

Jornal das PME

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Setembro de 2007 | Ano IV | Número 22 | 1,50 euros

Angola | Espanha | Portugal

instituto
pme
formação

PLANO DE FORMAÇÃO
2007 II SEMESTRE

+ informações e inscrições em

www.pmeportugal.pt

Saiba Como

Página 3

Prepare a sua viagem de negócios

Entrevista

Página 12

Cisco aposta nas PME

Tese de Mestrado

Página 13

Certificação é opção estratégica



PME rumo a novos desafios

No quarto ano de publicação, o Jornal das PME passa a incluir, a partir desta edição, secções fixas sobre os mercados de Angola e Espanha. Tal como as PME Portuguesas rumam a novos desafios, também o Jornal das PME as acompanhará.

Mercado Ibérico

Percepcionar o consumidor espanhol é a chave do sucesso

Jornal das PME falou com o economista espanhol Alberto Rocha Guizande para tentar perceber de que forma o relacionamento entre Portugal e Espanha se poderá concretizar num efectivo e concreto Mercado Ibérico. **Página 10**

CLASUS[®]
www.clasus.pt

colour mobile

Entra num mundo de cor!
O notebook que condiz contigo!

pink yellow black
white silver blue

intel
Centrino
Dual Core
Core 2 Duo
inside

■ JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, DIRECTOR DO JORNAL DAS PME

Editorial

No quarto ano de publicação, o “Jornal das PME” está novo, e está onde as empresas portuguesas estão. Nos mercados que mais crescem e que mais procuram Portugal. Em Espanha e em Angola.

Assim neste número completa-se uma inversão na política editorial do “Jornal das PME”. Passamos a incluir secções fixas sobre Angola e sobre Espanha, passando também a informação ser distribuída em Angola e Espanha.

Alguns poderão pensar que dedicamos menos espaço ao noticiário interno, à política económica, à análise dos impactos nas PME. A Direcção do Jornal limita-se contudo a seguir aquilo que muitas empresas fizeram há muito: esquecer, ou pelo menos não contar, com qualquer apoio de Portugal, e basear o sucesso na exportação e na instalação em mercados externos. O crescimento, ainda que moderado do PIB português reflecte aliás esse crescimento da procura externa. E nesse crescimento Espanha (nosso principal cliente) e Angola (onde Portugal lidera as importações) têm natural destaque. Pois são mercados onde as empresas não apenas exportam, mas muito rapidamente em função do crescimento e exigência dos mercados, tendem a instalar sucursais, lojas e mesmo fábricas.

“ Assim neste número completa-se uma inversão na política editorial do “Jornal das PME”. Passamos a incluir secções fixas sobre Angola e sobre Espanha, passando também a informação ser distribuída em Angola e Espanha.

Assim este jornal independente, de empresas para empresas, é hoje o principal veículo entre estes três países e mercados. É a única publicação económica distribuída mensal e simultaneamente em Angola, Portugal e Espanha, com notícias destes três mercados que se complementam e onde há ainda grande espaço para incremento de trocas e comércio.

Não podemos deixar de realçar os nossos parceiros: em Espanha o suplemento “mercado ibérico” é parte integrante da conceituada revista “Moneda Única” do grupo Euroempresa, com 37.500 assinantes. Em Angola a distribuição é assegurada por convénio com o Governo da República de Angola.

Para os leitores é mais e mais diversificada in-

formação, não sobre a estagnação de Portugal, mas sobre as oportunidades do crescimento de Angola e de Espanha. Para os investidores publicitários, este é um meio único de chegar simultaneamente aos empresários e dirigentes de 3 países.

Não esquecemos nem as PME, nem Portugal. Mas a nossa independência editorial, obriga a distanciarmo-nos das lusas polémicas portuguesas sobre apoio ou não às PME e de outras querelas ou publicidade interna, que nada acrescentam ao valor das empresas.

O nosso compromisso é, pois, com o cada vez maior número de leitores e com os anunciantes e patrocinadores crescentes, que nos têm ajudado a consolidar este projecto, sempre único e inovador.

SOBE & DESCE

SOBE

O Presidente Português Cavaco Silva, realçou uma vez mais a importância das PME.

Algum efeito já fez pois o Ministro das Finanças de Portugal, prometeu dar-lhe melhores condições no Orçamento de 2008. A ver vamos.

O ICEX Espanhol retoma mais uma edição do programa de apoio aos exportadores. A oitava potência económica vê as suas exportações crescer, e isto é fruto de um trabalho contínuo de apoio às empresas e às PME.

A SONANGOL, empresa de referência de Angola, não se limita à extracção de petróleo. Além das suas múltiplas operações empresariais em Angola, depois da entrada na GALP, começou a distribuir produtos com a sua marca em Portugal. Para alguém que há anos prepara um carro e um piloto na fórmula 1 é o continuar de uma estratégia consistente.

IGUAL

O Millenium BCP, principal banco privado de Portugal, com presença em Angola, voltou à normalidade, com a subida a Presidente Executivo de Filipe Pinhal, o nome que todos esperavam. Em função do seu peso nas PME e do turbilhão internacional nos mercados financeiros é uma boa notícia.

DESCE

Outubro de 2007, 10 meses depois da abertura do IV Quadro Comunitário de Apoio, agora, QREN, e nenhuma candidatura abriu para privados.

Se fosse assim para os públicos, aceitam-se apostas para quantas Direcções-gerais e Institutos teriam encerrado.

A concessão de crédito SUB-Prime nos Estados Unidos é um aviso para o excesso de concessão de crédito a particulares, mal informados e sem rendimentos. Em Portugal estaremos longe desse problema, mas a agressividade no crédito ao consumo devia e podia ser travada. É que o crédito às empresas, aquele que gera crescimento e investimento tem três vezes menos de malparado.

AGENDA

02 Outubro 2007 | 15 horas

Porto | Hotel Quality Inn Portus Cale
PME Banking – Espanha
A solução que faltava às suas necessidades financeiras!
www.pmeportugal.pt

05 - 06 Outubro 2007

Ponta Delgada, Açores
| Hotel Vip Executive
XI Congresso Nacional de Transitários
www.apat.pt

10 Outubro 2007

Braga | Tenões
Lançamento da 1ª Pedra do Instituto Ideia Atlântico
www.ideia-atlantico.pt

07 - 10 Novembro 2007

Lisboa | FIL – Feira Internacional de Lisboa
SINOTEC
Salão Internacional de Inovação e Tecnologias para a Indústria
www.sinotec.fil.pt

A 1ª edição do SINOTEC pretende reflectir a necessidade da realização em Portugal de um evento tecnológico que demonstre a importância da inovação para a indústria nacional. O Salão integrará:

- Espaço Inovação. Mostra selectiva de produtos com valor acrescentado por unidades de produção instaladas em Portugal, numa perspectiva de promoção e divulgação consentânea com uma estratégia de desenvolvimento tecnológico, nas diferentes abordagens aos processos de inovação:

. Technology-push, em que a componente de inovação tem origem nas tecnologias geradas nas entidades do Sistema Científico e

Tecnológico Nacional (institutos de I&D, universidades, centros tecnológicos)

. Demand-pull, em que a componente de inovação tem origem nas necessidades das empresas (associações empresariais e empresas)

- Auditórios Sinotec. Espaços de debate e acolhimento do tecido empresarial, dos agentes do Sistema Científico e Tecnológico e de toda a comunidade envolvente.

Os auditórios serão palco de:

. Conferência Internacional de acentuado posicionamento transnacional e de temática estruturante

. Workshops e Seminários de componente política, empresarial e de temáticas sectoriais

. Espaço de Demonstração e Informação Técnico-Comercial disponível a todos os expositores para a apresentação, promoção e divulgação dos produtos expostos, em ambiente potenciador de negócios.



■ ANTES DE VIAJAR PREPARE-SE CONVENIENTEMENTE PARA EVITAR FALHAS E IMPREVISTOS

Torne as suas viagens de negócios mais produtivas

Já pensou que uma viagem de negócios não tem, obrigatoriamente, de ser um conjunto de reuniões infundáveis e cansativas? Com imaginação e um bom planeamento pode até transformar as suas viagens de negócios numa excelente oportunidade para relaxar um pouco e até, quiçá, aproveitar para umas mini-férias? Nas próximas linhas iremos dar-lhe algumas dicas e alertá-lo para alguns pormenores que poderão facilitar a sua viagem e torná-la mais produtiva.

Susana Sousa *Avalanche d' Ideias*

Perante o desafio da globalização económica, os empresários são muitas vezes confrontados com a necessidade de abordarem novos países, com hábitos e costumes ainda desconhecidos por muitos e que devem ser levados em conta durante as negociações.

No entanto, é muito comum o empresário, na véspera de uma importante viagem de negócios, envolver-se até ao pescoço com actividades menores, em vez de as delegar e preparar-se convenientemente para a viagem e reunião que irá ter. Por isso, antes de iniciar a sua viagem de trabalho perca algum do seu precioso tempo a planear bem os passos que irá dar, a organizar a informação e a traçar o que realmente pretende. Ou seja, elaborar o seu Programa de Viagem por escrito e levá-lo consigo.

