

jornal das PME

Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Director: Joaquim Rocha da Cunha | Julho de 2007 | Ano IV | Número 21 | 1,50 euros



10 ANOS A
LIDERAR AS PME
DE PORTUGAL

pme
portugal

Mercado Angolano aguarda investimento português

Ministro da Indústria de Angola, Joaquim David, lança repto aos empresários portugueses: "o investimento de empresas portuguesas é importante num mercado onde praticamente existe tudo ainda por fazer. **Página 4**

Portugal Angola



parceiros estratégicos

Página 3 a 8

Investimento

Página 10

Para Espanha... em força

Estratégia

Página 12

Proteja a sua marca

Campanha

Página 13

10 Anos PME-Portugal

GRANDES LANÇAMENTOS

CLASUS®

www.clasus.pt

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner
OEM Hardware Solutions

intel
Diamond Partner
Premier
Member 2006



a mais recente tecnologia...

dynamic
sr-512

balance SR256

SOLUÇÕES PROFISSIONAIS



PROfit

Pense rápido, execute mais depressa.

■ JOAQUIM ROCHA DA CUNHA, PRESIDENTE DA PME-PORTUGAL

Portugal, Espanha e Angola: uma oportunidade de negócio em conjunto

As boas notícias da economia portuguesa estão todas ligadas à exportação. As reais, pois há outras notícias que poderiam ser boas não fosse o estarem fora de contexto ou serem empoladas e portanto irreais.

Mas como de boas notícias e boas práticas queremos centrar-nos neste jornal, dedicamos cada vez mais noticiário a dois dos principais mercados de Portugal, dois dos principais parceiros duradouros das nossas empresas.

Espanha é hoje o principal cliente e principal fornecedor de Portugal. E Portugal é o principal fornecedor de Angola, e em Portugal estudam muitos dos angolanos que serão os quadros que irão continuar a reconstrução do país.

A proximidade geográfica, histórica e cultural, entre Portugal e estas duas nações em elevado crescimento tem vantagens para todos, sendo que a economia de momento mais debilitada – Portugal – é o elo natural entre todas. Convém recordar que Espanha está entre as 10 maiores economias mundiais e cresce 4% ao ano, e que Angola será a breve prazo uma potência regional em África e o seu PIB crescerá em 2007, 30%!

Este Jornal que é das empresas e das PME em particular, tem pois que dar particular atenção aos mercados que crescem e que arrastam o crescimento das nossas empresas e da nossa economia. Só num ano Angola comprou mais 50% a Portugal, que continua a ser o principal exportador para Angola, com quase 1 em cada 5 dólares consumidos por angolanos a saírem de Portugal.

E sem querer entrar na esfera da política é óbvio que da mesma maneira que o boom económico do imobiliário, construção e obras públicas em Espanha, se tem feito ao longo dos últimos anos, com recurso a centenas de empresas de cons-

trução portuguesas e a mais de 100.000 emigrantes portugueses, em Angola, cujo desafio de reconstrução é muito maior, o processo será naturalmente idêntico.

E depois há as sinergias. Portugal e as suas empresas não podem competir com os fundos

ou o “custo” do trabalho da China, mas a China não fala português, não fabrica em português, e não tem a experiência do trabalho conjunto que portugueses e angolanos, por serem da mesma família, têm.

Esta edição coincide aliás com a FILDA, Feira Internacional de Luanda, que uma vez mais bate recordes com 400 expositores dos quais uma parte significativa são empresas portuguesas.

Daí que o “Jornal das PME” passou a ser um jornal que se rege não apenas com noticiário sobre empresas, empreendedorismo e PMEs, mas também passou a ter noticiário sobre Angola e sobre Espanha.

Daí que o “Jornal das PME” inova sendo o primeiro jornal mensal a ter distribuição simultânea em Portugal e Angola.

Daí que o Jornal das PME inova e terá uma secção negócios ibéricos, que notícia sobre as relações empresariais Portugal Espanha, secção distribuído em Espanha.

Isto faz para as empresas e instituições que se queiram afirmar em Angola e/ou em Espanha, do “Jornal das PME”, como único veículo simultaneamente presente nestes três mercados, quer em termos de notícias, mas sobretudo em termos de distribuição. O “Jornal das PME” assume assim a sua vocação de ser o jornal que faz a ponte entre empresas. Com a mais valia de que permite às empresas de Portugal, Espanha ou Angola, promoverem e divulgarem-se simultaneamente em três mercados num mesmo jornal, numa mesma inserção publicitária.

As oportunidades existem, o mecanismo de divulgação e informação que este Jornal é atinge-as, estão portanto reunidas as condições de sucesso para as empresas. E as oportunidades não duram sempre!



ASSOCIAÇÃO DAS PME-PORTUGAL

CONTACTOS

Sede e Serviços Centrais

Rua André Soares, N.º 129, 1.º Esq.
4715-002 Braga
Tlf.: 707 50 12 34
Fax: 707 50 12 35
info@pmeportugal.pt

Delegação Ovar

Rua Heliodoro Salgado, n.º 14
Centro Empresarial de Santo António 2.º andar sala 1
3880-232 Ovar
Tlf.: 256 572 024
Tlm: 967621051

Delegação Porto

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

Delegação Leiria

ISLA – Instituto Superior de Línguas e Administração
Rua da Cooperativa – São Romão
2414-017 Leiria
Tlf.: 244 825 882
Fax: 244 825 884
E-mail: leiria@pmeportugal.pt

Delegação Lisboa

Avenida António Augusto Aguiar, n.º 100, 1.º Drt.
Tlf.: 218 949 025
Fax: 218 949 027
E-mail: lisboa@pmeportugal.pt

Delegação Espanha

Gran Via, 1.º
36203 Vigo
Tlf.: +349 8648 3283
E-mail: pme.espanha@pmeportugal.pt

Delegação Brasil

Rua Tenente João Cícero, 580 – Edifício BVA
Boa Viagem, Recife – Pernambuco
Tlf.: +5581 3326 4332
Fax: +5581 3465 7171
E-mail: pme.brasil@pmeportugal.pt

ficha técnica

jornaldasPME
Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal

Director: Joaquim Rocha da Cunha | **Propriedade:** PME-Portugal - Rua André Soares - N.º 129, 1.º Esq., 4715-035 Braga | Telefone: 707 501 234 | Fax: 707 501 235 | email: info@pmeportugal.pt | **Redacção e Departamento Comercial:** Avalanche d'Ideias - Rua André Soares N.º 755, 1.º 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 gratuita aos associados da PME-Portugal | **Preço de capa:** 1,50 euros

■ GOVERNO ANGOLANO CRIA CONDIÇÕES PARA O INVESTIMENTO ESTRANGEIRO

Angola como parceiro estratégico

Um empresário individual que queira investir em Angola e pense que é só lá chegar e que, numa semana, arranja um parceiro e cria uma empresa, desengane-se. Em Angola, as parcerias desenvolvem-se calmamente na base da confiança. Os negócios não se fazem de um dia para o outro. Mas, atenção! A comunidade portuguesa é muito bem vista em Angola e os angolanos acarinhos muito os portugueses. Pelo que Angola é um mercado que deve merecer, sem dúvida alguma, uma forte aposta do investimento português. Ou não estivesse Portugal muito bem posicionado para assumir a posição de principal parceiro comercial e investidor.

Nesta nova edição do Jornal das PME continuamos a dar destaque a este mercado africano, não só porque o jornal passou a ser editado também em Angola, mas porque é distribuído em simultâneo na edição da FILDA – Feira Internacional de Luanda que, este ano, decorre entre os dias 10 a 15 de Julho.

Desde o fim da guerra, Angola tem-se tornado num país dinâmico e cada vez mais seguro. A estabilidade política e económica trouxe prosperidade à economia angolana, tendo-se dado início a um sólido processo de reconstrução, com o Estado angolano e os investidores estrangeiros a desempenharem um importante papel.

Como principais novidades, actualmente, o Governo angolano está a implementar um sistema rápido de criação de empresas. Uma iniciativa que nasce de um programa bilateral de cooperação com Portugal e que é semelhante ao esquema “Empresa na Hora”.

Para além disso, está disponível para os investidores o Guichet Único da Empresa – um serviço público constituído com o objectivo de facilitar os processos de constituição, alteração ou extinção de empresas e actos conexos.

Mercado próspero em contínuo crescimento

É um facto que a economia angolana tem vindo a revelar um rápido e prolongado crescimento devido não só ao desempenho no sector petrolífero, mas também pelos recentes desenvolvimentos da política económica seguida pelo seu Governo. Uma política que visa, essencialmente, alcançar os seguintes objectivos:

- Consolidação do processo de estabilização macroeconómica, garantindo a estabilidade monetária, cambial e a redução da inflação;
- Projecto de reabilitação de infra-estruturas;
- Diversificação e aumento da produção interna de bens e serviços;
- Revitalização da economia rural e o restabelecimento dos circuitos económicos e comerciais



em todo o território nacional;

- Apoio ao desenvolvimento do sector privado;
- Aumento do nível de emprego e melhorias progressivas na remuneração do trabalho.

