da TMN. Duma autoridade de regulação, não se esperam comentários, mas decisões.

Desce

ICEP

Depois de neste mesmo jornal em Setembro, o Presidente do ICEP ter anunciado uma nova política e uma nova prática do organismo, a verdade é que medidas concretas ainda não chegaram às empresas e portanto os resultados não existem. Existe é, uma séria desconfiança de que os fundos para a internacionalização correm o risco de ir parar, não às PME, mas aos senhores do costume. Existe, está escrita e não foi desmentida. A quem interessa este estado de coisas? Não é ao compromisso de por “Portugal a exportar +” 6 por cento, já este ano.

Administração da PT

Fruto de um monopólio, destruíram o valor da empresa. A OPA não vem de Espanha, não vem dos EUA, mas podia ter vindo. E só não veio antes, por causa da “golden share”. Só há OPA's com sucesso em empresas que gerem mal o valor para o accionista e que estão na mão de um grupo que com poucas acções controla o poder. Vamos ver o que diz o mercado. A administração e núcleo (duro?) da PT protagonizaram declarações contraditórias nos últimos dias, do triunfalismo duma Contra-OPA, ao vexame de quererem discutir o preço.

ficha técnica

JORNAL PME

Director: Joaquim Rocha da Cunha | **Redacção:** JEP - Jornal das Empresas Portuguesas | **Grafismo e Produção:** Cunh@ | **Propriedade:** PME-Portugal | **Telefone:** 707 501 234 | **Fax:** 707 501 235 | **email:** info@pmeportugal.com.pt | **Impressão:** Naveprinter | **Tiragem:** 30000 exemplares | **Depósito Legal** 225578/05 | **Registo ICS:** 124583

■ COM A AJUDA DE UMA COMISSÃO DE DESFORMALIZAÇÃO FORAM CRIADAS MAIS MEDIDAS PARA AJUDAREM AO DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO DO PAÍS

Justiça com iniciativa

“A justiça deve estar ao serviço do desenvolvimento económico e do investimento”, afirmou João Tiago Silveira, secretário de Estado da Justiça. Em declarações ao Jornal das PME, realçou o facto de em menos de um ano o Ministério da Justiça ter criado serviços inovadores para os cidadãos e para as empresas. Estamos a falar de Empresa na Hora, Documento Único Automóvel e as publicações on-line dos actos das empresas. Neste seguimento, o Governo anunciou recentemente mais dez medidas que a curto prazo continuarão a dinamizar e desburocratizar a economia nacional.

Segundo João Tiago Silveira, “entendemos que este conjunto de medidas podem dar uma forte ajuda para o desenvolvimento económico e para ajudar ao investimento em Portugal, do ponto de vista da desburocratização e eliminação e simplificação de actos de áreas como a dos registos e do notariado”. No fundo, são medidas “especialmente relevantes para as pequenas e médias empresas”, dado que “significam um reduzir da carga burocrática sobre as empresas e dos custos de contexto que as empresas têm e que, frequentemente, são mais sentidos pelos pequenos e médios empresários”.

Todo este processo de desburocratização por parte do Ministério da Justiça iniciou-se “com a ajuda de uma Comissão de Desformalização que junta os parceiros sociais e na qual a Associação PME-Portugal também está representada. A participação dessa Comissão através das propostas que apresentou foi extraordinariamente útil”, sublinhou o secretário de Estado.

Relativamente ao balanço que faz da Empresa na Hora, João Tiago Silveira refere que é “altamente positivo”. De acordo com os dados de Janeiro último, o tempo médio para a constituição de uma empresa em Portugal é de 55 minutos e o número médio de empresas constituídas é de 40 por dia. “Portugal é o país da Europa onde é mais rápido constituir empresas”. De facto, “fazemos um balanço extraordinariamente favorável, uma vez que permite constituir empresas da forma mais rápida, fácil e barata, com igual ou superior grau de segurança e que facilita muito a criação do negócio em Portugal”.

Quanto ao feedback dos empresários, o secretário de Estado revela que tem sido “entusiasmante, até pela utilização que têm dado a esta forma rápida de criação de empresas. Cada vez que se abre um novo posto de atendimento da Empresa na Hora, rapidamente começa a ser utilizado e de forma intensiva”.

No que respeita às dez medidas recentemente anunciadas, João Tiago Silveira destaca aquelas que se apresentam como mais importantes para as pequenas e médias empresas. E começa pela eliminação da obrigatoriedade das escrituras dos actos da vida das empresas. “As escrituras públicas tornam-se facultativas, o que significa que as empresas e as pequenas e médias empresas deixam de estar onera-



■ João Tiago Silveira

das com a necessidade de praticarem dois actos de controlo público: o acto de registo e a escritura pública junto de dois oficiais públicos”. Elimina-se, portanto, “o duplo controlo de legalidade” que, conduzindo à eliminação de cerca de 65 mil escrituras por ano, significa também “uma forte redução de custos para as empresas”.

Outra das medidas destacadas é relativa à possibilidade de dissolução e de liquidação na hora das empresas. “Isto é muito relevante porque se trata de um processo moroso e caro para o empresário. Por isso, nós criamos uma forma de dissolver e liquidar a empresa num único atendimento, no próprio momento em que é requerido”.

Importante também para as médias e pequenas empresas é a eliminação dos livros de escrituração mercantil, excepto o Livro de Actas. No en-

tanto, este deixa de precisar de ser legalizado na Conservatória. “Com isto, cerca de meio milhão de actos de controlo deixam de ser obrigatórios”, realçou.

Uma outra medida que João Tiago Silveira destaca como importante para as PME é o facto de estarem a “criar concorrência no mercado das autenticações e dos reconhecimentos de assinaturas presencialmente”, que deixam de ser apenas efectuadas no Notário, e consequentemente conduzir à descida dos preços. “Vamos passar a permitir que advogados, licitadores, câmaras de comércio e indústria e conservatórias possam reconhecer presencialmente as assinaturas e autenticar os documentos”. Relativamente aos preços, acrescenta que “vamos praticar nas Conservatórias preços 28% a 60% mais baratos do que os que actualmente são praticados no notariado.

O secretário de Estado salienta ainda o facto de, a partir de 2007, deixar de existir a competência territorial das conservatórias, o que significa que “os empresários passam a poder solicitar a prática de actos sem terem de se deslocar à Conservatória da sede da empresa.

Tiago Silveira estima que com apenas três das medidas anunciadas – a eliminação das escrituras, a eliminação da obrigatoriedade dos livros de escrituração mercantil e a publicação on-line de factos da vida das empresas – deixem de ser obrigatórios 800 mil actos de controlo, que hoje em dia são dispensáveis, e que em custos directos e indirectos as empresas possam poupar pelo menos 125 milhões de euros por ano.

Questionado pelo facto de só agora se estarem a tomar medidas há muito reivindicadas pelos empresários, o secretário de Estado afirma que foi “essencialmente uma questão de ter coragem de tomar as medidas”. Neste sentido, “os empresários podem continuar a contar com uma vontade férrea de eliminação e simplificação de actos e de procedimentos inúteis. Portanto, deve ver no Ministério da Justiça um aliado que entende que tem de estar ao serviço do desenvolvimento económico e do investimento e não um obstáculo. Podem contar com isso”, garante João Tiago Silveira.

Dez medidas para dinamizar e desburocratizar a economia

Depois dos serviços: Empresa na Hora, Documento Único Automóvel e as publicações on-line dos actos das empresas, seguem-se novas medidas com vista à desburocratização:

- 1^a – Escrituras públicas facultativas
- 2^a – Dissolução e liquidação na hora de empresas
- 3^a – Eliminação dos livros da escrituração mercantil
- 4^a – Fusões e cisões de sociedades mais rápidas e fáceis
- 5^a – Autenticações e reconhecimentos mais fáceis e baratos
- 6^a – Criação para as empresas de um novo regime de Prestação Única de Contas
- 7^a – Prestação única de informação das empresas à Segurança Social
- 8^a – Eliminação da obrigatoriedade das certidões de inexistência de dívidas à Segurança Social
- 9^a – Criação do procedimento “Marca na Hora”
- 10^a – Simplificação da prestação de informação pelas empresas industriais

■ Conceito inovador utiliza a fruta como base principal de todas as propostas gastronómicas

Sabor da fruta: um negócio com muito sumo!

Os nutricionistas são unânimes em afirmar que um maior consumo de fruta e legumes é benéfico para a saúde. Um total diário de pelo menos 5 doses deveria ser a meta. Isto porque a fruta é rica em nutrientes e baixa em calorias. Comer e beber fruta é a melhor forma de adquirir vitaminas e minerais essenciais ao bom funcionamento do nosso organismo. É neste contexto que surge o café e restaurante Sabor da Fruta.

A pesar de não ter formação na área da restauração, Ricardo Santos, director-geral do Sabor da Fruta, sempre esteve muito ligado às áreas da saúde e do desporto, pelo que quando decidiu abrir um negócio na restauração optou por um conceito diferente, ainda não explorado e que agora já está franchisado.

“Começamos por desenvolver a ideia, investigámos o mercado, sempre com a premissa de criar um ambiente agradável e que a base de tudo fosse a fruta”, explica Ricardo Santos. Para além de apresentar um “layout” atractivo e jovem, mantendo sempre a alusão ao seu produto principal – a fruta – este conceito foi pensado para um tipo de clientes específico: pessoas informadas, exigentes e que gostam de uma alimentação saudável e saborosa.

Passado um ano da abertura deste espaço, o Sabor da Fruta inicia agora a sua expansão em Franchising que nas palavras dos seus impulsionadores “vem revolucionar o conceito da restauração”. A gama de produtos tão diversificada torna este espaço num local ideal não apenas para almoçar ou jantar, mas igualmente para tomar o pequeno-almoço, lanchar ou, simplesmente, passar um final de noite agradável, com som e luz ambiente adequados a cada momento do dia.

Segundo Ricardo Santos, ao aderir ao Franchising Sabor da Fruta, “o franchisado pode contar, desde logo, com vantagens exclusivas”. De realçar que “não é necessário ter experiência no ramo, uma vez que todas as lojas irão usufruir em cada uma das suas áreas da experiência acumulada pelos responsáveis do projecto”.

Por exemplo, na área gastronómica é o Chefe Álvaro da Costa (o chefe de cozinha e consultor do Sabor da Fruta e com provas dadas em casas de referência como o Sheraton) o responsável pela formação do franchisado”.

Para além da formação inicial e contínua para franchisados e colaboradores, o Sabor da Fruta oferece aconselhamento na selecção da loja, o projecto chave-na-mão, publicidade e suporte de vendas, entre outros apoios.

Prova da versatilidade e permanente inovação deste conceito é a sua mais recente criação – o Fruit In®. Trata-se de uma proposta gastronómica que tem como base a fruta, mas complementada por diversas possibilidades de recheio. Simplesmente, irresistível!

