

Quadro de incentivos é muito limitativo e os prazos de candidatura são muito curtos

# EMPRESÁRIOS LANÇAM CRÍTICAS AO QREN

Págs. 14 e 15

# Jornal das PME

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Janeiro de 2008 | Ano V | Número 26 | 1,50 euros

Angola | Portugal | Espanha

instituto  
**pme**  
formação

PLANO DE FORMAÇÃO  
2008 1 SEMESTRE

+ informações e inscrições em

[www.pmeportugal.pt](http://www.pmeportugal.pt)

Janeiro 2008

## IDEIA Atlântico a bom ritmo

Com a inauguração do IDEIA Atlântico - Braga prevista já para o próximo mês de Março as intenções de investimento superam os 150% da área disponível. O ritmo de execução da obra decorre dentro dos prazos previstos, sem derrapagem financeira. Pág. 17

Agosto 2007

Março 2008

## O seu Banco em Angola.



**BFA** **BPI**

Mercado Ibérico Págs. 3 e 4

## Francisco van Zeller DOIS PAÍSES, UM MERCADO?

Internacionalização Pág. 19

## Espanha AICEP ALTERA ESTRATÉGIA

Estratégia 2008 Pág. 22

## Inclass INOVAÇÃO É PALAVRA DE ORDEM

a cor...



...o profissionalismo...



...a performance...



...e a inovação!



# CLASUS®

[www.clasus.com](http://www.clasus.com)

## Quadros Interactivos



JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, DIRECTOR DO JORNAL DAS PME

# Semear confiança para só depois pedir optimismo

No momento em que se fecha este jornal, verificou-se o maior crash bolsista desde o 11 de Setembro. Com efeito as questões da geo-estratégia mundial, a premonição de uma recessão ou, pelo menos, desaceleração da economia norte-americana, levaram a quedas enormes nos mercados europeus, asiáticos e mesmo no mercado bolsa norte americano. Este parece não ter reagido bem a duas medidas – um anúncio de cortes de impostos pelo Presidente Bush e a quarta descida consecutiva de taxas de juro pela Reserva Federal, que desta vez baixou a taxa de referência de 4,25 para 3,5%.

Apesar do optimismo dos ministros das Finanças europeus e da determinação que o Primeiro-Ministro português diz termos que ter, é indubitável que a falta de confiança na principal economia e principal consumidor do mundo, vai afectar todos e claro, também, Portugal. O próprio Governador do Banco de Portugal já admitiu que o crescimento deverá ser revisto em baixa. E temos de facto que ter mais determinação para superar estas adversidades.

Se a crise no Sub-Prime já originava falta de recursos e exposição ao risco (sindicações e titularizações de dívida geraram perdas históricas), se o sobreendividamento do nosso país e a falta de recursos da nossa banca fez escassear o dinheiro, esta fuga de liquidez do mercado de capitais não é boa notícia. Nem mesmo o BCP, depois de finalmente ter uma administração eleita quase pela unanimidade dos votos, resistiu a fortes quedas e a revisões em baixa da evolução das suas cotações.

Ora, para um país crescer, as empresas

“

*Para se pedir optimismo é necessário semear confiança, e deter algumas entidades que se instalaram neste país e que fazem a PIDE parecer uma brincadeira apenas política. Porque estas acções são anti-económicas e destroem a confiança e as empresas.*

*Não posso deixar de testemunhar que apesar de tudo isto, as empresas continuam a investir, a teimar, a lutar pela sua afirmação.*

*Toda a gente sabe nas empresas que passaram os dias dourados que já não somos a “golden west coast of europe”, nenhum oásis.*

”

necessitam de recursos financeiros abundantes. Não para projectos inviáveis, mas para financiar o crescimento de muitas empresas, que felizmente e de forma discreta crescem exportando e inovando. E esse dinheiro vai escassear.

Por outro lado, a sanha persecutória às empresas e aos empreendedores parece ter-se instalado. Um alto responsável disse, ao que parece, pela passagem de ano que teriam de fechar metade dos restaurantes! Outro alto responsável acha normal que não exista definição dos equipamentos necessários à tiragem do tabaco. Todos ao que parece, acham normal que se regule tudo, agora que não se fume nos órgãos de soberania e administração pública, e nos locais de trabalho. Não sou fumador, mas esta polémica e esta so-

branceria era dispensável num país que necessita de colaboração, de planeamento e não de espectacularidade negativa e pela intimidação de que se revestem muitas destas medidas.

Porque não se pode pedir optimismo aos empresários para investirem, e logo a seguir ter autoridades a selar estabelecimentos e a prometer a liquidação de metade do sector.

Este caso, o da legislação imposta na hora, sem critério claro e sem razoabilidade, é aliás paradoxal com aquilo que é a velocidade daqueles que deveriam ser os novos factores de crescimento, com os projectos estratégicos que não saem do papel, com os laboratórios de investigação que se atrasam, com o QREN que regista pouco mais de 100 candidaturas.

Portanto, para se pedir optimismo é necessário semear confiança, e deter algumas entidades que se instalaram neste país e que fazem a PIDE parecer uma brincadeira apenas política. Porque estas acções são anti-económicas e destroem a confiança e as empresas.

Não posso deixar de testemunhar que apesar de tudo isto, as empresas continuam a investir, a teimar, a lutar pela sua afirmação. Toda a gente sabe nas empresas que passaram os dias dourados que já não somos a “golden west coast of europe”, nenhum oásis. Será que o mesmo princípio se aplica aos restantes portugueses? Será que a sociedade está motivada para criar e apoiar empreendedores, ou para como nos tempos idos da inquisição, julgá-los, perseguí-los e expulsá-los? Os próximos anos serão decisivos para percebermos se repetimos os nossos erros históricos.

E já agora se damos a mesma importância, indo mais longe, reciprocidade, em todos os domínios, apesar da Europa, aos Países de Língua Oficial Portuguesa. Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor merecem-nos essa atenção. Fazer como Espanha soube fazer com o espaço ibero-americano e com a língua (segunda mais falada nos EUA), espaço natural não apenas de história e de cultura mas de investimento, trocas comerciais e circulação de pessoas.

Perder esta oportunidade é hipotecar o desenvolvimento dos nossos irmãos que falam português e perder a oportunidade de afirmar a vocação atlântica e universal que deve caracterizar Portugal, menos perto de uma Europa estagnada e mais perto de quinhentos anos de história e convivência.

## AGENDA

### PORTUGAL

#### Nauticampo

#### FIL – Parque das Nações,

Lisboa (Portugal)

9 a 17 Fevereiro 2008

[www.nauticampo.fil.pt](http://www.nauticampo.fil.pt)

Sob o lema “Prazeres da Natureza”, a Nauticampo pretende, nesta edição, acolher novos desafios, desenvolver novas e diferentes actividades, mais dinâmicas e interactivas.

#### Pró-Digit@I

29 Fevereiro, 1 e 2 Março 2008

FIL – Parque das Nações (Lisboa-Portugal)

<http://www.pro-digit.com/portugal/>

Após o sucesso obtido no 2º Congresso Internacional de Impressão, Imagem e Comunicação Digital, a Pro-Digit@I organiza o 3.º Salão Internacional de Impressão, Imagem, Comunicação Digital e Têxtil Promocional.

#### Export Home 2008

26 Fevereiro a 1 Março 2008

Exponor – Feira Internacional do Porto (Matosinhos, Portugal)

<http://www.exporhome.exponor.pt/>

A Export Home – Mobiliário, Iluminação e Artigos de Casa para a Exportação celebra este ano 20 edições. Descubra o melhor que se produz em Portugal, aliado à tradicional qualidade, à crescente tecnologia e design.

#### ExpoHogar Regalo

1 a 4 Fevereiro 2008

Barcelona (Espanha)

<http://www.moda-barcelona.com>

Feira Internacional de Artigos Domésticos, Porcelanas, Vidros, Electrodomésticos e Brindes.

### ESPAÑA

#### Cevisama

5 a 9 Fevereiro 2008

Valência (Espanha)

<http://www.feriavalencia.com>

Salão Internacional de Cerâmica, Revestimento para Construção, Saneamento, Matérias Primas e Afins.

#### SEIN

12 a 14 Fevereiro

Madrid (Espanha)

<http://www.ifema.es>

Salão de Espaços Empresariais, Comerciais, Logísticos e Industriais.

ficha técnica

**Jornal das PME**  
Análise | Portugal | Negócios

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Edição, Redacção e Departamento Comercial: Avalanche d'Ideias - Rua André Soares Nº 755, 1º Esq., Sala 7, 4715-035 Braga | Telefone: 253 609 988 | Fax: 253 206 432 | email: geral@avalanche-de-ideias.pt | Grafismo e Produção: Cunh@ | Impressão: Naveprinter | Tiragem: 40000 exemplares | Depósito Legal 225578/05 | Registo ICS: 124583 | Distribuição gratuita aos associados da PME-Portugal | Preço de capa: 1,50 euros

■ A MARCA CONTINUA A SER UM DOS PRINCIPAIS FACTORES NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES

# Sabe como gerir uma marca?

Maximizar os lucros das empresas num mundo cada vez mais globalizado é um dos maiores problemas que se colocam, hoje em dia, aos empresários e gestores. Neste contexto, qualquer empresa com uma marca reconhecida e respeitada terá maior facilidade em actuar no mercado e em mais de um segmento. A marca continua a ser um dos principais factores de decisão de compra. Isto porque é inquestionável que os consumidores, num momento de escolha de um produto e/ou serviço, poderão optar por determinado fornecedor mediante as marcas e símbolos que observa. Nas próximas linhas vamos dar-lhe algumas notas sobre a importância da marca e breves dicas de como geri-la da melhor forma.

A utilização de uma marca reconhecida implica investimento na sua construção e gestão. É portanto um grande desafio que se coloca às empresas, cujas áreas internas deverão trabalhar em sintonia com os profissionais de marketing, no sentido de evitar que qualquer tipo de atitude venha a prejudicar a marca. Estamos, assim, a falar em estratégia de posicionamento de marca, ou seja, o modo como ela deverá se apresentar perante o mercado que deseja atingir. E a definição deste posicionamento é fundamental para orientar o estabelecimento da identidade e personalidade da marca.

Se faz parte daquele imenso grupo de pessoas que julga que a aposta na criação de marca própria só faz sentido para as grandes empresas, desengane-se. A importância da marca é tanto maior quanto menor for a organização. E, embora difícil, não podemos negá-lo, a gestão de marcas é uma tarefa imprescindível nos tempos de hoje. Mais do que nunca, as empresas devem procurar perceber o que é necessário fazer para que as suas marcas tenham força emocional no sentido de conquistar clientes e maximizar as suas margens de lucro.

Até porque as sensações e sentimentos que uma marca provoca no consumidor acabam por afectar o modo como este constrói a imagem dessa mesma marca. Pelo que, não há dúvidas, a marca é o grande património de uma empresa. É através da marca que a empresa indica as qualidades do produto e/ou serviço que tem para oferecer, fortalecendo, em simultâneo, a sua imagem perante os consumidores. E é este valor que alcança que diferenciara a sua marca dos seus concorrentes, mantendo-se no mercado e conquistando novos clientes.

Para além de uma forte imagem, as marcas de maior apelo entre os consumidores agregam atributos como valor, qualidade e confiança. Assim, e para diferenciar-se no mercado, uma empresa deverá desenvolver estratégias para criar ou fortalecer a imagem da sua marca. Como fazê-lo? Alguns especialistas na área do "branding" (trabalho de construção e gestão de marca) referem que a marca deverá passar por três estágios. O assertivo, em que a marca fala por si; o assimilativo, onde as marcas assumem uma posição de diálogo; e o absorvivo, ou seja, as marcas assumem uma posição de convívio. Ao conseguir passar por estes estágios, a empresa garantirá a fidelidade do cliente pela sua marca.

Mas, não basta apenas criar uma marca, há que cuidar permanentemente dela, como se se tratasse de um processo interminável e integrado de gestão, sempre em busca de aperfeiçoamento, reconhecimento e fidelidade por parte dos seus consumidores.

Outro dado importante a reter é que a marca não deve ser entendida apenas como um nome ou um rótulo afixado no produto, mas sim como um sinal abrangente de uma imagem junto ao público e aos segmentos-alvo das empresas.

E não se esqueçam que, das várias razões



para a aposta na marca que temos aqui vindo a falar, há ainda a capacidade de evitar que o seu produto se torne alvo de estratégias utilizadas por empresas concorrentes, tais como contra-facção, clonagem, imitação ou adaptação. No

fundo, a marca serve como um seguro, uma protecção ao investimento realizado pela empresa. Na mente da empresa cria-se um diferencial, evitando-se que o produto se transforme numa "commodity".

Concluindo, pensar uma marca é pensar conceitos e estratégias. E é muito mais fácil conquistar um mercado quando a marca ou o nome da empresa está na cabeça das pessoas.

»»» continua



## Automatex

*Equipamentos Industriais, Lda.*






Rua Forjões, nº 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

**o nome da marca**

- \_ Deve lembrar algo a respeito dos benefícios do produto e/ou serviço;
- \_ Deve ser fácil de pronunciar, reconhecer e lembrar;
- \_ Deve ser singular, especial e raro;
- \_ Não deter conotações pejorativas noutros idiomas ou no modo como os habitantes se expressam nas localidades onde será comercializado o produto e/ou serviço.

**Ao escolher um nome de marca deve lembrar-se que este deve ser coerente com o posicionamento de valor e analisar os seguintes aspectos:**

- \_ Qual é a ideia principal da marca idealizada?
- \_ É possível acrescentar um slogan?
- \_ Quais as cores que serão usadas?
- \_ Qual o símbolo/logótipo que será adoptado?

**quanto vale uma marca?**

**Para avaliar uma marca deverá ter em consideração quatro fontes de valor:**

- \_ Notoriedade: o grau de conhecimento da marca por parte dos consumidores;
- \_ Qualidade percebida: embora tratando-se de um valor intangível, a qualidade que o consumidor atribui ao produto e/ou serviço para além dos seus atributos físicos reais determinará até que ponto estará disposto a pagar um preço por ele;
- \_ Imagem de marca: embora não seja suficiente, a capacidade de evocar um conceito ou um sentimento na mente do consumidor é muito útil na maioria das compras por impulso;
- \_ Fidelidade: o facto do cliente preferir não escolher outras marcas concorrentes.