Para além do verdadeiro boom na construção civil em Angola, onde as empresas portuguesas têm vindo a desempenhar um papel decisivo, os sinais de crescimento também se revelam noutras áreas, como por exemplo na Banca. O próprio Governo angolano identificou como sectores prioritários para investimento:

- Produção agro-pecuária;

- Indústria transformadora;

- Indústria de pesca e derivados
- Construção civil;
- Hotelaria e turismo;
- Saúde e educação;
- Infra-estruturas rodoviárias, ferroviárias, portuárias e aeroportuárias, telecomunicações, energia e águas;
- Equipamentos de grande porte de carga e passageiros.

É ainda de acrescentar as oportunidades de investimento para Portugal ao nível da formação de recursos humanos. A criação de mão-de-obra qualificada e a edu-

cação são prioridades para o Governo angolano.

Importa também não esquecer que as oportunidades são de parte a parte. Isto porque há portugueses que desenvolvem a sua actividade em Angola, como existem investidores angolanos no nosso país que constituem empresas que funcionam como centrais de compras na Europa. Daí que o mais relevante seja potenciar as relações entre os dois países, já que ambos muito têm a ganhar numa cooperação conjunta.

Incentivos fiscais e aduaneiros

Angola tem condições para ser um destino crescente de investimento privado, pelo que é, igualmente, importante analisar as oportunidades reais do negócio e a eventual vantagem na escolha de parcerias.

Assim, os investidores devem aproveitar os incentivos muito atractivos concedidos pelo Estado angolano, devendo, contudo, planejar com rigor o processo de negociação com vista à sua atribuição.

É de salientar que são atribuí-

dos incentivos fiscais e aduaneiros ao investimento quando os seguintes objectivos são cumpridos:

- A produção de bens de primeira necessidade destinados ao mercado interno;
- O desenvolvimento prioritário de regiões desfavorecidas;
- A reabilitação, implementação ou modernização de infra-estruturas destinadas à exploração de actividades de produção;
- A inovação tecnológica a nível da produção de bens ou de prestação de serviços e o desenvolvimento científico;
- O aumento da incorporação de matérias-primas nacionais e o valor acrescentado dos bens que se produzem localmente;
- O aumento da entrada de divisas e a correspondente melhoria da balança de pagamentos.

Um conselho: Assim que esteja consumado o investimento, é de extrema importância o rigoroso cumprimento dos compromissos assumidos perante o Estado angolano quanto ao investimento em si, bem como cumprir estritamente as diversas leis angolanas, sejam contabilísticas, fiscais e laborais, sejam relativas à imigração.

Líderes em Formação para Profissionais



→ A Melhor e Maior Oferta de Formação em Portugal

- + de 413 Cursos de Gestão
- + de 617 Cursos de TI's
- + de 120 Cursos de Design Gráfico, AutoCad & Multimédia
- + de 4 Programas de Certificação

→ Aprenda com especialistas

Todos os nossos formadores detêm experiência efectiva de trabalho na matéria que leccionam.

Muitas das Maiores Empresas de Angola já são Clientes da Vantagem+, a todas elas agradecemos a preferência e confiança demonstrada nos nossos serviços. OBRIGADO!

Lisboa |
Rua Carlos Mardel N° 49-4° 1900-117 Lisboa - Portugal
Tel. +351 21 849 33 33 Fax. +351 21 848 61 81

Porto |
Edif. Mota Galiza, R. Calouste Gulbenkian, 52-3° E9
4050-144 Porto - Portugal
Tel. +351 22 606 50 77 Fax. +351 22 606 50 78

Contacto email: acatau@vantagem.com

www.vantagem.com



■ MINISTRO DA INDÚSTRIA LANÇA REPTO

Angola aguarda investimento português

“A presença dos empresários portugueses em Angola é uma indicação do despertar de um maior interesse dos empresários”, pelo que “há uma expectativa muito grande em Angola de desenvolvimento rápido neste período de paz”. A afirmação é de Joaquim David, Ministro da Indústria de Angola, durante a sua mais recente deslocação a Portugal.

Em declarações ao Jornal das PME, o ministro angolano salientou que “em termos de instrumentos legais, o trabalho já está feito”, alertando, no entanto, para o facto de que “não basta fazer o Decreto e publicá-lo. É preciso criar uma rotina, os meios e mudar mentalidades para que as coisas comecem a acontecer”.

Segundo este responsável do Governo angolano, “estamos a andar a uma velocidade razoável. Podíamos, se calhar, andar mais depressa. Mas, neste momento, esta é a velocidade possível”.

Questionado acerca dos sectores que deverão ser mais desenvolvidos em Angola, o ministro referiu que “não gostaria de ver a indústria do petróleo reduzida”, mas sim, “ver aumenta-



■ Joaquim David, Ministro da Indústria de Angola

da a aposta noutras indústrias e sectores”. Entre esses sectores, o ministro atribuiu

especial destaque à agricultura, dado que “Angola tem um grande potencial agrícola. As actividades agrícolas e indústrias derivadas da agricultura têm pleno espaço em Angola, sendo das actividades que empregam mais gente”.

Joaquim David realça ainda a necessidade de investimento em outros sectores, tais como as minas, “não só de diamantes, mas de ferro, cobre, cobalto”; a floresta e indústrias da madeira; e os serviços relacionados com a actividade do petróleo e que estão muito ligados à metalomecânica. O ministro sublinha que “os serviços na indústria petrolífera não estão completamente explorados”.

Outras áreas que podem ser a aposta dos investidores portugueses prendem-se com a petroquímica, amónio e os novos combustíveis de origem biológica, para além da “ampla gama de oportunidades ao nível da construção”. Isto porque “Angola tem um défice de construção muito grande”, sendo “o custo de habitação em Angola quase proibitivo”. Razões mais do que suficientes para que “os materiais de construção sejam, igualmente, uma área grande de actuação”.

Considerando importante o investimento português em Angola, o ministro concluiu dizendo que “praticamente existe tudo ainda por fazer”.

breves

O Banco BIC criado por Américo Amorim, Isabel dos Santos e outros investidores, entre os quais o presidente do próprio banco, Fernando Teles, planeia abrir 100 agências até final do ano em Angola.

O mesmo Banco BIC planeia abrir um banco de raiz em Portugal, tendo já submetido ao Banco de Portugal o pedido de autorização e escolhido o presidente, Mira Amaral, ex-ministro e ex-consultor do BPI. Esta é a segunda contratação de peso que o BIC faz à equipa do BPI. Fernando Teles, recorde-se, dirigiu durante mais de uma década o BFA (BPI) e transitou para o BIC, agora como presidente e accionista.

Mas, o Banco BIC não será o primeiro banco Angolano a instalar um banco em Portugal. Há anos que o Banco BAI, um dos principais bancos angolanos, marca presença em Portugal, primeiro como sucursal, e desde o início da década como banco de direito português (Banco BAI Europa). E até tem mais capital do que o futuro Banco BIC em Portugal.

BCP com 7 agências em Luanda pretende abrir mais 10 até ao final do ano iniciando uma forte expansão da sua rede em Angola.

O BAI – Banco Africano de Investimentos concluiu e formalizou em 2006 a sua adesão como membro da VISA Internacional, sendo o primeiro Banco angolano a tornar-se membro autorizado daquela instituição, o que lhe permitiu tornar-se emissor e aceitante dos cartões de crédito daquela rede VISA internacional. O BAI passa assim a estar integrado na rede VISA como membro autorizado para a emissão de cartões, integrando o sistema de transacções internacionais. Como tal os seus clientes passam a dispor dos novos cartões de crédito BAI Classic, BAI Gold e BAI Platinum utilizáveis em toda a rede VISA e ATM's em mais de 150 países.

O Banco Mundial disponibiliza a Angola uma verba de 102 milhões de USD através de um financiamento, tendo em vista o desenvolvimento de uma segunda fase do projecto Multisectorial de Emergência e Reabilitação (PMER 2) do país. Este programa visa reforçar a capacidade de gestão do sector público e das instituições governamentais, apoiar a reconstrução de infra-estruturas e a melhoria da provisão dos serviços básicos, visando ainda a redução da pobreza.



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

PROGRAMA LER
LISTA DE EMPRESAS RECOMENDADAS PME

associação
pme
portugal

Com o principal objectivo de contribuir para o incremento da visibilidade dos seus associados, a PME-Portugal acaba de lhes lançar um novo desafio. Trata-se do Programa LER - Lista das Empresas Recomendadas que está a ser desenvolvido no Portal das PME's (www.pmeportugal.pt).

O LER permitirá aos seus aderentes usufruírem de uma página no Portal PME para apresentação da empresa e divulgação dos seus contactos e produtos e/ou serviços.