Assim, antes de partir, é conveniente agendar previamente as reuniões e planear bem os horários, não vão acontecer imprevistos e ser apanhado desprevenido. E, muito importante, informe-se sobre a distância entre o hotel onde ficará hospedado e os locais das reuniões, para nunca chegar atrasado.

Se for para fora de Portugal, e ainda não conhece o país para onde vai viajar, aconselho-lo a informar-se sobre os costumes, a cultura, a história, a comida, a segurança, a moeda, os indicadores económicos e, se for o caso, tudo sobre o mercado para o qual quer levar os seus produtos e/ou serviços. Para além da necessidade do passaporte, há países que também exigem vistos e certificados de vacina, por isso atenção a estas questões para não ser apanhado de surpresa e, à última hora, não poder realizar a viagem.

Informe-se, igualmente, se existirão feiras, congressos, seminários nos locais a visitar. Isto porque é sempre interessante que uma viagem coincida com a realização de feiras ou eventos direccionados à actividade da sua empresa.



Perder um ou dois dias devido a uma má programação de uma viagem pode ser desperdício de tempo. Por isso mesmo, não se esqueça, por exemplo, de conferir os principais feriados que possam existir. E já que falamos em programação, esta deverá ser o mais detalhada possível e conter dados como nome do hotel, telefone, fax, agenda com os horários dos compromissos, endereços das instituições, nome e contacto da pessoa que o irá receber.

Para as reuniões é conveniente

levar informações básicas referentes à sua empresa, designadamente localização geográfica, fotografias, informações sobre vendas quer no mercado interno, quer externo, investimentos, entre outros. Importante é também poder levar informações referentes aos seus serviços e/ou produtos: catálogos; listas de preços (não esquecer que devem ser tarifas na moeda do país para onde viaja e em dólar); descrições técnicas e referências; certificações ISO, caso as possua; e, eventualmente, amostras. E, claro, cartões de visita, se

possível no idioma do país visitado ou então em inglês, onde nos números de contacto já conste o código internacional.

E, claro, elabore um orçamento para a viagem. Tente criar um cenário com todas as possibilidades de custos: transporte, hotéis, refeições, aluguer de sala para encontros de negócios, expedição de material e/ou amostras, intérpretes, vistos, seguros de viagem, entre outros. Adequie os custos ao quanto quer ou pode gastar. Leve consigo pelo menos dois cartões de crédito, preferencialmente separados, não vá o destino pregar-lhe uma partida e ser alvo de roubo ou simplesmente perdê-los.

Uma viagem de negócios não terá de ser necessariamente enfadonha

Enquanto estiver no seu destino, procure:

- Não se fechar no quarto do hotel, cingindo-se à monotonia hotel-reunião de trabalho-hotel;
- Durante as pausas nas reuniões procurar saber junto dos habitantes locais, por exemplo,

quais os melhores sítios para fazer as refeições. É certo que poderá estar a fugir ao que lhe propõem os guias turísticos, mas é uma forma eficaz de conhecer o que aquela localidade tem de melhor para oferecer.

- Sempre que seja possível, fazer-se acompanhar por familiares ou amigos, principalmente quando o destino é apelativo;

- Juntar a data da viagem a um fim-de-semana. Um conselho: planeie a viagem de modo a que os negócios apareçam primeiro, deixando o lazer para o final da viagem;

- Sem que o lazer interfira com as suas responsabilidades profissionais, procurar organizar-se ao longo do dia de forma a ter momentos de descanso e de divertimento;

Já de volta, é muito importante enviar cartas ou cartões de agradecimento, nem que seja através de e-mail ou fax. Com as informações recolhidas elabore um relatório. Este "follow up" é relevante, uma vez que dele dependerá a concretização de negociações que apenas tinham ficado alinhavadas durante a viagem.

Boa viagem e bons negócios!



Automatex

Equipamentos Industriais, Lda.






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

Estudos e Projectos

Montagens Eléctricas

Automação & Controlo

Quadros Eléctricos

Iluminação

Redes de Segurança

Centrais de Bombagem

Redes de Voz e Dados

Economia de Energia

Recup. Energia Térmica

Layouts

Transportes Automáticos

Construções Mecânicas

Instalações Integradas

■ NOVOS PROJECTOS PROMOVEM O INVESTIMENTO PRIVADO, TORNANDO ESTE MERCADO MAIS MODERNO

Angola: país em franco desenvolvimento

Angola é, hoje, um país mais seguro que aposta na modernidade e em condições com qualidade de vida. Das diversas notícias que nos vão chegando acerca deste mercado, nota-se uma cada vez maior preocupação na atenção que deverá ser dada às comunidades rurais, comunas e aldeias. Dado que, até há bem pouco tempo, os programas desenvolvidos haviam sido fundamentalmente dirigidos às áreas urbanas e peri-urbanas.

Atualmente, os projectos desenvolvidos suscitam e promovem o surgimento de novos investimentos privados e mais empregos, no sentido de impulsionar a economia local.

Como exemplo vemos a aprovação do Plano Integrado das Infra-estruturas das cidades de Benguela, Lobito, Catumbela, Baía Farta, Sumbe, Porto Amboim e Gabela. Trata-se da construção e reabilitação faseada dos sistemas de abastecimento de água potável, energia eléctrica e tratamento de águas residuais, pavimentação de ruas, reposição dos passeios e iluminação pública. Lançado foi ainda o Programa Água para Todos que visa aumentar a oferta de água tratada aos municípios e comunas, no âmbito da melhoria da qualidade de vida da população.

Há também a aprovação de projectos para a construção das linhas de transporte de energia eléctrica para satisfazer a crescente procura de energia eléctrica com o surgimento de novos investimentos de consumo intensivo de energia no país, bem como a melhoria gradual do nível de vida das populações.

Outro exemplo prende-se com o facto de estar prevista a construção de mais de 1400 pontes em todo o território nacional angolano, tendo já sido adjudicados cerca de dois



mil quilómetros de estradas em todo o país.

O Governo angolano aprovou ainda a construção de uma Clínica de Medicina do Trabalho. O empreendimento, que será construído no município de Viana, contará com a mais moderna tecnologia médico-cirúrgica. Enquadrado na estratégia de saúde pública, este projecto tem como finalidade a promoção e vigilância da saúde dos trabalhadores e a prevenção dos riscos profissionais, incluindo as doenças profissionais e os acidentes de trabalho.

Também a cidade de Luanda dará os pri-

meiros passos no mundo das novas tecnologias de saúde, nos próximos tempos, com a entrada em funcionamento de um Hospital Day. Tratar-se-á de um empreendimento inovador para o sistema de medicina no país e terá alta tecnologia e várias especialidades médicas.

Angola apresenta-se, assim, como um país que rapidamente se moderniza e cria as condições necessárias não só para as suas populações, mas igualmente para aqueles que vêem no país um importante mercado para investir.

■ SALÃO E JORNADAS INTERNACIONAIS DA CONSTRUÇÃO, OBRAS PÚBLICAS E TRANSPORTES

Constrói Angola 2007

17 a 21 de Outubro

Complexo FILDA Centro de Exposições e Eventos de Luanda – Angola

www.arenaangola.com

A 5ª edição da Constrói Angola, a mais importante feira internacional de Angola do sector da construção, tem como principal objectivo promover o contacto com os principais expoentes (público e privado) desta área de negócio, bem como a promoção e divulgação dos seus produtos e serviços no mercado angolano, lançar novidades e angariar novos clientes.

Já com a presença confirmada de grandes empresas internacionais, de países como Portugal, Brasil, França, Grã Bretanha, Espanha e África do Sul, os promotores da Constrói Angola aguardam na edição deste ano a participação de mais 15% de empre-



sas expositoras. Em 2006 marcaram presença 150 empresas. Em 2007, os 180 ex-

positores esperam superar as 30.000 visitas profissionais.

OPINIÃO

Angola em bom rumo



Mário de Jesus

Conselheiro Nacional
da Associação PME-Portugal

FRES – Fórum de Reflexão Económica e Social

Segundo referências a fontes governamentais, a economia angolana mantém as previsões de um forte crescimento para os próximos anos, apesar da redução verificada no ano transacto no volume de produção de petróleo, o que determinou a fixação da taxa de crescimento do PIB num valor ainda extraordinário de 19.2%.

A grande aposta do país é pois tudo fazer para que o PIB possa crescer fora do sector mineral e petrolífero de modo a que outros sectores possam dar um contributo mais significativo para a criação de emprego e riqueza.

Este bom momento da economia angolana é reconhecido por Portugal que atribui à cooperação com Angola um plafond de 65 milhões de euros para o triénio 2007-2010. Segundo o PIC (Protocolo Indicativo de Cooperação) assinado em Lisboa em Julho passado, serão dadas prioridades aos sectores da saúde, educação e agricultura, centrando os seus esforços na luta contra a pobreza.

