

QREN

Chegaram os sistemas de incentivo para as PME

O Programa Operacional Factores de Competitividade é sem dúvida aquele que, no âmbito do QREN, está directamente vocacionado para as empresas. E dentro deste Programa Operacional, os sistemas de incentivos que de imediato terão grande adesão e procura por parte das PME serão o Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização de PME e o Sistema de Incentivos à Inovação. Nesta edição do Jornal das PME fique a saber um pouco mais sobre estes novos incentivos, o modo como se conjugam com as prioridades da nova AICEP e algumas questões para as quais deverá estar atento na hora de elaborar a candidatura da sua empresa. **Págs. 12 a 15**



Saiba Como...

Pág. 3

**Como participar
em feiras
de negócios**

Mercado Ibérico

Págs. 6 e 8

**Ferpinta e
Renova apostam
em Espanha**

Angola e Portugal

Pág. 9

**Relações
económicas
de excelência**

Mercado Internacional

Pág. 22

**Falar
inglês
não chega!**

a cor...
...o profissionalismo...
...a performance...
...e a inovação!

CLASUS[®]
www.clasus.pt

GRANDE LANÇAMENTO
Quadros Interactivos

■ JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, DIRECTOR DO JORNAL DAS PME

Consórcios para o mercado global

Abriam há duas semanas as candidaturas de empresas ao QREN, e na informação disponibilizada, as autoridades e gestores de programas, tiveram uma opção muito clara: privilegiar a inovação e a internacionalização e criar dotações autónomas para candidaturas apresentadas por consórcios de empresas.

Apesar das críticas que se ouviram pelo lento arranque do QREN, as prioridades definidas pelos gestores vão na direcção certa. É absolutamente necessário apoiar a internacionalização das PME (já que a palavra exportação é europeicamente incorrecta). E na internacionalização como noutros domínios é necessário incentivar, criando, como foi feito, dotações autónomas, candidaturas em cooperação ou consórcios de empresas. De facto, os consórcios para actuação em mercados exteriores, são não apenas uma inevitabilidade face aos custos de instalação e promoção nesses mercados, são também uma forma de dispersar riscos e aumentar a força de quem se quer impor no exterior.

Seja Espanha, Angola ou Médio Oriente, o tempo, a capacidade de gestão, a estratégia comercial, a promoção, a instalação física e a burocracia, existem em todos os mercados e têm custos, sejam de contexto ou de oportunidade. Uma PME isolada e que queira abordar um mercado de forma consistente, e queira ter sucesso mais rapidamente, ganhará em princípio se o fizer em conjunto com outras empresas, não apenas pelo facto de diminuir custos, mas por partilhar experiências e poder contratar melhores profissionais no mercado.

Analisemos o caso de Angola, mercado

onde Portugal é líder e cujas condições concretas verifiquei in loco, em visita que efectuei a Luanda e outras cidades, a convite do Governo da República Popular de Angola. É certo que é um enorme mercado, em elevado crescimento, em áreas onde Portugal tem imensa capacidade e oferta (serviços; construção; matérias de construção; bens alimentares e de consumo; máquinas, ferramentas e equipamentos, entre outras áreas).

Mas não é menos certo que Luanda será provavelmente a cidade mais cara do mundo, com preços m2 a superarem 15.000 dólares, onde uma noite num hotel, se se encontrar, custa 250 dólares, onde os vistos são difíceis de obter e onde uma refeição ronda os 50 dólares! Ou seja, até constituir a empresa e obter a provação do investimento estrangeiro pela ANIP, um empresário pode facilmente gastar em viagens e burocracia e apoio legal 50.000 euros, e mesmo assim não disporá de condições muito importantes para actuar em Angola: clientes e logística. Quem não tenha instalações e produto, não vale a pena pensar em actuar neste mercado – isto sem realçar algo de crucial, mas linear, que é o respeito pela identidade e pelas regras nacionais de Angola e prioridades do seu Governo.

Assim, qualquer empresa que isoladamente queira actuar no mercado, entre instalação, criação de empresa, contratação de pessoal, instalações, segurança, equipamentos e stocks, deve estar preparada para não investir menos de 250.000 a 500.000 dólares, e isto só para começar. E embora o mercado seja grande e crescente (o Orçamento de Estado cresce 30% em 2008) são valores que não estão ao alcance de toda e

qualquer PME. Ora qual a solução para isto, não apenas para a redução dos custos, mas para optimização dos proveitos? É a actuação em cooperação e em consórcio de PME que, além de prioridade no QREN, é o caminho para a internacionalização das nossas PMEs.

Vejamos de novo o caso de Angola: o custo de constituir uma ou cinco empresas não é muito diferente; a logística para uma ou cinco empresas é praticamente igual, sendo que em conjunto custa 20%, quando os custos de pavilhões podem superar os 1000 dólares m2. A segurança, a tramitação alfandegária e mesmo parte do esforço comercial podem ser conjuntos e com isso diluir os custos. O envio de um gestor de operações para o mercado é elevado, e dividido por cinco é mais barato. Enfim, poderia dar inúmeros exemplos de custos reais que em conjunto diminuem ou diluem-se e da massa crítica que se pode ganhar.

Estou empenhado em formar para Angola, mas também para Espanha, Leste da Europa, Médio Oriente e outras regiões, consórcios de empresas que possam instalar-se, criar plataformas e conquistar mercados. Temos em preparação vários projectos que identificam mercados e empresas. O desafio de quem esteja interessado em crescer para o exterior e o queira fazer em conjunto está lançado. Não apenas por mim, mas pelos avisos do QREN e pelos apoios potenciais. Assim, compete agora aos empresários fazerem as apostas e passarem ao terreno a disponibilidade para actuação em conjunto.

Se esta for a sua opção, não deixe para amanhã o contacto que pode fazer hoje.

SOBE & DESCE

SOBE

Abertura do QREN a candidaturas de empresas – lá diz o ditado “mais vale tarde do que nunca”. A abertura do QREN a candidaturas de PME a 15 de Novembro é uma boa notícia. A responsabilidade pelas apostas e pelo investimento passa portanto do Estado para as PME. Vamos ver o resultado.

O relatório do Banco de Portugal sobre o IES de 2006, cobrindo quase 300.000 PME, revela que estas cresceram mais no seu valor acrescentado do que as grandes empresas. Depois do Eurostat ter confirmado que a criação de emprego 2002-2005 se deveu em exclusivo às PME, mais uma desmistificação de quem de facto faz crescer o país e aguenta a crise. São as PME.

IGUAL

O fim da fusão BCP / BPI deixa maior espaço para o crescimento dos bancos: nem sempre as fusões criam valor, e neste caso, desde a OPA que ambos, e os bancos, perderam muito tempo e recursos, destruindo valor. Ambos têm uma missão importante a desempenhar em Portugal e nos mercados externos onde estão para apoiar a internacionalização da economia. Para as PME, é claro, desapareceu o eminente risco que a fusão proporcionaria.

DESCE

O Provedor de Justiça, com uma independência e autoridade ímpares em Portugal, denunciou os exageros e abusos que há muito se conheciam no terreno da administração fiscal sobre os contribuintes. A culpa não é dos funcionários do fisco, mas da gula imparável do Estado para cobrir o défice. Espera-se rápida correcção de procedimentos.

AGENDA

06 – 07 Dezembro 2007
Porto | Alfândega do Porto
“PME e Empreendedorismo”
“European Enterprise Awards”
www.eu2007.pt

A presidência da Confederação Europeia de PME (ESBA – European Small Business Alliance), onde Portugal está representado pela Direcção da Associação PME-Portugal, foi convidada a intervir na conferência internacional “PME e Empreendedorismo”.

A Conferência tem como objectivo promover o debate sobre políticas de incentivo ao empreendedorismo na Europa, através da troca de experiências e da apresentação de boas práticas com um importante efeito demonstrador para o conjunto dos países participantes.

Paralelamente à Conferência decorrerá a cerimónia de entrega dos “European Enterprise Awards”.

Este evento internacional de dois dias é resultado da organiza-

ção conjunta do IAPMEI e da Comissão Europeia e visa dinamizar o empreendedorismo inovador, através da promoção de encontros de negócios entre empreendedores e financiadores.

14 – 15 Fevereiro 2007
Espanha | Vigo
II Congresso de Jovens Empresários
www.ajeviso.es

A AJE Vigo – Associação de Jovens Empresários da Galiza está a

preparar o II Congresso de Jovens Empresários. “Um ambicioso projecto” que, segundo os seus promotores continuará o objectivo do I Congresso realizado em Fevereiro de 2006, “não só potenciar o relacionamento entre os seus associados”, como também abrir o espaço aos restantes empresários espanhóis e portugueses, no sentido de “dar a conhecer experiências empresariais de êxito”, e “potenciar a troca de contactos entre o tecido empresarial”.

■ SAIBA QUAIS SÃO AS ETAPAS FUNDAMENTAIS A TER EM CONTA PARA PLANEAR CORRECTAMENTE A PARTICIPAÇÃO DA SUA EMPRESA

Já traçou a sua estratégia de participação em Feiras de Negócios?

As Feiras de Negócios são uma das ferramentas de marketing utilizadas pelas empresas para a promoção dos seus produtos e/ou serviços, com o principal objectivo de ampliarem a carteira de clientes. As feiras são, igualmente, uma forma de exposição directa para potenciais compradores e fornecedores. Mas, tomada a decisão de participar numa Feira de Negócios há que traçar uma estratégia para aproveitar ao máximo essa mesma participação. Nas próximas linhas vamos dar-lhe algumas indicações para que a participação da sua empresa numa próxima Feira de Negócios seja bem sucedida.

A decisão de participar numa Feira envolve um trabalho preparatório que não deverá ser conduzido de ânimo leve, isto porque é a imagem da empresa que estará em evidência perante um público bastante alargado e que, de forma alguma, poderá ficar comprometida. Atenção: se não está preparado, não queira participar numa determinada Feira só porque recebeu um convite dos organizadores ou de outros expositores e parceiros de negócio. Apresentar-se de maneira inadequada poderá ser fatal para o seu negócio!

Assim, em primeiro lugar, o empresário deverá escolher a feira que é mais adequada ao perfil do seu negócio. Para tal, deverá procurar informação junto da associação representativa do seu sector, bem como solicitar dados, junto da entidade promotora da Feira, acerca do número de expositores, visitantes, etc. Deverá também ter para oferecer um produto e/ou serviço de qualidade, de preferência com um custo compatível ao praticado no mercado, assim como ter capacidade para responder às solicitações geradas pela sua participação na feira.

Depois há que ter em consideração os custos que vão envolver esta participação e que incluem, por exemplo, aluguer de espaço, projectos e construção de stands, telecomunicações e redes de informática, viagens, alojamentos, catálogos promocionais e brindes.

A divulgação da sua participação na Feira também deverá ser precisa para que o seu público-alvo o vá visitar durante o certame.

Também a preparação da equipa que vai estar no stand é fundamental para que seja orientada sobre qual a maneira como o produto e/ou serviço deverá ser apresentado.

Terminada a Feira o trabalho con-



tinua. É necessário manter o contacto com quem visitou o seu stand. Para tal, envie cartas de agradecimento. E, finalmente, mas não menos importante: elabore um relatório de avaliação da sua participação ao nível do

planeamento, execução, participação e aproveitamento desta sua participação. Esta informação será bastante útil para em próximas Feiras evitar cometer erros e reforçar o que de facto correu bem.

ETAPAS PARA PARTICIPAR NUMA FEIRA DE NEGÓCIOS


Pré-feira ou planeamento:

- Escolha a Feira certa:
 - Não escolha apenas com base nos números;
 - Peça orientação aos seus clientes;
 - Verifique tudo com antecedência;
 - Faça uma avaliação: dimensão, local, data, fiabilidade dos promotores.
- Estabeleça objectivos claros:
 - Metas a atingir: obter pedidos de vendas, pesquisar a concorrência, localizar tendências, gerar indicações para vendas futuras, criar bases de dados, encontrar fornecedores, obter divulgação, gerar expectativa à volta de um novo produto, aumentar a visibilidade do negócio e/ou da empresa, etc.;
 - Assegure-se que a equipa que estará no stand é adequada;
 - Foque a sua mensagem: escolha no máximo duas ou três ideias-chave para projectar nos suportes de comunicação que levará para a Feira;
 - Crie um orçamento.
- Crie uma exibição efectiva:
 - Procure a localização na Feira com maior circulação de público;
 - Apresente-se de uma forma simples e apele aos sentidos;
 - Trabalhe as promoções
- Promova a sua presença:
 - Mailing, convites personalizados, telemarketing, imprensa, publicações do sector.

Feira: o momento de vender o produto e/ou serviço, bem como preencher fichas de atendimento para que mais tarde seja mais fácil organizar os dados das pessoas que passaram pelo stand durante a Feira. Atenção: a equipa que ficar responsável pelo atendimento no stand deverão evitar:





- Sentar-se;
- Ler;
- Fumar;
- Comer ou beber em frente ao público;
- Falar ao telefone;
- Obstruir a visão ou a circulação dos visitantes;
- Falar ou agir de forma agressiva;
- Deixar questões por resolver;
- Subestimar visitantes;
- Conversar com os amigos em pequenos grupos;
- Deixar o stand abandonado, não cumprindo os horários da Feira;
- Aparentar cansaço ou enfado.

Pós-feira: produzir e/ou dar resposta às solicitações geradas durante a Feira, bem como iniciar contactos, ou visitar clientes, para dar continuidade às tentativas de vendas. Não esquecer também de enviar cartões de agradecimento aos convidados que compareceram na Feira.



Automatex

Equipamentos Industriais, Lda.

Rua Forjães, n.º 297 Lamelas
4825-243 Lamelas
Tel.: 351 252 891 770
Fax: 351 252 891 771
E-mail: geral@automatex.pt
Site: www.automatex.pt
Alvará: 49521

Estudos e Projectos

Montagens Eléctricas

Automação & Controlo

Quadros Eléctricos

Iluminação

Redes de Segurança

Centrais de Bombagem

Redes de Voz e Dados

Economia de Energia

Recup. Energia Térmica

Layouts

Transportes Automáticos

Construções Mecânicas

Instalações Integradas

Mercado Ibérico: uma parceria Jornal das PME + Moneda Única

JornaldasPME

Moneda Única



■ PILAR BLANCO, PRESIDENTE DA AJE VIGO, QUER EMPRESÁRIOS COM MAIS ATITUDE

Empresas portuguesas e galegas juntas no caminho da internacionalização

“É um mercado absolutamente dinâmico”. É assim que Pilar Blanco, presidente da AJE Vigo – Associação de Jovens Empresários da Galiza, caracteriza o mercado espanhol. Considerando que empresas da Galiza e de Portugal, mais especificamente as do Norte de Portugal, podem estabelecer parcerias no sentido da internacionalização. Numa breve entrevista, o Jornal das PME, Pilar Blanco aconselha os empresários de ambos os lados da fronteira a procurarem as pessoas adequadas nos mercados externos para que a sua abordagem seja a mais correcta possível.