O objectivo é desenvolver uma rede de parceiros associados da PME-Portugal que, para além da sua própria promoção e divulgação, colocarão ao dispor diversas ofertas e promoções especiais. Cresça connosco! Adira já!

MAIS INFO: WWW.PMEPORTUGAL.PT | TLF. 707 50 1234

Feira Internacional de Luanda

Os seis dias de FILDA deste ano decorrem sob o lema “Aposta num sistema financeiro como alavanca para o desenvolvimento”, elegendo assim, segundo os promotores do certame, um momento especial e actual do desenvolvimento e crescimento de Angola.

Este ano, Portugal apresenta-se como a maior representação estrangeira com a participação de sectores que vão desde o equipamento industrial, materiais e equipamentos destinados à construção civil, equipamento para o lar e cozinha, ramo alimentar e bebidas, mobiliário e serviços, entre outros.

Este evento constitui uma boa oportunidade para os empresários portugueses conhecerem e contactarem com o tecido empresarial angolano.

empresas **oferta ibérica**

LA SIESTA



COM A OFERTA IBÉRICA, A SUA EMPRESA ADAPTA-SE MELHOR AO OUTRO MERCADO.

Se está a expandir o seu negócio de Portugal para Espanha ou de Espanha para Portugal, a Oferta Ibérica do Grupo Caixa vai ajudá-lo a aproveitar da melhor forma as oportunidades nos dois países.

Para facilitar a gestão corrente da sua empresa pode abrir uma conta de negócio ibérico que lhe permite efectuar transferências, pagamentos, cobrança de facturas e outras operações entre os dois bancos.

Com o *Plafond* Ibérico obtém o suporte financeiro necessário à sua actividade (nomeadamente financiamento às importações e exportações, conta corrente pagarés, garantias bancárias, apoio logístico).

Temos ainda ao seu dispor diversas formas de financiamento para apoio à internacionalização do seu negócio. Adira à Oferta Ibérica e melhore as suas relações empresariais. Informe-se na Caixa Geral de Depósitos (www.cgd.pt) ou no Banco Caixa Geral (www.bancocaixageral.es).

AGÊNCIA NACIONAL PARA O INVESTIMENTO PRIVADO

Interlocutor único para os investidores

A ANIP – Agência Nacional para o Investimento Privado foi criada pelo Estado angolano com o principal objectivo de facilitar, desburocratizar e estimular o investimento privado em Angola. Com a principal missão de executar a política nacional de investimentos fiscais, a ANIP apresenta-se como o interlocutor único para os investidores em Angola. A ANIP presta ainda assistência técnica e jurídica, realizando estudos de mercado com o objectivo de identificar oportunidades de investimentos.



Em entrevista ao Jornal das PME, o presidente da ANIP, Carlos Fernandes, esclareceu algumas dúvidas em relação quer aonde os investidores portugueses deverão dirigir-se em Angola, quer relativamente a alguma morosidade na avaliação dos projectos e criação de empresas naquele país.

Onde e como podem as empresas portuguesas obter informações sobre possíveis parceiros para constituírem empresas de capital misto em Angola?

A constituição de empresas de capital misto é um princípio que nós encorajamos e que, no fundo, faz parte da estratégia que nós propomos para o desenvolvimento da economia de Angola.

Quando o investidor chega a Angola, tem dois pontos fundamentais de contacto: a ANIP e o Guichet Único da Empresa. Embora, estivesse previsto que as duas entidades se fundissem numa única instituição, a actual fase de desenvolvimento institucional actual ainda não o permitiu.

Em que consistem estas duas entidades?

A ANIP trata dos problemas ligados à estratégia de desenvolvimento dos negócios e à aprovação dos investimentos. Aliás, é com a ANIP que deve ser discutido o desenvolvimento de parcerias empresariais.

Por seu lado, o Guichet Único da Empresa trata estritamente da constituição das sociedades comerciais.

Portanto, um investidor que tenha ideias de negócio dirige-se à ANIP para estabelecer as estratégias, as vias e os meios para as desenvolver. E depois terá de criar um instrumento para implementar essas mesmas ideias, ou seja, consti-

EUROVIGA E CELTICERÂMICA, CONSIGO construímos parcerias sólidas



Euroviga
Pré-Fabricados, S.A.

Rua Industrial – Apt 134
3770-909 Oliveira do Bairro
T. (+351) 234747774
F. (+351) 234747635
geral@euroviga.pt

vigas e lajes pré-fabricadas

Celticerâmica
Indústria Cerâmica Portuguesa
S.A.

Vale do Grou
3750-064 Aguada de Cima –
Aguada
T. (+351) 234666271
F. (+351) 234666520
geral@celticeramica.com



CeltiCerâmica
INDÚSTRIA CERÂMICA PORTUGUESA, S.A.

35 ANOS

abobadilha cerâmica

tuir a sociedade comercial. Passo este a ser tratado com o Guichet Único da Empresa.

Este Guichet Único permite uma mais rápida criação de empresas?

Estão a desenvolver-se performances nesse sentido. Como sabe, a criação de instituições deste género, semelhantes à Loja do Cidadão, são processos que ainda levam algum tempo. Processos que não têm só a ver com a capacidade técnica, mas também com a própria mentalidade.

Actualmente, qual é a morosidade para se constituir uma empresa em Angola?

Em primeiro lugar, tudo depende da agressividade do empresário. Estamos a atravessar um processo de mudança. Se por um lado, sentimos um processo agressivo das intenções de investimento, por outro lado, as nossas instituições estão a desenvolver-se ao longo de um processo perfeitamente normal.

Portanto, neste cenário, terá de haver por parte do homem de negócios, do promotor uma agressividade no sentido de obviar e encurtar os prazos.

E quais são esses prazos para a constituição de uma empresa em Angola?

São, evidentemente, prazos estabelecidos na Lei. Por exemplo, no caso dos investimentos integrados no regime processual de declaração prévia, a ANIP tem 15 dias para decidir. Quando os investimentos se integram no regime processual contratual, a ANIP tem 30 dias para o organizar e depois remetê-lo ao Conselho de Ministros. Este, por seu turno, tem outros 30 dias para aprovar, o que no total perfaz 60 dias.

No entanto, o que aconselho é que, antes de irem para Angola, os investidores devem fazer o

trabalho de casa. Por um lado, é preciso conhecer a legislação e o que as instituições angolanas fazem. Por outro lado, quando chegar a Angola, encontrar um parceiro jurídico ou um gabinete de advogados que ajude a resolver os aspectos jurídico-legais. No que respeita aos aspectos ligados ao negócio são aquelas duas instituições a que me referi anteriormente.

Um dos vossos principais conselhos é mesmo a criação de parcerias?

Evidentemente. Porque isso, simplesmente, facilita as coisas. Um indivíduo que “caia de pára-quebras” em Luanda não conhece ninguém. Agora, se tiver um parceiro local que já conhece o ambiente, acaba por ser um elemento facilitador da implementação das ideias e dos negócios que se pretendam desenvolver em território angolano.

Outra das questões frequentes dos empresários portugueses está relacionada com a morosidade dos vistos. Há formas de melhorar esta situação?

Não nos podemos esquecer que Angola esteve mergulhada num período de guerra durante 30 anos e que o fluxo migratório se apresentava como um problema de segurança nacional. Daí que, os homens ligados ao controlo desse processo estavam forçados com uma determinada mentalidade adaptada àquela conjuntura.

Depois, a guerra terminou e a conjuntura mudou, pelo que agora seja necessária uma transformação de mentalidades e das disposições legais.

No que diz respeito às disposições legais, foi aprovada recentemente uma nova Lei de estrangeiros, pelo que nos aspectos institucionais e profissionais estamos a formar as pessoas e, naturalmente, a fazer os possíveis ao nível da diferenciação no tratamento a prestar

aos investidores, sejam promotores ou accionistas das empresas.

Naturalmente que este tempo de tratamento irá diminuir à medida que as próprias instituições angolanas se forem desenvolvendo. Aguardamos, por isso mesmo, a entrada em vigor da legislação para que este processo se torne mais ágil.

Relativamente aos benefícios fiscais para as empresas que constituam sociedades ou parcerias em Angola, o que é que nos pode adiantar?

Em princípio, não há benefícios fiscais e aduaneiros para esta questão específica. Os benefícios fiscais e aduaneiros são concedidos em função da região em concreto onde o projecto se vai desenvolver e em função do sector de actividade em que se integra.

Esta concessão de benefícios divide-se em três regiões que se diferenciam pelo grau de dificuldade em desenvolver os projectos, isto é, quanto maior for a dificuldade da região em que o projecto se desenvolve, mais generoso será o benefício concedido.

Estes objectivos ainda não conseguiram ser atingidos porque nos falta desenvolver uma área fundamental que é a das infra-estruturas, no sentido de facilitar as acessibilidades ao interior do país.

Podemos, então, concluir que os investimentos em Angola continuam a predominar nas regiões do Litoral?