De igual forma também as empresas portuguesas reconhecem a importância de Angola e da evolução positiva do seu quadro macroeconómico, no âmbito das suas relações internacionais. Empresas como o grupo Visabeira, que detém 50% da TV Cabo Angola e que continua a fazer crescer o seu investimento naquele país, a construtora Seth, especializada em obras portuárias, que se mantém a operar para além de estudar novos projectos em Angola, ou a Hidroprojecto, que integrada no consórcio H3P, se posiciona para desenvolver projectos nas áreas da engenharia ambiental, hídrica e construção, são exemplos concretos do interesse que Angola representa para os empresários nacionais.

Mas também o sector dos serviços merece a atenção do investimento nacional, sendo esta uma área em que a cooperação e o espírito de parceria com empresários e empresas angolanas, podem abrir caminho para um futuro auspicioso. No sector da educação há projectos em franco crescimento como é o exemplo do Instituto Piaget em Viana e Benguela e na área da consultoria e formação excelentes parcerias como o da Ogimatech portuguesa.

Mas não ficamos por aqui, a estratégia da Portugal Telecom em criar e reforçar a importância da constituição de uma Holding para África, é sintomático da relevância que aquele continente representa para o crescimento futuro da operadora de telecomunicações, apresentando aqui Angola, um enquadramento especial.

Tudo isto nos faz acreditar que o lema será “Portugal e Angola de braço dado rumo ao futuro”.

caixaempresas **apoio aos negócios**



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

A Caixa ajuda-o a desenvolver o seu negócio.

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



■ HÉLDER MARQUES, SÓCIO-GERENTE DA RUI & VALDEMAR, VÊ ANGOLA COMO UM MERCADO COM ENORME POTENCIAL

“Futuro passa por consolidar a empresa em Angola em 2008”

PME de cariz familiar, a Rui & Valdemar nasce em 1979 numa pequena loja em plena Baixa do Porto, ainda com outros sócios. Mais tarde, em 1987, um dos actuais sócios adquire a empresa tornando-a hoje numa PME de grande sucesso: 4 lojas no Porto, 1 armazém, sede administrativa e show-room em Santo Tirso (numa área total de 10.500m²). Em entrevista ao Jornal das PME, Hélder Marques, um dos sócio-gerentes da Rui & Valdemar, conta-nos como tem sido a evolução desta PME, bem como da experiência no mercado Angolano, cujo investimento já ronda os 2 milhões de euros.

A Rui & Valdemar é hoje uma empresa de referência do sector. A que se deve este sucesso?

Neste momento, existem três sócios, sendo que eu represento a 2ª geração da família. O sucesso deve-se, em primeiro lugar, ao sócio maioritário e homem de visão, José Vieira Marques, que conseguiu graças aos sucessivos investimentos na empresa levá-la ao patamar em que hoje se encontra.

Em segundo lugar, há que destacar todos aqueles que trabalham ou trabalharam na empresa e que conseguiram com o seu esforço e dedicação ajudar a este desiderato.

Nos últimos três anos, e graças a um enorme investimento em quase todas as áreas da empresa, mas em especial nas pessoas, preparamos toda a estrutura para um desenvolvimento acentuado – certamente pouco comum num mercado como o português, como podemos comprovar com os números: ano de 2006 – 3,5 milhões de euros de facturação; ano de 2007 – 6 milhões de euros (4 milhões até final Setembro); ano de 2008 – 7,5 milhões de euros (previsão); ano de 2009 – 10 milhões de euros (previsão).

A Rui & Valdemar é representante de algumas marcas internacionais. Quais são essas marcas e que contributo dão à actividade e ao prestígio da empresa?

Posso destacar marcas como a General Electric (com uma enorme variedade de produtos como lâmpadas, aparelhagem eléctrica e material de automação) e como a Efapel (aparelhagem) – uma empresa 100% portuguesa e que está presente em mais de 25 mercados em todo o mundo.

Gostava por outro lado de referir as duas marcas exclusivas detidas pela empresa, a Arks (Iluminação técnica e decorativa) e a Euromarks (Material Eléctrico e Iluminação Básica), são elas que mais nos distinguem no mercado e representam hoje cerca de 50% das nossas vendas totais.

O que levou a Rui & Valdemar a expandir-se para outros países e em que mercados se encontra actualmente?



■ José Vieira Marques (à esq.) e Hélder Marques (à dir.), sócios-gerentes da Rui & Valdemar

A estagnação que o mercado português apresentava nos últimos anos no nosso sector, fortemente influenciada pelo decréscimo da actividade de construção civil, “obrigou-nos” a olhar para outros mercados.

Os PALOP surgiram como uma escolha óbvia, tendo em conta a proximidade que nos une a todos eles. Angola foi a escolha inicial, após algumas visitas a esse mercado. Desde o ano passado estamos também presentes na Argélia. Cabo Verde surge também no nosso horizonte imediato como um possível mercado para consolidarmos a nossa estratégia de internacionalização.

Angola é um desses mercados nos quais a empresa tem apostado fortemente. De que forma caracteriza este mercado? Considera

que é um mercado de futuro para as empresas portuguesas?

O mercado Angolano apresenta um enorme potencial em quase todas as áreas de negócio. Naturalmente que as empresas portuguesas têm algumas vantagens, resultado de toda uma história que une os dois povos.

Em Angola, por ironia ou talvez não, a população em geral valoriza e acarinha de uma forma muito especial todos os produtos portugueses – o que como sabemos não acontece, da mesma forma, no nosso país.

Os responsáveis políticos angolanos têm vindo a efectuar um enorme esforço de forma a capacitar o País de infra-estruturas e meios para aumentar o investimento estrangeiro em Angola. Os males de 30 anos de guerra, no entanto, não se

conseguem erradicar com a rapidez que se desejaria.

Como é que tem decorrido a abordagem ao mercado angolano?

A primeira visita que efectuamos ao mercado angolano foi em Janeiro de 2005. Desde essa altura ficou definido que a empresa a criar teria passar pela ANIP (Agência Nacional para o Investimento Privado) – dado que não conseguimos encontrar um parceiro angolano que nos apresentasse todas as garantias.

Mas cada caso é um caso, e haverá naturalmente áreas de negócio que requerem outras soluções e onde um parceiro local é fundamental para o sucesso do projecto. Aliás, não colocamos de parte, no futuro, efectuar parcerias para ala-

vancar o nosso crescimento no mercado angolano. A abertura da nossa loja ocorreu em Junho deste ano, está localizada no centro de Luanda e tem cerca de 1.100m² de área total.

Tem encontrado que tipo de obstáculos?

Os obstáculos para uma empresa se instalar em Angola são numerosos e tornam-se difíceis de ultrapassar quando se trata de uma PME, como é o nosso caso. Os custos de instalação são muito elevados e o tempo que é necessário para colocar os projectos em marcha leva muitas empresas a desistir antes mesmo de começarem.

As autoridades políticas portuguesas têm neste campo uma especial responsabilidade, que nos últimos anos tem sido constantemente esquecida pelos nossos sucessivos governantes. Dou-lhe dois exemplos: estive no Porto, numa conferência realizada pela PME Portugal, na qual um responsável do ICEP anunciou uma plataforma logística em Luanda para dar apoio às empresas portuguesas que se quisessem instalar em Angola – onde está essa famosa plataforma?

Outro exemplo: um quadro da nossa empresa deslocou-se recentemente a Cabo Verde numa missão empresarial e descobriu que a delegação do ICEP encerrou naquele país – é assim que se dinamizam as exportações?

Existem muitas formas de o poder político ajudar as PME na sua internacionalização – e não estou a referir-me a incentivos financeiros. Falem com os empresários, ouçam por exemplo a PME Portugal que tem tido um papel inovador em várias áreas e que tem algumas propostas que podem fazer toda a diferença na ajuda à internacionalização das PME portuguesas.

Quais são as vantagens que pode apontar ao investimento em Angola, comparativamente com outros mercados internacionais?

As vantagens são várias, e posso desde já des-

taçar as seguintes: a língua comum, que em vez de ser um obstáculo é uma vantagem; a forte presença das maiores empresas portuguesas nos mais diversos sectores (banca, construção civil, telecomunicações são apenas alguns exemplos) gera oportunidades de negócio nas áreas adjacentes; o potencial de crescimento que o mercado apresenta; o interesse e mesmo o carinho de toda a população perante as empresas e os produtos portugueses.

Quais têm sido os principais investimentos da Rui & Valdemar em Angola?

O investimento efectuado pela empresa ronda neste momento os 2 milhões de euros, contemplando neste valor várias rubricas, nomeadamente stocks para abertura da loja, custos de instalação, arrendamento do espaço, e, despesas com o processo de constituição da empresa.

Quais são os planos para o futuro da empresa em Angola, noutros mercados internacionais e também em Portugal?

O futuro passa por consolidar a empresa em Angola em 2008, e procurar continuamente novas oportunidades de crescimento naquele mercado. Queremos também crescer no mercado argelino lado a lado com o nosso parceiro local e em diversos outros países que fazem parte da nossa estratégia.