**pontos-chave na gestão de uma marca**

- \_ **Abrangência.** Não se restringindo apenas a um produto/serviço ou gama de produtos/serviços, tudo pode ter uma marca. Para conhecerem e terem uma boa imagem de uma marca, os consumidores não têm necessariamente de conhecer bem o produto e/ou serviço em questão.
- \_ **Dimensão simbólica.** Para ser forte e ter sucesso uma marca não se deve limitar a representar uma categoria de produtos ou de serviços. É necessário remeter o consumidor para outra dimensão, ou seja, procurar algo que tenha a ver com a própria história da empresa, construir uma envolvente associando a imagem da marca (e os produtos e/ou serviços que representa), ao mesmo tempo que apela à emoção do próprio consumidor.
- \_ **Posicionamento estratégico e identidade.** Mais importante do que a forma como a empresa analisa e vê a sua marca é a percepção que o mercado tem dela. É esta percepção que é importante compreender para desenvolver, adaptar ou fazer evoluir o posicionamento estratégico de uma marca. Na posse deste conhecimento, a empresa poderá saber quais as direcções a tomar para não destruir a imagem que criou, bem como conseguir inovar, surpreendendo o consumidor.
- \_ **Perspectiva a longo prazo.** Estabelecer uma marca forte que o consumidor reconheça e aprecie é um factor-chave para não se ser ultrapassado pela concorrência. No entanto, conseguir que o consumidor reconheça a marca e tenha dela uma imagem positiva leva tempo e consome recursos. Pelo que, construir uma marca forte deve ser considerado um investimento.
- \_ **Estabelecimento de uma categoria.** Para uma marca ser bem sucedida deverá extravasar os limites do produto e/ou serviço e apresentar-se como o representante de toda uma categoria de serviços. O desafio está em tornar a marca sinónimo da área que representa.
- \_ **Estabelecimento de uma relação emocional.** Muitas das decisões de compra passam pelo factor emocional que as marcas conseguem produzir no consumidor.
- \_ **Consistência na imagem.** Para o consumidor e mercado em geral é essencial que vários factores identifiquem facilmente e com clareza uma determinada marca. Para evitar que o consumidor deixe de identificar a marca, esta coerência deverá transparecer em diversos elementos, como o logótipo, as cores, o tipo de letra, a embalagem ou até mesmo personagens que lhe estejam associadas, entre outros. E atenção: quando houver necessidade de efectuar um "restyling" à imagem, é importante manter um certo número de símbolos que ajudem o consumidor a fazer a ligação entre a imagem antiga e a nova.
- \_ **Valor duradouro.** Não se deve cometer o erro de alterar os valores que sustentam as marcas. Por exemplo, uma marca com imagem marcadamente tradicional não poderá, de um momento para o outro, passar a ter um cariz assumidamente jovem. Isto porque o mais provável é que os consumidores se sintam confusos. É importante não esquecer que entretanto foi criada uma ligação emocional bastante forte à marca. Uma mudança radical ou tentativa de acrescentar conceitos diferentes ou antagónicos aos que estão ligados à marca, pode ter consequências nefastas para a marca: não é garantido que ganhe novos clientes e pode perder os que já tinha conquistado.

Fonte: PMElink.pt

**BREVES**

Chipre e Malta aderem à Moeda Única

**ZONA EURO ALARGADA**

No passado dia 1 de Janeiro, Chipre e Malta passaram a ser os mais recentes membros da Zona Euro, aumentando para 15 o número de Estados-Membros da União Europeia (UE) que utilizam a moeda única. Em resultado deste alargamento, o Central Bank of Cyprus e o Bank Centrali ta' Malta/Central Bank of Malta são agora membros de pleno direito do Eurosistema, com os mesmos direitos e obrigações que os 13 bancos centrais nacionais dos restantes Estados-Membros da UE que adoptaram o euro.

Previsões do Banco Mundial

**ECONOMIA MUNDIAL ABRANDA**

Segundo previsões do Banco Mundial, a economia mundial deverá voltar a abrandar em 2008, esperando-se um crescimento de 3,3%. Uma descida da economia global que em 2007 se expandiu 3,6% e em 2006 registou 3,9%. Este cenário explica-se pelo abrandamento económico dos países desenvolvidos, em particular dos Estados Unidos. Economias que este ano apenas deverão crescer 2,2%, comparativamente com os países em desenvolvimento que poderão registar um crescimento na ordem dos 7,1%.

Entre Janeiro e Novembro de 2007

**EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES CRESCEM**

Nos primeiros 11 meses de 2007, as exportações portuguesas aumentaram 12,8%, ao passo que as importações subiram 7,3%, provocando uma queda no défice da balança comercial com os Países Terceiros de 0,6%, face ao período homólogo de 2006. Segundo os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística, as maiores subidas nas importações verificaram-se nos produtos alimentares e bebidas e no material de transporte e acessórios. Relativamente às exportações, os maiores aumentos registaram-se no material de transporte e acessórios, nas máquinas e outros bens de capital e nos produtos alimentares e bebidas.

No que toca a descidas, os combustíveis e lubrificantes desceram 2,2% nas importações e 3,2% nas exportações.



**ESCRITÓRIO VIRTUAL  
IDEIA ATLÂNTICO**

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**

## Solução Caixa Auto

Para quem precisa de carro agora e não mais tarde.



Exemplo de aquisição em leasing: € 12.220,00 para 30.000 km, entrada de € 1.000,00, taxa de juro de 10%, TAEG de 6,77%, para um financiamento de 110 meses. Entrada de € 1.000,00, taxa de juro de 10%, TAEG de 6,77%, para um financiamento de 110 meses. Média da Novembro na base 365. Ar estacionada para a milésima de p.p.p. Financiada mais próximo + 125%. local comissão de 10% sobre o valor da prestação e portas sobre as rendas.

Já não há razão para adiar a chegada do seu carro novo. E quem diz carro diz mota ou camião. O ponto de partida é a Caixa, a etapa seguinte é escolher com a ajuda dos nossos especialistas a solução financeira mais indicada para si - Crédito Pessoal, Leasing ou Renting - depois é só inspirar e sentir aquele cheirinho a carro novo. E mesmo que já tenha alguns quilómetros não se preocupe, porque a Solução Caixa Auto também se aplica aos usados. Não espere mais. Entre numa Agência da Caixa a pé e saia de carro. A Caixa recomenda: quando escolher o seu carro tenha em conta as emissões de CO<sub>2</sub>. Defenda o ambiente. **Há mais na Caixa do que você imagina.**

Mercado Ibérico: uma parceria Jornal das PME + Moneda Única

JornaldasPME

Moneda  
Única

■ CONCURSO PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS DECORRE ATÉ 11 DE FEVEREIRO

# Estação internacional do AVE ELVAS - BADAJOZ

Os Governos de Espanha e Portugal licitaram o contrato de consultoria e assistência para a redacção do estudo do modelo de negócio, contratação e financiamento da estação internacional Elvas – Badajoz “Rio Caia”, pertencente à linha ferroviária de Alta Velocidade (AVE) que unirá Madrid e Lisboa.

A licitação para o sistema de concurso e procedimento aberto foi promovida pelo Agrupamento Europeu de Interesse Económico – Alta Velocidade Espanha-Portugal (AEIE-AVEP) através da sua publicação no Boletim Oficial do Estado (BOE). O projecto tem um orçamento de 348 000 euros com uma garantia previsível de 2%.

Sobre os requisitos específicos que se exigem ao contratado, figura o “bom estado económico-financeiro”, assim como “bom estado técnico e profissional”, além da inscrição no registo profissional ou comercial nas condições previstas pela legislação do estado onde estão estabelecidos.

As empresas interessadas em aceder ao contrato têm como data limite para apresentar as suas ofertas até às 12.00 horas do dia 11 de Fevereiro de 2008. A abertura das candidaturas terá lugar no dia 27 de Fevereiro às 10.30 horas da manhã.

O plano ferroviário luso para interligar Lisboa a alta velocidade com Madrid prevê que a conexão entre a capital portuguesa e a fronteira espanhola em Badajoz esteja pronta em 2013.



■ PUBLICAÇÃO FACILITA INVESTIMENTO DE AMBOS OS LADOS DA FRONTEIRA

## Nasce o primeiro Guia de Investidores Transfronteiriços

A cooperação económica entre a Extremadura e o Alentejo está agora reforçada graças à criação de um guia que facilita o investimento de ambos lados da fronteira e à construção de uma federação empresarial mista. A Confederação de Organizações Empresariais da Província de Badajoz (COEBA), juntamente com o Núcleo Empresarial da Região de Portalegre (NERPOR), elaborou o primeiro Guia de Investidores Transfronteiriços. Uma publicação pioneira cujo objectivo é promover o desenvolvimento das regiões limites hispano-lusas, fomentando a cooperação económica.

Apresentada na sede de COEBA pelo seu secretário-geral, Juan Manuel Arribas, e o representante da NERPOR, Rui Peres Trelo, o guia enquadra-se dentro do Projecto de Cooperação Empresarial Badajoz – Portalegre, pertencente à iniciativa da União Europeia Interreg III A.

Tanto em português como em Espanhol, o Guia de Investidores oferece num só volume informação sobre a economia e o mercado Extremadura/Alentejo, com especial destaque para as possibilidades de negócio que oferecem estas regiões. Concretamente, a publicação analisa os cinco sectores básicos onde os empresários de ambos os lados da

fronteira têm mais possibilidades de encontro. São estes sectores o agroalimentar, a cerâmica ornamental, a cortiça, o turismo e a construção. Além disso, este guia expõe as particularidades do marco legal e fiscal aplicável em cada país. A publicação também dá a conhecer as normas e possibilidades de ajuda ao investimento. Entre outros, reúne os incentivos tanto europeus, como nacionais, regionais ou locais que podem ajudar os empresários, e as fontes de financiamento e co-financiamento existentes em cada zona.

Dentro do projecto de cooperação entre Espanha e Portugal, outra actuação a destacar é a recente constituição da Federação de

Empresários Extremadura/Alentejo. Uma organização de carácter confederativo, intersectorial e supranacional, criada sem fins lucrativos para a coordenação, representação, gestão, fomento e defesa dos interesses dos empresários associados de ambos os países.

Entre as actividades previstas, e como complemento ao Guia de Investidores, a Federação tem previsto realizar um estudo pormenorizado sobre os cinco sectores de actividade aqui mencionados para oferecer uma análise profunda sobre os serviços, produção e desenvolvimento que têm na zona. Por outro lado, foi já acordada a celebração de congressos empresariais em finais de Mar-

ço, um em Badajoz e outro em Portalegre. O objectivo é criar cenários que facilitem o encontro e a abertura de negócios e investimentos conjuntos.

Mas, as novidades destas iniciativas não se ficam por aqui. Ainda que, de momento, se refiram apenas ao âmbito regional da Extremadura e do Alentejo, membros da Confederação Espanhola de Organizações Empresariais (CEOE) provenientes de outras regiões transfronteiriças mostraram interesse na elaboração do Guia de Investidores e em pertencer à Federação Extremadura/Alentejo, de forma que passe a ser hispano/lusa.

■ O RELACIONAMENTO ENTRE OS DOIS PAÍSES MUITO CONTRIBUIRÁ PARA ULTRAPASSAR COM ÊXITO OS ACTUAIS DESAFIOS

# Portugal e Espanha: dois países, um mercado?



**Francisco van Zeller**  
Presidente da Direcção da CIP  
(Confederação da Indústria Portuguesa)

As relações económicas entre Portugal e Espanha desde a adesão de ambos os países à então CEE têm sido crescentes e cada um dos mercados é encarado como o prolongamento natural do outro.

Actualmente, as relações económicas entre Portugal e Espanha caracterizam-se por uma grande cumplicidade e maturidade, o que é saudável para ambos os países, potenciada pela pertença à área de euro.

A proximidade dos dois países e a sua inserção no mesmo Espaço Europeu tem levado a uma cada vez maior coordenação de políticas quer ao nível das infra-estruturas de transporte e de abastecimento de água quer ao nível da defesa e segurança internas quer ainda ao nível da saúde e do ensino universitário/investigação.

Quando comparada com a portuguesa, umas das principais características da economia espanhola é, inequivocamente, a sua dimensão: existem cerca de quatro espanhóis pa-

“

*Uma das áreas em que há claras sinergias por explorar nas relações Portugal/Espanha é a da energia. Seria conveniente que os resultados dos últimos desenvolvimentos fossem mais visíveis. Os preços da energia são mais elevados em Portugal que em Espanha, o que se traduz numa desvantagem competitiva para as empresas portuguesas. Sem o reforço das interligações entre os dois países não estão criadas condições para um verdadeiro Mercado Ibérico de Electricidade, pois continuará a existir uma limitação às trocas físicas de electricidade e não se criarão condições para uma verdadeira aproximação dos custos gerais dos sistemas e das características dos mercados e, portanto, das tarifas aplicáveis aos consumidores.*

”

ra um português. Em termos de PIB per capita (em paridades de poder de compra), Espanha já ultrapassou a média da União Europeia, enquanto que, em Portugal, este indicador é cerca de 74% da média da União Europeia. Para além do mais, e apesar do abrandamento que se prevê no médio prazo, Espanha tem registado taxas de crescimento do produto acima dos 3%, contra os menos de 2% em Portugal, e as empresas portuguesas de vários sectores têm sabido aproveitar as oportunidades de mercado que este crescimento potencia.

As diferenças existentes entre Portugal e Espanha ao nível das taxas e impostos que incidem sobre os combustíveis e das taxas de IVA de alguns produtos alimentares têm, de alguma forma, beneficiado a actividade económica nas zonas raianas espanholas.

Pela análise dos dados de 2006 do comércio internacional, constata-se que Espanha é o principal parceiro comercial de Portugal: 26.5% das exportações portuguesas dirigiram-se para Espanha e 29% das importações portuguesas provieram de Espanha. Por outro lado, 8.8% das exportações espanholas foram para Portugal e 3.4% das importações espanholas tiveram origem em Portugal. Ora, perante este cenário, é óbvio que Portugal se encontra em situação de desvantagem, mas é necessário não esquecer que Portugal também é um importante destino para os produtos espanhóis, pois é o terceiro destino das exportações de Espanha, logo atrás de França e Alemanha.

Uma das áreas em que há claras sinergias por explorar nas relações Portugal/Espanha é a da energia. Seria conveniente que os resultados

dos últimos desenvolvimentos fossem mais visíveis. Os preços da energia são mais elevados em Portugal que em Espanha, o que se traduz numa desvantagem competitiva para as empresas portuguesas. Sem o reforço das interligações entre os dois países não estão criadas condições para um verdadeiro Mercado Ibérico de Electricidade, pois continuará a existir uma limitação às trocas físicas de electricidade e não se criarão condições para uma verdadeira aproximação dos custos gerais dos sistemas e das características dos mercados e, portanto, das tarifas aplicáveis aos consumidores.

Uma última nota que, dado o tema deste artigo, não poderia deixar de salientar: em Portugal, existe a convicção de que os empresários se deparam com muitas dificuldades ao tentarem internacionalizar os seus negócios em Espanha. Talvez haja razões para tal. Seja como for, o que importa salientar é que as empresas, através das suas Associações Empresariais, podem e devem apresentar os casos concretos para que, em conjunto com as entidades competentes, se proceda ao seu estudo e, a partir daí, à inventariação das medidas que devam ser tomadas para pôr cobro a eventuais irregularidades. Não poderemos tudo esperar do Estado e dele tudo exigir. Por vezes, a informação concreta não chega a quem deve chegar, o que é um claro entrave ao desenvolvimento dos negócios.

Quer Portugal quer Espanha ambicionam alcançar patamares de desenvolvimento mais elevados. Estou certo que o relacionamento entre os dois países, nomeadamente ao nível das empresas, muito contribuirá para ultrapassar com êxito os actuais desafios.

■ TRATÉCNICA INICIA A SUA EXPANSÃO INTERNACIONAL EM PORTUGAL

## Pagamento electrónico com empresa espanhola

O grupo espanhol Tratecnica, empresa especializada na fabricação de sistemas electrónicos de pagamentos inteligentes baseados em cartões, iniciou a sua expansão internacional com a inauguração da sua primeira filial em Portugal.

A empresa distribuirá no país luso os produtos do fabricante internacional de sistemas

electrónicos de pagamento Mei Group, artigos que a Tratecnica tem distribuído em Espanha há mais de 30 anos.