É um facto, enquanto não nos for possível desenvolver as infra-estruturas. O Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial queriam que nós, com os nossos próprios recursos, fizéssemos esse trabalho. Claro que é humanamente impossível, ainda mais para um país recém-saído da guerra.

breves

A Rui & Valdemar, uma PME que se dedica à comercialização de material eléctrico e electrónico, apostou fortemente nos mercados internacionais. Presenças na Argélia, Hong-Kong e Angola permitiram a esta empresa duplicar o volume de negócios. Hélder Marques, director-geral da empresa, e que dirigiu a abertura de uma loja em Luanda com 1.100 m², está optimista quanto ao desempenho e continuação da expansão internacional da empresa.

Iduna investe na abertura de uma nova fábrica de móveis em Luanda até final do ano.

Famo pretende expandir as suas instalações em Luanda para além da megastore que já possui.

Barbot pretende abrir uma nova fábrica de tintas em Angola num parque industrial em Luanda, até ao final do ano, com cerca de 800 m² de área cujo investimento rondará 1 milhão de euros.

As principais construtoras portuguesas estão todas em fase de expansão dos seus negócios em Angola registando crescimentos relevantes (SdC, Mota/Engil, Somague, OPCA, Tecnovia, Grupo Lena, Edifer, Conduiril), dos quais algumas manifestaram já interesse no investimento imobiliário.

GALP vai reforçar o seu investimento e parceria com a Sonangol após novas descobertas de petróleo no bloco 32 onde é accionista.

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



m.f. martins, lda.

FERRAMENTAS,
ARMAZENISTA - IMPORTADOR
(AFIAÇÃO DE FERRAMENTAS)

REPRESENTANTE EXCLUSIVO EM PORTUGAL:

WIKUS • FITA DE SERRA

ASINSA • MÓS DE DIAMANTE

GOLIATH • MACHOS E CAÇONETES

IZAR • FERRAMENTAS DE CORTE

JEM • SERRAS CIRCULARES

JK • LIMAS

KODIA • DISCOS DE DIAMANTE

PAG • MÁQUINAS DE FITA DE SERRA

SANKYO • DISCOS DE DIAMANTE

armeg • BROCAS

MASTER-PROF

• BROCAS MASTER-PROF PERFIL
• SERRAS CIRCULARES
• SERRAS C/RÁPIDO AÇO C/VANADION
• SERRAS COM DENTES DE METAL DURO
• FOLHAS DE SERROTE
• FITA DE SERRA
• MACHOS E CAÇONETES
• BURIS
• FRESAS PERFURADORAS
• FRESAS ROTATIVAS
• DISCOS ABRASIVOS
• BUCHAS P/BERBEQUINS
• CASQUILHOS E CONES
• ESCADAS E ESCADOTES
• MANDRIS

TRAVESSA DO BARROCO - APARTADO 140 - 4418-901 PEDROSO - V. N. GAIA - PORTUGAL
Telef. 22 787 7210 - Fax 22 783 4475 - E-mail: geral@mfmartins.pt - Internet: www.mfmartins.pt

ANGOLA ENCONTRA-SE ENTRE OS PAÍSES COM MELHORES PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS ANOS

O crescimento de Angola no contexto africano



Mário de Jesus

Conselheiro Nacional

da Associação PME-Portugal

FRES – Fórum de Reflexão Económica e Social

“ Angola encontra-se entre os países com melhores perspectivas de crescimento nos próximos anos, não só pelo contributo que continuará a ser dado pelo sector petrolífero mas também pelo que se estima venha a ser o contributo do sector privado.

”

Segundo dados do Banco Mundial relativos ao ano de 2006, referidos pela Câmara de Comércio e Indústria Portugal Angola, o continente africano regista hoje uma dinâmica de crescimento e progresso claramente visível em indicadores como por exemplo a melhoria na saúde, educação, crescimento, comércio e finalmente, ao nível da redução da pobreza.

Neste contexto, Angola encontra-se entre os países com melhores perspectivas de crescimento nos próximos anos, não só pelo contributo que continuará a ser dado pelo sector petrolífero mas também pelo que se estima venha a ser o contributo do sector privado.

Segundo um recente estudo do Banco Mundial, cujas conclusões, convenhamos, não surpreendem quem conhece Angola, o desenvolvimento do país estará dependente do virtuosismo que terá que ser demonstrado pelo investimento privado e dentro deste, do investimento estrangeiro. O sucesso deste modelo resultará na criação de postos de trabalho em larga escala, no crescimento do produto, na criação de infraestruturas de comunicação, de saúde, de circulação, industriais ou outras e no conseqüente aumento da venda de bens e serviços produzidos localmente o que implicará o crescimento do comércio numa dimensão regional (africana) e o tão almejado desenvolvimento.

Apesar de parecer estranho ao resto do mundo, o continente africano é hoje diferente, e para melhor, ainda que não tenham sido alcançados os índices de desenvolvimento que todos esperavam, sendo esta diferença resultado de melhores padrões de vida das suas populações (ou uma parte destas é certo). No entanto é ainda muito pouco e ninguém poderá estar satisfeito com as



metas alcançadas. A grande maioria das populações dos países africanos vivem ainda situações de grande pobreza e de falta de melhores perspectivas de vida. Mas dados são dados e eles existem para provar que houve em muitos casos melhorias dignas de ser repetidas noutros locais de África.

Neste contexto, Angola, juntamente com países como a Nigéria, o Chade e o Sudão, registaram nos últimos anos crescimentos assinaláveis, muito por causa do sector petrolífero, i.e. ao cres-

cimento das exportações de petróleo e do aumento do seu preço no mercado mundial. No caso angolano, além deste sector há contudo a registar crescimentos importantes e que de alguma forma têm dado o seu contributo para o crescimento do país. Entre estes estão a construção civil, o sector financeiro, as telecomunicações, o sector da agricultura e pescas, a distribuição alimentar e alguns serviços.

E aqui estão indicados alguns dos sectores onde existem boas oportunidades para investir

(há ainda outros que deverão merecer a atenção dos investidores portugueses como por exemplo a consultadoria de gestão, a formação em organização e administração de empresas e todas as ciências empresariais, a educação e infraestruturas portuárias).

A prova de que o Investimento Directo Estrangeiro é, no caso de Angola, essencial, é dada pelos números da ANIP (Agência Nacional para o Investimento Privado). Segundo esta, foram aprovados nos últimos 4 anos cerca de 1.124 projectos que representaram 4 mil milhões de USD de investimentos. Só no ano passado foram aprovados 463 projectos no montante global de 794 milhões de USD. Destes, 238 são projectos do sector da construção civil e 173 industriais.

As variáveis macroeconómicas são sedutoras. Segundo o Governo angolano a taxa de crescimento do PIB foi de 19.5%, a taxa de inflação anual de 10%, verifica-se uma estabilidade e até fortalecimento gradual da moeda local, o crescimento de sectores como o da construção (76.8%) da industria transformadora (48%) e do sector petrolífero (33.6%) alicerçados na dinâmica de investimento em sectores como as pescas, agricultura e obras públicas, são no seu conjunto razões suficientes para o ritmo intenso de captação do IDE.

É neste quadro económico que as exportações portuguesas para Angola se encontram em alta. Segundo dados obtidos da CCIPA, o ano de 2006 trouxe um crescimento das exportações nacionais para os PALOP de 44%, o ritmo mais elevado de sempre. No caso de Angola, estas aumentaram em 52% (Janeiro a Novembro de 2006). Neste período, as exportações portuguesas para os PALOP atingiram o valor de 1.391 milhões de euros, dos quais 1.099 milhões tiveram como destino Angola (79%).

Dos produtos exportados, máquinas e equipamentos, produtos alimentares, metais comuns e veículos de transporte, são os mais representativos.

Devem no entanto ser acautelados e profundamente reflectidos os movimentos de investimento exteriores em Angola. A concorrência é já elevada em alguns sectores onde Portugal tem demonstrado competências e vantagens distintivas, o quadro legal ao nível fiscal exige um conhecimento especial do investidor em face do seu possível impacto nos custos de investimento a suportar, verificando-se ainda alguma entropia administrativa e burocrática, que, nalguns casos, pode fazer perigar o ritmo e o cumprimento do calendário de alguns investimentos.

O quadro político é aparentemente estável. No entanto o peso do Estado é ainda excessivo na economia e a centralidade das decisões condicionam o investimento privado, sendo certo que esta situação apenas se inverterá à medida que a representação do sector privado na economia angolana for cada vez mais forte.

breves

Luanda é conhecida pela sua elevada escassez de hotéis. Pois bem, o cenário poderá a médio prazo mudar, “do oito para o oitenta”. Conta que há três projectos para a construção de hotéis de sete estrelas de luxo, e que entre os impulsionadores dos projectos estará a Sonangol.

