jornaldasPME

Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Dezembro de 2006 | Ano III | Número 16 | 1,50 euros

■ ENQUANTO AGUARDAM POR UMA ESTRATÉGIA NACIONAL PARA O SECTOR

PME'S REMAM CONTRA A MARÉ

Com 2007 à porta, os pequenos e médios empresários fazem balanços e redefinem estratégias para o futuro. Perante a contínua divergência face à Europa, os empresários nacionais aguardam um novo ano estanque e de retoma que possibilite o lançamento de uma economia verdadeiramente desenvolvida. *Páginas 4 e 6*

COOPERAÇÃO *Última*

PME-PORTUGAL E CIP ASSINAM PROTOCOLO

Conscientes da necessidade de uma actuação associativa articulada, as duas entidades unem-se com o objectivo de fazer chegar os reais problemas das PME's junto do poder político.

BENCHMARKING *Páginas 10 e 11*

PME'S REVELAM AS SUAS BOAS PRÁTICAS

Empresários dotam as suas empresas de instrumentos e metodologias conducentes ao aumento da sua competitividade. Conheça alguns exemplos.

ESTUDO *Páginas 14 e 15*

ESTIMULAR O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Estudo desenvolvido pela PME-Portugal revela a necessidade de se continuar a estimular as mulheres a tornarem-se e manterem-se activas no mercado de trabalho.

JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, PRESIDENTE DA PME-PORTUGAL

Adeus 2006, próspero 2007

Estamos a acabar o ano. Até final de 2006, algumas empresas esperam ainda resolver questões fulcrais. O comércio espera vender o mais possível, as outras empresas aproveitam para arrumar a casa e fechar o ano. Muitas ainda lutam para pagar os seus compromissos. E outras, menos, estão a trabalhar em projectos para 2007 e anos seguintes.

Neste cenário de fim de ano, o Eurostat informa-nos que vamos descer para o vigésimo lugar da União Europeia. Continuamos mais pobres. O nível fiscal subiu para níveis assustadores, que empobrecem empresas e cidadãos. O aumento extraordinário da colecta fiscal, não tem sido acompanhado nem de redução do défice nem de redução de impostos.

Portugal, embora tenha efectuado reformas muito importantes na desburocratização, de que o "empresa na hora" foi prémio europeu de boas práticas, continua sem um plano estruturante de desenvolvimento. Continua sem extinguir organismos inúteis. Continua a permitir que na administração pública se passeiem pequenos caudilhos e sargentos que decidem o que está certo errado, o que pode ou não ser aprovado, independentemente das chefias. O que vale é que temos Primeiro-Ministro: pelos vistos, há muito que não tínhamos quem, de facto mandasse.

Nas empresas também temos que mudar hábitos. Aprender o que são timings, horas, deadlines. Aprender o sim e o não. Aprender a apostar e a saber ganhar e perder. Aprender a decidir depressa, a fazer mais e a falar menos. Aprender com os espanhóis, e com a velocidade com que bem ou mal, tomam decisões.

2006 fica marcado por uma coisa rara, como já não se via há uma década: estabilidade política – se bem que por vezes em coro forçado – entre Presidente, Primeiro-Ministro e reguladores importantes como o Governador do Banco de Portugal. Esta conjugação de optimismo injectado, pode e deve ser aproveitado para fazer reformas já em 2007.

Aproveitar o QREN para reformar, leia-se despedir e formar com subsídios os 200.000 excedentários da função pública.

Aproveitar o QREN, que é por definição para aplicar no Norte, no Centro e no Alentejo, para desenvolver de facto essas reuniões. E aqui o momento é, para descentralizar as decisões, ou não. E um Governo reformista, se é adepto de alguma regionalização, pode deve fazê-la transferindo as competências de gestão do QREN efectivamente para poderes regionais competentes e que não dependem por tudo e por nada do Ministro da tutela, que naturalmente está em Lisboa.

2006 marca ainda seguramente um ano recorde nas falências. De multinacionais que deslocalizam – eu previ isto em 2001 – até microempresas inviáveis que fecham. Já há claros sinais de menos empresas, não apenas pelas falências, mas pelo facto de que por exemplo na região Norte, abertura massiva de grandes superfícies, correspondeu a uma subida dos preços de bens alimentares e bebidas (e não à descida como seria de supor).

E porque a concorrência não devia ser apenas nas PME´s que actuam em Portugal ou no mercado global, exige-se para 2007 que tenhamos seriedade nos reguladores. O país não pode esperar um ano por decisões relativas a OPAs, nem pode esperar que os reguladores, sejam eles ANACOM ou Autoridade de Concorrência e congéneres se eximam de regular o mercado, as boas práticas, a protecção dos consumidores e pequenas empresas á mercê de contratos leoninos ou fornecedores únicos.

2007 pode esperar muito das empresas. Mas não convém que se abuse da exigência fiscal porque já é insuportável. E convém perceber que sem empresários confiantes não há investimento. E sem os 70% do PIB que estão nas PME´s não há mesmo investimento, emprego e retoma. Parece corporativismo mas não é: nunca é de mais lembrar isto a quem nos Governa e a quem nos regula. Sem os empresários das PME's, sem a confiança deles no país (no geral é baixa), não há mesmo retoma. Os outros, há muito que se fartaram e fazem investimento e até OPAs a partir de empresas sedeadas no estrangeiro. Porque será?

ASSOCIAÇÃO DAS PME-PORTUGAL

CONTACTOS

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

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

Delegação Centro
Edifício IPJ, Av. 25 de Abril
2400-265 Leiria
Tlf.: 244 825 882
Fax: 244 825 884
E-mail: leiria.apoio@pmeportugal.com.pt

Delegação Sul
Avenida António Augusto Aguiar, nº 100, 1º Drt.
Tlf.: 218 949 025
Fax: 218 949 027
E-mail: sofia.gomes@pmeportugal.com.pt

ficha técnica

jornaldasPME
Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Director: Joaquim Rocha da Cunha | ***Propriedade:*** PME-Portugal - Avenida João XXI - Nº 755, 1º Esq., 4715-035 Braga | Telefone: 707 501 234 | Fax: 707 501 235 | email: info@pmeportugal.com.pt | ***Redacção e Departamento Comercial:*** Avalanche d'Ideias - Rua André Soares 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:*** 30000 exemplares| ***Depósito Legal*** 225578/05 | Registo ICS: 124583 | Distribuição gratuíta aos associados da PME-Portugal | ***Preço de capa:*** 1,50 euros

■ SAIBA COMO CRIAR UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A sua empresa aos olhos do mundo

Comunicar a empresa é um factor decisivo para o sucesso de qualquer negócio. Daí que, criar uma estratégia de comunicação é um factor essencial para compreender, dar a conhecer e fazer vencer a sua empresa. No entanto, uma boa estratégia de comunicação depende de um bom planeamento. Nas próximas linhas damos-lhe algumas dicas e conselhos para que saiba como não passar despercebido aos olhos dos consumidores.

Antes de mais, faça uma análise à sua empresa e preste atenção em tudo o que a rodeia. Isto é, estude e conheça bem:

- A sua empresa ao pormenor: missão, parceiros estratégicos, visão geral do negócio, planeamento do que deseja no futuro;

- O mercado onde actua e qual a sua dimensão;

- Os clientes: hábitos de consumo, motivações para escolha de determinado produto e/ou serviço;

- A concorrência: maiores competidores, tipos de posicionamento. Reveja acções de comunicação passadas e compare;

- A sua linha de produtos e/ou serviços: contributo de cada um deles para os resultados da empresa, inovações importantes, política de preços face à concorrência, vantagens comparativas;

- Os canais de distribuição: importância relativa para a facturação da empresa e nível de eficácia;

- As vendas: analise objectivos, previsões, meios humanos e financeiros, mecanismos de avaliação da força de vendas. Faça um historial e analise também os resultados obtidos, os vários tipos de promoções e a sua relação com os instrumentos de comunicação acima referidos.

Após a recolha e análise desta informação, defina os alvos da sua comunicação, quais são os objectivos que pretende atingir, bem como os canais por onde irá passar a sua estratégia de comunicação (ver caixa). Não sendo uma realidade estática, qualquer estratégia de comunicação pode ser permanentemente ajustada, sempre que se justificar.

Normalmente, as empresas necessitam de apoio externo na elaboração de uma estratégia de comunicação. É aqui que surgem as empresas de comunicação e publicidade – parceiros estratégicos na definição da mensagem e meios a utilizar.

Misturar responsabilidade social com o negócio

Embora ainda existam muitas empresas que se intimidam quando se fala em responsabilidade social, saiba que é um importante factor de diferenciação em qualquer mercado.

Sem receio de ficarem mais expostas, por exemplo às críticas da comunicação social e mesmo até das ONG's (Organizações Não Governamentais), qualquer empresa que partilha e pratica valores de responsabilidade social, pode-os transmitir integrando-os na sua comunicação publicitária. Isto porque, ao posicionar-se no mercado como factor de diferenciação, revela estar a acompanhar a evolução do cidadão atento e que, para além de vender um produto e/ou serviço, demonstra que há questões com as quais também se preocupa.

