

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL

14<sup>o</sup>  
ANIVERSÁRIO

Agosto | Setembro 2025 • www.revistabusinessportugal.pt

## 20 ANOS A CRIAR IMPACTO NAS PESSOAS E ORGANIZAÇÕES

*Mafalda Isaac, Partner da B-Training Consulting*

**ENTREVISTA EXCLUSIVA: MARCO GALINHA**

**SAÚDE**  
& CIÊNCIAS DA VIDA

**BE SIMPLE**  
LÍDERES E EMPRESÁRIAS

**ALGARVE 360°**  
PRESENTE E FUTURO

**BURINHOSA**  
ALDEIA DO FUTSAL



# Brain Power™

**CONHECIMENTO**

**ESTABILIDADE**

**CONFIANÇA**

**SOLUÇÕES À MEDIDA  
DOS SEUS SONHOS PROFISSIONAIS**



**SANDRA  
SOARES**

CEO GRUPO BRAIN POWER

EXCLUSIVIDADE – SOFISTICAÇÃO – AUTENTICIDADE

# ALTA-IMAGEM COUTURE

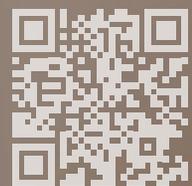
**UMA MARCA** PARA EMPRESÁRIOS QUE  
NÃO SE VESTEM PARA SEGUIR PADRÕES,  
E SIM PARA **CRIAR PRESENÇA.**



**PATRICIA VEIGA**  
ALTA-IMAGEM  
COUTURE



Patrícia Veiga  
@patriciaveigapt





## 6. B - Training

20 anos a criar impacto nas pessoas e organizações

## 10. Grupo Brain Power

Internacionalização, Inovação e Proteção: A visão da Brain Power para o futuro

## 14. Entrevista Exclusiva Marco Galinha

## 18. Dia Mundial do Mar

## 24. ONE

ONE traça caminho para um futuro marítimo mais verde e eficiente

## 29. Boehringer Ingelheim

Portugal no centro da inovação da Boehringer Ingelheim

## 63. Regina Freitas

Liderar com Propósito, Cuidar com Alma

## 82. Regresso às Aulas

## 84. FNAC

Tecnologia com responsabilidade e futuro sustentável

## 93. Nova SBE Executive Education

Liderança inspiradora e reconhecida: O testemunho de Pedro Brito

## 101. Martiniano - Construções em Ferro e Inox

Soluções metálicas: da transformação ao acabamento

## 120. Turiscampo

O camping algarvio que reinventou as férias em Portugal

## 139. Burinhosa - Aldeia do Futsal

Coutinho Duarte apresenta-nos a Burinhosa - Aldeia do Futsal

## 150. MEV

De Viseu para o Mundo: Como a MeV transforma a mobilidade

## 152. Brands Power

## 154. Patrícia Veiga

A arte de liderar pela imagem

## 160. LS Advogados

Compromisso Real com as Pessoas e com a Justiça

## 176. Steelaxy

Foco, inovação e crescimento global

## 182. Região Oeste & Norte de Lisboa

## 186. Caleira Torres

Soluções à medida desde 1997

## 190. ADREN

Nova geração de contabilidade com visão estratégica

## 204. Empresas Galardoadas

## 208. WiZink

WiZink volta a vencer Prémio Cinco Estrelas

## 210. IA: Nova realidade na Contabilidade

## 212. Softwhere

Inovação e personalização: o segredo da Softwhere no setor da contabilidade

## 216. Dia Mundial da Arquitetura



Nota de boas-vindas...

## 14 anos de compromisso com a excelência empresarial

Há 14 anos, a Revista Business Portugal nasceu com um propósito claro: dar voz ao que de melhor se faz no tecido empresarial português, promovendo o talento, a inovação e a resiliência que moldam o nosso país. Nesta edição, celebramos mais do que uma data – celebramos uma trajetória construída com rigor, independência editorial e um olhar atento sobre os protagonistas do desenvolvimento económico nacional.

Ao longo deste percurso, contámos centenas de histórias de empresas e empreendedores que desafiaram limites, enfrentaram crises e reinventaram modelos. Fomos palco de testemunhos inspiradores, projetos disruptivos e setores que continuam a transformar Portugal.

Este aniversário é também uma homenagem aos nossos leitores e parceiros – pilares fundamentais desta caminhada, cujo apoio contínuo é o combustível que nos permite evoluir, inovar e manter o compromisso com a qualidade.

Num tempo em que a informação se multiplica, a Revista Business Portugal renova a sua missão: ser uma plataforma de credibilidade, que une conhecimento e estratégia, tradição e futuro.

Obrigado por fazer parte destes 14 anos.

O melhor ainda está por vir.

*Fernando R. da Silva*



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



**TOP CONSTALL**  
QUALIDADE GARANTIDA



**TORRALTA  
ALVOR**  
PORTIMÃO

- ✓ PINTURA DE FACHADAS
- ✓ PISCINAS
- ✓ TERRAÇOS
- ✓ ISOLAMENTO
- ✓ TOPO DE COBERTURA
- ✓ CANALIZAÇÃO E ESGOTOS
- ✓ ALUGUER

**SOLUÇÕES COMPLETAS  
PARA A SUA CONSTRUÇÃO**

**ENTRE EM CONTACTO!**

**969 223 840**  
(CHAMADA PARA REDE MÓVEL NACIONAL)



PRACETA DA MALATA DA HORTA,  
LOTE 2- 5º ESQ - 8500-549 - PORTIMÃO

# 20 ANOS A CRIAR IMPACTO NAS PESSOAS E ORGANIZAÇÕES

Celebrar 20 anos é, para a B-Training Consulting, mais do que assinalar uma data: é reafirmar uma trajetória construída sobre resiliência, inovação e proximidade. Fundada em plena crise financeira, a empresa transformou desafios em oportunidades, consolidou-se como referência na consultoria e formação em Portugal e mantém-se fiel ao propósito de "ousar fazer diferente". Em entrevista, Mafalda Isaac e Carlos Costa, *Partners* da B-Training Consulting, refletem sobre os marcos mais significativos deste percurso, os desafios superados e a visão que projeta a empresa para o futuro.



Mafalda Isaac, Partner da B-Training Consulting

**A B-Training Consulting celebra 20 anos de existência em 2025. Quais considera que foram os marcos mais significativos desta trajetória e como se refletem nos valores e na visão da empresa?**

A B-Training Consulting celebrou este ano duas décadas de atividade. Desde o início, definimos como visão sermos uma referência de mercado nas áreas de negócio em que atuamos, com o propósito de contribuímos para a melhoria contínua da formação profissional em Portugal. Como pilares estratégicos, temos valores que têm norteado o nosso percurso tais como a integridade e a ética, como identidade e fator diferenciador, e a confiança, o compromisso e a autonomia, como fatores de alinhamento interno da nossa equipa.

O primeiro grande marco foi o nosso arranque em plena crise financeira do *subprime*. Costumamos dizer, em tom de brincadeira, que somos “filhos da crise”. A verdade é que essa conjuntura obrigou-nos a sermos resilientes desde o início e a encarar as crises como oportunidades de reinvenção e não como ameaças.

Outro momento decisivo ocorreu em 2015, quando fizemos os primeiros projetos de consultoria *e-learning*. Essa aposta transformou-se numa área de negócio estratégica que tem vindo a crescer consistentemente. Mais recentemente, têm sido vários os reconhecimentos externos que muito nos orgulham.

Destacam-se a distinção pela Revista Exame como uma das “Melhores Empresas para Trabalhar”, pela Revista Human como “Empresa de Excelência para Trabalhar”, bem como a vitória no macro setor do Ensino, Hotelaria, Turismo e Desporto no estudo Índice de Excelência (atualmente *People Engagement Survey*) desenvolvido pela Cegoc e Neves de Almeida. A estas distinções soma-se ainda a certificação TOP 10 Melhores PME do Setor da Formação em Portugal, atribuída pela Scoring, que coloca a nossa empresa nas dez melhores do setor da formação em termos de desempenho e solidez financeira.

Estes prémios e certificações reforçam o compromisso da B-Training Consulting em manter-se fiel aos seus valores, continuar a inovar e a gerar impacto positivo e duradouro nas pessoas e organizações.

**O lema da B-Training Consulting é “Mais do que fazer mais do mesmo, ousamos fazer diferente”. Como esta filosofia se concretiza no dia a dia da empresa e na forma como interagem com os clientes e colaboradores?**

Na B-Training Consulting entendemos que ‘ousar fazer diferente’ é mais do que um lema, é um princípio orientador da nossa atuação. No quotidiano, traduz-se na capacidade de escutar ativamente os clientes, analisar os seus desafios com rigor e desenvolver soluções inovadoras e personalizadas, alinhadas com os objetivos estratégicos de cada organização. Paralelamente, promovemos uma cultura interna assente na colaboração, na criatividade e na melhoria contínua, estimulando os nossos colaboradores a partilhar conhecimento e a propor novas abordagens. Esta dinâmica permite-nos antecipar tendências, diferenciar a nossa oferta e reforçar relações de confiança com todos os *stakeholders*. Assim, conseguimos assegurar que cada projeto concebido pela B-Training Consulting contribui para resul-

tados concretos, sustentáveis e com verdadeiro impacto nas pessoas e nas organizações.

**Quais os principais desafios que enfrentaram ao longo destes 20 anos e como os superaram, mantendo o compromisso com a excelência e inovação nas suas áreas de atuação?**

Nestes 20 anos, passámos por várias etapas desafiantes; começámos em plena crise financeira, aprendemos a crescer num contexto de instabilidade económica e social e enfrentámos transformações profundas no setor da formação, fruto da disrupção tecnológica.

Mas o momento que mais nos marcou foi a pandemia de 2020.

De um dia para o outro tivemos de reinventar a nossa forma de trabalhar, toda a equipa passou para teletrabalho e muitos projetos tiveram de ser rapidamente adaptados para ambientes digitais. Foi um período de incerteza, mas também de enorme aprendizagem. Descobrimos a força da colaboração, reforçámos laços à distância com clientes e colegas e percebemos que havia um novo caminho a percorrer para sermos bem sucedidos no futuro. A pandemia deixou uma marca profunda na nossa identidade, mostrou-nos que somos capazes de transformar dificuldades em oportunidades e que, quando mantemos a confiança, a criatividade e o compromisso com a excelência, conseguimos não apenas resistir, mas crescer e fortalecer-nos.





Carlos Costa e Mafalda Isaac, Partners da B-Training Consulting

**O posicionamento da B-Training Consulting no mercado é algo que se distingue pela qualidade e personalização dos serviços. Quais são os fatores-chave que ajudam a manter esta diferenciação em relação aos concorrentes?**

A nossa diferenciação no mercado assenta em três fatores fundamentais. O primeiro é a personalização. Não acreditamos em soluções *standard*, mas em projetos desenhados em conjunto com cada cliente, respeitando a sua identidade, objetivos e cultura organizacional. O segundo fator é a qualidade e inovação. Apostamos em metodologias pedagógicas atuais, em tecnologia de ponta e numa equipa altamente especializada, capaz de antecipar tendências e transformar desafios em soluções concretas. Por fim, destacamos a proximidade e o compromisso. Mantemos relações de confiança de longo prazo, acompanhando de perto cada cliente e garantindo que os resultados são efetivos e sustentáveis.

É esta combinação – personalização, qualidade e proximidade – que nos permite manter a nossa posição diferenciada e continuar a sermos reconhecidos como um parceiro estratégico de referência na área da formação e consultoria.

**Quais os principais produtos e serviços da B-Training Consulting que mais marcaram a evolução da empresa ao longo destes anos? Como os veem a continuar a evoluir no futuro?**

Os nossos serviços evoluíram em linha com as necessidades do mercado e com a visão de oferecermos uma solução única e abran-

*Na B-Training Consulting entendemos que ‘ousar fazer diferente’ é mais do que um lema, é um princípio orientador da nossa atuação. No quotidiano, traduz-se na capacidade de escutar ativamente os clientes, analisar os seus desafios com rigor e desenvolver soluções inovadoras e personalizadas, alinhadas com os objetivos estratégicos de cada organização*

gente na gestão da formação. A B-Training Consulting começou por se especializar na prestação de serviços de consultoria de gestão da formação e na formação profissional.

Na área da consultoria em gestão da formação, apoiamos entidades formadoras nos processos de certificação junto da DGERT (Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho), no acompanhamento contínuo para garantir conformidade com os requisitos da DGERT e na realização de auditorias de qualidade.

Na formação profissional, especializámo-nos em áreas-chave como a formação pedagógica de formadores, e-tutoria e gestão da formação.

A consultoria de *e-learning* surgiu como resposta às necessidades de digitalização da formação. Instalamos plataformas de *e-learning*, desenvolvemos cursos à medida de cada cliente e disponibilizamos um portefólio próprio de cursos para comercialização.

Atualmente, estamos a lançar um *software* de gestão da formação, já em utilização interna e por alguns clientes.

Consideramos ter uma oferta única em Portugal, reunimos numa só entidade, com recursos exclusivamente internos, todos os serviços ligados à formação pedagógica e gestão da formação. Assim, garantimos aos nossos clientes um serviço integrado, de elevada qualidade que garante a conformidade com os requisitos da DGERT.

**A B-Training Consulting tem uma forte presença na área de consultoria *e-learning*. Como foi a adaptação e a evolução da empresa neste segmento, considerando as transformações tecnológicas e as novas exigências do mercado?**

A B-Training Consulting iniciou a aposta no *e-learning* em 2015, numa altura em que esta abordagem ainda estava pouco consolidada em Portugal. Desde então, temos vindo a posicionar-nos como parceiros estratégicos na transformação digital da formação, oferecendo soluções inovadoras, flexíveis e totalmente ajustadas à realidade de cada organização.

O que nos diferencia é a forma como combinamos tecnologia com a pedagogia e o *design* instrucional, criando experiências de aprendizagem verdadeiramente envolventes. Não nos limitamos a disponibilizar plataformas ou conteúdos, mas cocriamos com os clientes soluções que geram resultados concretos em termos de eficácia, escalabilidade e impacto organizacional. A pandemia reforçou a relevância deste posicionamento e permitiu-nos consolidar a nossa presença no mercado, provando a nossa capacidade de resposta rápida e de apoio próximo em momentos críticos. Hoje, o *e-learning* representa uma das áreas mais importantes na B-Training Consulting e continuará a ser um vetor estratégico de crescimento e diferenciação.

**Em 2025, a empresa terá a oportunidade de ser patrocinadora no *Global Talent Day*, um evento de grande visibilidade. O que espera alcançar com esta participação e como vai aproveitar o evento para fortalecer a presença da marca?**

Patrocinar o *Global Talent Day* é para nós uma oportunidade estratégica de afirmação e de reforço do nosso posicionamento nos setores da consultoria e formação. Trata-se de um evento de grande visibilidade, que reúne organizações, especialistas e profissionais de referência, e onde queremos estar presentes como parceiros ativos na reflexão sobre o futuro do trabalho e da aprendizagem.

Com esta participação, pretendemos não apenas dar maior notoriedade à marca B-Training Consulting, mas também partilhar a nossa experiência de 20 anos e mostrar como a inovação,

a personalização e a proximidade fazem parte do nosso ADN. É igualmente uma forma de reforçar relações de confiança com clientes e parceiros e de abrir novas oportunidades de colaboração.

**A equipa jovem e dinâmica da empresa tem sido um fator de sucesso. Como é que a B-Training Consulting cultiva esta energia e qual o papel da formação interna para garantir a qualidade e a evolução contínua da equipa?**

A nossa equipa é, sem dúvida, um dos maiores fatores de sucesso. Temos orgulho em cultivar uma cultura jovem, dinâmica e colaborativa, onde cada pessoa é encorajada a contribuir com ideias, experimentar novas abordagens e desafiar o *status quo*. Essa energia criativa é fundamental para mantermos a inovação e a proximidade que nos distinguem no mercado.

A formação interna desempenha um papel central neste processo. Apostamos continuamente no desenvolvimento das nossas pessoas, promovendo a partilha de conhecimento e acompanhamento personalizado. Investimos tanto em competências técnicas como em competências transversais, porque acreditamos que a qualidade do que entregamos aos clientes começa pelo crescimento e evolução da nossa própria equipa.

É este equilíbrio entre juventude, dinamismo e cultura empresarial que nos permite manter uma equipa unida, preparada para os desafios do futuro e alinhada com a nossa estratégia.

**Olhando para os próximos anos, como imaginam a B-Training Consulting no futuro? Quais são as metas e os desafios que desejam alcançar para continuar a ser uma referência na consultoria e formação no mercado?**

Nos próximos anos, queremos reforçar ainda mais a posição da B-Training Consulting como parceiro estratégico na área da formação e da consultoria, sempre com a mesma ambição que nos trouxe até aqui: inovar, servir com qualidade e gerar impacto real nas organizações. As nossas metas passam por consolidar a liderança no *e-learning*, na gestão da formação e na formação pedagógica. Paralelamente, continuaremos a apostar no desenvolvimento da nossa equipa, porque acreditamos que o talento interno é a chave para manter a diferenciação e a excelência.

Os desafios existirão sempre, desde a rápida evolução tecnológica às mudanças no mundo do trabalho. Mas é justamente neles que encontramos as maiores oportunidades. Queremos continuar a ser uma empresa inovadora, sólida e próxima, capaz de crescer de forma sustentável e de contribuir ativamente para o futuro da formação e da gestão do talento em Portugal.



# INTERNACIONALIZAÇÃO INOVAÇÃO E PROTEÇÃO A VISÃO DA BRAIN POWER PARA O FUTURO

Num mercado de trabalho cada vez mais moldado pela automação, pela Inteligência Artificial e por novas formas de contratação, Sandra Soares, CEO da Brain Power, assume-se como uma das vozes mais firmes na defesa do equilíbrio entre tecnologia e fator humano. À frente de uma empresa pioneira na proteção dos trabalhadores independentes, acredita que o futuro do trabalho não se fará de vínculos rígidos, mas de modelos flexíveis capazes de garantir direitos e estabilidade a quem opta por traçar o seu próprio caminho. Com a expansão internacional da Brain Power e uma estratégia de *franchising* distinta, baseada em proximidade e partilha de liderança, Sandra Soares quer deixar como legado não apenas o sucesso empresarial, mas sobretudo a transformação estrutural da forma como olhamos para a independência profissional: de sinónimo de precariedade a escolha consciente, digna e valorizada.

**Num mercado de trabalho cada vez mais marcado pela automação e pela Inteligência Artificial, como prevê que a Brain Power consiga equilibrar a tecnologia com o fator humano, que assume como central no vosso modelo?**

Na Brain Power entendemos a tecnologia como um catalisador do talento humano. A automação e a Inteligência Artificial permitem-nos otimizar processos e alcançar maior rigor, mas é nas pessoas que reside a capacidade de interpretar, criar e gerar impacto real. O nosso compromisso é garantir que a inovação tecnológica serve sempre para potenciar competências humanas, e não para as substituir. O futuro do trabalho será construído neste equilíbrio: máquinas a apoiar e pessoas a liderar.

**A Brain Power apresenta-se como pioneira na proteção dos trabalhadores independentes. Que desafios jurídicos ou resistências institucionais encontrou ao propor este modelo inovador?**

O principal obstáculo tem sido a rigidez de uma legislação laboral pensada para realidades antigas. A lei ainda privilegia o vínculo tradicional de emprego e não reflete a diversidade crescente de profissionais independentes. Essa lacuna gera resistências naturais quando apresentamos soluções que fogem ao modelo estabelecido. No entanto, acreditamos que cada passo dado para atualizar mentalidades e estruturas jurídicas abre caminho a um futuro mais

inclusivo, onde a proteção laboral chega a todos, independentemente do formato de trabalho.

**O *outsourcing* e a consultoria são hoje vistos como motores de flexibilidade, mas também alvo de críticas por, nalguns contextos, fragilizarem vínculos laborais. De que forma garante que a Brain Power subverte essa lógica e a transforma em maior segurança e estabilidade?**

Muitas das críticas feitas ao *outsourcing* e à consultoria partem de uma visão ultrapassada do mercado de trabalho. Hoje, os profissionais mais jovens valorizam sobretudo a flexibilidade e a possibilidade de definir o rumo da sua carreira, e não necessariamente o vínculo sem termo. A Brain Power nasce exatamente para responder a essa mudança: oferecemos proteção e estabilidade a quem escolhe a independência, garantindo que a liberdade de trabalhar em diferentes projetos vem acompanhada de direitos e segurança.

**A aposta nas *soft skills* é um dos vossos pilares estratégicos. Considera que o sistema educativo português (ou europeu) está preparado para formar profissionais à altura destas exigências?**

Atualmente, o sistema educativo ainda não está totalmente preparado para responder a esta necessidade. Continua a privilegiar a vertente teórica, em detrimento da prática e do desenvolvimento de

competências transversais. Formamos excelentes profissionais em termos técnicos, mas nem sempre preparados para lidar com desafios como comunicação, resiliência, liderança ou trabalho em equipa. Na Brain Power acreditamos que o futuro passa por um maior equilíbrio: manter o rigor académico, mas dar espaço a experiências práticas que desenvolvam as *soft skills* de forma consistente.

**A internacionalização do grupo tem crescido de forma expressiva. Que diferenças culturais e legislativas mais a desafiaram na expansão e como as integrou no vosso modelo?**

A nível cultural, não sentimos grandes barreiras à internacionalização, porque os desafios enfrentados pelos trabalhadores independentes são, em grande medida, universais. O que varia substancialmente é o enquadramento legal: fora de Portugal encontramos maior flexibilidade e uma legislação mais adaptada às novas formas de trabalho. Isso obrigou-nos a ajustar o nosso modelo para responder a diferentes contextos jurídicos, mas sempre mantendo a mesma missão, garantindo proteção e estabilidade a quem trabalha de forma independente.

*Acreditamos que cada passo dado para atualizar mentalidades e estruturas jurídicas abre caminho a um futuro mais inclusivo, onde a proteção laboral chega a todos, independentemente do formato de trabalho*





**A sua visão privilegia um mercado de trabalho mais justo. O que falta mudar estruturalmente em Portugal – seja a nível legal, fiscal ou cultural – para que este futuro seja realmente viável?**

Portugal precisa de avançar em três dimensões estruturais: legal, fiscal e cultural. No plano legal, é urgente atualizar a legislação laboral, que continua demasiado focada no modelo tradicional do emprego por conta de outrem e não acompanha a diversidade de formas de trabalho que já existem no mercado. Do ponto de vista fiscal, é necessário criar regras mais justas e proporcionais à realidade dos trabalhadores independentes, que muitas vezes enfrentam rendimentos irregulares e instabilidade. Finalmente, é fundamental promover uma mudança cultural e deixar de associar independência a precariedade, reconhecendo que pode ser uma escolha consciente e com valor acrescentado para a economia. Só com este triplo movimento conseguiremos construir um mercado de trabalho mais justo, inclusivo e preparado para o futuro.

*Gostaria que a minha contribuição fosse reconhecida por ter ajudado a mudar a forma como olhamos para o trabalho independente, dando-lhe dignidade, proteção e estabilidade*

**No discurso de liderança, refere muitas vezes a importância da proximidade e da confiança. Como se mantém essa cultura empresarial à medida que a organização cresce e se torna mais global?**

O crescimento da organização não altera o essencial: a liderança faz-se de proximidade e de confiança. A minha forma de conduzir as equipas mantém-se igual, priorizando estar ao lado das pessoas, compreender os seus desafios e apoiar o seu desenvolvimento. Mesmo numa estrutura global, é possível cultivar essa cultura se houver intenção genuína de ouvir, reconhecer e valorizar. É esse compromisso que garante que a expansão da Brain Power não dilui a nossa identidade, mas reforça-a.



ciclo de autonomia progressiva, quisemos mostrar que cada franquia é única e valiosa, mas também parte de um ecossistema coeso. Esta abordagem permitiu-nos crescer sem perder identidade e, ao mesmo tempo, dar aos nossos parceiros um caminho claro de evolução e capacitação. Acredito que o *franchising* não deve ser apenas um modelo de negócio, mas também um modelo de liderança partilhada, em que todos têm espaço para aprender, assumir responsabilidades e contribuir para o futuro comum. Também convém que os modelos de liderança sejam replicados e mantidos em todas as franquias, garantindo consistência na forma como a cultura da Brain Power é vivida. O conselho que deixo a outros líderes é simples: expandir com propósito. Mais do que multiplicar unidades, é fundamental multiplicar impacto, garantindo que cada novo passo reforça, em vez de diluir, a cultura que distingue a organização.