Segundo outras fontes, até 2010, data

da realização em Angola da CAN, Luanda disporá de mais sete unidades hoteleiras de qualidade. Dada a escassez da oferta de serviços hoteleiros em Angola, o país vai investir cerca de 800 milhões de USD nos próximos 2 a 3 anos, tendo em vista, segundo o gabinete de estudos, planeamento e estatística do Ministério da Hote-

laria e Turismo de Angola, a construção de 12 nova unidades hoteleiras. Isto porque o fluxo de turistas em Angola tem registado nos últimos 3 anos um crescimento acentuado (perto de 500 mil pessoas) muito devido à estabilidade política e ao ambiente de negócios e oportunidades de investimento.

No passado mês de Maio, Angola decidiu-se pela valorização da taxa de câmbio da sua moeda (Kwanza) contra o Dólar Norte Americano (USD), passando de uma taxa de conversão de 79.7 USD por Kwanza contra 75.3 USD por Kwanza. As preocupações com o controlo da inflação, cuja trajectória tem sido extremamente positiva (12% em 2006 e previsões de 10% em 2007) levaram a esta tomada de decisão. É de referir que nos últimos 2 anos a moeda angolana valorizou-se cerca de 6% face ao Dólar Norte Americano.

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 Bala
S. Salvador,
Brasil



Universidade
Miguel Hernández
Elche,
Espanha



Universidade
Nacional da Liberdade
Lisboa



Liberdade
Editora de Estudos
Liberais



Associação Portuguesa
de Empresas de Gestão
e Administração
de Condomínios



Associação
dos Agentes Técnicos
de Arquitectura
e Engenharia



Associação Portuguesa
das Empresas
de Mediação Imobiliária



Associação Nacional
dos Avaliadores
Imobiliários



Associação
dos Industriais
da Construção
de Edifícios



Sindicato
Nacional
dos Engenheiros



Associação
Nacional
dos Engenheiros
Técnicos

■ CONHECER BEM O MERCADO ANTES DE INVESTIR É A CHAVE DO SUCESSO

Para Espanha... em força... mas, com os olhos bem abertos!

“Espanha, Espanha, Espanha...” foi o mote dado recentemente pela Associação PME-Portugal para lançar o debate sobre as vantagens e oportunidades que os empresários portugueses poderão encontrar no mercado vizinho. Embora já se venha a falar num mercado ibérico, ainda é certo que Portugal e Espanha têm algumas diferenças que, desde que bem aproveitadas pelos empresários, podem, inclusive, ser transformadas em oportunidades. Nesta reportagem iremos não só dar o testemunho de empresários portugueses em Espanha, mas também apresentar algumas informações úteis sobre aquele mercado e o modo de o abordar.

Em declarações ao Jornal das PME, dois empresários portugueses falam da sua experiência no mercado espanhol. Duas vivências, duas opiniões que provam que também os nossos empresários podem alcançar o sucesso no mercado espanhol. Os dois empresários revelam algumas dicas e orientações para quem esteja interessado em abordar o mercado de “nuestros hermanos”.

“Já que vamos para Espanha, temos de pensar que temos de ser bons em qualquer parte do mundo. E se Espanha é uma parte do mundo, logo temos de olhar para este mercado com olhos de ver, espiar o nosso público, estudar as várias regiões autonómicas e analisar o seu comportamento”. Esta é uma das ideias transmitidas por Ricardo Pereira Silva, da Elec3city.

Logo à partida, segundo o empresário, “Espanha tem uma identidade muito forte e orgulho em si própria. Se querem uma coisa, vão atrás”, revelando “uma abordagem muito mais focada e mais rápida que os portugueses”. Aliás, “há uma coisa em Espanha que é muito mais forte do que cá e que é a fúria de dizer ‘vamos dar a volta’ e o que é certo é que deram a volta”.

Um conselho dado por Ricardo Pereira Silva aos empresários portugueses: “antes de abrirem o vosso negócio, vão a Espanha ver como está o mercado” e “coloquem ‘nativos’ no negócio, pessoas que falem a mesma língua do mercado, que têm lóbis próprios já criados”.

Concluindo, a chave do sucesso é “marketing, marketing, marketing”, ou seja, “estudem o mercado, dêem aquilo que o mercado precisa e não aquilo que têm mais em casa. Não tentem vender aquilo que o consumidor não precisa e abaixo do preço”. Para evitar isso, “só conhecendo o vosso mercado é que podem dizer ‘tenho merca-

do’. E só assim estarão em condições de vender”.

Dando como exemplo a sua própria experiência na abordagem ao mercado espanhol, Paulo Araújo, da GeoRumo, realça que “as maiores dificuldades que temos quando pensamos em ir para Espanha é, logo, à partida, o capital necessário para o investimento”. O empresário é também da opinião que primeiro “é necessário fazer o levantamento das necessidades e reunir as condições, seja para vender, construir ou até mesmo montar uma fábrica”.

Paulo Araújo acrescenta ainda que “não é fácil penetrar no mercado espanhol” e que “há sectores onde é preciso batalhar muito”. Uma chamada de atenção: “não pensem em Espanha como a ‘salvação da pátria’ e que se vai ganhar lá muito dinheiro”. É um facto que “Espanha é um mercado natural que está mesmo aqui ao lado e que deve ser abordado, mas com reservas e algum cuidado”. E, mais uma vez um alerta para o “nacionalismo” espanhol.

O empresário considera ainda que ao nível da legislação é também preciso ter alguma atenção. “Relacionem-se com as pessoas certas em termos de investimento, apoio e acompanhamento porque é preciso estar-se bem assessorado em termos fiscais, legais e contabilísticos”.



■ PME-Portugal promoveu seminário sobre Espanha

INCENTIVOS EM ESPANHA

Estatais:

- ICEX
- . Programa de Prospecção de Investimento no Exterior (PROSPINVER)
- . Programa de Apoio a Projectos de Investimento (PAPI)
- . Plano de Implantação no Exterior 2007
- . Fundo de Ajuda Integral a Projectos (FAIP)

- PROFIT

- . Programa do Ministério da Ciência e Tecnologia
- . PME / Grupos de Empresas / Centros Tecnológicos
- . Período 2004-2007
- . Áreas: Energia; Biotecnologia; Química; Transportes e Construção; Tecnologias da Sociedade da Informação

Autonómicos:

- Agências de Investimento RAIA:

- . Galiza
- . Castela e Leão
- . Extremadura
- . Andaluzia

- Agências de Investimento RESTO:

- . Madrid
- . Catalunha
- . País Basco
- . Comunidade Valenciana

- Xunta da Galiza

FORMALIDADES DE ENTRADA E REGISTO

Processo de entrada no mercado:

- Aspectos prévios à colocação em marcha de um projecto em Espanha:
 - . analisar e entender o negócio;
- Formalização das relações empresariais e mercantis;
- Constituição da sociedade;
- Colocação em marcha do negócio:
 - . Protecção da propriedade intelectual e industrial;
 - . Benefícios comparativos.

Negócio e sector de actividade:

- Objectivos do negócio a realizar;
- Perceber qual o funcionamento do sector em Espanha;
- Barreiras existentes, fundamentalmente as invisíveis;
- Fase do ciclo de vida em que se encontra a actividade ou o produto;
- Analisar casos de empresas semelhantes;
- Reflexão sobre se existem realmente oportunidades.

Fórmula de entrada:

- Directamente a partir da estrutura existente em Portugal;
- Criação de uma plataforma de apoio em Espanha;
- Procura de alianças:
 - . Sócios;
 - . Licenciários;
 - . Colaboradores.
- Implantação por meios próprios.

EXTREMADURA – DESTINO DE INVESTIMENTO E EXPANSÃO

Porquê Extremadura?

- Localização geográfica/proximidade dos mercados;
- Disponibilidade de recursos humanos, com diferentes níveis de formação;
- Zona de expansão natural das empresas portuguesas para Espanha;
- Infra-estruturas industriais e logísticas;
- Subsídios importantes, com apoio da Comunidade da Extremadura.
 - . Zona mais competitiva de Espanha nesta vertente no período 2007-2013;
- Custos de vida e industriais competitivos;
- Evolução económica favorável da Comunidade Autónoma Extremadura/Espanha;
- Infra-estruturas científicas e tecnológicas;
- Recursos naturais vastos;

Algumas oportunidades:

- Agro-alimentar;
- Embalagens;
- Logística;
- Fabricação de componentes para o sector das energias renováveis;
- Metalomecânico
- Turismo

Terminais de Pagamento BFA

Facilite os pagamentos.

Para que os seus Clientes possam pagar as compras de uma forma mais simples, rápida e confortável, o BFA alargou a sua oferta de Terminais de Pagamento Automático (TPA). Agora, para além dos Terminais Multicaixa, já pode adquirir Terminais VISA que lhe permitem receber pagamentos com Cartões desta rede, à semelhança do que acontece em milhões de estabelecimentos em todo o mundo. A instalação de um TPA permite-lhe modernizar a imagem do seu estabelecimento comercial e receber de uma forma rápida e segura os pagamentos realizados pelos seus Clientes.