Mas, o empresário não pode esquecer que esta estratégia apenas é credível se for, igualmente, coerente. De nada vale este empenhamento se o próprio desenvolvimento de responsabilidade social não se aplicar, continuadamente no tempo, a todas as áreas da empresa. No fundo, o empresário tem de apresentar uma transversalidade da sua conduta para que a publicidade comunique honestidade e verdade.

Então, quais são as estratégias de comunicação que divulgam a responsabilidade social?

- A publicidade a um produto;

- A publicidade que comunica os valores da empresa e/ou marca na área da responsabilidade social;

- A publicidade que comunica o que a empresa e/ou marca desenvolveu na área da responsabilidade social.

ALVOS DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

- Defina quem são as pessoas que compram e usufruem do seu produto e/ou serviço;
- Decifre quem poderá vir a ser os seus potenciais clientes;
- Defina os líderes de opinião, isto é, especialistas numa determinada área que podem influenciar directamente sobre o processo de decisão de compra. Médicos e professores são exemplos de líderes de opinião.

OBJECTIVOS DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

- Vender mais;
- Aumentar a notoriedade e reconhecimento da marca;
- Informar o mercado sobre um novo produto e/ou serviço;
- Dar a conhecer a empresa, produto ou serviço;
- Divulgar as suas vantagens face à concorrência;
- Conquistar novos clientes e fidelizar os já existentes;
- Aumentar a sua satisfação;
- Escoar produtos em stock; entre outros.

CANAIS DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Publicidade. De longe a ferramenta mais utilizada pelas empresas, adapta-se bem a alvos de grande dimensão, atingindo-os mais eficazmente para objectivos como a notoriedade e o estímulo à compra. As mensagens publicitárias, que devem sempre ser curtas e de fácil captação, podem ser divulgadas, por exemplo, através da imprensa, rádio, televisão e cartazes;

- Força de vendas. Muito provavelmente, a constituição de uma equipa comercial é a ferramenta mais completa, dado que permite adaptar permanentemente a mensagem a quem a está receber, ao mesmo tempo que possibilita uma comunicação nos dois sentidos;

- Marketing directo. Forte substituto da força de vendas sempre que o objectivo é informar, dar a conhecer novos produtos e/ou serviços, ou estimular a acção do cliente;

- Patrocínio. Claramente adequada à comunicação de qualquer empresa, esta ferramenta deve ser escolhida através da adequação entre público-alvo, evento e entidade que patrocina;

- Promoção. Pode gerar resultados a mais curto-prazo, já que responde a objectivos como o estímulo à compra, a experimentação e o escoamento;

- Merchandising. Por permitir interagir com o consumidor no local de compra, apresenta-se também como uma arma muito eficaz ao nível do estímulo, à compra ou à experimentação.

■ COM 2007 À PORTA, EMPRESÁRIOS CONTINUAM A REMAR CONTRA A MARÉ

Para quando uma Estratégia Nacional para as PME's?

Dezembro de 2006. Entramos na recta final de um ano marcado pelo pessimismo económico. Com um novo ano à porta, os empresários fazem balanços, redefinem estratégias para o futuro próximo, mas, sobretudo, mostram-se expectantes. Aguardam um 2007 estanque e de retoma que possibilite o lançamento de uma economia verdadeiramente desenvolvida.

Segundo Paulo Peixoto, empresário e vice-presidente da PME-Portugal, "os próximos tempos não se adivinham nada fáceis", já que "as dificuldades irão assentar na franja da economia e da sociedade que está mais desprotegida".

E é para contrariar esta tendência que sublinha a importância dos gestores em "encontrar mecanismos alternativos que permitam que as suas empresas se desenvolvam e se aguentem nesta onda de adversidades".

Mais um ano passou, e as micro, pequenas e médias empresas, continuam a viver num clima de insegurança e de desconforto. Tal como refere Paulo Peixoto, a viver num "país órfão do organismo que potencialize e apoie as exportações e que seja a muleta e a alavanca que as empresas tanto necessitam".

Em 2006, mais uma vez a grande parcela do investimento ficou guardado para "investimentos megalómanos e inoportunos" e a despesa pública continuou, "por mais equações e gráficos que se apresentassem para a disfarçar".

Consequência de tudo o resto, o desemprego apresentou-se, uma vez mais, como outra das variáveis que acentuou o pessimismo nacional.

"Há que ter força para remar contra a maré", salienta Paulo Peixoto", aconselhando os empresários a apostarem "naquilo onde realmente possamos ser diferenciadores, seja a qualidade e a prestação do serviço, seja a investigação e desenvolvimento, seja o marketing, entre outros factores".

Importante é também que os poderes decisores nacionais não descurem temas transversais onde se joga a competitividade futura das empresas portuguesas. Os empresários, questionados pelo Jornal das PME, apontam matérias tão diversas como a política fiscal, as políticas de desenvolvimento regional e as estratégias das Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional, ou mesmo até a eficácia do recurso aos tribunais enquanto agentes de justiça.

E para quando uma estratégia nacional para o desenvolvimento das PME's? Os pequenos e médios empresários aguardam que a determinação de um Governo ou de uma liderança seja mais firmemente transmitida aos agentes económicos. Não esquecendo a necessidade de, igualmente, definir uma estratégia e metas concretas e mensuráveis para o QREN 2007-2013 e a preparação da Presidência Portuguesa da União Europeia (a decorrer no segundo semestre do próximo ano).

"Em termos económicos, a economia não está muito boa. Mas, felizmente para a nossa empresa, embora com algumas dificuldades, tivemos um ano positivo. Notamos uma subida nas vendas, com algumas oscilações em meses mais fracos. Para fazer face à crise, dinamizamos mais a empresa, sobretudo apostando nos recursos humanos especializados.

Penso que 2007 não vai trazer novidades, vai-se manter tudo como está e a tendência será para piorar. Os portugueses vão continuar a comprar, mas vão endividar-se cada vez mais."

Ana Sofia Raposo
Inject Form
– Empresa de Plásticos

Tempo de balanço

Estevão Silva
Start Idea

Fazer um balanço do ano de 2006 revela-se uma tarefa mais contemplativa que elucidativa. Se fizermos uma síntese do que mais relevante teve efeitos no dia a dia de todos os agentes económicos podemos desde já concluir que foi um ano muito difícil, ora vejamos.

A nível internacional o ano de 2006 caracteriza-se por um abrandamento da economia norte americana, que neste ultimo trimestre acentua-se, caracterizado sobretudo pela sobrecarga dos custos associados ao esforço de guerra no Iraque e Afeganistão, queda na construção de casas novas e vendas de casas usadas, sendo estes últimos, dois grandes indicadores da pujança económica americana e claro o aumento do preço do petróleo. Não obstante este arrefecimento convém lembrar que para o norte americanos qualquer coisa abaixo dos 2,5% como taxa de crescimento do PIB é um sinal de arrefecimento. Podemos ainda destacar as taxas de crescimento de países emergentes tais como a Índia e Angola, ambas acima dos 8% mas que mesmo assim não conseguem bater a campeã, China, que continua a crescer a um ritmo espantoso de 10% não obstante o aumento do preço dos factores produtivos de que padecem as restantes economias mundiais. A China ultrapassou mesmo o Japão, no segundo lugar, em valores absolutos de investimento na rubrica de Investigação e Desenvolvimento. A América latina recupera lentamente de longos períodos de crise económica e social surgindo em cabeça de lista a Argentina que ainda a bem pouco tempo estava a braços com uma grave crise interna. De maneira geral os restante países do quadrante sul-americano acompanham, à boleia, a economia norte americana principal cliente de produtos e mão-de-obra que beneficia as economias regionais e locais.

Na Europa, o crescimento tarda em concretizar-se com força e determinação apesar de sinais animadores. A balança comercial europeia continua fortemente penalizada pela valorização da moeda europeia e pela entrada em força de produtos asiáticos, nomeadamente chineses. Apesar de um crescimento moderado a ameaça do aumento da taxa de inflação da Zona Euro obriga o Banco Central Europeu a rever continuamente a taxa directora Euribor que passou para os 3,5 pontos percentuais.

A nível nacional, o aumento do preço do petróleo, o aumento da taxa de desemprego bem como o fecho de empresas afectaram gravemente o desempenho do país. Só neste ultimo trimestre se avistam sinais de retoma com uma taxa de crescimento na ordem dos 1,5 a 1,7 pontos percentuais muito abaixo dos 2,5% da média Europeia e 3% da vizinha Espanha. O Ano de 2006 não esclareceu de maneira definitiva qual a ambição do país. Finaliza um quadro comunitário de apoio de que pouco soubemos tirar proveitos e já nos lançamos em aventuras com mega projectos (OTA e TGV) que certamente absorverão uma grande fatia das verbas do novo QREN (2007-2013) mesmo que indirectamente.