Associado às suas funções de distribuidor oficial e serviço técnico autorizado, a empresa espanhola comercializará na nova filial lisboeta os seus sistemas de pagamento que recebem o nome de “Atlas” e “Cosmos”, as-

sim como a nova gama de máquinas de câmbio, carregadores e sistemas electrónicos de compra de entradas e bilhetes (“ticketing”).

A Tratecnica Portugal tem como objectivo proporcionar ao mercado português padrões de qualidade de serviço e atendimento ao cliente. Além de que contará com o activo suporte da Tratecnica Espanha e disponibilizará

a sua capacidade tecnológica no desenvolvimento de projectos à medida de cada cliente.

Segundo o grupo, as suas vendas em Espanha durante o ano passado alcançaram os 11,3 milhões de euros. A empresa já dispõe de escritórios em Madrid, Barcelona, Bilbao, Valência e Sevilha, assim como a nova filial em Lisboa.

### ¡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.

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

associação  
**pme**  
portugal

Serviço de assessoria, apoio e acompanhamento

Escritório Virtual

www.pmeportugal.pt



■ EMPRESÁRIOS ESPANHÓIS APROVEITAM A EXCELENTE RELAÇÃO DO PAÍS LUSO COM O BRASIL

# Portugal, um apoio para conquistar o mercado imobiliário brasileiro

*Face ao reajuste do mercado imobiliário em Espanha, muitas promotoras apostaram na internacionalização. Na busca por novas oportunidades de negócio, há já algum tempo que os empresários espanhóis estão em Portugal, motivados pelo facto de aqui encontrarem terrenos a preços competitivos. Contudo, esta não é a única vantagem que oferece o país luso, a sua excelente relação cultural e comercial com Brasil é outro grande incentivo.*

Dentro do sector imobiliário, o colosso sul-americano é, pelas suas enormes expectativas de desenvolvimento, o principal país receptor de investimentos europeus.

Aceder ao Brasil é mais fácil desde Lisboa que de qualquer outro ponto do continente. Daí que o país luso se tenha convertido em plataforma estratégica para Espanha que procura o efeito ponte para chegar ao outro lado do Atlântico. Junto à sua sede geográfica, o verdadeiro talismã que oferece Portugal é o conhecimento adquirido pelos seus empresários, os primeiros investidores europeus no país carioca, permitindo evitar os entraves que supõem o acesso a um novo mercado.

Uma das empresas espanholas que quis aproveitar esta conjectura foi o Grupo Artagón. Depois de sete anos estabelecida em



Portugal, e após constatar que a costa de Huelva não pode competir, “nem em preços nem em qualidade” com a do Algarve, onde um apartamento custa metade, a promotora onubense direcciona a sua atenção para o “el dorado” brasileiro.

Para o presidente do grupo, José Maria Terrón, a experiência portuguesa é uma mais valia, ainda que reconheça que investir no Brasil “é mais arriscado que fazê-lo em Portugal” já que na Europa “o mercado está mais controlado”

Especialmente atractivo é o investimento no Estado do Rio Grande do Norte e na sua capital, Natal, onde o preço do terreno é de um euro o metro quadrado, “é como Espanha há 15 anos”, assegura Terrón. Com mais de 400Km de litoral, Natal procura converter-se no maior centro turístico da América Latina.



Inscrições Abertas

**curso**

## Eficiência Energética

Cursos	H	Local	Início	Valor da Propina	Edição
<b>RCCTE</b> Perito Qualificado	24	Braga	Fev. 08	650,00 €	2ª Edição
		Porto	Fev. 08		
		Leiria	Fev. 08		
		Lisboa	Fev. 08		
<b>RSECE – Vertente Energia</b> Perito Qualificado	24	Braga	Fev. 08	700,00 €	2ª Edição
		Porto	Fev. 08		
		Leiria	Fev. 08		
		Lisboa	Fev. 08		
<b>RSECE – Vertente QAI</b> Perito Qualificado	24	Braga	Fev. 08	700,00 €	Novo
		Porto	Fev. 08		
		Leiria	Fev. 08		
		Lisboa	Fev. 08		
<b>Curso de Gestão de Energia na Indústria</b>	33	Braga	Fev. 08	750,00 € <small>(+ IVA)</small>	Novo
		Lisboa	Fev. 08		
<b>Formação Técnica de RCCTE para Arquitectos/Promotores Imobiliários</b>	24	Braga	Fev. 08	1750,00 € <small>(+ IVA)</small>	Novo
		Lisboa	Fev. 08		
<b>Formação Técnica de RCCTE para Arquitectos/Promotores Imobiliários</b>	12	Porto	Fev. 08	150,00 €	Novo
		Lisboa	Fev. 08		

**Braga:**  
Avenida João XXI,  
n.º 773, 1.º esq.  
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

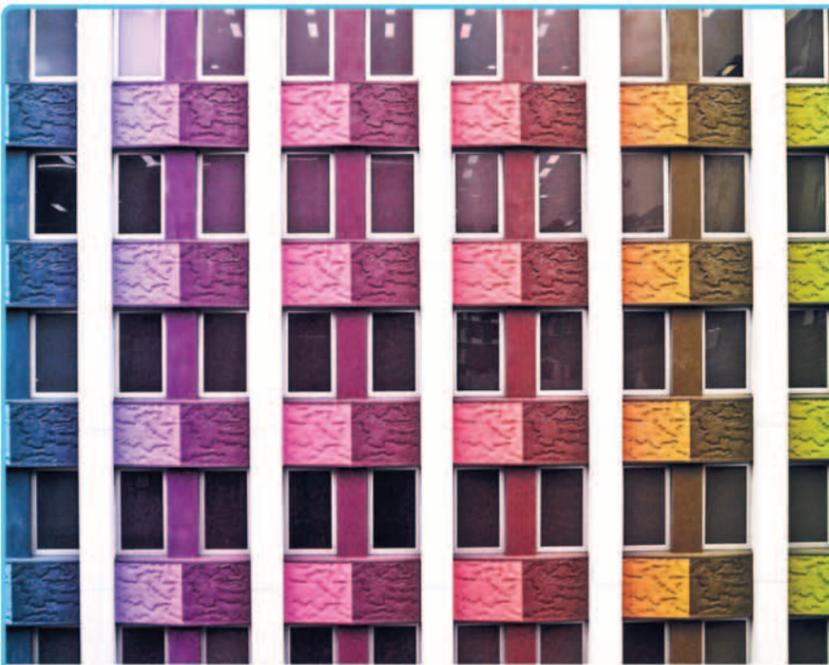
**Ovar:**  
Rua Heliodoro Salgado,  
n.º 18, Centro Empresarial de  
Santo António, 2.º andar,  
sala 4 e 5, 3880-232 Ovar  
Telf.: 256 572 024  
Fax: 253 275 006  
(geral @ Camara Municipal)

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

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

Inscrições e informação dos nossos produtos e serviços:  
[www.pmeportugal.pt](http://www.pmeportugal.pt)  
 707 50 1234  
 707 50 1235  
 info@pmeportugal.pt





Dispomos de uma equipa de peritos acreditados pela ADENE, e com o objectivo de proporcionar aos seus clientes condições de obter nos seus projectos soluções que conduzam a obras com excelente desempenho térmico (etiquetas A+; A), com as inerentes vantagens de valorização do produto pelo mercado:

- >> **Consultoria na elaboração de projectos, desde a concepção arquitectónica;**
- >> **Projectos de RCCTE, RSECE, QAI;**
- >> **Consultoria para acompanhamento da execução da obra e cumprimento das especificações do projecto térmico;**
- >> **Inspeção para obtenção da certificação energética de edifícios;**



## Geração d' Valores

GERAÇÃO DE VALORES, LDA | hamc@geracao-de-valores.com | telef./ fax: 253 609 985

## BREVES DE ANGOLA

### JAPÃO APOIA RECONSTRUÇÃO DE ANGOLA

Angola deverá ver reforçada, nos próximos anos, a ajuda do Japão à reconstrução nacional na sequência da regularização da dívida para com o Clube de Paris, instituição financeira internacional da qual aquele país é membro. No ano passado, o Clube de Paris (instituição financeira informal composta por 19 países desenvolvidos, entre os quais, Espanha, França e Japão), comprometeram-se em retomar as actividades de crédito à exportação para Angola após o pagamento da primeira prestação dos juros de mora programada para o mês de Janeiro deste ano.

Após audiência concedida pelo Presidente da República angolano, José Eduardo dos Santos, o senador japonês Tetsuro Yano garantiu que o Japão irá agora reforçar a cooperação bilateral com Angola, mostrando-se impressionado com o ritmo de implementação de projectos de reconstrução nacional angolano em curso.

Tetsuro Yano entregou ainda ao Presidente da República de Angola um convite do Primeiro-Ministro japonês, Yasuo Fukuda, para participar, no próximo mês de Maio, na Conferência Internacional para o Desenvolvimento de África.

Angola e Japão mantêm relações nos domínios dos transportes, obras públicas, saúde, desminagem, reinserção social, entre outros.

### COMÉRCIO COM ESPANHA ATINGE 466 MILHÕES DE EUROS

Durante um encontro entre empresários angolanos e uma missão empresarial de oito empresas espanholas, o embaixador de Espanha em Angola, Mariano Muela, afirmou que, em 2007, "o comércio entre Angola e Espanha atingiu os 466 milhões de euros".

De acordo com a imprensa angolana, as exportações angolanas atingiram 133 milhões de euros, maioritariamente resultantes da venda de petróleo. Por seu turno, Espanha exportou para este mercado africano produtos diversos, entre os quais de destacaram equipamentos industriais, materiais e aparelhos eléctricos, num valor de 333 milhões de euros.

Mariano Muela salientou ainda que são já cerca de 30 as empresas espanholas que já trabalham em Angola nos mais diversos sectores de actividade.

As oito empresas espanholas que agora se deslocaram a Angola, com o interesse de investir neste mercado, são membros da Agragex, uma associação criada em 1955 e que integra 148 empresas espanholas do sector da produção e fabrico de maquinaria e materiais agrícolas.

### RITMO DE RECONSTRUÇÃO MAIS LENTO

Segundo um relatório sobre Angola do gabinete de Estudos Económicos e Financeiros do BPI, o ritmo dos projectos de reconstrução da economia angolana está a revelar-se mais lento do que o previsto. As razões apontadas prendem-se com a incapacidade do aparelho produtivo angolano dar resposta às exigências de alguns projectos, em particular devido à escassez de mão-de-obra qualificada e à exiguidade das vias de comunicação.

O mesmo relatório salienta que o maior esforço de investimento está concentrado nas áreas consideradas determinantes para o desenvolvimento da economia angolana, designadamente energia e águas, transportes, telecomunicações, saúde e educação.

O documento elaborado pelo BPI revela ainda que, de acordo com os dados do Banco Mundial e Ministério das Finanças de Angola, referentes a Abril de 2007, o montante total das linhas de crédito abertas por países europeus supera actualmente 3,1 mil milhões de dólares. Destacam-se a Alemanha (aproximadamente 1,3 mil milhões de euros) e a Espanha, com mil milhões de euros. Valores que superam largamente os 300 milhões de euros da linha de crédito portuguesa, através da Cosec - Companhia de Seguros de Crédito.

A reter ainda os 750 milhões de dólares da linha da israelita Lumina Finance, os 580 milhões de dólares da brasileira Proex e os 750 milhões de dólares do Banco de Desenvolvimento do Brasil.

No entanto, é da China que chega o grosso do crédito ao dispor de Angola, com dois mil milhões de dólares do China Eximbank e os 9,8 mil milhões de dólares do Fundo Internacional da China.

### COSEC REFORÇA PRESENÇA EM ANGOLA

A Cosec - Companhia de Seguros de Crédito vai reforçar a sua presença em Angola, pelo que, em 2007, emitiu mais de 10 milhões de euros de garantias relativas a riscos neste mercado. Para além da parceria que detém com o BFA - Banco de Fomento de Angola, este reforço permitirá, segundo o presidente da Cosec, "uma maior especialização na avaliação e acompanhamento das empresas naquele país".

Segundo Miguel Gomes da Costa, tendo em conta o desenvolvimento das exportações e do investimento português em Angola, esta é uma "aposta fundamental para fortalecer o apoio às empresas que vendem a crédito e que investem naquele país".

Além da cobertura de riscos nas actividades para o mercado angolano, a Cosec faz, por conta do Estado português, a cobertura dos riscos de crédito à exportação no âmbito da Convenção Portugal-Angola, cujo montante acordado prevê um limite de 300 milhões de euros.

### NOVA BASE DE DADOS É INSTRUMENTO ÚTIL PARA AS EMPRESAS

## Syrian lança Database Angola 2008

A Database Angola 2008 é a primeira edição de uma base de dados de empresas Angolanas editada em Portugal. Constituída por cerca de 4 900 contactos distribuídos por mais de 250 categorias profissionais, esta base de dados foi criada com o propósito de ser uma útil ferramenta de trabalho para todas as empresas que têm, ou pretendem vir a ter, negócios em Angola.

Editada pela "Syrian - Sistemas de Informação, Lda.", a Database Angola 2008 é a segunda base de dados empresarial criada por esta empresa. A Syrian edita já desde 2002 a Database Portugal, uma base de dados que conta actualmente com mais de 300 000 contactos de empresas e instituições nacionais. Para os próximos meses, a Syrian prevê lançar duas novas bases de dados relacionadas com alguns dos mercados com os quais os empresários nacionais mais se relacionam: A Database Espanha (já em fase final de preparação) e a Database Brasil (disponível até ao final do 1º semestre de 2008).

Em declarações ao Jornal das PME, João Jesus, gerente da empresa, sublinha que "as bases de dados são uma das formas mais rápidas, práticas e económicas de as empresas encontrarem os contactos de que precisam - sejam mais clientes, novos fornecedores ou potenciais parceiros".

A Syrian é uma empresa que, para além do desenvolvimento de bases de dados temáticas, desenvolve também aplicações informáticas para gestão de informação, de fácil utilização e em Português. "O nosso objectivo", revela João Jesus, "é desenvolvermos ao longo de 2008 uma série de aplicações que facilitem a gestão dos negócios das PME. As

nossas soluções permitirão que as pessoas possam gerir os seus contactos, clientes, produtos, serviços, propostas, ou seja lá for, com toda a facilidade. Toda a informação acerca dos programas que forem sendo lançados estará disponível através do nosso site no endereço <http://www.lojadosoftware.pt>".



**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](mailto:menlar.industria@mail.telepac.pt) | [menlar.comercial@mail.telepac.pt](mailto:menlar.comercial@mail.telepac.pt)  
[www.menlar.pt](http://www.menlar.pt)

■ CRÓNICAS DE UM REPÓRTER EM VIAGEM PELO MUNDO

# Impressões de um ocidental que aterriza em Luanda

Texto REPÓRTER PME

(1ª parte)



## O primeiro impacto

Aterra-se em Luanda vindo um enorme Mussequê (favela) que cerca a cidade, construído até à década de 70 para 500 000 habitantes. Nada que Lisboa não tivesse há 10 anos em todas as suas entradas. Desce-se do avião num aeroporto que está desfasado da procura e com poucas comodidades. São os primeiros sinais de que se está em África. Mas nada de grave.

Passada a alfândega e os habituais bagageiros, enfrentam-se os “taxistas” de ocasião. Nessa altura ver uma cara conhecida ou alguém com uma placa com o nosso nome, com carro e ar condicionado, à espera ajuda.