Para mais informações, dirija-se a qualquer Agência BFA ou consulte www.bfa.ao.

- Fácil de utilizar
- Maior segurança no pagamento
- Mais comodidade para os seus Clientes



NUMA ECONOMIA GLOBAL, AS EMPRESAS TÊM ENCONTRAR O SEU CAMINHO DISTINTIVO

Crie e proteja a sua marca

É um facto que para saberem criar e gerir uma marca, as empresas necessitam de uma verdadeira liderança em torno dessa marca. Uma das tarefas base desse processo de construção de marca é a identificação das características diferenciadoras face à concorrência. Para debater esta temática a Associação PME-Portugal reuniu recentemente um conjunto de especialistas, cujas principais ideias apresentamos nesta edição.

“O sucesso de um produto torna-se muito mais fácil e rápido quando possuímos uma marca reconhecida”. Quem o afirma é Jorge Faria, criativo da agência de comunicação Avalanche d’Ideias, acrescentando que “com uma marca forte, os clientes reconhecem a importância da sua empresa e tendem a valorizá-la”. Sendo assim, “estarão dispostos a pagar mais pelos seus produtos e serviços”.

Segundo Jorge Faria, “uma marca é a combinação entre a promessa feita aos clientes e a opinião deles a respeito do cumprimento dessa promessa”. Razão pela qual “uma promessa de sucesso torna-se num vínculo emocional que determina a lealdade do cliente”. E, acima de tudo, “honre a sua marca. O melhor slogan do mundo não trará os clientes de volta se você não cumprir as suas promessas de marketing”.

Carlos Coelho, da Ivity Brand Corp, realça o facto de nem sempre, ao longo dos tempos, a importância da marca ter sido sempre a mesma. “Capazes de delimitar de forma concreta um território”, no início, “as marcas começa-

ram por ser factores de identificação da propriedade”. Numa segunda fase, “as marcas começaram a ser factor de diferenciação de um produto do outro”.

No entanto, “à medida que os mercados se tornaram mais competitivos, onde havia mais gente a oferecer o mesmo produto ou serviço no mesmo território, as marcas sentiram necessidade de começar a comunicar”.

Segundo Carlos Coelho, “o mundo está a mudar e o nível de sedução e de relação com os consumidores é muito diferente agora”, pelo que “não acredito em empresas sem marca. A marca é aquilo que faz com que os consumidores valorizem” o produto ou serviço.

Elza Neto, do ICEP Portugal, alerta as micro e pequenas e médias empresas para o facto de que “os tempos mudaram e, hoje, o mercado é global”. Daí que “uma PME ou uma micro empresa tenha de ter uma visão global do mercado para delinear as suas estratégias, nem que elas sejam no mercado local ou regional”. Para tal, necessitam de “encontrar competên-

cias distintas” que não passem pelo factor preço, “porque há sempre empresas noutras paragens que poderão oferecer preços mais competitivos”, mas que “sejam delineadas, cada vez mais, a partir dos valores intangíveis de uma empresa”, como sejam “o know-how, a carteira de clientes, as patentes e as marcas, entre outros”.

Ainda relativamente à questão da internacionalização, Elza Neto realça algumas das principais formas de as empresas internacionalizarem as suas marcas. Entre as quais se destacam a participação em feiras internacionais que são plataformas de negócio; o retalho multimarca; o franchising e as lojas próprias.

“Hoje, especialmente na área dos serviços, estão a surgir empresas criativas. Estamos a assistir ao surgimento de uma nova geração empresarial que tem uma visão global do mundo e que encontra o seu caminho distintivo para poder criar a sua empresa de uma forma rentável e sustentável”, sublinha Elza Neto.

Porque é importante criar e registar marcas?

“A marca serve não só para distinguir os produtos e serviços das outras empresas. A marca serve para assegurar uma certa garantia de qualidade”. Quem o afirma é Sílvia Ferreira, do Gabinete de Advogados António Vilar & Associados.

A advogada alerta para a importância de “quando um empresário cria uma marca e quer passá-la para o mercado, tem de ter a noção que a marca deve ser distinta das outras”. Daí a importância de registar a marca e “é um custo que vale a pena ter” ou, de contrário, o empresário arrisca-se a “lançar o produto no mercado, a investir na sua promoção, em publicidade e não tendo a marca registada, pode vir alguém que usa aquela marca ou semelhante e depois é mais difícil proteger-se”. Assim, “o registo de marca é prioritário”.

Outro alerta de Sílvia Ferreira prende-se com a preocupação das empresas que se internacionalizem. “Ao colocarem os seus produtos noutros mercados é, igualmente, importante que se preocupem com o registo de marca internacional ou comunitária. De facto, as violações da marca não ocorrem só em Portugal”.

Alugal
GRUPO TRANSCOURA

VENDA E ALUGUER DE MÓDULOS PRÉ-FABRICADOS
TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE MERCADORIAS
CARGA GERAL
SERVIÇOS DE TERRAPLANAGEM

CONTACTOS PORTUGAL
☎ 00351 251 780 780
☎ 00351 251 780 789

CONTACTOS ANGOLA
☎ 925 512 432
☎ 925 512 433
☎ 923 226 711

Antes que o copiem, proteja-se!

Registo de Marca e Logótipo

“Não tenho tempo para isso!”. Quantas vezes deixou para segundo plano o registo de marca e logótipo da sua empresa? Já pensou que a qualquer momento podem “roubar” as suas ideias? Não se preocupe mais, nós ajudámo-lo.

A marca serve não só para distinguir os produtos e serviços das outras empresas, mas também assegura uma certa garantia de qualidade. Não espere mais. Registe a sua marca e logótipo.

Pequenas Empresas.... **Grandes Negócios**

associação
pme
portugal

Mais informações em:
www.pmeportugal.pt
tel.: 707 50 1234
infopmeportugal.pt

■ A NECESSIDADE DE UMA FORTE ENTIDADE REGULADORA EM CADA SECTOR ESTRATÉGICO

O que se pode esperar de um consultor de empresas (e-consultor) na era digital?



Jorge Remondes

Docente no IPAM

Consultor da Associação PME-Portugal

Perante a evolução das necessidades dos mercados, as organizações encontram-se numa situação em que o tempo de resposta às solicitações é cada vez mais curto. Para além disso, as necessidades em reduzir os custos, actualizar continuamente a informação, a rápida evolução tecnológica, os recursos humanos necessários, entre outros factores, fazem com que as organizações precisem de apoio "around the clock". Como é que podem então obter essa ajuda? Recorrendo ao único meio de comunicação existente para a disponibilização de informação vinte e quatro horas por dia, trezentos e sessenta e cinco dias por ano: a Internet.

A tecnologia não se traduz na resolução dos problemas das organizações, contudo é uma das ferramentas de trabalho essenciais para a resolução dos problemas, e nesse sentido, os recursos humanos na gestão moderna das organizações não podem abdicar da sua utilização.

Na minha actividade de consultoria e tutoria, são em número crescente as situações em que a resolução dos problemas passa pela utilização do correio electrónico (e-mail), do Skype ou Messenger e da Videoconferência, como canais de comunicação.

Para responder à questão colocada em forma de título neste artigo, podemos afirmar que hoje as organizações exigem outra disponibilidade por parte dos seus consultores e tutores, nos mercados interno e externo, sendo este um forte motivo pelo qual tendem a recorrer cada vez mais à consultoria prestada através da Internet, ou seja, os consultores (e-consultores) e tutores (e-tutores) porque não podem estar em todo o lado ao mesmo tempo, porque perdem por vezes muito tempo em viagens, se utilizarem a Internet conseguem reunir mais disponibilidade para os seus clientes. Por outro lado, como muitas vezes se perde tempo em demasia em reuniões, seguindo a agenda de trabalhos vários desvios, a Internet apresenta-se como

um canal disciplinador das relações de trabalho.

A disciplina é uma forte razão para o desenvolvimento da consultoria através da Internet. Esta limita as opiniões ou comentários pouco profissionais ou susceptíveis de dificultarem o normal desenvolvimento de actividades, uma vez que se passa a ter mais tempo para a reflexão em torno das mesmas. Portanto, podemos afirmar que estamos perante uma nova realidade caracterizada pela necessidade de imprimir disciplina nas relações de trabalho, realidade esta assente na gestão profissional das pessoas, da informação e dos recursos tecnológicos.

Acredito que a crescente utilização das tecnologias da informação e da comunicação, que gera mais proactividade nas pessoas, poderá imprimir uma nova dinâmica de inovação nas organizações, e nesse sentido, os e-consultores e e-tutores mais facilmente podem ajudar as organizações a potenciar os seus negócios. No entanto, o e-consultor e o e-tutor no âmbito da sua actividade profissional deverá manter a preocupação que sempre teve de diagnosticar as necessidades organizacionais dos seus clientes, detectar pontos fortes e pontos fracos, definir objectivos e estratégias a implementar. A diferença existente entre o modelo tradicional de prestar apoio às

empresas e a utilização da internet como canal de comunicação, origina tão só que a relação de trabalho entre ambas as partes, ou seja, entre o cliente e o consultor, e também a nível interno, na própria organização, não exige uma comunicação presencial tão frequente.