Ficha Técnica

Empresa

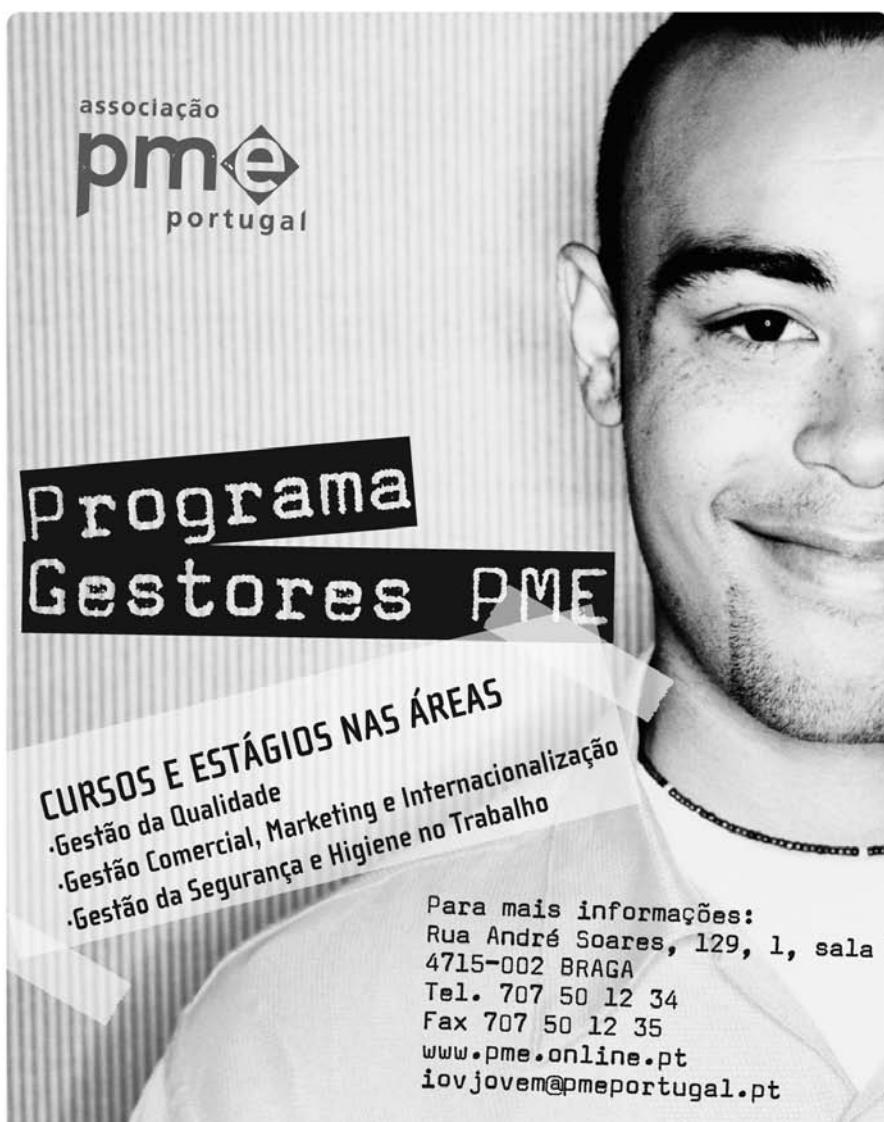
Sabor da Fruta – Restauração, Lda.
E-mail: info@sabordafruta.com
URL: www.sabordafruta.com

Actividade

Café & Restaurante

Dados Gerais

País de origem: Portugal
Início do negócio: 2003
Unidades : 1
Franchisadas : 0
Início do Franchising: 2006
Investimento chave-na-mão: □ 105.000
(dependente do estado do imóvel)
Direitos de entrada: □ 10.000
Royalties: 3%
Taxa publicidade: 2%
Duração do contrato: 5 anos



associação
pme
portugal

Programa Gestores PME

CURSOS E ESTÁGIOS NAS ÁREAS

- Gestão da Qualidade
- Gestão Comercial, Marketing e Internacionalização
- Gestão da Segurança e Higiene no Trabalho

Para mais informações:
Rua André Soares, 129, 1, sala :
4715-002 BRAGA
Tel. 707 50 12 34
Fax 707 50 12 35
www.pme.online.pt
iovjovem@pmeportugal.pt

Com o apoio:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu

Ministério da Economia e da Inovação

Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social




O seu negócio está em Boas Mãos?

☎ 253 611 128

Contabilidade
Consultoria financeira
Consultoria fiscal
Gestão de projectos
Projecto de investimento
Avaliação de empresas
Apoio ao financiamento
Consultoria de recursos humanos

livre empresa
finanças empresariais, lda

■ Conceito inovador utiliza a fruta como base principal de todas as propostas gastronómicas

Sabor da fruta: um negócio com muito sumo!

Os nutricionistas são unânimes em afirmar que um maior consumo de fruta e legumes é benéfico para a saúde. Um total diário de pelo menos 5 doses deveria ser a meta. Isto porque a fruta é rica em nutrientes e baixa em calorias. Comer e beber fruta é a melhor forma de adquirir vitaminas e minerais essenciais ao bom funcionamento do nosso organismo. É neste contexto que surge o café e restaurante Sabor da Fruta.

A pesar de não ter formação na área da restauração, Ricardo Santos, director-geral do Sabor da Fruta, sempre esteve muito ligado às áreas da saúde e do desporto, pelo que quando decidiu abrir um negócio na restauração optou por um conceito diferente, ainda não explorado e que agora já está franchisado.

“Começamos por desenvolver a ideia, investigámos o mercado, sempre com a premissa de criar um ambiente agradável e que a base de tudo fosse a fruta”, explica Ricardo Santos. Para além de apresentar um “layout” atractivo e jovem, mantendo sempre a alusão ao seu produto principal – a fruta – este conceito foi pensado para um tipo de clientes específico: pessoas informadas, exigentes e que gostam de uma alimentação saudável e saborosa.

Passado um ano da abertura deste espaço, o Sabor da Fruta inicia agora a sua expansão em Franchising que nas palavras dos seus impulsionadores “vem revolucionar o conceito da restauração”. A gama de produtos tão diversificada torna este espaço num local ideal não apenas para almoçar ou jantar, mas igualmente para tomar o pequeno-almoço, lanchar ou, simplesmente, passar um final de noite agradável, com som e luz ambiente adequados a cada momento do dia.

Segundo Ricardo Santos, ao aderir ao Franchising Sabor da Fruta, “o franchisado pode contar, desde logo, com vantagens exclusivas”. De realçar que “não é necessário ter experiência no ramo, uma vez que todas as lojas irão usufruir em cada uma das suas áreas da experiência acumulada pelos responsáveis do projecto”.

Por exemplo, na área gastronómica é o Chefe Álvaro da Costa (o chefe de cozinha e consultor do Sabor da Fruta e com provas dadas em casas de referência como o Sheraton) o responsável pela formação do franchisado”.

Para além da formação inicial e contínua para franchisados e colaboradores, o Sabor da Fruta oferece aconselhamento na selecção da loja, o projecto chave-na-mão, publicidade e suporte de vendas, entre outros apoios.

Prova da versatilidade e permanente inovação deste conceito é a sua mais recente criação – o Fruit In®. Trata-se de uma proposta gastronómica que tem como base a fruta, mas complementada por diversas possibilidades de recheio. Simplesmente, irresistível!

Ficha Técnica

Empresa

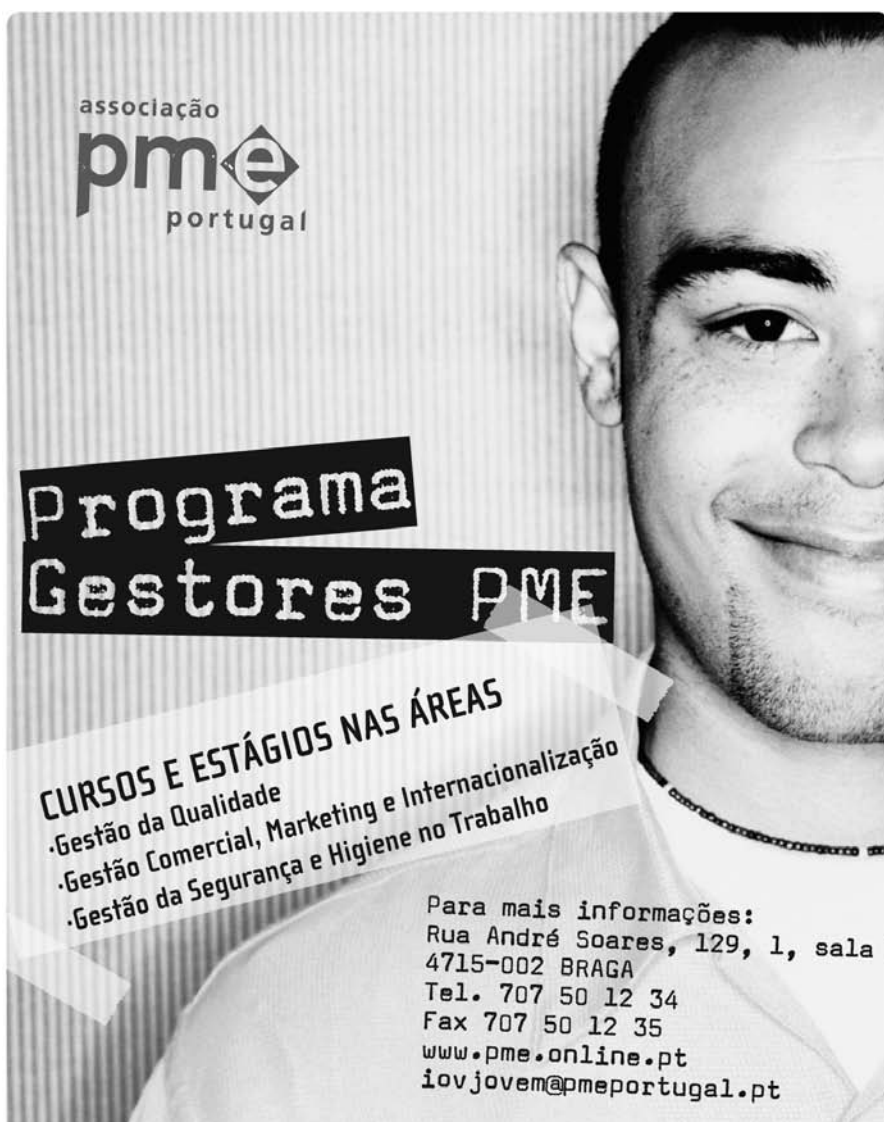
Sabor da Fruta – Restauração, Lda.
E-mail: info@sabordafruta.com
URL: www.sabordafruta.com

Actividade

Café & Restaurante

Dados Gerais

País de origem: Portugal
Início do negócio: 2003
Unidades : 1
Franchisadas :0
Início do Franchising: 2006
Investimento chave-na-mão: □ 105.000
(dependente do estado do imóvel)
Direitos de entrada: □10.000
Royalties: 3%
Taxa publicidade: 2%
Duração do contrato: 5 anos



associação
pme
portugal

Programa Gestores PME

CURSOS E ESTÁGIOS NAS ÁREAS

- Gestão da Qualidade
- Gestão Comercial, Marketing e Internacionalização
- Gestão da Segurança e Higiene no Trabalho

Para mais informações:
Rua André Soares, 129, 1, sala :
4715-002 BRAGA
Tel. 707 50 12 34
Fax 707 50 12 35
www.pme.online.pt
iovjovem@pmeportugal.pt

Com o apoio:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu

Ministério da Economia e da Inovação

Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social




O seu negócio está em Boas Mãos?