O ano de 2006 foi, para Portugal, um ano de divergência face à Europa, face ao Mundo. Continuamos a não dar a devida importância em aumentar a produtividade, a inovação nas empresas, o nível de formação escolar e profissional, o alívio dos encargos para empreendedores e PME's, ao acesso ao financiamento e, finalmente, as reformas profundas da Função Pública, da Justiça e da Segurança Social.

"Ao nível das vendas, sentimos uma estabilização em relação ao ano anterior. No entanto, registamos um aumento ao nível da exportação para a França e a Estónia. Tivemos um aumento de cerca de 50% nas nossas exportações. No entanto, tivemos de recorrer à importação da China para podermos ter uma maior gestão ao nível dos preços.

Pelos indícios do nosso mercado, contamos que 2007 seja pelos menos idêntico a 2006. De qualquer forma, iremos implementar algumas acções, seja ao nível da formação dos colaboradores, seja ao nível da criação dos próprios equipamentos. O objectivo é melhorar a capacidade competitiva da empresa."

José Augusto Castelo Branco
Jambel – Sociedade Industrial de Equipamentos Electrónicos

"O ano de 2006 foi para a nossa empresa tempo de recuperação de uma série de problemas que resultaram do final de 2005: dois clientes que não pagaram e outros dois que praticamente pararam de laborar.

No entanto, este ano, registamos algum crescimento. Isto porque procuramos novos mercados. Dado que operamos na área da moda, em desfiles, contactamos algumas empresas para realização de vídeos 'making off' sobre catálogos de moda, arranco assim com mais um serviço. Esta nova aposta permitiu compensar perdas e oscilações.

Tenho boas perspectivas para 2007, uma vez que a estratégia da empresa passa pela diversificação de serviços, pretendo abrir mais um no próximo ano. Já que trabalhamos em vídeo, iremos passar a implementar canais internos de televisão."

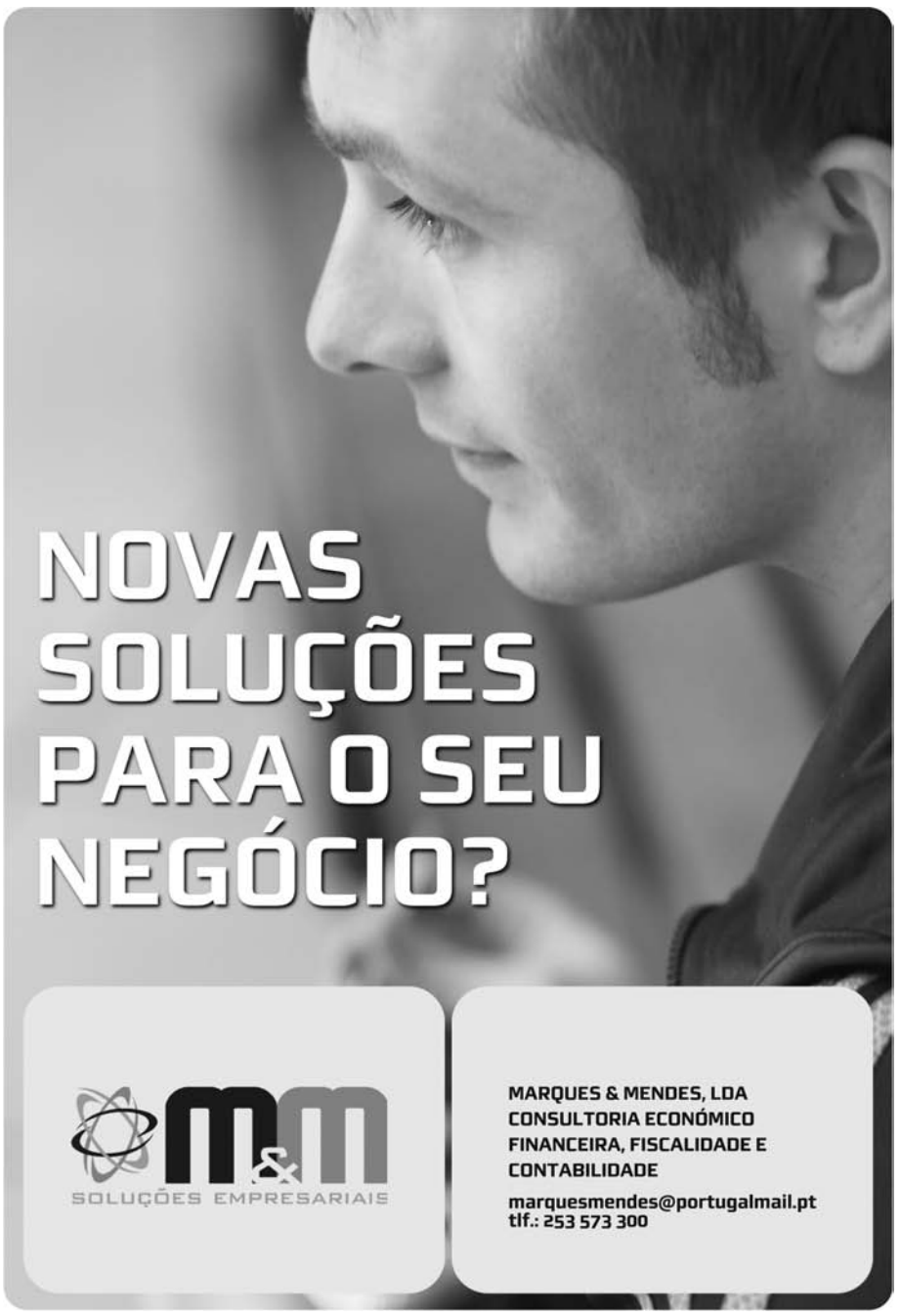
Jorge Nobre
2you – Produção de Audiovisuais

"Em 2006 triplicamos a facturação face ao ano anterior. Através da diversificação de clientes, conseguimos novos nichos de mercado. Embora esta subida estivesse dentro da previsão do plano de negócios, ultrapassou em 20% as nossas expectativas.

As medidas de combate à crise que adoptamos já vinham a ser preparadas desde 2005. E, neste momento, já nos encontramos a preparar 2007. Apostamos em novos mercados, novos clientes e aliámos a potencialidade das marcas com que trabalhamos ao mercado nacional.

Embora não prevendo um crescimento com a dimensão deste ano, calculamos que em 2007 possamos crescer 20% a 25%, através da solidificação dos actuais clientes, como da conquista de novos clientes, fruto da nossa abertura ao mercado nacional."

Miguel Ferreira
World Licensing – Soluções de Merchandising



NOTAS NEGATIVAS

• Desde 1986, Portugal sempre revelou ser ineficaz na aplicação dos fundos comunitários. Agora que termina o Quadro Comunitário de Apoio III e se avizinha, já a partir de 2007, o QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional, há que fazer uma análise rigorosa, exaustiva e justa ao que foi feito. Só desta forma se pode preparar a aplicabilidade do QREN para que não voltemos a cair nos mesmos erros. Mais importante do que não errar, é que os erros não se repitam por dolo ou por capricho. Portugal vive no embaraço de desenvolver um equilíbrio entre a absorção de fundos e a sua aplicabilidade. Contrariamente ao passado, será mais racional para Portugal absorver menos e gastar melhor. Uma dificuldade de eficiência que se prende com a capacidade de decisão política.

• Menos positiva é a evolução do PIB (Produto Interno Bruto), da despesa em I&D (Investigação e Desenvolvimento), da produtividade e da taxa de desemprego. Portugal gastou perto de 50 mil milhões de euros do Fundo de Coesão. Uma aplicação que teve fraco eco no crescimento da economia portuguesa, contrariamente à Irlanda e Espanha – os outros países que, a par de Portugal e da Grécia, foram os principais beneficiários dos fundos europeus dos últimos três QCA.

• Exceptuando Malta e Chipre, Portugal é o único país da União Europeia a dirigir a grande maioria das ajudas do Estado às empresas para sectores pouco amigos do crescimento. Excluindo pescas e transportes, do total dos 957 milhões de euros de ajudas do Estado às empresas, em 2005, apenas 26% foram destinados a objectivos horizontais como o ambiente, educação, PME's e Investigação e Desenvolvimento (I&D), contra uma média comunitária de 84%.

• Embora em termos globais a adesão à União Europeia não ter sido uma oportunidade perdida para Portugal, ficou por dar o salto mais importante: o da qualificação dos portugueses. É necessária uma inversão de prioridades – qualificar os portugueses e absorver recursos a favor da competitividade da economia.

• Apesar do Simplex e do Empresa na Hora (este último até valeu a Portugal um prémio europeu de boas práticas na desburocratização), os empresários nacionais continuam a sentir problemas que podiam ser facilmente resolvidos. Falamos da falta de mecanismos alternativos de financiamento e de insuficiente capital de risco e poucas garantias.

Adeus 2006...