Quanto ao nosso país, embora o desencanto seja algum, estaremos atentos a todas as oportunidades de forma a manter o crescimento sustentado, não só da facturação, mas também de outros indicadores como o da satisfação de todos os nossos parceiros de negócio (clientes, fornecedores de bens e serviços) e colaboradores. Esperamos poder contribuir para um futuro melhor de todos aqueles que conosco trabalham e respectivas famílias e promover ainda mais emprego, quer em Portugal, quer em Angola.

Noticias de Angola

“A CPU Consultores, empresa de arquitectura, planeamento urbano e avaliação patrimonial, registada e credenciada como empresa profissional de avaliação pela CMVM, reforçou a sua aposta em África (onde já está representada com um escritório em Maputo) com a criação de uma nova empresa de direito angolano: a CPU Consultores África, Lda., com sede em Luanda.”

“A PT, que detém 25% da operadora angolana UNITEL, tem vindo a manifestar interesse em aumentar a sua posição no capital desta empresa em Angola. Esta estratégia resulta da avaliação efectuada ao potencial de crescimento esperado do sector das telecomunicações daquele país, cujos resultados têm sido muito atractivos. Este é, aliás, um sector de oportunidades para pequenas empresas de prestação de serviços nas áreas de telecomunicações e electrónica.”

“A Puratos, empresa produtora e distribuidora de produtos para a panificação e pastelaria pretende reforçar as suas operações em Angola, prevendo um crescimento significativo do seu volume de negócios. A estratégia passa por alargar as vendas a outras províncias para além de Luanda, ainda que o mercado da panificação esteja em forte crescimento na capital. A Puratos concretizou ainda recentemente uma parceria com uma empresa local, A Distribuidora, parceria esta que tem revelado excelentes resultados”.

“O investimento e desenvolvimento do sector pesqueiro em Angola, em especial nas províncias do litoral sul, como o Bengo e Benguela (em especial na zona do Lobito) tem proporcionado excelentes oportunidades para o desenvolvimento de actividades ligadas à indústria do frio industrial e comercial. Esta é um sector de grande interesse para as empresas nacionais deste ramo, dado o potencial de crescimento que Angola representa. Não existe naquele país uma rede nacional de frio, pelo que as necessidades nos sectores alimentar são elevadas. O investimento em matadouros e entrepostos comerciais são diversos e as necessidades de produção de frio significativas.”

“Concursos publicados de interesse para o sector empresarial nacional:

- Estudo de viabilidade, elaboração de projectos e processo de concurso para a construção do aproveitamento hidroeléctrico de Cacombo – entidade promotora ENE, Empresa Nacional de Electricidade. Data limite 15 de Outubro.

- Fornecimento e montagem de equipamentos, software e assistência à implementação do sistema de controlo de tráfego marítimo dos portos de Luanda – entidade promotora Instituto Marítimo e Portuário de Angola. Data limite 3 de Outubro”.



N.º VERDE
800 20 20 02
GAB. INGRESSO

e ingresso@cespu.pt
EMAIL INGRESSO

www.cespu.pt



CESPU 25 ANOS

A ENSINAR SAÚDE



LICENCIATURAS - 180 ECTS
(Adequados a Bolonha)

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

MESTRADOS INTEGRADOS - 300 ECTS

CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
MEDICINA DENTÁRIA

MESTRADOS - 120 ECTS
(Adequados a Bolonha)

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



ENFERMAGEM

ANATOMIA PATOLÓGICA, CITOLÓGICA E TANATOLÓGICA

FISIOTERAPIA

PODOLOGIA

PRÓTESE DENTÁRIA

PÓS-LICENCIATURAS DE ESPECIALIZAÇÃO:

ENFERMAGEM MÉDICO-CIRÚRGICA

ENFERMAGEM DE REABILITAÇÃO

ENFERMAGEM COMUNITÁRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE MENTAL E PSIQUIATRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE INFANTIL E PEDIATRIA



ENFERMAGEM

ANÁLISES CLÍNICAS E DE SAÚDE PÚBLICA

CARDIOPNEUMOLOGIA

FARMÁCIA

NEUROFISIOLOGIA

PODOLOGIA

MARKETING FARMACÊUTICO

PÓS-LICENCIATURAS DE ESPECIALIZAÇÃO:

ENFERMAGEM MÉDICO-CIRÚRGICA

ENFERMAGEM DE REABILITAÇÃO

ENFERMAGEM COMUNITÁRIA

ENFERMAGEM DE SAÚDE INFANTIL E PEDIATRIA

MESTRADO - 120 ECTS
(Adequado a Bolonha)

TÉCNICAS DE BIOLOGIA MOLECULAR E
CITÔMICA NAS CIÊNCIAS DA SAÚDE



GABINETES DE INGRESSO:

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

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

| Tel: 224157171 - Fax: 224157102

| Tel: 252303600 - Fax: 252303694



TROCAS TRANSFRONTEIRIÇAS ASSUMEM PAPEL IMPORTANTE NA RELAÇÃO COMERCIAL DOS DOIS PAÍSES

Parceiro privilegiado com Espanha



Portugal tem sido um dos principais parceiros comerciais espanhóis, assumindo maior importância enquanto destino das vendas espanholas. De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), Portugal surge na terceira posição do ranking dos clientes espanhóis, com uma quota de 9,5%, do que como origem das compras espanholas. Neste caso, surge em oitavo lugar no ranking dos fornecedores, com uma quota de 3,2%, em 2005.

Poder-se-á afirmar que, tradicionalmente, a balança comercial é desfavorável a Portugal, com o saldo negativo a agravar-se em 2005.

No entanto, o mesmo estudo refere que dados relativos ao primeiro

semestre de 2006, quando comparados com o período homólogo de 2005, revelam uma melhoria no coeficiente de cobertura, com as vendas portuguesas a Espanha a crescerem quase 14%.

Dados da Secretaria de Estado de Turismo Y Comercio apontam algumas diferenças relativamente aos números apresentados pelo INE. Isto porque, em 2005, as compras espanholas a Portugal totalizaram 7,4 mil milhões de euros, ou seja, menos que o valor registado pelo INE. Já as vendas espanholas a Portugal se situaram em 14,7 mil milhões de euros, também um valor menor que o apresentado pelo INE. Assim, segundo dados espanhóis o

saldo favorável a Espanha é de 7,3 mil milhões de euros, ao passo que segundo o INE o saldo desfavorável a Portugal é de 6,8 mil milhões de euros.

Relativamente às relações económicas entre Portugal e as diferentes Comunidades Autónomas espanholas, estatísticas locais revelam que as trocas transfronteiriças com a Andaluzia, Castilla Y León, Extremadura e Galiza representam, atualmente, cerca de 41% do total de vendas portuguesas para Espanha. O especial destaque vai para a Galiza, onde Portugal detém uma quota de quase 22%.

Já as Comunidades de Madrid e Catalunha não demonstram uma situação tão favorável a Portugal, uma vez que, em 2005, o nosso país foi apenas o 10º fornecedor no primeiro caso e o 9º no segundo.

IV ENCONTRO TECNOLÓGICO, EM VIGO

As TIC ao serviço das empresas

No próximo dia 9 de Outubro, em Vigo, a partir das 16h30 (hora espanhola), o Club Financiero de Vigo promove o IV Encontro Tecnológico subordinado ao tema "As TIC ao serviço das empresas. Aplicações nos diferentes sectores".

Segundo os seus promotores, através desta iniciativa "pretende-se que duas empresas do sector das TIC apresentem as suas tecnologias e aplicações para diferentes sectores, fruto da sua colaboração e conhecimento das necessidades de diferentes empresas ou sectores pos-

sam necessitar". As duas empresas em questão são a Level Telecom e a Arteixo Telecom.

Na região de Vigo, as empresas TIC caracterizam-se pela sua pequena dimensão e pelo facto do grau de colaboração entre as próprias empresas do sector e destas com a universidade ser notavelmente baixo. Cenário que limita a dimensão dos projectos que estas empresas podem desenvolver.

No sentido de alterar esta tendência e criar um cenário de colaboração permanente, o Foro de la Sociedad de la Información do

Club Financiero de Vigo sugeriu a criação de um espaço para o encontro que permita colocar em contacto os diferentes agentes com capacidade para o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores no seio da Sociedade da Informação.

Estes encontros, um dos quais já no próximo dia 9 de Outubro, realizam-se periodicamente na sede do Club Financiero e centram-se em apresentações de empresas e sessões de "networking", de carácter temático.

Para mais informações:
www.clubfinancierovigo.com

OPINIÃO

Espanha... Aqui tão perto!



António Vilar
Advogado
Professor Universitário
Conselheiro Nacional
da Associação PME-Portugal

A economia espanhola, a crescer a um ritmo de quase 4%, tem sido um motor também para a portuguesa, sobretudo no sector das exportações. É certo que o modelo de crescimento espanhol, assente na construção e no sector imobiliário, não dá certezas de sustentabilidade, mas não se pode ignorar que a economia espanhola é muito mais de que isso. Trata-se de uma das mais fortes economias europeias que continua a crescer a uma taxa superior à da zona Euro e que tem laços históricos e económicos com importantes países da América Latina que não podem ser ignorados numa perspectiva global que é a de hoje.