☎ 253 611 128

Contabilidade
Consultoria financeira
Consultoria fiscal
Gestão de projectos
Projecto de investimento
Avaliação de empresas
Apoio ao financiamento
Consultoria de recursos humanos

livre empresa
finanças empresariais, lda



■ SEGUNDO MURTEIRA NABO, OS CENTROS DE INVESTIGAÇÃO UNIVERSITÁRIOS DEVEM SER ORIENTADOS PARA A CRIAÇÃO DE EMPRESAS

“Investigação está muito centrada no *sector público*”

Actualmente, Presidente do Conselho de Administração da Galp, Bastonário da Ordem dos Economistas e Presidente da CO-TEC – a larga experiência do economista Francisco Murteira Nabo permite-lhe, hoje, defender que as pequenas e médias empresas portuguesas devem procurar mercados externos. O mercado lusófono deve ser, neste momento, o principal foco. Mas, para que isso também seja possível deverá ser criado em Portugal um ambiente favorável que, entre diversas coisas, promova o empreendedorismo e oriente os centros de investigação para o mercado e para a criação de riqueza.

Jornal das PME – Tem alertado para o facto de que “gastar dinheiro em inovação que depois não cria riqueza é um desperdício”. Considera, então, que as políticas de inovação não têm sido as mais adequadas para que se assista em Portugal à tão desejada mudança tecnológica?

Murteira Nabo – Tenho vindo a defender que, nos últimos vinte e tal anos, o país perdeu uma boa oportunidade para focar os recursos europeus na qualificação e na ligação da investigação ao mercado.

Em minha opinião, concentrámos demasiados recursos em infra-estruturas físicas e menos em infra-estruturas ligadas à qualificação. Por exemplo, dedicámos excessivos recursos à investigação básica e preocupámo-nos pouco com a sua ligação ao registo de patentes e à criação de riqueza.

Mas, as infra-estruturas físicas também não são importantes?

Felizmente, hoje somos um país com excelentes infra-estruturas. Ainda bem que assim é. No entanto, por um lado, continuamos a ter uma economia baseada em baixa tecnologia e na mão-de-obra barata. Por outro lado, as nossas universidades estão pouco focadas no mercado.

E porque é que isso acontece?

A educação básica faz sentido e é necessária. Obter uma licenciatura é importante, mas se estamos a falar em criação de riqueza, ela também de estar sempre ligada ao mercado. Inovar significa investigar ligando ao mercado e criando valor.

No meu entender, se não cria valor, é investigação básica, é investigação científica, mas não está ligada à criação de riqueza.

Também considero que, em Portugal, a investigação está mui-



■ “A nossa Universidade não tem grande tradição na formação de empreendedores”

to concentrada no sector público, no sector universitário e nos centros de investigação universitários e muito pouco numa nova interligação com o mercado, os seus investidores e empresários.

Assim, quando a nossa Universidade não tem grande tradição na formação de empreendedores e numa cultura de risco o que acontece é que muita da investigação acaba por não resultar na criação de empresas e de empresas com sucesso.

Esta interligação faz-se pela focagem nas medidas de incentivos e na disponibilização de recursos para o desenvolvimento de projectos e pela orientação de

quem investiga para a criação de riqueza, de empresas, de registo de patentes, para criar e operacionalizar as ideias e os resultados da investigação.

Mas, em sua opinião, porque é que ainda não se conseguiu essa interligação?

Precisamente porque as empresas privadas e a maior parte dos laboratórios de investigação privados não tinham acesso aos recursos que os laboratórios públicos tinham. Só agora é que se está a contrariar esta situação, por exemplo, através da Agência de Inovação.

Temos igualmente de orientar

centros de investigação nas universidades para a criação de empresas, ligando essas mesmas universidades a fontes de financiamento, venture capital, business angels, com uma cultura de empreendedorismo mais forte.

Assim que isto acontecer, estaremos perante a ligação entre a investigação e a criação de empresas e podemos mudar, digamos assim, a nossa economia para uma economia de base tecnológica mais avançada e mais qualificada. Esta é uma questão central.

Considera que as fontes de financiamento são um problema para o empreendedorismo?

Antes acreditava que um empreendedor quando tivesse uma ideia e se lançasse na criação de uma empresa o problema que iria encontrar situar-se-ia ao nível das fontes de financiamento. No entanto, e pela minha experiência à frente da COTEC, afirmo que ainda antes disso temos um problema de cultura do empreendedor e de gestão. Isto porque onde os projectos de empreendedorismo estão a falhar é ao nível do management.

O empreendedor tem uma ideia, tem vontade e espírito de risco, mas depois não sabe geri-la, falta-lhe maturidade a nível da gestão. Os recursos são-lhe da-

dos, mas por vezes ele não os sabe gerir.

Penso que antes de se chegar às fontes de financiamento há que resolver o problema de como é que se gere um business plan, como se transforma uma ideia num projecto empresarial.

Então, onde pode o empreendedor ir buscar essa aprendizagem?

Bem, nós na COTEC quando detectámos este problema lançamos o nosso programa de apoio técnico em parceria com a Universidade North Carolina. Esta era a universidade nos Estados Unidos que tinha a maior percentagem de sucesso no lançamento de start up's de base tecnológica elevada. Tinha uma taxa de sucesso de 30% – algo raríssimo, mesmo tratando-se dos Estados Unidos.

Estamos a implementar a metodologia. Vamos buscar recém-licenciados, pessoas com MBA's e mestres, vamos buscar as empresas, o capital de risco, os académicos, os investigadores e juntamos todos numa sala.

Uma coisa é espírito empreendedor e capacidade empresarial, outra é capacidade de investigação. E algures neste meio pode ou não aparecer a inovação. Mas, não se está a tentar criar à força empreendedores nas universidades?

Isso pode acontecer, mas também não temos uma taxa de empreendedores tão elevada como isso. Bom seria que estivessemos a transbordar de empreendedores.

Mas tem razão, a inovação não nasce necessariamente com a criação de empreendedores. Podemos ter inovação, sem termos novos empreendedores.

O conceito de inovação é, cada vez mais, um conceito global e não apenas tecnológico. Pode-se inovar de várias maneiras, por exemplo, mesmo em empresas tradicionais. E há casos de sucesso de inovação em pequenas e médias empresas tradicionais.

■ **FALTAM ESTRUTURAS DE DESENVOLVIMENTO DE PROJECTOS SEMENTE**

Financiamento é um problema maior nas *empresas* já maduras

As empresas, por vezes, sentem muita dificuldade em darem o salto que lhes falta para crescerem, não têm financiamento suficiente, por exemplo, para irem para novos mercados...

Pode acontecer, mas acho que esse não é um problema nosso. Há uns tempos acreditava nisso. Hoje já não. Penso que o nosso problema é de foco e de escala.

Mas não considera que há também um problema financeiro?

Não sou capaz de responder bem a isso. Em minha opinião, o problema do financiamento é, porventura, mais grave nas empresas maduras que se querem converter. É mais difícil convencer um financiador num processo de reconversão tecnológica de uma empresa já madura do que uma start up.

Permita-me que lhe explique isto pela via dos pólos tecnológicos porque penso que nos faltam estruturas de desenvolvimento de projectos semente.

Porque é que os pólos tecnológicos avançados que deram a volta ao mundo provocaram mudanças profundas nos países em que foram criados? Criaram junto de uma determinada região, junto das universidades e centros de ciência, ancorados em quatro ou cinco sectores, condições favoráveis ao desenvolvimento de projectos em que os empreendedores que querem investir se sentem confortáveis por ali se instalarem.

Ora, estes pólos criaram uma outra coisa. Criaram uma decisão em rede. Focaram os pólos em quatro ou cinco sectores estratégicos, como biotecnologia, tecnologias de informação, uns na área da medicina, outros na do software, mas não muito dispersos. Em seguida, praticamente andavam com os investidores “ao colo”, os municípios ofereciam condições favoráveis, não pagavam impostos, tinham incentivos à qualificação, bolsas de estudo e de investigação.

Talvez seja este o ambiente que falta a Portugal. Falta-lhe uma infra-estrutura que suporte e apoie aquele tipo de condições. Posso dar-lhe o exemplo, em Portugal, do Pólo do Minho, que é um dos mais avançados em termos de software no nosso país e que deveria ser uma perna de um pólo nacional, ao



■ **“O conceito de inovação é cada vez mais global e não apenas tecnológico”**

nível da especialização em, software. Depois teríamos o Pólo de Coimbra e o Pólo da Caparica, o Pólo do Tagus Park e o Pólo do Algarve que poderia ser uma especialização em biotecnologia.

Assim, o nosso pólo nacional deveria ser só um (a liderança seria única, com várias especializações e uma gestão em rede) e que permitisse desenvolver-se como um pólo à escala e dimensão internacionais.



SOLUÇÕES VOIP EMPRESARIAIS

VIPVOZ

SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES DIGITAIS, LDA.

REDUZA EM PELO MENOS 70% A SUA FACTURA TELEFÓNICA*

www.vipvoz.com | info@vipvoz.com | tel: 253 519 975 | fax: 253 517 904

*(dependendo do perfil de consumo)

■ AS MÉDIAS EMPRESAS TÊM DE PROCURAR MERCADOS MAIS ALARGADOS, DEFENDE MURTEIRA NABO

“A mudança da nossa *economia* passa pelas PME”

Segundo Murteira Nabo, “a capacidade de exportar passa por mudar a estrutura da nossa economia”, pelo que entende que as médias empresas devem pensar globalmente, através do estabelecimento de parcerias.

Partilha a opinião de que a mudança da nossa economia passa pelas PME?

Sim, considero que a mudança da nossa economia passa pelas PME. A mudança do nosso PIB e a nossa capacidade de exportar passa por mudar a estrutura da nossa economia na base da pequena e médias empresa. Esta estrutura económica baseada na PME não é só nossa, é também a da Europa e a do resto do mundo.

E o que é que defende para as PME, se estas são um factor fulcral para a nossa economia?

Defendo que as PME devem procurar mercados externos. As economias são cada vez mais regionais. Com a excepção de empresas muito pequenas que respondem aos mercados domésticos e locais (podemos até chamar mercados municipais aos mais pequenos), as médias empresas têm de procurar mercados maiores, mais alargados.

As médias empresas devem pensar globalmente, devem desenvolver-se, fazer parcerias e procurar exteriorizarem-se.

O médio empresário tem esse “apetite” pelo mercado externo?

Tem de ter. Se respondem a associações locais, aí a competição é entre pequenos. Por exemplo, o padeiro que disputa com outro padeiro numa mesma rua.

Se é uma média empresa e tem o seu mercado nacional, ela tem que procurar mercados mais alargados.

O mercado ibérico é uma realidade hoje em dia. Temos acesso a dados que revelam que os custos para as empresas portuguesas em todas as áreas são maiores em Portugal do que em Espanha. Os incentivos e a capacidade de apoio às empresas nacionais com projectos internacionais não é tão grande como o que existe em Espanha.

O que se tem de fazer é criar, em Portugal, um ambiente pelo menos igual ao espanhol. No fundo, os empresários têm de ter condições e um ambiente competitivo. Isto porque precisam de, pelo menos, ter igualdade comparativa com os seus mais directos competidores, quer esteja-



■ “O que se tem de fazer é criar, em Portugal, um ambiente igual ao espanhol”

mos a falar de PME ou de grandes empresas.

As ambições do empresário são em função dos seus concorrentes. Tem de avaliar se está bem ou mal em função dos seus concorrentes e, a partir daí, ajustar-se em função dos mercados dos seus concorrentes. Portanto, em função da sua concorrência, do seu nicho de mercado, o empresário tem de se adaptar para ser competitivo e ser o melhor. E aí tem de ser internacional, avaliar e procurar as tecnologias mais avançadas.

Como é que considera o facto de as maiores empresas portuguesas estarem todas elas em sectores muito pouco concorrenciais?