Helena Marques
Consultora
Membro do Conselho Nacional da PME-Portugal

Nos dias de hoje, a única constante é a mudança e este ano representou para Portugal inúmeras mudanças… Se por um lado a expressão crise e "apertar o cinto" foi ouvida inúmeras vezes, por outro, vimos que indicadores relacionados com a venda de imóveis e de bens de luxo aumentavam drasticamente. Foi portanto mais um ano de disparidades, de extrema riqueza vs extrema pobreza. No sector empresarial, assistimos a um aumento da produtividade, das exportações, do número de empresas…Mas em contraste, muitas outras fecharam, as importações aumentaram ainda mais do que as exportações…Deste modo, pode dizer-se que o ano de 2006 mostrou um Portugal economicamente vivo, com vontade de lutar, mas com obstáculos bem reais e difíceis de ultrapassar. Espera-se que em 2007 as mudanças sejam bem mais positivas e reflictam uma melhoria significativa da qualidade de vida e, mais concretamente no que nos diz respeito, que as Pequenas e Médias Empresas, que são o motor da economia nacional, sejam objecto de um acompanhamento mais presente e permanente. Na economia, como em tudo na vida, o efeito bola de neve está bem visível. Com as PME´s a trabalhar nas melhores condições, consegue gerar-se mais emprego, mais investimento, maior rentabilidade, tornamos o país mais atractivo ao Investimento Estrangeiro e partiremos para o exterior com maior sustentabilidade.

A melhoria da economia também depende de cada um de nós, por isso, entremos em 2007 com a esperança de um ano melhor e com vontade de trabalhar sempre mais para que a economia Portuguesa entre de uma vez por todas na tão esperada retoma.

Bom Ano para todos.

INSCRIÇÕES ABERTAS PARA AVEIRO E LEIRIA

Cursos Educação e Formação de Adultos

A PME-Portugal abriu inscrições para os cursos EFA (Educação e Formação de Adultos). Trata-se de uma oferta de educação e formação profissional para adultos desempregados, a partir dos 18 anos, que têm níveis baixos de escolaridade e fraca qualificação profissional.

Estes cursos actuam em duas vertentes, dando uma dupla certificação, escolar e formativa profissionalizante, e correspondem aos 6º e 9º anos e aos níveis I e II de qualificação profissional.

Assim, a PME-Portugal tem previsto, para arrancar durante o mês de Janeiro, três acções de formação:

Ovar
Logística e Armazenagem
– equivalência ao 6º ano
Operador de Estações de Tratamento de Águas (ETAR´S) – equivalência ao 9º ano

Leiria
Operador de CAD/Construção Civil
– equivalência ao 9º ano

Para mais informações e inscrições:
PME-Portugal
Tlf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
E-mail: info@pmeportugal.com.pt

■ EMPRESÁRIOS ADOPTAM NOVAS SOLUÇÕES PARA CONTRARIAR TENDÊNCIA

Sector do comércio em crise

Nos dias de hoje, a actividade económica apresenta-se cada vez mais globalizada. E, sem dúvida alguma, que o comércio é um elemento essencial para o bom funcionamento do mercado. Isto é, sem comércio não há economia e muito menos mercado. Os empresários do comércio desempenham uma função essencial na economia, uma vez que é através da sua iniciativa que não só criam e desenvolvem canais para a troca de bens e serviços entre produtores e consumidores, como transmitem informação sobre as características do mercado e as tendências da procura. Vamos então conhecer alguns dados sobre o sector do comércio em Portugal, bem como dar a palavra a quem melhor o conhece: os empresários.

	Bento Correia Bento Correia – Mediação Imobiliária	Isabel Teixeira Ideias & Soluções Atelier de Ofertas e Eventos	José Carlos Bramédica - Material Cirúrgico e Hospitalar
COMO ANALISA, ACTUALMENTE O SECTOR DO COMÉRCIO?	"Na área imobiliária, considero que estamos a atravessar uma fase de transição. Embora de continue e a vender e a comprar, nunca mais será com tanta facilidade como antes. O mercado está a tornar-se mais maduro. Quem compra está mais esclarecido, é mais exigente, sabe o que quer. E quem vende já tem de ter o produto totalmente adequado para satisfazer o comprador."	"Penso que o sector do comércio está em crise, dado que se nota uma queda nas vendas, com os clientes constantemente a fazerem contenção de custos."	"O sector está em crise e assim vai continuar, essencialmente pela falta de dinheiro. Apesar de esta não ser uma instabilidade só nacional, mas mundial, fez com que houvesse uma paragem em termos de investimento. Hoje em dia, as pessoas só compram quando é estritamente necessário."
EM RELAÇÃO ÀS VENDAS, NOTA ALGUM DECRÉSCIMO?	"Ao excesso de oferta existente em todo o país, tem acrescido uma queda nas vendas. O mercado está a caminhar para necessidades anuais que rondam as 60 mil habitações/ano. Antes vendia entre 100 a 120 mil habitações/ano"	"Embora a Ideias & Soluções apenas esteja no mercado desde Outubro deste ano, como nos encontramos em plena época natalícia não estamos a sentir grandes oscilações nas vendas. Mas, acredito que se estivéssemos noutra época estaríamos a vender mais."	"Temos sentido uma queda na ordem dos 15% a 20%, mesmo em relação aos nossos principais clientes que são as clínicas médicas."
QUAIS AS PERSPECTIVAS PARA O FUTURO?	"No futuro continuaremos a trabalhar dentro da estatística das 60 mil habitações/ano. O mercado apresentar-se-á mais exigente e esclarecido e, portanto, não irá aumentar mais do que aquilo que temos. Embora acredite que se venha a registar um ligeiro aumento ao explorar-se o sector da segunda habitação."	"Acredito que a situação económica dos portugueses vai mudar e por isso mesmo continuarei a inovar. Dado que comercializo produtos 'gourmet', a minha aposta é em produtos de muita qualidade e que não sejam de grandes superfícies. E como complemento esta área do comércio com a organização de eventos, a aposta vai para festas temáticas, workshops, mais pessoais e personalizados, como por exemplo jantares românticos na própria habitação do cliente. No fundo, eventos que se desviem do que existe no mercado e seja tradicional."	Esperamos que venham 'bons ventos'. Temos alguns negócios em perspectiva, mas ainda iremos aguardar mais algum tempo. Creio que neste momento começa a haver algum optimismo, o que é bom para todos."

IMPORTÂNCIA DO SECTOR TERCIÁRIO E DO COMÉRCIO PARA A ECONOMIA NACIONAL

- 62,7% do Produto Interno Bruto (PIB)
- 54,0% da Formação Bruta do Capital Fixo
- 79,2% do Investimento Directo do Exterior em Portugal
- 94,6% do Investimento Directo de Portugal no Exterior
- 57,6% da População Activa Empregada
- 52,4% da população Desempregada

Fonte: Direcção-Geral da Empresa

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS EM PORTUGAL

2000 – 198.623
2001 – 197.839
2002 – 203.434
2003 – 204.672
2004 – 207.184
2005 – 209.341

Fonte: Direcção-Geral da Empresa

EVOLUÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS AO SERVIÇO DO COMÉRCIO PORTUGUÊS

2000 – 722.800
2001 – 752.300
2002 – 769.100
2003 – 765.400
2004 – 782.100
2005 – 772.900

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

EMPRESÁRIOS DÃO NOTA POSITIVA À INICIATIVA

Encontros informais de negócio são um sucesso

A PME-Portugal promoveu mais dois Networking Day, no Porto e em Braga. Durante estes encontros informais que reuniram mais de uma centena de empresários, os participantes tiveram a oportunidade de apresentar as suas empresas, trocar contratos, expor problemas, esclarecer dúvidas e, sobretudo, fazer negócios. Os empresários que têm participado nestes encontros são unânimes quanto à importância deste género de reuniões, uma vez que possibilitam às PME's tornarem-se mais unidas para enfrentarem os obstáculos que diariamente lhes são colocados.

"É com o maior prazer que informo que, apenas dois dias após o encontro, realizei uma parceria com uma empresa presente (…), tendo inclusivamente realizado um negócio de 65.000,00 euros. Por isso, os meus agradecimentos pelo evento e só espero que os mesmos se voltem a realizar com uma periodicidade não muito longa".

João Duarte
JD – Consultores

"Foi um prazer poder estar com parceiros e amigos de negócios, cuja experiência e vivência profissional, quando utilizada com lealdade, transparência e amizade, resulta numa mais valia inquantificável".

Ferraz Cardoso
Europa – Viagens e Turismo

Qualifique a sua empresa!
programa gestores pme
Acolha na sua empresa estagiários nas áreas:
Gestão da Qualidade | Gestão da Segurança e Higiene do Trabalho*
Para mais Informações
PME-Portugal – Gestores PME
Rua André Soares, 129, 1º Esq.
4715-002 Braga
Telf.: 707 50 1234
Fax: 707 50 1235
info@pmeportugal.com.pt
Com o apoio:
Contempla vertente opcional de especialização em HACCP

LICENCIATURA

- **Curso Superior de Gestão Imobiliária***

1º ciclo de 3 anos conforme Processo de Bolonha

CEPI
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

18º Aniversário

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**

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

■ PEQUENOS E MÉDIOS EMPRESÁRIOS REVELAM BOAS PRÁTICAS

Empreender com qualidade

Dotar as empresas de instrumentos e metodologias conducentes ao aumento da sua competitividade tem sido um dos principais objectivos do Programa PME XXI, promovido pela PME-Portugal. Recentemente, no decorrer da conferência "Empresas: que futuro?", empresários que aderiram a este programa foram testemunhos concretos de boas práticas que podem ser seguidas por outras empresas.