## O clima

O clima tropical de calor e humidade de Luanda, que pouco dista da linha do equador, é acentuado por uma intensa poluição dos milhares de veículos que tentam circular na cidade. É nestas altura que se dá importância ao ar condicionado da viatura.

## O ambiente urbano

“Tentam” é mesmo o termo, pois como as vias são as mesmas de há 30 anos e os carros, habitantes e visitantes cresceram exponencialmente, invariavelmente está-se horas no trânsito. Quase sem sair do sítio. Qualquer distância entre as 7 da manhã e as 22 horas da noite pode levar horas a fazer. Aliás, uma hora por quilómetro pode ser uma média normal em hora de ponta.

Porque como em qualquer metrópole macrocéfala, tudo está no centro e o centro desemboca numa ponta, na baía e no Porto de Luanda. As ruas, ainda da antiga colonização, são estreitas e mesmo as avenidas não são suficientemente largas para o tráfego. Durante a viagem vêem-se na cidade os prédios construídos no tempo colonial, desbota-

dos das suas cores, mas de pé e para durar. Arquitectura bonita e com identidade própria, sem ser reprodução de Lisboa.

Fica a convicção de que ou os Ministérios e as empresas saem do centro da cidade ou só um metropolitano poderá resolver a questão. É que a baixa não aguenta tanto carro. E mais, não havendo parques de estacionamento públicos, as ruas ficam ainda mais entupidas. Para o visitante estrangeiro fica o conselho de não se aventurar a conduzir, a menos que queira parar e pagar cada 500 metros. Um parceiro e motorista local dão muito jeito.

## As comodidades

Para uma das cidades de maior crescimento e mais apetecíveis do mundo, Luanda não dispõe de hotelaria suficiente. Quase sempre a cerca de dezena de hotéis estão esgotados e os preços rondam os 250 dólares noite. O melhor é o Hotel Trópico do grupo Teixeira Duarte. E, atenção, ter reserva não significa na hotelaria local conseguir quarto pois o “overbooking” é a regra. Explica-se não apenas pela procura elevada de visitantes, mas porque as companhias petrolíferas têm quartos permanentemente comprados para os seus quadros que circulam, e que podem ou não ser utilizados. Portanto têm uma taxa de ocupação superior a 100%.

No entanto, o hotel com o ar condicionado e o duche é um refúgio fundamental para os visitantes. Nos melhores, os bares e os restaurantes são também ponto de encontro de reuniões e de negócios. Há quem faça desses bares a sua sala de reuniões e negócios em permanência. Afinal deslocamentos a “escritórios” são muito complicadas.

## A infra-estrutura

Uma cidade que agora se começa a reformar, tem naturalmente uma infra-estrutura

débil. Já falamos que as vias são as mesmas de há 30 anos, que os hotéis são escassos, que não há parques de estacionamento. Mas também rareiam cafés e restaurantes ou lojas dos mais banais artigos. Não há táxis. Uma refeição num restaurante não custa menos de 50 dólares. Mas não se preocupe, vinho, cerveja e água portuguesa, bem como pratos portugueses estão assegurados.

## O espírito e o ambiente mental

Após quase 30 anos de guerra civil, em que tudo faltava e em que a insegurança era a regra, o país vive hoje, depois de cinco anos de paz, um ambiente de optimismo contagiante. Além do fim da guerra e da segurança que isso trouxe, por exemplo para levantar voo sem pensar num míssil terra-ar ou de viajar entre províncias, o crescimento exponencial da economia e a afirmação internacional do país, contagiou os angolanos que sabe que Deus lhes deu uma terra única, onde há de tudo, desde minérios e matérias-primas ricas e variadas, até terras cultiváveis e férteis para quase tudo, uma costa belíssima, e reservas pesqueiras assinaláveis.

O contínuo crescimento e o investimento estrangeiro têm pois gerado oportunidades para os angolanos. Não faltam empregos, nem falta dinheiro.

O optimismo e o orgulho nacional são parte integrante do ambiente que se respira em Angola. Uma enorme esperança e fé num futuro radioso ao sol é sentimento unânime, independentemente da classe sócio-económica do angolano. Ele sabe que oportunidades não faltam e que basta querer pegar um pouco para ganhar dinheiro – ninguém morre à fome por lá. (...)

continua na próxima edição

## BREVES

• A GALP vai iniciar uma parceria com a maior petroquímica indiana e com a brasileira Petrobrás, com vista a uma participação com a Sonangol, na exploração dos Blocos 15, 17 e 18. Para além disso assinou ainda um acordo de participação num outro consórcio para o desenvolvimento de actividades de pesquisa e exploração de gás natural em Angola.

• AICEP com novo Delegado em Luanda – Miguel Fontoura, ex-Delegado em Argel.

• A Mota-Engil viu serem-lhes adjudicadas as obras de reabilitação das principais estradas da Província de Cabinda. Junta-mente com a empresa angolana PROPOR, a Mota-Engil estabeleceu ainda uma nova parceria para a construção de um complexo urbanístico, entre as cidades de Benguela e Baía Farta, a Sul da Província do Bengo, para 600 residências unifamiliares e plurifamiliares além de instalações para empresas e serviços públicos.

• A Aveleda tem vindo a investir de forma entusiástica no mercado de exportação angolano. A empresa tem visto crescer a procura pelos seus vinhos de forma assinalável, tendo-se aquele tomado já um dos seus principais mercados de exportação. Aliás, a procura de vinhos de marca portuguesa tem vindo a crescer de forma muito significativa em Angola, como o provam as empresas nacionais do ramo da distribuição que aí operam.

• Urbanop e Arlindo Correia & Filhos investem em Angola.

• Angola é também um mercado em que as empresas do ramo da informática apostam. Prova disso é o investimento que a DLI – empresa de distribuição de produtos informáticos – tem vindo a realizar em Angola. A DLI está a instalar-se em Angola através da aquisição de uma empresa local, a qual foi já redenominada por DLI Angola e que terá o exclusivo da comercialização dos produtos informáticos da marca HP.

• Angola e Moçambique mantêm-se como fortes apostas do BPI, sustenta Fernando Ulrich, presidente do banco.

• As empresas de fogões Meireles e de arca frigoríficas Fricom criaram uma empresa angolana designada Firmei que se destina à comercialização dos respectivos produtos e marcas.

• Foi recentemente organizada uma missão empresarial a Angola representada pela Associação dos Industriais Portugueses de Iluminação, tendo a visita servido para a prospecção daquele mercado.

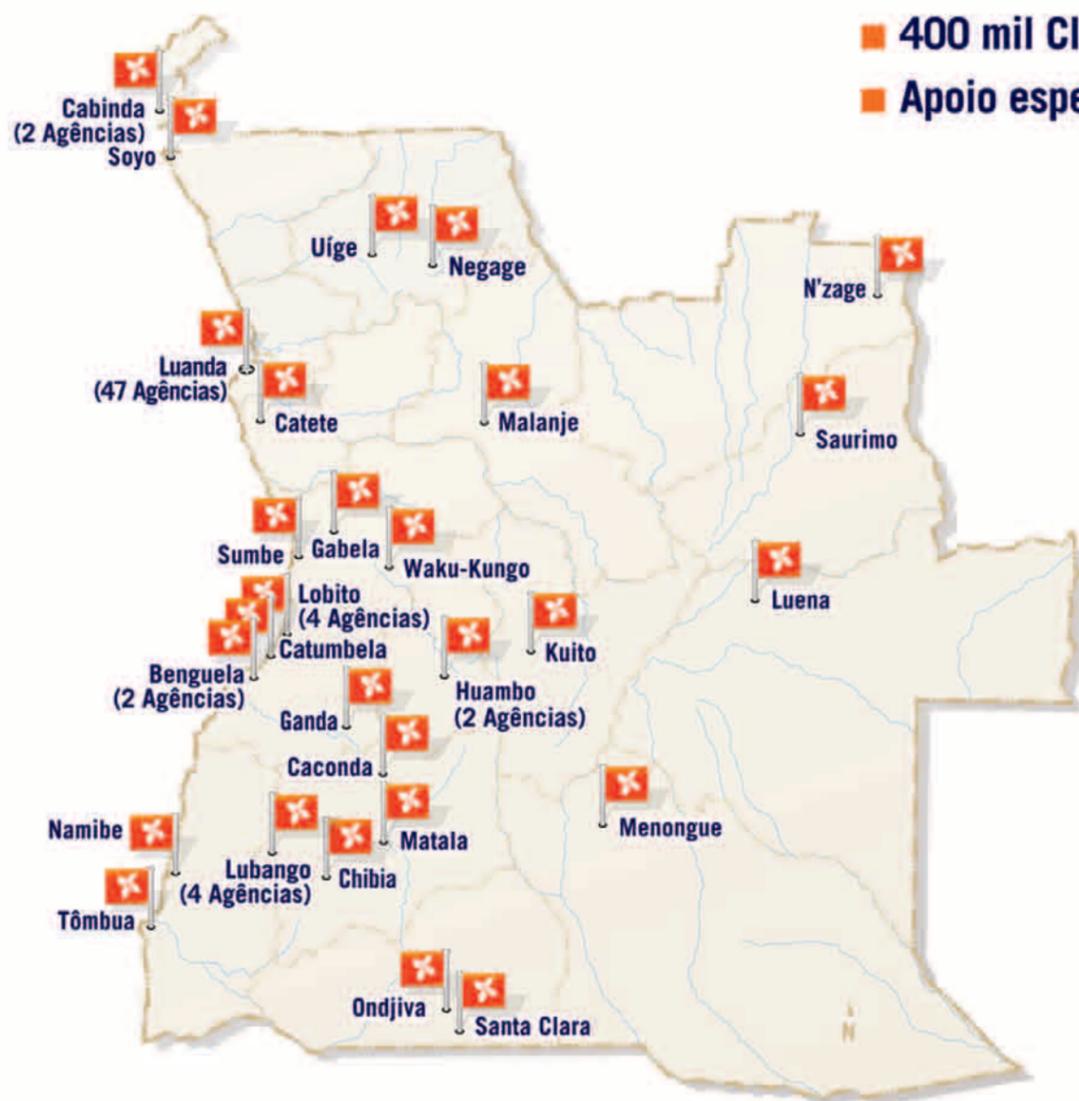
• Ex-Delegado da AICEP em Luanda volta ao sector privado. Fernando Anjos dirigirá a unidade de consultoria da KPMG Angola.

• Até 2010, está prevista a construção de 40 unidades hoteleiras de categorias de quatro e cinco estrelas no país, projectos estes avaliados em cerca de 500 milhões de dólares. O crescimento da procura e a realização de eventos desportivos que Angola vai acolher, serão o “leit motiv” para estes investimentos, classificados pelo Governo angolano como estratégicos para o desenvolvimento económico do país.

• Angola aprova Orçamento de Estado de 2008, com um crescimento de 30% face a 2007.

# O seu Banco em Angola.

- 83 Agências em todo o País
- 400 mil Clientes
- Apoio especializado à exportação



O BPI está presente em Angola através do BFA – Banco de Fomento Angola, que dispõe de 7 Centros de Empresas, 3 Centros de Investimento e 83 Agências em todo o País, servindo mais de 400 mil Clientes. Em Portugal e em Angola, o BPI e o BFA põem à sua disposição um serviço financeiro completo e um apoio especializado à exportação, através da Linha de Crédito Angola Express, no montante de 150 milhões de dólares.

Informe-se nos Centros de Empresas ou nos Balcões BPI e peça o seu Guia BPI Angola, com toda a informação útil para iniciar ou consolidar a sua relação com Angola. Linha BPI Exportação 808 285 285.



## AFECHAR

## Negócios das agências de viagens ultrapassam 2 milhões de dóla

O volume de negócios das agências de viagens de Angola já ultrapassa os dois milhões de dólares ao ano. Esta indicação foi recentemente revelada à imprensa angolana pelo secretário executivo da Associação das Agências de Viagens e Operadores Turísticos de Angola (AAVOTA), Augusto Pedro. Um valor satisfatório tendo em conta registos de anos anteriores que não chegavam ao milhão de dólares.

De acordo com Augusto Pedro, as empresas desta área de actividade têm já disponível uma diversidade de serviços que, diariamente, atraem centenas de clientes que pretendem não só viajar dentro do próprio país, como conhecerem outras partes do mundo.

Na AAVOTA estão inscritas 30 agências, empregando cerca de 250 cidadãos e prestando serviços que vão desde a reserva de

lugares para viagens, venda de bilhetes, check-in, check-out, passando pela oferta de pacotes de turismo, até à emissão de vistos, despachos de mercadorias e seguros de viagem. Os preços destes serviços variam de agência para agência. A emissão dos vistos poderá durar no mínimo cinco a oito dias.

De salientar que as passagens mais vendidas são as das transportadoras TAAG, TAP e SAA, Air Zimbabwe e Air Namíbia.

## Angola presente em feiras de turismo

As potencialidades turísticas de Angola estiveram expostas este mês durante a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), considera uma das maiores feiras de turismo do mundo. Fazendo-se representar por uma diversificada delegação, desde representantes do Instituto de Fomento Turístico (Infotur), do ministério da tutela, artistas e empresários da área.

A BTL, que vai já na sua 20ª edição, ocupou este ano os quatro pavilhões da Feira Internacional de Lisboa (FIL) e contou com a

participação de 970 expositores e mais de 60 mil visitantes.

Depois de Portugal, Angola deverá ainda participar, ao longo deste ano, em eventos similares. Por enquanto está já prevista a participação em Estocolmo (Suécia), de 24 a 27 de Janeiro, em Madrid (Espanha), de 30 de Janeiro a 3 de Fevereiro. O Infotur anunciou também que está prevista a participação de Angola em outras feiras internacionais a realizarem-se na Alemanha, Israel, Reino

Unido, Hungria, Rússia e África do Sul.

Desde o fim da guerra, em 2002, que Angola tem vindo a apostar na sua divulgação como destino turístico, destacando o período de paz e estabilidade que o país agora vive. Facto que tem contribuído para o crescimento do número de turistas e homens de negócio. Em 2007, a taxa de ocupação dos hotéis em Angola situou-se à volta dos 79% – uma das mais altas do mundo e que se prevê manter nos próximos cinco anos.

## FEIRASEMANGOLA

## EXPO NOVOS

De 14/02/2008 a 17/02/2008 – Luanda

Exposição de Equipamentos e Serviços para Casamentos

Sector: Catering e Restauração Casamentos, Baptizados e Afins

Entidade Organizadora: Arena Angola

Tel: 00 244 2 393369

Fax: 00 244 2 397320

E-mail: info@arenaangola.com

http://www.arenaangola.com

## ALIMENTICIA

De 04/06/2008 a 08/06/2008 – Luanda

Feira de Bens Alimentares e Afins

Sector: Alimentação, Bebidas e Afins

Entidade Organizadora: Arena Angola

Tel: 00 244 2 393369

Fax: 00 244 2 397320

E-mail: info@arenaangola.com

http://www.arenaangola.com

## FILDA

De 10/07/2008 a 15/07/2008 – Luanda

Feira Internacional de Luanda

Sector: Gerais de Amostras

Entidade Organizadora: ExpoAngola, Sarl

Tel: 00 244 222 264522

Fax: 00 244 222 372252

http://www.expoangola.com

*Nota: Antes de programar a sua visita, deve sempre confirmar toda a informação junto do organizador.*

### 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



## PT reforça posição em África

A Portugal Telecom (PT) prevê reforçar as suas operações em África, o que se estende igualmente a Angola, estando para o efeito a considerar a possibilidade de estabelecer uma parceria com o Grupo Visabeira, grande operador nacional naquele país ao nível do sector das telecomunicações e televisão por cabo. Refira-se que a PT tem uma participação de 25% no capital da operadora angolana Unitel e pretende vir a reforçar as suas operações naquele mercado, dados



os bons índices de crescimento e rentabilidade do negócio das telecomunicações móveis em Angola. Este negócio revela ainda grandes oportunidades de crescimento acentuado. A parceria com o Grupo Visabeira poderá reposicionar a presença da PT neste país, designadamente aproveitando a capacidade e know how do grupo português de Viseu em mercados africanos (o Grupo Visabeira tem igualmente importantes investimentos em países como Moçambique ou Cabo Verde).