São empresas cujo mercado está muito situado dentro do mercado doméstico.

Mas é essa a razão que não as leva a apostar noutros mercados?

Porventura, o que lhes tem faltado é ambição global, ambição internacional. Penso que isso tem a ver um pouco com a nossa cultura empresarial que é

pouco ambiciosa. O país sofre de um problema de falta de confiança.

As empresas também pouco apostam em parcerias...

Era esse o ponto que há pouco ia focar: competition. No fundo, o médio empresário ter a capacidade de se associar, tentar disputar mercados mais ambiciosos e em parceria. Penso que o país não acredita que pode ser um vencedor no quadro global.

Isso é um erro porque as histórias de sucesso demonstram que são os paí-

ses mais pequenos que têm tido mais sucesso no mundo. Disso são exemplo países tão pequenos como a Suíça, a Holanda, a Finlândia, a Irlanda, a Islândia.

No nosso país há um problema de confiança e de ambição. Somos um país que não tem uma multinacional que se afirme no mundo.

Durante muitos anos tivemos a vantagem comparativa da mão-de-obra e da tecnologia em sectores como os têxteis e o calçado. No entanto, quer pela globalização, quer pela liberalização dos mercados têxteis, estes sectores perderam competitividade. E Portugal não foi capaz de se organizar em termos de focar os recursos em sectores em que pudéssemos ser competitivos em termos globais, como por exemplo a energia. Não há muitos países que tenham um sol, um mar e o vento que nós temos. Isto é, nós temos todos os geradores das chamadas novas energias.

E essas energias são competitivas?

Não sei se são. O que sei é que Portugal não tem energias fósseis, tem de as importar e elas vão acabar por desaparecer. Ao passo que cá temos as energias não são fósseis.

Quando me refiro a estas energias estou a pensar em termos de indústria porque é isto que vai se desenvolver nos próximos cem anos. Quer estas energias, quer outras, sempre na base do que não é fóssil: o hidrogénio, as marés, o vento, entre outras.

O biodiesel também?

Sim, o biodiesel, entre outras coisas como a biomassa. Porventura, o que o país necessita é de se focar na questão do cluster, como por exemplo, a economia do mar.

Em minha opinião, o nosso país tem que procurar sectores onde pode ter vantagens comparativas, a longo prazo e de forma global, e que outros países não têm. Para isso, precisa de grupos industriais que apostem em mercados globais. À semelhança do que já aconteceu com a cortiça e com o têxtil.

Se, por um lado, falta-nos ambição e temos uma cultura empresarial um pouco doméstica, por outro, o país não se organizou em termos de estratégia de longo prazo e de plano de acção.

No fundo, Portugal não teve uma liderança clara entre os dirigentes, os políticos e os empresários para que dissessem: é por aqui.

Defende uma tese selectiva das apostas?

Sim, defendo a tese de que deveria haver um ambiente que criasse situações para o sector empresarial para que se apostasse num certo número de clusters, a longo prazo.

E tem havido abertura por parte da classe política?

Tem havido avanços e recuos. Quem cria riqueza é o sector privado, não temos dúvida sobre isso. O Estado cria as condições favoráveis.

Posso lhe dar o exemplo espanhol. Há 20 anos, os espanhóis não tinham ‘champions’. Hoje, têm-nos em quase todos os sectores a nível internacional. Atenção, são ‘champions’ globais, como a Telefónica, a Repsol. Até na área dos automóveis são ‘champions’ quase mundiais.

Como é que isto surgiu? Não surgiu por geração espontânea. Surgiu porque há 20 anos, tal como aconteceu com a Finlândia e até mesmo com a China, os níveis políticos tiveram a antevisão do que iria acontecer. Reuniram com o sector empresarial e definiram uma task-force, ou seja, foram criando condições para que estes ‘champions’ se gerasse, se desenvolvessem e se transformassem no que são hoje. Houve, portanto, uma concertação focada também no sentido de evitar desperdício de recursos.

E, hoje, temos uma Europa perfeitamente orientada e organizada no sentido dos clusters europeus e com condições para que as organizações europeias se juntem e compitam com os mercados globais, contra os Estados Unidos, contra o Japão. Os países europeus que entrem nessas parcerias estão protegidos.

Os mercados estão cada vez mais organizados desta maneira e não vale a pena pensarmos apenas em termos de tentar vender, por exemplo, para a França, porque isso não é competitivo. Cada vez mais só se consegue vender se se conseguir ser mais barato ou tiver boa qualidade. Ou se é competitivo ou não se vende.

Ou se é inovador...

Ou se é inovador. Dentro da Europa os mercados são abertos, mas fora estão protegidos. Assim, o desafio que se coloca ao nosso país é exactamente este: organizarmo-nos um pouco à volta destas questões.

Os Conselhos Superiores de Ciência, Tecnologia e Inovação, dos quais também fiz parte no Governo anterior, tinham essa preocupação e chegou-se mesmo a elaborar um documento no sentido de integrar os nossos clusters nas chamadas plataformas tecnológicas europeias.

Como sabe, o novo Quadro Comunitário de Apoio já não vai atribuir recursos como antigamente. Agora os recursos destinam-se aos clusters, às plataformas tecnológicas, para as tecnologias e para os projectos europeus.

Esta focagem nos novos recursos é também para Portugal e vão ser atribuídos em função de objectivos prioritários europeus. Na Europa, já existem sete ou oito plataformas tecnológicas, mas serão à volta de dez grandes plataformas e quem apostar nelas será quem terá acesso aos recursos.

De alguma forma, o Plano Tecnológico procura abordar esta questão. No entanto, penso que ainda não está a ser claro, dado que procura focar-se num conjunto de medidas para fazer o upgrading das nossas empresas e em projectos seleccionados, e não em dizer aos investidores, aos empreendedores e aos financiadores quais são as áreas de aposta do país. Deveríamos perder menos tempo em coisas em que não somos competitivos.

■ JÁ CHINA E BRASIL EXIGEM DIFERENTES ABORDAGENS ESTRATÉGICAS

Mercado *lusófono* deve ser a aposta

Defende para Portugal um modelo económico diferente da realidade existente.

Penso que os empresários também já perceberam isso. A questão agora é: como operacionalizar? De forma a não perdermos o foco numa informação muito mais clara de onde é que devemos apostar e quais são as vantagens, num grande apoio à internacionalização, em condições fortíssimas de atractividade do investimento estrangeiro, numa aposta fortíssima nos bens transaccionáveis e nas nossas vantagens competitivas naturais.

As coisas terão que caminhar por aqui. Claro que é difícil sintetizar tudo isto num projecto político e de desenvolvimento. Mas, este é o cerne da base de parceria com os chineses e parcerias de mercado, de tecnologia e de aproximação aos mercados globais, com marcas.

Falou em parceria com os chineses. Como é que se estabelecem pontes com uma sociedade tão diferente da nossa?

Apostando fortemente como fazem os espanhóis, através do ICEP espanhol (N.R. ICEX). Durante dois ou três anos, os espanhóis enviam um conjunto de especialistas para fazerem levantamentos de mercado. Estão na China dois ou três anos para identificarem os sectores de aposta, onde têm vantagens competitivas, e seleccionarem as empresas chinesas que estão no terreno.

Depois, fazem um enorme trabalho de aproximação a um conjunto de empresas e empresários espanhóis para potenciais parceiros. Estes quando se deslocam à China já vão orientados. Todo este processo permite uma probabilidade de aproximação muito mais elevada entre os dois mercados.

Portanto, fazem o trabalho de casa...

Fazem um grande trabalho de casa, com um

forte apoio público. São muitos anos de trabalho. E quando o Primeiro-Ministro espanhol se desloca à China já é no sentido de assinar contratos que resultaram de parcerias estabelecidas na base de todo o trabalho efectuado anteriormente.

Isto que os espanhóis fazem, nós temos que fazer quer na China, quer noutros mercados. Temos de fazer um trabalho de casa prévio, um trabalho de fundo executado pelas entidades públicas vocacionadas para isso. No caso do ICEP Portugal, este tem de identificar quais são os sectores de aposta, quem são os parceiros do lado de cá e, em seguida, criar as condições de diálogo e, aí sim, de incentivo ao desenvolvimento de parcerias e de negócios.

Mais tarde, quando uma delegação política portuguesa, com um Presidente da República, com um Primeiro-Ministro ou com um Ministro da Economia, se deslocarem a um determinado mercado com um conjunto de empresários, este conjunto de empresários já deve ser o resultado do esforço do trabalho de casa.

Como caracteriza o mercado chinês?

A China é um mercado extremamente difícil, com uma legislação muito diferente da nossa. É igualmente um país com grandes diferenças culturais e de poder económico. Eu diria que é um risco ir-se para a China sem se estar muito bem preparado. A questão da língua também é importante, mas não deve ser encarado como um factor impeditivo. O empresário chinês é muito profissional, mas muito “frio”.

Tem uma larga experiência junto do mercado asiático. Numa altura em que muito se tem falado do mercado chinês, o que é que pode transmitir aos empresários que estejam a pensar em abordar este mercado?

Trata-se de um mercado difícil porque é um

mercado com muita concorrência interna. Para se entrar lá, existem duas soluções: pelas grandes empresas ou através de parcerias de forma a atacar mercados com parcerias chinesas.

Defendo a solução das parcerias porque é um mercado enorme, uma vez que não estamos perante um só mercado, mas diversos níveis de mercados dentro daquele país.

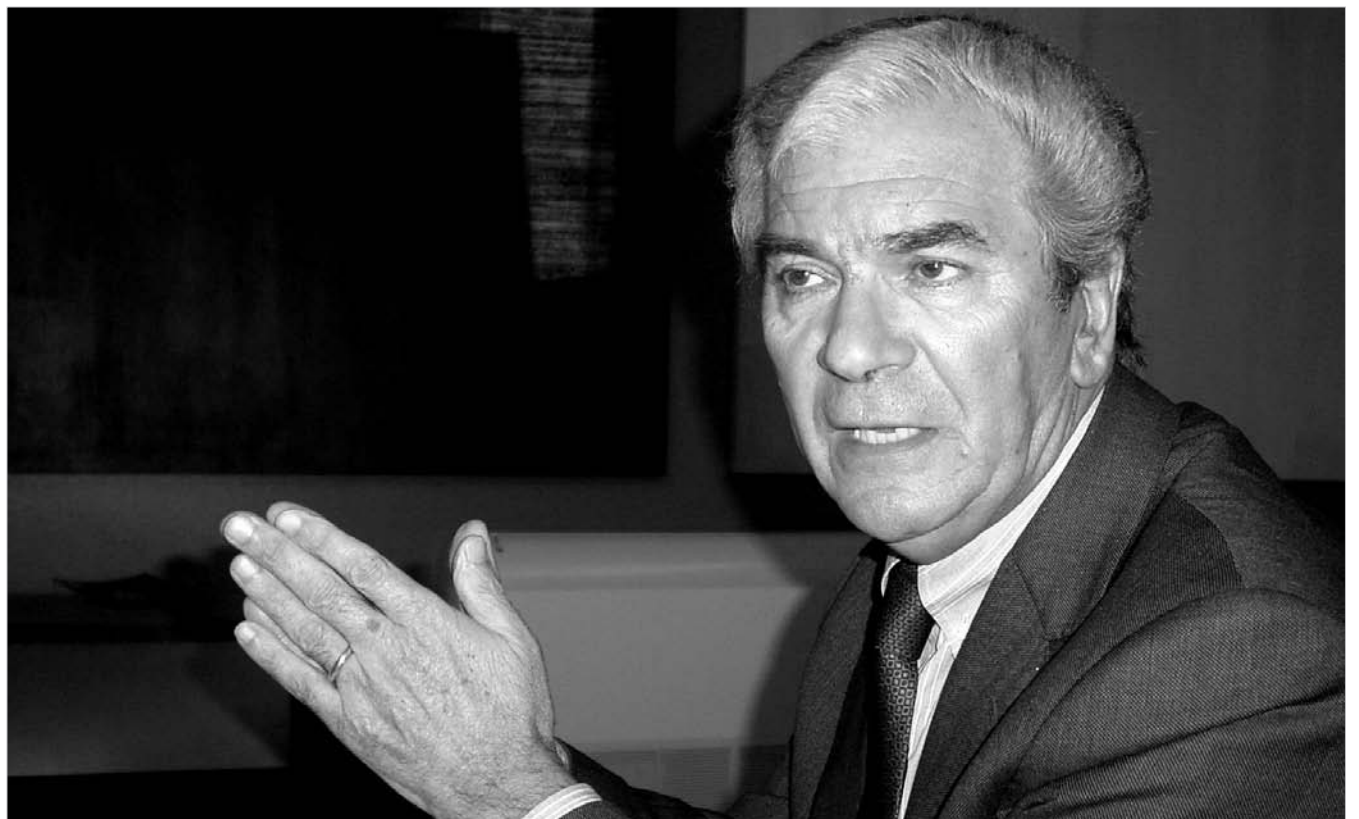
De facto, é um mercado de aposta e de forte crescimento, com algumas convulsões que eu considero que poderão acontecer em termos de instabilidades e ajustamento social. Defendo que Portugal deve apostar na China, mas sempre na base das parcerias. Por exemplo, estabelecendo joint-ventures de desenvolvimento com um bom parceiro chinês e entrar nos mercados com alguém que os conheça bem.