■ *Mais de uma centena de empresários assistiram à conferência "Empresas: que futuro?"*

José Quintanilha Porlogis – Trânsito e Logística

"A Porlogis, resultado de uma 'joint-venture' entre três parceiros (um nacional com a quota maioritária, um finlandês e um alemão), iniciou a sua actividade em 2002. Desde então tem registado uma evolução crescente, aproveitando os nichos de mercado já existentes com esta parceria e com toda a rede de contactos que existia e foi sendo desenvolvida.

Em resultado da estreita relação com a PME-Portugal, a Porlogis irá desenvolver nos próximos dois anos um programa de formação. Isto porque, para os responsáveis da empresa, a formação é fundamental para a actualização e a manutenção das competências.

A Porlogis tem também beneficiado de apoio ao nível da consultoria no âmbito da qualidade. Em 2005 iniciou o processo de certificação, segundo a Norma ISO 9001:2000. Tendo agora no final de 2006 alcançado a certificação nas suas três áreas de actuação: transportes terrestres, carga aérea e carga marítima, e logística.

Outro aspecto que ressalta da gestão da Porlogis é a cultura da empresa. Através da aplicação de diversas acções e procedimentos, tem-se verificado uma motivação extraordinária que se reflecte nos resultados líquidos no final do ano. A Porlogis começa a funcionar por meios próprios. Uma estabilidade que permite pensar no futuro em novos negócios, muitos dos quais já a ser trabalhados e preparados.

Nota-se uma satisfação nos colaboradores e nos parceiros de negócio que, em última instância, se reflecte na satisfação dos clientes – o alicerce fundamental para o futuro.

De referir, por último, que a Porlogis está num processo de certificação de segurança aeronáutica como expedidor reconhecido, tornando-se pioneira entre as empresas nacionais, a este nível.

Luísa Silva Bersandra – Indústria de Estofos

Constituída em Janeiro de 2000, a Bersandra veio dar continuidade à actividade de fabrico de estofo que os seus proprietários já vinham a exercer desde 1981. A partir de 2003, a empresa alargou a actividade à comercialização de mobiliário.

Actualmente a atravessar uma fase de crescimento quer ao nível do aumento de funcionários, como de volume de negócios e expansão do mercado onde actua, a Bersandra irá, em 2006, ultrapassar os 2 milhões e 500 mil euros de facturação.

A actuar nos Palop's (55%) e Portugal (35%), a Bersandra encontra-se a desenvolver o mercado europeu, sem nunca pensar em deixar o mercado nacional por entender que é a sua fonte de trabalho e de segurança.

A constante preocupação em melhorar e em inovar permanentemente levaram os seus responsáveis à certificação da qualidade. Isto é, procurar a melhoria contínua do produto e do processo de fabrico.

Uma opção que é igualmente factor social, dado que a certificação transmite segurança e qualidade aos clientes, tornando a Bersandra um factor de escolha.

E já se registam mudanças: os colaboradores estão mais qualificados e motivados, preocupação com questões ambientais, melhoria no processo de montagem, melhoria das condições de trabalho, melhoria das infra-estruturas, entre outras.

A realização deste processo de certificação está a permitir perceber o quanto era necessária esta melhoria para um melhor desempenho e desenvolvimento da empresa.

Domingos Calado Clínica Dentária Morais Calado

Hoje, é o cliente que dita as regras, pelo que são as empresas que têm de se adaptar. Daí a preocupação da Clínica, ano após ano, em proporcionar as melhores condições de atendimento

A acção de formação profissional implementada através da PME-Portugal começou logo a dar os seus frutos porque os colaboradores passaram a estar muito mais motivados, mais interessados e a trabalharem mais em equipa.

E, hoje, trabalhar em equipa é muito importante porque faz as pessoas produzirem mais, andarem mais satisfeitas e sentirem que os seus objectivos estão a ser cumpridos.

Francisco Pereira Vemataco – Sociedade de Representações

Empresa que se dedica à comercialização de materiais e equipamentos para a execução de pavimentos em madeira e revestimentos, a Vemataco sentiu a importância que o Programa PME XXI iria ter no seu futuro.

Após o diagnóstico realizado, a empresa conseguiu encontrar muita clareza relativamente às correcções que teria de realizar no sentido da sua reestruturação. Isto porque ao estar direccionada para o mercado da construção – que como todos sabem entrou numa fase de alguma ruptura – a Vemataco sentiu a necessidade de uma reestrutura mais profunda.

Assim, os responsáveis da empresa fizeram uma racionalização dos produtos comercializados, tendo-o conseguido de uma forma mais ou menos homogénea e percebido que tem a possibilidade de alongar a oferta da gama de produtos.

Neste momento, a Vemataco procedeu ao registo de uma marca própria e meia dúzia de produtos já foram adequados à área doméstica, da bricolage e da manutenção.

Mas, ainda outras acções serão implementadas no futuro, fruto do diagnóstico efectuado há relativamente pouco tempo.

Recrutamento/ Selecção
Formadores/ Consultores

ipme
INSTITUTO PME

CÓDIGO	ÁREA DE ACTUAÇÃO DE PROJECTOS	LOCAL PREFERENCIAL
A_07	**ETAR's (Estações de Tratamento de Águas Residuais):** - Operações Básicas; - Controlo; - Operação e Manutenção;	Porto, Ovar
B_07	**Logística e Aprovisionamento**	Porto, Ovar
C_07	**Sistemas de Informação e Comunicação:** - Webdesign e Multimédia; - Macromedia (Dreamweaver, Flash,...) - AutoCAD 2D e 3D; - Base de Dados e SPSS; - Soluções na óptica do utilizador;	Todos
D_07	**Desenho Assistido p/ Computador – CAD p/ Construção Civil:** - Tecnologias de Construções e Aplicações; - Desenho de Projectos de Arquitectura; - Desenho de Estruturas, Redes e Instalações;	Leiria
E_07	**AQS** (Amb., Qual. e Seg.- Hig. no Trabalho) e **HACCP**	Todos
F_07	**ADR** (Transporte de Materiais Perigosos)	Todos
G_07	**Gestão de Empresas, Financeira, Comercial & Marketing**	Todos
H_07	Outras (línguas estrangeiras)	Todos

Requisitos
Habilitações de Nível Médio e/ou Superior;
Preferência experiência profissional, mínima, na área de 2 anos;
Áreas Geográficas preferenciais de Braga, Porto, Ovar, Leiria, Lisboa.

Nota
Solicita-se o envio de Carta de Apresentação com motivos de candidatura, CV com fotografia e Certificados de Habilitações (CAP de formador, se possível) para Apartado 3071, 4711-906 Braga

■ GESTÃO DE SST TRAZ MELHORIAS SIGNIFICATIVAS ÀS EMPRESAS

A responsabilidade social da segurança e saúde no trabalho

Segundo o consultor Jorge Mendes, "as empresas de futuro serão aquelas que têm responsabilidade social". E explica: "responsabilidade social na perspectiva de que têm qualidade com produtos que respondem às expectativas e aos requisitos do cliente e com uma gestão de processo eficiente".

Mas não só, a responsabilidade social passa igualmente pelo respeito pelas questões ambientais e, nessa perspectiva, "que tenham produtos ecológicos, uma gestão de recursos eficiente" e, sobretudo, "tenham boas práticas do ponto de vista ambiental".

Essencial neste domínio da responsabilidade social é também a área da segurança e saúde no trabalho, "reduzindo os riscos associados ao produto, ao processo e à saúde e segurança dos trabalhadores".

Assim, ao basear-se na gestão da prevenção, o sistema de gestão de segurança e saúde no trabalho (SGSST) surge como "a ferramenta ideal para a implementação de medidas preventivas, dotando as empresas de meios de gestão dos aspectos de segurança e saúde no trabalho de uma forma estruturada", sustenta Jorge Mendes.

E "quando acompanhado por uma nova cultura que considera a segurança e saúde no trabalho um dos factores essenciais na avaliação do desempenho da empresa", o SGSST traz "melhorias significativas nas condições de trabalho".

■ *Reduzir os riscos profissionais é cada vez mais um imperativo para as empresas*

Nunca esquecendo que "criar uma cultura de empresa é envolver toda a gente, empresários e trabalhadores", ao implementar um SGSST, a empresa estará não só a "reduzir riscos de acidentes e de doenças profissionais e a reduzir custos (indemnizações, seguros, prejuízos de acidentes de trabalho, perda de dias de trabalho) ", mas também a "melhorar a imagem da empresa perante o mercado, autoridades e sociedade". Tudo isto "graças a um comportamento responsável perante o seu pessoal".