Podemos referir, a título de exemplo, o caso ilustrativo do e-learning (formação através da Internet) como área em crescimento nas organizações a nível nacional e internacional. Trata-se de uma metodologia de formação profissional e executiva capaz de flexibilizar o ensino aprendizagem, reduzir custos e diminuir os tempos de execução de planos de formação organizacional. Outro exemplo, os documentos em formato digital e os sistemas de gestão documental electrónica proporcionam maior facilidade de circulação, e nesse sentido, é possível aos quadros de uma organização e respectivos e-consultores e e-tutores tomarem decisões, sem necessidade de estabelecerem um contacto físico para o efeito.

Em síntese, recorrendo à utilização das tecnologias da informação e comunicação e aos novos canais electrónicos, pode-se prestar apoio às empresas de um modo mais racional. O e-consultor e o e-tutor são hoje o exemplo do consultor e do tutor mais racional para as organizações.

PAPELARIAS PONTE DA PEDRA, LDA. PAPELARIA E EQUIPAMENTOS DE ESCRITÓRIO

Rua Ponte da Pedra, 176 – Gueifães – 4470 – 108 Maia

Tel.: 229 021 256 | Fax: 229 016 263

e-mail: pap-ponte-pedra@mail.telepac.pt

UMA REFERÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE ARTIGOS CONSUMÍVEIS DE ESCRITÓRIO E ESCOLAR

- ▶ Clips Prateados, Dourados e Cor
- ▶ Molas Pretas e Cores
- ▶ Agrafes nº. 10, 24/6, 26/6 ...
- ▶ Pioneses (Várias Cores)
- ▶ Alfinetes p/ Mapas (Várias Cores)
- ▶ Crachás p/ Identificação
- ▶ Etiquetas p/ Chaves
- ▶ Cubos Porta Papéis
- ▶ Tabuleiros p/ Correspondência
- ▶ Desk-Set p/ Secretária
- ▶ Máquinas de Agrafar
- ▶ Máquinas de Furar
- ▶ Máquinas de Etiquetar
- ▶ Etiquetas p/ Máq. Etiq.
- ▶ Borrachas Brancas p/ Lápis
- ▶ Borrachas Verdes p/ Lápis
- ▶ Borrachas Mistas Lápis/Tinta
- ▶ Lápis Grafite nº. 1, 2, 3 e 4
- ▶ Lápis Cor
- ▶ Afia Lápis (Metal e Plásticos)
- ▶ Pincéis (Vários nºs.)
- ▶ Tintas Guache
- ▶ Tintas Aguarela
- ▶ Compassos (c/ 3, 5, 7 e 9 Peças)
- ▶ Fitas e Laços p/ Embrulho (todo o ano e Natal)
- ▶ Etc.....

Fabricamos blisters de artigos c/ Marca do Cliente



¡Bienvenidos a España!

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

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

Serviço de assessoria, apoio e acompanhamento

Escritório Virtual

Para mais informações

707 50 1234 707 50 1235 info@pmeportugal.pt | www.pmeportugal.pt



10 ANOS AO
SERVIÇO DAS PME
DE PORTUGAL

associação
pme
portugal

A NECESSIDADE DE UMA FORTE ENTIDADE REGULADORA EM CADA SECTOR ESTRATÉGICO

“open source” vs. “closed source”



Nuno Aguiar

Gestor de projectos na Alencastre.net

Procurei abordar este tema, pois no momento de investir, muitas empresas vêm-se confrontadas com este problema. Qual o melhor? Na verdade esta não é a pergunta que os administradores e directores deverão fazer, mas sim, “Qual o melhor para a minha empresa?”

Como não estamos todos ligados ao mesmo ramo, penso que é importante primeiro explicar que termos são estes. “Open source” está associado a programas cujo seu código fonte é de livre acesso podendo ser alterado, o que normalmente representa também software livre de direitos de autor, ou seja, grátis. “Closed source” ou “proprietary” está associado a programas como o Windows, cuja edição está a cargo da empresa que o fornece, neste caso a Microsoft.

O conceito de “open source” não é recente, no entanto apenas na última década tem ganho notoriedade e uma maior quota de mercado, muito, em virtude da Internet. Este tem vindo a estabelecer-se como uma alternativa para vários mercados, pois a escolha por este tipo de soluções está geralmente associada ao seu custo.

Estas aplicações são geralmente livres de direitos de autor o que reduz a cotação da aquisição do software.

O software “open source” tem igualmente uma grande vantagem, que é a enorme comunidade virtual de programadores dos quatro cantos do mundo, que geralmente desenvolve conteúdos, estar numa constante comunicação e interacção, ao invés de estarem cingidos à equipa residente. Independentemente do nível



“Na minha opinião, as “closed-source” oferecem uma maior segurança, viabilidade, desenvolvimento e responsabilização. Seja qual for o mercado, o leque de oferta é vasto. Boa escolha!”

de interesse ou conhecimentos de um jovem programador, existe um software de código aberto que lhe progredir. Isto acaba por ser uma grande escola.

O software “closed source” é tecnologicamente mais evoluído que o seu concorrente e tem uma assistência técnica mais eficaz. O facto de ter uma equipa restrita de programadores, faz com que estejam muito mais organizados, e que cumpram requisitos e prazos pré-estabelecidos. Isto resulta de um produto tecnologicamente mais evoluído com novas características e funcionalidades que podem nunca vir a estar disponíveis em software “open source”.

Uma empresa ao fornecer um software, vincula um “contrato” com o seu cliente. A assistência técnica é sempre fornecida nestas situações e existe uma entidade que responsabi-

liza pela solução de qualquer problema que possa ocorrer. Esta questão pode ser de extrema importância numa empresa. Até que ponto a sua informação é importante para si? Por vezes os empresários falham na análise do seu

investimento. Um bom antivírus poderá poupar-lhe muitas dores de cabeça, tempo e dinheiro. É óbvio que cada um dos conceitos tem desvantagens em relação ao seu concorrente. O “open-source” apesar de ter uma comunidade de programadores que pode ascender aos milhares, encontram-se desorganizados. A solução para um problema poderá ser difícil de encontrar, se sequer existir, e a sua evolução surge de elevadas necessidades de inovação para características existentes nos seus homólogos closed source, e que se revelam imprescindíveis para o mercado. No que diz respeito à assistência as entidades poder-se-ão reservar no direito de não se responsabilizarem por falhas do software, uma vez que o mesmo não é protegido por direitos de autor nem foi pago.

Infelizmente, empresas vendem também ilegitimamente software de “open source” sob a sua própria marca. Caso optem por este tipo de soluções, deixo aqui esta advertência.

O software “closed source” tem como principal desvantagem o preço. Poderemos encarar como outra desvantagem a assistência técnica, o facto de termos simplesmente uma equipa para solucionar um problema pode ser desmotivador, quando a resolução não é fornecida com a prontidão necessária.

Na verdade não existe uma estrutura de software melhor que outra. Após apresentados os seus prós e contras, falta simplesmente que responda à pergunta. Na minha opinião, as “closed-source” oferecem uma maior segurança, viabilidade, desenvolvimento e responsabilização. Seja qual for o mercado, o leque de oferta é vasto. Boa escolha!

dynamicWEB®

Content Management System & E-commerce platform

www.dynamicweb.pt



Abra hoje a sua delegação em Lisboa

IDEIA ATLÂNTICO
CENTRO DE NEGÓCIOS

Desde 140,00 euros/mês, disponha de um escritório de representação, com secretariado, salas de reuniões e formação, numa das principais Avenidas de Lisboa – a Av. António Augusto Aguiar, em frente ao El Corte Inglés.



+ INFO

☎ 218 949 026

✉ geral@ideia-atlantico.pt

■ A NECESSIDADE DE UMA FORTE ENTIDADE REGULADORA EM CADA SECTOR ESTRATÉGICO

A lei face à maternidade



António Vilar

Advogado
Professor Universitário
Conselheiro Nacional
da Associação PME-Portugal

Uma trabalhadora da nossa empresa informa-me que está grávida e pretende gozar todos os direitos que tem antes e após o parto. Quais são as obrigações que temos, como empregadores?

A lei laboral confere uma ampla protecção à maternidade, justificada pelo facto de esta constituir um valor social eminente (art. 33.º Código do Trabalho, doravante CT). São vários os direitos, previstos no CT, que protegem a maternidade, dos quais tentaremos fazer uma resenha.