E relativamente a outros mercados de aposta, designadamente o Brasil?

O Brasil é um caso diferente. Tem outra dimensão e é um mercado diferente dos outros que exige outro tipo de estratégia.

Prefiro referir-me ao mercado lusófono onde nós temos vantagens comparativas fortíssimas. Penso que em mercados, como Angola, Portugal pode ter um papel importante, uma vez que eles necessitam de um parecer para se desenvolverem e nós somos esse parecer bom.

Defendo o mercado lusófono como sendo uma aposta nossa em termos de internacionalização e de bens transaccionáveis. E depois defendo o Brasil, também como nossa internacionalização, mas num conceito diferente. O mercado brasileiro “ataca-se” um pouco como a China. Embora sendo um país do terceiro mundo, é muito mais maduro que os outros da lusofonia. Portanto, é um mercado para o qual a nossa internacionalização deve ser na base de um partenariado muito mais igual, muito mais maduro.



■ “Portugal tem no mercado lusófono vantagens comparativas fortíssimas”

■ OSS ALARGA O LEQUE DE ALTERNATIVAS ÀS SOLUÇÕES EXISTENTES

Software Livre: *liberdade de expressão*

A. Carvalho Pereira
S&T - Sistemas e Tecnologia
Informática, Lda
cpereira@setinformatica.com

Aos profissionais e utilizadores de tecnologias de informação é cada vez mais difícil ignorar a oferta de produtos OSS – “Open Source Software” (a tradução adoptada para português é “Software Livre”), pois o interesse nestas soluções de software tem vindo a aumentar significativamente em todo o mundo, sendo apoiadas por directivas estratégicas de países como a Alemanha, Espanha, China e Brasil, ou por entidades supra-nacionais como a Comunidade Europeia.

Apesar do mais conhecido produto de Software Livre, o Linux, ser hoje uma referência na área dos sistemas operativos, tendo sido adoptado por muitas organizações privadas ou da administração pública, algumas de

grande dimensão, a nível nacional e internacional, persiste, no entanto, uma enorme falta de informação clara e objectiva sobre o que é de facto o Software Livre, quais as vantagens e desvantagens da sua utilização e quais os critérios que devem presidir à adopção deste tipo de soluções.

Em Portugal e apesar de em 23 de Setembro de 2004 a Assembleia da República ter aprovado a resolução nº 66/2004 que recomenda ao Executivo, um conjunto de medidas para apoiar a adopção deste tipo de software, o actual Governo decidiu enveredar por acordos com uma conhecida multinacional contribuindo negativamente para a clarificação das estratégias de modernização e competitividade das PME, colocando simultaneamente recursos necessários à inovação ao serviço da expansão de monopólios e comprometendo a nossa independência tecnológica.

Se a esta grande confusão do poder político adicionarmos os dados de inquéritos recentes, em que mais de 50% das empresas inquiridas admitia não ter conhecimento e informação clara e objectiva sobre o Software Livre, estão criadas as condições para que se instalem na opinião pública dúvidas, reservas e preconceitos infundados sobre o Software Livre, de que são exemplos comuns:

- a dúvida quanto à disponibilidade de suporte a estas aplicações em Portugal;

- o preconceito quanto ao custo real das soluções de Software Livre;
- e a reserva quanto à disponibilidade de formação para pessoal nestes produtos.

No que concerne à disponibilidade de suporte, apoio à implementação e formação de pessoal, já existem em Portugal empresas como a S&T Informática, Lda. (www.setinformatica.com) que oferecem serviços nestas áreas e a quem é possível contratar cursos estruturados e apoio ao desenvolvimento e implementação de projectos com Software Livre, nomeadamente com o ERP Compiere, com o Open Office, o Linux e outros.

Por outro lado, nos últimos anos a maioria das universidades portuguesas têm vindo a formar profissionais em tecnologias de informação, que entram agora no mercado de trabalho, com bons níveis de conhecimento em produtos OSS.

Quanto ao custo real destas soluções, importa desde já clarificar que o conceito de Software Livre tem tudo a ver com liberdade de expressão e muito pouco com a noção de borla experimental ou artesanal.

Segundo a Free Software Foundation “F.S.F.”, e de acordo com normas estabelecidas ainda durante os anos 80, devem ser considerados Software Livre todos os produtos de software disponibilizados publicamente com a permissão para qualquer indivíduo os usar, estudar, copiar e distribuir, na

seu formato original ou com modificações, de forma grátis ou com eventuais custos de aquisição, instalação e operação.

Naturalmente e que com base nestas regras a Free Software Foundation estabeleceu os seguintes quatro princípios de liberdade / direitos dos utilizadores de Software Livre:

- a liberdade de executar o software, para qualquer fim (liberdade nº 0);
- a liberdade de estudar como funciona o software e de adaptá-lo às necessidades de cada um (liberdade nº 1). O acesso ao código fonte é um pré-requisito para essa liberdade;
- a liberdade de redistribuir cópias do software, de modo a que qualquer indivíduo possa ajudar o seu semelhante (liberdade nº 2);
- a liberdade para melhorar o software e publicar esses melhoramentos, de modo a que beneficie toda a comunidade (liberdade nº 3). Mais uma vez o acesso ao código fonte é um pré-requisito

Estes princípios basilares do movimento de Software Livre apontam claramente para ideais de liberdade relegando para segundo plano qualquer conceito de preço.

É pois importante não confundir software livre com software gratuito porque a liberdade implícita neste tipo de produtos é independente de qualquer valor de aquisição e na realidade existe até um sem numero de programas que podem ser obtidos

gratuitamente mas que não podem ser modificados, nem redistribuídos, logo devem ser considerados como software proprietário, e existem programas que são comprados mas que por respeitarem os quatro princípios da Free Software Foundation e por isso são muito justamente considerados Software Livre.

Assim, e partindo do que acima foi dito, pensamos ser óbvio que para determinar o investimento e custo de operação com estas soluções, tal como com qualquer outro tipo de produtos de software, deverão ser tomados em linha de conta os custos de formação, suporte e manutenção, como contrapartida às principais vantagens das soluções OSS que são, a fiabilidade, adaptação às necessidades dos utilizadores e a conformidade com os “standards abertos”, que permite a sua interoperabilidade com outras aplicações e que limita situações de “vendor lock-in” ou seja de dependências indesejáveis a fornecedores.

O Software Livre vem alargar o leque de alternativas às soluções existentes, contribuindo para princípios de concorrência saudável numa base ética correcta e transparente e não deve ser visto como uma “moda passageira” que desaparecerá a mais ou menos curto prazo, mas antes como uma opção credível e consistente que deverá ser “obrigatoriamente” ponderada por qualquer decisor ou técnico responsável.

■ NÃO BASTA ASSOCIAR UM NOME E UM LOGÓTIPO A UM PRODUTO

“A Marca – Capital das Empresas”



Clarinda de Sousa Rodrigues
Mestre em Marketing
e Directora
da CRR/MKserviços

Ao longo de décadas, o tecido empresarial português desenvolveu-se em torno de um modelo industrial assente num paradigma de subcontratação de “private label” que, não obstante, a dependência que originou face a terceiros permitiu aos empresários portugueses gerir um negócio rentável

sem necessidade de investimentos colaterais. Todavia, a concorrência dos países do Leste e da China, com custos de mão-de-obra mais baixos, provocou a deslocação da produção, sobretudo no sector têxtil e no calçado, obrigando a que os empresários portugueses repensassem o seu modelo de negócio e iniciassem um verdadeiro processo de reestruturação das suas empresas.

Assistimos, por conseguinte, a uma consciencialização progressiva da importância do marketing no seio das PME, como motor de desenvolvimento da actividade das empresas. E, se durante muitos anos, se associou erradamente o conceito de marketing a publicidade, verifica-se actualmente que a actividade de marketing já não surge dissociada de uma estratégia de base potenciadora de maiores lucros a médio e a longo prazo.

Efectivamente, com base num trabalho conjugado a nível do produto, do preço, da distribuição e da comunicação, o marketing permite-nos co-

nhecer o mercado, antecipando as necessidades dos clientes. Todavia, para que se desenvolvam novos paradigmas capazes de criar ou reposicionar produtos e serviços que sejam percebidos pelo consumidor como mais-valias, é de fulcral importância que as empresas se tomem ágeis, flexíveis e se abram ao exterior, absorvendo e gerindo processos de inovação internos a nível de gestão e de tecnologia.

A criação de marcas no seio das PME decorre da necessidade premente de tornar as empresas mais competitivas, abdicando de um estado de subserviência face aos cada vez mais fugazes clientes industriais. Uma marca deverá ser entendida como o capital das empresas e gerida estrategicamente para que se crie valor acrescentado e se dote as empresas de capacidade de negociação nos canais de distribuição a nível internacional.

A distinção entre marca e produto é, porém, essencial: o produto é aquilo que a empresa fabrica, a marca é aqui-

lo que o cliente compra e com o qual estabelece uma relação emotiva. Consequentemente, não basta associar um nome e um logótipo a um produto. A marca é um conceito muito mais abrangente e complexo, porquanto se inscreve dentro de uma lógica de diferenciação da oferta. A criação de uma marca é, pois, a fase terminal de um processo estratégico que focaliza a actividade da empresa na demarcação face aos seus concorrentes e na criação de um valor acrescentado.

Não compete ao consumidor definir o que a marca deve ser. É imperioso que a marca possua a sua própria identidade. Antes de emitir os sinais da marca junto do consumidor (nome da marca, símbolos visuais, produtos, anúncios publicitários...) é necessário saber o que se pretende representar. A imagem é um resultado, uma descodificação processada pelo consumidor. E, para que esta seja efectiva e se traduza em resultados positivos, é de fulcral importância que se crie, em primeiro lugar, o conceito de emissão,

ou seja, a identidade da marca.