Outras das vantagens passam, segundo Jorge Mendes, pela "diferenciação em relação à concorrência, evidência do cumprimento da legislação, motivação dos trabalhadores com a promoção de um ambiente de trabalho seguro e saudável, mudança de culturas, e acesso a mercados e clientes cada vez mais exigentes e selectivos, principalmente para a exportação".

GESTÃO DA SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO: O QUE É?

- Uma maneira definida e organizada de controlar os riscos a que a empresa expõe os seus trabalhadores;
- Uma forma de demonstrar às partes interessadas que a empresa tem um sistema de gestão para diminuir continuamente os riscos de acidentes e doenças do trabalho;
- Uma forma simples de colocar a empresa no rumo do desenvolvimento sustentado;
- Uma forma de reconhecimento pelo mercado mundial do sistema de gestão de saúde e segurança das empresas certificadas em HSST.

CERTIFICAÇÃO DE UM SGSST

A implementação de um sistema de gestão de segurança e saúde no trabalho pode ser certificada pela norma NP OHSAS 18001 ou NP 4397. O que permite à empresa ter o seu sistema reconhecido por uma entidade certificadora, à semelhança do que acontece com outros sistemas de gestão mais conhecidos – a ISO 9001 ou ISO 14001.

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

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

EM RESULTADO DA SUA EXPOSIÇÃO À ECONOMIA GLOBAL

Têxtil e vestuário em profunda transformação

Os constantes encerramentos por parte das fábricas ligadas à indústria têxtil e do vestuário (ITV) são o espelho do mal-estar económico, e sobretudo social, que existe em Portugal. Encerramentos esses, na sua maioria, fruto da forte concorrência dos mercados asiáticos. O Jornal das PME conversou com alguns empresários da ITV e tentou perceber o porquê desta situação e o que estão as PME's nacionais do sector a fazer para dar a volta à situação.

Concentrada sobretudo no Norte do país, a ITV é maioritariamente constituída por pequenas e médias empresas que lutam para se adaptarem aos novos ambientes de mercado e ao aumento da competitividade, quer através da criação de novas marcas e de canais de distribuição próprios, quer através de novos materiais e de novos processos de produção.

De extrema importância para o sector nacional, este sector de actividade representa cerca de 15% das exportações portuguesas, 26% do emprego e 11% de toda a indústria de manufacturação.

Augusto Pacheco, proprietário da Texpac – Sociedade Industrial e Comercial de Acessórios Têxteis, considera a existência de "uma profunda transformação no sector e uma redução, cada vez mais contínua, do número de empresas a laborar".

EXPORTAÇÃO ABSORVE MAIS DE 50% DAS VENDAS

De acordo com os mais recentes dados, ao longo de 2005, o volume de negócios da ITV caiu significativamente, atingindo os 6.537 milhões de euros – uma queda de 11,2% face a 2004.

Sendo uma indústria em que a exportação absorve mais de metade das vendas, o aumento da concorrência nos mercados de destino dos artigos nacionais reflecte-se no volume de negócios, agravando a tendência descendente que se verifica desde 2001.

Associados a este decréscimo encontram-se factores ligados à inovação tecnológica, à perda de competitividade das empresas que apostam em mão-de-obra de baixo custo, ao aumento de trabalhadores afectos a outras áreas e à racionalização da estrutura de custos da empresa.

À semelhança do que se verifica nos principais produtores da União europeia, também se prevê que em Portugal se prolongue pelos próximos anos a redução de efectivos afectos à ITV.

À frente da única empresa em Portugal que produz um tipo específico de material para o têxtil, o empresário aponta o dedo à forte concorrência internacional e indica que uma das soluções possíveis para combater a extinção, quase total, do têxtil nacional, passa pela "imposição de quotas aos grandes produtores e exportadores asiáticos".

Tendo como principal mercado o nacional, a Texpac encontra-se numa situação crítica, "prevendo-se a curto-médio prazo o encerramento da empresa que, devido aos sucessivos encerramentos de fábricas têxteis, é directamente atingida", lamenta o empresário.

Também António Ressurreição, administrador da SICI 93, explica as profundas alterações do estado da ITV como resultado da "exposição da indústria têxtil e do vestuário à economia global e ao facto de ser uma actividade económica apetecida pelos países em vias de desenvolvimento".

Produtor de 'casual fashion', roupa de bebé e têxteis-lar, o empresário considera as deslocações das empresas para o estrangeiro "como uma questão perigosa", sublinhando que "o grande desafio que se coloca à gestão das empresas, ao Governo e a todos os cidadãos é como criar mais valor nas nossas actividades, nas nossas empresas e no nosso país".

Talvez pela sua produção se basear em almofadas de descanso, a Bola 'Algodão parece não sentir de modo significativo os efeitos da crise. Segundo o seu administrador, Jerónimo Ribeiro, "o sector ainda se encontra desequilibrado, mas desde Fevereiro deste ano que tem registado melhorias".

Face à concorrência, o empresário salienta que "a China é um forte concorrente e muito prejudicial à nossa indústria", mas acrescenta que só o continuará a ser preocupante para os produtores de baixa qualidade. "Os fabricantes de produtos de gama média e alta não têm de temer os chineses".

Consulte um dossier completo sobre a ITV em www.pme.online.pt

O DIREITO E A PRÁTICA

Dever de ocupação

ANTÓNIO VILAR
* Advogado, Professor Universitário

Desde que regressei de férias, no Verão, não tenho trabalho para executar na empresa de que sou trabalhador. Na verdade não me é entregue nada para fazer, já fui mandado para casa alguns dias, não tenho local certo para ocupar na empresa, ninguém fala comigo e até o computador que antes utilizava deixou de me estar disponibilizado. Recebo, porém, normalmente o meu salário.

Que fazer?

Estamos perante uma pretensa violação, pelo empregador, do dever de ocupação efectiva do trabalhador que o Código do Trabalho prevê no artigo 122º alínea b) mas que, já antes, era aceite pela doutrina e sancionada pela jurisprudência. Segundo tal norma, é proibido ao empregador "obstar, injustificadante, à prestação efectiva do trabalho".

O empregador tem, pois, o dever de ocupar efectivamente o trabalhador dando-lhe condições materiais e organizatórias bastantes para que este exerça, nos termos contratados, a sua prestação laboral, sendo que a tal dever do empregador corresponde um direito do trabalhador. Este direito está intimamente relacionado com interesses elementares do trabalhador que têm, de resto, acolhimento no ordenamento constitucional – o direito à sua realização enquanto pessoa humana, o direito à dignidade, o direito ao bom nome e reputação, entre outros (CRP artigos 59º n.º1 alínea b) e artigo 26º n.º1).

O dever de ocupação efectiva que impende sobre o empregador tem de ver ressalvadas, porém, certas situações excepcionais em que circunstâncias objectivas justifiquem a não ocupação efectiva do trabalhador. Será o caso de encerramento temporário da empresa, a absoluta falta de trabalho (p.ex. encomendas) e outras situações equivalentes. Aqui haverá que ver, caso a caso, se a não atribuição ao trabalhador de uma ocupação efectiva se justifica, ou seja, se viola, ou não, o princípio da boa-fé a que as partes estão sujeitas. Se a não ocupação efectiva do trabalhador tem por objectivo castigá-lo ou, de algo modo, prejudicá-lo será inaceitável à luz daquele princípio da boa fé. Já será aceitável se resultar de facto não imputável ao empregador.

Quando, injustificadamente, o trabalhador seja privado do seu direito a exercer efectivamente uma actividade, poderá suscitar em tribunal a apreciação da situação e, designadamente, pedir a condenação do seu empregador a pagar-lhe uma sanção pecuniária compulsória ("meio de coerção indirecta e psicológica, pronunciado para o futuro, a fim de induzir o devedor a cumprir e de prevenir o ilícito ou a sua repetição" – Calvão da Silva), tipicamente uma quantia em dinheiro por cada dia (ou semana, ou mês) de incumprimento. Além disso o trabalhador ofendido no seu direito a exercer uma actividade efectiva poderá, também, pedir a resolução do contrato de trabalho, por sua iniciativa, nos termos do disposto no artigo 441º do Código do Trabalho. Aqui se prevê, com efeito, que constitui justa causa de resolução do contrato de trabalho, pelo trabalhador, nomeadamente, a violação culposa das garantias legais do trabalhador. É o caso.

Constitui, também, contra-ordenação muito grave a violação por parte do empregador da garantia do trabalhador a uma ocupação efectiva.

Por fim, verificando-se os pressupostos legais, o trabalhador poderá obter uma indemnização por danos não patrimoniais que a conduta do empregador lhe possa ter causado. Tal indemnização assenta no disposto no artigo 483º do Código de Civil e o seu montante há-de ser fixado tendo em conta a culpabilidade do empregador, a sua situação económica e a do trabalhador e as demais circunstâncias do caso, sobretudo os danos (morais) causados e a sua gravidade (artigo 496º n.º1 do Código Civil e artigo 436º n.º1 do Código de Trabalho, sobre o direito a indemnização por danos não patrimoniais). Releve-se, no transe, os sofrimentos que o trabalhador tenha passado devido à privação do trabalho, designadamente resultantes da situação vexatória e humilhante daí decorrente perante o seu contexto familiar, roda de amigos e, ainda, colegas de trabalho.