Jornal das PME – Como caracteriza o mercado espanhol?

Pilar Blanco – É um mercado absolutamente dinâmico, muito interessante, e para o qual a aposta em mercados asiáticos e ibero-americanos está a ser muito importante, sobretudo para as empresas galegas. Espanha tem uma grande afinidade com países como o Brasil e a Argentina. Então, porque não aproveitar essas mesmas afinidades e fazer com que empresas galegas e mesmo portuguesas entrem nesses mercados?

JPME - Mas, não considera que as empresas espanholas estão melhor posicionadas para a internacionalização do que as portuguesas, em particular ao nível de apoios?

PB - Não se trata de uma questão de apoios do Governo. É mais uma questão de atitude. Estamos num mercado global, com tantas possibilidades que é uma pena não aproveitarmos este momento. Há que incentivar as empresas a se internacionalizarem. Temos de ser dinamizadores dessa internacionalização, colocar em marcha iniciativas para que as empresas se internacionalizem. E se Portugal e Espanha acabam por ser mercados muito próximos um do outro, onde não se pode falar praticamente de internacionalização, empresas espanholas e portuguesas juntas podem dar o passo para outras internacionalizações.

JPME - E quais os sectores que considera mais adequados para que essa parceria entre empresas espanholas e portuguesas se possa concretizar?

PB - Julgo que o importante é encontrar a oportunidade adequada e estar sempre atento ao que está a acontecer nos mercados. Há sectores mais inovadores, como é o caso das novas tecnologias, mas também o comércio,



os transportes e logística, entre outros.

Mas, volto a repetir, é uma questão de atitude. Tanto em Portugal, como na Galiza, temos de fazer um lóbi forte, seja em Lisboa, em Madrid ou em Bruxelas, para fazermos valer a nossa atitude e as nossas necessidades enquanto empresários.

JPME - E quais são essas necessidades? O que falta para haver mais empreendedorismo e as empresas se tomarem mais competitivas?

PB - Bem, cada caso tem de ser analisado em concreto. Por vezes trata-se de uma questão de modelo de negócio. Por exemplo, creio que um negócio com um grande número de sócios não é um modelo que possa

funcionar facilmente. É preferível optar por sistemas societários mais pequenos.

Por outro lado, há que ver os investimentos que os empreendedores querem fazer. Há também a questão das sociedades capital de risco para que apostem mais nos projectos.

E depois há também os sectores onde é realizado o investimento. Creio que a medicina e a investigação tecnológica têm muito futuro. E porque não o turismo? Há muito mais para explorar ao nível do turismo.

Essencialmente, temos de nos empenhar na sociedade do conhecimento. E aí há muito trabalho de campo e muita transição de conhecimento a realizar.

JPME - Da sua experiência no mercado a prestar apoio a empresários portugueses que querem investir em Espanha, o que é que estes mais procuram? Entrar sozinhos, procurar um parceiro de negócio?

PB - São várias as modalidades de entrada no mercado espanhol. Mas, a primeira coisa que têm a fazer é realizar um pequeno estudo de como podem entrar neste mercado. Uma das hipóteses é encontrarem um parceiro, um sócio adequado para poderem colocar em marcha o seu negócio em Espanha.

É evidente que há umas fórmulas melhor que as outras, pelo que prefiro estudar cada caso em concreto e, a partir daí, ver qual é a modalidade que mais se adequa à empresa ou ao negócio em questão.

Por vezes funciona melhor procurar um parceiro, outras vezes constituir directamente uma filial em Espanha ou constituir mesmo uma sociedade própria neste país.

Neste processo, o que é importante é valorizar sempre a empresa e o que esta necessita.

JPME - E que tipo de apoio a AJE Vigo disponibiliza aos empresários?

PB - Apoio aos empreendedores através de informação, acompanhamento e consultoria. Queremos ser um fórum de debate, de discussão, de conhecimento e de resolução de problemas. Nesse sentido, estamos neste momento a preparar o segundo Congresso de Jovens Empresários.

No fundo, queremos ser um fórum que coloque em marcha novas iniciativas e que faça com que os governos as apoiem.

Por outro lado, para apoiar os empresários portugueses a entrarem no mercado espanhol, desenvolvo com a

Associação PME-Portugal um outro trabalho de agente facilitador para essa abordagem.

JPME - E qual tipo de serviços estão a prestar aos empresários portugueses?

PB - Toda a colaboração necessária para levar a cabo a sua actividade em Espanha, com facilidade e um mínimo de investimento e risco. Temos serviços ao nível do acompanhamento, consultoria, criação de empresas e domiciliação de empresas, serviços de secretariado e escritório virtual, entre outros. Tudo serviços que não envolvem tantos custos directos de entrada no mercado.

JPME - Há algum tipo particular de empresas que procuram estes serviços?

PB - O perfil é muito amplo, não podemos dizer que existe um em concreto. Qualquer empresa de qualquer sector de actividade pode entrar em Espanha através deste sistema que oferecemos e que considero muito interessante.

JPME - Que conselhos daria aos empresários portugueses e espanhóis que pretendem abordar novos mercados?

PB - O mais importante quando um empresário quer expandir-se para outros mercados é procurar sempre um acompanhamento correcto. Este é o primeiro passo. Antes de o fazer sozinho, é melhor fazê-lo acompanhado. E para ter o acompanhamento e apoio correctos terá de encontrar as pessoas adequadas. Preferencialmente que estejam nesse país que quer abordar, que conhecem o mercado e que se encontram em condições de dar os melhores conselhos. Serão essas pessoas que melhor o orientarão e lhe dirão como terá de o fazer.

¡BIENVENIDOS A ESPAÑA!

PME-Portugal em Espanha!
A solução para Internacionalizar o seu negócio!

Espanha cresce 4% ao ano e as PME's portuguesas estão a ter neste mercado um grande sucesso. Razão pela qual a PME-Portugal, através da sua delegação em Vigo, lança uma promoção exclusiva para os seus associados que pretendam a domiciliação de escritório em Espanha, desde 89,00 euros/mês.

Serviço de assessoria, apoio e acompanhamento

Escritório Virtual

Contactos:
Delegação Espanha
Gran Vía, 22, 1º, 36203 Vigo
Tel: 00349 8648 3283
pme.espanha@pmeportugal.com.pt

associação
pme
portugal



Caixa Empresas **apoio aos negócios**



NÃO OLHAMOS PARA A DIMENSÃO DO SEU NEGÓCIO. MAS SIM, PARA A DIMENSÃO DO SEU SONHO.

A Caixa ajuda-o a desenvolver o seu negócio.

Na Caixa, para cada sonho há uma solução concreta e adequada a cada sector de actividade, seja agricultura, comércio, restauração, saúde, novas tecnologias ou nas mais diversas áreas empresariais. Venha dar vida ao seu projecto em qualquer Agência da Caixa.

■ CARLOS RODRIGUES, DA FERPINTA ESPAÑA, CONSIDERA ESPANHA “UMA REALIDADE EXTREMAMENTE DINÂMICA”

Ferpinta torna-se a segunda empresa do sector na Península Ibérica

“Multifacetada, aberta e tremendamente dinâmica são, segundo Carlos Rodrigues, director-geral da Ferpinta España (Grupo Ferpinta), as principais características da realidade espanhola. Um mercado no qual a empresa portuguesa Ferpinta tem dado provas de que é possível ter-se sucesso em Espanha. Um novo investimento que a Ferpinta concluirá agora em 2007 conduzirá a empresa para o segundo lugar na Península Ibérica, com uma completa gama de produção e o mais moderno parque industrial.

Jornal das PME – Quais os obstáculos e constrangimentos que a Ferpinta tem encontrado no mercado espanhol?

Carlos Rodrigues – Parece-me oportuno realçar que num mercado tão competitivo como o espanhol, o facto de sermos uma empresa portuguesa não foi nunca um factor de desvantagem comparativa. Espanha é uma realidade multifacetada, aberta e tremendamente dinâmica, com muitíssimas mais oportunidades que constrangimentos, marcada sobretudo pela exigência de qualidade e profissionalismo.

JPME - E no que respeita a desafios e oportunidades, o que tem Espanha para oferecer à Ferpinta?

CR - Tem-se acentuado nos últimos anos uma modificação da forma de construção de edifícios (industriais e habitacionais) e grandes infra-estruturas (portos e aeroportos), acompanhando a tendência de países do centro da Europa, com a aplicação de engenharia civil alicerçada em estruturas tubulares (tubos de aço designados como tubos estruturais) em detrimento dos tradicionais perfis de aço.

Deste modo, e para acompanhar esta realidade, a Ferpinta concluirá no final de 2007 um novo investimento numa nova linha de fabrico de tubos estruturais que permitirá complementar a gama de produtos com o fabrico de tubos soldados até 12 polegadas



de diâmetro e 12,00 mm de espessura.

Com este investimento passaremos a ser a segunda empresa na Península Ibérica com uma gama de produção tão completa e com o mais moderno parque industrial.

JPME - Qual a percentagem que Espanha representa em termos de facturação para a Ferpinta?

CR - O mercado de Espanha, em termos de facturação, representou 47,5% no total da facturação da Ferpinta no ano de 2006.

JPME - Quais os conselhos que dá a novos investidores que pretendam abordar o mercado espanhol?

CR - Não creio que “conselhos” seja o termo adequado, pelo que manifestarei “reflexões” alicerçadas em 12 anos de experiência pessoal neste mercado.

Sublinharia a necessidade de identificar bem o mercado potencial para os produtos/serviços a comercializar, atendendo às grandes diferenças culturais que existem entre as comunidades que compõem este grande país e para as quais é necessário articular estratégias comerciais diferenciadas.

Condutas e princípios baseados numa ética negocial baseada na seriedade, honestidade e verticalidade são factores críticos para um sucesso empresarial que surgirá, naturalmente, sustentado num trabalho diário e persistente.

■ PROGRAMA OPERACIONAL DE COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA PORTUGAL – ESPANHA 2007-2013

Incentivos para cooperação conjunta

A Comissão Europeia adoptou recentemente o Programa de Cooperação Transfronteiriça Espanha – Portugal 2007-2013, no âmbito do Objectivo 3 “Cooperação territorial europeia” em Espanha e Portugal. Este Programa tem como prioridades a cooperação e a gestão conjunta, entre os dois países, para o fomento da competitividade e a promoção do emprego, do ambiente, património e prevenção de riscos, do ordenamento do território e acessibilidades e, ainda, pa-

ra a integração socio-económica e institucional.

O Programa Operacional de Cooperação Transfronteiriça Portugal – Espanha 2007-2013, abrange um território composto por 17 NUT III fronteiriças, as quais se dividem pelos dois países da seguinte forma:

Σ Portugal (10) – Minho Lima, Cávado, Alto Trás-os-Montes, Douro, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Alto Alentejo, Alentejo Central, Baixo Alentejo e Algarve;

Σ Espanha (7) – Pontevedra, Ourense, Zamora, Salamanca, Cáceres, Badajoz e Huelva.

Portugal e Espanha designaram como Autoridade de Gestão do Programa a Direcção Geral de Fundos Comunitários do Ministério da Economia e Fazenda (Espanha) e como Autoridade de Certificação o Instituto Financeiro para o Desenvolvimento Regional do Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional (Portugal).

O Programa Operacional Transfronteiriço (CCI 2007CB 16 3 PO 005), foi aprovado através da Decisão da Comissão C(2007) 5165 de 25/10/2007. O custo total do Programa é de cerca de 354 milhões de euros, sendo o montante da intervenção do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) atribuído ao programa, para o período 2007-2013, de 267,4 milhões de euros. A taxa média de co-financiamento é de 75,5%.

PROGRAMA

A+

>> Consultoria na implementação de soluções que conduzam à optimização do comportamento das construções, nomeadamente etiquetas “A” e “A+”;

>> Certificação de Projectos;

>> Vistoria de Construções;

>> Acções de sensibilização sobre o novo SCE.

Mais informações em www.pmeportugal.pt

GERAÇÃO D'VALORES
associação
pme
portugal

Negócios, negócios, amigos à parte

Agora, com o novo serviço Separação de Encargos já pode dar telemóveis a todos os colaboradores da sua empresa e separar as comunicações profissionais das pessoais, de forma simples e cómoda, na Internet.

Com o pack PME beneficie ainda de comunicações gratuitas entre todos os seus colaboradores. Para mais informações, ligue 16914 ou consulte www.vodafone.pt

Viva o momento



vodafone



■ LUÍS SARAGAMO, DIRECTOR DE MARKETING DA RENOVA, EXPLICA COMO A EMPRESA ULTRAPASSOU OS OBSTÁCULOS NO MERCADO ESPANHOL

“Renova compete através de uma dinâmica de inovação permanente”

Credibilidade, ambiente concorrencial forte e factor preço foram os principais obstáculos que a Renova encontrou quando, em 1990, entrou no mercado espanhol. Desde então, vencidas as contrariedades, Espanha é já um dos mercados que mais contribui para a facturação da Renova. Em 17 anos de internacionalização, mais de 50% da facturação desta empresa portuguesa já é conseguida fora do mercado nacional.

Jornal das PME – Quais os principais constrangimentos que a Renova tem encontrado no mercado espanhol?

Luís Saramago – Inicialmente, e quando nós fomos para o mercado espanhol em 1990, o primeiro obstáculo que tivemos de vencer foi, essencialmente, o da credibilidade do projecto Renova. Não tínhamos notoriedade e ninguém nos conhecia. Portanto, aparecia uma terceira marca num mercado maduro como é o dos produtos de grande consumo (produtos de papel e vocacionados para a higiene do corpo e da casa).

Depois de termos vencido essa barreira e de termos transmitido confiança aos clientes, tivemos uma outra dificuldade – convencer o consumidor a comprar os nossos produtos.