Criados os valores da marca, importa posicioná-la, ou seja, comunicar as suas características distintivas em relação à concorrência, de uma forma credível e legítima, sem colidir com a identidade da marca. Trata-se, em suma, de encontrar resposta para quatro questões fundamentais: A marca porquê? A marca para quem? A marca para quando? A marca contra quem?

A aposta na criação de valor acrescentado pela via das marcas é um processo multi-etápico que envolve determinação, conhecimentos técnicos e recursos financeiros. Não obstante, a marca permite às PME alavancar a sua actividade comercial, conquistando quota de mercado em nichos pré-seleccionados que anteriormente lhe estavam vedados. Consequentemente, e através do recurso a ferramentas de marketing, as PME ganharão melhor aptidão para iniciar o seu processo de internacionalização de forma sustentada e com um retorno financeiro mais rápido e eficaz.

Maus Negócios, *Bons Negócios*



Jack Soifer_2006*

jackfer@sapo.pt

Bom Negócio

O Governo lançou a desburocratização; já não se precisa registar em cartório vários papéis. Implementou o ‘empresa na hora’, onde, no mesmo recinto, todos intervenientes formam em uma hora uma empresa, registam marca, etc. Em Março, será possível fechar uma empresa também em uma hora, em vez de oito anos. Em 2007, as certidões serão obtidas directamente da outra Direcção-Geral pela net. E a maioria dos empregados receberá sua Declaração de IRS já preenchida, com os descontos habituais, os dados recebidos dos empregadores, para apenas ajustar os valores, e a devolver. Em 2008, as pequenas empresas poderão optar por pagar um imposto único, baseado na presumível “renda”, calculada por sector e área da loja, ou número e tipo de máquinas, se indústria. Tabelas, espero, a acertar com as associações de cada sector económico.

Mesmo com greves e marchas, as reformas, por exemplo, férias normais em vez de 2,5 meses para juízes, aposentadoria aos 65 para funcionários públicos, tudo vai ser implementado, limitando-se os privilégios de várias categorias. Isto é democracia na prática.

Discutiu-se muito os votos da oposição. Mas, ninguém averiguou o partido dos SONAMBROS. 42% dos eleitores ficaram



no sofá, anularam, ou votaram em Branco. Compare com 90% de votos em eleições Nórdicas; pode-se desconfiar que os eleitores cá estão insatisfeitos com o sistema. Parece que entre PME a abstenção foi maior!!! Se é verdade, a tal democracia é um MAL NEGÓCIO!

Mal Negócio

No mundo todo as mega-agências de publicidade pressionam jornais e revistas que critiquem algum de seus clientes. Aqui o Banco Espírito Santo, acusado no mensalão do Brasil, relatado no sério Expresso, ali cortou seus anúncios. Abalou, e meu semanário cortou páginas. Diários como Correio da Manhã, que têm grande rede de captura de pequenos anúncios, layout simples, poucas páginas e muito texto, são menos

sensíveis. Jornais controversos, por exemplo, o Independente, entraram em crise financeira.

Assim, a virtual net é onde hoje há confiável informação do mundo real. Boas fontes: www.globalexchange.org, <http://www.pitt.edu/~cbw/life>, transparency.org, aldaily.com. E textos escritos por técnicos, vindos de várias fontes. Como por exemplo:

Água

Um copo de água corta a sensação de fome durante a noite para quase 100% das pessoas em regime, diz um estudo na Universidade de Washington.

Pouca água é a causa nº1 de fadiga durante o dia. Estudo preliminar mostra que 8 a 10 copos por dia podem aliviar dores nas costas e nas juntas em 80% das

pessoas que delas sofrem. A mera redução de 2% da água no corpo pode provocar incoerência na memória de curto prazo, dificuldades em matemática e em focalizar um ecrã de computador ou uma página impressa. Beber 1 litro de água por dia diminui o risco de cancro no cólon em 45%, mama 79%, bexiga 50%. Você bebe todos os dias a água que deveria? E 2 taças de vinho para as coronárias?

Bebida de “cola”

Nos EUA a rodo-patrolha leva dois galões de Cola no porta-bagagem para tirar sangue na estrada, após um acidente. Um osso numa tigela com Cola se dissolve em 2 dias.

Para limpar banheiro despeje uma lata de Cola no WC, deixe decantar por 1 hora e dê descarga. O ácido cítrico na Cola remove manchas na louça.

Ao tirar pontos de ferrugem do cromado do carro esfregue com papel de alumínio (o de embrulhar alimentos) molhado em Cola. Para limpar corrosão do terminal da bateria de carro despeje Cola nele e deixe efervescer. Para soltar um parafuso emperrado, aplique um pano embebido com Cola por uns minutos. Para tirar graxa da roupa despeje uma lata de Cola na máquina, adicione detergente. Ela também ajuda a limpar o pára-brisa do seu carro.

O ácido fosfórico na Cola tem Ph 2,8. Dissolve uma unha em 4 dias, rouba cálcio dos ossos e aumenta a osteoporose. Há anos, uma pesquisa na Alemanha detectou a razão da osteoporose em crianças a partir de 10 anos: Excesso de Cola.

Ao levar xarope de Cola, os camiões usam a placa Material Perigoso, reservada para o muito corrosivo. Dealers de Cola a usam para limpar motores. Médicos e pesquisadores acham a Coca Light uma bomba de efeito retardado, pelo blend Cola+Aspartame, suspeito de causar lúpus e degeneração do sistema nervoso.

Oportunidades de negócios

A distribuição de jornais e revistas tem qualidade muito variada. No Algarve é um cartel de 2 empresas com constantes reclamações. Se trabalhar pela madrugada, com garagem, 2-3 carrinhas e telemóvel faz-se muitos euros. O principal é ouvir com atenção os anseios das bancas, hotéis e uns poucos prédios comerciais.

A instalação de portas e janelas com vidros duplos é altamente rentável. Poucas empresas actuam nisto. Compram-nas da fábrica só após uma encomenda com parte do pagamento. Quase sempre atrasam muito a montagem, não limpam após o trabalho e demoram a atender reclamações.

Nova lei obriga novos prédios a instalar painéis de aquecimento solar. Há pouca concorrência e grandes lucros neste sector. Como em janelas, parte do pagamento é adiantado e precisa-se só uma carrinha e ferramentas para tubos e um bom fornecedor.

Outro nicho é a blindagem de carros para clientes em França e Espanha. Com o aumento do terrorismo muitos que a dispensavam já repensam. Aí entra também GPS, alarme pró-activo, segurança na garagem, etc. A mão-de-obra não é cara e as margens de lucro elevadas. Exige competência mecânica, eléctrica e falar inglês. Em geral o cliente adquire o carro e paga adiantado pelo material extra.

* O consultor Jack Soifer já fez 293 consultorias em 11 países, como Brasil, China, Rússia, EEUU e Suécia e trabalhou com mais de 30 sectores, entre os quais confecções, calçados, autopeças, mobiliário, turismo, tanto em indústria quanto comércio.

Neste espaço de opinião opinará sobre os efeitos de políticas públicas no empreendedorismo e na eficácia económica das empresas e listará em cada número alguns sectores promissores.

JORNAL das PME | Pedido de envio do Jornal

Nome:

Organização:

Tel.:

fax:

Morada:

e-mail:

Comentário:

O Jornal das PME: Jornal das pequenas e Médias Empresas de Portugal tem por objectivo:

- Informar, esclarecer e alertar os empreendedores das PME nacionais para a actualidade económica e para o desenvolvimento de negócios.

O Jornal das PME, tem uma periodicidade mensal e a sua distribuição é gratuita.

Se pretender receber o Jornal das PME preencha, por favor, o formulário anexo (recorte ou fotocópia) e envie para:

- Rua André Soares, 755 - 1º Esq. 4715-035 Braga
tel: 707 50 1234
fax: 707 50 1234

No caso de desejar receber mais que um exemplar do jornal, para distribuir num evento por exemplo, pedimos o favor de fazer chegar essa informação à PME-Portugal com a devida antecedência

■ REFORÇO DOS MEIOS FINANCEIROS, SIMPLIFICAÇÃO PROCESSUAL E CONCENTRAÇÃO E SELECTIVIDADE CARACTERIZAM O NOVO PME

“Estado aceita correr mais riscos com as *PME*”

“Estamos num momento particularmente importante para aquilo que podemos chamar o processo de relançamento da confiança na economia portuguesa”. É esta a convicção de Nelson de Souza, gestor do PRIME. Segundo este responsável político, o conjunto de grandes investimentos (focalizados em áreas com grandes dinâmicas de crescimento baseadas no design, na inovação e nos novos serviços) que têm sido “sucessivamente anunciados, têm a particularidade de serem investimentos importantes e sinalizadores de um novo paradigma da evolução Portugal”.

Nelson de Souza falava no encerramento de mais uma sessão promovida pela Associação das PME – Pequenas e Médias Empresas de Portugal, perante uma plateia que ultrapassou largamente o auditório com capacidade para 200 lugares e que recebeu

mais de 250 empresários. O gestor do PRIME disse que na sua vida “já tinha estado em muitas sessões”, mas que “nunca tinha estado numa sessão num sábado que às 14 horas ainda juntava numa sala 200 empresários.

Relativamente ao Novo PRIME,

Nelson de Souza, referiu que, “no quadro do denominado Plano tecnológico – um documento de orientação, um roteiro para a actuação de todas as políticas públicas – está definido o apoio às pequenas e médias empresas, focalizando no Novo PRIME as necessidades de moder-



■ Nelson de Souza

**EMPREENDEDORISMO
PME 2006**

associação
pme
portugal

Durante 2006, a Associação das PME-Portugal quer apoiar os Empreendedores que querem ser Vencedores. Para tal, vai lançar uma série de acções que contemplam:

- Sensibilização
- Formação
- Consultoria
- Apoio Técnico
- Apoio Financeiro

CONCURSO EMPREENDEDORISMO

PRÉMIO SGPME
MELHOR PROJECTO DE INVESTIMENTO

PRÉMIO CLUBE DAS EMPREENDEDORAS
MELHOR PROJECTO MULHER EMPRESÁRIA

PRÉMIO IPME
MELHOR IDEIA

PRÉMIO DE APOIO AO ARRANQUE
MELHOR IDEIA

PRÉMIO JEP
PROJECTO MAIS INOVADOR

+ INFORMAÇÕES EM
WWW.PMEPORTUGAL.PT

PROMOTORES



PARCEIROS



Seminário de Empreendedorismo

01 Março'06 | 15:00
Anfiteatro B 032- FEUP

08 Março'06 | 15:00
Anfiteatro 1.01 Escola de
Economia e de Gestão-
Universidade do Minho

DESAFIO DE CRIAR O PRÓPRIO NEGÓCIO

associação

pme
portugal



Universidade do Minho
FEUP FACULDADE DE ENGENHARIA
UNIVERSIDADE DO PORTO



FEUP FACULDADE DE ENGENHARIA
UNIVERSIDADE DO PORTO



nização, inovação e internacionalização das PME”.

Neste contexto, o Novo PRIME baseou as suas linhas de orientação em três grandes pilares: reforço dos meios financeiros, simplificação processual e concentração e selectividade. Isto porque, alertou Nelson de Souza, “o tempo de tudo para todos vai acabar”. No entanto, e tendo consciência que “não é na ponta final do programa que vamos alterar significativamente as coisas”, sublinhou a “necessidade de novos modelos que vão facilitar e agilizar os processos de decisão”.