A protecção da maternidade realiza-se, antes de mais, pela atribuição, à trabalhadora grávida, de uma licença de maternidade. Prevista no art. 35.º CT, esta licença tem a duração de 120 dias consecutivos, dos quais 90 têm, necessariamente, de ser gozados após o parto. No caso de nascimentos múltiplos, o período de licença é acrescido de 30 dias, por cada gémelar.

A trabalhadora tem sempre a possibilidade, desde que tenha informado o empregador, de optar por uma licença de maternidade com uma duração de 180 dias, nos termos do art. 68.º Lei 35/2004, de 29/07.

Para as hipóteses de aborto espontâneo ou de aborto lícito, face ao art. 142.º C. Penal, a licença de maternidade terá a duração mínima de 14 dias e máxima de 30 dias, conforme prescrição médica. De referir que a lei nada prevê para o caso do nado morto, havendo a dúvida, neste caso, sobre a duração da licença.

Durante todo o período de gravidez, a trabalhadora tem direito a dispensa de trabalho,

para deslocação às consultas pré-natais, pelo tempo e número de vezes necessários (art. 39.º n.º1 CT). De acordo com o art. 46.º CT, a trabalhadora grávida, ou com filho de idade inferior a 12 meses, não está obrigada a prestar trabalho suplementar. A trabalhadora grávida está ainda dispensada de prestar trabalho nocturno, durante um período de 112 dias, dos quais pelo menos metade são, necessariamente, gozados antes da data previsível do parto (art. 47.º CT).

O empregador tem o dever de proporcionar especiais condições de segurança e saúde no local de trabalho, de modo a evitar que a trabalhadora grávida seja exposta a riscos, que podem resultar de agentes, processos ou condições de trabalho. Através de uma avaliação do grau de exposição ao risco (art. 49.º CT e 44.º e ss. Lei35/2004), determina-se as medidas que o empregador tem de adoptar, de forma a compatibilizar as condições de trabalho com o estado da trabalhadora. Se tal adaptação não for possível, e não houver outras funções a exercer, compatíveis com o estado e a categoria profissional da trabalhadora grávida, esta é dispensada do trabalho.

Posteriormente ao parto, a mãe que, comprovadamente, amamente o seu filho, tem, para o efeito, direito a dispensa do trabalho. Nos casos em que não haja lugar à amamentação, a trabalhadora pode ter direito a dispensa de trabalho, para aleitação do filho, até que este perfaça um ano (art. 39.º CT).

Desde que previstas no art. 50.º CT, as ausências ao trabalho, por motivos relacionados com a maternidade, não determinam perda de direitos e são consideradas como prestação efectiva do serviço, excepto no que diz respeito à retribuição.

De acordo com o art. 51.º CT, o despedimento de uma trabalhadora grávida, puérpera ou lactante carece de parecer prévio do CITE, e na eventualidade de este não ter sido solicitado, o despedimento é inválido. Caso o despedimento seja por facto imputável à trabalhadora grávida, puérpera ou lactante, aquele presume-se feito sem justa causa.

■ “SER COMPETITIVO É ESTAR INFORMADO” E PROGRAMA LER

PME-PORTUGAL lança campanha 10 Anos PME

No âmbito das comemorações do seu X Aniversário que irão culminar em Fevereiro de 2008, a Associação das PME-Portugal está a lançar, ao longo de um ano, um conjunto de iniciativas no sentido de conferir aos seus associados um melhor acesso às inúmeras vantagens por integrarem a PME-Portugal.

Em conferência de imprensa, realizada em Braga, Alexandra Campos, Secretária-geral da PME-Portugal fez um breve balanço da actividade desta Associação nos últimos anos. Destacando, entre outras iniciativas e programas, aqueles que foram, sem dúvida, os que marcaram a aposta da PME-Portugal no apoio ao empreendedorismo e à melhoria da competitividade das PME. Estamos a falar do Programa PME XXI e do Programa Empreendedoras PME.

Relativamente à Campanha 10 Anos PME, Alexandra Campos



apresentou as mais recentes novidades. Entre as quais, o Programa LER – Lista das Empresas Recomendadas, cujo objectivo é contribuir para o incremento da visibilidade dos associados da PME-Portugal. O LER permitirá aos seus aderentes usufruírem de uma página on-line no Portal PME (www.pmeportugal.pt) para apresentação da empresa e divulgação dos seus contactos e produtos e/ou serviços. Através do LER, pretende-se desenvolver uma rede de parceiros associados da PME-Portugal que, para além da sua própria promoção e divulgação, podem colocar ao dispor destes associados di-

versas ofertas e promoções especiais.

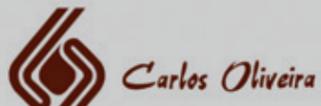
Outra das novidades, desenvolvida em parceria com o Grupo Empresarial Vida Económica, é a campanha “Ser competitivo é estar informado”. Miguel Peixoto Sousa, administrador do Grupo Vida Económica, sintetizou os moldes desta campanha.

Os associados da PME-Portugal poderão beneficiar de diversas promoções relativas às publicações editadas pelo Grupo Vida Económica. Designadamente, três meses grátis de assinatura do semanário Vida Económica, três meses grátis de assinatura do Boletim do Contribuinte e 25% de desconto nos pacotes de livros: Essencial Fiscal, Essencial Gestão e Recursos Humanos, Essencial Economia e Finanças e Essencial Internacionalização.

Brevemente, a PME-Portugal avançará com uma nova fase da Campanha 10 Anos, com mais projectos e programas direccionados às PME.



soltráfego
soluções de trânsito, estacionamento e comunicações, sa



Carlos Oliveira

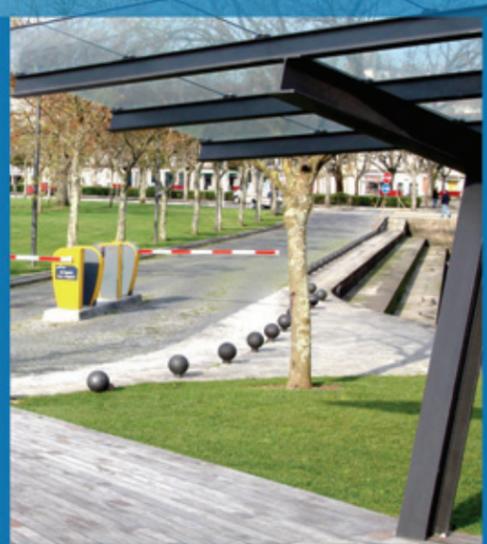
Trânsito

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



Estacionamento e Acessos

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





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



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 - 1.ºesq
1150-083 Lisboa - Portugal
t. +351 21 314 12 56
f. +351 21 314 12 58

WWW.SOLTRAFEGO.PT
geral@soltrafego.pt



CONTRIBUÍMOS PARA O BEM

jornaldasPME

Jornal das Pequenas e Médias Empresas de Portugal



Mais de 20 000 Formandos

Formação PME

Líderes em formação para Pequenas e Médias Empresas
Toda a oferta formativa em www.pmeportugal.pt

Projectos da PME-Portugal em exposição no seminário “Reflectir o Presente – Pensar o Futuro”



Numa iniciativa promovida pela Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género, a PME-Portugal participou no Seminário “Reflectir o Presente – Pensar o Futuro” e na exposição que decorreu paralelamente a esta sessão. O evento decorreu na Torre do Tombo, em Lisboa.

Durante a exposição, a PME-Portugal colocou em exposição diversos materiais e informações referentes a dois projectos desenvolvidos pela Associação das PME: o Clube de Apoio à Vida Profissional da Mulher e o Centro PME-Mulher. Ambos os projectos foram promovidos com a principal missão de dar às mulheres apoio na procura de emprego e no empreendimento de novos negócios, bem como ajudar nas lacunas que estas poderão ter com formação adequada ao seu perfil.



PME-PORTUGAL participa nas Jornadas da Escola Profissional de Gaia

José Castelo Branco, vice-presidente da PME-Portugal (na foto ao centro), foi orador nas VII Jornadas de Contabilidade, realizadas

pela Profigaia – Escola profissional de Gaia. Este ano, as jornadas foram subordinadas ao tema “Ensino Superior & Empresarial”.



Ciclo de Seminários- Estimular a Competitividade das PME

Apostar nos mercados emergentes

associação
pme
portugal

12 de Julho | 14h30
Porto – Fundação Cupertino de Miranda

Entrada Livre, sujeita a inscrição!
Inscrições em www.pmeportugal.pt
tel.: 707 50 1234

Mercados em debate:

Bulgária - Vavyusha Krachunov, Representante Comercial da Embaixada da Bulgária*
Roménia - Emílio Lopes, Cônsul de Portugal na Roménia
Argélia - João Quelhas, Director de Relações Internacionais da Câmara de Comércio e Indústria Árabe-Portuguesa
Marrocos - Abdssamad Tajerramt, Conselheiro Económico de Marrocos
Rússia
Polónia
Angola

*Intervenção em inglês

programa gestores pme



Ministério da Economia e do Trabalho
Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social