No nosso sector, existem sempre duas barreiras nos novos mercados que é preciso vencer. Uma é convencer os nossos clientes directos, os distribuidores, de que efectivamente eles estão a ganhar dinheiro com a comercialização dos nossos produtos. A outra é “seduzir” o consumidor, convencê-lo das mais valias que pode usufruir no caso de comprar os nossos produtos.

JPME – Uma dificuldade ainda maior quando se trata de um mercado concorrencial...

LS – Sim. A segunda dificuldade com a qual nós ainda nos debatemos é, realmente, um ambiente concorrencial extremamente forte e agressivo. Nós estamos a competir com, apenas, os dois maiores fabricantes mundiais deste tipo de produtos. Estamos a competir com duas multinacionais americanas que têm um músculo financeiro muito forte, que apostam essencialmente numa guerra de preços, pela qual nós não podemos ir porque perdemos.

Se nós vamos usar exactamente as mesmas ferramentas que os nossos concorrentes usam, nós vamos perder por uma questão de dimensão e por uma questão de músculo financeiro. No limite, estas multinacionais podem decidir estrategicamente perder dinheiro e nós não temos essa possibilidade.

JPME – Mas, então, como é que a Renova consegue competir com este tipo de concorrência?

LS – A Renova compete através de uma dinâmica de inovação permanente e constante no desenvolvimento de novos conceitos e novos produtos. Ou seja, no fundo, é fazer aquilo que as multinacionais têm dificuldade: estar permanentemente a desenvolver novos produtos e a lançar novos conceitos no mercado. E depois ter uma agilidade organizacional e capacidade de resposta muito grande a oportunidades que



surjam no mercado. A Renova tem essa agilidade organizacional e uma estrutura mais pequena que lhe permite dar essa resposta.

JPME – E a questão do preço foi também uma contrariedade?

LS – Infelizmente, neste mercado, a escolha do produto é muito influenciada pela questão preço, o que acaba por ser uma contrariedade. Isto porque as pessoas tendem a poupar naquilo que é fácil poupar, por exemplo, nos fósforos e no papel higiénico. Às vezes, por 10 cêntimos, as pessoas levam um produto em detrimento de outro.

A questão que se nos coloca é conseguir, efectivamente, incorporar valor acrescentado nos produtos de modo a que eles possam ser percebidos como produtos diferentes. Estamos a falar de comprar “commodities” e o consumidor não se entusiasma a comprar commodities. Ninguém fica muito contente por comprar papel higiénico. É um produto aborrecido. E porquê? Porque somos obrigados a comprá-lo, porque ocupa espaço e porque se nos esquecemos dele quando chegamos ao carro, temos de voltar atrás porque precisamos mesmo dele. Ou seja, não há um envolvimento emocional de uma compra deste produto.

Portanto, a dificuldade que se coloca à Renova é conseguir transmitir ao mercado que é uma empresa que tenta conduzir as tendências de evolução deste tipo de produtos no mercado.

JPME – Podemos afirmar que no meio das diversas contrariedades, ainda vale a pena apostar em Espanha?

LS – Sim, claro. O mercado de produtos de grande consumo é um mercado extremamente dinâmico, em que acontecem todos os dias coisas novas que nos obrigam a ter este tipo de atitude e ter

uma grande receptividade à mudança.

Temos de ter a noção que nesta área a inovação é efémera porque o produto é facilmente copiável. Mas, o que é difícil é copiar a atitude de uma empresa que está receptiva à mudança frequente, permanente e que, através dessa mudança e da inovação, faz a base da sua estratégia de diferenciação num mercado que, mais uma vez digo, é composto por “commodities”.

JPME – Que diferenças existem entre o mercado português e espanhol?

LS – Eu diria que o mercado espanhol é um mercado extremamente agressivo do ponto de vista de preços. Muito focado no preço. Em Portugal damos importância a outro tipo de valor que será a performance, muitas vezes a confiança na utilização, muitas vezes o prazer que nos poderá dar uma fragrância. Valorizamos mais o valor acrescentado, contrariamente a Espanha.

JPME – Com um mercado tão competitivo em Espanha, porque se mantém a Renova neste mercado?

LS – Nós temos é de ser competitivos. Temos é de encontrar soluções para realmente conseguir ter sucesso e criar resultados no mercado espanhol. Quando digo que são contrariedades não quero dizer que não faça sentido lá estar. Com certeza que faz sentido. Posso mesmo dizer que a Renova já conseguiu mais de 50% da sua facturação fora de Portugal. E isto com 17 anos de internacionalização. Fomos em 1990 para Espanha e no ano passado mais de 50% da facturação da Renova foi conseguida fora do mercado português. O que é ótimo porque de alguma forma diminui a vulnerabilidade que é hoje em dia trabalhar num micro mercado quando vivemos uma época de globalização total.

JPME – Podemos assim falar de um mercado ibérico...

LS – Exactamente. Já não temos mercado português e espanhol, temos o mercado ibérico. Depois temos o mercado Centro da Europa, o mercado de Leste, o continente Norte-Americano, ou seja, regiões muito maiores e não países por si só. Portanto, não fazia sentido estar aqui a considerar o mercado português e o mercado espanhol separados.

JPME – Nesta facturação de mais de 50% fora de Portugal, quanto ocupa Espanha?

LS – É o país onde conseguimos a maior parte dessa facturação. E isso porque é o mercado externo onde estamos há mais tempo e onde a experiência tem sido mais rica e em que temos maior participação.

JPME – Como deverá proceder um empresário que queira abordar o mercado espanhol?

LS – No fundo, deverá identificar bem o negócio, isto é, identificar os canais através dos quais pode realmente distribuir os seus produtos. Mas, há algo que é fundamental, embora dependa um pouco da natureza da actividade, e que é ter para oferecer aos clientes em Espanha alguma coisa que eles não tenham, ou se têm que seja em quantidade reduzida. O sucesso também estará garantido se conseguir oferecer um determinado produto ou prestar um determinado serviço a um preço super competitivo. Embora esta solução já seja extremamente difícil. O ideal é criar novos produtos, oferecer a Espanha o que eles não têm e apostar na diferenciação, suportada por uma inovação.

JPME – A Renova tem feito essa aposta na inovação?

LS – Na nossa progressão por outros mercados, a nossa estratégia é apoiada numa inovação permanente. E sentimos que é fundamental estarmos muito bem informados, conseguirmos criar produtos que criem no consumidor empatia, paixão e fidelidade à marca.

Depois, é fundamental que as organizações consigam correr riscos. Hoje em dia é cada vez mais difícil, como sabe, prever seja o que for. Daí que seja necessário correr riscos. Se estivermos bem informados, se convertermos essa informação em produtos que criem realmente empatia e interajam com o consumidor e que sejam percebidos como diferentes, julgo que podemos criar impacto, digamos assim, em qualquer um dos mercados globalizados em que vivemos. Portanto, o importante é fornecer coisas novas e que realmente consigam ser vistas como coisas diferentes.

■ FERNANDO ANJOS, RESPONSÁVEL PELO CENTRO DE NEGÓCIOS DA AICEP EM LUANDA

“Relações económicas caminham para um patamar de excelência”

Procurar estudar o mercado, preparar cuidadosamente as visitas ao mercado, procurar parcerias e contactar as entidades oficiais portuguesas e angolanas são alguns dos conselhos que Fernando Anjos, responsável pelo Centro de Negócios da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal), em Luanda, dá aos empresários portugueses que pretendam investir em Angola. Em entrevista ao Jornal das PME, Fernando Anjos sublinha, igualmente, a forte aposta das empresas portuguesas no mercado angolano que se tem vindo a constatar.

Quadro I – Exportações portuguesas para Angola

TOTAIS	2002	2003	2004	2005	2006	Agt 07 / Agt 06
Exportações	569.564	651.699	672.039	800.403	1.209.832	43,19%
Importações	69.939	2.403	1.839	25.130	52.749	22,283%

Unidade: Milhares de Euros

Fonte: INE

a) Valores provisórios

Jornal das PME – Ao longo dos cerca de quatro anos que está em Angola, que balanço faz de um mercado que passa de um longo período de guerra para um período de rápido crescimento e expansão?

Fernando Anjos – De facto Angola tem registado nos últimos anos crescimentos significativos. Os indicadores macroeconómicos são muito positivos. O Governo tem feito uma aposta forte na estabilização macroeconómica e com resultados francamente positivos: a taxa de inflação passou dos três dígitos para cerca de 12% em 2006; a estabilização da moeda nacional, o kwanza; a balança comercial superavitária; e a redução da dívida externa.

Esta estabilização tem sido acompanhada pela recuperação das infraestruturas destruídas pelo conflito militar e pela construção de novas infraestruturas: estradas, aeroportos, caminhos-de-ferro, saneamento, hospitais, escolas, etc.

Esta recuperação tem vindo a ser feita a um ritmo satisfatório o que me permite dizer que Angola nos próximos dois, três anos será um país diferente.

JPME - De que forma as empresas portuguesas têm vindo a demonstrar o seu interesse pelo mercado angolano? Quais as suas maiores apostas? Trata-se de um interesse mais numa óptica de investimento directo ou de exportação dos produtos e/ou serviços portugueses?

FA - Temos vindo a constatar uma forte aposta das empresas portuguesas no mercado angolano. Os números comprovam o grande interesse que o mercado tem vindo a despertar: as exportações têm vindo a crescer a ritmos fortíssimos [ver Quadro I]; Portugal tem vindo a consolidar o seu papel como principal fornecedor de Angola; e pelo lado do investimento a evolução do número de projectos portugueses aprovados pelas autoridades angolanas é também elucidativa (em

2001 – 5 projectos aprovados; em 2002 – 7 projectos aprovados; em 2003 – 29 projectos aprovados; em 2004 – 66 projectos aprovados; em 2005 – 83 projectos aprovados; e em 2006 – 191 projectos aprovados).

Estes números colocam Portugal como principal investidor fora do sector mineral.

JPME - Como classifica actualmente as relações económicas entre Portugal e Angola?

FA - Os números apresentados anteriormente comprovam que as relações económicas entre os dois países são boas e caminham para um patamar de excelência à medida que as empresas angolanas tenham condições para se internacionalizar e vejam Portugal como a porta de entrada no mercado europeu.

JPME - É um facto que o mercado angolano está a evoluir em todos os sectores de actividade e a ficar mais operacional para quem quer fazer negócios neste país. Em sua opinião, quais deverão os sectores de aposta das empresas portuguesas?

FA - Existem diversos sectores de oportunidade em Angola. Não querendo ser exaustivo apontaria os seguintes sectores: agrícola e agro-industrial; pescas; sectores ligados à reconstrução de infra-estruturas – construção civil e obras públicas, sector ferroviário, energético, imobiliário, etc.; materiais de construção; logística (com a recuperação das estradas irá registar um crescimento exponencial); serviços em geral (tecnologias de informação, formação, educação, etc.); e metalomecânica.

JPME - De que forma é que os empresários portugueses deverão abordar este mercado?

FA - Tem-se verificado uma evolução positiva na forma de abordagem dos empresários portugueses ao mercado angolano. Isto resulta também de uma melhoria qualitativa significativa das empresas portuguesas que procuram o mercado angolano. Estes

factos são uma consequência de o mercado angolano estar claramente mais exigente e com maior qualidade.

Os empresários portugueses devem procurar estudar o mercado, preparar cuidadosamente as visitas ao mercado, procurar parcerias, contactar as entidades oficiais portuguesas e angolanas, contactar os bancos portugueses presentes em Angola, etc.

Obviamente, a AICEP poderá ser bastante útil nessa abordagem: uma vasta base de dados de empresas angolanas; informação legal e regula-

mentar fundamental para a realização de negócios e investimentos em Angola; um know-how acumulado da realidade empresarial angolana; um excelente relacionamento com as entidades públicas locais; e um centro de negócios, nas nossas instalações, totalmente equipado e disponível para as empresas portuguesas que estão numa fase de instalação.

JPME - Quais os principais obstáculos que os empresários portugueses ainda encontram em Angola?

FA - Os empresários ainda enfrentam uma série de dificuldades inerentes ao facto de Angola ter estado tantos anos sob um conflito militar: burocracia pesada e processos morosos – no entanto, têm vindo a ser tomadas medidas no sentido da redução desses problemas. Os resultados são positivos mas ainda longe daquilo que é necessário; deficientes infra-estruturas; inexistência de parques empresariais; dificuldades logísticas; exigência de fortes investimentos em capital; e escassez de recursos humanos qualificados.



soltráfego



Carlos Oliveira

Trânsito

Mais de 2000 Instalações de Semáforos (Portugal / Angola / Congo / Moçambique)







Semáforos de LED's
Semáforos de Obras
Controlo de Velocidade
Monitorização de Tráfego Rodoviário
Sinalização Luminosa
Radares

Estacionamento e Acessos

Mais de 250 Instalações Efectuadas (Portugal / Namíbia / Marrocos)






Sigma Guia
Sistema de Orientação de Estacionamento
Sistema de Reconhecimento de Matrículas
Sistema Automático de Gestão de Parques de Estacionamento
Controlo de Acessos RFDI e Biometria

SEDE:
Av. Comendador Ferreira de Matos, 779
4450-125 Matosinhos - Portugal
t. +351 22 939 91 30
f. +351 22 937 69 72

FILIAL:
Rua Camilo Castelo Branco, 9 - 1ºesq
1150-083 Lisboa - Portugal
t. +351 21 314 12 56
f. +351 21 314 12 58

WWW.SOLTRAFEGO.PT
geral@soltrafego.pt





■ REUNIREM-SE EM CONSÓRCIO É SOLUÇÃO PARA AS PEQUENAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Avançar para Angola com uma boa capacidade financeira

Os empresários portugueses que já estão em Angola partilham a mesma opinião: Angola tem um leque de oportunidades enormíssimo e capacidade para absorver mais. No entanto, deixam o alerta de que só deverão ir para Angola as empresas que tenham capacidade financeira e boa organização.

Num contexto de discussão recente, no Porto, sobre o mercado angolano da construção, durante uma conferência organizada pela AICCOPN – Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas, uma das conclusões a que se pôde chegar foi a de que, em Angola, ainda há imensa capacidade das empresas portuguesas para a realização de obras. Segundo Rui Boavista Marques, administrador da AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, “a dimensão e as características das empresas portuguesas, aliadas às necessidades de investimento privado fazem com que as suas estratégias se dirijam preferencialmente aos países em vias de desenvolvimento”.