Do ponto de vista económico, a península ibérica constitui já um grande mercado em crescimento no contexto europeu e o destino só poderá passar por uma maior integração das respectivas economias na senda de uma União Europeia cada vez mais forte e solidária política, económica, social e juridicamente.

É por isso, designadamente, que a partir de um observatório singelo, mas incontornável, que é um gabinete de advogados de vocação internacional, podemos concluir que vender para Barcelona ou para o Minho, comprar na Andaluzia ou nos Açores não apresenta, hoje, qualquer dificuldade desde que ultrapassada certa memória que resulta de algum provincianismo cultural de parte a parte. Estrategicamente nenhum empresário que se preze pode passar ao lado deste importante mercado ibérico, sendo certo que para as PME de um lado e de outro o primeiro passo para a internacionalização há-de ser, naturalmente, dado neste espaço. É neste âmbito, de facto, que se pode conseguir, desde logo, a aprendizagem para mais altos voos com outros destinos e, também, em cooperação com parceiros que se não-de, decerto, encontrar, traçar planos de conquista de outros mercados além fronteiras.

Uns trinta anos atrás, os habitantes da Foz, zona tradicional da cidade, quando saíam de lá diziam que iam ao Porto numa compreensão paroquial e minimalista do espaço e do tempo que hoje é absolutamente ridícula. Ora também se há-de tornar cada vez mais patético dizer que se vai fazer negócios a Espanha.

Espanha... aqui tão perto!

Hoje, uma deslocação à Galiza – a Vigo, a Santiago de Compostela, à Corunha –, para um homem do Norte de Portugal, é mais rápida do que outra até Lisboa. E Madrid ou Barcelona estão a um pulo, de avião, do Porto ou Lisboa. O aeroporto Francisco Sá Carneiro é, por seu turno, uma grande infra-estrutura aeroportuária do Noroeste Peninsular que, com a chegada do comboio de alta velocidade a ligar o Porto a Vigo mais relevante ainda será.

Nem tudo são rosas, porém.

Persiste, na verdade, uma tão incompreensível quanto intolerável dificuldade de relacionamento político e institucional ao nível ibérico, nomeadamente no plano regional. Para lá das boas intenções e pios votos nada de relevante tem sido feito para fazer interagir os agentes económicos através de políticas ibéricas sólidas e convergentes. E até os programas de apoio europeu à cooperação transfronteiriça são, quase sempre, meros oásis num desditoso deserto de acções e de ideias.

Talvez aqui possa intervir, então, a sociedade civil, designadamente a empresarial. Fica, assim, um desafio: realizar, ora no Porto, ora em Vigo (ou noutra local), ano após ano, um encontro de câmaras de comércio e associações europeias luso-galaicas.

Vale?

LICENCIATURA

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



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

MBAS

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

PÓS-GRADUAÇÕES

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

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

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

* Certificado pela CMVM - Comissão de Mercados de Valores Mobiliários

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

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

ESAI - Escola Superior de Actividades Imobiliárias

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

Praça Eduardo Mondlane, 7C Marvila

1950-104 Lisboa

Homepage: www.esai.pt

18º

Aniversário

ESAI
Escola
Superior
de Actividades
Imobiliárias



Protocolos com:



Universidade
de Salford
Manchester,
Reino Unido



Universidade
de Fontys
Eindhoven,
Holanda



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



Universidade
Miguel Hernández
Elche,
Espanha



Universidade
Nacional da Liberdade
Lisboa



Liberdade
Editora de Estudos
Liberais



Associação Portuguesa
de Empresas de Gestão
e Administração
de Condomínios



Associação
dos Agentes Técnicos
de Arquitectura
e Engenharia



Associação Portuguesa
das Empresas
de Mediação Imobiliária



Associação Nacional
dos Avaliadores
Imobiliários



Associação
dos Industriais
da Construção
de Edifícios



Sindicato
Nacional
dos Engenheiros



Associação
Nacional
dos Engenheiros
Técnicos

■ SEGUNDO O ECONOMISTA ESPANHOL ALBERTO ROCHA GUISANDE, PORTUGAL E ESPANHA SÃO MERCADOS COMPLEMENTARES

Percepcionar o consumidor espanhol é a chave do sucesso

Espanha tem sido notícia pelo seu bom desempenho económico nos últimos anos, apresentando um crescimento na ordem dos 3,4%. Assumindo-se como o principal (e natural) cliente e fornecedor de Portugal, a sua importância relativamente ao nosso país tem vindo a crescer de forma sustentada nos últimos anos. O Jornal das PME falou com o economista espanhol Alberto Rocha Guisande e tentou perceber de que forma este relacionamento entre os dois mercados se poderá concretizar num efectivo e concreto Mercado Ibérico. Alberto Rocha Guisande tem acompanhado a entrada em Espanha de muitas empresas portuguesas.

Actualmente, como caracteriza a abordagem das empresas portuguesas ao mercado espanhol?

Diria que há bastante heterogeneidade. Mas existem dados estatísticos suficientes acerca das empresas portuguesas que estão neste momento a entrar em Espanha. No entanto, e de uma forma empírica, consegue-se determinar que as empresas portuguesas estão a entrar fundamentalmente por Vigo, embora um importante número de empresas esteja a ir directamente a Madrid e outras entram pela zona de Badajoz, na Extremadura.

Fundamentalmente, a abordagem tem sido a partir de Vigo, como porta de entrada, e Madrid.

De que forma as empresas portuguesas estão a entrar em Espanha? Estão a ter sucesso?

Há um pouco de tudo, tendo em conta o tempo necessário para o amadurecimento do projecto de cada uma. Há empresas que vêm simples-



mente estabelecer contactos comerciais e vendas directas a partir de Portugal. Outras há que se es-

tabelecem e implantam em Espanha de uma forma mais consistente, seja através de uma rede de distribuição ou de pontos de venda. E estas são, de facto, as que estão a ter melhores resultados, uma vez que estabeleceram em Espanha um centro de apoio às suas operações neste mercado.

De qualquer forma, as empresas que estão a ter mais sucesso são as que se voltaram para o mercado industrial, em que os seus clientes são outras empresas. Pela razão inversa, as empresas com mais dificuldades são aquelas que se dirigem directamente ao público, isto é, os seus clientes são o consumidor final.

Mas isso deve-se a alguma razão específica?

Deve-se ao facto do mercado de consumo estar muito saturado. As empresas necessitavam, por vezes, de mais tempo para se poderem implantar e poderem tirar alguma vantagem. E aqui as campanhas de marketing têm um papel importante a desempenhar.

Quais as principais barreiras que as empresas portuguesas encontram no mercado espanhol?

As barreiras fundamentais são as que não se podem ver. É fácil determinar se se praticam preços altos ou baixos, ou se se tem de competir com determinados requisitos para a prestação de um serviço. O maior problema reside naquilo que não se pode ver, ou seja, na percepção que existe por parte do consumidor. Pelo que chegar ao mercado e descobrir essa percepção é a chave do sucesso.

Neste sentido, é muito importante que uma empresa que entre no mercado espanhol empreenda o esforço de ver e pensar em termos de como funciona o mercado espanhol, daquilo que vai na cabeça do consumidor espanhol, e não como se se tratasse do mercado português. É que há diferenças. Por exemplo, as campanhas de publicidade e marketing que se fazem em Espanha e em Portugal são diferentes. A forma de abordar o consumidor é diferente, embora, por vezes, nos pareçam dois mercados similares. Há que detectar essas diferenças e entendê-las.

Outra coisa a não esquecer é que o mercado espanhol não é homogéneo. Há muitas diferenças de umas regiões para as outras. Em Espanha não podemos falar de um só mercado, mas sim de muitos mini mercados.

Que empresas portuguesas têm vindo a abordar Espanha?

Fundamentalmente as empresas de sectores tradicionais e mais maduros como o têxtil e a construção. No entanto, nos dois últimos dois anos podemos observar que estão a entrar em Espanha empresas portuguesas de sectores novos, relacionados com as novas tecnologias. E creio que estão a ter mais oportunidades. Estão a chegar, a descobrir novas aplicações e vendo

que se encontram a um nível competitivo similar às empresas espanholas.

Qual será a melhor forma de uma empresa portuguesa entrar no mercado espanhol?

O normal é as empresas portuguesas encontrarem um intermediário, um vendedor em Espanha que contacte com os clientes. Mas, as empresas já com uma maior dimensão quem, para entrarem neste mercado, procuram criar a sua própria estrutura neste país, seja comprando uma empresa espanhola, seja participando no seu capital.