**O investimento em tecnologia e automação tem vindo a aumentar sistematicamente. Como garante que este salto tecnológico será uma mais-valia para os trabalhadores e não apenas um ganho de eficiência para as empresas?**

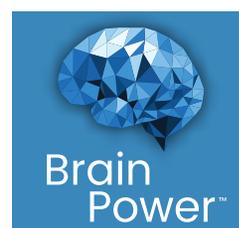
Na Brain Power acreditamos que a tecnologia deve estar ao serviço das pessoas. A automação não vem substituir o trabalho humano, mas sim libertá-lo de tarefas repetitivas, dando mais tempo e espaço para aquilo que realmente acrescenta valor: melhorar processos, inovar e desenvolver novas ideias. É assim que garantimos que o salto tecnológico não representa apenas eficiência para as empresas, mas também uma mais-valia direta para os trabalhadores, que passam a ter funções mais criativas, estratégicas e gratificantes.

**O modelo de *franchising* da Brain Power tem uma abordagem distinta, com nomes de pedras preciosas e um ciclo de autonomia progressiva. Qual a principal lição que retirou desta estratégia e que conselho daria a outros líderes que consideram expandir via franquias?**

A principal lição que retirámos com o nosso modelo de *franchising* é que a expansão só faz sentido quando preserva a essência da marca. Ao escolhermos nomes de pedras preciosas e criarmos um

**Ao longo da sua trajetória, já se afirmou como uma voz de transformação no mercado laboral. Que legado gostaria de deixar no futuro: ser lembrada como empresária de sucesso ou como alguém que alterou a forma como encaramos o trabalho independente?**

Mais do que ser recordada apenas como empresária de sucesso, o que realmente me motiva é deixar um legado de transformação. Gostaria que a minha contribuição fosse reconhecida por ter ajudado a mudar a forma como olhamos para o trabalho independente, dando-lhe dignidade, proteção e estabilidade. Se no futuro conseguirmos que milhões de profissionais tenham melhores condições graças a este modelo, esse será o verdadeiro sucesso, coletivo e não apenas individual.





*Conversas*  
SUBLIMES

“AS COISAS  
DIFÍCEIS  
FAZEM PESSOAS  
FORTES”

Na mais recente edição de *Conversas Sublimes*, o convidado foi Marco Galinha, empresário português à frente do Grupo BEL, um universo que congrega mais de 80 empresas em seis áreas de negócio, com uma faturação na ordem dos 800 milhões de euros e cerca de 3.500 colaboradores. Apesar da dimensão do império, Galinha prefere a discrição. A entrevista, conduzida no Clube de leitura do Grupo BEL, espaço criado para os colaboradores, é reveladora da matriz do empresário: a família, a disciplina e a resiliência.

### Raízes e valores familiares

Nascido em Rio Maior, e criado na Benedita, concelho de Alcobaça, Marco cresceu numa família numerosa de sete irmãos. Perdeu o pai cedo e aprendeu a viver num ambiente de entreatada e rigor. “Os irmãos mais velhos cuidavam dos mais novos. Essa experiência deu-me valores de partilha, resiliência e equilíbrio. Hoje, mesmo liderando um grupo empresarial exigente, procuro manter essa mesma lógica: a família é um pilar essencial, e é com disciplina que tento equilibrar a vida empresarial com a vida pessoal”, refere.

Do desporto também guardou lições. Ainda jovem, destacou-se no BTT, chegando a representar Portugal na Seleção Nacional. Mas cedo percebeu que o desporto não lhe daria o futuro que ambicionava. Um episódio com o então campeão do mundo da modalidade foi decisivo: “Ele dizia-me que o sonho da vida dele era comprar um Mercedes. E eu percebi, de forma rápida, que sem cérebro os músculos não valem muito. Foi a minha *wake-up call*. Mais importante do que a força física é rodearmos-nos de pessoas inteligentes e capazes”, recorda. Dessa filosofia nasceu a sua forma de estar nas empresas. Rigor, método e disciplina são princípios herdados do desporto e aplicados no mundo empresarial: “No Grupo BEL incentivo os líderes a cultivarem inteligência estratégica, pensamento crítico e capacidade de antecipação, porque são esses atributos que diferenciam empresas vencedoras”.

### A origem do Grupo BEL e a aposta na tecnologia

O percurso empresarial começou em 1999, no contexto do chamado “bug do milénio”. O pânico em torno da possível falha dos sistemas informáticos abriu espaço para serviços de consultoria, que rapidamente se transformaram na BEL Network Solutions, em 2001: “O grupo nasceu no mundo do *software* e *hardware*, quando a tecnologia ainda não dominava em Portugal. Essa matriz tecnológica permanece como pilar da nossa visão: inovação, transformação digital e antecipação são transversais a todas as áreas do grupo, mesmo nas mais tradicionais”, defende. Da tecnologia ao retalho, passando pela logística, energias e comunicação social, o Grupo BEL cresceu sempre pela via da diversificação e da antecipação de oportunidades. “Organizar muitos dá o mesmo trabalho que organizar poucos, desde que haja método”, recorda, citando Sun Tzu.

Recentemente, o Grupo BEL adquiriu a Central Cash, em Palmela. Para Marco, este “não é apenas um regresso às origens, é a abertura de um novo ciclo. A Central Cash representa a integração entre logística, distribuição e consumo, que reforça a nossa estratégia de criar valor em toda a cadeia”, explica.

### O desafio de empreender em Portugal

O empresário não esconde as dificuldades de gerir e expandir negócios em território nacional. Recorda o caso de uma empresa adquirida em Vila Nova de Poiares, em 2024, onde conseguiu preservar 200 postos de trabalho. Pouco tempo depois, a própria sobrevivência da empresa ficou em risco devido a uma inspeção fiscal relativa a exercícios anteriores à compra. “O sistema é desorganizado e cria obstáculos a quem quer construir. Muitas vezes, o Estado investe

milhões em emprego, mas depois põe em causa projetos privados que salvam centenas de famílias”. Ainda assim, mantém-se otimista. “As coisas difíceis fazem pessoas fortes”, repete, evocando a sua própria trajetória de superação.

Na sua leitura, Portugal continua amarrado a entraves burocráticos e a uma cultura política de receio: “Os políticos têm medo de agir. E isso trava o país. Mas, hoje em dia, há muita gente boa que está na política, mas não consegue, está limitada a fazer coisas. Crescer em Portugal é muito difícil por via orgânica. Temos avançado, porque respeitamos regras e aproveitamos oportunidades”, esclarece. Esta experiência reforçou em Marco a ideia de que liderar não é apenas criar riqueza, mas proteger postos de trabalho. No fim do mês, há famílias que dependem de si. Esse é o verdadeiro peso da liderança.

### Família e prioridades

“Liderar um grupo com mais de 80 empresas e cerca de 800 milhões de euros de faturação exige entrega total. É um grande desafio, mas também uma missão. É inevitável que tenha impacto pessoal, mas aprendi a viver com essa responsabilidade como parte do meu caminho”, sublinha. Apesar do ritmo exigente, Marco sublinha que a família é o seu alicerce. “Cometi erros, tive menos tempo no início. Mas aprendi que a família está sempre em primeiro. As empresas são importantes, mas nunca podemos trocá-las pela família, sob pena de não haver continuidade”.

### Visão sobre a Inteligência Artificial

Visionário, Marco Galinha acompanha a evolução tecnológica com entusiasmo e prudência. “Já havia cadeiras de Inteligência Artificial quando estudei no Instituto Superior Técnico. Não é uma moda de agora. Hoje, a máquina atingiu uma velocidade exponencial, impossível de travar”. Reconhece riscos, sobretudo se usada para fins bélicos, mas vê nela uma aliada. “Pessoalmente, 60% das minhas decisões têm hoje como maior consultor a Inteligência Artificial”. No entanto, reforça que no jornalismo, por exemplo, a Inteligência Artificial nunca deve substituir o trabalho humano: apenas auxiliar, sob supervisão total. A convicção é clara: a tecnologia deve servir o homem, nunca substituí-lo. Um algoritmo pode prever cenários, mas não pode substituir valores. É aí que o humano faz a diferença.

### Relações internacionais e aprendizagem

A presença de Marco Galinha também se faz sentir fora de Portugal. Questionado sobre a ligação a Donald Trump, o empresário relativiza: “Um presidente dos EUA não tem amigos, tem interesses. Tive a oportunidade de colaborar em projetos tecnológicos e testemunhei a sua resiliência. Foi alvo de perseguições, mas sobreviveu com uma força impressionante. Não discuto políticas, mas aprendi muito com a sua capacidade de resistência e de rodear-se de pessoas leais. Muitas vezes, a lealdade vale mais do que a inteligência, sobretudo no crescimento de um grupo empresarial”. Para Marco, a lealdade é a base de qualquer organização sólida. As ideias mudam, as tecnologias evoluem, os mercados oscilam. O que não pode vacilar é a confiança entre as pessoas.

**No Grupo BEL a inovação não é apenas tecnologia. É cultura, processo e atitude. Estamos constantemente a reinventar-nos internamente, a digitalizar processos, a criar novas formas de trabalho e a investir em pessoas para liderar a mudança**



Marco Galinha, CEO do Grupo BEL

### **Comunicação social e património cultural**

A incursão nos *media*, com a entrada no grupo Global Media, colocou-o no centro da atenção pública. Habitado à discrição, foi obrigado a expor-se e a defender-se de ataques que, diz, tinham origem em interesses instalados. “Quando se mexe num vespeiro, podemos ser picados”. Mas o objetivo sempre foi preservar o jornalismo livre e independente.

“Quando investimos na Global Media assumimos também uma missão cultural: preservar títulos históricos, mas ao mesmo tempo garantir sustentabilidade empresarial. É um equilíbrio exigente, mas acreditamos que cultura e rentabilidade podem coexistir”, sustenta.

O Diário de Notícias, com mais de 160 anos, é para si património nacional. “Não herdámos apenas uma marca. Herdámos um espólio que pertence a todos os portugueses. Não podemos deixar cair esse legado”.

Marco defende que a comunicação social deve ser gerida com o mesmo rigor empresarial, mas com sensibilidade cultural, porque um jornal não é apenas um produto. É memória, é história, é cidadania.

### **Um olhar sobre o futuro**

À frente de um grupo diversificado, Marco Galinha mantém a mesma filosofia de observação, rigor e antecipação que o levou a trocar a bicicleta pelo mundo dos negócios. A visão de futuro

é clara: um grupo empresarial sólido, sustentável e capaz de criar valor para colaboradores, acionistas, parceiros e para o país. Ao mesmo tempo, ambiciona que o Grupo BEL contribua para preservar a identidade cultural portuguesa e deixe um legado. “No Grupo BEL a inovação não é apenas tecnologia. É cultura, processo e atitude. Estamos constantemente a reinventar-nos internamente, a digitalizar processos, a criar novas formas de trabalho e a investir em pessoas para liderar a mudança”, refere.

Nos próximos anos, quer consolidar ativos, reduzir dívida e abrir ao público parte do espólio histórico do Diário de Notícias. “O DN tem de conjugar tradição com modernidade. É uma marca centenária que carrega património único, mas tem de ser digital, interativo e relevante para as novas gerações. A sustentabilidade virá da credibilidade e da inovação no modelo de negócio”, sublinha.

Para os próximos 10 anos, tem uma visão clara do que pretende: “vejo o Grupo BEL como um *player* europeu relevante, com forte presença internacional, mas mantendo o ADN português. Queremos continuar a crescer com solidez, sempre com inovação e responsabilidade como guias”.

Para os jovens empresários, deixa uma mensagem simples mas exigente: “não tenham medo de arriscar, criem os vossos projetos, trabalhem muito e acreditem que é possível em Portugal construir grandes empresas sem depender de capital externo”, remata.

**PUBLICIDADE · ALUGUER · VENDA >>> ECRÃS LED**

# O nosso negócio é ajudar o seu a crescer!

Com os ecrãs digitais tenha acesso a recursos dinâmicos capazes de ganhar a atenção do público mais distraído.

**O único limite é a  
imaginação dos  
seus conteúdos!**



# DIA MUNDIAL DO MAR

O Dia Mundial do Mar assinala-se como um convite à reflexão sobre a ligação essencial entre os oceanos e a vida humana. Mais do que um horizonte de azul sem fim, o mar cobre grande parte do planeta, regula o clima, produz oxigénio, fornece alimento, energia e emprego, além de ser fonte de conhecimento, cultura e inspiração. É nele que habitam ecossistemas frágeis e preciosos, cuja preservação é decisiva para o equilíbrio global. No entanto, o mar enfrenta pressões cada vez maiores: poluição, sobrepesca, exploração descontrolada de recursos e os efeitos devastadores das alterações climáticas. Assinalar esta data significa reconhecer o valor incalculável do mar e reafirmar o dever coletivo de o proteger, promovendo práticas responsáveis, inovação sustentável e cooperação entre nações. Defender o mar é defender a vida, a memória e o futuro de todos nós.

# PARA QUE O FUTURO TAMBÉM SE SIRVA À MESA...



Alimentação Saudável



Abrir uma conserva de sardinha Ramirez permite saborear não apenas o pescado, mas também a certeza de que o mar continua vivo. Na Ramirez, cada sardinha com selo MSC – Marine Stewardship Council encerra um compromisso: é o resultado de uma pesca sustentável, que conserva os recursos de amanhã. Para que o futuro também se sirva à mesa... com a qualidade de sempre.



## ENSINO SUPERIOR O ELEVADOR SOCIOECONÓMICO

Os resultados da primeira fase do Concurso Nacional de Acesso ao Ensino Superior Público (Universitário e Politécnico) assinalam, face a 2024, uma redução nas candidaturas e um acréscimo expressivo no número de vagas sobranes – mais de onze mil, que terá correspondido ao máximo da última década.

É essencial compreender e agir sobre as causas desta evolução, que serão várias:

- Reflexos da dinâmica demográfica? Sim, seguramente.
- Consequências dos custos associados, nomeadamente do “proibitivo” custo do alojamento em contexto de mobilidade geográfica do estudante? Sem sombra de dúvida.
- Sinais de uma menor valorização do ensino superior por parte dos jovens? É um risco a considerar, mas acredito que a formação superior continua a ser vista como um investimento estratégico, tanto do ponto de vista individual como coletivo.
- Limitações do modelo de acesso? Os especialistas saberão avaliar ...

O ensino superior tem sido, com justiça, descrito como um “elevador social”. Para além da melhoria individual da condição social, a sua relevância estende-se à esfera económica: promove a inovação, sustenta a evolução tecnológica, contribui para a sofisticação da estrutura produtiva e conduz a acréscimos de produtividade das empresas e da economia nacional, condição essencial para uma trajetória consistente de crescimento e desenvolvimento económico do país.

É verdade que a maior taxa de colocação poderá indicar um ajustamento entre oferta e procura no ensino superior público. Porém, é preocupante a perceção de que o futuro profissional dos jovens passa pelo estrangeiro. São vários os jovens que vão ingressar no ensino superior público a afirmarem, com convicção, de que, finalizado o seu curso, vão escolher trabalhar no estrangeiro. Portugal não será a sua opção, por não oferecer perspectivas remuneratórias competitivas.

Reconhecendo o valor estratégico do ensino superior, as políticas públicas devem garantir as melhores condições para as pessoas e para a melhoria da produtividade e competitividade das empresas, os fatores que viabilizam a prática de melhores níveis de remuneração dos seus colaboradores. Em todo este sistema, as empresas não são meras recetoras, são agentes ativos na valorização dos percursos académicos, na criação de oportunidades qualificadas e na retenção de talento.

Embora, em termos de calendário, estamos a alguma distância das propostas para o Orçamento do Estado para 2026, esta é matéria que deve merecer redobrada atenção.

A atual conjuntura internacional – vincada por uma clara tendência de políticas económicas protecionistas, com países a reforçarem barreiras comerciais e a priorizarem cadeias de valor nacionais ou regionais -, constitui um ambiente muito desafiador. Simultaneamente, abre oportunidades para os países que souberem dotar as suas empresas de talento bem preparado. O tecido empresarial, independentemente da sua dimensão ou setor de atividade, enfrenta uma pressão crescente para inovar, adaptar-se rapidamente às mudanças tecnológicas, com destaque para o avanço exponencial da Inteligência Artificial, e posicionar-se de forma competitiva num mercado internacional cada vez mais feroz. Jovens com formação superior estão, por norma, mais bem preparados para responder a estas exigências, apresentando capacidade de pensamento crítico e resolução de problemas complexos. Além disso, a presença de quadros muito qualificados nas organizações promove práticas de gestão mais eficientes e fortalece a capacidade de internacionalização das empresas.

Valorizar o capital humano não é um luxo, é, hoje mais do que nunca, um imperativo estratégico. Reafirmo, as pessoas são o principal ativo, em qualquer organização!

Por último, é essencial assegurar um esforço contínuo de articulação entre o sistema de ensino superior e o tecido empresarial, garantindo que os planos curriculares acompanham a evolução do mercado.

*Luís Miguel Ribeiro,*

*Presidente do Conselho de Administração da AEP*

# Evolui na carreira marítima connosco!

## A carreira marítima mudou.

Se já trabalha no setor e pretende progredir na sua carreira, atualize-se e prepare-se connosco. Inscreva-se nos nossos cursos, e aceda às novas categorias marítimas com formação de qualidade e total confiança.

Inscreva-se no site.



 for-mar.pt  
    formarpt

**for-mar** Centro de Formação  
Profissional das Pescas  
e do Mar

**viver o mar**

# FORMAÇÃO PROFISSIONAL PILAR PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA AZUL



Madalena Feu, Presidente do Conselho de Administração

Num tempo em que o futuro das comunidades costeiras e da economia azul depende da conjugação entre tradição e inovação, o FOR-MAR assume-se como motor estratégico da valorização do capital humano. Ao formar profissionais preparados para os desafios tecnológicos, ambientais e sociais do mar, a instituição contribui para uma economia mais inclusiva, resiliente e sustentável. Madalena Feu, Presidente do Conselho de Administração do Centro de Formação Profissional das Pescas e do Mar (FOR-MAR), explica como a formação profissional se tornou alicerce para a segurança, a inovação e a sustentabilidade nos setores marítimos.

**Como é que a formação profissional promovida pelo FOR-MAR contribui para construir uma economia azul mais inclusiva, resiliente e sustentável, que envolva tanto os setores tradicionais como as novas oportunidades do mar?**

A formação promovida pelo FOR-MAR é um pilar estratégico da economia azul, porque valoriza o capital humano e reforça a coesão socioeconómica nos territórios costeiros. Os seus programas aumentam qualificações e empregabilidade, promovendo a adaptação de trabalhadores e empresas a setores em rápida transformação, como a pesca, a aquacultura, a reparação naval ou o transporte marítimo. Ao atualizar continuamente os referenciais de qualidade, a formação dota os profissionais de competências para enfrentar os desafios das alterações climáticas, da inovação tecnológica e da sustentabilidade dos recursos marinhos, transformando vulnerabilidades em oportunidades. Além de competências técnicas, os conteúdos pedagógicos promovem segurança no trabalho, eficiência energética, preservação da biodiversidade e literacia ambiental, fomentando uma cultura de responsabilidade coletiva e individual. O FOR-MAR cria assim um verdadeiro ecossistema de aprendizagem contínua, onde setores tradicionais dialogam com áreas emergentes, como energias renováveis oceânicas, biotecnologia azul, aquacultura *offshore* e turismo sustentável.

**De que forma a formação ministrada pelo FOR-MAR tem contribuído para reforçar a segurança no mar, fomentar a inovação nos setores tradicionais e apoiar a transição para práticas mais sustentáveis?**

A segurança marítima é central em todas as atividades no mar e os programas do FOR-MAR, alinhados com a Convenção STCW,

capacitam os marítimos em técnicas de sobrevivência, primeiros socorros e prevenção de incêndios, reduzindo riscos e protegendo vidas. A formação é igualmente um alicerce para setores tradicionais, como a pesca, cuja atividade tem riscos, sendo fundamental a formação dos seus profissionais em segurança no mar. A formação em segurança é obrigatória em todos os nossos cursos da área marítima.

O FOR-MAR integra conteúdos de formação direcionados para a eficiência energética, gestão de resíduos e redução de emissões. Nos últimos anos, ao abrigo do investimento PRR, o FOR-MAR tem vindo a dinamizar o seu processo de modernização, investindo nas suas infraestruturas e equipamentos pedagógicos, com destaque para



a aquisição dos mais atuais simuladores de navegação, máquinas e operação portuária, e renovação da plataforma de aprendizagem com o desenvolvimento de conteúdos e recursos pedagógicos interativos. Desta forma, o FOR-MAR assume o seu papel de agente catalisador de transformação na economia azul.

A sustentabilidade é hoje uma exigência transversal. O FOR-MAR assume um papel de sensibilização e transformação, incluindo nos seus programas temáticas relacionadas com a preservação dos ecossistemas marinhos, o uso responsável dos recursos, a redução do impacto ambiental das operações marítimas e a literacia do oceano. A formação prepara os profissionais para práticas mais eficientes e ambientalmente responsáveis – desde a adoção de técnicas de pesca seletiva e menos predatórias, à gestão de resíduos a bordo, passando pela promoção de energias limpas e pela integração de princípios de economia circular. Desta forma, a ação formativa contribui diretamente para os compromissos nacionais e europeus de neutralidade carbónica e de proteção da biodiversidade.

### **Pode partilhar algumas histórias de formandos do FOR-MAR que hoje desempenham papéis estratégicos na economia do mar e como a formação contribuiu para o seu percurso profissional?**

Os profissionais formados pelo FOR-MAR atuam em território nacional e internacional, nas mais diversas áreas, alguns empreendedores em empresas ligadas à turismo da natureza ou em projetos de proteção ambiental, à aquacultura e a construção naval. Temos igualmente muitos ex-formandos que são hoje marítimos e que são profissionais muito procurados por empresas de outros países europeus. Poderíamos dar muitos exemplos, mas destacamos um jovem ex-formando do FOR-MAR que abriu uma das primeiras empresas em Portugal para Observação de Cetáceos, respeitando as práticas de trabalhos sustentáveis, e que é presentemente uma empresa de grande sucesso.

### **Quais são os principais desafios que o FOR-MAR encontra ao preparar profissionais para responder às novas exigências tecnológicas dos setores marítimos, desde a aquacultura à logística portuária?**

Os principais desafios passam por antecipar mudanças tecnológicas e capacitar profissionais para atividades mais exigentes e tecnológicas, garantir formadores especializados em áreas emergentes, muitas vezes disputados pelo setor privado; e superar a resistência cultural à digitalização e automação, mostrando que a inovação não substitui trabalhadores, mas pode tornar o trabalho mais seguro, eficiente e criador de novas oportunidades. Sistemas de monitorização avançada, drones para inspecionar navios ou sensores ambientais para a aquacultura já são uma realidade e requerem profissionais com novas competências. Não basta, por isso, saber operar uma máquina: é essencial compreender dados, interpretar informação em tempo real e eventualmente tomar decisões rápidas e fundamentadas.



### **Como perspetiva o FOR-MAR a sua atuação nos próximos anos? Quais são as prioridades e os novos projetos para formar profissionais capazes de responder às necessidades futuras do mar e das comunidades costeiras?**

Áreas prioritárias de atuação:

- Aprofundar a digitalização na formação e intensificar a oferta de formação na modalidade *e-learning* de forma a abranger comunidades mais dispersas e contribuir para a igualdade no acesso a formação qualificada;
- Integrar competências de inovação e sustentabilidade, com novas ofertas formativas que contribuam para a eficiência energética e transição verde;
- Reforçar a cooperação e o trabalho com empresas, universidades e polos de inovação e investigação, aproximando cada vez mais a formação das reais necessidades do tecido empresarial e dos mercados. O FOR-MAR, integrado na Rede Hub Azul e reconhecido como *Hub Azul School*, encontra-se a desenvolver o respetivo plano de negócio para trabalhar com todos os parceiros numa verdadeira estrutura em rede.
- Valorizar as comunidades costeiras, apoiando projetos em pequena escala que envolvam pescadores, mariscadores e pequenas empresas locais do setor, assegurando a sua inclusão nos processos de qualificação profissional.
- Valorizar o papel das mulheres no setor do mar, promovendo a sua inclusão ativa em todas as áreas de formação e incentivando a igualdade de oportunidades no acesso às profissões ligadas às comunidades costeiras e à economia azul.