É com expectativa que os empresários portugueses aguardam as políticas em termos de apoio à internacionalização. Com o novo QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional, parece surgir uma luz ao fundo do túnel, como podemos constatar num outro artigo nesta edição do Jornal das PME dedicado ao novo quadro de incentivos.

Durante a conferência que se realizou no Porto, Arnaldo Figueiredo, presidente da Mota-Engil Engenharia, salientou que “o actual Governo português tem sido o que mais tem

tentado ajudar e apoiar”. Isto em termos de “diplomacia económica e postura” nos mercados externos, “no sentido de criar um quadro para que as empresas portuguesas se possam internacionalizar.

Por seu turno, Manuel Pereira Lopes, presidente do Conselho de Administração da Eusébios & Filhos, destacou que, em 15 anos de actividade em Angola, não tiveram ajuda do Governo português, “enquanto outras empresas de outros países têm apoio dos seus governos”. E dá como exemplo Espanha, cujas empresas “têm ajuda do seu Governo”.

Outro aspecto que este empresário considera relevante é, ainda em Portugal, “as pequenas empresas fazerem de tudo para ganharem massa crítica e, em vez de se internacionalizarem quatro empresa pequenas, cada uma por sua conta, deveriam formar em conjunto uma grande empresa e, aí sim, internacionalizarem-se”.

António Cavaco, presidente do Conselho de Administração da Irmãos Cavaco, foi mais longe ao acrescentar que o QCA – Quadro Comunitário de Apoio foi “uma oportunidade única para a internacionalização, se os governos que precederam o actual Quadro tivessem fomentado condições para as empresas cria-

rem a gordura necessária e para que hoje não estivessem na situação em que se encontram. Salvo um caso ou outro, as gorduras criadas foram diminutas”. O empresário afirmou que Espanha percebeu isso mesmo, “que o QCA lhes permitia desenvolver a internacionalização, mesmo pagando mais internamente, mediante os impostos que ia buscar aos resultados”.

Ora, segundo, António Cavaco, “Portugal não adquiriu essas gorduras e a internacionalização continua a fazer-se por esforço e capacidade própria das empresas”. Daí que, “empresas que não estejam bem financeiramente, se vão para Angola sem capacidade para lá se aguentarem nos primeiros tempos, não vale a pena”.

Já Carlos Couto, presidente do Conselho de Administração da Gabriel A.S. Couto, referiu que “quando as empresas pequenas se querem internacionalizar têm de dominar muito bem aquilo que fazem”. O empresário considera que em Angola “há espaço para muitas mais empresas”. Desde que “não vão com o pensamento de ‘árvore das patacas’ e de retorno imediato”. Por isso, “é preciso medir bem os projectos e conhecer bem o que se pretende fazer naquele mercado”.

INVESTIR EM ANGOLA

Arnaldo Figueiredo

Mota-Engil Engenharia

“A ideia de facilitismo não corresponde à realidade, pelo que há que procurar muito bem o que investir e onde investir. Se as pequenas empresas esquecem isso e pensam que abordar Angola é a solução para os seus problemas, podem é mais rapidamente caminhar para o seu fim”.

Manuel Pereira Lopes

Eusébios & Filhos

“A atitude mais correcta e inteligente é seleccionar um parceiro local e participar no seu capital. No nosso caso, escolhemos uma empresa relativamente pequena, mas bem colocada no mercado angolano. Naquela altura, arrancamos com esta parceria, acreditando que a guerra, mais cedo ou mais tarde, teria de terminar”.

Carlos Couto

Gabriel A.S. Couto

“O esquema de parceria dá um “upgrade” enorme. Inicialmente, o que nos preocupou mais foi a questão dos recursos humanos. Não havia, e hoje ainda não há, recursos humanos que acompanhem o ritmo alucinante de crescimento de Angola”.

PRINCIPAIS DIFICULDADES

António Cavaco

Irmãos Cavaco

“Não é fácil iniciar em Angola. É um país de oportunidades, com potencialidades para todos nós. Mas, para quem começa, o despacho de certo tipo de assuntos (legalizações, escrituras, entre outros) é demorado. Tudo o que se configura num ou dois meses pode demorar um ano. Também a questão dos vistos é complicada, embora agora pareça ter melhorias”.

Manuel Pereira Lopes

Eusébios & Filhos

“Há 15 anos, as dificuldades eram maiores. Os investidores devem planear os seus investimentos e para tal, as empresas têm hoje ao seu alcance ferramentas, disponibilizadas pela AICEP e pela ANIP, para prepararem bem o seu investimento em Angola. As empresas portuguesas que vão para Angola têm de ter capital e um grande esforço financeiro”.

■ REIS CAMPOS, DA AICCOPN, DEFENDE ANGOLA COMO UM DOS MERCADOS PRIORITÁRIOS

Capacidade portuguesa sobejamente demonstrada

“Angola, pela sua dimensão, riquezas naturais, posição geoestratégica e enorme carência de infra-estruturas, é seguramente um mercado muito atractivo e de grandes potencialidades”. A afirmação é de Reis Campos, presidente da AICCOPN – Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas, que embora reconheça que “as empresas estão, seguramente, disponíveis para trabalhar em Angola e assumirem os seus próprios riscos”, alerta para o facto de ser igualmente importante que “as autoridades dos dois países desenvolvam as acções necessárias a facilitarem o incremento dos ne-

gócios”. E acrescenta que “tanto Portugal, como Angola têm a beneficiar do estreitamento das relações económicas entre os dois países”.

Segundo Reis Campos, “alguns problemas que ainda vão surgindo, como a atribuição dos vistos de trabalho a colaboradores das empresas portuguesas de construção destacados para Angola, serão rapidamente ultrapassados pela acção concertada das entidades competentes”.

Relativamente à capacidade das empresas portuguesas de construção, o presidente da AICCOPN sustenta que esta “já foi sobejamente demonstrada”. E que “é este saber fazer e a capacidade de adaptação

dos seus recursos humanos que lhes tem aberto as portas de diferentes mercados, na Europa como em África, na América e também na Ásia”.

Reis Campos acrescenta ainda que “Angola conhece bem a capacidade empreendedora das empresas portuguesas do sector”. Pelo que, “Angola é um dos mercados que, pela sua dimensão e por todas as potencialidades que encerra, não pode deixar de ser considerado prioritário, não só por aquilo que representa, mas de igual modo, pelas portas que certamente permitirá abrir junto de outros mercados do continente africano”.

BREVES de ANGOLA

• Angola conta já com o designado Gabinete Único de Empresa o qual permite a constituição de uma empresa em Angola num prazo que pode ir até aos 145 dias. Esta foi uma forma de as autoridades angolanas procurarem agilizar o processo de constituição de sociedades no país, cujos pedidos respectivos têm vindo a aumentar de forma significativa.

• Apesar de não ter assinado o pacto comercial da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC) Angola tem condições vantajosas e especiais no acesso aos mercados dos países que compõem aquela comunidade como sejam Moçambique, as Ilhas Maurícias, a República Democrática do Congo, Namíbia, África do Sul, Zâmbia, Tanzânia ou Zimbabué. Esta situação pode ser vantajosa para as empresas portuguesas que operam em Angola uma vez que, para além do mercado interno do país, podem ainda servir outros mercados limitofes.

• Segundo dados da imprensa escrita e agências noticiosas, existem actualmente vários sistemas de apoio ao investimento português em Angola. Assim, para além do SIME Internacional (sistema de incentivos a micro, pequenas e médias empresas da indústria, construção, comércio, turismo, serviços e transporte) há ainda disponível o Fundo Auto-Renovável do Banco Europeu de Investimento e a linha de 300 milhões de euros de seguros de crédito da COSEC. De considerar são ainda as linhas de financiamento específicas para investimento criadas nos principais bancos comerciais nacionais, como o BES, BPI e Millennium BCP. Também o Banco BAI Europa em Lisboa, do Grupo Banco Africano de Investimentos, disponibiliza produtos e serviços de apoio à internacionalização das empresas portuguesas para Angola.

• Para além da dinâmica já existente no sector da construção em Angola, os importantes projectos desportivos a surgir no âmbito do Campeonato Africano das Nações (CAN) a organizar em 2010 em Angola, permitirão desenvolver a construção de quatro estados de futebol e consequentemente a necessidade de edificação de novos hotéis por todo o país.



N.º VERDE
800 20 20 02
GAB. INGRESSO

e ingresso@cespu.pt
EMAIL INGRESSO

www.cespu.pt



CESPU 25 ANOS

A ENSINAR SAÚDE



LICENCIATURAS - 180 ECTS
(Adequados a Bolonha)

BIOQUÍMICA
EDUCAÇÃO FÍSICA, SAÚDE E DESPORTO
NUTRIÇÃO E CIÊNCIAS ALIMENTARES
PSICOLOGIA CLÍNICA (em adequação)
QUÍMICA AMBIENTAL
SAÚDE E CONTROLO AMBIENTAL

MESTRADOS INTEGRADOS - 300 ECTS
CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
MEDICINA DENTÁRIA

MESTRADOS - 120 ECTS
(Adequados a Bolonha)

CIRURGIA ORAL
REABILITAÇÃO ORAL
ORTODONTIA
PERIODONTOLOGIA
PSICOLOGIA DA DOR
SAÚDE E CONTROLO AMBIENTAL
TERAPIAS MOLECULARES



ENFERMAGEM

ANATOMIA PATOLÓGICA, CITOLÓGICA E TANATOLÓGICA

FISIOTERAPIA

PODOLOGIA

PRÓTESE DENTÁRIA

PÓS-LICENCIATURAS DE ESPECIALIZAÇÃO:

ENFERMAGEM MÉDICO-CIRÚRGICA

ENFERMAGEM DE REABILITAÇÃO

ENFERMAGEM COMUNITÁRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE MENTAL E PSIQUIATRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE INFANTIL E PEDIATRIA



ENFERMAGEM

ANÁLISES CLÍNICAS E DE SAÚDE PÚBLICA

CARDIOPNEUMOLOGIA

FARMÁCIA

NEUROFISIOLOGIA

PODOLOGIA

MARKETING FARMACÊUTICO

PÓS-LICENCIATURAS DE ESPECIALIZAÇÃO:

ENFERMAGEM MÉDICO-CIRÚRGICA

ENFERMAGEM DE REABILITAÇÃO

ENFERMAGEM COMUNITÁRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE INFANTIL E PEDIATRIA

MESTRADO - 120 ECTS
(Adequado a Bolonha)

TÉCNICAS DE BIOLOGIA MOLECULAR E
CITÓMICA NAS CIÊNCIAS DA SAÚDE



GABINETES DE INGRESSO:

Rua Central de Gandra, 1317 - 4585-116 Gandra - Paredes

Rua José António Vidal, 81 - 4760-409 Vila Nova Famalicão

| Tel: 224157171 - Fax: 224157102

| Tel: 252303600 - Fax: 252303694



■ PRAKASH RATILAL SUBLINHA A IMPORTÂNCIA DE PORTUGAL PARA O DESENVOLVIMENTO DE ANGOLA

“É fundamental olhar a longo prazo”

Moçambique, Angola e África Austral, os seus desafios e as relações com a Europa foi o tema central da intervenção do economista moçambicano Prakash Ratilal, antigo Governador do Banco Central de Moçambique, durante o 2º Congresso Nacional dos Economistas que decorreu em Lisboa. Segundo este economista, “os países africanos têm plena consciência dos fabulosos recursos naturais de que dispõem e anseiam desfrutar da sua exploração e transformação”. Uma região que dispõe de terra para o negócio agro-florestal, para biocombustíveis, hidrocarbonetos (gás e petróleo), potencial hidroeléctrico, extensas áreas de turismo, recursos minerais com destaque para o carvão, ferro, entre outros.



PRAKASH RATILAL LANÇA DESAFIOS AOS GESTORES PORTUGUESES

Fortalecimento das PME

“A experiência de reestruturação e das instituições e de internacionalização das empresas ocorrida em Portugal, em particular as PME, pode ser criativamente replicada em Angola e Moçambique, com formação de técnicas nacionais, com efectiva transferência de tecnologia.”

Parceria a longo prazo

“Levar as empresas europeias, em particular as empresas portuguesas e as instituições públicas que as apoiam, a olhar para além da simples intermediação comercial, a estabelecerem parcerias de longo prazo e como empreendedores”.

O paradigma que eleva a produção e a competitividade

“Portugal e os países europeus podem contribuir para que o novo paradigma tenha em conta os nossos estágios de desenvolvimento que exigem apoio mais substantivo no sector produtivo e tempo para o crescimento das capacidades locais, principalmente para desenvolver as infra-estruturas e as PME.”

Construir um modelo de cooperação

“Sou daqueles que acreditam que só uma cooperação sã pode facilitar o desenvolvimento da riqueza e sua adequada distribuição entre os parceiros.

O desafio regional no quadro do SADC

“A comunidade que está a nascer na região austral de África não beneficia os países mais frágeis de uma situação similar àquela em que a Alemanha, a França e o Reino Unido concederam, ao canalizar muitos biliões de euros e capacidades, para que as economias de Portugal, da Grécia, da Espanha e da Irlanda, entre outros, pudessem desenvolver as respectivas infra-estruturas, elevar a qualificação técnica e tecnológica e tornar os mercados mais competitivos.”

competitivas à escala europeia ou mundial, mas que poderão ter alguma visibilidade no quadro da Comunidade dos Países da África Austral (SADC – Southern African Development Community), se deslocalizadas e implantadas noutros países”.

Segundo este antigo Governador do Banco Central de Moçambique, “Portugal possui uma rica experiência na ligação de empresas, com universidades e o mercado. Dispõe de recursos humanos qualificados que podem formar e treinar massivamente os nossos técnicos nas diversas disciplinas. Portugal possui inúmeros técnicos médios, graduados de institutos politécnicos e de faculdades, que interessam às nossas economias. Muitos deles estão desempregados, com frequência recebendo subsídios”.

Referindo-se a Angola, Prakash Ratilal salientou que, “nos últimos cinco anos, com o advento da paz, são visíveis os sucessos na economia e na sociedades angolanas, fruto de grandes transformações que estão a ocorrer”. Segundo o economista, “a economia cresce de forma vigorosa e a olhos vistos. Angola soube inserir-se adequadamente na economia mundial, e assim beneficiar de diversas sinergias. As taxas de crescimento da economia são invejáveis, a maior do mundo, e que vão perdurar muitas décadas”.