São muitíssimas as empresas portuguesas que todos os dias vêm pesquisar o mercado espanhol, observar oportunidades e encontrar interlocutores. Mas é importante que não se esqueçam que em Espanha podem ter o apoio de três importantes elementos para essa abordagem: a Associação PME-Portugal que nos últimos anos tem implementado um reforço no sentido de orientar as empresas portuguesas que querem entrar em Espanha; o ICEP, o IAPMEI, e até mesmo o Consulado de Portugal em Vigo, como instituições públicas portuguesas; e os bancos portugueses activos em Espanha que também podem ser embaixadores das empresas portuguesas naquele mercado.

Há receptividade por parte das empresas espanholas ao estabelecimento de parcerias com os portugueses?

Creio que sim e cada vez mais. É que há um aspecto importante que não podemos descurar – a complementaridade. Nos dois mercados há empresas que não sendo concorrentes, embora estando posicionadas no mesmo sector, podem complementar. Um exemplo disso mesmo é a grande possibilidade que, actualmente, se tem vindo a falar na criação de um megacluster do têxtil entre Portugal e a Galiza. Isto porque, por um lado, as empresas portuguesas apostam fundamentalmente em estruturas produtivas e de investigação (como é o caso do desenvolvimento de novos tecidos e a aplicação destes); por outro lado, as empresas espanholas apostam mais pelo lado do design e pela distribuição.

Este é um complemento perfeito: a capacidade de produção e controlo de produção num local, com a capacidade de design e distribuição noutra sítio.

Considera que podemos falar de um mercado ibérico?

Esse deverá ser o desafio para os próximos anos. Não tanto em termos de empresas portuguesas a venderem para Espanha e vice-versa. Mas, sim em termos de em conjunto e num processo de complementaridade, os dois países abordarem terceiros mercados. Não só países como os de língua oficial portuguesa, mas inclusive os mercados europeus. Com este reforço mútuo podiam-se reunir mais possibilidade de entrada noutros mercados.

Ser competitivo é estar bem informado!

A Associação PME-Portugal oferece aos seus Associados uma oportunidade única para adquirir assinaturas e aquisições editadas pelo Grupo Vida Económica.



Ofertas:

Três meses grátis de assinatura do semanário Vida Económica

Três meses grátis de assinatura do Boletim do Contribuinte

Desconto de 25 % nos pacotes promocionais de livros



+ informações:
t 707 50 1234
f 707 50 1235
e info@pmeportugal.pt
www.pmeportugal.pt

associação
pme
portugal

Vida Económica
GRUPO EDITORIAL

A Nova presidência

"A nível económico, muito há para fazer. A economia europeia está doente, e não é com medidas avulsas que ela será retomada. É preciso reforçar e dotar o mercado de serviços financeiros competitivos, e disponibilizá-los por todos e não por um feudo de membros, que, por esta ou aquela benesse, ficam com capacidades negociais extremamente diferenciadas e que colocam os outros parceiros em situações verdadeiramente incómodas do ponto de vista competitivo."

Paulo Peixoto

Empresário e Vice-presidente da Associação das PME-Portugal

A Presidência da União Europeia, aí está.

Nada que fosse imprevisível, aliás, metodicamente preparada.

Sendo certo que é a terceira, tal facto porém, não lhe incute um carácter de à vontade, uma vez que estamos perante um desafio bastante importante e completamente novo relativamente às duas experiências anteriores.

Estamos a assistir à maior operação política mas sobretudo diplomática de sempre vivida em Portugal, com responsabilidades e objetivos muito bem identificados.

Se por um lado, a herança da liderança Alemã não inveja ninguém, a verdade é que temos como responsabilidade máxima a conclusão do tão famoso Tratado Europeu, e as negociações a vários níveis não se adivinham fáceis.

É claro que os temas e dossiers também não o permitem.

As relações internacionais têm que avaliar o impacto dos BRIC na economia Europeia, e daí extrair não as devidas conclusões pois essas estão mais que identificadas, mas sobretudo a estratégia para acções alternativas que nos permitam catapultar as exportações para rácios de outrora.

Ainda a este nível, não vamos poder ignorar o ambiente tenso que se continua a viver no Médio Oriente, pois nós Europeus já estamos envolvidos que chegue no processo, e portanto não vamos poder agora olhar para ele como se de um assunto alheio se tratasse.

Noutra "secção", a Imigração clandestina muitas horas há-de consumir. Se por um lado, o alargamento do espaço Schengen é um dado adquirido, a verdade, é que terá que ser muito bem pensado e implementado, para não vermos fomentada a Imigração clandestina, sobretudo a emergente do continente africano.

Tema quente, sem dúvida, é

aquele que se relaciona com as políticas laborais. Se por um lado, é necessário e urgente a aposta na formação, na requalificação e na protecção dos desempregados, também não deixa de ser verdade, que é fundamental flexibilizar as leis laborais, de forma a que as empresas se tornem mais competitivas do ponto de vista da produtividade, mas e sobretudo que se criem modelos homogéneos que se implementem pelos 27 membros aderentes, de forma a que as discrepâncias de direitos e obrigações sejam diminuídas ao máximo entre eles, e façam que a concorrência seja feita em bloco para os mercados Asiáticos e não seja uma realidade interna da própria UE.

A nível económico, muito há para fazer. A economia europeia está doente, e não é com medidas avulsas que ela será retomada. É preciso reforçar e dotar o mercado de serviços financeiros competitivos, e disponibilizá-los por todos e não por um feudo de membros, que, por esta ou aquela benesse, ficam com capacidades negociais extremamente diferenciadas e que colocam os outros parceiros em situações verdadeiramente incómodas do ponto de vista competitivo. As próprias finanças e investimento público devem ser equacionadas, pois são sem dúvida um dos factores dinamizadores de qualquer economia.

Muitos outros temas serão aflorados, mas por uma questão de prioridades, ficam para uma segunda análise.

Tão ou mais importante do que atrás foi enunciado, é que não nos podemos esquecer que Portugal não pode parar.

Não podemos hipotecar todos os esforços a este assunto e descurar o dia-a-dia que nos rodeia.

E se a Presidência da UE nos permite estar com os holofotes direccionados e no centro das atenções europeias, vamos então capitalizar isso e proporcionar à economia Portuguesa toda aquela alavancagem que ela precisa no sentido de uma vez por todas sair deste marasmo.



soltráfego
soluções de trânsito, estacionamento e comunicações, sa

Carlos Oliveira

Trânsito

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



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

Estacionamento e Acessos

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



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

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

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

WWW.SOLTRAFEGO.PT
geral@soltrafego.pt



■ FERNANDO CAPUCHA, TERRITORY MARKET MANAGER, DA CISCO SYSTEMS

A adopção de tecnologia é factor chave para a produtividade das PME

Tal como no resto do mundo, também em Portugal as PME contribuem significativamente para a riqueza dos seus países. Um contributo ao qual a Cisco Systems não está alheia. Em entrevista ao Jornal das PME, Fernando Capucha, Territory Market Manager desta multinacional, faz um balanço da aposta da Cisco nas pequenas e médias empresas portuguesas.

- Qual o balanço que faz do roadshow dedicado às PME que a Cisco realizou por todo o país, entre os meses de Abril e Julho deste ano?

O balanço global é bastante positivo, tendo excedido as nossas expectativas, tanto ao nível das presenças de clientes actuais e potenciais, como no empenho e participação dos nossos parceiros de negócio.

Sendo este roadshow organizado pela Cisco e dirigido às pequenas e médias empresas, desde o início assumimos que parte do sucesso estaria na integração dos nossos parceiros de negócio. Pela proximidade que têm com o tecido empresarial das respectivas regiões visitadas e pela resposta muito positiva que deram, envolvendo-se activamente em todo o processo, Foram, sem qualquer dúvida, uma mais valia.

Por outro lado, este conjunto de eventos foi uma oportunidade para apresentarmos aos seus potenciais clientes as mais recentes soluções da Cisco, tendo-lhes sido também dada oportunidade para mostrarem eles próprios casos de sucesso das suas implementações.

- Como reagiram as empresas participantes?

Foi especialmente gratificante observarmos o interesse de uma grande quantidade de empresas deste mercado, que a Cisco aborda com soluções específicas e dimensionadas às mais diversas dimensões de empresas.

Penso que conseguimos criar uma agenda apelativa e equilibrada, que além das tradicionais apresentações incluiu uma demonstração ao vivo e interactiva da nossa solução de comunicações unificadas. Mostrámos, de forma prática, como um investimento ao alcance de qualquer empresa pode resolver problemas de comunicação e potenciar novas oportunidades e modelos de negócio, algo essencial num mercado cada vez mais competitivo onde diferenciação e redução de custos são dois objectivos permanentes.

Finalmente, mas não menos importante, não podemos deixar de referir que a parceria com a Associação PME Portugal foi também um factor essencial para o sucesso deste conjunto de eventos.

- A Cisco apresentou um vasto conjunto de soluções para PME durante esse roadshow. Quais as vantagens dessas mesmas soluções para as PME?

É nosso entender que a adopção de tecnologia é um factor chave no incremento dos níveis de produtividade das PME. E o uso da tecnologia é relevante não só na produção daquilo que as empresas vendem mas também, e não menos importante, no desenvolvimento de novos métodos de trabalho e procedimentos, que tornam as organizações mais ágeis, competitivas e globais.