### **De que forma o FOR-MAR aproveita o Dia Mundial do Mar para sensibilizar a sociedade para a importância da formação profissional nos setores marítimos e para a preservação dos ecossistemas costeiros?**

O FOR-MAR assinala a data não apenas como celebração, mas sobretudo como momento de sensibilização para a importância da formação profissional e da proteção do Oceano. O Dia Mundial do Mar constitui um momento de diálogo com a sociedade, sublinhando o mar como património coletivo e a formação profissional como uma das ferramentas mais eficazes para garantir que esse património não se degrada, reforçando a sua sustentabilidade.

# ONE TRAÇA CAMINHO PARA UM FUTURO MARÍTIMO MAIS VERDE E EFICIENTE



Isabel Azeredo, Country Head

**Quais são as principais metas e iniciativas da ONE para alcançar a neutralidade carbónica, e de que forma estão a avaliar o impacto real de combustíveis alternativos e soluções como o *digital twin* na eficiência operacional?**

A ONE tem como objetivo atingir a neutralidade carbónica até 2050. Para isso estamos a pôr em prática a nossa “Estratégia Verde Global”. Esta estratégia assenta em cinco áreas-chave, sendo elas a gestão de carbono, a eficiência operacional, os investimentos verdes, a procura por combustíveis alternativos e a construção de ecossistemas. No nosso *Roadmap* de Descarbonização apresentamos os caminhos para lá chegar, as metas e marcos, incluindo investimentos: nomeadamente em navios movidos a combustíveis alternativos e investigação sobre combustíveis como a amónia e o metanol.

Acrescento que, para apoiar a nossa ambição de emissões zero, desenvolvemos também metas para 2030, que incluem uma redução de 70% das emissões de *Scope 1* por TEU-km, com base no ano de 2008. A ONE está a seguir este plano e no caminho certo para atingir esta meta.

Em plena transição para um transporte marítimo mais sustentável, a ONE reforça a sua liderança estratégica na descarbonização e na digitalização do setor. Em entrevista, Isabel Azeredo, *Country Head*, detalha como a empresa alia inovação tecnológica, combustíveis alternativos e práticas responsáveis ao crescimento económico, projetando um futuro em que eficiência operacional e preservação dos oceanos caminham lado a lado.

**Que papel desempenham a Inteligência Artificial, a automação portuária e a digitalização de processos na estratégia da ONE para aumentar a sustentabilidade e a competitividade do setor marítimo?**

A estratégia de sustentabilidade e competitividade da ONE centra-se na digitalização de processos no sentido de desenvolver uma organização orientada por dados que não só melhora a eficiência operacional como sobretudo o serviço ao cliente. Utilizamos um sistema de monitorização, designado de IBIS+, para acompanhar a eficiência energética dos navios. Simultaneamente adotamos uma política de “*cloud-first*” permitindo-nos reduzir o consumo de energia e melhorar a resiliência, eliminando a dependência de servidores físicos. Para os clientes, a plataforma de *e-commerce* da ONE oferece uma experiência de *self-service* completa, com cotações no momento e documentação digital. No ano fiscal de 2023 atingimos 99% de concretização de *bookings* por via digital. Para além das operações internas, a ONE impulsiona a transformação em todo o setor como membro fundador da SGTraDex, o qual facilita a partilha segura de dados na cadeia de abastecimento, e protege os documentos de conhecimento de embarque eletrónicos (eBL) eliminando o desperdício de papel e, ao mesmo tempo, aumentando a eficiência operacional em toda a cadeia logística marítima.

**De que forma a ONE se posiciona como agente ativo na construção de uma economia azul sustentável, equilibrando crescimento económico, responsabilidade ambiental e inovação?**

A ONE procura equilibrar o crescimento económico com a responsabilidade ambiental. Mesmo garantindo a conformidade com os requisitos de sustentabilidade, estamos a contribuir ativamente para a definição de normas do setor através da nossa participação





*O oceano é mais do que a base do transporte marítimo – é um bem comum, essencial à vida no planeta e do qual todos dependemos e temos a responsabilidade de proteger*

em organizações da nossa indústria, como o *World Shipping Council* (WSC). Através do WSC, trabalhamos com legisladores da Organização Marítima Internacional, (IMO), agências governamentais e outras organizações para proteger a saúde humana e o ambiente, reduzindo o impacto climático do transporte marítimo, melhorando a qualidade do ar, prevenindo a propagação de espécies invasoras e reduzindo o ruído marinho.

Estamos também a investir em tecnologia inovadora para o nosso programa de novas construções, assegurando ao mesmo tempo a fiabilidade e competitividade dos serviços. No início deste ano, a ONE tornou-se membro da *Ship Recycling Transparency Initiative*

(SRTI), reforçando assim o seu compromisso com práticas responsáveis e com a proteção ambiental ao longo de todo o ciclo de vida dos nossos navios.

**A transição para um transporte marítimo mais verde exige cooperação multissetorial. Quais são os projetos ou parcerias estratégicas que a ONE considera fundamentais para acelerar esta transformação?**

A ONE acredita que a cooperação multissetorial é crucial para a transição para um transporte marítimo mais ecológico e está envolvida em vários projetos e parcerias importantes para acelerar essa transformação. Por exemplo, a ONE co-fundou o *Global Centre for Maritime Decarbonisation* (GCMD) em 2021 para financiar a investigação e o desenvolvimento tecnológico para a indústria marítima. A ONE é também membro dos *Green Shipping Corridors*, que promove rotas marítimas mais ecológicas entre os principais portos, incluindo Xangai, Los Angeles/Long Beach, Singapura e Roterdão.

**Como é que a ONE imagina o transporte marítimo em 2030, tanto em termos tecnológicos como ambientais, e que papel pretende desempenhar nesse cenário?**

A ONE perspetiva o transporte marítimo em 2030 como uma indústria tecnológica e ambientalmente avançada. Isto pode ser conseguido através da utilização de combustíveis alternativos e da adoção de tecnologias mais limpas. A ONE procura contribuir para esta visão de 2030, concentrando-se em iniciativas de descarbonização e digitalização.

Em termos de metas ambientais, a ONE pretende reduzir 70% na sua intensidade de emissões de *Scope 1* até 2030. No que diz respeito à tecnologia, a nossa visão para 2030 é que todos os *bookings* sejam feitos através da plataforma digital até final deste ano e que o documento de embarque eletrónico (eBL) seja usado de forma generalizada até 2030.

**No contexto do Dia Mundial do Mar, que mensagem a ONE gostaria de transmitir sobre o papel do transporte marítimo na preservação dos oceanos e no futuro sustentável do comércio internacional?**

O oceano é mais do que a base do transporte marítimo – é um bem comum, essencial à vida no planeta e do qual todos dependemos e temos a responsabilidade de proteger. Tendo em conta a nossa dimensão enquanto companhia marítima temos não apenas a oportunidade, mas também o dever de liderar e impulsionar mudanças positivas, contribuindo para um futuro mais sustentável e resiliente para os nossos oceanos. A ONE deseja a todos um feliz Dia Mundial do Mar.



# O PAPEL DA MÚTUA DOS PESCADORES NO SETOR MARÍTIMO

Há mais de 80 anos a proteger as comunidades marítimas, a Mútua dos Pescadores continua a reinventar-se entre a tradição mutualista e os desafios da modernidade. Em entrevista, João Paulo Quinzico Delgado, Presidente do Conselho de Administração, traça o percurso da cooperativa fundada em 1942, reflete sobre os impactos da Política Comum de Pescas e aponta caminhos para o futuro da proteção social no setor do mar, onde o modelo cooperativo assume um papel cada vez mais decisivo.



João Paulo Quinzico Delgado, Presidente do Conselho de Administração

**A Mútua dos Pescadores é uma referência na proteção das comunidades marítimas há mais de oito décadas. Como tem evoluído o vosso papel ao longo dos anos, especialmente face aos novos desafios que hoje se colocam ao setor do mar?**

A Mútua dos Pescadores, como estrutura umbilicalmente ligada ao setor marítimo desde a sua fundação em 1942, tem vindo a acompanhar e a refletir no seu interior, bem como nas suas orientações estratégicas, as mutações ocorridas neste setor ao longo da nossa história recente. Desde logo, a opção de abrir o seu leque de respostas no plano da sua missão económica – a atividade seguradora –, à Nautica de Recreio, às atividades Marítimo-Turísticas ou ao Transporte Marítimo, quando até ao ano 2000 a exclusividade da sua ação radicava no setor Pesca. Foram decisões políticas difíceis de tomar, tendo em conta a identidade genética da organização, mas foram orientações estratégicas acertadas que conferiram, e conferem, um maior raio de ação e um maior equilíbrio à atividade geral da Cooperativa.

**Como é que a Mútua concilia a sua missão mutualista com a necessidade de inovação e adaptação às novas realidades do setor marítimo?**

Em nossa análise, só se pode acompanhar as transformações ocorridas em qualquer área, comunidade, setor ou território se houver conhecimento profundo sobre as realidades onde se quer intervir. Como condição imperativa para que tal aconteça é necessário uma grande proximidade e identificação com objeto intervencionado – pessoas, comunidades, território, setor, entre outros. Neste campo a Mútua dos Pescadores estruturou-se, de forma absolutamente inovadora e ampla. Conta com cerca de oitenta dirigentes em todo o país marítimo e tem tido uma responsabilidade institucional de grande elevação, fatores que nos permitem refletir coletivamente sobre as principais transformações sentidas e agir sobre as mesmas. São todos estes contributos, vindos de tanta gente e de tantas comunidades em todo o país, que nos permitem um conhecimento profundo daquilo que temos para melhor desenharmos o setor que queremos construir. Tem sido este o segredo da longevidade e da capacidade de adaptação da nossa cooperativa a um setor, e a um país, em acelerada transformação.

**Como avalia o impacto da política comum de pescas da União Europeia no desenvolvimento da pesca artesanal em Portugal, especialmente em relação à proteção dos pescadores e da sua atividade?**

Neste percurso de quase quatro décadas, o impacto da Política Comum de Pescas em Portugal tem sido atribulado. O setor está extremamente reduzido em termos de profissionais e de empresas, e a braços com um défice da balança comercial de produtos da pesca superior a 1.2M€, isto em 2024. De 1986 até hoje, perderam-se mais de 40 mil pescadores e cerca de 60% das unidades de pesca.

No entanto, as embarcações que hoje temos, bem como as condições de trabalho a bordo, são amplamente diferentes daquilo que era a realidade da frota nacional há cerca de quatro décadas a esta parte. Sabemos que o conceito de “sinistralidade zero” não existe, e que a atividade é desenvolvida em situações de risco constante, ainda assim,

neste campo da segurança e proteção dos profissionais da pesca, que ainda resistem no setor, é radicalmente melhor. Se analisarmos o conceito mais largo de proteção social, consideramos que num setor em queda, seja do número de profissionais, seja ao nível dos rendimentos auferidos – matérias claramente correlacionadas –, os profissionais estão cada vez mais desprotegidos, seja no presente, seja em relação ao seu futuro.

*A Mútua tem um compromisso maior com as suas comunidades, não fosse ela a primeira cooperativa de utentes de seguros portuguesa, desde 2004*

**Pode partilhar connosco histórias reais de profissionais do mar que tenham encontrado na Mútua um suporte vital nas suas vidas e carreiras? Que impacto concreto têm sentido junto das comunidades?**

No que concerne à reparação de sinistros, graves ou menos graves, a Mútua sempre se empenhou ao máximo, de forma próxima, humanizada e célere, em fazer o melhor possível para que as suas vidas fossem afetadas o menos possível. Logo, em muitos casos, para sinistrados e suas famílias a Mútua foi um suporte vital.

No prosseguimento das suas carreiras e na sua qualificação profissional, a Mútua também se afigurou determinante quando afetava, e afeta, parte dos seus resultados à formação dos seus cooperadores, designadamente nas áreas da segurança marítima. Apoiou por exemplo a formação a muitas dezenas de associados seus no domínio da Segurança Básica – STCW, o que lhes permitiu obter requisitos essenciais para prosseguirem as suas carreiras no setor marítimo. Caso contrário, muitos ficariam vedados a esta possibilidade por não terem condições materiais para suportar um curso que era, à época, extremamente dispendioso. Também neste campo, a Mútua teve um papel determinante no rumo da vida de muitos marítimos.

**Que visão tem a Mútua dos Pescadores para o futuro da proteção social no setor marítimo, especialmente tendo em conta as novas gerações de trabalhadores e as transformações económicas, tecnológicas e climáticas?**

Tendencialmente, vamos tendo profissionais mais preparados e em melhores condições para responder aos múltiplos desafios que o setor marítimo irá colocar, tal como hoje já coloca. Será, em nossa análise, central valorizar social e profissionalmente estes trabalhadores para que se fixem nas suas profissões, para que tenham orgulho do seu trabalho e para que tenham a verdadeira dimensão dos impactos dos seus contributos, individuais e coleti-

vos, para o desenvolvimento integral do funcionamento da nossa vida coletiva, seja na dimensão económica, social, cultural ou no plano ambiental. Voltamos à velha questão do desenvolvimento integral do indivíduo para que se torne ator central na construção de um outro setor e de um outro mundo. Para tal, é preciso criar as condições concretas para que essa transformação possa existir. Só assim se poderá proteger os trabalhadores, protegendo-se, e assegurando-se, o desenvolvimento integrado e equilibrado do setor marítimo. Infelizmente, temos verificado uma realidade bem diferente com o abandono dos setores tradicionais no campo marítimo, precariedade nos setores emergentes, desvalorização genérica das profissões e indefinição estratégica relativamente ao aproveitamento do mar e dos seus recursos, no sentido de os colocar ao serviço dos interesses do país e do seu povo.

**Que mensagem final gostaria de deixar?**

Permitam-me ainda assinalar aqui que, para além desta relação com as pescas e o mar, de onde parte esta pequena entrevista, a Mútua tem um compromisso maior com as suas comunidades, não fosse ela a primeira cooperativa de utentes de seguros portuguesa, desde 2004, e um exemplo de longevidade em relação às suas congéneres Mútuas de Seguros, criadas na mesma época, que já não existem.

De facto, se em 2000 abriu a sua linha de intervenção para outras atividades marítimas, hoje podemos afirmar que a Mútua protege todas as pessoas e seus bens, suas habitações, de todas as atividades económicas, bem como associações, entidades do setor público e do setor cooperativo e social.

E como temos vindo a frisar, como empresa sólida, o objetivo é continuar a crescer de forma consolidada e agir com segurança, reforçando os meios próprios e qualificando os seus recursos humanos, para continuar a ser a referência maior no setor da Pesca e demais atividades marítimas, bem como afirmar-se cada vez mais nos restantes setores de atividade. Promovendo em simultâneo, uma visão diferente da atividade seguradora e dos seguros, reforçando a sua função social, e mostrando que o modelo cooperativo é eficaz nesta atividade e responde às necessidades das pessoas.

Contribuir para o reforço das organizações em que as pessoas não são meios, mas fins em si mesmos, e em que os valores e princípios cooperativos não são apenas uma carta de princípios a que se deve obedecer, mas um modo de fazer que está no seu ADN, é também a missão desta cooperativa de utentes de seguros.

No ano em que se assinala o Ano Internacional das Cooperativas, designado pela Organização das Nações Unidas, e num momento em que a Paz e os valores humanistas estão tão frágeis, estas questões são ainda prementes.



geral@mutuapescadores.pt  
www.mutuapescadores.pt



# MAIS INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA SER COMPETITIVO

A competitividade é um dos grandes desafios do país. Não obstante as empresas portuguesas estarem, atualmente, mais capacitadas para enfrentar a globalização económica, a verdade é que as lacunas ao nível da inovação continuam a pesar sobre a nossa competitividade empresarial.

É certo que, na última década, o investimento em capital de risco decuplicou, o emprego no setor tecnológico cresceu seis vezes, os unicórnios de origem portuguesa já ascendem a seis, há sete empresas tecnológicas entre as 25 maiores do país e as patentes nacionais mais do que triplicaram. Mas à semelhança do que acontece no resto da Europa, conforme está plasmado no relatório Draghi, o investimento em inovação ainda não é suficiente para catapultar a economia portuguesa para patamares mais elevados de competitividade.

No centro da inovação está, hoje, a Inteligência Artificial (IA). Apesar de ainda gerar dúvidas e muita desconfiança, a IA deixou de ser uma promessa distante para se afirmar como uma realidade incontornável. O seu verdadeiro alcance ainda não é totalmente discernível, mas parece claro que esta tecnologia está a revolucionar a forma como as organizações operam e concorrem entre si.

Entre os benefícios mais evidentes da adoção da IA, destacam-se o aumento da produtividade, a eficiência operacional, a redução de custos e a intensidade de conhecimento. A estas vantagens juntam-se a capacidade de analisar grandes volumes de dados, de apoiar decisões estratégicas, de melhorar a experiência do cliente e de impulsionar a criação de bens e serviços inovadores.

Contudo, os riscos não podem ser ignorados. No plano ético e legal surgem preocupações quanto à privacidade, à utilização indevida de dados, à discriminação algorítmica ou à perda de autonomia humana. Já no mercado de trabalho, a ameaça da automação impende, fundamentalmente, sobre funções repetitivas ou de menor valor. Mas mesmo as profissões criativas começam a sentir o impacto da IA generativa, que é capaz de produzir textos, imagens e vídeos.

Apesar destes desafios, a tendência é clara: a IA está a ser incorporada, gradualmente mas de forma irreversível, nas operações empresariais. Nos EUA, a adesão é mais acelerada, enquanto na Europa o ritmo tende, infelizmente, a ser vagaroso. Em Portugal, um dos maiores entraves à IA é a escassez de competências digitais, situação que pode ser colmatada com formação especializada, reconversão de profissionais e reforço do ensino superior em áreas tecnológicas.

Mais do que adotar tecnologias emergentes por modismo, as empresas

precisam de compreender como a IA pode transformar os seus processos, libertar os trabalhadores de tarefas rotineiras e direcionar o talento para atividades de maior valor acrescentado. O sucesso dependerá de uma implementação estratégica, responsável e sustentável desta tecnologia, apoiada numa aprendizagem contínua que maximize benefícios e reduza riscos.

Para acelerar a introdução da IA, é fundamental promover uma ação concertada entre Estado, setor privado, associações empresariais e universidades. Através deste esforço coletivo será possível criar uma base sólida, que permita às empresas portuguesas aproveitar todo o potencial da IA e torná-la um verdadeiro motor de inovação e crescimento.

É também essencial que a Europa seja soberana na IA, deixando de estar dependente dos gigantes tecnológicos norte-americanos e asiáticos. Isto pressupõe que surjam, no espaço europeu, empresas líderes nas tecnologias emergentes. Ora, para isso, a UE precisa de criar um ambiente empresarial mais dinâmico e competitivo do que o atual.



*Armindo Monteiro, Presidente da CIP  
– Confederação Empresarial de Portugal*

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL

Saúde  
& Ciências da Vida



## PORTUGAL NO CENTRO DA INOVAÇÃO DA BOEHRINGER INGELHEIM

*Sandra Marques, General Manager da Boehringer Ingelheim Portugal*

DIA DO FARMACÊUTICO • DIA MUNDIAL DA VISÃO • IMUNOALERGOLOGIA • CANCRO DO CÉREBRO  
FISIOTERAPIA • ENFERMAGEM • SAÚDE E BEM-ESTAR ANIMAL

# PORTUGAL NO CENTRO DA INOVAÇÃO DA BOEHRINGER INGELHEIM

Ao celebrar 65 anos em Portugal, a Boehringer Ingelheim reforça o papel do país como parceiro estratégico na inovação em saúde. Sandra Marques, *General Manager* da Boehringer Ingelheim Portugal, sublinha a aposta em investigação clínica, acesso a terapias inovadoras e numa visão integrada de saúde humana e animal.

## **A Boehringer Ingelheim celebra 65 anos de presença em Portugal. Quais os marcos mais relevantes da atuação da Boehringer Ingelheim ao longo da sua trajetória no nosso país?**

Celebrar 65 anos em Portugal é reafirmar o nosso compromisso com a saúde dos portugueses, através da inovação e da colaboração com todos os atores do sistema de saúde. Ao longo destas décadas, temos investido fortemente em investigação clínica, garantindo acesso precoce a terapias inovadoras, e desenvolvemos soluções em áreas críticas da saúde humana e animal.

Acreditamos numa visão integrada, onde a saúde das pessoas e dos animais está profundamente interligada. Por isso, os marcos mais relevantes são inúmeros, sobretudo pelo nosso contributo para colocar Portugal no circuito da investigação internacional, nas parcerias que temos estabelecido com instituições académicas e hospitais e pela nossa cultura, assente em verdadeira colaboração e inovação, que promove um impacto duradouro nas comunidades.

Tudo isto sem esquecer a questão da educação, sensibilização e literacia em saúde. Exemplos de projetos que realizamos em Portugal não faltam, desde a campanha recente 'O Rim não Dói', uma iniciativa da APIR com o apoio institucional da Boehringer Ingelheim, que visa reforçar a importância da saúde renal e do diagnóstico precoce; o projeto *BI Inspiring Stories*, que leva os nossos colaboradores a ler para crianças, em hospitais e escolas, contos que abordam, de forma

leve e divertida, temas relacionados com a saúde ou ainda o estudo realizado com o apoio da ZERO - Associação Sistema Terrestre Sustentável, de avaliação da qualidade do ar ambiente na envolvente de unidades de saúde em Lisboa, Porto e Coimbra.

Estes são apenas alguns exemplos de projetos e iniciativas que, ao longo da nossa história em Portugal, temos implementado com o objetivo de criar um ecossistema de saúde mais informado, inclusivo e sustentável e que ajudam a definir verdadeiramente quem somos e como queremos continuar a contribuir para a saúde dos portugueses, hoje e no futuro.

## **Qual é o posicionamento atual da Boehringer Ingelheim no mercado farmacêutico em Portugal e que áreas terapêuticas representam os seus principais focos de atuação?**

A Boehringer Ingelheim está entre as principais empresas farmacêuticas em Portugal, com um crescimento consistente nos últimos anos e com um posicionamento que assenta numa estratégia de especialização em áreas terapêuticas onde podemos fazer uma diferença real.

Na saúde humana concentramo-nos, por isso, em algumas áreas principais: respiratória, onde temos um papel de destaque com terapêuticas para doenças fibrosantes; doenças cardio-reno- metabólicas, incluindo diabetes, insuficiência cardíaca e doença renal crónica; oncologia, com foco em cancro com poucas opções terapêuticas e imunologia. Na área da saúde animal, ocupamos uma posição de destaque no mercado português de vacinas, antiparasitários e agentes terapêuticos, quer para animais de companhia quer para animais de produção.

O que nos distingue é o nosso modelo de negócio e a nossa cultura única, mantendo o espírito de empresa familiar que nos caracteriza desde a fundação, em 1885. Esta herança familiar traduz-se numa



visão de longo prazo, em decisões orientadas pelos valores e não apenas pelos resultados trimestrais, e numa proximidade genuína com os doentes e os profissionais de saúde. Esta abordagem permite-nos investir mais recursos em Investigação e Desenvolvimento e oferecer soluções mais eficazes aos profissionais de saúde portugueses, sempre com o compromisso de transformar vidas ao longo de gerações.

### **Como é que a Boehringer Ingelheim tem impulsionado a inovação nas áreas da saúde humana e animal, e de que forma essas duas dimensões se interligam na sua estratégia em Portugal?**

A nossa inovação materializa-se através de três pilares concretos: investigação clínica, parcerias estratégicas e iniciativas de apoio ao ecossistema de saúde português. No que diz respeito à investigação, a Boehringer Ingelheim tem cerca de 90 projetos clínicos e pré-clínicos em todo o mundo nas áreas das doenças cardio-reno-metabólicas, imunologia, doenças respiratórias e oncologia, e Portugal participa ativamente nestes estudos globais, contribuindo para o desenvolvimento de terapêuticas inovadoras. Neste momento, temos a decorrer 14 ensaios clínicos, no nosso país, e 6 em avaliação de exequibilidade.

A nível global, a empresa encontra-se envolvida em dezenas de parcerias de investigação com instituições académicas, um exemplo concreto do nosso compromisso com a colaboração científica, e que tem eco também no nosso país, onde mantemos uma relação estreita com a academia e os centros de investigação.

Uma abordagem colaborativa que se traduz também em iniciativas como o *BI Award for Innovation in Healthcare*, uma parceria com a Ordem dos Médicos cujo grande objetivo das edições já realizadas foi dar resposta às necessidades específicas dos cuidados de saúde, apoiando ideias inovadoras com potencial para impactar o Sistema Nacional de Saúde e, conseqüentemente, melhorar a qualidade dos cuidados prestados aos cidadãos e a vida dos profissionais de saúde.