O Governo “contratualizou como prioritários para o desenvolvimento das empresas, das regiões e da economia do país”, alguns factores. Designadamente, investimentos de aumento da produção transaccionável orientada para mercados externos; acções de PME de prospecção e conhecimento de mercados internacionais; “clusterização” de actividades em torno do turismo, saúde, moda e habitat; “clusterização” de actividades em torno das energias renováveis – produção de equipamentos, sistemas e serviços avançados; investimentos para a produção baseada em resultados de I&DT (biotecnologia, TIC, novos materiais e nanotecnologias); presença de PME na economia digital; fomento do empreendedorismo qualificado (empresas industriais qualificadas, turismo de natureza e animação turística, serviços avançados e comércio integrado); e dinâmicas de inovação em sectores mais expostos à concorrência internacional – o programa DINAMO para as ITVC (indústrias do têxtil, vestuário e calçado).

Nelson de Souza não terminou a sua intervenção sem reconhecer que “a actuação em factores mais imateriais da competitividade deve merecer do nosso lado uma atitude mais positiva. Portanto, temos consciência que também aqui vamos facilitar, vamos aceitar correr mais riscos nas empresas que estão dispostas a apostar, por exemplo, numa maior intensidade de formação dos seus recursos humanos”.

O gestor do PRIME anunciou ainda a criação de sistemas exclusivos para PME para além dos que já foram criados, como foi o caso do SIPIE. Anunciou igualmente a “reformulação da Banca”, uma vez que esta “tem de facto dificuldade em apreciar critérios que têm a ver com políticas públicas e avaliação do mérito social dos projectos”. Assim, “para os projectos que consideramos mais interessantes sob o ponto de vista da política pública, serão concedidas garantias que diminuam a margem de risco, permitindo um maior acesso ao crédito por parte de PME e taxas de juro mais adequadas àquilo que são as suas necessidades”, garantiu Nelson de Souza.

PROJECTO COLOCA JOVENS QUADROS NAS EMPRESAS

Programa Gestores PME



De forma a responder às exigências do mercado e às necessidades das empresas, a Associação das PME-Portugal lançou o programa Gestores PME com o objectivo de colocar nas pequenas e médias empresas jovens quadros qualificados. Pretende-se com esta iniciativa dotar as empresas de jovens quadros com qualificação especializada tornando-os, simulta-

neamente, elementos impulsores de processos de mudança nas PME e, consequentemente, do aumento da sua competitividade.

Os estágios dos jovens seleccionados decorrerão nas empresas após uma breve formação inicial especializada nas áreas da Gestão da Qualidade, Gestão Comercial e Marketing e Internacionalização.

Encontram-se abertas as candidaturas para as empresas

Para mais informações:
Associação das PME-Portugal
Rua André Soares, 129, 1.º, sala 1
4715-002 BRAGA
Tel. 707 50 12 34
Fax 707 50 12 35
E-mail: inovjovem@pmepor-
tugal.pt
URL: www.pmeportugal.pt

SISTEMA DE INCENTIVOS A PROJECTOS DE MODERNIZAÇÃO DO COMÉRCIO

Abertas as candidaturas ao MODCOM

Desde o início deste ano que se encontram abertas as candidaturas ao MODCOM – Sistema de Incentivos a Projectos de Modernização do Comércio. É missão deste novo sistema de incentivos viabilizar projectos determinantes na dinamização e revitalização da actividade comercial, particularmente em centros de comércio com predomínio de comércio independente de proximidade, em zonas urbanas ou rurais, bem como promover acções e programas de formação dirigidos ao sector do comércio.

A apresentação de candidaturas é efectuada através de suporte electrónico junto do IAPMEI – Instituto da Empresa, processando-se por fases.

Para mais informações:

DGE – Direcção-Geral da Empresa
Tlf.: 217 919 179
Fax: 217 919 290
E-mail: DGempresa@dgempresa.min-economia.pt
URL: <http://dgempresa.min-economia.pt>

IAPMEI
Linha Azul: 808 201 201
Fax: 213 836 283
E-mail: info@iapmei.pt
URL: <http://www.iapmei.pt>



PRIME reforça apoios

No sentido de dar resposta às novas orientações do Plano Tecnológico, foram recentemente publicados alguns dos novos regulamentos das Medidas do Novo PRIME:

- SIPIE – Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais

Apoio à criação ou desenvolvimento de micro ou pequenas empresas através do reforço da sua capacidade técnica e tecnológica e da modernização das suas estruturas.

Fase de candidatura: desde 8 de Fevereiro a 11 de Abril de 2006

- Apoio à Internacionalização da Economia

Apoio a projectos de internacionalização que visem a criação de uma envolvente favorável à actuação das empresas no mercado global, promovendo a imagem de Portugal no exterior, associando o país e a sua oferta de qualidade, a inovação e a diferenciação e possibilitando um melhor conhecimento dos mercados particularmente através da dinamização de iniciativas colectivas de abordagem e presença nos mesmos.

Fase de candidatura: desde 8 de Fevereiro a 11 de Abril de 2006

- SIME Internacional

Apoio a projectos de prospecção internacional destinados a aumentar o peso internacional do negócio das PME, privilegiando o contacto directo com a procura e a aposta em bens e serviços transaccionáveis.

Fase de candidatura: desde 8 de Fevereiro a 11 de Abril de 2006

- SIME – I&DT

Apoia os projectos que visam a realização de actividades de I&DT conducentes à criação de novos produtos, processos ou sistemas, ou à introdução de melhorias significativas em produtos, processos ou sistemas existentes, inseridos de forma coerente e justificada nas estratégias das empresas promotoras.

Fase de candidatura: candidaturas em contínuo, abertas desde 29 de Janeiro de 2006.

- SIED – Sistema de Incentivos à Economia Digital

Apoio à criação ou desenvolvimento de micro ou pequenas empresas através do reforço da sua capacidade técnica e tecnológica e da modernização das suas estruturas.

Fase de candidatura: desde 8 de Fevereiro a, 11 de Abril de 2006

Nota:

- SIME (Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial): à data de fecho do Jornal, ainda não tinha saído a portaria em Diário da República.

- Mais informações em: www.min-economia.pt www.planotecnologico.pt

■ ENCONTRAM-SE ABERTAS AS CANDIDATURAS ÀS 2ª E 3ª FASES DO PROGRAMA EMPREENDEDORISMO PME 2006

PME-Portugal lança apoios ao empreendedorismo

Nos últimos meses, a Associação das PME-Portugal tem promovido e desenvolvido uma série de iniciativas e projectos com o principal objectivo de apoiar e fomentar o empreendedorismo quer junto dos empresários, quer daqueles que, ainda não o sendo, demonstram ter capacidades de criar os seus próprios negócios. O ano de 2006 não será excepção e a PME-Portugal continuará a lançar mais apoios em várias regiões do país.

Programa Empreendedoras PME

No âmbito do programa Empreendedoras PME (edição 2005), Novembro foi marcado pela entrega dos prémios de apoio ao arranque de negócio às primeiras mulheres empreendedoras que viram aprovados os seus projectos de criação do próprio negócio. Mais de 75.000 euros foram entregues e permitiram fomentar o empreendedorismo feminino, só neste mês. Sendo que no total do ano foram apoiadas mais de 50 empresas com 250 mil euros.

O comprovativo da transferência para as contas bancárias de cada uma das empreendedoras foi entregue durante uma cerimónia pública, no Porto. Embora, ainda nem todos os projectos tivessem ainda a aprovação final do financiamento comunitário, a Direcção da PME-Portugal decidiu avançar, naquela data, com a atribuição do prémio, pelo simples facto de entender que “estas empreendedoras não podiam estar mais tempo à espera e esta decisão implicou uma inédita e forte aposta”, mas entende a Direcção da PME-Portugal, “não poder assistir ao estrangulamento financeiro de pequenos negócios acabados de criar, tendo a responsabilidade moral de os viabilizar”.

Desejando o maior sucesso às empreendedoras que beneficiaram de mais uma edição do Empreendedoras PME, e dando-lhes confiança e encorajamento, os membros da Direcção Nacional da PME-Portugal presentes nesta sessão realçaram ainda o facto de estarmos a “caminhar para uma sociedade mais equilibrada, onde as mulheres assumem cada vez mais uma dinâmica e força superior à dos homens”. Mas, para que tal continue é necessário que “acreditem nos seus projectos, enfrentem as dificuldades e lutem todos os dias”.

Já no início de 2006, arrancou uma nova edição do programa Empreendedoras PME, com acções nos distritos de Braga, Porto e Lei-



■ Sessão de entrega dos prémios de apoio ao arranque de negócio, no âmbito do programa Empreendedoras PME



■ Conferência de imprensa de apresentação do programa Empreendedorismo PME 2006

ria. A edição deste ano decorrerá em três fases de candidatura. Depois do início da formação da 1ª fase de candidatura, encontram-se abertas as inscrições para as 2ª e 3ª fases do programa.

Concurso Empreendedorismo PME 2006

Em simultâneo com o programa Empreendedoras PME está a decorrer o concurso Empreendedorismo

PME 2006. Apresentado em conferência de imprensa, em Janeiro passado, esta iniciativa irá premiar ideias de negócio inovadoras. Encontram-se abertas as candidaturas à apresentação de projectos à 2ª e 3ª fases.

O objectivo é “premiar todos aqueles que demonstrem ter espírito empreendedor e de liderança e que queiram ver concretizadas as suas ideias e/ou projectos de negócio”. Segundo o presidente da PME-Portugal, “a conjuntura económica não está muito boa e o empreendedorismo é um acto de alguma coragem. E há em Portugal muita gente com capacidade e potencial”. Razão pela qual a iniciativa Empreendedorismo PME 2006 se caracteriza por um “programa integrado” que reúne diversas acções, entre as quais se encontram o programa Empreendedoras PME e o concurso Empreendedorismo PME 2006.

“O empreendedorismo português não é pior que o dos outros países, o que temos é de facto algumas dificuldades em determinadas áreas e é isso que é preciso mudar e é para isso que este projecto da PME-Portugal foi criado”, sublinha Joaquim Cunha.

Mais informações sobre estes programas:

Associação das PME-Portugal
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235

E-mail: info@pmeportugal.com.pt
URL: www.pmeportugal.com.pt

■ CAPITAL DE RISCO, CHINA, ANGOLA E ESPANHA FORAM OS TEMAS ABORDADOS

Associação das PME promove o debate entre os *empresários*

Em apenas duas iniciativas, a Associação das PME-Portugal reuniu largamente mais de meio milhar de empresários. Numa das sessões esteve em debate o capital de risco e numa outra as oportunidades e ameaças dos mercados da China, Angola e Espanha. Novas iniciativas onde serão debatidos muitos outros temas, que marcam a actualidade económica do nosso país, estão previstas até ao final deste ano e que a PME-Portugal irá dando conta.

Capital de Risco e Crédito nas PME

“Os países que renovam os fundamentos do crescimento são aqueles que têm capital de risco mais activo e mais financiado e maior peso deste instrumento financeiro em novas micro e pequenas empresas. Portugal tem ‘know-how’, empreendedorismo e espírito de risco. No entanto, sem pequenas e médias empresas fortes e competitivas, que se renovam e inovam, continuaremos a ter um país estagnado”. Esta é a opinião do presidente da PME-Portugal, Joaquim Rocha da Cunha, partilhada com uma plateia de mais de 200 empresários que assistiram à conferência “Capital de Risco e Crédito nas PME”.