■ Fernando Capucha, Territory Market Manager, da Cisco Systems

As nossas soluções ajudam as PME no inevitável caminho para os negócios na era da Internet, ajudando-as a melhorarem os seus processos de negócio, a reduzirem significativamente os custos em comunicações, e a incrementarem a sua presença nos seus mercados alvo, a incrementarem os seus níveis de interacção e colaboração com clientes, fornecedores, parceiros e demais elementos da sua cadeia de produção e venda.

E ajudamos as PME nesta fase em que a mobilidade se tornou um aspecto fundamental nos negócios, assegurando o acesso à informação e à comunicação para aqueles que para desenvolverem a sua actividade têm que ter um estilo de trabalho em mobilidade.

- Qual a razão da aposta da Cisco no sector das PME?

Em todo o mundo, e Portugal não é excepção, as PME contribuem significativamente para a riqueza do próprio país e representam uma fatia importante do total do emprego no respectivo país. São um sector essencial para a Cisco e, com certeza, uma das nossas maiores apostas. Num mercado dinâmico, a adopção crescente às novas tecnologias é, repito, essencial para as empresas se diferenciarem da concorrência, e para aumentarem a produtividade reduzindo custos.

A Cisco tem uma oferta de soluções de comunicações global que nos permite apresentar soluções end-to-end como mais nenhum fabricante, com as consequentes vantagens de

integração e controle de custos. Ainda este ano apresentaremos novas soluções desenhadas de raiz para este mercado, que em termos de funcionalidades se equiparam às que implementamos numa grande empresa, mas com extrema facilidade de instalação, gestão e manutenção. Tudo para que os nossos clientes se possam concentrar totalmente no seu negócio.

Outra grande aposta da Cisco tem sido no desenvolvimento contínuo de novos programas de formação e de certificações de parceiros especializados em soluções para PME, através de quem chegamos ao cliente final.

- De que forma as novas tecnologias podem contribuir para o incremento da competitividade das empresas, em particular das PME?

É um dado consensual que para ganharem a batalha pela produtividade as empresas têm que rever os seus métodos e procedimentos de trabalho em tudo aquilo que fazem, com o objectivo de fazer mais e melhor com os mesmos recursos humanos.

E é também consensual que o uso de tecnologias de informação e comunicação é essencial para suportar estas mudanças. Uma empresa ganha vantagem competitiva se conseguir dar resposta às necessidades do cliente de forma mais rápida que a concorrência, e se tiver serviços que a permita diferenciar-se.

- Por dar-nos exemplos?

Por exemplo, se quando alguém liga para

uma empresa, esta tiver imediatamente no monitor do telefone todos os dados relativos ao cliente e ao negócio mantido com ele, saberá antecipadamente qual a melhor resposta a dar a cada problema. Se quando um empregado se encontra fora do escritório puder ser contactado pelo seu número fixo regular ou pelo meio de comunicação mais conveniente em cada momento – algo definido na própria rede de comunicações –, a empresa ganhará uma proximidade e presença únicas com os seus clientes e parceiros. E estes são apenas dois dos inúmeros exemplos que poderemos descrever e que tentamos mostrar nos nossos eventos.

- Quais os desafios aos quais a Cisco tem dado particular destaque?

A Cisco tem dado especial atenção aos desafios relacionados com a mobilidade, com a colaboração e com a disponibilidade permanente de informação e de acesso à comunicação.

É essencial ter em conta que, individualmente, as PME deparam-se com os mesmos desafios das grandes empresas – produzir mais e reduzir os custos. A grande diferença está no próprio mercado, mais competitivo e muito mais dinâmico. E a Cisco pode ajudar as PME, a custos acessíveis e sem dificuldades de implementação, a tornarem-se mais ágeis, mais seguras e mais atractivas para os seus clientes.

■ TESE DE MESTRADO ESTUDA O IMPACTO DOS SISTEMAS QAS (QUALIDADE, AMBIENTE E SEGURANÇA) NAS PME PORTUGUESAS

Certificação é opção estratégica para as empresas

Embora os resultados obtidos no inquérito conduzido por Maria de Fátima Mendes, atendendo à dimensão da amostra, não representem com objectividade todo o universo das PME certificadas em Portugal, poder-se-á afirmar que foram dados sinais de que a certificação é, sem dúvida, uma opção estratégica de desenvolvimento das empresas, no sentido de quererem evoluir, melhorar e ganhar mercado.

Dos resultados do inquérito podemos destacar que no âmbito do Sistema da Qualidade, em termos gerais, “as empresas certificadas conseguiram alcançar indicadores de eficiência superiores”, tendo alcançado “a melhoria da organização interna, da sua imagem, da facilidade de acesso a informação e a avaliação contínua dos processos que contribuíram para a eficácia e da melhoria contínua”.

No que respeita ao Sistema Ambiental, das PME que responderam ao inquérito, 26,1% estão certificadas pela norma 14001. Mas, mesmo daquelas que não possuem o sistema de gestão



■ Maria de Fátima Mendes

ambiental, “a grande maioria das PME fazem a separação dos seus resíduos na fonte. As empresas com o seu sistema de gestão ambiental certificado fazem todas a separação de resíduos”.

Comparativamente, embora o Sistema da Qualidade esteja há mais tempo implantado em Portugal, o Sistema de Gestão Ambiental está a crescer

gradualmente. “As empresas portuguesas finalmente começam a preocupar-se com as questões ambientais”, refere Maria de Fátima Mendes.

Já relativamente ao Sistema de Segurança, das 46 empresas que participaram no inquérito, 15,2% são certificadas segundo o sistema de segurança e saúde no trabalho, confirmando-se

Ficha Técnica

O Impacto dos Sistemas QAS nas PME Portuguesas*

Tese de Mestrado

Engenharia Industrial / Qualidade, Segurança e Manutenção

Escola de Engenharia

Universidade do Minho

Enviados cerca de 300 questionários a pequenas e médias empresas portuguesas com pelo menos o sistema da qualidade implementado e certificado.

A resposta ao inquérito realizou-se via electrónica ou postal.

Responderam 112 empresas, mas foram validados apenas 46 questionários.

O envio e recepção dos questionários entre Novembro 2003 e Novembro 2004.

Caracterização geral das empresas:

20 PME (43,48%) – sector do comércio/serviços

17 PME (36,96%) – sector industrial

5 PME (10,87%) – sector da electricidade/telecomunicações

4 PME (8,7%) – sector da construção

que “neste campo ainda existe muito por fazer em Portugal”. As principais razões apontadas para a não implementação deste sistema foram: 19,4% considera a certificação um custo, 19,4% considera esta certificação como uma forma de marketing, e outros 19,4% referem que os investimentos necessários para implementar a certificação são elevados.

Ao compararmos com o nível de aposta na qualidade e no ambiente, verifica-se que “as PME portuguesas estão lentamente a investir na

certificação do sistema de segurança e saúde no trabalho”.

Outro dos resultados obtidos por este inquérito refere que as áreas em que as PME sentem mais necessidade de formação profissional são as de higiene e segurança, qualidade, ambiente, seguidas das áreas específicas para cada ramo e focadas também nas áreas de desenvolvimento pessoal, das tecnologias de informação e comunicação. Algumas empresas realçaram ainda as áreas de marketing, produção, logística e métodos e tempos.

Rui & Valdemar, lda www.ruivaldemar.pt info@ruivaldemar.pt
 sede: rua do almada, 373 4050-039 porto tel: 22 207 67 10 fax: 22 207 67 18
 armazém: lugar de fontiscos 4780-583 santo tirso tel: 22 994 29 64 fax: 22 994 29 65

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

RUI & VALDEMAR

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

euromarks

LUANDA
 RUA MARTIN LUTHER KING, 46A/48
 TEL: (00 244) 222 338 876
 FAX: (00 244) 222 339 069
 WWW.EUROMARKS-ANGOLA.COM

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

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



Empresa Recomendada
PME

Programa LER Seja nosso parceiro

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



Conheça as empresas que já fazem parte do LER

- Audico
- Giscon
- DocMentus, Lda.
- Ortomedifar, Lda
- Bela Ideia (O Ferro e o Barro, Lda.)
- Ajuda Sénior
- Start Idea, Lda.
- Avalanche d'Ideias, Lda.
- Smart Target, Lda.
- 100 Ismos
- Ideia Atlântico

associação
pme
portugal

www.pmeportugal.pt

Vantagens LER

Com o principal objectivo de contribuir para o incremento da visibilidade dos seus Associados, a PME-Portugal tem a decorrer o Programa LER - Lista das Empresas Recomendadas. O LER é a melhor forma de divulgação em massa das empresas no Portal das PME, visitado por milhares de empresários e empreendedores. Por um preço "low-cost", os empresários têm a possibilidade de usufruir de uma divulgação alargada da sua marca, a par da credibilização pelo facto de se tornar parceiro e empresa recomendada da PME-Portugal. Além do destaque no Portal PME (www.pmeportugal.pt), os aderentes LER têm inclusão gratuita nas listagens de divulgação do Programa, bem como de publicidade no Jornal das PME, distribuído em Portugal, Espanha e Angola.