Na interligação entre saúde humana e animal, aplicamos o conceito *One Health* não apenas como filosofia, mas através de muitos colaboradores em I&D nas áreas de Saúde Humana e Saúde Animal que trabalham de forma integrada. Uma sinergia que nos permite desenvolver soluções que reconhecem a interconexão fundamental entre a saúde das pessoas, dos animais e do ambiente.

### **Que novos produtos estão em fase de lançamento e deverão contribuir para o reforço do portefólio da empresa em Portugal?**

Estimamos consolidar e reforçar, nos próximos dez anos, o papel da Boehringer Ingelheim em Portugal como um verdadeiro agente de inovação em saúde. O nosso foco continuará a ser a inovação terapêutica, sobretudo nas doenças crónicas complexas, onde existem ainda tantas necessidades por suprir. Como já referi, temos, à data de hoje, cerca de 90 projetos de investigação em curso a nível global e o nosso objetivo é trazer pelo menos 20 novos medicamentos relevantes para o mercado até 2035. Paralelamente, vamos continuar a reforçar a investigação clínica em Portugal, através de parcerias sólidas com centros académicos e hospitais, garantindo que os doentes portugueses tenham acesso precoce a terapias inovadoras. Ao mesmo tempo, estamos a apostar em soluções digitais e em novos modelos de acesso

e avaliação de valor, sempre com um propósito claro: assegurar que a inovação chega aos doentes com equidade, rapidez e impacto real na sua qualidade de vida.

### **Num setor altamente competitivo e regulado como o farmacêutico, de que forma a empresa equilibra inovação científica com acessibilidade e sustentabilidade no mercado português?**

O equilíbrio entre inovação e acessibilidade é um dos maiores desafios estratégicos quando se trata da área da saúde, e é urgente abordá-lo, algo que fazemos de diferentes formas. Fazemos através da inovação científica, que é uma parte central da nossa visão, e que vai ao encontro de um dos nossos lemas: *Life Forward*. Em Portugal, isso tem sido constante, tal como confirma o investimento de mais de 20 milhões de euros em investigação e desenvolvimento nos últimos 10 anos, que inclui a realização de ensaios clínicos em parceria com hospitais e universidades portuguesas; o desenvolvimento de novas terapêuticas; a aposta em soluções digitais e na medicina personalizada, promovendo uma abordagem mais preventiva e eficiente.

Mas faz-se também através de um compromisso com o acesso equitativo à saúde; com um investimento na formação contínua de profissionais de saúde, garantindo que os tratamentos são utilizados com base em evidência científica atualizada e com o desenvolvimento de soluções integradas que visam melhorar o acesso a medicamentos inovadores, sobretudo em áreas como doenças cardiovasculares, metabólicas e respiratórias. É ainda impossível falar deste equilíbrio sem referir a sustentabilidade, que faz parte integrante da nossa estratégia, seja na saúde humana ou animal, promovendo práticas de prevenção e tratamento que reduzem o impacto ambiental.

### **A integração de Portugal na estratégia global da Boehringer Ingelheim tem-se intensificado. Que vantagens competitivas identifica no ecossistema português de saúde e inovação que possam posicionar o país como um hub estratégico?**

Portugal reúne condições muito favoráveis para se afirmar como um polo estratégico de saúde e inovação. O País dispõe de um ecossistema científico altamente qualificado, com centros académicos e de investigação de excelência e profissionais de saúde reconhecidos internacionalmente. Esta competência técnica, aliada a uma forte cultura de colaboração, torna Portugal particularmente atrativo para ensaios clínicos e parcerias de investigação. O Sistema Nacional de Saúde é igualmente um parceiro determinante, pela sua dimensão e capacidade de gerar dados clínicos robustos, essenciais para acelerar a inovação com impacto real nos doentes. Acresce a dimensão do País e a agilidade das equipas locais, que permitem implementar projetos-piloto de forma mais rápida e eficiente. Estas características fazem de Portugal um terreno fértil para testar novos modelos de acesso, soluções digitais e abordagens inovadoras de acompanhamento clínico, posicionando-o como um país de referência para o futuro da saúde.



# DIA DO FARMACÊUTICO

O farmacêutico é um profissional especializado no medicamento e desempenha as mais variadas funções dentro do circuito medicamentoso. Intervém enquanto especialista em análises clínicas, em áreas assistenciais e de prestação de cuidados de saúde diferenciados.

Os farmacêuticos exercem a sua atividade em áreas clássicas como farmácia comunitária local onde os portugueses se deslocam quando têm um problema de saúde, sendo habitualmente os farmacêuticos comunitários o primeiro ponto de contacto entre o cidadão e o sistema de saúde. Nestes locais prestam serviços como a promoção da literacia em saúde, dispensa de medicamentos e transmissão de informações de utilização, ensino e avaliação da técnica de utilização de dispositivos médicos; administração de medicamentos injetáveis e vacinas fora do plano nacional de vacinação, aconselhamento, acompanhamento e encaminhamento da pessoa com doença para o médico de família ou especialidade, quando pertinente, entre outras.

No dia 26 de setembro comemora-se, em Portugal, o Dia de São Cosme e São Damião – padroeiros da profissão farmacêutica – motivo pelo qual a Ordem dos Farmacêuticos, em 1989, adotou esse dia como «Dia Nacional do Farmacêutico».

Desde então, a Ordem dos Farmacêuticos assinala a efeméride com a realização de várias atividades e iniciativas marcadas pelo convívio e confraternização entre colegas e pela valorização do papel destes profissionais de saúde na sociedade. As comemorações do Dia do Farmacêutico são organizadas todos os anos, de forma

rotativa, pelas três Secções Regionais da OF e envolvem várias outras ações em diversos pontos do País, muitas das quais de farmacêuticos a título individual ou de outras organizações e associações setoriais.

A Sessão Solene do Dia do Farmacêutico de 2025 será organizada pela Secção Regional do Sul e Regiões Autónomas da Ordem dos Farmacêuticos (SRSRA-OF).

A cerimónia está marcada para o dia 26 de setembro (sexta-feira), na cidade de Tomar. Ao longo da Sessão, serão homenageados farmacêuticos com a entrega das Medalhas dos 50 Anos de Profissão. Serão igualmente distinguidos estudantes do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, das diversas Instituições de Ensino Superior, reconhecidos pelo seu mérito académico com o Prémio Sociedade Farmacêutica Lusitana.

Poderão ainda ser atribuídas Medalhas de Honra da Ordem dos Farmacêuticos, destinadas a distinguir farmacêuticos, outras personalidades ou instituições que, pela sua dedicação e contributo excepcional, tenham promovido a valorização da atividade farmacêutica, o progresso das Ciências Farmacêuticas ou se tenham destacado na área da Saúde.

*Fonte: Ordem dos Farmacêuticos*

**Aprovado em Assembleia da República**  
Programa do Governo quer farmácias mais interventivas. O Programa do Gover-

no propõe, entre outras medidas, reforçar o papel das farmácias comunitárias como agentes de saúde pública através da promoção da literacia terapêutica, da prevenção da doença e o acompanhamento ao doente crónico, assegurando uma utilização mais segura e eficaz dos medicamentos.



## APDP Diabetes

No primeiro fim de semana de setembro, a Associação Protetora dos Diabéticos de Portugal (APDP) assinalou um marco importante: mais de 9 mil rastreios à Diabetes Tipo 1 realizados em apenas um ano, no âmbito da campanha “O Seu Filho Tem Um Dedo Que Adivinha”. A iniciativa oferece rastreio gratuito e voluntário a crianças e adolescentes entre os 3 e os 17 anos, através de uma simples análise de sangue para detetar precocemente sinais do desenvolvimento da Diabetes Tipo 1, antes de surgirem os sintomas. O objetivo é prevenir complicações graves, como a cetoacidose diabética, através da deteção precoce e de um acompanhamento adequado.



# 3ª Geração de CGM

SENSOR PARA  
MONITORIZAÇÃO CONTÍNUA  
DA GLUCOSE INTERSTICIAL  
NA DIABETES

**JÁ**  
**DISPONÍVEL**  
NAS  
**FARMÁCIAS**



[glucomen-ican.com](http://glucomen-ican.com)



ican.com

# GlucoMen<sup>®</sup>

**ican**

- Tecnologia **GHD-FAD**
- 8.7%** de MARD Estável
- 15-Dias** de Vida Útil
- Sem Interferências**  
Com acetaminofeno, ácido ascórbico (Vitamina C) e O2
- Para maiores de **2 anos** de idade

Take Your **Time**  
Live **in Range**

Linha de Apoio ao Utilizador:

**800 200 468**

**A.MENARINI**  
diagnostics

# FARMÁCIA COMUNITÁRIA COM FUTURO



Carolina Simão, Secretária-Geral da Direção da APJF

Há vários anos que a área de Farmácia Comunitária é encarada como um parente pobre da profissão farmacêutica. As baixas remunerações, a dificuldade de equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, ou a aparente falta de progressão profissional, são alguns dos aspetos que os farmacêuticos insatisfeitos com a profissão frequentemente identificam como os principais fatores de constrangimento nesta área profissional. Também vários são os desabafos de proprietários que dizem, com frequência, não conseguir encontrar farmacêuticos interessados em entrar e ficar nas suas equipas uma vez que, tendencialmente, procuravam singrar em outras áreas da profissão.

*No passado dia 20 de Setembro, foi realizada a Cerimónia de apresentação e assinatura do Pacto, que cria uma agenda conjunta (...) com objetivos e medidas como a promoção de condições para o papel das farmácias no sistema de saúde*

As entidades do setor farmacêutico reconhecem este afastamento como preocupante. No entanto, todas as discussões à volta deste tema se baseavam em achismos, nunca tendo existido uma verdadeira auscultação aos profissionais que trabalham nesta área. Na área da saúde é difícil – e até perigoso – tirar conclusões que não sejam baseadas em evidência.

Com um espírito aberto em relação ao tema e determinados a obter um diagnóstico verdadeiro e representativo, em Outubro de 2024 a Associação Portuguesa de Jovens Farmacêuticos

desenvolveu e disseminou um inquérito metodologicamente validado que pretendia caracterizar a realidade dos farmacêuticos comunitários e dos desafios do dia a dia destes profissionais.

Com mais de 1000 respostas de colegas que trabalham ou trabalharam em farmácia comunitária, foi possível perceber que 60% dos farmacêuticos comunitários trabalha entre 40 a 45 horas semanais e que 71% não estão satisfeitos com a sua remuneração atual. Ainda que 67% dos farmacêuticos comunitários não sintam que exista um equilíbrio saudável entre a vida profissional e pessoal, quase a totalidade (96%) daqueles que continuam a dedicar a sua vida a esta vertente assistencial da profissão, acreditam que o seu trabalho tem um impacto positivo na saúde e bem estar da comunidade à qual prestam os serviços e cuidados farmacêuticos.

Talvez este último aspecto seja aquilo que mantém quase 12 300 farmacêuticos nesta área da profissão... no entanto, e porque é necessário tomar medidas sérias que sejam mais do que apenas intenções, que visem a sustentabilidade do setor farmacêutico e da saúde, a APJF liderou a criação de um Pacto para a Valorização da Profissão e da Atividade do Farmacêutico Comunitário. Para tal, reuniu à volta da mesma mesa a Ordem dos Farmacêuticos, a Associação Nacional das Farmácias, a Associação de Farmácias de Portugal, o Sindicato Nacional dos Farmacêuticos e a Associação Portuguesa de Farmacêuticos para a Comunidade e a Associação Portuguesa de Estudantes de Farmácia, para discutir soluções que visem a melhoria das condições de trabalho dos farmacêuticos comunitários e a evolução da farmácia.

No passado dia 20 de Setembro, foi realizada a Cerimónia de apresentação e assinatura do Pacto, que cria uma agenda conjunta entre todas as organizações signatárias fundamentada em 18 compromissos com objetivos e medidas como a promoção de condições para o papel das farmácias no sistema de saúde, a valorização e promoção dos cuidados e serviços farmacêuticos e o desenvolvimento de regulamentação.

Nesta que foi uma iniciativa liderada pelos jovens farmacêuticos, procurou-se encontrar consenso para combater este flagelo da profissão. Agora espera-se o comprometimento e dedicação para a implementação das medidas reconhecidas por todos os envolvidos como essenciais.

# Reumon

MAIS FORTE QUE A SUA DOR



# ALÍVIO DA DOR EM CADA MOVIMENTO



Trata a dor  
muscular e  
articular

Penetra  
profundamente na pele

Atua no local da dor

Diminui a inflamação



**Bial**  
Farmacêutica

REUMON Creme 10% / Gel 5% / Loção 10% (etofenamato) é um medicamento não sujeito a receita médica. Está indicado nas situações dolorosas localizadas do aparelho locomotor. Aplicar na pele saudável. Não utilizar em crianças, grávidas, em superfícies eczematosas ou feridas abertas, insuficientes renais ou doentes alérgicos à substância ativa, ao ácido flufenâmico, ou a qualquer um dos excipientes, ou a outros anti-inflamatórios não esteroides. **Leia cuidadosamente o folheto informativo. Em caso de dúvida, persistência ou aparecimento de outros sintomas consulte o seu médico ou farmacêutico.** Data da revisão do texto: Reumon Creme 10% 09/2020; Reumon Gel 5% 06/2019; Reumon Loção 10% 01/2015. Medicamento não sujeito a receita médica. Não compartilhado. Para mais informações deverá contactar o titular da AIM: BIAL - Portela & C<sup>a</sup>, S.A. - A Av. da Siderurgia Nacional - 4745-457 S. Marvede do Coronado - Portugal • NIPC 500220913 • DMGMA\_PT202409 • RM/SET25/PT/029.

# Sistema Imunitário ainda mais resistente

É um dado comum que o **sistema imunitário** protege contra infeções por vírus ou bactérias e tem um efeito protetor contra as doenças.

Um **estilo de vida saudável, alimentação equilibrada e suplementação adequada em vitaminas, minerais e nutrientes com ação imunestimulante**, são cruciais para o **aumento das defesas do organismo**.

Com o outono, chegam as gripes, as constipações e as infeções respiratórias agudas, as rinoфарingites, amigdalites e otites. Por isso, prevenir é o melhor remédio. Os estudos indicam que a toma regular de alguns nutrientes contribui para o **normal funcionamento do sistema imunitário**.

O consumo de **vitamina C** é um exemplo clássico na prevenção, **redução da intensidade e duração de gripes e constipações**.

Além de estar envolvida na formação de colagénio, no metabolismo produtor de energia, no funcionamento do sistema nervoso e na proteção antioxidante, a **vitamina C** tem um papel importante no **reforço do sistema imunitário**.

Também a **vitamina D** é essencial para o **bom funcionamento do sistema imunitário**.

Apesar de Portugal ser um dos países mais ensolarados da Europa, a população portuguesa apresenta baixos níveis de **vitamina D**.

A **vitamina D** é produzida naturalmente na pele quando exposta à luz solar. No entanto, a realidade atual, marcada por menos tempo ao ar livre, uso frequente de protetores solares, envelhecimento cutâneo e estilo de vida sedentário, torna cada vez mais difícil atingir níveis ideais de **vitamina D** com a exposição solar ou através da dieta.

 **Win-Fit** *imuno* **D<sub>3</sub>**

▶ **VITAMINA C – 500 mg + VITAMINA D3 – 20 µg**



▶ **EQUINÁCEA + SABUGUEIRO + ZINCO**

**SISTEMA  
IMUNITÁRIO**

*ainda mais*

**RESISTENTE**

## MAIOR REFORÇO DAS DEFESAS

**A Win-Fit<sup>®</sup> imuno**



# MAIOR REFORÇO DAS DEFESAS



SISTEMA  
IMUNITÁRIO

*ainda mais*

RESISTENTE

## A PROTEÇÃO É A MELHOR SOLUÇÃO!

**A Win-Fit<sup>®</sup> - COMPOSIÇÕES EQUILIBRADAS | DOSAGENS ADEQUADAS**

Saiba mais



Disponível em Farmácias e Espaços de Saúde

Suplemento alimentar. Os suplementos alimentares não devem ser utilizados como substitutos de um regime alimentar variado e de um modo de vida saudável.



Acreditamos em Self Care

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

[winfilimuno.pt](http://winfilimuno.pt)

# CELEBRAR A PROFISSÃO E PREPARAR O FUTURO



Ana Rodrigues, Farmacêutica e Coordenadora Pedagógica da Pharacademy

O Dia do Farmacêutico é sempre um convite à reflexão. Mais do que uma data simbólica, é um momento para valorizar a nossa profissão e pensar no caminho que queremos construir.

Sou farmacêutica de formação e iniciei o meu percurso em farmácia comunitária, onde aprendi o valor da proximidade com os doentes e da confiança que estes depositam em nós. No entanto, cedo percebi que queria conhecer outras áreas do setor. Para ingressar na indústria farmacêutica, senti a necessidade de investir em formação especializada. Esse passo foi determinante: abriu-me portas, deu-me ferramentas e permitiu-me desenvolver a carreira que hoje sigo com paixão.

É por isso que acredito tanto no poder da formação – não apenas como atualização de conhecimentos, mas como chave para abrir novas oportunidades no mercado de trabalho. Para os jovens farmacêuticos, ou para quem deseja redirecionar o seu percurso, a formação pode ser o fator diferenciador que transforma um currículo numa carreira sólida.

Os ensaios clínicos, por exemplo, são um campo em expansão onde os farmacêuticos têm muito a contribuir. Mas sem preparação específica, dificilmente se entra e se progride. O mesmo acontece em muitas outras áreas da indústria, que exigem competências técnicas, regulatórias e até de gestão de projetos.

Foi nesse contexto que nasceu a Pharacademy, centro de formação acreditado pela DGERT, que este ano celebra 11 anos de atividade. Desde o primeiro dia, a nossa missão tem sido preparar profissionais de saúde para os desafios do setor, sempre com a preocupação de ligar a ciência à prática e a teoria às necessidades reais do mercado.



Ao longo desta década, vimos centenas de formandos ganhar confiança, encontrar o seu espaço e construir percursos profissionais gratificantes. Este é, para mim, o maior motivo de orgulho: saber que a Pharacademy é uma ponte entre a vocação dos s e as oportunidades que a profissão oferece.

Neste Dia do Farmacêutico, deixo um convite: celebremos a nossa identidade profissional, mas não deixemos de investir em nós próprios. A saúde está em constante evolução e o futuro da profissão depende da nossa capacidade de aprender, crescer e inovar. Na Pharacademy, queremos continuar a caminhar ao lado dos colegas e de todos os profissionais que se queiram juntar a nós, ajudando cada um a transformar formação em carreira e conhecimento em futuro.

O SALTO É SEU  
O CAMINHO É  
Pharacademy  
*How far do you wanna go?*

✓ Cursos Intensivos  
✓ Cursos de Especialização

Invista na sua carreira e prepare-se para a Indústria Farmacêutica em [pharacademy.com](http://pharacademy.com)

ENTIFICADA

LABORATOIRES  
**FILORGA**  
PARIS



# A CIÊNCIA INSPIRADA NA MESOTERAPIA ENCAPSULADA NUM SÉRUM PARA ILUMINAR, ALISAR E REFIRMAR<sup>[1]</sup>

3 EM CADA 4  
PARTICIPANTES  
SENTEM  
A SUA PELE  
TRANSFORMADA<sup>[2]</sup>

RESULTADOS COMPROVADOS  
APÓS 7 DIAS<sup>[3]</sup>

RESULTADOS COMPROVADOS  
APÓS 42 DIAS<sup>[1]</sup>

NOS PARÂMETROS DE QUALIDADE DA PELE

1º LABORATÓRIO FRANCÊS DE MEDICINA ESTÉTICA FUNDADO EM 1978

[1] Resultados Clínicos - 24 participantes - resultados após 42 dias de utilização de NCEF-REVITALIZE SÉRUM de manhã e à noite, ao nível da uniformidade do tom, elasticidade, firmeza, luminosidade e suavidade. [2] Autoavaliação - 32 participantes - resultados após 7 dias de utilização bidirária. [3] Resultados Clínicos - 32 participantes - resultados após 7 dias de utilização de NCEF-REVITALIZE SÉRUM de manhã e à noite, ao nível da uniformidade do tom, elasticidade e firmeza.

DISPONÍVEL EM FARMÁCIAS E PARAFARMÁCIAS

# O IMPACTO DA PIM NAS INSTITUIÇÕES GERIÁTRICAS

A Farmácia Aliança é pioneira em Portugal na Preparação Individualizada da Medicação (PIM), um serviço certificado que garante segurança, adesão terapêutica e qualidade no acompanhamento dos utentes em Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas, através de métodos inovadores de organização e administração da medicação.

## **Em que consiste exatamente o serviço de Preparação Individualizada da Medicação e como é feito o processo na Farmácia Aliança (FA)?**

Segundo a Norma Geral da Ordem dos Farmacêuticos, define-se o serviço de Preparação Individualizada da Medicação como o serviço a partir do qual o farmacêutico organiza as formas farmacêuticas sólidas, para uso oral, de acordo com a posologia prescrita, selado de forma estanque na farmácia e descartado após a sua utilização. Inclui-se ainda neste serviço a informação, prestada sobre a forma escrita ou na forma de pictogramas e oralmente, referente ao uso responsável do medicamento, tendo por objetivo auxiliar o utente na correta administração dos medicamentos e promover uma melhor adesão à terapêutica. Sendo pioneiros nesta área, a Farmácia Aliança, utiliza vários métodos de preparação: o clássico, em tabuleiro, o semi-automático Multiblister que faz a selagem a quente das formas farmacêuticas dentro de bolsas/alvéolos e o automático RDC-45 em formato saco.

## **O que distingue o serviço de Preparação Individualizada da Medicação implementado pela Farmácia Aliança nas ERPI's de outros métodos de gestão da terapêutica?**

No método da FA, cada alvéolo tem a identificação dos fármacos presentes no seu interior – nome do princípio ativo, dose, lote,

validade e aspeto (cor e forma) e mantém o medicamento dentro do seu blister primário, o que permite manter as características do medicamento inalteráveis.

Outros métodos de gestão de terapêutica, como as caixas multidoses, podem ser confusas devido à falta de informação sobre os medicamentos que estão no interior da caixa. Estes métodos são mais adequados para utilização no domicílio, onde não ocorrem tantas necessidades de alterações terapêuticas.

## **Quais são os principais benefícios deste serviço para as residências sénior, em termos de organização e qualidade dos cuidados prestados? Que impacto concreto já observaram nas ERPI's-Estrutura Residencial para Pessoas Idosas – onde este serviço está implementado, em termos de segurança e adesão terapêutica?**

A grande vantagem do nosso serviço PIM é ser realizado na própria instituição e com a nossa própria logística e recursos humanos.

O método, em si, permite garantir o medicamento certo, na hora certa, na dose certa, no utente certo. A informação presente em cada alvéolo é fundamental para a equipa de enfermagem fazer a verificação da medicação e administrá-la aos utentes, com segurança.

Nas ERPI's onde o serviço está implementado, notamos que os utentes não falham nenhuma toma, o que contribui em grande escala para a adesão à terapêutica. Além disso, a equipa de enfermagem faz



*Sendo pioneiros nesta área, a Farmácia Aliança, utiliza vários métodos de preparação: o clássico, em tabuleiro, o semi-automático Multiblist que faz a selagem a quente das formas farmacêuticas dentro de bolsas/alvéolos e o automático RDC-45 em formato saco*

uma verificação da informação presente no alvéolo com as formas farmacêuticas no seu interior, de forma a reforçar a segurança na administração da medicação. Finalmente, a FA faz o estudo das interações medicamentosas, após o ingresso de cada utente, comunicando permanentemente com a equipa médica, de forma a poderem ser realizados ajustes e alterações terapêuticos para benefício do utente.