Partindo do conhecimento adquirido junto do programa PME XXI (gerido pela PME-Portugal), e que na 2ª edição está a dar apoio consultivo gratuito a 115 PME, “há inúmeros projectos e empresas com excelente potencial e capacidade de gerir”. Pelo que “aguardamos uma maior dinâmica por parte do sector financeiro, em particular do capital de risco, já que “é igualmente fundamental para a economia”.

Também segundo o empresário e vice-presidente da PME-Portugal, Paulo Peixoto, “há oportunidades de negócio, há empresários, há empreendedores. Falta é um sector financeiro que, em conjunto com as empresas, crie o ambiente necessário ao desenvolvimento destas”. E acrescentou que “não pedimos à Banca que aprove todos os projectos que lhe são apresentados. Mas, pelo menos, que defina quais são, e de uma forma séria, para todos sabermos com o que podemos contar”.

Nesta conferência foram ainda oradores o presidente da Sociedade Capital de Risco PME Capital, Ferreira de Castro, e o vice-presidente do IAPMEI – Instituto da Empresa, José Furtado. A economista e consultora em gestão financeira de PME, Ana Isabel Maia, apresentou as diferenças entre crédito bancário



■ À esq. (de cima para baixo): sessão sobre capital de risco e crédito e entrega de diplomas aos associados PME-Portugal

■ À dir. (de cima para baixo): sessão sobre oportunidades para as PME na China, Angola e Espanha

e capital de risco, bem como deu algumas dicas aos empresários presentes sobre como apresentar a sua empresa a estes instrumentos de financiamento.

China, Angola e Espanha: ameaças e oportunidades para as PME

Para além de promover o debate com as mais de duas centenas de empresários presentes, foi objectivo desta iniciativa “desmistificar junto dos empresários muitas ideias feitas e muitos ‘terrores’ que não correspondem à realidade”.

Segundo Joaquim Cunha, presidente da PME-Portugal, “há um défice grande de informação e muita turbulência informativa em termos daquilo que são claras oportunidades”.

Este seminário pautou-se pela apresentação de testemunhos práticos de empresários que operam nos mercados chinês, angolano e espanhol. Esta foi a melhor forma os empresários presentes para as dificuldades e ameaças que poderão encontrar numa abordagem àqueles países, bem como a caracterização e definição das oportunidades que ali podem ser encontradas.

SGPME – o Capital de Risco das PME

Já no final de Dezembro último, a Associação das PME-Portugal anunciou, em conferência de imprensa, a SGPME – Sociedade de Capital de Risco, S.A.. Trata-se não de uma ideia, não de um projecto, mas de uma sociedade capital de risco, constituída notarialmente em Novembro de 2005. O seu capital social inicial é de 750 mil euros, inteiramente realizado e subscrito e foi o seu funcionamento autorizado e aprovado pelo Conselho Directivo da CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários) em Dezembro de 2005.

Fruto de uma parceria estratégica totalmente privada, a SGPME tem como objectivo fundamental apoiar as micro e as pequenas e médias empresa que de outra forma não teriam acesso aos mecanismos de financiamento.

Os empresários e empreendedores podem apresentar as suas ideias e projectos à SGPME através da PME-Portugal.

CONSULTÓRIO DA QUALIDADE

Quem deverá proceder à *Marcação CE*?

Joseph Sousa

Director da Qualid

- Investigação e Desenvolvimento
em qualidade
qualid@mail.pt

A marcação CE aplica-se, obrigatoriamente, a um conjunto de produtos que são alvo de legislação específica em termos dos requisitos essenciais que devem cumprir para que possam ser colocados à venda no mercado e, por isso, beneficiarem da livre circulação na União Europeia.

Esta legislação específica é constituída por um corpo de Directivas, que determinam, para os produtos a que se dirigem, as exigências essenciais em matéria de segurança, de saúde pública ou de protecção dos consumidores.

A marcação CE não é uma marca de quali-

dade, nem tem fins publicitários, significando apenas o compromisso de cumprimento da lei por parte do fabricante, pelo que a sua utilização indevida pode implicar a limitação ou interdição da colocação do produto no mercado.

O Fabricante é que incumbe a responsabilidade de verificar se o seu produto está ou não abrangido por uma ou mais directivas.

Os produtos que foram objecto de grandes alterações podem ser considerados como novos produtos, que têm de satisfazer as disposições das directivas aplicáveis, quando são colocados no mercado comunitário e quando entram em serviço.

Regra geral, o fabricante deve tomar todas as medidas necessárias para garantir que o produto de fabrico assegura a conformidade dos produtos, apor a marcação CE ao produto, organizar a documentação técnica e elaborar uma declaração CE de conformidade. Consoante a directiva, o fabricante poderá ser solicitado a apresentar o seu produto a terceiros (normalmente um organismo notificado) para ensaio e certificação, ou a requerer a certificação do seu sistema da qualidade por um organismo notificado.

O SEU
PARCEIRO DE
COMUNICAÇÃO

Assessoria de Imprensa
Criação de Conteúdos
Design Gráfico
Publicidade
Multimédia
Eventos
...

JEP JORNAL DAS EMPRESAS
PORTUGUESASRua André Soares, 755 -1º sala 7
4715-002 BragaTel.: 253 609 987
Tlm.: 253 609 987associação
pme
portugalDesempregada?
Crie o seu próprio
emprego!PROGRAMA EMPREENDEDORAS PME
3ª EDIÇÃO

Fases:

- 1 Formação em sala (2 a 3 meses);
- 2 Estudo de viabilidade do negócio;
- 3 Prémio Financeiro de arranque ao negócio;
- 4 Acompanhamento técnico durante 2 anos.

Durante o Programa:

Bolsa de formação
Subsídio de alimentação
Prémio de 12 x 374,70 Euros

EMPREENDEDORISMO
PME 2006

PROGRAMA FINANCIADO

Informações e Inscrições

Neg. Tradicionais: Escolaridade obrigatória: 9º ano

Neg. Tecnológicos: Licenciatura/ Bacharelato

Horário: Laboral

Destinatários: Desempregados (à data da selecção) ou à procura do primeiro emprego.

www.pmeportugal.pt
info@pmeportugal.com.pt
tel.: 707 50 1234
fax: 707 50 1235

PROMOTORES



CO-FINANCIAMENTO DA UNIÃO EUROPEIA (FUNDO SOCIAL EUROPEU) E ESTADO PORTUGUÊS

■ DIAMONDCARD PERMITE AQUISIÇÃO DE JÓIAS À MEDIDA E DISPONIBILIDADE FINANCEIRA DE CADA UM

Construir uma jóia *diamante a diamante*

A Moutinho & Araújo Jóias desenvolveu um produto inovador que vai dinamizar a joalheria em Portugal. Trata-se do DiamondCard – uma ideia simples, em formato de cartão de crédito (para um manuseamento seguro), que possibilita uma utilização diversificada dos diamantes.

Para os empresários João Moutinho e Paulo Moura, o objectivo principal deste projecto é “partilhar a paixão que nós temos pelos diamantes com o maior número de pessoas possível. As pessoas gostam de joalheria, mas muitas vezes não têm meios financeiros para comprarem jóias. Então, porque não criarmos uma forma de as pessoas poderem construir a sua jóia na medida das suas possibilidades financeiras?” E foi exactamente o que fizeram com o desenvolvimento do projecto DiamondCard.

“Há uma beleza que é eterna. Capture-a.” É um dos lemas do projecto que permite ao cliente final coleccionar diamantes para uma posterior elaboração de uma jóia personalizada por ele próprio. Até porque “podemos fazer



■ Paulo Moura e João Moutinho

muito mais do que o que imaginamos com diamantes soltos”, sublinha Paulo Moura.

A filosofia deste novo produto é “transmitir às pessoas que podem transformar os seus sonhos em realidade, construindo essa mesma realidade, com algum esforço e tempo”. Até porque tudo na vida se conquista com esforço e tempo. “O diamante é uma lição de vida. Cria-se e cristaliza-se em condições extremas, entre 150 e 200 quilómetros de profundidade, com temperaturas entre 1200 a 1400 graus e com pressões na ordem das 75 toneladas por centímetro quadrado”, acrescenta o empresário.

A própria embalagem que envolve o DiamondCard tem uma “forma sugestiva de um diamante”, o que torna o

produto ainda mais atractivo para quem deseje oferecer uma prenda. Foi ainda criada uma ficha de cliente que “facilita a partilha, do objectivo de construir a jóia, com familiares e amigos que muitas vezes têm dificuldade em escolher um presente”. Esta ficha de fidelização permite visualizar o número de DiamondCards que cada cliente possui.

Questionados sobre a segurança do cartão, respondem que “não podíamos correr o risco de colocar no mercado um produto sem o proteger de eventuais tentativas de fraude”, pelo que “todos os DiamondCards estão numerados e essa numeração consta na factura processada para cada agente”. O DiamondCard está à venda por todo o país nos agentes da Moutinho & Araújo.

Chegou o capital de Risco para as Pequenas e Médias Empresas

simples e sem letras pequeninas...

Informações em www.pme.online.pt

SGPME
Sociedade de Capital de Risco S.A.



Registo de Marcas e Patentes

Sem burocracia, sem papelada,
sem dores de cabeça.

**A PME-Portugal apresenta
o seu mais recente serviço
de registo de marcas e
patentes.**

Só tem de nos contactar, nós
tratamos de tudo.

ASSOCIAÇÃO DAS PME-PORTUGAL
Associação das PME-Pequeñas e Médias
Empresas de Portugal

SERVIÇOS CENTRAIS
Rua André Soares, 129, 1º sala.1
4715-035 Braga

TEL. 707 50 1234

FAX 707 50 1235

info@pmeportugal.com.pt
www.pmeportugal.pt

JORNAL DAS PME

JORNAL DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE PORTUGAL

pme
telecom

Soluções de Telecomunicações
e Internet de Banda Larga

Os melhores preços de
Mercado

Serviço inovador e único da
PME-Portugal

tel: 707 50 1234
www.pmeportugal.pt

■ PME-PORTUGAL LANÇA SERVIÇO ÚNICO E INOVADOR NA ÁREA DAS TELECOMUNICAÇÕES

PME Telecom responde às necessidades das empresas

A PME-Portugal desenvolveu uma solução de serviços de telecomunicações e Internet de banda larga, com entidades de referência no mercado, com os melhores preços do mercado.

O PME Telecom é um serviço inovador e único para as PME. Internet de alta velocidade e telecomunicações adequadas às necessidades das PME



Quinta das Glicínias

Novo empreendimento
em Braga

T2 C/135 m² | T3 C/160 m²

Características dos Apartamentos:

- Garagem individual
- Elevador
- Aquecimento central
- Ar condicionado (1)
- Soalho maciço

- Boas varandas
- Estores eléctricos
- Vídeo porteiro
- Porta blindada
- Moveis WC
- Banheira de hidromassagem
- Roupeiros nos quartos e corredor

HERCAFIL

TEL: 253 275 365 | TEL. 96 29 33 208
FAX: 253 271 445
AV. LIBERDADE, 642-7.º
APARTADO 21-4711-909 BRAGA
GERAL@HERCAFIL.NETC.PT
WWW.HERCAFIL.COM
PROMOÇÃO: HERMENEGIL DO MOTA CAMPOS E FILHOS LDA
CONSTRUÇÃO: SOCICAMPOS - SCOP CAMPOS LDA