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

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



20 anos
a criar soluções informáticas
www.giscon.pt

Av. Alfredo Barros, 14, 4715-350 Braga
(junto ao Office Center)
geral@giscon.pt
Telefone: 253 268 441
Fax: 253 268 634

GISCON
gabinete de sistemas,
informática e
consultoria, lda.

audico

AUDITORIA, CONTABILIDADE E GESTÃO EMPRESARIAL, LDA.

Há 18 anos a fazer bem as contas.
Contabilidade - Consultoria de Gestão.

Distritos do Porto, Braga, Viana e Aveiro.
Descontos de 15% aos Associados PME
Tel.: 808 200 055
www.audico.pt | info@audico.pt



- > Gabinete de Contabilidade
- > Gestão Recursos Humanos
- > Serviços Administrativos
- > Consultoria de Gestão
- > Software Gestão Documental Mr Doc
- > Especialização - Area Restauração
- > HACCP



Doc Mentus, Consultoria de Gestão, Lda - 4450-590 Leça da Palmeira - www.documentus.com
R. Helena Vieira da Silva, 210 J 54 - T. 229 966 004 | F. 229 966 422

ORTOMEDIFAR

Empresa de referência no sector do comércio de artigos para o sector farmácia e para-farmácia.

- > Marcas Exclusivas
- > Artigos de qualidade
- > Marketing Moderno
- > Preços competitivos
- > Objectivos bem definidos

Estamos na sua
farmácia ou
para-farmácia

Ortomedifar 7 anos a cuidar de si!
www.ortomedifar.pt



Bela Ideia

Apresentamos a nova cadeira com mesa.
Procuram-se parceiros para a sua
distribuição e comercialização, nacional e
internacional.



Para mais informações contacte:
mail@oferroebarro.com;
Tlm.: 0351 934 551 889 e 0351 934 551 879;
Tlf.: 0351 253 913 331;
Fax: 0351 253 912 023

maia biz
PARQUE EMPRESARIAL

**ESPAÇOS PARA
O SEU NEGÓCIO**

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



Espaços
a partir de
40 m²

Financiamento
BANIF ASSET
MANAGEMENT
Bank Group of Activis



AJUDA SÉNIOR Apoio domiciliário

Serviços Enfermagem Aluguer/Venda Material e Equipamentos Saúde
Terapia da Fala Psicologia
Fisioterapia Podologia

Serviço de Apoio Domiciliário

- Companhia;
- Banho;
- Higiene Pessoal;
- Limpezas do lar;
- Preparação de Refeições;
- Acompanhamento ao Exterior;
- Secretariado;
- Leitura de revistas, livros;
- Adaptação do lar;
- Lavandaria;
- Medicação;
- Prevenção de feridas;
- Apoio Jurídico;

Atendimento 24 horas por dia 365 dias por ano | Profissionais especializados
Tlm.: 968 957 373 | Tlf/Fax: 224 888 337 |
geral@ajudasenior.com | www.AjudaSenior.com

António Vilar é candidato a Bastonário da Ordem dos Advogados

O advogado António Vilar, membro do Conselho Nacional da Associação PME-Portugal, é candidato a Bastonário da Ordem dos Advogados nas próximas eleições que terão lugar em Novembro.

Como razões da sua candidatura, António Vilar apresenta as seguintes: "porque o mundo mudou e a Ordem dos Advogados não; porque a degradação do sistema de justiça é insustentável; porque o estatuto do ético, cívico, social e jurídico dos advogados tem de ser urgentemente reabilitado e dignificado; porque é cada vez mais imperioso, num mundo inseguro, defender os direitos, liberdades e garantias de todos os cidadãos contra a prepotência de qualquer poder e dos todos poderosos".

■ POR: RICARDO ALENCASTRE, DIRECTOR GERAL DA ALENCASTRE.NET E COUNTRY MANAGER DA DYNAMICWEB SOFTWARE

E-commerce! Investir?

Já fui confrontado, por diversas vezes, com as mais variadas opiniões no que respeita ao investimento em soluções de "e-commerce". Há algumas semanas atrás, um meu amigo demonstrou alguma resistência e até cepticismo quando confrontado com uma proposta para "abrir" uma loja on-line.

Serenamente, ouvi argumentos como: "o x abriu uma loja e não teve qualquer retorno", "as pessoas têm medo de comprar on-line", "existe o problema da segurança", etc, etc, etc.

Como tal, achei que esta temática daria um excelente artigo no sentido de chamar a atenção dos empresários para um tema cada vez mais debatido nas reuniões de direcção das empresas.

Usualmente, tenho a sensação de que muitos dos nossos empresários têm uma ideia errada de como investir na Internet ou simplesmente não sabem como o fazer. Arrisco-me a afirmar tal porque tenho sido, por diversas vezes, confrontado com empresários que, apesar de quererem investir neste novo canal, não o fazem da melhor maneira.

Gostaria de começar por quebrar o mito de que basta ter um website para se "vender" on-line. A época em

que uma empresa disponibilizava uma simples página com um pequeno formulário e uma lista de produtos e "vendia" às centenas ou até aos milhares, já passou. Arrisco-me até a afirmar que provavelmente que nunca existiu. Os casos mais mediáticos de grande sucesso foram muito poucos, tendo em conta os milhões de empresas que têm presença on-line.

Ao abrimos um negócio "real", leia-se off-line, temos de planificar diversos factores tais como, estratégia, imagem, logística, tecnologia, entre outros. Ao fazê-lo na Internet deveremos utilizar a mesma lógica sendo que a diferença é unicamente o canal de negócio.

Da mesma forma que uma mostra ou um atendimento exemplar atrai a nossa atenção e até a nossa fidelização a um determinado estabelecimento, um site de e-commerce também tem de ser apelativo, profis-

sional e passar uma imagem clara do produto ou produtos que estamos a comercializar.

Temos de tentar quebrar o maior número de barreiras possíveis ao nosso utilizador. Tal implica investir em design, em ergonomia, em tecnologia e também, em publicidade, tal e qual como se de um negócio "normal" se tratasse.

Voltando um pouco ao princípio deste artigo e ao argumento da desconfiança na utilização dos meios de pagamento por parte dos compradores e utilizadores da Internet, devo dizer que tudo dependerá do segmento de mercado que pretendemos atingir.

Existem cada vez mais meios de pagamento seguros e fiáveis, quer para o empresário, bem como para o comprador.

Um outro factor, muito importante, que contribui para o sucesso de

um negócio on-line é o tecnológico. A escolha da plataforma tecnológica a utilizar é um assunto de elevada importância. Por muito que se planeje e invista, se a tecnologia falhar todo o investimento fica em risco.

Infelizmente, noto que muitos empresários não dão a devida atenção a este área, interpretando a aquisição de uma solução tecnológica como um custo ou mal necessário e não como um investimento que deverá oferecer garantias e que, consequentemente, deve ser protegido.

Existem as mais variadas ferramentas e soluções tecnológicas ao nosso dispor, no entanto chamo sempre a atenção para a necessidade de possuir soluções que permitam uma integração segura e eficaz com as diferentes "gateways" de pagamento disponíveis no mercado e que possibilitem uma fácil integração com a solução de gestão da empresa, entre muitos outros factores a ter atenção.

Tenho a certeza que o aspecto tecnológico deste meio que é a Internet é o que mais dificulta o investimento, pois é tudo muito "diferente" do mundo que consideramos "real" se bem que a Internet é um canal que merece ser considerado e explorado.

dynamicWEB®

Content Management System & E-commerce platform

www.dynamicweb.pt



F.C.S.

Equipamentos Industriais, Lda.



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

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



Bersandra

Indústria de Estofos, Lda.

Fábrica de Estofos e Comércio de Móveis Diversos
 Representante em Luanda e Lubango há 12 anos

Morada: Paços de Ferreira - Carvalhosa
 R. Nossa Senhora do Rosário, 749
 4590-055 Carvalhosa

Telefone: +351 255 964 562
 E-Mail: bersandra@mail.telepac.pt
 URL: www.bersandra.com



PME Banking

E S P A N H A

A solução que faltava às suas necessidades financeiras!

O Banco Santander e a PME-Portugal apresentam um Serviço Financeiro Integral para as empresas que desenvolvam ou pretendam desenvolver actividade com o mercado espanhol.

O melhor conjunto de produtos e serviços bancários adequados às necessidades financeiras das PME Portuguesas.

Venha conhecer o novo serviço da PME-Portugal

02 Outubro 2007 | 15 horas

Hotel Quality Inn Portus Cale

Av. da Boavista | Porto

Inscrições limitadas!

Tlf. 707 50 1234

Fax. 707 50 1235

E-mail: info@pmeportugal.pt

Inscrição on-line em www.pmeportugal.pt



 Santander

150
ANOS