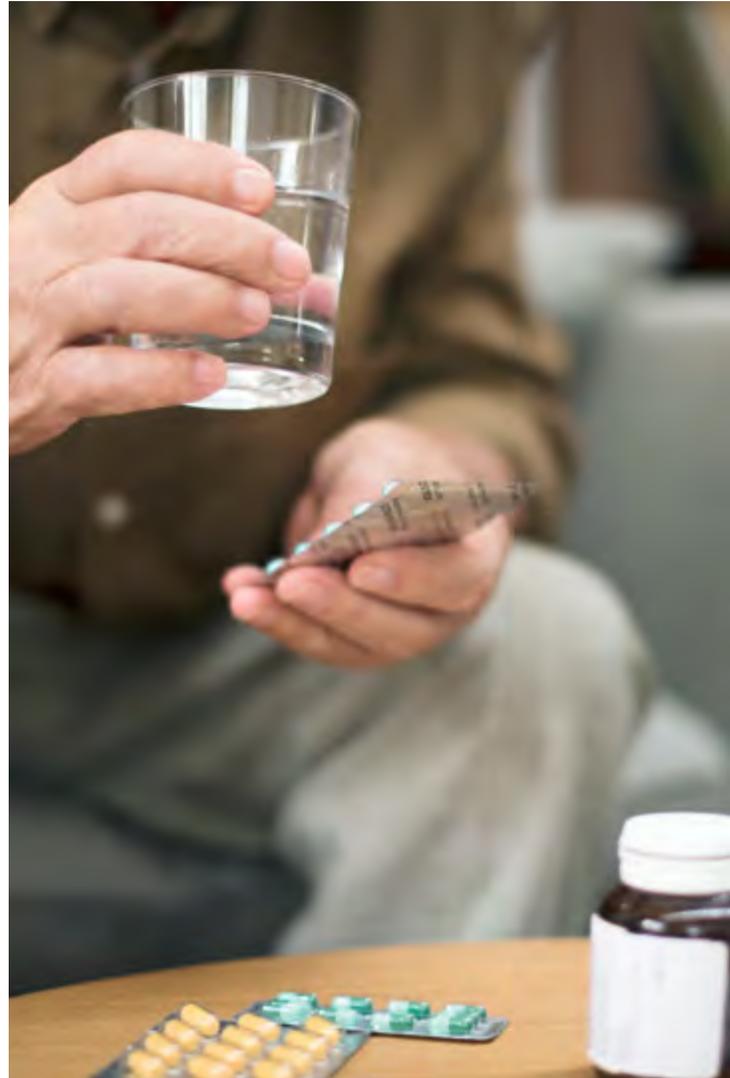
**De que forma a certificação ISO 9001:2015 e as Boas Práticas de Farmácia reforçam a confiança neste serviço junto das instituições e famílias?**

Ter todo o processo certificado, traduz-se em ganhos diretos nas questões de implementação e monitorização do serviço nos vários locais. De igual forma, todas as questões de segurança, comunicação e melhoria contínua são devidamente consideradas e avaliadas em ciclos temporais definidos, de forma a originar novos investimentos e melhorias contínuas na qualidade do serviço.

Tudo isto de traduz na prestação deste serviço em 11 unidades geriátricas de referência, caso da Geriavi, Portugal. A qualidade do serviço estende-se igualmente a unidades de médias e pequenas dimensões que apontam o nosso trabalho como diferenciador nas valências que dispõem aos seus residentes.

**A experiência da Farmácia Aliança nesta área trouxe que tipo de resultados práticos na adesão à terapêutica e no controlo das doenças?**

Como referido anteriormente, todo o nosso método implica máxima segurança na administração, total adesão à terapêutica, cumprimento de horários e permanente ajuste de doses, se for necessário. Acrescento ainda, o facto de termos um farmacêutico a fazer o acompanhamento das prescrições trazer uma vantagem adicional na segurança para o utente e toda a equipa de saúde envolvida. Por vezes, já foram detetados atempadamente erros como duplicação ou sobredosagem, que poderiam ter levado à hospitalização dos utentes.



**Que mensagem gostaria de deixar às direções de ERPI's que ainda não conhecem a PIM da Farmácia Aliança?**

A FA dispõe deste serviço PIM há vários anos, considerando desde já que, os anos de experiência serviram para aperfeiçoar o serviço. Temos um *modus operandi* geral para o executar, mas consideramos essencial a adaptação à realidade de cada ERPI, consoante as equipas médica, de enfermagem, ao número e perfil dos utentes e até à capacidade das estruturas físicas (salas, edifícios, localização da ERPI). Estamos disponíveis para apresentar o nosso serviço a várias ERPI's, com boas condições comerciais e termos contratuais vantajosos.



**Farmácia Aliança**

222 073 500  
(chamada para rede fixa nacional)

**Rua da Conceição, 2-18, Porto**

**Farmácia Sto. António**

256 780 750  
(chamada para rede fixa nacional)  
**Avenida Santiago, 207-209**  
**4020-470 Rio Meão**

# BENFLUX<sup>®</sup> NATURAL

DISPOSITIVO MÉDICO  
para o alívio da tosse

COM ÁCIDO HIALURÓNICO



**Benflux Natural Sem Açúcar** é um dispositivo médico. Leia atentamente a rotulagem e as instruções de utilização. Em caso de dúvida ou persistência dos sintomas, consulte o seu médico ou farmacêutico. **Benflux Natural Sem Açúcar** é uma solução oral formulada com ácido hialurónico e água de malva que forma uma película protetora com "efeito barreira" que acalma tanto a tosse seca e produtiva, impedindo as vias respiratórias superiores. É especificamente formulado para aderir à mucosa e limitar o seu contacto com agentes irritantes externos. Renova também a hidratação da mucosa e reduz o risco de sua irritação. **Benflux Natural Sem Açúcar** é formulado sem lactose, sendo assim adequado para diabéticos e para todas as situações em que é necessário controlar as calorias. O produto é isento de glúten e de álcool. Evite o contacto com a pele. Não utilize após o prazo de validade. Feche bem o frasco após a utilização. Não utilize a embalagem e never aberta ou danificada. Atente sempre na data de validade e em condições de conservação com medicamentos. Em caso de sintomas indesejáveis, interrompa o tratamento, consulte o seu médico e informe o fabricante. Em caso de hipersensibilidade ou alergia individual a um ou mais componentes, evite usar o produto. Se os sintomas persistirem após 7-10 dias, consulte um médico. Mantenha fora do alcance das crianças. Não descartar o recipiente após o uso. A utilização em crianças deve ser supervisionada por um adulto. Em caso de gravidez ou amamentação, consulte o seu médico ou farmacêutico. **Benflux Natural** é um dispositivo médico. Leia atentamente a rotulagem e as instruções de utilização. Em caso de dúvida ou persistência dos sintomas, consulte o seu médico ou farmacêutico. **Benflux Natural** é uma solução oral que graças ao mel e ao ácido hialurónico, forma um filme protetor mucoso aderivo com efeito barreira, que se protege e hidrata a mucosa das vias respiratórias superiores e ajuda a manter a tosse mais fluida, facilitando a sua remoção, e especificamente formulado para aderir à mucosa e limitar o seu contacto com agentes irritantes externos. Além disso, com as suas propriedades farmacológicas, atua como adjuvante no alívio dos sintomas comuns da tosse, tanto na tosse seca como na tosse produtiva. Evite o contacto com os olhos. Não utilize após o prazo de validade. Feche bem o frasco após a utilização. Não utilize a embalagem e never aberta ou danificada. Atualmente não são conhecidas interações com medicamentos. Em caso de alergia individual a um ou mais componentes, evite usar o produto. Se os sintomas persistirem após 7-10 dias, consulte um médico. Mantenha fora do alcance das crianças. Não descartar o recipiente após o uso. A utilização em crianças deve ser supervisionada por um adulto. Em caso de gravidez ou amamentação, consulte o seu médico ou farmacêutico.

Referência: T. Cipriani C., Frasca MA. Non-pharmacological remedies for post-viral acute cough. *Monaldi Arch Chest Dis*. 2021;92(1):50-4081 (meses 2021) 902

Distribuição:  
**LABORATÓRIOS ATRAL S.A.**  
Rua da Evolução, nº 131 E - 2600-726 Coimbra - Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Vila Franca de Xira - Matrícula: NIPC 500 162 083 - Capital Social: 2.707.100,00 Euros  
Farmácia: [farmacia@atral.com](mailto:farmacia@atral.com) | [atral.com](http://atral.com)



# A sua garganta e boca vão sentir-se nas nuvens.

## DICLODENT®

Para o alívio das dores e inflamações da **garganta** e **boca**.

**NOVO**

SPRAY ORAL



**NOVA IMAGEM**  
SOLUÇÃO BUCAL



**Diclodent®** é um medicamento não sujeito a receita médica. Deve ser usado por um curto período no tratamento sintomático dos estados irritativos e inflamatórios da cavidade orofaríngea, por vezes associados a dor (por exemplo gengivite, estomatite, faringite) e em consequência de tratamento dentário conservador ou ortodontico. Não utilize este medicamento em caso de hipersensibilidade à substância ativa, a substâncias quimicamente próximas, ao ácido acetilsalicílico ou a outros medicamentos anti-inflamatórios não esteróides, ou a qualquer um dos excipientes do medicamento. Não utilize Diclodent se estiver nos últimos 3 meses da gravidez. O uso de preparações tópicas, particularmente se prolongado, pode levar ao desenvolvimento de fenómenos de sensibilização. Se tal ocorrer, deve suspender o tratamento com Diclodent e iniciar tratamento apropriado se necessário. **Diclodent® AlfaGel** é um dispositivo médico para adultos e crianças a partir dos 12 anos de idade, com atividade mecânica e física destinado a tratar úlceras aftosas e a eliminar o desenvolvimento de úlceras em pessoas com o sistema imunitário comprometido. AlfaGel forma uma barreira mecânica sobre a úlcera, alivia a dor e, ao mesmo tempo, ajuda na recuperação dos tecidos.

LABORATÓRIOS ATRAL, S.A.  
Sede: Rua da Estação nos 1 e 1A - 2600-726 Cadanheta do Pinheiro - Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Vila Franca de Xira Matriculada N.º/PC 500 162 085 - Capital Social: 2.777.000,00 Euros  
Farmacovigilância: farmacovigilancia@atral.pt

# ESTUDO REVELA: FARMÁCIA CONTINUA A SER ESPAÇO DE CONFIANÇA PARA 70% DOS PORTUGUESES

- 50% dos inquiridos compra produtos farmacêuticos todos os meses.

- 70% dos consumidores confia nos produtos vendidos em farmácia, seja por recomendação médica ou farmacêutica.

- 56% dos inquiridos verifica sempre a data de validade e a bula antes de tomar medicamentos.

Num tempo marcado pela proliferação de informações nas redes sociais e pelo crescimento do comércio *online*, os portugueses continuam a confiar no espaço físico da farmácia e nos seus profissionais como fonte credível de aconselhamento e aquisição de produtos de saúde. O setor

farmacêutico continua a cultivar uma relação de proximidade, rigor e credibilidade, reforçando hábitos de consumo responsáveis e informados.

De acordo com os dados recolhidos no novo estudo realizado pelo Produto do Ano, quase metade dos inquiridos (50%) compra produtos farmacêuticos todos os meses, enquanto 25% fá-lo apenas quando necessário. 18% dos inquiridos compra quinzenalmente.

A confiança nos produtos vendidos em farmácia é elevada, com uma média de 4,43 (numa escala de 1 a 5 - onde 1 significa "Nenhuma confiança" e 5 "Total confiança"), e assenta essencialmente na

recomendação médica ou farmacêutica, fator apontado por 70% dos inquiridos como determinante na escolha. Seguem-se a certificação por entidades reguladoras (13%) e o preço acessível (8%).

No que diz respeito aos hábitos de consumo consciente, 56% dos inquiridos afirmou verificar sempre a data de validade e a bula antes de tomar medicamentos. 35% assuem que apenas às vezes, enquanto 9% admite fazê-lo raramente.

A opinião sobre a fiscalização e controlo de qualidade dos produtos farmacêuticos é globalmente positiva: 43% considera-a muito rigorosa e eficaz e 42% reconhece rigor, embora com margem de melhoria. Apenas 4% avalia o controlo como pouco rigoroso.

## Sobre o Produto do Ano:

O Produto do Ano, certificado em Portugal com o ISO9001 em gestão de qualidade, é o maior e único prémio mundial que premeia os produtos e serviços que se destacam pela inovação e com avaliação direta dos consumidores.

Os Produtos do Ano são vistos e reconhecidos pelos consumidores portugueses, uma visibilidade que reflete a sua força após 20 anos de presença no mercado português e em mais de 45 países em todo o mundo.

## Fonte:

O estudo, da responsabilidade do Produto do Ano, foi realizado entre 7 de abril e 2 de maio de 2025, contando com um total de 811 respostas. A maioria dos inquiridos situa-se nas faixas etárias dos 35-44 anos (23%) e dos 18-25 anos (17%), com representação também significativa entre os 44-54 (18%) e 55-64 anos (17%). A faixa dos mais de 65 anos representa 14%.



# AQUI HÁ QUÍMICA

## PARA REATIVAR A VITALIDADE DELE E DELA.

### NOVOS



+ SAÚDE FEMININA  
BEM-ESTAR NA  
MENOPAUSA

+ SAÚDE MASCULINA  
VITALIDADE  
FÍSICA E SEXUAL

### TÔNICOS BIOGENERADORES QUE PROMOVEM A ATIVAÇÃO DO SEU BIORRITMO NATURAL



**BÊ LISINA** é uma gama de Tônicos Biogeneradores à base de Lisina - um aminoácido essencial e Vitaminas do Complexo B - potentes ativadoras e protetoras da nossa imunidade e biorritmo naturais, às quais adicionamos outros ingredientes, para ajudar a reforçar e aumentar os seus benefícios.

#### MULHER 50+



Menstruação Irregular



Fragilidade Óssea



Desconfortos Menopausa



Controle de peso



Cansaço físico e mental



Sistema Imunitário

Lisina | Vitaminas do Complexo B | Ácido Fólico | Zinco | Vit. C | Vit. D | Vitex Agnus

#### HOMEM 50+



Vitalidade física e sexual



Alterações na próstata



Saúde do coração



Memória e visão



Cansaço físico e mental



Sistema Imunitário

Lisina | Vitaminas do Complexo B | Vit. C | Vit. D | Coenzima Q10 | Selenio | Zinco | Maca | Tribulus Terrestris | Sarcocolla Repens

# DIA MUNDIAL DA VISÃO

O Dia Mundial da Visão comemora-se anualmente na segunda quinta-feira de outubro. A data, criada pela Organização Mundial da Saúde, chama a atenção para os perigos à visão, como a cegueira e a deficiência visual.



A data, criada pela Organização Mundial da Saúde, chama a atenção para os perigos à visão, como a cegueira e a deficiência visual.

O Dia Mundial da Visão é considerado a data mais importante na área da Saúde da Visão. É uma iniciativa conjunta da Organização Mundial da Saúde (OMS) e da *International Agency for the Prevention of Blindness* (Agência Internacional para a Prevenção da Cegueira).

A OMS considera que a maioria de todas as causas de deficiência visual são evitáveis ou podem ser tratáveis mediante prevenção adequada e, mundialmente, pelo menos 2,2 biliões de pessoas têm uma deficiência visual ou cegueira, das quais cerca de 1 bilião destes casos poderiam ter sido evitados ou tratados.

Em Portugal, estima-se que as alterações da visão afetem cerca de metade da população e que perto de 20% das crianças, tal como 50% dos adultos, sofram de erros refrativos significativos.

A retinopatia diabética e a ambliopia nas crianças são duas situações passíveis de prevenção e deteção precoce, bem como de tratamento oftalmológico e recuperação. Neste dia realizam-se rastreios visuais gratuitos em óticas acreditadas, assim como conferências,

caminhadas, angariações de fundos para o pagamento operações dispendiosas, concursos de fotografia, entre outras atividades. O objetivo geral destas iniciativas do Dia Mundial da Visão é prevenir problemas visuais, proteger e tratar da visão das pessoas.

## **Problema de Saúde Pública e elevado significado social**

Os défices visuais corrigíveis, quando não diagnosticados atempadamente, constituem um importante problema de saúde pública.

O sentido da visão possui um elevado significado social, representando um meio de comunicação fundamental para a relação entre as pessoas e para a atividade profissional.

Sabe-se, hoje, que mais importante do que a acuidade visual em si mesma é o modo como cada pessoa utiliza a visão que possui, ou seja, a sua visão funcional, e que existem medidas suscetíveis de a melhorar.

Sabe-se, ainda, que a visão deve ser preservada desde o nascimento, sendo imperativo prevenir e tratar a doença visual, a qual provoca, sempre, diminuição da qualidade de vida, com repercussão negativa a nível pessoal, familiar e profissional, para além de causar elevados custos sociais.

## **Olho seco**

O olho seco, ou síndrome do olho seco, é uma condição comum em que os olhos não produzem lágrimas suficientes ou as lágrimas não são de qualidade adequada para lubrificar a superfície ocular, causando irritação, ardor e a sensação de areia nos olhos. As causas podem ser ambientais, como ar condicionado e uso de ecrãs digitais, ou médicas, como o uso de certos medicamentos e doenças autoimunes. O tratamento pode incluir o uso de lágrimas artificiais, mudanças nos hábitos diários para aumentar a humidade e a frequência do pestanejo, e, em casos mais graves, medicamentos ou a colocação de *plugs* lacrimais.

## **68.º Congresso Português de Oftalmologia**

O 68.º Congresso Português de Oftalmologia vai realizar-se entre os dias 4 e 6 de dezembro de 2025, no Algarve, no Tivoli Marina Vilamoura Hotel.

**Contacto:** <https://spoftalmologia.pt/>

## **Alguns conselhos para manter a saúde da visão**

1. Durma no mínimo entre sete e oito horas por dia
2. Evite o consumo de bebidas alcoólicas
3. Afaste-se dos cigarros
4. Tenha uma alimentação equilibrada
5. Não se esqueça de usar óculos escuros
6. Não descuide dos olhos durante o tempo seco
7. Evite coçar os olhos
8. Faça pausas durante o dia e descanse os olhos
9. Se precisa de óculos graduados, não deixe de usá-los
10. Realize consultas oftalmológicas com regularidade.

# HYLO®

# HYLO DUAL® HYLO DUAL INTENSE®

A combinação única de ácido hialurónico e ectoína natural.  
Hidratação, proteção do olho seco e alívio dos sintomas inflamatórios.



## MODO DE AÇÃO DUPLO

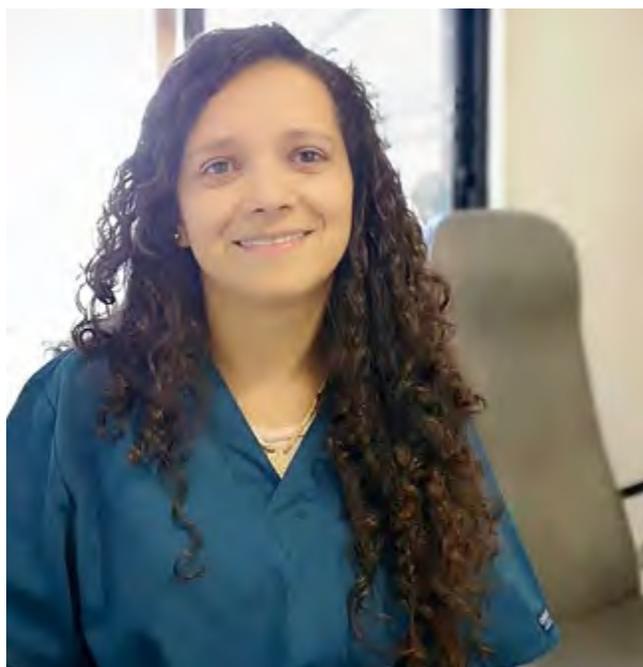
SECURA OCULAR MODERADA OU GRAVE  
SEM CONSERVANTES E SEM FOSFATOS



- ✓ Hidratação moderada do olho seco
- ✓ Alívio das reações inflamatórias e alérgicas
- ✓ Hidratação intensiva e duradoura do olho muito seco
- ✓ Alívio sustentado dos sintomas inflamatórios

# ORTHO-K: TRAVAR A MIOPIA E GANHAR LIBERDADE VISUAL

Devolver a liberdade visual e travar a progressão da miopia são as duas grandes missões de Liliana Reis, especialista em ortoqueratologia e fundadora do projeto pioneiro Ortho-K em Portugal. Numa área ainda pouco divulgada, aposta na inovação tecnológica e na educação para mostrar que é possível ver melhor e viver melhor, sem recorrer à cirurgia.



*Dr.ª Liliana Reis, Especialista em Ortoqueratologia e Fundadora do projeto Ortho-K*

**Ortho-K é um projeto pioneiro em Portugal exclusivamente dedicado aos tratamentos de ortoqueratologia. Quais são as principais vantagens do tratamento Ortho-K em relação às opções tradicionais, como óculos, lentes de contacto diárias ou cirurgia refrativa?**

Ortho-K oferece liberdade visual durante o dia, sem óculos nem lentes. Atua durante o sono, permitindo acordar a ver bem de forma natural. Para crianças e jovens, além da liberdade para praticar desporto e viver sem limitações, existe um benefício ainda mais importante: ajuda a travar a progressão da miopia, reduzindo o risco de doenças oculares graves no futuro.

Para adultos, é uma alternativa não cirúrgica, não invasiva e reversível, que permite recuperar a liberdade visual, é ainda uma opção para quem fez cirurgia e a sua visão piorou.

As vantagens são liberdade visual, prevenção e segurança, oferecendo uma alternativa confiável em todas as fases da vida.

**Quais os critérios clínicos e exames necessários para garantir que um paciente é elegível e seguro para iniciar o tratamento Ortho-K?**

Cada paciente é avaliado de forma personalizada. Para tal, realizamos uma avaliação clínica completa. Esta análise rigorosa garante segurança, eficácia e, sobretudo, que cada paciente terá os resultados esperados.

Embora muitas vezes esteja associado à miopia, é importante sublinhar que pode ser aplicado também a astigmatismo, hipermetropia e, mais recentemente, presbiopia. Cada caso é único – e essa atenção ao detalhe é uma das grandes mais-valias do nosso projeto, permitindo oferecer uma solução totalmente personalizada.

**Como é realizado o acompanhamento do paciente durante o tratamento Ortho-K e quais as medidas tomadas para garantir a saúde ocular a longo prazo?**

O acompanhamento é contínuo e rigoroso, porque a saúde ocular é prioridade. Desde as primeiras noites avaliamos a evolução e a adaptação, ajustamos parâmetros sempre que necessário e ensinamos todos os cuidados de higiene, desinfeção e manutenção.

Ao longo do tempo, realizamos consultas periódicas para garantir que os olhos permanecem saudáveis e a visão estável. Este acompanhamento assegura resultados imediatos e protege a saúde ocular a longo prazo, oferecendo confiança e tranquilidade.

**De que forma a Ortho-K pode impactar a qualidade de vida dos pacientes, considerando aspetos funcionais, psicológicos e sociais?**

Se tivesse de resumir em apenas uma palavra o impacto, seria: liberdade. Não é só voltar a ver bem – é recuperar uma parte da vida escondida atrás de limitações que nem sabíamos existir.

Uma criança que antes evitava brincar com medo dos óculos passa a sentir-se livre. Um jovem que se envergonhava de usar óculos descobre nova autoestima no convívio social. Um adulto percebe que pode praticar desporto, viajar e trabalhar sem pensar nos óculos.

O impacto vai muito além da visão: o Ortho-K não é apenas um método para ver melhor – é uma forma de voltar a viver plenamente, sem barreiras.

*O impacto vai muito além da visão: o Ortho-K não é apenas um método para ver melhor – é uma forma de voltar a viver plenamente, sem barreiras*



**Como é que o projeto Ortho-K se posiciona em relação às novas tecnologias emergentes na área da saúde visual, e que inovações futuras podem ser expectáveis para ampliar o seu impacto clínico?**

O projeto nasceu com o objetivo de melhorar a qualidade de vida das pessoas que procuram recuperar a sua liberdade visual. Para garantir os melhores resultados, temos de estar sempre na vanguarda. Isso significa integrar tecnologia de ponta, investir em formação contínua e usar lentes de última geração, personalizáveis. Este rigor tecnológico e profissional garante não só a eficácia, mas também a segurança do método.

O futuro é agora – e já é bastante promissor. O maior impacto será disponibilizar esta oportunidade a mais pessoas e, quem sabe, abrir caminho para uma futura produção nacional.

**A ortoqueratologia é vista como uma alternativa não cirúrgica. Como gostaria que fosse mais amplamente compreendida – tanto pelos profissionais de saúde como pelo público em geral – no que toca ao seu potencial terapêutico e preventivo, sobretudo na infância?**

Na realidade, para a maioria das pessoas nem é considerada, porque desconhecem a sua existência.