É neste contexto que Prakash Ratilal “acredita que o continente africano tem um futuro de desenvolvimento em que os respectivos povos beneficiem”. No entanto, acreditando “na cooperação com a Europa”, considera que “o paradigma deve ser ajustado”. Crê ainda que “a Europa e a África estão condenadas a cooperar com vista ao desenvolvimento dos países africanos, fortalecendo a sua capacidade produtiva, o que permitirá gerar benefícios recíprocos”.

Assim, “a prioridade é assegurar a competitividade das nossas economias. Apesar das dificuldades no plano interno, Portugal está numa posição privilegiada. Na defesa dos seus interesses em África, Portugal pode intervir como “advogado” junto da União Europeia, do G7 e dos organismos multilaterais no sentido de ser promovido o paradigma da criação das capacidades produtivas das nossas economias com vista à elevação da sua competitividade interna e internacional”.

Prakash Ratilal referiu ainda que “Portugal dispõe de vantagens competitivas designadamente no sector da construção civil, na indústria subsidiária da construção civil, na indústria ligeira, nos serviços relativos com a indústria hoteleira e de turismo, na experiência de gestão de projectos e de empresas, entre muitos outros”. E, neste âmbito, “Portugal possui pequenas e médias empresas que já não são

QREN
1ª fase de candidaturas até 11 de Janeiro 2007

Elaboramos candidaturas aos Sistemas de Incentivos

O sucesso da nossa actuação traduz-se no sucesso dos nossos clientes

- ↳ 12 anos de Experiência
- ↳ Experiência em 3 quadros Comunitários de Apoio
- ↳ 3 centenas de Clientes
- ↳ 10 000 executivos formados

Uma Equipa a criar valor consigo!

Contacte-nos

tel.: 253 609 983 | fax: 253 609 989 | ipme@bragatel.pt | www.pme.online.pt

ipme
INSTITUTO PME

QREN
QUADRO DE APOIO
COMUNITÁRIO DE
REACTIVACÃO
E INCENTIVOS

SGS
SISTEMA DE GESTÃO
DE QUALIDADE

LICENCIATURA

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



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

MBAS

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

PÓS-GRADUAÇÕES

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

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

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

* Certificado pela CMVM - Comissão de Mercados de Valores Mobiliários

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

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

ESAI - Escola Superior de Actividades Imobiliárias

Tel.: 21 836 70 10 / 21 836 70 19 / E-mail: esai@esai.pt

Praça Eduardo Mondlane, 7C Marvila

1950-104 Lisboa

Homepage: www.esai.pt

18º

Aniversário

ESAI
Escola
Superior
de Actividades
Imobiliárias



Protocolos com:



Universidade
de Salford
Manchester,
Reino Unido



Universidade
de Fontys
Eindhoven,
Holanda



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



Universidade
Miguel Hernández
Elche,
Espanha



Universidade
Nacional da Liberdade
Lisboa



Liberdade
Editora de Estudos
Liberais



Associação Portuguesa
de Empresas de Gestão
e Administração
de Condomínios



Associação
dos Agentes Técnicos
de Arquitectura
e Engenharia



Associação Portuguesa
das Empresas
de Mediação Imobiliária



Associação Nacional
dos Avaliadores
Imobiliários



Associação
dos Industriais
da Construção
de Edifícios



Sindicato
Nacional
dos Engenheiros



Associação
Nacional
dos Engenheiros
Técnicos

■ EMBORA SEJA O 17º PAÍS MAIS COMPETITIVO DA UE

Portugal sobe no ranking de competitividade

Portugal ocupa a 40ª posição entre os 131 países analisados pelo Fórum Económico Mundial (FEM), apresentando-se como o 17º país mais competitivo entre os 27 Estados-membros da União Europeia (UE), segundo o indicador global de competitividade (Global Competitiveness Index 2007-2008) elaborado pelo FEM.

Relativamente ao índice de 2006-2007, Portugal subiu cinco posições na classificação global e duas se se considerarem apenas os países da UE.

No entanto, relativamente ao indicador específico para a produtividade e competitividade das empresas (Business Competitiveness Index) que integra o mesmo estudo, Portugal já desceu duas posições, classificando-se agora na 30ª posição numa lista de 127 países a nível mundial e em 13º lugar dentro da UE (este indicador excluiu o Luxemburgo).

O mesmo estudo do FEM considera Portugal como o oitavo país do mundo onde é mais rápido criar um negócio, o 25º na qualidade das infra-estruturas, o 27º na qualidade das instituições, o 31º nas competências tecnológicas e o 33º na capacidade de inovação.

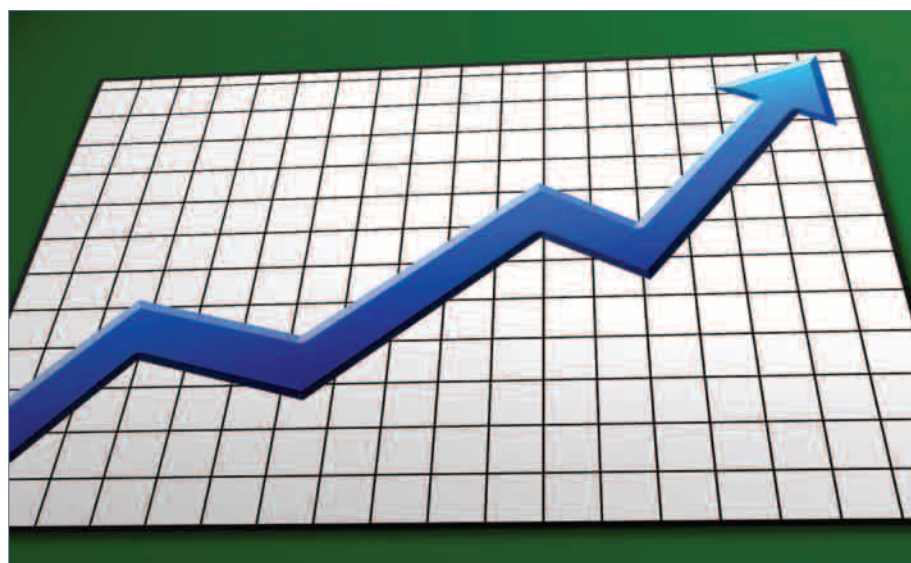
De salientar e recordar que já no início

deste ano, o índice tecnológico do FEM tinha classificado Portugal em 28º lugar, numa lista de 112 países.

O indicador global de competitividade é agora liderado pelos EUA que subiram da sexta para a primeira posição, destronando a Suíça que passa para segundo lugar. Segue-se a Dinamarca, o país da UE melhor classificado neste ranking da competitividade. De destacar ainda que para além da Dinamarca, nas dez primeiras posições encontram-se mais cinco países da UE: Suécia, Alemanha, Finlândia, Reino Unido e Holanda.

A análise do índice de competitividade do FEM tem em consideração o nível de desenvolvimento global dos países e inclui variáveis económicas, institucionais, educacionais e empresariais.

O Fórum Económico Mundial é uma reunião anual entre os executivos-chefe das



corporações mais ricas do mundo, alguns líderes políticos, intelectuais e jornalistas

de renome a nível internacional, num total de cerca de 2 mil pessoas.

■ EMBORA DINAMISMO VENHA A ASSENTAR MAIS NA PROCURA INTERNA E INVESTIMENTO

Exportações impulsionam economia portuguesa

O dinamismo da economia portuguesa vai assentar mais na procura interna e no investimento do que nas exportações, contrariamente ao que anteriormente se tinha antecipado. Esta é a conclusão a que chegou o Banco de Portugal e que confirmou em 1,8% a sua anterior previsão de crescimento para este ano, ou seja, um aumento de 0,5% face a 2006.

As exportações, que continuam a ser a componente do Produto Interno Bruto (PIB) com maior dinâmica, crescerão 6,2% este

ano, um pouco menos que os 7,2% que o Banco de Portugal previa antes do Verão.

No seu Boletim de Outubro, o Banco de Portugal refere que “a recuperação da economia portuguesa em 2007 tem-se caracterizado por uma clara aceleração do investimento empresarial e por uma expansão significativa das exportações de bens e serviços”, embora “num contexto em que a situação no mercado de trabalho se continuou a deteriorar”. Destaque também para o facto de, “adicionalmente, a economia portuguesa ter retomado

em 2007 o processo de ajustamento do desequilíbrio das contas externas”.

No entanto, o mesmo documento sublinha que, apesar de um crescimento da economia portuguesa mais próximo do observado na área do Euro e na União Europeia, importa referir que este “continua a ser particularmente baixo, nomeadamente face ao registado nas economias com níveis de rendimento per capita comparáveis”.

O Banco de Portugal refere ainda que a evolução da economia portuguesa este ano

continuou a ser condicionada por um conjunto de factores de ordem externa e interna. No que respeita aos factores de ordem externa, destaca-se a “intensificação do processo de globalização económica e financeira e a continuação do aumento gradual das taxas de juro do Banco Central Europeu”. Por seu lado, nos factores de ordem interna, o destaque vai para a “continuação da moderação do consumo das famílias, bem como a manutenção da natureza claramente restritiva da política orçamental”.



IDEIA ATLÂNTICO

ESCRITÓRIO VIRTUAL

Reúna com os seus clientes no Escritório Virtual IDEIA ATLÂNTICO. Usufrua do secretariado, com atendimento telefónico personalizado e acompanhamento de apoio à sua empresa. Tudo a partir de 99€/mês.

Dê mais força à sua empresa. Esteja no Escritório Virtual IDEIA ATLÂNTICO!

+ INFO
📞 961 554 004
✉ geral@ideia-atlantico.pt

Salas, outros espaços e serviços também disponíveis.

BRAGA

PORTO

LISBOA

■ TITULARES DE REGISTOS DE MARCA INDUZIDOS EM ERRO

INPI lança alerta

O INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial lançou no site um alerta aos titulares de registos de marca para o facto de estarem a ocorrer situações de empresas que estão a receber cartas a solicitar o pagamento de determinadas verbas que nada têm a ver com o registo de marca. Segundo o INPI trata-se de uma solicitação indevida de pagamentos relativos a pedidos de registo de marca publicados.

O documento enviado às empresas titulares de registos de marca, publicados no Boletim da Propriedade Industrial, estão a receber um documento redigido em português e que apresenta o formato de “factura para pagamento”. Embora ofereça um serviço de publicidade de marcas, o facto de este documento estar redigido em português e destacar a expressão “Registo de Marca”, bem como referir números de pedidos de registo de marca recém-publicados, incluir a reprodução da marca e os dados correctos do requerente do pedido apresentado no INPI, poderá induzir em erro quando é feita uma leitura pouco atenta pelos destinatários desta correspondência.

O INPI sublinha que “não existe nenhuma relação entre esta correspondência e o registo de marcas no INPI ou a sua publicação oficial ‘Boletim da Propriedade Industrial’”. O INPI recorda que nesta sua publicação são, mensalmente, publicados os pedidos de registo apresentados e constam os dados do requerente, o número e o sinal da marca e as classes a que se destina.

Assim sendo, o serviço oferecido nas cartas em



referência “não tem qualquer valor para o registo nacional de marcas junto do INPI”.

O INPI alerta ainda para o facto de “outras tentativas similares estarem a ser despoletadas

por outras empresas editoras de publicidade”.

Em caso de dúvidas, o INPI sugere que seja contactado o Serviço de Atendimento de Público pela Linha Azul 808 200 689.

GOVERNO LANÇA PORTAL SIM

O Governo português lançou, neste mês de Novembro, o Portal SIM (www.sim.gov.pt), com o principal objetivo de “materializar a orientação estratégica nacional das PME e disponibilizar aos empresários soluções integradas para modernizar as empresas”. Através do Portal SIM, diz o Executivo que, “neste ponto único de acesso, é agora possível consultar toda a informação que um negócio precisa para aumentar a sua competitividade”. Os empresários têm, a partir de agora, à sua disposição, “de forma simples e acessível, soluções integradas para criar e compreender, qualificar a gestão da sua empresa, crescer e inovar, ou exportar e internacionalizar a actividade das suas empresas”. Assim, no Portal SIM destacam-se como principais soluções os instrumentos de financiamento, “como o acesso simplificado aos programas e apoios para a competitividade do QREN – Quadro Nacional de Referência Estratégico”, oportunidades de acesso a mercados, contactos com instituições de suporte e iniciativas de “e-government”, que “promovem a simplificação da relação entre os negócios e a Administração Pública”. Este projecto, integrado no Plano Tecnológico para as PME, é da responsabilidade do Ministério da Economia e da Inovação e “encontra-se alinhado com a recente Estratégia Europeia para as PME”, apresentada no passado dia 22 de Novembro.

Rui & Valdemar, lda - www.ruivaldemar.pt - info@ruivaldemar.pt
 sede: rua do alameda, 373 - 4050-039 porto - tel: 22 207 67 10 - fax: 22 207 67 18
 armazém: lugar de fontissos - 4780-563 santo irso - tel: 22 994 29 64 - fax: 22 994 29 65

iluminação lighting
 material eléctrico electric material
 tecnologia technology
 inovação innovation
 futuro future

 RUI & VALDEMAR

A Rui & Valdemar, lda é uma das empresas portuguesas de referência na área da iluminação e do material eléctrico, estando presente no mercado há mais de 25 anos. A empresa abriu em 2007 uma loja com 1100 m², em Angola, no centro de Luanda - a euromarks.

 euromarks

LUANDA
 RUA MARTIN LUTHER KING, 46A/4B
 TEL: (00 244) 222 338 876
 FAX: (00 244) 222 339 069
 WWW.EUROMARKS-ANGOLA.COM

A Rui & Valdemar representa as melhores marcas mundiais e tem duas marcas exclusivas:

arks - www.arks.es
 euromarks - www.euromarks.pt

■ FRANCISCO BAPTISTA, DA AICEP, TRAÇA AS PRIORIDADES DA NOVA AICEP QUE SE CONJUGAM COM O ARRANQUE DO QREN

QREN: Concentração, selectividade e sustentabilidade

“Estamos a iniciar um novo e ambicioso ciclo de aplicação de fundos estruturais em Portugal”. Um novo ciclo de programação de fundos estruturais que, segundo Francisco Baptista, director responsável pelos incentivos da AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, “procura promover o desenvolvimento sustentável de Portugal num contexto de uma economia global”.