## UNICER prevê construção de fábrica em Angola

Segundo informações da própria empresa estão bem encaminhadas as negociações para que a Unicer concretize a médio prazo a construção de uma fábrica em Angola. Assim sendo, até ao final de 2008 é esperado que o projecto venha a obter luz verde das autoridades locais, necessária para que em 2010 a fá-

brica esteja concluída. O processo deverá incluir a participação de capitais angolanos.

Angola é um mercado muito importante ao nível do consumo de cerveja, tendo a Unicer vendido em 2007 cerca de 110 milhões de litros de cerveja, para além ainda de 30 milhões de litros de água Caramulo.





Cursos certificados  
pelo European Council  
of Real Estate Professions

# RCCTE

## Curso de Formação para Peritos Qualificados no âmbito do sistema de certificação Energética

### Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais, Arquitectos, Engenheiros, Engenheiros técnicos e especialistas em engenharia e outras especialidades reconhecidas pela Ordem dos Engenheiros, Ordem dos Arquitectos e ANET. É todavia, necessária **experiência profissional de 5 anos** em actividade de projecto, construção, manutenção ou auditoria nos domínios identificados no Protocolo SCE.

### Duração e horário

Duração: 21 horas + 4 horas para avaliação de conhecimentos

Horário: Pós-laboral, das 18h30 às 22h30 (2.ª feira) e das 19h00 às 23h00 (5.ª feira)

Data limite para inscrições: até ao final do mês

### Preço

Módulo RCCTE: 700 € ( ou 650 € para pronto pagamento )

Aquisição de *software* do INETI.

Para a obter a qualificação como Perito Energético – módulo RCCTE, é necessário que os formandos, após aprovação na ESAI, frequentem o módulo de Certificação da responsabilidade da ADENE.

### Formadores

José Júlio Firmino das Neves (Eng.º), Formador Qualificado de Peritos Energéticos  
Rui Noel Alves Vera-Cruz (Arq.º), Formador Qualificado de Peritos Energéticos

Contactos:  
Telefone: 21 836 70 10  
Fax: 21 836 70 19  
E-mail: [esai@esai.pt](mailto:esai@esai.pt)  
[www.esai.pt](http://www.esai.pt)

**ESAI**  
Escola  
Superior  
de Actividades  
Imobiliárias





■ QUADRO DE INCENTIVOS É MUITO LIMITATIVO E OS PRAZOS DA PRIMEIRA FASE PARA APRESENTAÇÃO DE CANDIDATURAS SÃO MUITO CURTOS

## Empresários lançam críticas ao QREN

*Em vigor há quase três meses, o QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional encontra-se ainda envolto de dúvidas e incertezas. Segundo apurou o Jornal das PME junto de entidade oficial, tanto os empresários, como as próprias Unidades Técnicas de Análise apresentam dúvidas e apontam dificuldades de leitura e de interpretação dos pressupostos deste novo quadro de incentivos. Com a primeira fase de abertura de candidaturas a terminar já no início do próximo mês de Fevereiro, muitos dos interlocutores neste processo são unânimes em sublinhar o baixo número de candidaturas até agora apresentadas, contrariamente ao expectável. O Jornal das PME foi à procura de respostas para este cenário que agora traçamos.*

Se, por um lado, há empresários que demonstram alguma falta de conhecimento acerca do QREN, por outro, as Unidades Técnicas de Análise também ainda não tiveram tempo para sistematizar processos, não tendo por isso as respostas globais às dúvidas que vão surgindo. No entanto, e embora possa parecer um contra-senso, nesta fase de arranque, em que a linguagem ainda é nova, apresentando novos conceitos, orientações e prioridades, os projectos apresentados poderão sair beneficiados. Isto porque, como nos explica Lurdes Mota Campos, gestora de projectos, “daqui a dois ou três anos, a dotação orçamental vai naturalmente diminuir, ao contrário do rigor na avaliação dos projectos que, consequentemente, irá aumentar. Assim sendo, quem entrar primeiro neste QREN beneficiará de uma maior liberdade de interpretação e uma dotação orçamental ainda completa”.

Então porque é que estão a ser apresentadas menos candidaturas que as que se esperariam? Perante esta questão, os responsáveis da empresa de consultoria Start Idea são peremptórios em afirmar que estamos perante um quadro comunitário de apoio “muito mais selectivo e restritivo”, perante o qual as empresas, em particular as micro e pequenas empresas “estão a encontrar dificuldades para tornarem elegíveis os seus projectos de

investimento”. Logo à partida, os empresários criticam os prazos estipulados para apresentarem as suas candidaturas que “não são suficientes para uma elaboração, com pés e cabeça, dos seus planos de investimento”. Simultaneamente, apontam “as condições de elegibilidade mais difíceis para poderem rentabilizar os seus projectos”. Alguns chegam

mesmo a afirmar que “estes apoios não têm grande enquadramento para as pequenas empresas”, pese embora “o enorme peso que estas empresas têm na economia nacional”.

O Sistema de Incentivos I&DT (investigação e desenvolvimento tecnológico) tem suscitado alguma polémica junto dos empresários, sendo criticado por “não estar muito vo-

cionado para as micro empresas” e “mais direccionado para as universidades e centros de investigação”. Também o Sistema de Incentivos Inovação não escapa às críticas. A título de exemplo, no caso das empresas fundamentalmente industriais que pretendam investir em equipamento produtivo, surgem mais dificuldades. Isto porque “para uma micro empresa, que não tem capacidade para investir o mínimo de 150 mil euros estipulado por este sistema de incentivo, um investimento de apenas 50 mil euros seria suficiente e faria toda a diferença.

À data desta reportagem, tinham já contactado a Start Idea cerca de 120 empresas no sentido de analisarem a viabilidade dos seus projectos de investimento. No entanto, destes apenas 28 “tinham pernas para avançar para uma candidatura”. Uns porque as empresas não tinham autonomia financeira ou, pelo contrário, já tinham dado início aos seus projectos de investimento, outros porque não reuniam determinadas condições de elegibilidade, como por exemplo, questões relacionadas com licenciamentos ou o cumprimento de alguma legislação específica que não depende propriamente das empresas, mas sim da decisão de câmaras municipais ou outros organismos envolvidos no processo. De destacar um ou outro caso em que os empresários “de-

### 1ª FASE: CANDIDATURAS AINDA EM ABERTO

À data do fecho do Jornal das PME, dos incentivos no âmbito do QREN para apoio ao investimento nas PME, abertos em 15 de Novembro último, encontram-se ainda em vigor:

• **Investigação e Desenvolvimento Tecnológico**, para projectos individuais – Fecho a 01/02/2008;

**Atenção:** para os projectos de I&DT em co-promoção (consórcio), a data foi prorrogada para 29/02/08.

• **Inovação:**

- Projectos de novos bens, serviços, processos ou expansão de empresas – Fecho a 01/02/2008;

- Projectos de empreendedorismo qualificado – 31/01/2008.

• **Qualificação e Internacionalização de PME:**

- Projectos individuais – Fecho a 28/01/2008;

- Projectos de cooperação – 28/01/2008.

## GOVERNO CRIA OBSERVATÓRIO PARA MONITORIZAR QREN

Com o principal objectivo de “assegurar o exercício das funções técnicas de coordenação e monitorização estratégica do QREN”, o Governo aprovou recentemente, em sede de Conselho de Ministros, um Decreto-Lei que cria o Observatório do QREN. De acordo com o Executivo português, este Observatório terá como missão elaborar relatórios anuais de monitorização estratégica do QREN, coordenar e centralizar as relações com os serviços da Comissão Europeia, bem como garantir a coerência na implementação dos programas operacionais.

Outra das funções deste organismo será a de apresentar propostas de revisão dos programas operacionais para que a sua execução seja melhorada.

O Governo aprovou igualmente uma resolução que cria as estruturas de missão para os Programas Operacionais de Assistência Técnica do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e do Fundo Social Europeu, assim como os secretariados técnicos dos Programas Operacionais do QREN.

monstraram não ter uma noção clara do que é o QREN, embora exista muita informação disponível”.

Fundamentalmente, os empresários queixam-se de um quadro de incentivos “muito limitativo”, com condições de elegibilidade restritivas e prazos apertados para a apresentação das candidaturas. Assim, a grande maioria irá continuar a estudar toda a informação que foi disponibilizada acerca do QREN e aguardar pela abertura de novos avisos para, até lá, terem mais tempo para desenvolverem o seu plano de investimentos e candidatarem o seu projecto.

Embora diga respeito aos empresários, dentro das estratégias que definiram para as suas empresas, tentarem retirar os proveitos possíveis do novo quadro comunitário, Lurdes Mota Campos lança-lhes o desafio de “encararem o QREN como uma forma de diminuir os seus custos, aproveitando ao máximo os incentivos públicos”. Isto porque “esta poderá ser a última oportunidade de recorrerem a fundos comunitários”. Assim, este é o momento ideal para os empresários portugueses “pensarem na internacionalização, na criação de uma rede de empresas e na cooperação empresarial”. E embora as candidaturas não tenham de ser apresentadas já de imediato, nem a correr, é aconselhável que “não se deixem aproximar muito do final do QREN” que termina em 2013.

Para dissipar dúvidas, aprofundar conhecimentos, eliminar riscos de ilegitimidade e elaborar as suas candidaturas, aconselham-se os empresários a contactarem as suas associações e/ou empresas e entidades especializadas nesta matéria dos sistemas de incentivos.

ARMINDO COSTA, PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE VILA NOVA DE FAMALICÃO

# PME são factor determinante na criação de riqueza

*“Hoje em dia, é essencial que as pequenas e médias empresas tenham a oportunidade de se modernizar e crescer num ambiente concorrencial justo e equilibrado”. A afirmação é de Armindo Costa, presidente da Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão, durante um seminário de esclarecimento sobre o QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional que decorreu na Casa das Artes.*

Segundo Armindo Costa, “as PME são actualmente um factor determinante da rentabilidade, produtividade, emprego e criação de riqueza na região e no País”. Partilhando a mesma opinião do Presidente da República português que, na abertura do Congresso Nacional dos Economistas, chamou a atenção para “o papel fundamental das PME no desenvolvimento económico do país”, também o autarca famalicense defende que “as PME merecem uma atenção especial das políticas públicas”. Concordando ainda com as palavras de Cavaco Silva, o edil lembra que “a tão necessária reestruturação do tecido empresarial não pode ser feita ao arpejo das PME”.

“Hoje em dia, é essencial que as pequenas e médias empresas tenham a oportunidade de se modernizar e crescer num ambiente concorrencial justo e equilibrado”, sublinhou Armindo Costa. No entanto, “para isso, para progredirem, integradas num espaço económico alargado e dinâmico, como é hoje a União Europeia, as PME necessitam de ter ao seu dispor recursos financeiros adequados ao reforço das estratégias competitivas”. E, neste contexto, “o Quadro de Referência Estratégico Nacional constituiu uma oportunidade ímpar, que prevê o apoio ao investimento das PME, nomeadamente nas áreas da investigação e desenvolvimento tecnológico, da inovação ou da qualificação e internacionalização”.

Referindo-se a Vila Nova de Famalicão, Armindo Costa sublinhou que esta região se apresenta como “um dos principais pólos de desenvolvimento do país nos domínios económico, social e cultural”, dispondo de “um tecido empresarial competitivo e de uma sociedade civil dinâmica”. E, neste sentido, o autarca assegurou que o poder local está “profundamente empenhado no desenvolvimento sustentado e coeso a nível local” e que pretende “assumir os desafios da competitividade, através de um apoio efectivo à modernização do tecido empresarial, de modo a tornar o concelho cada vez mais atractivo para o investimento, para gerar riqueza e para criar emprego”.

Realçando que “não é com palavras e promessas que vamos lá”, sustentou que “é pre-



ciso dar às empresas condições para manterem a sua competitividade, para crescerem e, por consequência, fazerem crescer o concelho e o país”. É com esse intuito de “incentivo real e concreto ao investimento privado e à economia local” que a autarquia famalicense

tem avançado com algumas medidas, designadamente a descida do imposto municipal sobre os lucros das empresas, a descida das taxas de licenciamento industrial e a descida do preço da água para as empresas, em particular do sector têxtil

## Barómetro PME

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

Os resultados de cada mês serão publicados no Jornal das PME



[www.pmeportugal.pt](http://www.pmeportugal.pt)

Todas as semanas no Portal PME exprima a sua opinião.

■ ACOLHIMENTO DOS JOVENS FORMANDOS NAS MAIS DIVERSAS ÁREAS NÃO IMPLICA CUSTOS

# IPME procura empresas para colocação de estagiários

*O IPME – Instituto PME Formação, com sede em Braga, procura empresas das mais diversas áreas de actividade interessadas em acolher jovens estagiários e enquadrá-los em contexto de trabalho. Sem terem que suportar qualquer custo por proporcionarem estes estágios, podem candidatar-se empresas das áreas de Braga e do Porto, assumindo como único compromisso a garantia de acompanhamento ao estagiário.*

Esta necessidade do IPME surge no seguimento dos diversos cursos de formação que está a desenvolver em Braga e no Porto e que possibilitam aos formandos um estágio final em contexto de trabalho.

Actualmente, o IPME procura colocar estagiários nas áreas da Qualidade e dos Audiovisuais e Multimédia, tendo também prevista a colocação nas áreas de Higiene e Segurança no Trabalho, Ambiente, Qualidade, Administrativo e Financeiro e Multimédia e Web Design (ver caixa).

Segundo os responsáveis do IPME, os estágios ou formações em contexto de trabalho, integrados em acções de formação desenvolvidas por este Instituto, “visam sobretudo contribuir para o enriquecimento da experiência profissional dos formandos e eventual colocação no mercado de trabalho”.

Sublinhando que as empresas receptoras “não têm de suportar qualquer custo pelo facto de proporcionarem os estágios”, o IPME acrescenta que esta é, igualmente, uma oportunidade para as empresas que estejam interessadas em aumentar o seu número de colaboradores. Isto porque “a aceitação de um estagiário nestas condições será vantajoso, na medida em que o estágio poderá constituir-se como um período de espaço e de tempo de adaptação e compreensão da adequação do estagiário ao local de trabalho”.