Gostaria que fosse divulgada e conhecida como opção real para viver sem limitações visuais – podendo ou não optar, mas sabendo que existe. Por outro lado, desejo que seja entendida não apenas como alternativa aos óculos, mas também como estratégia de saúde pública para travar a epidemia de miopia.

Para isso, é essencial que profissionais de saúde, professores e famílias compreendam que a miopia não é apenas “ver mal ao longe”. Trata-se de uma condição que aumenta o risco de doenças graves, como glaucoma ou descolamento da retina, além de ter impacto imediato no desenvolvimento social e cognitivo.

Se conseguirmos travar a progressão da miopia na infância, estaremos a proteger a visão dessas crianças para toda a vida.

**Já demonstrou a intenção de criar um livro infantil sobre a saúde visual. Acredita que o futuro da prevenção da miopia começa na literacia visual desde a infância? Que estratégias considera mais eficazes para sensibilizar famílias e escolas para este tema?**

Acredito que o futuro da prevenção começa na educação visual desde cedo. Quando uma criança aprende, através de histórias simples e ilustrações, que deve brincar ao ar livre, fazer pausas do ecrã e cuidar da visão, está a criar hábitos que podem mudar a sua saúde para sempre.

O livro infantil é uma das ferramentas que quero disponibilizar para chegar às famílias de forma lúdica e acessível. Mas não basta: precisamos também de campanhas em escolas, programas comunitários e da colaboração dos profissionais de saúde.

Professores e famílias têm aqui um papel central – quando percebem que a visão pode mudar toda a vida de uma criança, tornam-se os maiores aliados nesta missão.

O mais importante é criar uma cultura de cuidado com a visão das crianças, porque ver bem é viver bem.

Liliana Reis é especialista em ortoqueratologia e fundadora do projeto Ortho-K – a primeira unidade especializada em Portugal dedicada exclusivamente a este método. Reconhecida internacionalmente entre os principais especialistas mundiais em ortoqueratologia, dedica-se a transformar a saúde visual de crianças e adultos através de uma abordagem integrativa, personalizada e humana.

Saiba mais em [www.ortho-k.pt/ebooks](http://www.ortho-k.pt/ebooks)



# 75 ANOS DA SPAIC: UM LEGADO DE DEDICAÇÃO À ALERGOLOGIA



Dr.ª Ana Morête, Presidente

Em 2025, a Sociedade Portuguesa de Alergologia e Imunologia Clínica (SPAIC) celebra 75 anos de história, marcando um percurso notável desde a sua fundação a 10 de julho de 1950 por 15 sócios que acreditaram que a missão de servir a pessoa alérgica se constrói em comunidade.

Desde a sua criação, a SPAIC tem sido uma referência nacional e internacional na área da alergologia e imunologia clínica. As suas sucessivas Direções, com liderança e dedicação, consolidaram marcos notáveis, como a formação contínua de profissionais, a publicação da Revista Portuguesa de Imunoalergologia e a criação de materiais educativos que aproximam o conhecimento científico da população. A presença ativa no debate público e na comunicação digital reforça o seu estatuto de autoridade em alergologia.

Para assinalar os 75 anos, a SPAIC lançará, na sua reunião anual de outubro de 2025, um livro que reúne a memória institucional da Sociedade. Narrado pelos Presidentes vivos das diferentes Direções, a obra retrata o trajeto da SPAIC, destacando o legado de cada época. A atual Direção, com visão estratégica e dinamismo pretendeu honrar este legado.

O Programa Physalis, direcionado a jovens imunoalergologistas, criou a “Geração Physalis”, fortalecendo a comunidade profissional para os desafios da imunoalergologia. Iniciativas como a Semana Mundial da Alergia e a Revista Portuguesa de Imunoalergologia promovem a literacia em saúde, aproximando ciência e cidadãos.

A SPAIC reforçou a sua projeção global com eventos como o Congresso Mundial de Alergia no Estoril (2024) e os Congressos Ibéricos em Madrid (2023) e Porto (2025). Estes encontros reuniram especialistas mundiais consolidando o prestígio da SPAIC no panorama científico internacional. Em junho de 2024, a I Feira Nacional da Alergia, realizada em Aveiro durante a Semana Mundial da Alergia, destacou-se como um evento inovador. Em parceria com a Câmara Municipal de Aveiro, a iniciativa promoveu *workshops*, debates, música, dança e culinária saudável envolvendo doentes, profissionais de saúde e associações.

A SPAIC tem lutado pelo acesso equitativo a tratamentos. Em maio de 2023, entregou uma petição com mais de 11.600 assinaturas à Assembleia da República, exigindo a reposição da comparticipação das vacinas antialérgicas, revogada em 2011. Em junho de 2025, o tema foi debatido em plenário, com propostas aprovadas para discussão na especialidade, um passo crucial para melhorar o acesso à imunoterapia, essencial para alterar a história natural das alergias.

Em 2024, a SPAIC integrou o Comité Executivo do Guia Espanhol para o Tratamento da Asma (GEMA) e lançou o Guia para a Certificação das Unidades de Asma Grave. Este documento estabelece critérios rigorosos para uniformizar boas práticas clínicas, promover investigação e melhorar a educação dos doentes, refletindo o compromisso com a excelência assistencial.

Ao longo de 75 anos, a SPAIC tem sido um farol de conhecimento e inovação. Com diálogo constante com sócios, parceiros, doentes e a indústria farmacêutica, a Sociedade continua a liderar a imunoalergologia em Portugal, pronta para enfrentar os desafios do futuro com a mesma dedicação que a define desde 1950.





# MITE SPECIALISTS

domestic production of all species

ROXALL  
GROUP



ROXALL Aristegui Portugal S.A.

4400-676  
Vila Nova de Gaia  
[www.roxall.pt](http://www.roxall.pt)

Telefone 220 150 580  
(Chamada para a rede fixa Nacional)  
[vacinas@roxall.pt](mailto:vacinas@roxall.pt)



Renato Daniel, Fundador

# UMA POLÍTICA PARA O CÉREBRO: O DESAFIO DA APCCEREBRO

Com cerca de 1.200 novos casos por ano, os tumores cerebrais continuam a ser uma doença silenciada em Portugal – não por falta de impacto, mas por ausência de respostas. À frente da recém-criada APCCEREBRO, Renato Daniel quer inverter essa tendência: dar rosto à estatística, criar estruturas de apoio psicológico e colocar o cérebro no centro das políticas de saúde.

**Qual é a visão que orienta a APCCEREBRO e de que forma a missão da Associação se concretiza no apoio aos doentes com tumores cerebrais, aos seus cuidadores e na sensibilização da sociedade?**

A APCCEREBRO nasceu para preencher um vazio: em Portugal, surgem cerca de 1.200 novos casos de tumores cerebrais por ano, e as respostas psicossociais continuam escassas. Queremos garantir que ninguém enfrenta este diagnóstico sozinho, promovendo apoio emocional, partilha de experiências, informação fidedigna e definição de políticas públicas por mais investimento em investigação. A nossa visão é clara: transformar a invisibilidade em ação.

**A campanha de sensibilização “Desde o dia em que te conheci” tem uma forte componente emocional e humana. De que forma esta iniciativa tem contribuído para quebrar o silêncio em torno do cancro no cérebro?**

Está é uma campanha construída com o coração de quem vive ou viveu esta doença. Convidámos doentes, cuidadores e familiares a escreverem cartas, que tornaram visível o impacto íntimo e profundo de um tumor cerebral. As histórias, partilhadas em *outdoors*, redes sociais e media, mostraram que o silêncio não protege – isola. O objetivo final é a construção de um *atllier* do cérebro onde estes testemunhos retratem a realidade dos tumores cerebrais.

**A corrida “5km pelo Teu Cérebro” envolveu centenas de pessoas por todo o país. Qual é a importância de associar a prática desportiva à saúde cerebral e como planeiam dar continuidade a este tipo de eventos?**

Mais de 600 pessoas correram por todo o país num só dia. Uma verdadeira maratona de solidariedade e consciencialização. A atividade física é uma aliada da saúde cerebral: estimula a



plasticidade neuronal e reduz fatores de risco como o stress ou o sedentarismo. Queremos que esta corrida seja uma tradição anual e que cresça para eventos que envolvam escolas, clubes e empresas em torno do cérebro e da sua importância.

**O lançamento oficial da APCCEREBRO na Fundação Champalimaud, agendado para o próximo mês de outubro, marca um novo capítulo. Que objetivos estratégicos pretendem consolidar a partir deste momento e que papel esperam vir a desempenhar a nível nacional?**

A apresentação oficial em outubro marca o início de uma nova etapa. Queremos implementar uma linha nacional de apoio psicológico, lançar núcleos locais de voluntariado e promover um relatório anual sobre os desafios do cancro cerebral em Portugal. Pretendemos assumir um papel ativo na formulação de políticas de saúde que coloquem o cérebro no centro da equação.



apccerebro@gmail.com • www.apccerebro.pt



# NBfísio: SAÚDE E INOVAÇÃO EM FISIOTERAPIA

Numa entrevista exclusiva, Nuno Barreto, Diretor Clínico da NBfísio, reflete sobre as duas últimas décadas de progresso na Fisioterapia, sublinha a urgência de consolidar o acesso universal a cuidados especializados, e defende uma prática com identidade, valor e impacto estrutural na saúde pública e na qualidade de vida.

## Pode contar-nos um pouco sobre o seu percurso, a génese das Clínicas NBfísio, e os principais serviços/valências?

Sou fisioterapeuta desde 2005, e é com muito orgulho que completo este ano 20 anos de carreira. Foram 20 anos de muitas aprendizagens e crescimento. Com esforço e humildade realizei o sonho de construir com a minha equipa o grupo de saúde – NBfísio – de referência com cinco clínicas e duas lojas de material ortopédico. Somos uma equipa de 30 fisioterapeutas e oferecemos um elevado padrão na prestação de cuidados de Fisioterapia em Almada, Estoril, Lisboa, Olhão e Alcantarilha, com especializações múltiplas e direcionadas para as necessidades de cada pessoa. Optámos pela zona da Grande Lisboa e Algarve por serem zonas do país com grande potencial humano e geográfico e também porque sou algarvio de nascença e realizei grande parte da minha formação em Almada e Lisboa. Passei como fisioterapeuta pelo Centro Hospitalar de Lisboa Central – Curry Cabral, São José e Santa Marta entre 2005 e 2015. Para além da área da Fisioterapia, temos outras valências na NBfísio, como Osteopatia, Acupuntura, Terapia da fala, Nutrição, Podologia ou Psicologia.

Na NBfísio temos um compromisso de exigência nos cuidados de saúde prestados a todos os utentes e através das melhores práticas, recapitar integralmente e de forma informada e partilhada desde 2009. Trabalhamos de forma multidisciplinar, por forma a potenciar a reabilitação plena sempre que possível. Com uma população cada vez mais idosa e com profissões cada vez mais sedentárias, o universo de situações com que temos de lidar diariamente, vai de patologias da coluna vertebral a tendinopatias do ombro, cotovelo e mão. Através de planos de tratamento adequados, temos taxas de sucesso e satisfação de mais de 90%.



Nuno Barreto, Diretor Clínico

## Portugal tem menos fisioterapeutas por habitante que a média europeia. O que deve ser feito para inverter este cenário e ampliar o acesso aos cuidados?

Para inverter esta realidade é necessário fixar os jovens que concluem a sua licenciatura em Portugal! São imperativas, políticas de integração destes fisioterapeutas, no setor público, social e privado, com melhores vencimentos e incentivos, acesso a habitação digna, valorização profissional com carreiras justas e progressivas e uma melhoria global das condições de vida, mais e melhores incentivos à formação contínua. Mais tempo para a família e lazer e uma carga horária laboral que seja mais flexível e ajustável aos objetivos profissionais e pessoais de cada um.

## Qual é o impacto do Dia Mundial da Fisioterapia e da Ordem dos Fisioterapeutas na valorização da profissão?

Os fisioterapeutas enquanto profissionais autónomos, têm na sua Ordem profissional o fim de regular o acesso e o exercício da profissão, que privilegia a defesa dos interesses dos utentes, fazendo respeitar o direito dos cidadãos à saúde. A Fisioterapia é uma disciplina científica e autónoma. O estatuto profissional da Fisioterapia foi introduzido em 1966, sendo atualmente referenciada no grupo dos “profissionais intelectuais e científicos”. O regulamento que definiu o “ato de Fisioterapia” veicula legalmente todos os fisioterapeutas registados na ordem, enquadrando competências, autonomia e responsabilidade, que independentemente do contexto, apenas pode ser realizado por fisioterapeutas. Neste dia comemora-se o acesso a Fisioterapia para todos, sem barreiras ou limites. Porque a Fisioterapia, previne lesões e disfunções, trata e cuida de quem precisa e promove a qualidade de vida de todos os cidadãos.

Cédula Ordem dos Fisioterapeutas n.º 10472 | ERS Lic 18098 | C. Reg E145641



Almada | Estoril | Lisboa | Olhão | Alcantarilha

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



# LINHA SNS24: CADA MACACO NO SEU GALHO



Lúcia Leite, Presidente da Associação Sindical Portuguesa dos Enfermeiros

A linha SNS24 foi, em tempos, uma linha de atendimento exclusivo por enfermeiros. Profissionais com capacidades técnicas, experiência clínica e conhecimento científico, preparados para avaliar e triar situações complexas – quer na comunidade, em meio hospitalar, ou através de contacto telefónico. Esse era o princípio: enfermeiros a fazer enfermagem. Mas, em Portugal, a regra é simples: aquilo que funciona, mexe-se até deixar de funcionar.

Apesar das pós-graduações, mestrados e especialidades que tornam melhores os nossos enfermeiros, nem sempre esses percursos são reconhecidos. Na linha, não é diferente. Pelo contrário: os profissionais trabalham em condições precárias, sem formação contínua adequada, com remuneração injusta e avaliados por quantidade e não pela qualidade. Resultado? Faltam enfermeiros. **E em vez de se investir naquilo que é necessário – atrair e fixar especialistas – o Estado opta pelo atalho fácil: meter outros profissionais a desempenhar funções que não lhes competem.**

Conforme o Despacho n.º 13807/2024, publicado no âmbito do Plano para a Resposta Sazonal em Saúde no inverno 2024/2025, foi autorizada, a título excecional e transitório, a inclusão de farmacêuticos nas equipas da Linha SNS24 (mais de

500 elementos foram integrados, informação publicitada pela Ordem dos Farmacêuticos), com funções associadas à triagem, aconselhamento e encaminhamento de utentes, em conjunto com recém-licenciados em enfermagem e medicina. A justificação foi simples: **tapar buracos em períodos de maior pressão, nomeadamente no inverno, em sintomas respiratórios e da orofaringe. No entanto, nessa altura, qualquer alteração fora do algoritmo tinha de ser validada por um supervisor enfermeiro. Era uma exceção justificada!**

Porém, as ideias criativas não ficaram por aqui, confrontado com a crise nas urgências e necessidade de reduzir a afluência, mais uma vez, o Governo empurra para a linha SNS24 um projeto piloto intitulado “Ligue Antes, Salve Vidas”, sem olhar para as condições humanas necessárias para o assegurar. Um projeto que já se estendeu a 27 das 39 Unidades Locais de Saúde (ULS) sem reforçar meios humanos e equipamentos, sem ouvir os profissionais que asseguram o atendimento diário, sem medir as consequências. Atira-se para a frente, como sempre, para cumprir a propaganda e o calendário político.

E quem paga a fatura? Os cidadãos que necessitam de respostas desesperadamente e os profissionais, esmagados por um sistema que já não aguenta mais!

**A verdade é dura, mas tem de ser dita: o Serviço Nacional de Saúde está de rastos, esgotado, uma completa vergonha nacional. Fingir o contrário é insultar não só os enfermeiros, mas todo o povo português que diariamente sente na pele a falência de um sistema que devia protegê-lo.**

Mas em Portugal, todos sabemos: nada é mais definitivo do que uma “medida provisória”.





*SEM EXCEÇÃO, todos devemos lutar por uma linha SNS24 que seja, de facto, aquilo para que nasceu*

No início de 2025, esses mesmos farmacêuticos foram “promovidos” a seniores, o que significa que estão capazes de triar todos os sintomas, incluindo situações de gravidez, e com autonomia para alterar a avaliação clínica inicial. Uma decisão gravíssima, que colocava em risco a segurança da população e usurpava funções legalmente reservadas a enfermeiros e médicos. Foi revogada, na sequência da intervenção da Ordem dos Enfermeiros, após os enfermeiros da linha manifestarem preocupação. É verdade, mas apenas porque era véspera de eleições!

Coincidência ou não, a atual Ministra da Saúde é farmacêutica. Depois de reeleita, manteve-se em funções e agora quer dar um passo perigoso: a partir de setembro, os farmacêuticos deixarão de ter apenas o papel que sempre tiveram no SNS24 – o apoio no aconselhamento sobre medicamentos – para passarem a desempenhar também outras funções: de **triagem, encaminhamento e aconselhamento clínico de todos os utentes**. Ou seja, vão ocupar o lugar dos enfermeiros, ultrapassando aquilo que inicialmente foi proposto como exceção e provisório, para se transformar numa decisão definitiva, e a justificação apresentada é quase insultuosa: basta “seguir o algoritmo” e transmitir a decisão final como se isso fosse sinónimo de segurança total para o utente. Como se a vida das pessoas pudesse ser reduzida a um conjunto de cliques, dispensando conhecimento clínico, experiência profissional e pensamento crítico.

E convém não esquecer que segundo o enquadramento legal da profissão de farmacêutico não se incluem nos atos próprios da profissão, a prestação de cuidados individualizados, envolvendo as etapas de avaliação, diagnóstico, planeamento, implementação e

evolução dos cuidados, como é estabelecido para os enfermeiros. Apenas **está reconhecido como ato farmacêutico a prestação de informação e aconselhamento sobre medicamentos, dispositivos médicos, produtos fitofarmacêuticos, produtos cosméticos e outros produtos ou outras tecnologias de saúde**.

O absurdo atinge o auge na linha SNS Grávida. Esta linha deveria ser composta, preferencialmente, por enfermeiros especialistas em saúde materna e obstétrica, devidamente preparados para avaliar o risco clínico, triar grávidas e recém-nascidos e orientar para o serviço mais adequado à situação. Mas, em vez disso, o Ministério quer colocar farmacêuticos a atender grávidas que pensam estar a falar com profissionais qualificados nesta área. Isto é enganar as pessoas. Isto é brincar com a vida das mães e das nossas crianças.

A comunidade de enfermagem está profundamente preocupada. E não se trata de uma guerra corporativa. Trata-se de segurança. Não queremos, nem vamos ver, enfermeiros a vender medicamentos nas farmácias ou a preparar fármacos em laboratório. Da mesma forma, não aceitamos farmacêuticos a desempenhar funções de triagem clínica no SNS24. Cada macaco no seu galho!

A saúde dos portugueses não é um laboratório de experiências políticas, nem uma selva de macacos a competir pelo mesmo galho!

E como se não bastasse a confusão criada com farmacêuticos a ocupar funções que não lhes competem, temos ainda o absurdo dos administrativos. Depois de um processo de triagem clínica feito por enfermeiros, muitas chamadas acabam entregues a administrativos sem formação em saúde. O resultado? Pessoas que deveriam ser avaliadas em serviço de urgência são empurradas para teleconsultas que muitas vezes nem chegam a acontecer pelos constrangimentos técnicos. Outras ficam a circular de urgência em urgência, sem que ninguém assuma responsabilidade. É este o retrato cru do sistema: profissionais qualificados a serem desautorizados, doentes perdidos num labirinto de burocracia, e administrativos a decidir destinos que não lhes cabem.

O Ministério da Saúde deve parar de improvisar com a vida dos portugueses e criar condições para que os enfermeiros generalistas, os enfermeiros especialistas (de todas as áreas) integrem a linha, com dignidade, para dar resposta qualificada à população.

Pela saúde das nossas grávidas e dos seus bebés, pela segurança de todos os utentes, SEM EXCEÇÃO, todos devemos lutar por uma linha SNS24 que seja, de facto, aquilo para que nasceu: uma linha de triagem clínica feita por enfermeiros devidamente qualificados, com as ferramentas necessárias para proteger e encaminhar cada cidadão para a resposta mais próxima e adequada à sua situação clínica.



geral@aspe.pt  
www.aspe.pt





## VALORIZAÇÃO DO ANIMAL E DO MÉDICO VETERINÁRIO

Ter um animal de companhia exige, acima de tudo, que você seja responsável e consciente, uma vez que um animal depende de si para ter uma vida saudável e feliz. Seja fiel ao seu animal como ele lhe é a si.

Os animais desempenham um papel importante na vida de muitas pessoas. Além dos vários e reconhecidos atributos terapêuticos desempenhados pelos animais, também são muito valorizados como excelentes companheiros, o que certamente pode afetar a qualidade das nossas vidas. E essa companhia é benéfica para nossa saúde.

Vários estudos indicam que as pessoas que têm um animal de estimação podem ter um coração mais saudável, ficar doentes com menos frequência, fazer mais exercício e reduzir o risco de depressão.

Os animais de estimação também podem ter um impacto positivo significativo em alergias, asma, apoio social e interações sociais com outras pessoas.

### **Dia Mundial do Animal**

O Dia Mundial do Animal celebra-se anualmente a 4 de outubro.

### **Origem da data**

A data foi escolhida em 1931 durante uma convenção de ecologistas em Florença. A escolha teve em conta o facto de o dia 4 de outubro ser o dia de São

Francisco de Assis, o santo padroeiro dos animais. O Dia Mundial do Animal é celebrado em vários países, através de diversos eventos e iniciativas.

Nas escolas, sobretudo no ensino pré-escolar, as atividades no Dia Mundial do Animal deixam os mais pequenos encantados.

### **Frases para o Dia Mundial dos Animais**

- Um animal de estimação é um membro da família, que deve ser tratado como gente
- Os animais são os nossos melhores amigos
- Felizes daqueles que têm a companhia de um animal, pois podem contar sempre com amor.

### **Principais objetivos da celebração do Dia Mundial do Animal**

- Sensibilizar a população para a necessidade de proteger os animais e a preservação de todas as espécies
- Mostrar a importância dos animais na vida das pessoas
- Celebrar a vida animal em todas as suas vertentes.

### **Atividades do dia**

Nesta data realizam-se distintas atividades com base nos objetivos do dia, como por exemplo:

- Devolução de animais à natureza
- Campanhas de adoção de animais abandonados
- Passeios canis
- Jogos ludo-pedagógicos.

### **Dia do Médico Veterinário**

O Dia do Médico Veterinário é celebrado anualmente no dia 4 de outubro. O Médico Veterinário é o responsável por cuidar da saúde dos animais, sejam eles de estimação ou selvagens.

A 4 de outubro de 1991 foi publicado o estatuto que criou a Ordem dos Médicos Veterinários. Curiosamente, a data coincide no calendário litúrgico com o dia de São Francisco de Assis, o santo protetor dos animais, a quem são atribuídos milagres de cura. O patrono efetivo dos médicos veterinários é Santo Elói (588-660). Neste dia do veterinário são entregues pela Ordem aos novos Médicos Veterinários os diplomas de compromisso solene perante a sociedade do desempenho profissional.