De acordo com Francisco Baptista, este período 2007-2013 “corresponderá ao último grande envelope financeiro de fundos estruturais que Portugal irá receber da União Europeia”. Razão mais do que suficiente para chamar a atenção para o facto de esta ser “também a última oportunidade que existe para alterarmos profundamente aquilo que tem sido o paradigma do desenvolvimento do país e para retomarmos a rota da convergência real com os nossos parceiros mais desenvolvidos da União Europeia”.

Assim, “no plano macroeconómico, e após vários anos de estagnação e divergência relativamente à Europa, há hoje um contexto que também é relativamente favorável à aplicação deste novo QREN”. Até porque, sustenta Francisco Baptista, “a par do objectivo fulcral de consolidação e das contas públicas, Portugal está hoje num processo de crescimento”. E, embora esse processo de crescimento seja “ainda ténue, lento” – que rondará no final deste ano uma taxa entre 1,8% e 2% – “há efectivamente um sinal de retoma e de crescimento do produto interno bruto”.

Do ponto de vista das grandes componentes do produto interno bruto, o responsável da AICEP destaca as exportações portuguesas. “No ano passado foram o motor quase exclusivo do crescimento em Portugal”, mantendo “um padrão de crescimento interessante”, a dois níveis. Por um lado, “a nível da diversificação de mercados, com taxas de penetração significativas em alguns países, nomeadamente em Angola”. Por outro lado, “ao nível do aumento do peso dos bens e serviços de médio e alto conteúdo tecnológico”, o que significa que “há uma alteração na nossa especialização produtiva”.

Um novo modelo de relacionamento com as empresas

Ao abordar o recente processo de fusão entre o ICEP Portugal e a API – Agência para o



Investimento que resultou na criação da AICEP, Francisco Baptista sublinha que “estamos a implementar um novo modelo de relacionamento com os nossos clientes”, cujas prioridades estão “99% alinhadas com aquelas que são também as prioridades do QREN”. Neste contexto, é missão da AICEP, “aumentar a competitividade e notoriedade de Portugal, através da dinamização de investimento estruturante e da internacionalização das empresas, com particular destaque para as pequenas e médias”.

No sentido de concretizar esta missão, “a actividade da Agência é medida pelo seu impacto em indicadores como o aumento do VAB [valor acrescentado bruto], com efeito directo de investimentos estruturantes e dos fluxos de comércio internacional; a redução do défice da Balança Comercial, seja por via do crescimento das exportações, seja pela substituição de importações”. Esta segunda componente, no entender de Francisco Baptista “não deve ser desprezada”, isto porque “há capacidade para se

fazer em Portugal muito daquilo que se importa”. E, portanto, “este efeito de substituição das

importações é extremamente importante para alavancar aquilo que tem sido um bom desempenho recente também ao nível das nossas exportações”.

E um terceiro indicador ao nível do emprego, “pelo efeito na manutenção, criação e qualificação de postos de trabalho”.

Francisco Baptista refere ainda que o foco da AICEP será orientado para as empresas. “As iniciativas da Agência são definidas em função das necessidades das empresas e priorizadas em função do impacto na satisfação das empresas, em particular das PME”.

Conjugando-se com o arranque do QREN, onde no domínio da internacionalização, a AICEP será praticamente o interlocutor único com as empresas, a Agência está alinhada no objectivo da selectividade. Isto é, “vamos procurar as intervenções que têm mais impacto e que mais contribuem para o cumprimento da missão da AICEP”. E como tem como visão “ser uma Agência de referência”, irá trabalhar num eixo de excelência, desenvolvendo ou apoiando “iniciativas em que se reconheça mérito relevante”.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

- Qualificação dos portugueses: conhecimento, ciência, tecnologia, inovação;
- Crescimento sustentado: competitividade dos territórios e das empresas;
- Coesão social: emprego, qualificação escolar, qualificação profissional, inclusão social;
- Qualificação do território e das cidades: ganhos ambientais, melhor ordenamento do território;
- Eficiência da governação: modernização das instituições públicas, melhor regulação.

PRINCÍPIOS-CHAVE

- Concentração/focalização: deixa de haver dispersão por programas sectoriais, eixos, medidas, acções;
- Selectividade: via concursos, hierarquização, dotações pré-estabelecidas, critérios de selecção;
- Viabilidade económica e sustentabilidade financeira: garantia de impacto real e estruturante.

MODELO DE GESTÃO

Entre as entidades que intervêm no QREN, destacam-se:

- **Órgãos de Gestão** – asseguram a abertura de concursos, a decisão final sobre a concessão dos incentivos, o seu controlo e o seu financiamento;
- **Comissão de Selecção** – emite parecer sobre as propostas de decisão;
- **Organismos Técnicos** – asseguram a análise dos projectos, a contratação dos incentivos e o controlo e acompanhamento da sua execução, bem como a interlocução com o promotor:
 - AICEP:
 - SI_PME: para projectos de investimento maioritariamente relacionados com a área da internacionalização;
 - SI_Inovação: para projectos de investimento superiores a 25 M EUR ou da iniciativa de empresas com facturação anual consolidada superior a 75 M EUR.
 - Turismo de Portugal: para projectos na área do Turismo
 - IAPMEI: para os restantes projectos

PERÍODO DE PROGRAMAÇÃO 2007 A 2013

Programas Operacionais		Orçamento (M€)
Programas Operacionais Temáticos	Potencial Humano	6.147
	Factores de Competitividade	3.104
	Valorização do Território	4.659
Programas Operacionais Regionais	Norte	2.712
	Centro	1.702
	Lisboa	307
	Alentejo	869
	Algarve	175
	Madeira	446
	Açores	1.156

Fonte: AICEP

■ “EMPRESAS DEVEM ORIENTAR OS SEUS INVESTIMENTOS PARA AS PRIORIDADES DO QREN”, SUSTENTA LURDES MOTA CAMPOS, GESTORA DE PROJECTOS

Alertas para uma eficaz candidatura ao QREN

O Programa Operacional Factores de Competitividade é sem dúvida aquele que, no âmbito do QREN, está directamente vocacionado para as empresas. E dentro deste Programa Operacional, os sistemas de incentivos que de imediato terão grande adesão e procura por parte das PME serão o Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização de PME e o Sistema de Incentivos à Inovação. Em declarações ao Jornal das PME, a gestora de projectos Lurdes Mota Campos alertou para alguns pontos que os empresários deverão ter em consideração quando pretenderem apresentar uma candidatura aos novos sistemas de incentivos.

Jornal das PME – Como caracteriza o novo QREN?

Lurdes Mota Campos –

Numa análise que é feita por quem está deste lado e que tem de ler toda a informação que circula relativa ao QREN, diria que estamos perante um Quadro de incentivos mais “arrumado”, se me permite a expressão. O que vem contrariar o que acontecia no passado, cujos Quadros eram compostos por uma série de programas, medidas, eixos e acções, o que tornava difícil, inclusive aos consultores, perceber o que estava em vigor, o que tinha sido alterado ou o que era mais conveniente.

JPME - O QREN está organizado por Programas Operacionais. Quais são aqueles que mais interessam às empresas, em particular às PME?

LMC - Eu diria que são dois. O PO Factores de Competitividade que, obviamente, é o que interessa aos empresários, e o Potencial Humano que interessará mais às entidades que desenvolvem actividade na área da formação/emprego.

Todos os demais (como seja o PO Valorização do Território, Assistência técnica, etc.) terão um interesse indirecto ou mais difuso já que, o seu enquadramento os direcciona para prioridades/agentes muito específicos e que, genericamente, apenas indirectamente poderão beneficiar as empresas.

Destaco apenas, pela sua natureza, o PO das Regiões que terá de ser considerado nas intervenções cujos investimentos sejam realizados nesse âmbito geográfico específico.

JPME - Podemos encontrar vantagens na elaboração das candidaturas aos incentivos previstos no QREN?

LMC - Em primeiro lugar, gostaria de sublinhar que quem tem experiência dos anteriores Quadros não deverá esquecer-se do que aprendeu. No entanto, quem vai pela primeira vez elaborar uma candidatura tem, contrariamente ao passado, algum trabalho facilitado.

Por exemplo, do ponto de vista da do-



■ Uma sala repleta de empresários ouviu atentamente as explicações de Lurdes Mota Campos acerca do QREN

documentação, estamos a falar de praticamente zero. O que é uma boa notícia. As empresas não têm de preparar muita documentação, nem ter dossiês enormes. Isto porque toda a informação será passada via on-line, através de formu-

lários electrónicos que já estão disponíveis.

Não quero com isto dizer que em fases futuras do processo de candidatura (em particular na sua fase de execução) não sejam necessárias grandes quantidades de papel.

Mas, nesta fase inicial não é necessário.

JPME - Uma empresa que neste momento esteja a preparar um investimento o que é que deve fazer?

LMC - Quem neste momento esteja interessado em apresentar uma candidatura,

PO FACTORES DE COMPETITIVIDADE

OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

- Desenvolvimento de uma economia baseada no conhecimento e na inovação;
- Incremento da produção transaccionável e maior orientação para os mercados internacionais do conjunto da economia portuguesa;
- Alteração do perfil de especialização produtiva;
- Renovação e qualificação do modelo empresarial, em particular das PME;
- Melhoria da regulação e do funcionamento dos mercados, através da redução dos custos de contexto.

SISTEMAS DE INCENTIVOS – Candidaturas abertas

- SI Qualificação PME** – Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização
- Individual (uma empresa);
 - Conjuntos (públicas, associações empresariais ou entidades do SCT

- Sistema Científico e Tecnológico);
- Cooperação (apresentado por uma PME ou consórcio liderado por PME, que se proponha desenvolver um projecto de cooperação interempresarial);
- Projecto simplificado;

Σ SI Inovação – Sistema de Incentivos à Inovação

- Empresas (novos bens e serviços, novos processos, expansão), incluindo Projectos de Empreendedorismo Qualificado.

Σ SI I&DT – Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico

- Individuais (uma empresa);
- Co-promoção (parceria entre empresas ou entre estas e entidades do SCT);
- Núcleos e centros de I&DT.
- Vale de ID&T.

SI QUALIFICAÇÃO PME	OBJECTIVOS E PRIORIDADES
Qualificação de PME_Individual	* Os projectos deverão visar a promoção da competitividade das PME através do aumento da produtividade, da flexibilidade e da capacidade de resposta e presença activa no mercado global, através da utilização de factores dinâmicos da competitividade.
Qualificação PME_Projecto Conjunto	* Visar a promoção da competitividade das PME, designadamente a sua capacidade de resposta e presença activa no mercado global, através do desenvolvimento de um programa estruturado de intervenção num conjunto de PME; * O programa deverá apresentar soluções comuns e coerentes face a um conjunto de problemas ou oportunidades a explorar, claramente identificadas e justificadas, no quadro de um grupo homogéneo de empresas a envolver.
Qualificação de PME_Projecto em Cooperação	* Os projectos deverão visar a promoção da competitividade das PME através do aumento da produtividade, da flexibilidade e da capacidade de resposta e presença activa no mercado global, através da utilização de factores dinâmicos da competitividade.

SI INOVAÇÃO	OBJECTIVOS E PRIORIDADES
Novos Bens e Serviços, Novos Processos e Expansão	* Produção de novos bens, serviços e processos que suportem a sua progressão na cadeia de valor e o reforço da sua orientação para os mercados internacionais (inclui produtos, serviços, processos e métodos que foram desenvolvidos de uma forma pioneira pela empresa ou resultantes da transferência de conhecimento); * É condição necessária que seja implementada: - no caso de inovação de produto, ser introduzida no mercado; - no caso de inovação de processo, organizacional ou de marketing, ser utilizada na empresa. * Para o apoio destes projectos as exigências são graduadas em função da dimensão das empresas. Assim, para se considerar que se está perante uma inovação, a condição mínima a observar é que o produto, serviço, processo, método organizacional ou de marketing seja novo (ou significativamente melhorado) para a empresa: - no caso de PME, sendo desejável que seja novo para o mercado/sector/região; - no caso de Grandes Empresas que seja novo para o mercado/sector/região, sendo desejável que seja novo para o país. * Podem ainda ser objecto de candidatura os projectos de expansão de produção de uma empresa em actividades de alto conteúdo tecnológico ou em mercados de elevado potencial de crescimento.
Empreendedorismo Qualificado	* Os projectos deverão promover a inovação no tecido empresarial através do estímulo ao empreendedorismo qualificado, incluindo o empreendedorismo feminino; * Apoiar-se a criação de novas empresas ou de empresas com menos de 3 anos de actividade classificadas como PME.

SI I&DT	OBJECTIVOS E PRIORIDADES
I&DT_Empresas	* Os projectos deverão corresponder a projectos de I&DT promovidos por empresas, compreendendo actividades de investigação industrial e/ou de desenvolvimento experimental, conducentes à criação de novos produtos, processos ou sistemas ou à introdução de melhorias significativas em produtos, processos ou sistemas existentes.
I&DT_Colectiva	* Projectos de I&DT promovidos por associações empresariais que resultam da identificação de problemas e necessidades de I&DT partilhados por um conjunto significativo de empresas, designadamente ao nível de um determinado sector, cluster, pólo de competitividade e tecnologia ou região, sendo os resultados largamente disseminados pelas empresas dos agregados em causa.

apenas deverá transmitir ao seu consultor informações tão simples como o Bilhete de Identidade, o Cartão de Contribuinte de todos os sócios da empresa, os dados normais da empresa, saber o que quer investir e iniciar o processo de discussão com o seu consultor daquilo que é enquadrável ou não destacando-se, claro, a tipologia de investimento e a estratégia da empresa e o seu enquadramento nas prioridades do PO / Sistema de incentivos.

Chamo a atenção para outra novidade. Em termos de documentação, na fase inicial de candidatura já não será necessário solicitar/ter declarações de regularização de dívida às Finanças e Segurança Social, Licenciamentos, etc.. Este tipo de documentos apenas serão exigíveis ao momento da contratualização do contrato de concessão de incentivos. Isto liberta as empresas um pouco do ónus inicial de tentar regularizar tratar da burocracia inerente, tendo assim mais tempo e melhores condições para o fazer atempadamente.

JPME - Que factores serão determinantes para a análise de uma candidatura?