Para mais informações e inscrições para acolhimento de estagiários, as empresas poderão entrar em contacto com os responsáveis do IPME através do telefone 253 609 986, fax 253 609 989 ou do e-mail [ipme.formar@bragatel.pt](mailto:ipme.formar@bragatel.pt)



## ÁREAS DE FORMAÇÃO ABRANGIDAS E LOCAIS PREFERÊNCIAIS PARA ESTÁGIO

Gestores de Audiovisuais e Multimédia ..... Porto ou Braga  
 Gestores da Qualidade: Porto ou Braga ..... Porto ou Braga  
 Técnico Superior de Higiene e Segurança no Trabalho ..... Grande Porto

Técnico Administrativo e Financeiro ..... Porto ou Braga  
 Técnicos de Multimédia e Web Design ..... Porto ou Braga  
 Técnicos de Ambiente, Qualidade e Higiene e Segurança no Trabalho ..... Grande Porto

■ CERTIFICAÇÃO DA QUALIDADE PREVISTA PARA 2008

# THC comemora 10 anos

*A empresa THC – Transportes Henrique & Catarina, Lda. comemora este ano 10 anos de actividade, pelo que está já a preparar para o próximo dia 10 de Maio um evento de comemoração do seu aniversário, a realizar nas suas instalações em Braga. O principal objectivo é reunir os funcionários da empresa, bem como alguns dos seus melhores clientes, fornecedores e colaboradores nacionais e internacionais e figuras representativas da freguesia de Pedralva e Câmara Municipal de Braga.*

Tendo como actividade principal os transportes rodoviários de mercadorias nacionais e internacionais, a THC entrou no mercado apostando no sector têxtil, com a especialidade do transporte de vestuário em cabides, com veículos pesados e ligeiros porta-fatos.

Segundo os seus responsáveis, ao longo destes 10 anos, a principal orientação da empresa foi “sempre a maximização da satisfação dos

seus clientes, apostando na qualidade máxima dos seus serviços”.

No entanto, com a crise no sector têxtil, a THC direccionou a sua estratégia de actuação de mercado para outros sectores, como foi o caso do sector automóvel. E foi desta forma que em 2003, a THC conheceu “um crescimento significativo no mercado internacional”, podendo hoje afirmar que conquistou um lugar seguro



no mercado, sendo conhecido não só a nível nacional mas também a nível internacional”.

Os sócios-gerentes Henrique Ribeiro e Catarina Pereira sublinham que a THC é “detentora de um quadro de pessoal com elevado nível de qualificação, especializado na prestação de serviços de excelência aos seus clientes”, realçando ainda que, “do ponto de vista social, esta empresa cria todos os anos novos postos de trabalho”.

Apresentando-se como “uma empresa economicamente saudável e com muita vontade de crescer”, cuja evolução “levou ao aumento da frota e da estrutura de recursos humanos”, acrescentam que a THC “privilegia a formação e bem-estar dos seus funcionários e que tem como objectivo para 2008 a Certificação da Qualidade”.



MARÇO 2008

■ INTENÇÕES DE INVESTIMENTO SUPERAM JÁ 150% DA ÁREA DISPONÍVEL

## IDEIA Atlântico a bom ritmo

Com a inauguração do IDEIA Atlântico – Braga prevista para o próximo mês de Março, as intenções de investimento superam já os 150% da área disponível. Segundo os seus promotores, o ritmo de execução da obra decorre em excelente ritmo, dentro dos prazos previstos e sem derrapagens financeiras.

Considerado um projecto arrojado – já que constituirá a maior infra-estrutura de apoio empresarial da região – o IDEIA Atlântico – Centro de Incubação de Empresas de Base Tecnológica, em Braga, encontra-se já na fase final de construção. A partir de Março deste ano, empresas e empreendedores poderão usufruir de uma solução integrada de espaço e serviços técnicos especializados que catalisam o desenvolvimento sustentado de projectos empresariais de base tecnológica com cariz inovador.

Classificado como projecto de potencial interesse nacional (PIN), este projecto “surgiu da vontade dos seus fundadores em criar uma estrutura de apoio ao empreendedorismo nas áreas das novas tecnologias na região”, salienta Hermenegildo Mota Campos. Segundo o administrador do IDEIA Atlântico, “pretendemos juntar diversas componentes como a incubação de empresas de base tecnológica, a domiciliação de empresas de tecnologia e o apoio a empresas já existentes que, em conjunto, partilhem espaço, tecnologias, recursos e conhecimento”.

Hermenegildo Mota Campos realça ainda que o facto desta nova infra-estrutura se localizar a 500 metros da Universidade do Minho e do futuro Instituto Internacional de Investigação Científica e Desenvolvimento Tecnológico, cuja primeira pedra foi lançada este mês pelos Primeiros-Ministros de Portugal e Espanha, durante a Cimeira Ibérica que decorreu em Braga. Sublinha ainda



OUTUBRO 2007



JANEIRO 2008

que “o IDEIA Atlântico é um projecto não fechado sobre si próprio ou sobre as empresas que incubará”, mas que “estará aberto às

empresas da região e fora da região, e aos universitários e suas universidades”.

Das diversas mais-valias que os empre-

### CONCESSÃO DOS ESPAÇOS RESTAURAÇÃO E REPROGRAFIA

O IDEIA Atlântico abriu a fase de recepção de candidaturas para a concessão, na sua sede em Braga, dos espaços de restauração e de reprografia.

### INICIATIVAS IDEIA ATLÂNTICO

- Pós-graduações em Finanças e Banking
- Concurso de Empreendedorismo 2008: “Prémio Inovação e Empreendedorismo do Atlântico”
- Eventos, sessões temáticas semanais e actividades diversas com interesse particular para as empresas e empreendedores

\*A iniciar brevemente

sários e empreendedores poderão ganhar ao instalarem-se no IDEIA Atlântico ou usufruir dos seus mais variados serviços, importa destacar o facto desta estrutura pertencer ao Sistema Científico e Tecnológico. Neste âmbito, “as entidades que queiram beneficiar dos incentivos disponibilizados pelo QREN, ao submeterem a sua candidatura em colaboração com o IDEIA Atlântico passam automaticamente para o patamar mais vantajoso de incentivos – 75%”.

Assim, sustenta Hermenegildo Mota Campos, “além de poderem retirar vantagem da rede de Centros de Negócios IDEIA Atlântico (que já estão a funcionar no Porto e em Lisboa), onde as empresas podem, por exemplo, fazer a sua sedeação, passam também automaticamente a poder utilizar toda a nossa Rede e os seus serviços, através dos créditos que vão adquirindo”.

■ DECRETOS-LEI APROVADOS EM SEDE DA PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

# Legislação Nacional

No final de Dezembro passado, a Presidência do Conselho de Ministros aprovou uma série de diplomas, alguns dos quais no contexto do programa Simplex, que se revestem de interesse para as empresas e que não deixamos de destacar nesta edição do Jornal das PME.

## Empreendimentos turísticos

Decreto-Lei que aprova o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos

No âmbito do programa Simplex, este diploma surge, no entender do Governo, “na sequência das alterações induzidas nos regimes da urbanização e da edificação e dos instrumentos de gestão territorial, com os quais se encontra em plena articulação”. Consagra ainda “uma maior agilização no licenciamento dos empreendimentos turísticos”, traduzindo-se na “simplificação dos procedimentos e diminuição de interlocutores, acompanhada de uma maior responsabilização dos promotores”.

Assim, opta-se por “uma diminuição significativa das tipologias e sub-tipologias”, bem como se introduz “um sistema de classificação uniforme, assente na atribuição de uma a cinco estrelas”, exceptuando os empreendimentos de turismo no espaço rural, o que se explica pela suas características próprias.

Tendo como objectivo a manutenção dos níveis de qualidade da oferta, este Decreto-Lei introduz a obrigatoriedade de revisão periódica da classificação atribuída. Um controlo de qualidade a ser realizado não só pelos organismos e serviços do turismo, mas igualmente por entidades acreditadas para o efeito.

Outro aspecto a destacar do diploma prende-se com o facto de introduzir “um no-

vo modelo de exploração dos empreendimentos turísticos”, assente na “permanente afectação à exploração turística de todas as unidades de alojamento, independentemente da respectiva propriedade”.

## Planeamento fiscal abusivo

Decreto-Lei que estabelece deveres de comunicação, informação e esclarecimento à administração tributária para prevenir e combater o planeamento fiscal abusivo

Através deste Decreto-Lei, o Governo visa “o reforço da eficácia no combate à fraude e à invasão fiscais, mediante a adopção de medidas preventivas que possibilitem uma actuação mais eficaz e célere da administração tributária”.

Assim, de acordo com o comunicado da Presidência do Conselho de Ministros, “o diploma visa prevenir e combater as práticas de planeamento fiscal abusivo mediante a imposição aos promotores que aconselham, propõem e comercializam esquemas ou actuações de planeamento fiscal, de obrigações específicas de comunicação, informação e esclarecimento à administração tributária sobre as operações que tenham como finalidade, exclusiva ou predominante, a obtenção de vantagens fiscais”.

## Simplificação do registo predial

Decreto-Lei que adopta medidas de simplificação do registo predial e da formalização dos actos relativos a bens imóveis

No quadro do Simplex, este diploma visa “promover a facilitação da vida das empresas e dos cidadãos, através da simplificação dos controlos

de natureza administrativa, da desformalização de procedimentos e da eliminação de actos e práticas registrais e notariais que, no sector do registo predial, não importem um valor acrescentado”.

Promovendo-se a utilização de meios electrónicos procura-se eliminar formalidades, actos e simplificados procedimentos “com novas garantias de segurança jurídica”.

## Acesso à propriedade industrial

Decreto-Lei que aprova medidas de simplificação e acesso à propriedade industrial alterando o Código da Propriedade Industrial e o Decreto-Lei nº 15/95, de 24 de Janeiro

Igualmente no contexto do Simplex, este diploma pretende “agilizar e simplificar o procedimento de protecção de direitos de propriedade industrial, visando a promoção de investimento em Portugal, através da simplificação de procedimentos e da redução de custos”.

O Governo pretende melhorar nos serviços de propriedade industrial aspectos como a diminuição dos prazos para a concessão desses direitos, eliminar formalidades, criar uma política de preços transparente, bem como introduzir diversas simplificações e promover os meios electrónicos.

**Nota: Os Decretos-Lei aqui apresentados entrarão em vigor após publicação no Diário da República**

Banco de Portugal dá conselhos

## BOAS PRÁTICAS NA UTILIZAÇÃO DE CHEQUES

Após apreciação das reclamações de clientes bancários relativamente à vertente “cheques”, o Banco de Portugal entendeu por útil divulgar um conjunto de boas práticas a observar aquando da utilização deste instrumento de pagamento. Essencialmente, o Banco de Portugal tem vindo a ser confrontado com duas situações que considera “denotar a utilização não adequada dos cheques”, nomeadamente “o roubo, furto ou extravio de cheques, seguido de falso endosso” e “o uso abusivo da revogação de cheque”. Das várias recomendações (algumas das quais com ilustração prática) que podem ser consultadas no site do Banco de Portugal ([www.bportugal.pt](http://www.bportugal.pt)), destacamos as seguintes, quer na óptica do emitente, quer da do beneficiário do cheque:

- Para garantir que os cheques só serão pagos à entidade que constar como beneficiária, deverão ser emitidos “não à ordem”, impossibilitando, assim, o seu posterior endosso. Para tal, deverá rasurar a expressão “à ordem” no impresso do cheque e proceder à sua substituição pela expressão “não à ordem”, escrita a seguir ao nome do beneficiário ou no espaço acima da expressão rasurada;
  - Se decidir receber cheques para pagamento, exija e anote a identificação e o contacto do emitente e solicite-lhe que passe os cheques “não à ordem”, para que os mesmos não possam ser pagos a outra pessoa, caso sejam roubados ou furtados;
  - Verifique a data de validade pré-impressa no cheque e não o aceite caso a data de emissão seja posterior à data de validade;
  - Apresente, sempre que possível, o cheque a pagamento durante o prazo de oito dias (incluindo fins-de-semana e feriados), a contar do dia seguinte à data de emissão indicada no cheque.
- O Banco de Portugal alerta ainda para outros aspectos legais:
- A revogação indevida de um cheque dentro do prazo legal de apresentação a pagamento pode configurar um crime de emissão de cheque sem provisão ou de burla;
  - O cheque só deve ser revogado dentro do prazo legal de apresentação a pagamento se lhe tiver sido roubado, furtado, se o tiver perdido ou se o tiver emitido sob coacção ou outro vício na formação da sua vontade, atendível pela Lei;
  - Se for confrontado com a revogação do cheque que vai apresentar a pagamento, por um motivo que sabe ser falso, pode agir judicialmente contra o emitente, dado que a proibição injustificada de pagamento de um cheque pode configurar o crime de emissão de cheque sem provisão ou de burla.



■ FALTA DE INFORMAÇÃO RELATIVAMENTE AO FECHO DE ALGUNS ESCRITÓRIOS PROVOCA INCERTEZA

# AICEP altera estratégia em Espanha

*O Jornal das PME apurou que, nos últimos dias, alguns técnicos dos Gabinetes AICEP-IAPMEI em Espanha não viram os seus contratos de trabalho renovados, o que poderá colocar em causa o apoio que tem vindo a ser prestado por estes organismos aos empresários portugueses que têm relacionamento económico, ou pretendam estabelecê-lo, com o mercado espanhol. Perante esta eventualidade de os empresários portugueses deixarem de poder contar com este apoio, o Jornal das PME contactou a AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal no sentido de perceber qual é a sua estratégia actual relativamente ao mercado espanhol.*

Os técnicos que agora cessam funções referem-se aos Gabinetes de Vigo, Mérida e Sevilha, bem como um outro colaborador da sede em Madrid. Segundo o Jornal das PME conseguiu apurar, há ainda alguma falta de informação relativamente ao que se está a passar, bem como em relação ao futuro destas unidades. Certo é que se tratam de Gabinetes de apoio muito procurados pelos empresários e entidades diversas portuguesas e que se revestem de grande importância para o relacionamento económico entre os dois países.

Contactada pelo Jornal das PME no sentido de clarificar esta situação, a AICEP responde que “o que está previsto é que a cobertura do mercado espanhol pela AICEP seja feita através do Centro de Negócios em Madrid e de Escritórios em Barcelona, Vigo e Mérida”. Isto porque a AICEP considera que “esta cobertura geográfica vai de encontro das necessidades das empresas portuguesas neste mercado”. E acrescenta que

os negócios destas empresas “concentram-se em Madrid, Catalunha e Galiza que representam cerca de 60% das nossas vendas para o mercado espanhol”.

A AICEP destaca o escritório em Mérida (Extremadura) que “pretende dar apoio ao

crescente número de empresas portuguesas que quer abordar esta região de Espanha”, onde, sustenta este organismo público, “irão surgir grandes oportunidades de negócios devido à construção da linha de alta velocidade Madrid – Cáceres – Mérida –

Badajoz, que terá continuidade para Évora e Lisboa”.

Questionada sobre qual a sua estratégia para apoiar empresas e entidades diversas que estejam ou queiram manter relacionamento económico com o mercado espanhol, a AICEP responde que é a de “dar continuidade ao trabalho que tem vindo a ser feito ao longo dos últimos anos”, apoiando quer “as empresas que querem começar a vender para Espanha”, quer “as que querem investir neste mercado para contactarem directamente os seus clientes finais”.

Uma última nota para a evolução das exportações para o mercado espanhol que segundo a AICEP, nos últimos anos, “tem sido muito positiva”, estando já instaladas em Espanha mais de 350 empresas portuguesas.

Relativamente à atracção de investimento espanhol para Portugal, a rede da AICEP em Espanha “está disponível para apoiar todas as empresas espanholas que mostrem interesse em investir no nosso país”.