# FRONTLINE

COMBO<sup>®</sup> PARA GATOS

ELIMINA PULGAS E CARRAÇAS

NO SEU GATO

PROTEGE A SUA CASA



ELIMINA PULGAS



ELIMINA CARRAÇAS



ELIMINA OS OVOS DE PULGA EM CASA



FÁCIL DE ADMINISTRAR:

"SPOT-ON" SIMPLES DE APLICAR (SEM MANIPULAÇÃO ORAL)

PROTEÇÃO DO GATO E DO LAR:

ELIMINA LARVAS E OVOS DE PULGA NO AMBIENTE

SEM NECESSIDADE DE COMIDA: FACILITA O

USO EM GATOS MAIS EXIGENTES

APLICAÇÃO MENSAL:

PROTEÇÃO CONTÍNUA SEM COMPLICAÇÕES

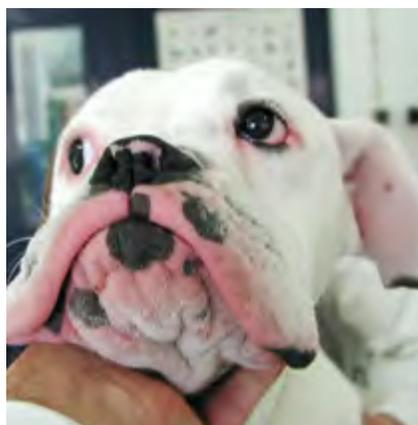
FRONTLINE COMBO SPOT-ON GATOS solução para única aplicação. **COMPOSIÇÃO QUALITATIVA E QUANTITATIVA** Cada pipeta de 0,5ml contém: Substâncias ativas: Fipronil 50,00mg (S)-metopreno 60,00mg. **FORMA FARMACÉUTICA** Solução para única aplicação "Spot On". Solução líquida de uso tópico. **INDICAÇÕES DE UTILIZAÇÃO, especificando as espécies-alvo** Gatos. Para tratamento e prevenção de infestações por pulgas ou infestações por pulgas e carrapatos e/ou piolhos mordedores, descendentes de ovos/pulgas/pulgas adultas, durante o tempo da aplicação. Eliminação de carrapatos (Ixodes spp., Dermacentor spp., Haemaphysalis sanguisuga). O produto tem uma eficácia acaricida persistente até 2 semanas contra carrapatos (baseado em dados experimentais). Eliminação de piolhos mordedores (Felicola subrostratus). O medicamento veterinário pode ser administrado como parte de um protocolo de tratamento para o controle da Dermatite Alérgica por Picada de Pulga (DAPP). Eficaz para tratamento e prevenção de infestações por pulgas e descendentes de ovos/pulgas adultas, durante 4 semanas após aplicação. Eliminação de carrapatos (Ixodes ricinus). O produto tem uma eficácia acaricida persistente até 4 semanas contra carrapatos (baseado em dados experimentais). **Precauções especiais de utilização:** **Precauções especiais para utilização em animais e Precauções especiais que devem ser tomadas pela pessoa que administra o medicamento aos animais:** Antes de utilizar, ler a folha informativa. **TITULAR DA AUTORIZAÇÃO DE INTRODUÇÃO NO MERCADO** Boehringer Ingelheim Animal Health Portugal, Unipessoal Lda, Av. de Pêdas, n.º 11, 1800-794 Lisboa Portugal. **NÚMERO(S) DE REGISTO DA AUTORIZAÇÃO DE INTRODUÇÃO NO MERCADO** 385/01/17/INVT. **DATA DA PRIMEIRA AUTORIZAÇÃO/RENOVAÇÃO DA AUTORIZAÇÃO** 05 de Dezembro de 2011. **DATA DE REVISÃO DO TEXTO** Fevereiro 2023. **PROIBIÇÃO DE VENDA, FORNECIMENTO E/OU UTILIZAÇÃO** Medicamento Veterinário Não Sujeito a Receita Médica Veterinária. Leia cuidadosamente as informações constantes do acondicionamento secundária e do folheto informativo, e em caso de dúvida ou persistência dos sintomas, consulte o médico veterinário.

# DERMATITE ATÓPICA EM CÃES E GATOS



Dr. Luís Martins  
Departamento de Medicina Veterinária  
Escola de Ciências e Tecnologia  
Universidade de Évora

A dermatite atópica (DA) em cães e gatos está associada a uma resposta imunitária indesejada e exagerada a substâncias, os alérgenos, que os indivíduos saudáveis “ignoram”. No caso do cão, a DA considera-se uma doença inflamatória e pruriginosa da pele, de base imunitária, em resposta a diferentes alérgenos, com forte componente hereditária, e associada a alterações da barreira cutânea e da flora microbiana.



Dermatite de origem alérgica

As principais fontes alérgicas são, maioritariamente, ácaros do pó doméstico, pólenes e fungos, alimentos, produtos químicos, tecidos e ectoparasitas como as pulgas.

Com uma base genética, hereditária, Pastor Alemão, Labrador *Retriever*, *Bulldogue* Francês e Inglês, *West Highland Terrier*, *Shih Tzu*, *Boxer*, Pitbull e *Pug* são as raças caninas mais afetadas.

Diagnosticar DA no cão, passa por identificar diferentes critérios como início dos sintomas antes dos três anos, vivência predominantemente em ambiente interior, e prurido com lesões autoinfligidas, entre outros. No gato, a confirmação de atopia é um pouco mais elaborada, observando-se, geralmente, prurido e escoriações autoinduzidas na cabeça e pescoço, alopecia simétrica, e outras lesões inflamatórias cutâneas. Quer no cão, quer no gato, é fundamental excluir, à partida, causas não alérgicas de dermatite, como parasitárias, endócrinas, infecciosas, e autoimunes, que podem provocar sintomatologia semelhante. No caso do gato, a atopia pode, com alguma frequência, resultar também em manifestações brônquicas, como asma.

Nas últimas décadas, tal como em nós humanos, também nos animais se vem observando um acréscimo apreciável da prevalência de alergia. Na alergia ambiental, uma das mais expressivas, numa década observou-se uma tendência de aumento, de 30,7% em cães e de 11,5% nos gatos. Estima-se que a dermatite atópica afete 10-15% da população canina e 5-10% da felina, com a alergia alimentar a reivindicar 1-2% dos casos nos cães e 0,5-1% nos gatos.

O modo de vida ocidentalizado, que estendemos aos nossos animais de companhia, não será alheio àquela tendência, com o progressivo aquecimento global,



Testes cutâneos de diagnóstico

prolongando a polinização e facilitando o desenvolvimento de espécies anteriormente mais meridionais, a contribuir também.

Assim, perante a crescente prevalência de DA em animais de companhia, com o prurido associado, frequentemente intenso, a originar complicações de saúde, por vezes graves, é muito importante diagnosticar devidamente, de forma a melhor poder direcionar o tratamento. Para tal, após um diagnóstico de DA, é necessário identificar ao que o animal é alérgico, seja a componentes ambientais como ácaros do pó doméstico, pólenes ou fungos, ou a alimentos, recorrendo a provas complementares (testes cutâneos e sanguíneos, e provas de exclusão alimentar). Com essa informação individualizada, podemos tratar cada indivíduo de acordo com a sua alergia específica, evitando, tanto quanto possível, o contacto com as substâncias às quais é alérgico, e recorrendo a modernos fármacos, mais eficazes e menos indutores de efeitos secundários a médio e longo prazo, bem como à imunoterapia específica, a qual, tal como na espécie humana, constitui o único tratamento com potencial curativo.

# SUPERA A ALERGIA

TRATE A ALERGIA PARA  
ALÉM DOS SINTOMAS

Consulte o seu  
médico veterinário  
sobre a possibilidade  
de tratamento.



# DESPARASITAR COM PRODUTOS NÃO QUÍMICOS



Jean-Pierre Lautier,  
Diretor Executivo Adjunto da AB7 Santé

Laboratório AB7 Santé tem soluções mais respeitadoras dos animais, donos e meio ambiente

O laboratório farmacêutico veterinário AB7 Santé é uma empresa familiar fundada há mais de 40 anos baseada em fortes valores: a inovação como fator de diferenciação e o desejo de excelência, ambos guiados pela curiosidade de fortalecer, tanto quanto possível, o respeito por um ambiente sustentável.

Desde a conceção, através de uma R&D de ponta, passando pela produção e industrialização na sua fábrica certificada BPF/CMP e um rigoroso controlo de qualidade, a AB7 Santé oferece uma abordagem única para benefício dos utilizadores. Na verdade, no coração de cada uma das suas gamas de produtos para, a AB7 Santé coloca em sinergia inovação, “expertise”, novas tecnologias e comprometimento com processos de qua-

lidade que cumpram com os regulamentos vigentes. A empresa tem igualmente uma dimensão humana e ética compartilhada por todos os colaboradores, indispensável ao seu funcionamento e fundamental para o seu desenvolvimento.

Através das suas marcas – PILOU REPUL7, ZOOSTAR e ALZOO – e em conjunto com outras empresas farmacêuticas, a AB7 Santé desenvolve inúmeros produtos de controlo de parasitas para animais de companhia, principalmente à base de ativos derivados de plantas. Os produtos antiparasitários repelentes de origem vegetal são uma excelente alternativa aos inseticidas de origem sintética (químicos).

## Vantagens dos repelentes de origem vegetal

Os consumidores acreditam cada vez menos nos inseticidas sintéticos e procuram soluções que consideram mais respeitadoras dos animais, dos seus donos e do meio ambiente. Os repelentes de origem vegetal são fáceis de usar, dispensam a prescrição veterinária e não apresentam os efeitos colaterais de produtos injetáveis ou comprimidos. Mais: não são mais caros do que os inseticidas químicos de referência.

É importante recordar que as coleiras e as pipetas antiparasitárias repelentes funcionam como meios preventivos de controlo de infestações e não curativos! No caso de uma infestação maciça por parasitas, especialmente pulgas, há uma grande probabilidade de o ambiente em redor do animal estar severamente contaminado. A primeira coisa a fazer é tratar o ambiente que o animal frequenta com a

ajuda de produtos adequados – por exemplo, EZALO Puf Puf.

Os animais, em si, devem ser tratados por meio de “ataque”. O champô repelente PILOU REPUL7, para cães, é um excelente meio para realizar esse ataque e, também, para utilizações sucessivas de caráter preventivo. Só quando o ambiente onde permanece o animal for tratado é que soluções preventivas, como coleiras ou pipetas, são eficazes, impedindo a reinfestação do ambiente e o ciclo reprodutivo dos parasitas.

Os repelentes de origem vegetal são recentes no mercado, em comparação com os produtos inseticidas, utilizados há décadas. Logo, os veterinários poderão mais facilmente aconselhar os donos de animais a utilizar os produtos que conhecem bem.

## Evolução e credibilização

Os produtos de controlo de parasitas repulsivos evoluíram significativamente nos últimos anos, pelo impulso de centros de investigação como o da AB7 Santé. Por outro lado, estes produtos estão sujeitos a regulamentações exigentes, que fizeram retirar do mercado uma série de produtos ineficientes que causaram descrédito aos repelentes de origem vegetal.

Tudo está em evolução e a opinião de veterinários e donos de animais sobre estes produtos tende a mudar rapidamente. É importante fazer um trabalho pedagógico com os utilizadores, com a finalidade de lhes mostrar o desempenho, as vantagens e os benefícios que os produtos repelentes de origem vegetal podem representar, porque são benéficos para os animais, para os humanos e para o meio ambiente.



PROTEÇÃO NATURAL MÁXIMA



RESPEITA O ANÍMITE



Eficácia comprovada laboratorialmente!

Repul'7



SHAMPOO



PIPETAS REPELENTES PARA CÃES E GATOS



COLEIRAS REPELENTES PARA CÃES E GATOS



## PRODUTOS REPELENTES, À BASE DE SUBSTÂNCIAS NATURAIS

CONTRA / AGAINST:



**PULGAS**  
**FLEAS**



**CARRAÇAS**  
**TICKS**



**MOSQUITOS**  
**SANDFLIES**

### CONTROLO SEGURO, COM INGREDIENTES NATURAIS PARA ELIMINAR PULGAS, CARRAÇAS, MOSQUITOS E OUTROS INSETOS

Cada produto **PILOU** deve ser usado como parte de uma estratégia repelente para criar uma zona de protecção contra pulgas e carraças. Ao contrário dos insecticidas sintéticos, **PILOU** repele os insectos com ingredientes activos naturais. Crie um ambiente seguro para si, para o seu animal e para a sua família. O ideal, é usar os produtos **PILOU** cedo, antes que a estação das pulgas e das carraças comece. Uma vez que são produtos seguros, poderá utilizar os nossos artigos durante todo o ano, desde que não exceda as doses recomendadas.

A adição de icaridina às coleiras e pipetas resultou num efeito mais duradouro que garante uma acção imediata e duradoura contra mais espécies-alvo: contra os mosquitos, para uma acção mais duradoura (4 meses) da coleira; contra os flebótomos, que são vectores da leishmaniose no sul da Europa, por exemplo.

# 65 ANOS BOEHRINGER INGELHEIM PORTUGAL

3 de novembro | 14:30 - 18:00

## AGENDA

14:30-14:45

### Opening

João Moleira | Sandra Marques  
Journalist | GM of Boehringer Ingelheim Portugal

14:45-15:15

### Quantum computing in drug discovery

Clemens Utschig-Utschig  
Head of IT Technology Strategy of Boehringer Ingelheim

15:15-15:30

### Coffee-Break

15:30-16:00

### AI in Precision Medicine and Treatment Personalization: How can AI help personalize treatment based on genetics and patient history?

Ricardo Baptista Leite  
CEO Health AI

16:00-16:10

### AI in HP clinical practice: a success story from BI Award

Bruno Castilho  
Medical AI

16:10-16:40

### AI in Animal Health: What can we expect for the future

Bruno Farinha  
Founder & CEO of Petable

16:40-16:50

### AI in AH clinical practice: what can be shared?

Guilherme Coelho  
CEO of MAVEN

16:50-17:55

### Round-Table: AI Challenges and Opportunities (Big data / data sources + regulation)

Arlindo Oliveira  
Professor at Instituto Superior Técnico

Manuel Tanger  
Co-founder & Head of Future Beta-I

Lénia Mestrinho  
Diretora Executiva @ Data Science Knowledge Center

Daniel Ferreira  
Cardiologista

17:55-18:00

### Closing

Vanessa Jacinto | João Moleira  
Head of Market Access & Public Affairs Boehringer Ingelheim Portugal | Journalist

65 anos

Ainda é o  
acreditar.

Life forward



Digitalize este QR code para assistir ao evento de celebração dos 65 anos da Boehringer Ingelheim Portugal.

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL



**LIDERAR COM PROPÓSITO,  
CUIDAR COM ALMA**

*Regina Freitas, Diretora Clínica da Medicser*

# REGINA FREITAS LIDERAR COM PROPÓSITO, CUIDAR COM ALMA

Da Madeira a Alenquer, da enfermagem à liderança de uma clínica, o percurso de Regina Freitas é uma história de recomeços guiados pela coragem e pelo propósito. Diretora Clínica da Medicser, transformou a sua vocação para cuidar numa missão empresarial que alia ciência, escuta e humanização. Com a determinação de quem nunca desistiu dos próprios sonhos, inspira a sua equipa e redefine a forma como a saúde pode ser vivida: com proximidade, afeto e visão integrada.

**O seu percurso é marcado pela coragem de recomeçar. Como é que essa determinação molda a forma como lidera a Medicser e inspira a sua equipa?**

Recomeçar nunca é fácil. Exige coragem, entrega e muitas vezes, abrir mão de certezas. Sobretudo quando isso implica largar tudo o que conhecemos, a estabilidade, o caminho traçado, a zona de conforto e arriscar numa nova história. Nasci e cresci na Madeira. Comecei a minha vida profissional como enfermeira. Mas, lá no fundo, havia um sonho antigo que me chamava e aos 24 anos, com tudo a dizer que talvez fosse tarde demais, decidi escutar esse sonho e mudar de vida. Voltei à estaca zero. Voltei a estudar. Voltei a acreditar. E foi nesse recomeço, cheio de medo, mas também de fé, que descobri que nunca é tarde quando existe propósito. Esse recomeço ensinou-me que não há tempo certo, há sim coragem certa, e que tudo é possível quando existe propósito.

Hoje, ao liderar a Medicser, é esse fogo que me guia. Não com discursos bonitos, mas com o exemplo de quem já caiu, já duvidou, já recomeçou e nunca desistiu. Porque eu sei, na pele, no coração, que é possível transformar. Que é possível renascer. Que é possível construir algo maior do que nós, se colocarmos amor e entrega em cada passo. Mostro à minha equipa que os sonhos não

têm prazo de validade. Que cuidar não é só técnica, é acreditar, é levantar todos os dias com vontade de fazer a diferença, uma nova oportunidade para fazer melhor.

E se há algo que quero deixar como legado, é isto: que a coragem de recomeçar pode mudar tudo. Acredito que o exemplo arrasta. E por isso, a determinação, a resiliência e a paixão movem-me e ajudam-me a inspirar a equipa a crescer, a arriscar, a cuidar com entrega. Que vale a pena lutar por aquilo que nos faz vibrar por dentro. Que quando há amor, tudo se transforma. A Medicser é isso, um projeto que nasceu de um sonho, cresceu com coragem, e vive todos os dias para inspirar e cuidar quem nos procura.

**O que a motivou a transformar a sua vocação em saúde num projeto empresarial próprio, e como equilibra a vertente clínica com a gestão estratégica da clínica?**

Desde muito cedo percebi que cuidar era mais do que uma profissão, era uma parte de mim. A minha formação em enfermagem deu-me as bases mais humanas



da arte de cuidar: a presença, a escuta, o toque, o olhar atento. Sempre senti que a minha forma de estar na saúde tinha de ser próxima, personalizada, com tempo.

Mais tarde, com a medicina, ganhei ferramentas para ir mais longe no diagnóstico e no tratamento, mas nunca deixei para trás aquilo que me move: o vínculo com o outro. E foi esse desejo de unir ciência e sensibilidade que me levou a criar a Medicser.

Queria um espaço onde a escuta fosse uma prioridade, onde as pessoas se sentissem vistas e não apressadas, onde o tempo tivesse outro valor. A Medicser nasceu assim, como um impulso de liberdade, um lugar onde pudesse exercer a medicina como acredito que deve ser: com qualidade clínica, mas também com verdade emocional.

Equilibrar a vertente clínica com a gestão estratégica é um dos maiores desafios que enfrento. O tempo dedicado a mim é raro na minha vida. É contado ao segundo. De dia, vivo a clínica com intensidade absoluta. Quando chego a casa, desligo da parte clínica, mas a gestão entra em modo ativo.

Curiosamente, muitas das melhores ideias não surgem no gabinete, mas na minha varanda, ao final do dia. É ali que, com um pouco de silêncio, consigo olhar para o projeto de forma mais estratégica e criativa. Claro que este equilíbrio só é possível graças ao apoio incondicional da minha família. A paciência deles, perante o meu ritmo e as constantes “fora de horas”, é uma ajuda enorme e um dos pilares que me permite manter o foco, mesmo nos dias mais exigentes.

No fundo, é esta alternância entre cuidar e gerir, aliada a uma rede de apoio sólida, que garante que a Medicser cresce sem perder a sua essência.

Hoje sinto que estou no lugar certo. Aqui consigo cuidar de forma holística, integrada e profundamente humana. Porque acredito que só assim faz sentido. Porque tenho amor pelo que faço. E porque respeito profundamente cada pessoa que cruza a porta da Medicser à procura de mais saúde, mais bem-estar e, muitas vezes, mais sentido.

**Chegou a Alenquer por uma escolha prática, mas criou ali um verdadeiro “porto seguro”. Que papel tem o território e a comunidade local no sucesso da Medicser?**

Na verdade, acho que foi Alenquer que me escolheu. Vim para cá numa fase inicial da minha carreira, por uma necessidade prática, como tantos médicos que começam longe de casa. Mas o que era para ser apenas uma etapa tornou-se um ponto de viragem.

Esta terra acolheu-me de uma forma tão calorosa, tão genuína, que rapidamente deixou de ser apenas o lugar onde trabalhava e passou a ser casa. As pessoas fizeram-me sentir como se sempre aqui tivesse pertencido.

E a Medicser nasce dessa relação, é um espaço de confiança, feito à medida das pessoas. É reflexo dessa confiança construída no dia a dia, desse vínculo que ultrapassa a medicina. Aqui, não cuidamos de estranhos. Cuidamos de vizinhos, de amigos, de famílias inteiras. Conhecemos as suas histórias, as suas rotinas, as suas necessidades reais, e isso faz toda a diferença, a ligação com tudo e todos é o que nos enraíza, dá sentido ao que fazemos e transforma cada dia num reencontro. Cuidamos com identidade local e coração aberto.

*Rimos juntos, choramos juntos. Estamos lá uns para os outros, nos bons e nos maus momentos. E, acima de tudo, cuidamos uns dos outros, para podermos cuidar melhor de quem nos procura*



**Fala da Medicser como uma Família. Que valores e práticas cultiva para manter a equipa coesa, motivada e alinhada com a missão da clínica?**

Na Medicser, ninguém é apenas um número ou uma função. Cada pessoa conta. Valorizo cada pessoa, cada gesto, cada detalhe. Sempre acreditei que para cuidar bem de alguém, temos de começar por cuidar bem uns dos outros. Por isso, criámos um ambiente onde há espaço para escutar, partilhar, crescer. Rimos juntos, choramos juntos. Estamos lá uns para os outros, nos bons e nos maus momentos. E, acima de tudo, cuidamos uns dos outros, para podermos cuidar melhor de quem nos procura. Acredito profundamente que uma equipa feliz e alinhada é a base de qualquer projeto que pretenda durar. Somos verdadeiramente uma família.

Lidero com presença. Não exijo nada que eu própria não esteja disposta a dar ou a fazer. Gosto de estar perto, de acompanhar de forma genuína. Trabalho com competência e com alma, e incentivo todos a fazerem o mesmo. Valorizo muito a entajuda, o respeito mútuo e o compromisso com o bem comum. Aqui ninguém caminha sozinho. Acredito na força da comunicação clara e constante, na importância de cada pessoa se sentir vista, ouvida e valorizada, não só como profissional, mas como ser humano. E

é isso que nos mantém unidos. Saber que fazemos parte de algo maior, de um propósito comum, é o que nos move todos os dias. Na Medicser, somos mesmo uma família. E é essa união que dá alma a tudo o que fazemos.

**O que considera ser o fator distintivo da Medicser, e de que forma essa diferença impacta a experiência dos utentes?**

O nosso diferencial está na proximidade. Cada pessoa é recebida como se fosse da casa. O cuidado começa muito antes do diagnóstico. Começa no olhar, na escuta sem pressa, no tempo que damos a quem já vem cansado de não ser ouvido. Aqui, ninguém entra e sai indiferente. Sabemos os nomes, lembramo-nos das histórias, conhecemos os medos. Cuidamos não só do corpo, mas também daquilo que não se vê e que tantas vezes pesa ainda mais: a ansiedade, a solidão, o cansaço. Trabalhamos com conhecimento, sim, mas é a dedicação, o tempo e a empatia que fazem realmente a diferença.

Cada consulta é única porque cada pessoa é única. E isso sente-se. O utente sente. O nosso compromisso não é com números, é com vidas. Com o bem-estar. Por isso, não tratamos apenas doenças. Cuidamos de pessoas, como gostaríamos que



cuidassem de nós. É isso que nos distingue: a humanização do cuidado, a escuta, a vontade genuína de ajudar.

**Considera que a sua diferença está “na escuta e no acolhimento”. Como é que essa abordagem humanizada influencia os resultados clínicos e o vínculo com os pacientes?**

Para mim, cuidar é muito mais do que tratar. É ser, estar e fazer, associado a presença, empatia e verdade. Só quando conseguimos reunir essas três dimensões é que estamos verdadeiramente a cuidar do outro como um todo.

As pessoas não procuram apenas diagnósticos. Procuram um lugar onde possam baixar a guarda e sentir que a sua dor é levada a sério. O que elas precisam, muitas vezes, é de cuidado, de serem ouvidas, respeitadas e compreendidas. A escuta ativa, a empatia, são terapêuticas. E isso não se ensina só nos livros, vem da forma como escolhemos estar com o outro. É este vínculo que nos distingue e que transforma o cuidado em algo memorável.

Quando nos sentimos escutados com atenção, respeitados sem julgamento e acompanhados com presença, tudo muda. A confiança cresce, a adesão ao tratamento melhora, e os resultados clínicos aparecem naturalmente.

*A quem quer começar, digo: não tenham medo de sonhar grande, mesmo que venham de pequeno. O mundo pode tentar convencer-vos a ser menos, a querer menos, a caber em moldes apertados. Mas não aceitem. Sejam fiéis à vossa essência. Não se percam para agradar. O mundo não precisa de cópias perfeitas, mas sim de mulheres reais, determinadas, com garra e sensibilidade*



Porque a pessoa sente-se parte ativa do processo, sente-se segura. Às vezes, o que cura não é só o medicamento, é a forma como se é tratado. Na Medicser, é isso que procuramos: não apenas resolver problemas de saúde, mas cuidar verdadeiramente de quem nos procura. Porque o vínculo cura. E a escuta, quando feita com alma, é o primeiro passo para essa cura acontecer.

**A Medicser tem vindo a crescer. Como garante que esse crescimento não compromete a proximidade, a personalização e os valores que estão na origem do projeto?**

A Medicser nunca nasceu para ser apenas um espaço de consultas. Nasceu com a missão de cuidar de pessoas. E isso é algo que preservamos em cada etapa deste crescimento.

Desde o início, temos crescido a partir da escuta. Escutamos aquilo que os nossos utentes nos dizem e também o que não dizem, mas sentem. É por isso que o nosso crescimento não é aleatório, mas sim orientado por um propósito.