■ ESTUDO REVELA PROPOSTAS DE ACTUAÇÃO PARA A PROMOÇÃO DA DINÂMICA EMPRESARIAL DAS MULHERES

Empreendedorismo feminino deve ser estimulado

Estimular as mulheres a tornarem-se e a manterem-se activas no mercado de trabalho, através da combinação integrada de medidas de promoção da sua participação no mercado de trabalho, bem como apoiar projectos de transmissão intergeracional das PME's às mulheres, foram duas das conclusões-chave do estudo promovido pela Associação das PME-Portugal.

Desenvolvido no âmbito do projecto "Centro PME-Mulher", o estudo "PME's: objectivos de competitividade versus responsabilidade social dos recursos humanos" foi recentemente apresentado perante uma plateia de mais de meia centena de empreendedores e empresários, na sua maioria mulheres.

Em mais uma iniciativa sobre empreendedorismo promovida pela PME-Portugal, os promotores do Centro PME-Mulher reuniram no auditório da OPEN – Associação para Oportunidades Específicas de Negócio, na Marinha Grande, um conjunto de diversas entidades e individualidades.

Quer a presença de Almeida Henriques, presidente do Conselho Empresarial do Centro, e de Joaquim Cunha, presidente da PME-Portugal, quer as intervenções de Nuno Prata e Joaquim Martins, por parte da OPEN e de Paula Alves, vice-presidente da CIDM – Comissão para a Igualdade dos Direitos das Mulheres, bem como o testemunho de Álvaro Cardoso, responsável pelo IEFP da Marinha Grande, contribuíram para um amplo debate sobre o empreendedorismo em Portugal, com particular destaque na região Centro.

Para além dos contributos dos representantes da OPEN e da CIDM, durante a sessão foram apresentados os testemunhos de algumas empreendedoras. Entre as quais, Maria Margarida Pacheco que criou a MBP – Prestação de Serviços com o apoio do Programa Empreendedoras PME, promovido pela PME-Portugal.

Segundo esta empreendedora, "A PME-Portugal ensinou-me os passos para a criação deste negócio, aconselhando-me o caminho mais correcto que deveria tomar". E agora que se tornou empresária aconselha a todos a nunca deixarem de "lutar pelos vossos sonhos, nem baixem os braços quando surgirem obstáculos. Não é fácil, temos de ir ao encontro das coisas e nunca ficarmos à espera que venham ao nosso encontro".

REGIÃO CENTRO: PÓLO DINÂMICO DE EMPREENDEDORISMO

António Almeida Henriques, presidente do Conselho Empresarial do Centro, salienta a importância de "termos ideias e termos a capacidade para as colocar em prática e as podermos resolver". Acrescenta ainda que há que solucionar a questão de no nosso país "apenas um em cada três jovens constituir a sua própria empresa", contrariamente ao que acontece no resto da Europa e nos Estados Unidos, onde os índices de empreendedorismo são mais elevados. Embora o Centro de Portugal se apresentar, nos últimos anos, como "das regiões com capacidade mais empreendedora", Almeida Henriques acredita que os portugueses são capazes de dar a volta. "Podemos enumerar dezenas ou centenas de casos de portugueses bem sucedidos no estrangeiro", sublinha Almeida Henriques, lançando a questão: "Se nós somos bem sucedidos lá fora e se alguns de nós aqui no nosso trabalho temos sido bem sucedidos, então porque não desejarmos que haja ainda mais?".

Também Nuno Prata, coordenador executivo da OPEN – Associação para Oportunidades Específicas de Negócio, afirma que "a região Centro é, hoje, em Portugal, o pólo mais dinâmico em termos de empreendedorismo e em termos de novos projectos e de instituições de apoio ao empreendedorismo".

A região Centro tem uma vasta rede de incubadoras, cada uma com a sua especificidade e localização. Razão mais do que suficiente para que "venham a surgir cada vez mais novas iniciativas empresariais com grande potencial e que contribuam para o desenvolvimento económico do nosso país", sublinha Nuno Prata.

Por seu lado, Joaquim Martins, administrador da OPEN, refere que "a nossa missão passa pelo estímulo, sensibilização e promoção do empreendedorismo e da inovação". No entanto, é sua convicção que "existe ainda um longo trabalho de união de esforços e desenvolvimento de sinergias entre os diversos actores para que tudo resulte e se torne mais efectivo".

Joaquim Martins realça a importância do empreendedorismo feminino ao afirmar que "hoje, é felizmente uma realidade em crescimento", pelo que "assistimos a excelentes casos de sucesso de empresas lançadas por mulheres".

Mecanismos insuficientes de apoio social afectam competitividade

Joaquim Rocha da Cunha, presidente da PME-Portugal, realça o papel que a Associação das PME's tem desenvolvido no campo do empreendedorismo, destacando a taxa de sucesso de criação de empresas, na ordem dos 40%, pelas pessoas que têm integrado os programas de apoio à criação do próprio negócio promovidos por esta entidade.

Joaquim Cunha sublinha ainda que, "mais do que o termo empreendedorismo estar na moda, é importante que isso se reflicta em coisas concretas", ou seja, "incubadoras, como esta onde hoje nos encontramos [a OPEN], bem como projectos que incentivam a formação, a informação e a assistência técnica, ou mesmo plataformas de financiamento que rompam com as barreiras tradicionais de financiamento".

Relativamente ao estudo apresentado nesta sessão, o presidente da PME-Portugal chama a atenção para questões como os mecanismos sociais de apoio às famílias que não funcionam, nem são flexíveis. "Estamos a pôr em causa a competitividade do país", isto porque "se os mecanismos de apoio não funcionam, as empresas também não podem funcionar". E lança o repto: "aqui está uma oportunidade de mercado, mas também o desafio às entidades competentes e às empresas de encontrarem formas de apoio familiar que permitam aumentar a competitividade das nossas empresas".

POLÍTICAS DE CONCILIAÇÃO TORNAM ECONOMIA MAIS FLEXÍVEL

"O empreendedorismo no feminino, para além de estar intrinsecamente associado a uma nova política económica, não pode ser visto de uma forma estanque", afirma Paula Alves, vice-presidente da CIDM – Comissão para a Igualdade dos Direitos das Mulheres. "Pelo contrário, sempre em estreita conciliação e articulação com lógicas de conciliação entre a vida familiar e a vida profissional". Aliás, acrescenta Paula Alves, "as políticas de conciliação contribuem para que haja uma economia mais flexível, ao mesmo tempo que melhoram a qualidade de vida dos homens e das mulheres". Neste contexto, "a adopção de disposições laborais flexíveis veio fomentar a produtividade, aumentar a satisfação dos e das trabalhadoras, bem como melhorar a imagem das próprias empresas".

E conclui que "o desenvolvimento social só pode ocorrer com um crescimento económico, modernização do tecido empresarial, mas tendo sempre em conta a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres".

ESTUDO "PME'S: OBJECTIVOS DE COMPETITIVIDADE VERSUS RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS RECURSOS HUMANOS"

Propostas de actuação

1) Combater os estereótipos sobre a divisão dos papéis entre homens e mulheres no mercado de trabalho:

• Organização de visitas a empresas a fim de combater as ideias preconceituosas relativamente às profissões "tipicamente" masculinas ou femininas;

• Organização de esforços afim de atrair as jovens mulheres para profissões técnicas e científicas;

• Retirar dos manuais escolares os estereótipos relativos à divisão tradicional dos papéis entre homens e mulheres.

2) Promover o empreendedorismo de mulheres:

• Desenvolver e aumentar programas de formação em gestão empresarial direccionados para as mulheres;

• Incrementar e desenvolver programas regionais e sub-regionais de apoio ao empreendedorismo feminino;

• Apoiar os projectos de transmissão intergeracional das PME's às mulheres.

3) Promover as mulheres na participação em lugares de chefia/funções de topo e/ou igualdade de oportunidades no emprego entre homens e mulheres:

• Promover processos de recrutamento neutros a nível do género

• Desenvolver processos de consulta regular aos trabalhadores por parte dos empregadores sobre as suas expectativas, obstáculos/constrangimentos;

4) Sustentar o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar

Embora, sendo certo que cabe indubitavelmente aos empregadores e empregados encontrar um consenso, há que encontrar soluções inovadoras no sentido de apoiar projectos de guarda e apoio, respondendo às necessidades específicas dos pais que trabalham.

O estudo "PME's: objectivos de competitividade versus responsabilidade social dos recursos humanos" pode ser consultado no site www.pme.online.pt, através do link PME Mulher.