## REPETIR INVESTIMENTO CAPTADO EM 2007

Em declarações após o Fórum dos Embaixadores que reuniu, em Janeiro, no Ministério dos Negócios Estrangeiros, embaixadores e responsáveis da AICEP no exterior, Basílio Horta espera que em 2008 se mantenha, pelo menos, nos 3 mil milhões de euros (valor alcançado em 2007) o investimento a captar pela AICEP.

O presidente da AICEP adiantou ainda que é intenção da AICEP melhorar o investimento, pelo que serão grandes prioridades da Agência as visitas a eventuais investidores, o sector da angariação e a ligação à rede diplomática.

Embora, à data destas declarações, ainda não existam projectos contratualizados para o corrente ano, Basílio Horta salienta que a AICEP tem já na sua lista de intenções cerca de 1,5 mil milhões de euros relativos a projectos do sector automóvel, componentes de automóvel e da petroquímica.



## PLANO DE FORMAÇÃO 2008 1 SEMESTRE

Braga | Porto | Ovar | Leiria | Lisboa

- ↳ Ambiente, Qualidade e Segurança
- ↳ Marketing e Vendas
- ↳ Línguas

- ↳ Informática / Novas Tecnologias
- ↳ Formação de Formadores
- ↳ Eficiência Energética

instituto  
**pme**  
formação

Inscrições e informações:

[www.pmeportugal.pt](http://www.pmeportugal.pt)

☎ 707 50 1234

✉ [info@pmeportugal.pt](mailto:info@pmeportugal.pt)

■ QUEBRA DA CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES E ABRANDAMENTO DAS EXPORTAÇÕES ADIAM BOAS NOTÍCIAS

# Economia mais forte só em 2009

*Paralelamente à deterioração da conjuntura internacional, a quebra de confiança dos consumidores e o abrandamento das exportações registados na segunda metade de 2007 levaram o Banco de Portugal mostrar-se mais cauteloso relativamente ao ritmo da retoma económica a atingir pelo nosso país ao longo de 2008. O optimismo anteriormente demonstrado ficará, de momento, adiado para 2009.*

No seu Boletim de Inverno, publicado no início deste ano, o organismo liderado por Vítor Constâncio, reviu a estimativa para o crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) nacional de 2,2% para 2%. Reconhecendo, desta forma, que a economia portuguesa pouco conseguirá acelerar face à variação do PIB de 1,9% atingida em 2007.

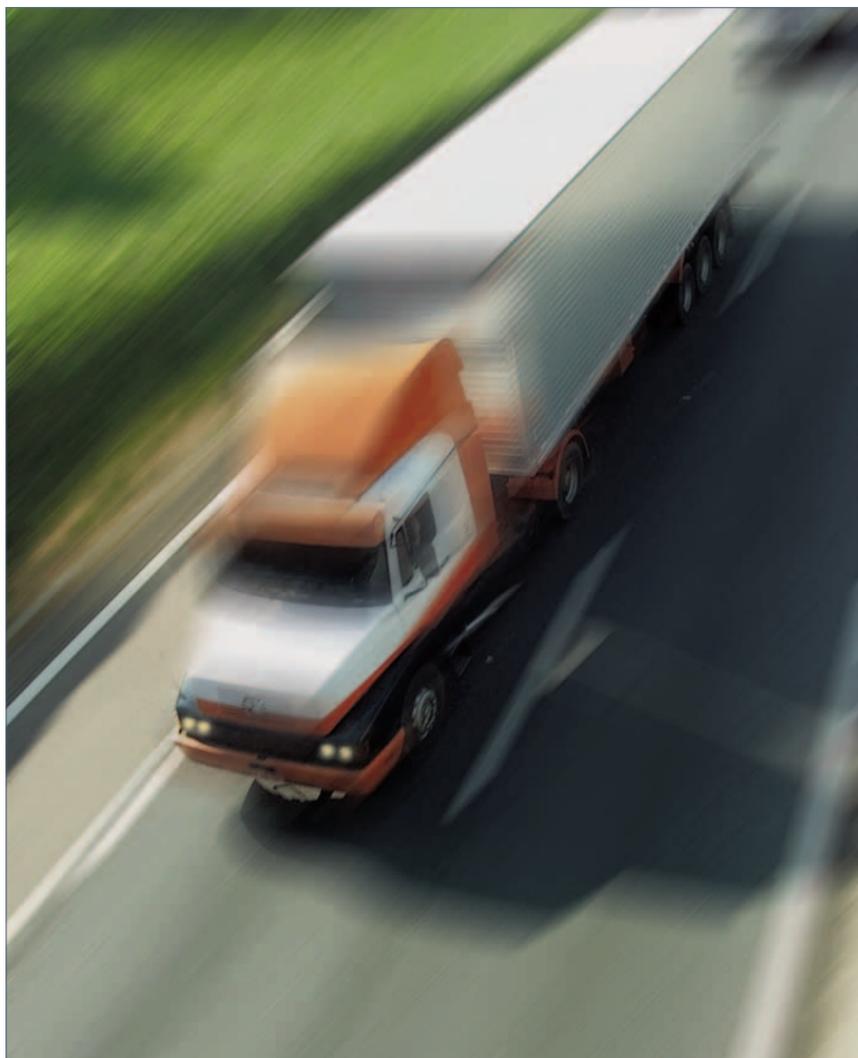
De acordo com o Banco de Portugal, “após um período caracterizado por um fraco crescimento”, 2007 apresentou um “crescimento mais significativo da produtividade total dos factores”, o que se deverá “manter ao longo de 2008”. Este cenário reflecte “não apenas a reorientação do tecido produtivo para actividades com maior conteúdo tecnológico, como também a reafecção do emprego de forma mais eficiente, no âmbito dos processos de reestruturação interna das empresas e o aumento da taxa de utilização da capacidade produtiva”.

Ainda segundo as previsões do Banco de Portugal, no período 2008-2009, a aceleração gradual da actividade económica irá reflectir,

essencialmente, a evolução da procura interna, com particular destaque para o investimento empresarial e o consumo privado. Ao mesmo tempo que se projecta que as exportações se apresentem menos dinâmicas que o estimado em 2006 e 2007.

No entanto, para 2009, o Banco de Portugal aponta para “um abrandamento muito ligeiro do investimento empresarial”. Por seu lado, o consumo privado “deverá crescer em 2008 a um ritmo similar ao estimado para 2007, projectando-se para o ano seguinte “um maior crescimento, reflectindo a progressiva melhoria das condições no mercado de trabalho e o impacto daí resultante ao nível do rendimento disponível das famílias”.

O Banco de Portugal aguarda, assim, que as boas notícias cheguem em 2009. Ano em que “a economia deverá crescer a uma taxa de 2,3%, superando a média da Zona Euro”, regressando ao processo de convergência. Período em que o sector privado português já deverá estar a crescer 2,8% ao ano.



■ EMBORA A ACELERAÇÃO DO INVESTIMENTO TENHA CONTRIBUÍDO PARA A MELHORIA DA ACTIVIDADE ECONÓMICA

# Clima económico piora em Portugal

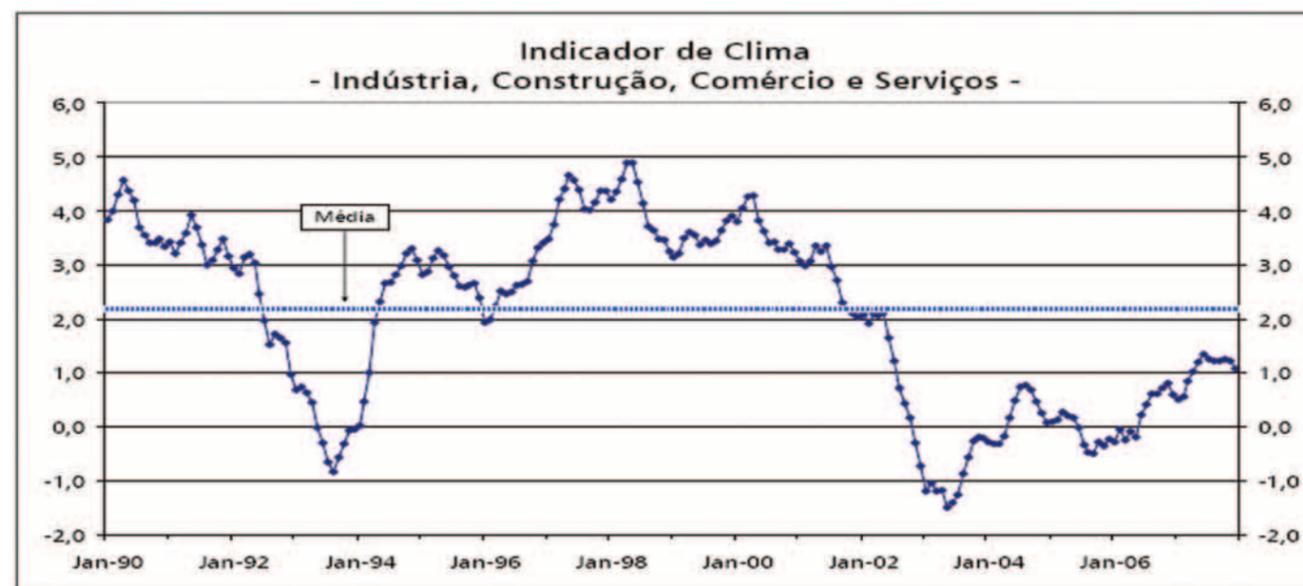
*O mais recente Inquérito de Conjuntura às Empresas realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) revela que o indicador de clima económico registou uma ligeira diminuição nos dois últimos meses, afastando-se do patamar em que se situou nos meses anteriores. Esse indicador baixou de 1,2 para 1,1 pontos, completando quatro descidas nos últimos seis meses.*

Os dados do INE mostram ainda que houve uma estabilização do consumo privado e uma aceleração do investimento, com esta última componente a ser a responsável para melhoria da actividade económica.

Na Indústria Transformadora, o indicador de confiança deteriorou-se em Dezembro, interrompendo o movimento ascendente dos três meses anteriores. Situação que, se acordo com o INE, “resultou do contributo negativo das opiniões sobre a evolução dos stocks de produtos acabados”.

No que respeita à Construção e Obras Públicas, o indicador de confiança também se agravou no mês passado, “embora de forma menos significativa que em Novembro”. Tendência que inverteu o movimento ascendente que havia sido iniciado em Janeiro do ano passado.

Já o indicador de confiança no Comércio estabilizou em Dezembro passado, interrompendo a recuperação registada nos três meses anteriores, em resultado de “comportamentos contrários dos indicadores de confiança dos



Fonte: INE - Dezembro 2007

dois subsectores, tendo o movimento ascendente anterior sido reforçado no Comércio a Retalho e interrompido no Comércio por

Grosso, onde se registou uma intensa deterioração”.

Por fim, nos Serviços, o indicador de con-

fiança agravou-se em Dezembro, “devido ao contributo negativo da componente de perspectivas de procura”.

■ “BUSINESS ANGELS” É UMA SOLUÇÃO PARA IMPULSIONAR DIRECTAMENTE MUITOS JOVENS TALENTOS

# É preciso olhar a sério o capital de risco



**António Vilar**

Advogado  
Professor Universitário  
Conselheiro Nacional  
da Associação PME-Portugal

“

É evidente que não haverá em cada canto um “business angels” à espera de um jovem investidor para o impulsionar, nem se poderá dizer que este instrumento não implica um extremo rigor negocial, uma vez que quer a protecção jurídico-contratual do investimento, tanto quanto a flexibilidade do processo de saída do investidor são, em geral, questões que este pretende assegurar de forma incontornável. Mas é uma solução, creio, para impulsionar directamente muitos jovens talentos a quem a fortuna não deixa meios financeiros para concretizar excelentes projectos, tantas vezes possíveis e, até, para recuperar empresas viáveis, mas deficientemente geridas, através de processos de “management buy out” (MBO).

”

rá dizer que este instrumento não implica um extremo rigor negocial, uma vez que quer a protecção jurídico-contratual do investimento, tanto quanto a flexibilidade do processo de saída do investidor são, em geral, questões que este pretende assegurar de forma incontornável. Mas é uma solução, creio, para impulsionar directamente muitos jovens talentos a quem a fortuna não deixa meios financeiros para concretizar excelentes projectos, tantas vezes possíveis e, até, para recuperar empresas viáveis, mas deficientemente geridas, através de processos de “management buy out” (MBO) em que os quadros da empresa assumem comprometendo-se a seguir um determinado plano de negócios.

O investimento em capital de risco, recorde-se, é um investimento de capital, essencialmente financeiro e de vocação temporária que se poderá realizar quer através da realização de capital social na empresa alvo (compra de acções, subscrição de aumento de capital, etc.). Certo que o financiador – o “business angels” – se torna directa ou indirectamente sócio ou accionista dessa sociedade, mas, em regra, não exerce qualquer tipo de gestão efectiva na mesma.

Com tantos desempregados altamente qualificados que entre nós existem, este instrumento merece bem uma maior expansão e apoio de entidades públicas e privadas. Além de que vai no sentido que, a outro nível, caracteriza as nossas sociedades – a deslavorização.

O regime jurídico do capital de risco foi alterado no início do mês de Novembro último, através do Decreto-lei nº 375/2007, de 8 de Novembro, alegadamente no sentido de flexibilizar e simplificar o incremento da actividade de capital de risco. É que, se é geralmente entendida a relevância de tal instrumento, sobretudo no início de múltiplas actividades empresariais (nomeadamente de cariz científico e tecnológico) e, também, na reestruturação de outras, algumas normas do regime anterior não eram propícias ao pretendido e necessário desenvolvimento deste instrumento.

Além de normas inovadoras no que toca ao exercício da actividade de investimento de capital de risco através de “Fundos de capital de risco” (FCR), parece-nos que o que

mais importância prática poderá vir a ter no tempo próximo é o reconhecimento dos investidores, geralmente conhecidos por “business angels”, através da figura dos investidores em capital de risco (ICR). Nos termos do artigo 9º nº 1 e 2 do referido Decreto-lei, os ICR trata-se de sociedades de capital de risco especiais constituídas obrigatoriamente segundo o tipo de sociedade unipessoal por quotas, sendo que apenas pessoas singulares podem ser o sócio único dessa sociedade.

A expressão “business angels”, vinda do tempo da “Grande Depressão” – o mais longo período de crise económica do século XX – está ligada ao surgimento de investidores individuais que, apesar dessa grande crise, ou aproveitando as inerentes oportunidades,

quiseram apostar em negócios emergentes aos quais levaram a sua experiência, o seu dinheiro e, sobretudo, a vontade de partilhar desafios com novos empreendedores em vista de um outro destino, de um novo futuro.

Hoje a situação apresenta, com esse tempo, algumas similitudes não só pela generalizada e global crise em que vivemos mas, sobretudo, pela emergência de uma classe empreendedora sobretudo ao redor das Universidades e também de certas empresas tecnológicas. E o que lhe falta, muitas vezes, é um mero golpe de asa que poderá ser, precisamente, o “capital de risco”, ou, melhor, os “business angels”.