LMC - Os empresários vão ter de consi-

derar, e muito, a estratégia, isto é, com a tipologia de investimentos a efectuar qual será o estádio para o qual a empresa se desenvolverá. Estes dois factores terão mesmo de os equacionar na sua candidatura e em particular relacionar estes vectores com os critérios de avaliação do mérito do projecto. Mais do que nunca terão de ter presente as prioridades da política pública de incentivo associada.

Mas, os empresários podem dizer que estas prioridades, assumidas na política pública de incentivo, não são exactamente as estratégias que querem seguir. Pois bem, importa não esquecer que estamos a falar de um apoio público a um projecto e, nessa medida ou ajustam as estratégias pretendidas ou, muito dificilmente, vão obter um mérito de projecto suficiente para que a candidatura seja seleccionada.

Uma prioridade clara é, por exemplo, a internacionalização, e os empresários poderão (ou deverão) ainda equacionar projectos de cooperação relacionados, ou não, com a internacionalização.

Estas são estratégias importantes a serem equacionadas na medida em que são, claramente, prioridades no QREN.

Contrariamente ao que acontecia no

Crítérios de Selecção que permitem avaliar e hierarquizar os projectos de acordo com o mérito destes *

Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico - Projectos de I&DT Empresas Individuais ou em Co-promoção		
Crítérios		MP
A	Qualidade do projecto	25%
B	Contributo para a competitividade da(s) empresas promotor(as) (efeitos e resultados)	20%
C	Contributo para a política nacional/ regional de I&DT;	20%
D	Grau de inovação do projecto	25%
E	Inserção em redes e Programas europeus e internacionais de I&DT.	10%

Formula:

$$MP = 0,25A + 0,20B + 0,20C + 0,25D + 0,10E$$

As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais.

Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 em cada critério de primeiro nível, à excepção do critério E, e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.

Serão submetidos à hierarquização e ordenados por ordem decrescente em função do MP e, em caso de igualdade, em função da data de entrada da candidatura.

Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico - Núcleos de I&DT		
A	Qualidade do Plano de Actividades do Núcleo de I&DT	35%
B	Contributo para a competitividade do promotor (efeitos e resultados)	30%
C	Grau de participação em redes e programas internacionais de I&DT, incluindo a liderança de projectos de I&DT	15%
D	Contributo para a política nacional/ regional de I&DT, medido através do grau de adequação às prioridades nacionais/ regionais em matéria de I&DT e inovação, nomeadamente o contributo para o crescimento da I&D empresarial nacional e dinamização de clusters sectoriais e/ou territoriais e pólos de competitividade e tecnologia.	20%

Formula

$$MP = 0,35A + 0,30B + 0,15C + 0,20D$$

As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais.

Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 nos critérios A e B e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.

Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico - Centros I&DT		
A	Qualidade do Programa Estratégico do Centro de I&DT	30%
B	Contributo para a competitividade do promotor (efeitos e resultados)	30%
C	Grau de participação em redes e programas internacionais de I&DT, incluindo a liderança de projectos de I&DT	15%
D	Contributo para a política nacional/ regional de I&DT, medido através do grau de adequação às prioridades nacionais/ regionais em matéria de I&DT e inovação, nomeadamente o contributo para o crescimento da I&D empresarial nacional e dinamização de clusters sectoriais e/ou territoriais e pólos de competitividade e tecnologia.	25%

Formula:

$$MP = 0,30A + 0,30B + 0,15C + 0,25D$$

As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais.

Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 em cada critério de primeiro nível, à excepção do critério C, e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.

SISTEMA DE INCENTIVOS À QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DE PME (SI QUALIFICAÇÃO DE PME) PROJECTOS INDIVIDUAIS E DE COOPERAÇÃO		
A	Coerência e pertinência do projecto, no quadro de uma actuação em torno dos factores dinâmicos de competitividade e, no caso dos projectos em cooperação, a avaliação das perspectivas de aprofundamento futuro da cooperação	25%
B	Grau de Integração dos Investimentos previstos no projecto, tendo em vista a melhoria da qualificação e competitividade da empresa (coerência e razoabilidade das tipologias de investimento)	25%
C	Carácter inovador das iniciativas constantes do projecto (inovação de natureza radical/ruptura, de natureza incremental ou de natureza adaptativa; inovação ao nível da empresa, do sector, do mercado, da região ou do país; inovação com origem em I&D intramuros, na aquisição de equipamento (tecnologia incorporada) ou por via da imitação) D = Contributo do projecto para a qualificação e valorização dos recursos humanos	20%
D	Contributo do projecto para a qualificação e valorização dos recursos humanos	10%
E	Grau de abordagem aos mercados internacionais, com o objectivo de avaliar o impacto do projecto na orientação da empresa para os mercados externos (Variação Volume de negócios Internacional/ Variação Volume Negócios Total)	10%
F	Sustentabilidade financeira do projecto medido pelo peso dos novos capitais próprios para financiamento do projecto, sobre as despesas elegíveis	10%

A metodologia de cálculo para selecção e hierarquização dos projectos é baseada no indicador de Mérito do Projecto (MP), determinada através da seguinte fórmula:

$$MP = 0,25A + 0,25B + 0,20C + 0,10D + 0,10E + 0,10F$$

No caso da candidatura incluir apenas a tipologia de investimento Internacionalização o indicador de Mérito do Projecto (MP) é determinado através da seguinte fórmula:

$$MP = 0,20A + 0,20B + 0,10C + 0,10D + 0,30E + 0,10F$$

As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais.

Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 nos critérios A, B, C e F e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.

passado em que se promovia o trabalho em rede e não se percebia muito bem o que é que as empresas poderiam ganhar com isso, no actual QREN esses ganhos parecem ser bastante mais claros, inclusive em termos de análise (mérito de projecto).

JPME - Nas suas intervenções durante o recente ciclo de workshops promovido pela Associação PME-Portugal, alertou os empresários para estarem permanentemente atentos aos avisos de candidatura...

LMC - Sim, isto porque já foram publicados os regulamentos técnicos relativos aos Programas Operacionais, mas não chega para os empresários enquadrarem as suas estratégias de investimento. A legislação, aliás, é bastante cuidadosa neste aspecto.

No fundo, no próprio aviso de abertura publicitado é que são estabelecidas as regras em concreto para as empresas apresentarem as suas candidaturas, podendo estes excepcionar de uma forma quase total o que vem no regulamento de enquadramento do PO respectivo.

Destaco aliás o particular de, nos actuais avisos de candidatura estarem excluídas a possibilidade de elegibilidade de despesas de qualificação dos recursos humanos, quando as mesmas têm enquadramento na legislação regulamentar.

JPME - E porque poderão ocorrer essas excepções?

LMC - Dando um exemplo, para que se perceba melhor, vamos supor que o Ministério da Economia, atento aos sinais da economia portuguesas, detecta um sector/actividade em crise. No sentido de uma forma quase imediata intervir nesse sector, o Ministério da Economia pode utilizar os avisos de abertura para impedir que aquela actividade fique mais fragilizada.

De facto, esta intervenção com este modelo parece-nos importante. A consequência para os empresários é estarem efectivamente atentos aos avisos de abertura. O que não é difícil já que são publicados no site do QREN.

É neste contexto que alerto os empresários para o facto de não ser suficiente lerem o enquadramento geral do QREN e pensarem que se vão fazer uma candidatura com um determinado modelo de desenvolvimento e sustentado em determinados factores de competitividade. Mas, em concreto, a tipologia de investimentos a desenvolver terá sempre de ser reajustada aos avisos de abertura disponível, já que estes poderão limitar/restringir, ou mesmo não aceitar, o enquadramento dessa estratégia. No fundo, trata-se de analisar qual o aviso de abertura que lhes é mais conveniente.

JPME - Referiu inclusive que neste novo Quadro de incentivos a questão da inovação está bastante clara. Pode explicar-nos porquê?

LMC - De facto, a inovação está, pela

primeira vez, bastante clara. No fundo, diz a legislação do QREN que inovação é a implementação de uma nova ou significativamente melhorada solução para a empresa, novo produto, processo, método organizacional ou de marketing, com o objectivo de reforçar a sua posição competitiva, aumentar o desempenho, ou o conhecimento.

Existem quatro tipos de inovação enquadráveis: inovação de produto, inovação de processo, inovação organizacional e inovação de marketing.

No âmbito do QREN, PO Competitividade, todo o processo que significar uma mudança (significativa) ou uma ruptura dentro do que já existe dentro da própria empresa é susceptível de ser enquadrado enquanto inovação. Claro que é preciso estarmos atentos, e particularmente os empresários, a esta questão porque já não basta fazer algo de diferente como se discutia no passado. Agora, é preciso ir um pouco mais longe.

A inovação ao estar mais clarificada obriga as empresas a realizarem uma análise interna no sentido de perceberem se vão lá chegar e sobretudo como.

Igualmente deverá ser vista a inovação ao nível da produção de novos bens, serviços e processos que suportem a sua progressão na cadeia de valor e a sua orientação para os mercados internacionais (inclui produtos, serviços, processos e métodos que foram desenvolvidos de forma, e sublinho, pioneira pela empresa ou resultantes de transferên-

cia de conhecimento). Sendo que, condição necessária, é a sua implementação no mercado, no caso dos produtos, ou ser utilizada na empresa, no caso da inovação de processo, organizacional ou de marketing.

Será ainda necessário ter parâmetros de comparação para classificar o projecto de inovador, já que este é aferido em relação ao mercado/sector/região.

JPME - Podemos afirmar que as prioridades de investimento das empresas deverão ser aquelas que já estão estimadas no QREN?

LMC - De facto, as prioridades que estão em cada sistema de incentivo são aquelas que também devem ser as prioridades das empresas neste momento. Se assim não acontecer, as empresas terão dificuldades em enquadrar os seus investimentos e, sobretudo, de verem a sua candidatura ser aprovada.

Um outro aspecto que ainda não falamos e que gostaria de realçar prende-se com os actuais formulários que oferecem mais espaço para os empresários escreverem e explicarem o que pretendem com os seus investimentos. Isto também é uma boa notícia, embora do contacto que tenho com o nosso tecido empresarial tenho detectado que os empresários, por vezes, têm dificuldade em colocar no "papel" de candidatura o que pretendem e defenderem a sua intenção de investimento. Mas, este é também um aspecto muito importante que não podem negligenciar.

* **Nota:** Critérios de MP resumo. Não dispensa a leitura da legislação específica para abordagem dos critérios de mérito e respectivos subcritérios de análise. As presentes tabelas destinam-se a servir de efeitos puramente orientados, sendo apresentadas na sua versão simplificada

SISTEMA DE INCENTIVOS À INOVAÇÃO (SI INOVAÇÃO)		
PROJECTOS DE EMPREENDEDORISMO QUALIFICADO		
A	Qualidade do Projecto	30%
B	Impacte do Projecto na Competitividade da Empresa	30%
C	Contributo do Projecto para a Competitividade Nacional	15%
D	Contributo do Projecto para a Competitividade Regional e para a Coesão Económica Territorial	25%

$$MP = 0,30A + 0,30B + 0,15C + 0,25D$$

As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais. Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 em cada critério de primeiro nível e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.

SISTEMA DE INCENTIVOS À QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DE PME (SI QUALIFICAÇÃO DE PME) - PROJECTOS CONJUNTOS		
A	Consistência, nível de pré-adesão das PME e grau de inovação das acções propostas no Plano Conjunto	25%
B	Competência e experiência da equipa coordenadora e entidades externas a envolver (adequação da Equipa Coordenadora e competência das entidades externas, designadamente ao nível de conhecimento dos mercados alvo)	10%
C	Efeitos de demonstração e de disseminação dos resultados a outras empresas e sectores (acções de divulgação e/ou de benchmarking junto de empresas do sector ou de outros sectores de actividade)	20%
D	Grau de integração e homogeneidade das PME participantes na cadeia de valor (PME que desenvolvem actividades semelhantes ou que se integram em actividades a montante ou a jusante)	10%
E	Grau de integração dos investimentos previstos no projecto, tendo em vista a melhoria de qualificação e competitividade das empresas (coerência entre as acções previstas, nomeadamente entre as iniciativas comuns e as individuais das empresas)	10%
F	Grau de abordagem aos mercados internacionais, com o objectivo de avaliar o impacto do projecto na orientação das PME para os mercados externos	25%

A metodologia de cálculo para selecção e hierarquização dos projectos é baseada no indicador de Mérito do Projecto (MP), determinada através da seguinte fórmula:

$$MP = 0,25A + 0,10B + 0,20C + 0,10D + 0,10E + 0,25F$$
 As pontuações dos critérios são atribuídas numa escala compreendida entre 1 e 5, sendo a pontuação final do Mérito do Projecto estabelecida com duas casas decimais. Para efeitos de selecção, serão objecto de hierarquização os projectos que obtenham uma pontuação superior a 1 em todos os critérios de primeiro nível e uma pontuação final igual ou superior a 3,00.



F.C.S.

Equipamentos Industriais, Lda.








Especializados na Venda de Máquinas e Equipamentos para a Indústria de:
 Estofos
 Calçado
 Marroquinaria
 Toldos
 Ramo Automóvel



FCS - Equipamentos Industriais, Lda.
 Travessa da Vitória, 87 - 4475-174 Gemunde-Maia
 Tel: +351 22 982 3194
 Fax: +351 22 982 3199
www.fcsequip.com

Destaque **PME-Portugal**

Associação das PME-Pequenas e Médias empresas de Portugal

associação
pme
portugal

PME-Portugal promoveu sessões de esclarecimento sobre os novos sistemas de incentivo

Setecentos empresários assistiram ao ciclo de workshops sobre o QREN

Apresentar os novos incentivos no âmbito do QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional) dirigidos às pequenas e médias empresas foi o principal objectivo do ciclo de workshops que a Associação PME-Portugal realizou em Novembro, em Lisboa, Leiria, Porto e Braga.

Setecentos empresários participaram nestas sessões no sentido de tentarem perceber em que consiste o QREN e de que forma poderão apresentar as suas candidaturas aos sistemas de incentivo que o integram.

Representando um significativo volume de fundos na ordem dos 21 mil e 500 milhões de euros atribuídos a Portugal, Joaquim Rocha da Cunha, presidente da PME-Portugal, deseja que as PME não sejam esquecidas e que não fiquem em último lugar quando se fizer a repartição dos incentivos. Mas também lembra a necessidade das PME actuarem em conjunto, efectuando candidaturas de projectos em consórcio para mercados externos, inovação, eficiência

energética, qualidade, entre outras áreas cruciais para o desenvolvimento das empresas.