SGPME SGPS

Nos termos dos estatutos, venho pela presente convocar uma Assembleia Geral Extraordinária a decorrer na sede da SGPME SGPS no próximo dia 23 de Janeiro pelas 21H30, com a seguinte ordem de trabalhos:

1. Apresentação e discussão do relatório de actividades até ao momento
2. Outros assuntos relevantes.

Mais informo que, nos termos da legislação em vigor , a assembleia terá inicio á hora marcada quando estejam presentes pelo menos metade do capital ou, com aqueles que estejam presentes, meia hora depois.

O Presidente da Mesa da Assembleia Geral
assinatura ilegível

ipme
INSTITUTO PME

Nos termos dos estatutos, venho pela presente convocar uma Assembleia Geral Extraordinária a decorrer na sede da IPME, SA no próximo dia 31 de Janeiro pelas 21H30, com a seguinte ordem de trabalhos:

1. Apresentação e discussão do relatório de actividades até ao momento
2. Outros assuntos relevantes.

Mais informo que, nos termos da legislação em vigor , a assembleia terá inicio á hora marcada quando estejam presentes pelo menos metade do capital ou, com aqueles que estejam presentes, meia hora depois.

O Presidente da Mesa da Assembleia Geral
assinatura ilegível

Incentivos à Internacionalização

Jorge Remondes
Docente de Economia Internacional no IPAM
Consultor/Formador da PME-Portugal

■ *Empresas devem apostar na implementação de processos de internacionalização*

"A sobrevivência e o crescimento das empresas portuguesas está cada vez mais dependente do sucesso que conseguirem no Mercado Mundial."

Michael Porter, 1993

As empresas portuguesas estão sujeitas à forte concorrência internacional, o que redunda em problemas de gestão mas também em novas oportunidades.

Uma aposta evidente que é necessário emergir com maior intensidade nas nossas empresas, passa pela implementação de processos de internacionalização ou pelo aprofundamento de processos já em curso.

Os incentivos estratégicos que levam a considerar a hipótese de entrada em novos mercados, englobam:

• Uma reduzida dimensão do mercado nacional para um produto específico ou a baixa procura a nível interno;

• A exportação de produtos e tecnologias, tendo como objectivo a reprodução noutros países, do sucesso conseguido a nível nacional;

• O evitar a ameaça dos concorrentes internacionais, que se intensifica com a abertura crescente dos mercados a nível global;

• A procura de economias de escala pelo aumento do volume;

• O estender do ciclo de vida de um produto, por forma a evitar que este evolua para uma fase de declínio, e por conseguinte, para o seu desaparecimento natural.

Apesar da importância que estes incentivos representam, a redução de custos assume um lugar preponderante nas preferências das empresas, uma vez que sabemos bem que defrontar a concorrência, nos nossos dias, significa comercializar um produto adaptado às necessidades do consumidor, a um preço competitivo e nos locais onde ele é procurado.

É neste contexto que devemos entender o investimento directo no estrangeiro, consubstanciado na constituição de sociedades para tirar partido dos custos de mão-de-obra mais barata. A criação de sucursais e delegações no exterior, tendo como razão o atendimento personalizado de clientes, é também motivada pela necessidade de redução de custos.

Os subsídios dispensados pelos governos de países estrangeiros são, em regra, outro incentivo relevante. Com a finalidade de atrair novas tecnologias, postos de trabalho e investimento directo estrangeiro, vários países também disponibilizam, por exemplo, taxas mais reduzidas de financiamento do que as praticadas no mercado, e benefícios fiscais.

Caso ilustrativo: RENOVA

Os incentivos para a internacionalização da empresa para Espanha, nos anos 90, deveram-se ao facto de a Renova ter alcançado uma posição de liderança no mercado português, no segmento do papel tissue, e à forte concorrência, resultado da liberalização iniciada com a adesão de Portugal e Espanha à CEE, no ano de 1986. As marcas Scottex e Colloghar concorriam arduamente com a Renova.

Em 2002, a empresa entrou também no mercado francês, nas cadeias de lojas Carrefour e Auchan, mas com produtos diferenciados, nomeadamente papel higiénico humedecido.

Confrontada com o cenário apresentado, a Renova não hesitou em iniciar um processo de internacionalização. Para o efeito, a empresa apostou na inovação, preocupou-se seriamente com a capacidade de produção, com o cumprimento de prazos, e com a melhoria contínua da sua imagem, factores de sucesso relevantes em mercados internacionais.

A internacionalização dos negócios exige também que se defina o modo de entrada mais adequado a cada mercado.

Geralmente as empresas sem experiência de exportação, começam a ganhar confiança em mercados internacionais através de agentes de compras. Após essa experiência inicial, tendem a nomear um Técnico Comercial para o mercado externo, podendo mesmo chegar a recrutar e seleccionar um Responsável Local, com o qual celebram uma relação contratual. Adquirida esta experiência comercial, muitas empresas decidem investir na criação de uma ou mais unidades de produção no estrangeiro. O maior problema está em ultrapassar a primeira fase (não exportar) para as restantes fases enunciadas. Creio que as empresas, em geral, minimizam os seus riscos se tomarem a decisão de iniciar um processo de internacionalização por um país vizinho. Por isso, Espanha é, sem dúvida, um mercado alvo para as empresas portuguesas.

Actualmente, as empresas defrontam-se com três cenários:

1. Crescer em volume;
2. Dominar um nicho de mercado;
3. Abandonar o mercado.

Na realidade, a resposta das empresas deverá passar pelos primeiro e segundo cenários, assumindo o primeiro um lugar de relevo, uma vez que os nichos de mercado podem ser atacados pelas empresas de maior dimensão.

Apesar destas evidências, um obstáculo existente em muitas empresas, impede que o rumo seguido pelas mesmas não seja o mais acertado. Esse obstáculo prende-se com as reduzidas qualificações dos recursos humanos, competências comportamentais de gestão, liderança e de desenvolvimento dos outros.

ANTÓNIO ROQUE
CONSULTORES

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

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

jornaldasPME
Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

■ PRINCIPAL OBJECTIVO É FAZER CHEGAR OS REAIS PROBLEMAS DAS PME'S JUNTO DO PODER POLÍTICO

PME-Portugal e CIP assinam protocolo de cooperação

A Associação das PME-Portugal e a CIP – Confederação da Indústria Portuguesa assinaram um protocolo de cooperação, visto ambas as entidades reconhecerem a estrita necessidade de uma actuação associativa articulada em torno de temáticas como a defesa da empresa e do empresário, a promoção das PME's pela sua expressão no tecido económico nacional, a coesão do movimento associativo, bem como o empreendedorismo, a qualificação dos recursos humanos e a assistência técnica à gestão das empresas.

São ainda temáticas deste protocolo a venture capital – capital de risco, a garantia mútua, a administração da Justiça e mecanismos alternativos de mediação e arbitragem de conflitos, equilíbrio da carga fiscal, promoção das exportações e o incentivo ao investimento que assegure adequada rentabilidade social e desenvolvimento económico.

■ *Francisco Van Zeller, presidente da CIP, e Joaquim Cunha, presidente da PME-Portugal*

Segundo Joaquim Cunha, presidente da PME-Portugal, "o que pretendemos com este protocolo, através da realização de acções muito concretas, é um desafio comum: contribuir para que exista em Portugal uma mesma ideia sobre o que deve ser o desenvolvimento económico". Até porque "esta é uma questão central para que o poder político perceba claramente qual é a realidade das empresas".

O presidente da PME-Portugal acrescenta ainda que "é preciso que haja este conhecimento da realidade do mundo empresarial, que é uma realidade muito diversa e muito concreta, e que o nosso poder político tenha rapidamente a capacidade de absorver um universo que está em constante mudança".

Por seu lado, Francisco Van Zeller, presidente da CIP, sublinha que "a necessidade de estabelecermos este protocolo com a Associação PME-Portugal provém da proximidade que esta entidade tem com as empresas e que nós, Confederação da Indústria Portuguesa, não temos directamente. A transversalidade da PME-Portugal pode dar-nos uma visão mais completa e mais homogénea dos problemas das pequenas e médias empresas".

■ PME-PORTUGAL E LIBERTY SEGUROS DESENVOLVEM SOLUÇÃO DE SEGUROS INOVADORA E FLEXÍVEL

PME-Portugal Seguros reduz significativamente riscos e custos

A pensar em todos os compromissos e desafios que as empresas e empresários enfrentam, a PME-Portugal e a Liberty Seguros assinaram um protocolo de colaboração com o objectivo de proporcionar às empresas o melhor em protecção, com o menor custo.

Assim, as duas entidades estão já a ultimar uma solução de seguros inovadora, completa e flexível – PME-Portugal Seguros – direccionada aos associados da PME-Portugal e que se adapta às necessidades específicas de cada tipo de actividade.

Durante a assinatura do protocolo, Rogério Bicho, administrador da Liberty Seguros, sublinhou a "importância de estarmos a colaborar com uma associação com estas características", reconhecendo o "dinamismo da PME-Portugal".

Anunciando para breve uma sessão de apresentação e divulgação do PME-Portugal Seguros, Rogério Bicho salientou ainda que "este é o início de uma relação que queremos muito mais profunda".