É evidente que não haverá em cada canto um “business angels” à espera de um jovem investidor para o impulsionar, nem se pode-

## PROGRAMA LER

LISTA DE EMPRESAS RECOMENDADAS PME

O ESPAÇO PARA A DIVULGAÇÃO DA SUA EMPRESA  
NO NOVO PORTAL DAS PME'S PORTUGUESAS



A **LER - Lista de Empresas Recomendadas** é a melhor forma de divulgação em massa da sua empresa no Portal das PME, visitado diariamente por milhares de empresários. Assim, por um valor low cost, a sua marca tem, não apenas uma divulgação alargada, mas uma credibilização pelo facto de se tornar parceiro e empresa recomendada da PME-Portugal.

Além do destaque no Portal ([www.pmeportugal.pt](http://www.pmeportugal.pt)) os aderentes LER têm uma inclusão gratuita de publicidade no Jornal das PME, distribuído em Portugal, Espanha e Angola.

MAIS INFORMAÇÕES EM [WWW.PMEPORTUGAL.PT](http://WWW.PMEPORTUGAL.PT) OU PELO TLF. 707 50 1234

associação  
**pme**  
portugal

■ INCLASS COM EXCELENTES EXPECTATIVAS RELATIVAMENTE A 2008

# Inovação será palavra de ordem

*Tendo participado recentemente na BETT 2008 – a maior feira a nível mundial, na área das Tecnologias de Informação e Comunicação para o sector educacional, a Inclass prepara um ano repleto de mudanças. Para a sua marca CLASUS a palavra de ordem será “inovação”. Em declarações ao Jornal das PME, os responsáveis da Inclass levantam um pouco o véu daquela que será a aposta estratégica da empresa para o novo ano que agora iniciou.*

**Jornal das PME – Recentemente, a Inclass participou na BETT 2008. Qual foi o principal objectivo para a vossa participação?**

**Inclass –** A BETT 2008 é considerada a maior feira a nível mundial, na área das Tecnologias de Informação e Comunicação para o sector educacional. Tendo em conta a estratégia actual da empresa e a forte aposta que a CLASUS tem vindo a realizar no desenvolvimento de uma solução global e eficaz para o processo de ensino/aprendizagem, pareceu-nos fundamental marcar presença num evento deste nível. A apresentação mundial dos Quadros Interactivos CLASUS era essencial para a consolidação deste projecto e este foi sem dúvida o evento ideal para o fazer, tendo em conta a sua dimensão e o perfil dos seus visitantes.

**JPME – Esse objectivo foi alcançado?**

**Inclass –** Completamente. Quando desenvolvemos um projecto deste nível, com esta dimensão e com esta importância é realmente fundamental entender qual o impacto que este terá no mercado. Esta feira deu-nos, mais do que qualquer estudo de mercado ou qualquer estatística, o feedback do mundo da Educação em relação à solução que a CLASUS apresentou ao mercado.

Foi uma experiência com um resultado extremamente positivo e frutífero em termos de “leads” de negócio. A apresentação do projecto a nível mundial foi feita com a presença de inúmeros jornalistas e figuras públicas reconhecidas no mundo da educação, o que nos garante o reconhecimento da marca na entrada para este sector.

Saímos da BETT com a certeza de que este projecto tem tudo para abalar o mercado e afirmar-se como a melhor e mais fiável solução no mercado.

**JPME – Quais as expectativas da empresa para 2008?**

**Inclass –** O ano de 2008 será, sem dúvida, um ano repleto de mudanças para a CLASUS, em que a palavra de ordem será “inova-



ção”. As expectativas face a este novo ano não podiam ser melhores. A interpretação que vamos fazendo das necessidades de mercado não se focaliza apenas na actualização do line-up de produtos, mas sobretudo na abordagem e na postura que devemos adoptar.

O canal é uma peça essencial na estratégia da empresa e este será o ano de consolidação da rede de Concessionários CLASUS. Formação, dinamismo e acompanhamento contínuo, são alguns dos ingredientes que

compõem a receita da CLASUS para a sua rede de agentes. Temos uma estratégia baseada nos parceiros locais, num grupo coeso que garante a fluidez e o crescimento do negócio, na aposta pela diferenciação e no investimento em certificações técnico/comerciais.

**Jornal das PME – Quais são, então, as apostas da Inclass para 2008?**

**Inclass –** Uma política de parcerias coerente, constante e com regras fixas que garanta a sustentabilidade do negócio, a aposta

na diferenciação e no know how técnico, o desenvolvimento constante de soluções recentes e de tecnologia de topo, as sinergias internas de negócio, a cobertura global e abertura para novos mercados a nível mundial, o fornecimento de novos e melhores serviços, produtos e software, fazem parte da estratégia para 2008.

Pretende-se acima de tudo, conquistar a notoriedade e a coesão da marca CLASUS com um refresh de produtos, serviços e posição no mercado.

■ PME-PORTUGAL ALERTA PARA A NECESSIDADE DE POTENCIAR SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS INOVADORAS

## Empresas portuguesas não podem ignorar sector educacional

A convite da marca CLASUS, a Associação PME-Portugal visitou a BETT 2008, um certame de referência nacional e internacional, responsável por um conjunto de soluções inovadoras e competitivas no mercado das novas tecnologias. Segundo a PME-Portugal, a visita a esta feira “proporcionou um maior e melhor conhecimento das tecnologias de ponta e mais vanguardistas, enquanto instrumentos de eficiência e de competitividade

de no mercado da formação profissional e da educação”.

Embora a BETT 2008 tenha contado com mais de 700 entidades expositoras, “a Clasus era a única marca portuguesa expositora”, sublinha a PME-Portugal, acrescentando que “há aqui um enorme potencial neste sector das soluções tecnológicas e inovadoras, para as áreas de formação profissional e educação, que o tecido empresarial português não pode ignorar”.

A PME-Portugal mostra a sua preocupação com o facto de um certame internacional desta abrangência ter contado apenas com a participação de uma empresa portuguesa. Situação que poderá demonstrar “a não envolvimento das nossas empresas de novas tecnologias a favor do sector da educação e formação profissional. O que é preocupante atendendo à importância estratégica desta área para o desenvolvimento e para a produtividade do nosso país”.

Em conclusão, a PME-Portugal considera que “é importante potenciar e desenvolver as melhores e as mais ajustadas soluções para as áreas de educação e formação profissional, enquanto sector a montante do desenvolvimento integrado de qualquer economia”. Neste sentido, “se Portugal não quer permanecer na cauda da Europa, não pode deixar de intensificar o investimento e necessita de se tornar competitivo neste sector tão estruturante”.

# Destaque **PME-Portugal**

Associação das PME-Pequeñas e Médias Empresas de Portugal

associação  
**pme**  
portugal

## Sessões de esclarecimento sobre o QREN em Famalicão e Póvoa de Varzim

A Associação PME-Portugal, em organização conjunta com as Câmaras Municipais de V.N. de Famalicão e da Póvoa de Varzim, promoveram nos passados dias 8 e 10 de Janeiro, respectivamente, duas sessões de esclarecimento dos sistemas de incentivos enquadrados no âmbito do QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional.



Vila Nova de Famalicão, na Casa das Artes - 8 de Janeiro, às 10h00



Póvoa de Varzim, na Biblioteca Municipal - 10 de Janeiro, às 14h30



Póvoa de Varzim



Vila Nova de Famalicão



Póvoa de Varzim

■ GRUPO DE PERITOS DE ALTO NÍVEL CRIADO PARA COMBATER BUROCRACIA EUROPEIA

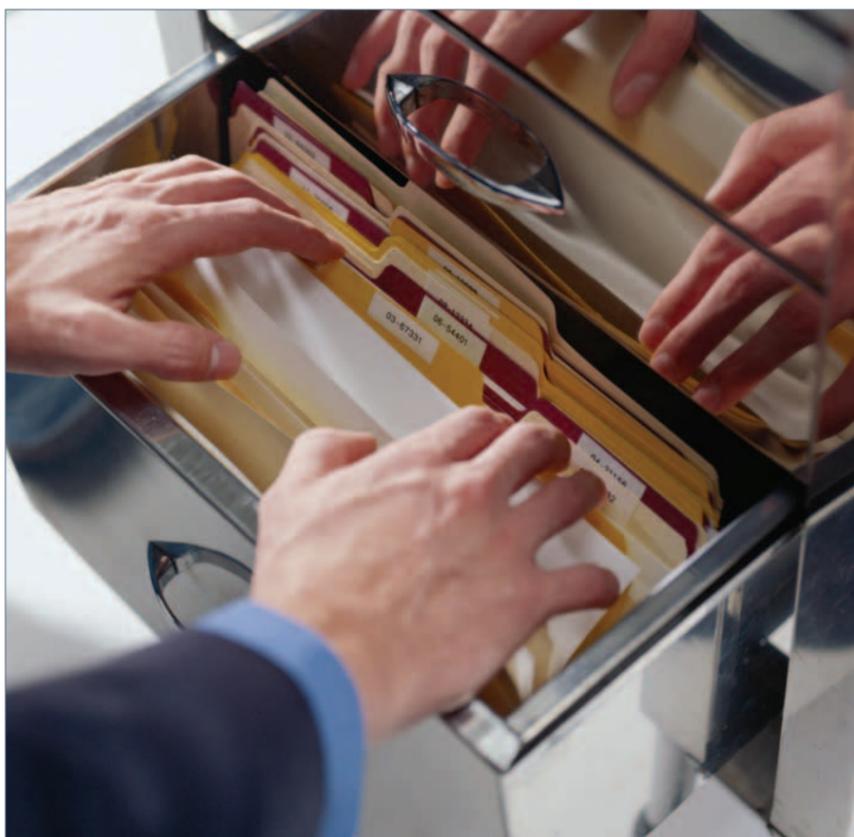
## Pela redução dos encargos administrativos

*O Grupo de Peritos de Alto Nível para a Redução dos Encargos Administrativos realizou recentemente a sua primeira reunião. Gabriel Goucha, vice-presidente para as relações internacionais da Associação PME-Portugal, é o único português que integra este Grupo de 15 membros, presidido por Edmund Stoiber, e que foram convidados pelo presidente da Comissão Europeia, José Durão Barroso, e pelo vice-presidente Günter Verheugen.*

Em declarações ao Jornal das PME, Gabriel Goucha revela que é missão deste Grupo de Alto Nível “aconselhar e apresentar propostas à Comissão Europeia no sentido de reduzir os encargos administrativos impostos pela legislação”. Nesta primeira reunião, “cada um dos membros fez uma pequena apresentação pessoal”, ficando também a conhecer “algumas regras de procedimento”, seguindo-se “uma apresentação do trabalho da Comissão Europeia sobre esta questão da simplificação e da redução dos encargos administrativos”.

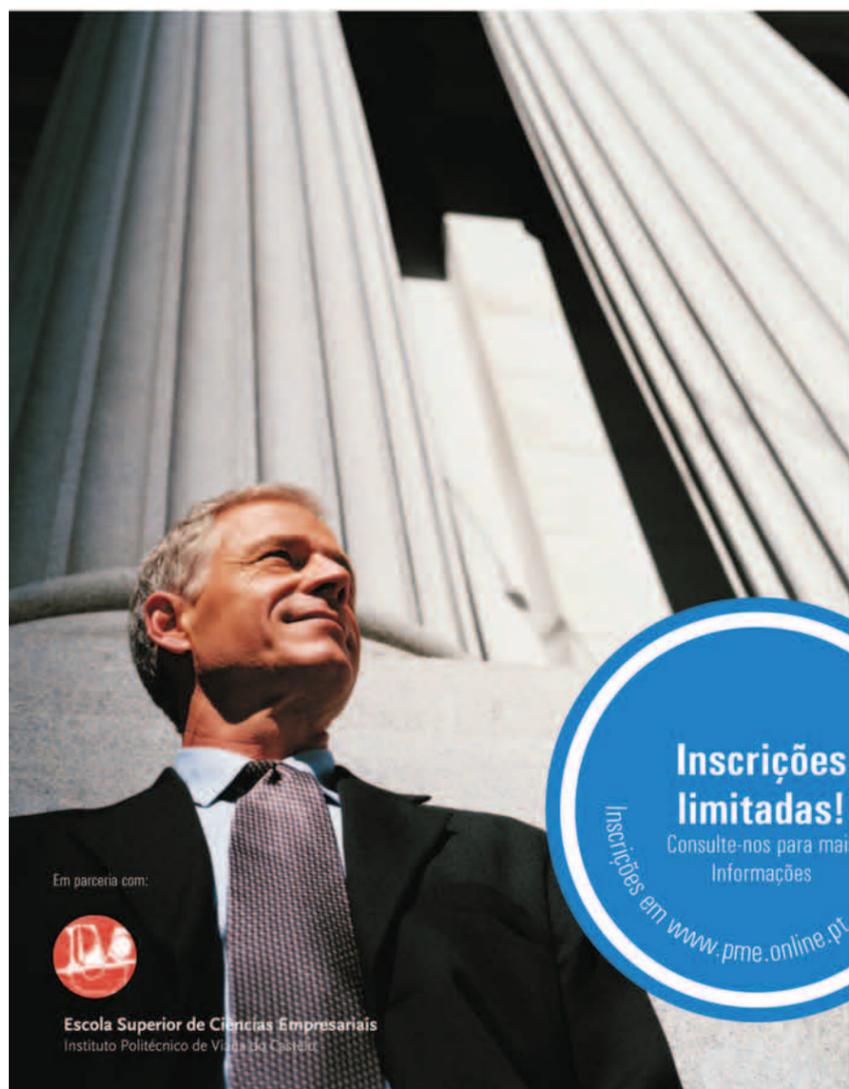
Gabriel Goucha sublinha que “o Grupo não toma decisões”, apenas “foi criado com o objectivo de estudar e propor, contribuindo para a redução dos encargos”. A título de exemplo, refere um estudo sobre esta matéria que, entretanto, foi elaborado por um consórcio europeu de grandes consultoras. O Grupo de Alto Nível vai agora analisar e pronunciar-se sobre este estudo.

Sendo um facto que cidadãos, em geral, e empresas, em particular, “queixam-se de que a legislação europeia é muito burocrática”, a Comissão Europeia criou este Grupo convidando os líderes de vários organismos encarregados de lutar contra a burocracia ao nível



dos Estados-Membros, representantes da indústria, das pequenas e médias empresas, dos sindicatos e das organizações ambientalistas e dos consumidores. “Calcula-se que o PIB da União Europeia e dos Estados-Membros poderá crescer à volta de 1% só com o corte de algumas situações burocráticas existentes”, sublinha Gabriel Goucha. O objectivo é “reduzir em 25% os encargos administrativos das empresas na União Europeia”, uma meta que a Comissão Europeia espera atingir até 2012.

Embora os membros deste Grupo não representem os seus países de origem, regredindo-se por critérios independentes em defesa do interesse europeu, “neste momento, os empresários portugueses têm aqui uma boa oportunidade para poderem fazer passar a sua mensagem e fazer chegar as suas reclamações”. Gabriel Goucha acrescenta que este Grupo de Alto Nível se apresenta como “um mecanismo para as pessoas poderem apresentar as suas ideias e a sua experiência”. Neste sentido, a Associação PME-Portugal “pode ser um bom veículo de transmissão destas experiências negativas que têm com os encargos e burocracias que consideram excessivos”.



Em parceria com:



Escola Superior de Ciências Empresariais  
Instituto Politécnico de Vila Real



CURSO DE PÓS GRADUAÇÃO EM  
**BANKING**  
2008

CURSO DE PÓS GRADUAÇÃO EM  
**FINANÇAS**  
2008



Inscrições: ☎ 961 554 216 🌐 www.pme.online.pt