A PME-Portugal ficou, assim, desde já disponível para com as empresas, Banca e consultores promover consórcios para investimento, usando as plataformas internacionais de que a Associação dispõe.

As sessões contaram com intervenções de Francisco Baptista, director responsável pelos incentivos da AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, Luís Santos, director do Departamento de Empresas e Negócios do Santander Totta, e Lurdes Mota Campos, gestora de projectos.



Reunião Almoço do Concelho Nacional da Associação PME-Portugal

24 de Outubro 2007 | Braga



Os 15 membros irão aconselhar e emitir recomendações à Comissão Europeia

Associação PME-Portugal integra Grupo de Peritos de Alto Nível para a Redução dos Encargos Administrativos

Gabriel Goucha, Vice-presidente para as relações internacionais da Associação PME-Portugal, é um dos 15 membros convidados pelo presidente da Comissão Europeia, José Durão Barroso, para integrar o Grupo de Peritos de Alto Nível para a Redução dos Encargos Administrativos.

Recorde-se que para esta nomeação contribuiu igualmente o facto de Gabriel Goucha ter vindo a representar a PME-Portugal na Comissão de Desformalização do Ministério da Justiça português.

A PME-Portugal congratula-se com esta nomeação do seu Vice-presidente, dado ser o reconhecimento do trabalho desenvolvido em Portugal por esta Associação e por se tratar de mais um português com funções europeias em matérias críticas para as empresas.

Trata-se da segunda nomeação de um membro da Direcção Nacional da PME-

Portugal para grupos de peritos europeus, depois do Presidente, Joaquim Rocha da Cunha, ter já integrado o Grupo de Peritos em Políticas de PME e Empreendedorismo.

A tarefa do Grupo de Peritos de Alto Nível para a Redução dos Encargos Administrativos será a de aconselhar a Comissão Europeia sobre a implementação do plano de acção sobre a redução encargos administrativos impostos pela legislação. Um ambicioso programa apresentado pela Comissão Europeia em Janeiro deste ano, já aprovado pelo Conselho Europeu em Março, que tem por principal objectivo reduzir em 25% os

encargos administrativos das empresas na UE até 2012.

De acordo com um comunicado emitido pela Comissão Europeia, os membros deste Grupo de Alto Nível "têm experiência em primeira-mão na melhor regulamentação e cobrem os 13 domínios políticos nos quais os custos administrativos estão a ser medidos. O grupo inclui os líderes de vários organismos encarregados de lutar contra a burocracia ao nível dos Estados-Membros, representantes da indústria, das pequenas e médias empresas, sindicatos, bem como organizações ambientalistas e dos consumidores".

Missão de trabalho da PME-Portugal a Angola

19 a 23 de Novembro 2007 | Luanda



MENLAR

Especialistas em equipamento industrial para restauração

MENLAR INDUSTRIA METALURGICA Lda.
Rua da Arróteia, 812
4465-586 Leça do Balio PORTUGAL
telf.: 229 011 803 | fax: 229 011 805
menlar.industria@mail.telepac.pt | menlar.comercial@mail.telepac.pt
www.menlar.pt



Empresa
Recomendada
PME

Programa LER Seja nosso parceiro

**Promoção – inscreva
o serviço on-line e pague
apenas 40€/Mês***

associação
pme
portugal

Com o principal objectivo de contribuir para o incremento da visibilidade dos seus Associados, a PME-Portugal tem a decorrer o Programa LER – Lista das Empresas Recomendadas.

O LER é a melhor forma de divulgação em massa das empresas no Portal das PME, visitado por milhares de empresários e empreendedores. Por um preço "low-cost", os empresários têm a possibilidade de usufruir de uma divulgação alargada da sua marca, a par da credibilização pelo facto de se tornar parceiro e empresa recomendada da PME-Portugal.

Além do destaque no Portal PME (www.pmeportugal.pt), os aderentes LER têm inclusão gratuita nas listagens de divulgação do Programa, bem como de publicidade no Jornal das PME, distribuído em Portugal, Espanha e Angola.

Toda a informação dos nossos produtos e serviços:
707 50 1234 707 50 1235 @ infopmeportugal.pt

www.pmeportugal.pt

*Campanha válida apenas para Associados PME-Portugal com quotas em dia e que façam a subscrição online



Ideias e Sugestões é uma empresa jovem, dinâmica e inovadora, especializada na criação de ofertas gourmet e realização de eventos ligados ao vinho e à gastronomia. Ajudamos a encontrar soluções personalizadas à medida dos seus interesses pessoais ou empresariais.

Serviços

- > Loja gourmet;
- > Cabazes e ofertas: Natal, Páscoa, aniversários, casamentos;
- > Workshops: cursos de culinária, prova de vinhos, etc.;
- > Festas e eventos: festas infantis, temáticas, etc.;
- > Catering;
- > Animação;
- > Design e multimédia: 3D, websites, CD-ROM.

Morada: Rua 25 de Abril, 363, C.C. Oliveiras, Loja 6, S. Cosme – Gondomar
Telefone: +351 222 425 266
E-mail: mail@ideias-sugestoes.com
Site: www.ideias-sugestoes.com

O **Girassol** pretende ser um espaço dinamizador de actividades diversificadas, divertidas e significativas, com vista à aprendizagem. No sentido de proporcionar às crianças as condições para poderem desenvolver as suas capacidades, em segurança, conforto e com espaço adequado, todas as salas estão equipadas com o material adequado ao estímulo da aprendizagem e desenvolvimento das crianças de acordo com a sua fase evolutiva.



Serviços

- Crianças** - yoga, ginástica, música, natação, festas de aniversário, entre outros.
- País** - escola de pais e avós (workshops), oficinas de artes plásticas, serviços de acompanhamento psicológico, horário alargado e baby-sitting no domicílio.

Morada: Rua D. João de Castro, nº 115, Miramar
E-mail: jgirassol@gmail.com



■ PME PORTUGUESAS PODEM ESTAR A PERDER OPORTUNIDADES

Falar inglês não chega!

As empresas portuguesas, em particular as PME de índole exportadora, são as que mais perdem na Europa em termos de comunicação. Segundo um estudo encomendado pela Comissão Europeia ao centro de línguas britânico 'National Centre for Languages', "falar inglês já não chega para o sucesso empresarial". E as empresas portuguesas que não apostam na contratação de colaboradores que falem a língua do país para onde se dirigem as suas exportações, nem recorrem a tradutores, arriscam-se a ficar pelo caminho e a perder oportunidades de negócio.

De acordo com o mesmo estudo, 90% das PME portuguesas afirmam ter uma estratégia linguística, embora fiquem mal classificadas nos factores essenciais para um bom desempenho nos negócios internacionais. De salientar que em Portugal 58% da população não fala outra língua além do português.

O mesmo estudo refere ainda que as parcerias a mais longo prazo dependem do desenvolvimento e da gestão das relações entre as empresas, pelo que, para isso, é essencial conhecer a cultura e a língua do país em causa.

Outro aspecto importante que este estudo revela é o facto de as PME exportadoras serem mais produtivas do que as empresas que não exportam e ganharem também indiretamente pelo facto de se exporem às práticas mais avançadas das outras empresas, em matéria de conhecimentos técnicos, de conhecimento do mercado e de redução dos custos ou ganhos de eficiência.

Ora, tendo em conta que as PME representam mais de 50% do emprego na União Europeia, é legítimo supor que o aumento do número de PME exportadoras bem sucedidas e a expansão dos mercados das PME exportadoras actuais teriam um impacto significativo na economia europeia. E mais ainda, poderia haver benefícios adicionais consideráveis, em termos de uma maior inovação e um melhor conhecimento do mercado, o que poderia por sua vez influenciar a produtividade das economias nacionais.

Principais conclusões

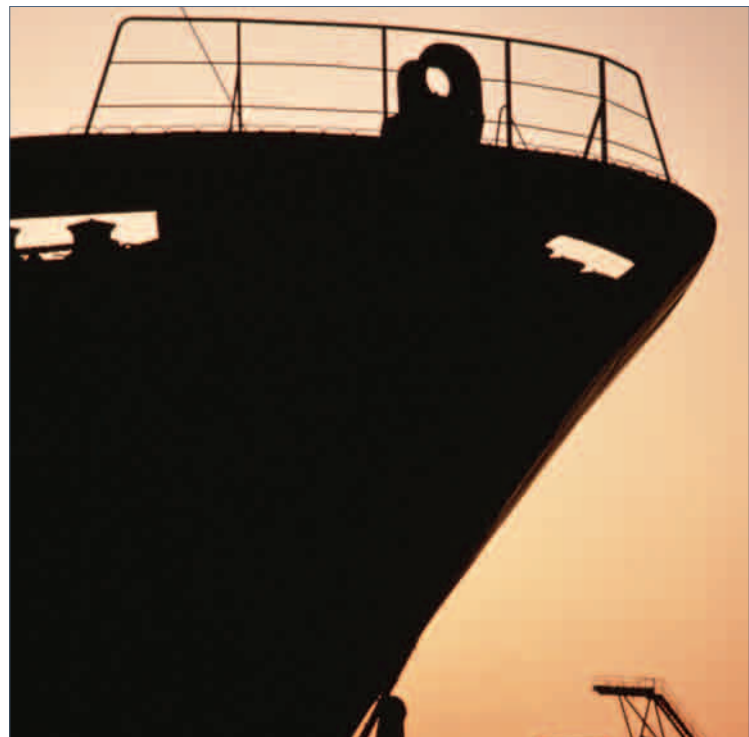
- As empresas europeias estão a perder negócios importantes devido a uma falta de competências linguísticas. Estima-se que 11% das PME europeias exportadoras (945 mil empresas) poderão estar a perder negócios devido a barreiras de comunicação;

- Há uma relação clara entre as línguas e o sucesso das exportações, tendo sido identificados quatro elementos de gestão das línguas associados ao êxito das exportações:

- Adopção de uma abordagem estratégica para a comunicação multilingue;
- O recrutamento de falantes nativos;
- O recrutamento de pessoal com competências linguísticas;
- A utilização de tradutores e intérpretes.

Se todas as PME exportadoras utilizassem uma ou várias destas técnicas, poderia haver ganhos muito significativos para toda a economia da União Europeia.

- O inglês é uma língua-chave para aceder aos mercados de exportação. No entanto, os resultados do estudo revelam uma situação muito mais complexa do que a ideia comum de que o inglês é a principal língua internacional. Por exemplo, o russo é amplamente utilizado na Europa de Leste (juntamente com o alemão e o polaco); o francês é utilizado nas relações comerciais com África; e o espanhol na América Latina.



**ESPAÇOS PARA
O SEU NEGÓCIO**

www.maiabiz.com
Tel.: 229 445 603
Tlm.: 912 351 700
Zona Industrial da Maia I
Sector VIII - Lote 40

Espaços
a partir de
40 m²



Seja um vencedor!

PLANO DE FORMAÇÃO 2007 II SEMESTRE

Inscrições Abertas

Braga | Porto | Ovar | Leiria | Lisboa
Inscrições em www.pmeportugal.pt

Nos seus 12 anos de existência o IPME - Instituto PME tem sido um referencial na informação, formação, assistência técnica e consultoria a empresas nacionais.

Tendo prestado assistência técnica a centenas de empresas e instituições em variados domínios, desde as finanças, investimentos, estratégia, internacionalização, qualidade, ambiente, eficiência energética, higiene e segurança no trabalho, domínios onde também formou milhares de quadros e gestores de empresas em todo o país.

A oferta da Instituto PME dirige-se às empresas e em especial às PME, mas também os seus empresários e gestores, os seus quadros, os Empreendedores entre outros públicos necessitados de formação.

No nosso plano de formação encontrará soluções de formação para as empresas em diversos locais do país, que cobrem todas as áreas vitais para o desenvolvimento das PME, como sejam a qualidade, a internacionalização, exportação, inovação, o ambiente, a gestão financeira, as novas tecnologias, a estratégia, a gestão, a higiene e segurança no trabalho, energia entre dezenas de acções que se desenvolvem ao longo do ano.

- ↳ Ambiente, Qualidade e Segurança
- ↳ Marketing e Vendas
- ↳ Línguas
- ↳ Informática / Novas Tecnologias
- ↳ Formação de Formadores
- ↳ Eficiência Energética
- ↳ Recursos Humanos

Braga:
Rua André Soares, n.º 129 - 1
4715-035 Braga
Telf.: 253 275 005
Fax: 253 275 006

Porto:
Avenida da Boavista, 1015,
4.º andar, sala 403
4100-128 Porto
Telf.: 22 607 96 50
Fax: 22 607 96 51

Ovar:
Rua Heliodoro Salgado, n.º 18
Centro Empresarial de Santo
António 2.º andar sala 4 e 5
3880-232 Ovar
(junto à Câmara Municipal)

Leiria:
Delegação Centro:
Edifício ISLA - Rua da
Cooperativa São Romão
2417 - 017 Leiria
Telf.: 244 825 882/3
Fax: 244 825 884

Lisboa:
Avenida António Augusto
Aguiar,
n.º 100, 1.º D.º.
1050-019 Lisboa
Telf.: 21 894 90 25/6
Fax: 21 894 90 27

instituto
pme
formação

Inscrições e informação dos nossos produtos e serviços:
www.pmeportugal.pt

☎ 707 50 1234
☎ 707 50 1235
✉ info@pmeportugal.pt

Condições especiais

Entidades Protocoladas:	10% de desconto*
Para grupos:	3 Pessoas (3,5%)*
	2 Pessoas (2,5%)*
	>= 4 Pessoas (5%)*



PME Banking

E S P A N H A

A solução que faltava às suas necessidades financeiras!

Um Serviço Financeiro Integral para as empresas portuguesas que desenvolvam ou pretendam desenvolver actividade com o mercado espanhol.

Serviços e Produtos

- “Collection account”;
- Inter Banking One Solution;
- Cobranças em Espanha;
- Produtos de financiamento;
- Consultoria financeira.

Vantagens

- Aceda a linhas de crédito atribuídas directamente pelo Santander Espanha;
- Faça a gestão da sua conta através do sistema on-line ou de uma conta no Banco Santander Totta;

Contacte-nos para mais informações!

☎ 707 50 1234 📞 707 50 1235 ✉ info@pmeportugal.pt



150