Não queremos ser os maiores, queremos ser os mais próximos. Crescer, sim, mas com critério, com consciência, com responsabilidade. Cada passo é estruturado com organização, com foco na qualidade e sempre com a essência de ser uma casa que cuida, onde cada pessoa se sente verdadeiramente acolhida.

Um exemplo muito claro dessa evolução é a Consulta Multidisciplinar de Obesidade. Vivemos tempos em que muitas pessoas carregam um enorme cansaço físico e emocional, sentem-se cansadas do próprio corpo, da relação com a comida, da perda de autoestima, da frustração constante. E tratar isso exige muito mais do que uma abordagem isolada. Exige equipa. Exige visão integrada. Foi com esse espírito, e em parceria com o Edgar Gomes, um profissional vindo da área do desporto, com quem partilho não só conhecimentos técnicos, mas também uma visão profundamente humana do cuidado, que criámos uma abordagem integrada: avaliação médica, plano alimentar, treino personalizado, suplementação e acompanhamento próximo, contínuo. Porque sabemos que mudar o corpo é também mudar hábitos, crenças, emoções. E ninguém deve fazê-lo sozinho.

Da mesma forma, a minha aposta na Medicina Estética, atualmente aprofundada através do mestrado que estou a finalizar em Madrid, vem exatamente do mesmo lugar: cuidar do bem-estar de forma completa. A estética, para mim, não é vaidade, é ferramenta de reconstrução. É saúde emocional. É identidade.

A forma como nos vemos ao espelho impacta profundamente a forma como nos apresentamos ao mundo. E há mulheres e homens que se apagam ao longo do tempo. Ajudá-los a reencontrarem-se, com confiança e dignidade, é também cuidar, ajudar cada pessoa a viver com mais leveza e mais bem-estar.

Esta evolução natural da Medicser está a preparar o terreno para uma nova fase. Um projeto que, em breve, irá traduzir num conceito estruturado na nossa experiência clínica e visão integrada de cuidado através da criação de uma marca própria para elevar o padrão de resultados e oferecer uma experiência mais diferenciada, científica e personalizada. Brevemente irá nascer algo que vai marcar a forma como olhamos para a saúde, o bem-estar e a estética.

Por isso, o crescimento da Medicser nunca será apenas numérico. O que nos move não é o número de consultas, é a profundidade do impacto. Continuamos a chamar pelo nome, a ajustar horários, a lembrar a história de cada utente. Porque mais do que tratar, continuamos a querer cuidar com ciência, com humanidade e com beleza. A Medicser é, e continuará a ser, uma casa, uma família que cuida da sua.



Regina Freitas com os pais

**Enquanto mulher na liderança de um projeto clínico e no exercício da medicina, sentiu, em algum momento, a necessidade de se afirmar mais para conquistar credibilidade? Que desafios enfrentou – ou que oportunidades identificou – por ser mulher num setor ainda marcado por assimetrias?**

Senti, muitas vezes. Mas não apenas por ser mulher. Senti por vir de uma família humilde. A vida nunca me deu nada de mão beijada. Tive de construir o meu caminho com trabalho, com sacrifício, com noites mal dormidas e dias que começavam antes do nascer do sol. Tive de construir tudo com esforço, com trabalho duro, com sacrifícios que poucos viram.

Os meus pais deram-me tudo o que podiam: valores, força e amor. Não me deram luxos, deram-me dignidade. A minha mãe é a mulher mais resiliente que conheço. Nunca baixou os braços, mesmo quando a vida lhe tirava o chão. Foi ela que me mostrou como se resiste com dignidade, mesmo nos momentos mais duros. E o meu pai, o meu pai era o meu refúgio. Aquele que, sem precisar de muitas palavras, estava sempre lá. Sou a menina do papá. E esse amor incondicional, mesmo em tempos difíceis, deu-me coragem para sonhar. Para acreditar que eu podia chegar onde ninguém esperava que eu chegasse.

Tive de ouvir muita coisa ao longo do caminho. Houve quem me olhasse de cima, quem não levasse a sério os meus sonhos, quem tentasse convencer-me a ser “mais realista”. Mas nunca deixei que as dúvidas dos outros se tornassem verdades para mim. Temos de ser a nossa própria força. A nossa própria arma. Sempre fui muito exigente comigo. Perfeccionista, focada, impaciente com a mediocridade. O meu maior desafio fui eu. Nunca precisei gritar para ser ouvida. A minha presença fala. A minha entrega fala por mim. E hoje, olho para tudo o que construí e para tudo o que ainda quero construir

com orgulho, mas também com consciência de que o caminho é duro. Ser mulher, liderar, empreender, cuidar, tudo ao mesmo tempo, não é fácil. Mas é possível. É uma luta constante. Mas é possível. É real. E é minha.

Quero ser ponte para outras mulheres que vêm de famílias humildes, que carregam sonhos maiores do que o lugar onde nasceram. Quero dizer-lhes: não desistam. Mesmo que duvidem de vocês. Mesmo que o mundo vos diga que não é para vocês. Sonhar alto não é arrogância, é resistência. Nada me foi dado. Mas tudo o que conquistei foi com verdade. Com esforço. Ser mulher é ter uma força discreta que não se vê à primeira vista, mas que nunca falha. E é essa força que me trouxe até aqui. Tudo pode ser conquistado.

Ser mulher é também ter uma sensibilidade única, uma escuta mais fina, uma força que não grita, mas que persiste.

**Que mensagem deixaria a outras mulheres que ambicionam criar o seu próprio caminho na área da saúde? Que conselho genuíno partilharia, à luz da sua experiência?**

Eu sou uma sonhadora. Sempre fui. Já a minha mãe dizia: “Sonha de noite, para fazer de dia”. E é isso que tenho feito toda a vida. Porque só assim, sonhando com coragem e fazendo com determinação, é que conseguimos garantir o nosso caminho.

A quem quer começar, digo: não tenham medo de sonhar grande, mesmo que venham de pequeno. O mundo pode tentar convencer-vos a ser menos, a querer menos, a caber em moldes apertados. Mas não aceitem. Sejam fiéis à vossa essência. Não se percam para agradar. O mundo não precisa de cópias perfeitas, mas sim de mulheres reais, determinadas, com garra e sensibilidade.

O caminho não vai ser fácil. Mas não é para ser. Mas é vosso. E só vocês podem traçá-lo. Vai doer. Vai haver silêncios duros, portas fechadas, dias em que vão pensar em desistir. Mas também vão existir vitórias que aquecem o coração, pessoas que chegam na hora certa, momentos em que percebem: “Estou a construir algo com as minhas próprias mãos”. Rodeiem-se de quem soma, não de quem vos drena. Aceitem ajuda quando for preciso. Aprendam com os erros. Celebrem as pequenas vitórias. Honrem a vossa história.

E se um dia a voz do medo vos falar mais alto, lembrem-se disto: quem sonha com verdade e faz com alma, constrói. Inspira. Abre caminhos. Mesmo quando começamos com quase nada.

Resiliência, determinação e persistência: é esse o caminho.

E tudo o que nos magoa, não nos derruba. Ensina-nos. Prepara-nos. Torna-nos ainda mais fortes. É isso que vos vai levar onde quiserem chegar. Nada é garantido, mas tudo é possível.



937 391 351 (chamada para móvel nacional)

**Avenida Bombeiros Voluntários nº65,  
R/C Frente - Alenquer**

# FORÇA, INOVAÇÃO E IGUALDADE

Andreia Ferreira, Diretora de Exploração da AGERE, lidera com determinação num setor ainda maioritariamente masculino, unindo inovação, sustentabilidade e igualdade de género para transformar desafios em conquistas e inspirar pelo exemplo.



Andreia Ferreira, Diretora de Exploração

**Que desafios mais marcaram o seu percurso até assumir funções de liderança na AGERE, e que aprendizagens retira dessas experiências?**

Quando iniciei o meu percurso na AGERE, desde logo enfrentei o desafio de gerir uma equipa predominantemente masculina. Tive de superar as barreiras iniciais de ser uma mulher, jovem, a liderar profissionais que ainda viam a liderança feminina como uma utopia. As mulheres têm assumido um papel cada vez mais relevante nas organizações, no entanto, ainda existem muitas barreiras a ser superadas.

Mantive-me firme nos meus valores e convicções, muitas vezes exercendo uma liderança com pulso de ferro. Em 2022, assumir uma nova área, trouxe o desafio adicional de combinar duas equipas e de as conseguir unir, pelos mesmos objetivos.

Enfrentei dificuldades significativas, trabalhando incansavelmente com dedicação e empenho para demonstrar que a liderança vai além do género. Houve dias em que esmoreci, contudo, sempre acreditei firmemente que o sucesso surgiria do esforço árduo, da dedicação e da compreensão mútua.

**Como tem conciliado o papel de líder numa empresa pública com a constante necessidade de inovação e sustentabilidade num setor tão crítico como o da gestão de águas e resíduos?**

Gerir a rede de abastecimento de água e de saneamento, numa cidade vibrante e em constante crescimento como é Braga é um desafio contínuo.

Estes desafios exigem medidas como a modernização da infraestrutura, a promoção da eficiência no uso da água, a sensibilização para a importância da sua conservação e a cooperação para a gestão partilhada de recursos. Com uma adesão ao serviço que ronda os 96%, o nosso principal desafio é garantir a operação e manutenção infraestrutural, mantendo o foco na reabilitação de ativos e na digitalização dos processos.

**Num setor ainda maioritariamente masculino, o que considera essencial para promover uma liderança mais inclusiva e inspirar outras mulheres a seguirem cargos de direção?**

A comunicação eficaz e a empatia foram poderosas ferramentas para conquistar até os mais céticos. Destacaria a importância das ligações que criei com a equipa, a criação de um ambiente de trabalho onde todos se sentem valorizados e apoiados, e sei que foi isto que me levou ao sucesso e ao lugar de topo onde também eu me sinto valorizada e respeitada por todos.

As mulheres, pela sua força, coragem, capacidade de resolver problemas, resiliência e adaptabilidade a diferentes contextos, conseguem alcançar tudo aquilo a que se propuserem e, por isso, devem lutar sempre pelo seu lugar e inspirar através do exemplo. Hoje sei que, quando a minha filha entender o caminho que percorri, sentirá orgulho e verá em mim o exemplo que a inspira.

**De que forma a AGERE pretende continuar a reforçar o impacto positivo da empresa na cidade de Braga e na qualidade de vida dos seus cidadãos?**

Em Portugal as mulheres ainda ganham, em média menos 13,2% do que os homens. No entanto, a AGERE foi distinguida pela Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego – CITE, pelas suas boas práticas na promoção da igualdade Remuneratória entre Mulheres e Homens por trabalho igual ou de igual valor, com o “Selo de Igualdade Salarial” 2024.

Este reconhecimento reflete o compromisso contínuo com a igualdade de género e a eliminação das disparidades salariais entre mulheres e homens. O reconhecimento como Melhor Empresa Municipal do País é o reflexo de um percurso sólido, sustentado na inovação, na responsabilidade e na excelência.

A AGERE assume, todos os dias, o compromisso de servir Braga com qualidade e visão de futuro.



agerere@agerere.pt • www.agerere.pt



# ESPAÇOS QUE REFLETEM IDENTIDADES

Joana Fernandes Leal, Fundadora e CEO da Menta Design, tem-se destacado no universo do *design* de interiores pela criação de espaços autênticos, funcionais e profundamente alinhados com a identidade de cada cliente.



Joana Fernandes Leal, Fundadora e CEO

**A Menta Design tem vindo a destacar-se pela abordagem diferenciadora no *design* de interiores. O que a motivou a criar este projeto e que valores mais procura imprimir em cada trabalho que desenvolve?**

O que mais me motivou a criar este projeto foi a vontade de criar espaços confortáveis, ergonómicos e belos onde as pessoas se sintam verdadeiramente bem e que reflitam a identidade de quem os habita. O *design* de interiores vai muito além da estética, tem a capacidade de influenciar a nossa qualidade de vida e bem-estar. Na minha perspetiva, um projeto bem conseguido passa pela criação de uma proposta ajustada às necessidades do cliente, à sua história e às suas rotinas. Os valores que mais prezo são a autenticidade, originalidade e a empatia pelo projeto e cliente.

**Ser mulher, empreendedora e líder num setor exigente como o da arquitetura e *design* de interiores exige resiliência. Que principais desafios enfrentou ao longo do percurso e como os ultrapassou?**

Diria que os dois principais desafios no início são: a gestão da equipa e o reconhecimento. Para a realização de um projeto de *design* de interiores é necessária uma equipa coesa e alinhada com os valores da empresa. A gestão dos intervenientes do projeto, dos prazos que por vezes derrapam e da expectativa do cliente é o mais difícil. O mais importante, e que me ajuda numa gestão eficiente, é a transparência e a comunicação entre todos.

Ser reconhecido e ganhar espaço no mercado, que é competitivo, também é um desafio quando se cria um negócio. A persistência e a vontade de criar algo único, é a alavanca perfeita para não desistirmos. Investi em formação, dei vários *workshops*, aceitei trabalhos mais pequenos e fui conseguindo ganhar esse espaço no mercado.

**A conciliação entre vida pessoal e profissional continua a ser um tema central para muitas mulheres líderes. Como tem gerido esse equilíbrio e que conselhos deixaria a outras profissionais que ambicionam liderar os seus próprios projetos?**

A gestão da vida profissional e pessoal é o meu maior desafio. Esse equilíbrio não é fácil, especialmente sendo mãe de dois filhos pequenos. Nos momentos de mais trabalho, com prazos apertados e muitos pendentes o que me ajuda a manter o escritório funcional é a priorização das tarefas. Crio uma ordem de trabalhos por prioridade. Com o passar dos anos aprendi a ser mais eficiente nas tarefas que executo. O conselho que dou aos meus alunos é que comecem, mesmo que não esteja perfeito. Tendo o básico definido e estruturado é o suficiente para começar.

**O setor vive em constante reinvenção. Quais são hoje as tendências mais relevantes no *design* de interiores e de que forma a Menta Design pretende continuar a inovar e inspirar neste contexto?**

Continuarei a inovar mantendo a essência da marca – os projetos desenhados para cada cliente alinhados com o intenção do espaço. Estar atenta às novidades do mercado, que está em constante evolução, em termos de materiais e soluções. Vou continuar a formar pessoas, sendo agora uma empresa de formação certificada pela DGERT o compromisso é ainda maior. A inspiração vem, não só, através do que faço mas também do que ensino. Quero que a Menta Design continue a ser uma referência no *design* de interiores em Portugal, não só pelo reconhecimento mas pela autenticidade e pelo impacto real que deixa na vida de cada cliente e aluno.

menta design

mentadesigninteriores@gmail.com  
www.mentadesigninteriores.com





Sandra Daza, CEO do Grupo Gesvalt

## SANDRA DAZA E A REINVENÇÃO DA GESVALT

À frente de uma transformação estratégica e cultural na Gesvalt, Sandra Daza consolidou-se como uma das vozes mais influentes da consultoria de ativos na Europa. Em entrevista exclusiva, a CEO do grupo espanhol reflete sobre os desafios de liderar em um setor historicamente masculino, celebra conquistas que redefiniram o posicionamento da empresa e partilha uma visão de futuro marcada por inovação, diversidade e liderança autêntica.

**Com uma carreira marcada pela sua promoção dentro da Gesvalt para o cargo de CEO, quais foram os maiores desafios e conquistas que definiram a sua trajetória como mulher em cargos de liderança?**

Entre os marcos mais relevantes, destaco ter feito parte da transformação da Gesvalt, passando de uma empresa de avaliações para uma empresa de consultoria, consolidando um modelo de negócios mais completo e centrado no cliente. Também superámos etapas difíceis, como a crise económica, que nos levou a reforçar a nossa proposta de valor.

**A Gesvalt destacou-se por ser uma referência em consultoria e avaliação de ativos. Que estratégias considera fundamentais para manter a empresa na vanguarda de um setor tão competitivo e em constante evolução?**

Na Gesvalt oferecemos serviços personalizados adaptados a cada setor, contexto e tipo de ativo. Esta proximidade e flexibilidade

são fundamentais para gerar confiança e acrescentar um valor real, sustentadas por uma visão global que integra todas as nossas áreas de negócio e potencializa as sinergias entre os diferentes países nos quais atuamos. Nesta base, impulsionamos a inovação como motor de crescimento e adaptação, respondendo às mudanças do mercado, mantendo a excelência e antecipando-nos às novas exigências do setor.

**O setor imobiliário e financeiro tem sido tradicionalmente dominado por homens. Como avalia a evolução da presença feminina neste ambiente e que impacto acredita ter a liderança feminina nestes setores?**

Considero que houve muito progresso nos últimos anos, embora ainda haja um caminho a percorrer. Cada vez mais mulheres assumem cargos de responsabilidade e contribuem com as suas qualidades essenciais para um ambiente que exige adaptação e inovação. Acredito firmemente que a diversidade não é apenas uma questão de equidade, mas também de competitividade, já que as empresas que incorporam o talento feminino estão mais preparadas para enfrentar desafios e gerar valor sustentável.

**Que conselho daria a outras mulheres que aspiram a cargos de liderança ou a empreender em áreas tecnicamente exigentes, como a consultoria estratégica ou avaliação de ativos?**

Recomendaria que confiem na sua preparação e no valor que podem oferecer, sem se deixarem limitar por estereótipos. Também é fundamental que se cerquem de boas referências, construam redes de apoio, sejam perseverantes e mantenham sempre a curiosidade e a capacidade de adaptação. Além disso, recomendo que liderem a partir da autenticidade, pois a força da liderança vem justamente da diversidade de estilos e perspetivas.





Eduarda Figueiras, Psicóloga e Fundadora



## O SONHO DE EDUARDA FIGUEIRAS

Determinada desde cedo a compreender o ser humano e a ajudar quem a procurava, Eduarda Figueiras é, hoje, Psicóloga e Fundadora de um consultório em Braga. Entre conquistas e obstáculos, defende a prevenção em saúde mental como prioridade e aposta em iniciativas que ajudam a quebrar o estigma ainda presente em Portugal.

**O que a motivou, desde tão cedo, a querer ajudar pessoas, e de que forma essa motivação se transformou na decisão de fundar o próprio consultório em Braga? Que decisões ou aprendizagens foram realmente transformadoras no caminho até se afirmar como Psicóloga?**

Desde cedo que gostava de ouvir as pessoas a desabafarem sobre o que as afligia. Diziam que era “boa ouvinte”. Além disso, tinha uma enorme paixão por conhecer o cérebro e o comportamento humano! Dessa forma ingressei no curso de Psicologia, na Universidade do Minho, fiz o estágio curricular (Hospital de Braga – Serviço de Psiquiatria) e o Ano Profissional Júnior em contexto de clínica privada. Passados poucos meses, abri o meu consultório em Braga. Um sonho que tinha desde o momento em que entrei para o curso. Não foi tudo um mar de rosas, tive de aprender a ser paciente pois tanto para encontrar espaço como para resolver burocracias levou algum tempo. Fora todos os imprevistos que aconteceram e que estavam fora do meu controlo. No fim tudo valeu a pena. Ficou um consultório muito acolhedor onde os/as clientes entram e dizem “já me sinto melhor”.

**Enquanto Psicóloga, como encara o papel da prevenção em saúde mental?**

Para mim a prevenção da saúde mental é um pilar fundamental para mantermos o nosso bem-estar geral e uma maior qualidade de vida. Nunca nos podemos esquecer de que a saúde mental é tão importante como a saúde física, e sem ela não há saúde. A intervenção precoce e a promoção de competências emocionais desde a infância não só reduzem o risco de mais tarde virem a desenvolver perturbações como ansiedade e depressão, como fortalecer a resiliência em situações mais adversas. E deixo esta recomendação não vão ao psicólogo apenas quando os sintomas aparecem e interferem no funcionamento diário. Aprendam a ouvir os sinais que o corpo nos dá. Se está numa fase

mais vulnerável procure ajuda especializada. Pedir ajuda não é um ato de fraqueza, mas sim um ato de coragem!

**De que forma o grupo terapêutico “Regresso a Mim!” e as palestras que realiza contribuem para o combate ao estigma em torno da saúde mental, um tema que ainda considera delicado em Portugal?**

Em Portugal, existe uma maior consciencialização da importância da Psicologia, contudo o estigma em torno da saúde mental continua a ser uma realidade, permitindo assim que pessoas com perturbações de ansiedade e de humor evitem procurar ajuda e sofram em silêncio. Assim, tanto o grupo “Regresso a Mim” como as palestras permitem: normalizar conversas sobre saúde mental; permite a partilhar experiências reais; promove um espaço de escuta ativa em que há a desmistificação de ideias erradas como o caso de “quem procurar ajuda psicológica é fraco”; sensibilizar as pessoas para os temas da saúde mental, promovendo a literacia em saúde mental; reforçar ainda a vulnerabilidade como força que é algo muito importante.

**A Eduarda é um exemplo inspirador. Que conselho ou mensagem gostaria de deixar para as mulheres que também sonham em empreender?**

Nunca desistam dos vossos sonhos! Vocês são capazes. Valorizem as pequenas, grandes vitórias sempre! Não se foquem apenas no resultado. Não deixem de acreditar no vosso potencial.



eduardafigueiraspsi@gmail.com

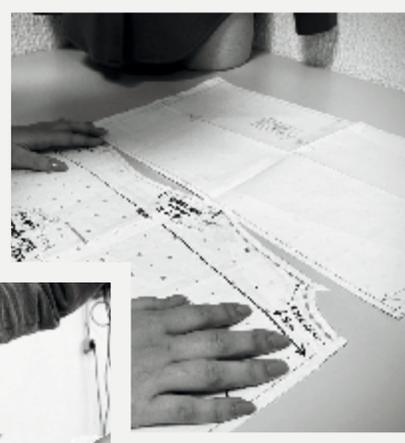
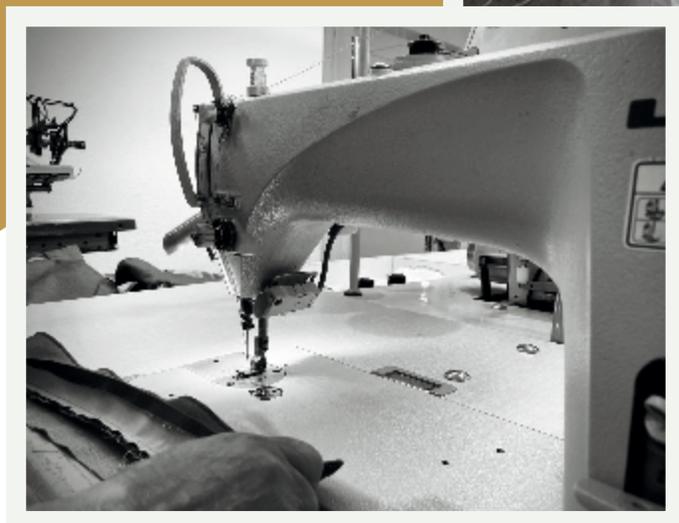
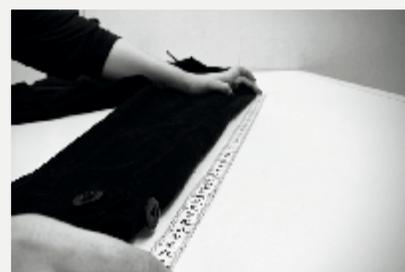




255 776 495 (chamada para rede fixa nacional) [ [geral@be-simple.pt](mailto:geral@be-simple.pt) ]

**BE SIMPLE**

+ de **20 anos** de experiência  
na confeção de **vestuário**



DA IDEIA AO PRODUTO FINAL  
Design | Modelação | Corte | Confeção

[www.be-simple.pt](http://www.be-simple.pt)

# BE SIMPLE CONFECÇÕES A EXCELÊNCIA TÊXTIL

Com mais de uma década de experiência no setor da confeção e moda, a Be Simple Confeções afirma-se como uma empresa de referência em Portugal, onde a tradição, a tecnologia e a responsabilidade ambiental se encontram num equilíbrio raro e inspirador. Sob a liderança de Sílvia Leal, a empresa tem vindo a transformar os seus processos, de forma contínua, colocando o ser humano no centro da inovação e a sustentabilidade como alicerce de todas as decisões.

## Cultura de valores fortes

Na Be Simple Confeções, a cultura organizacional vai muito além do discurso. Manifesta-se de forma concreta em cada decisão, processo e relação profissional. A empresa cresceu sobre uma base sólida de valores como a integridade, honestidade, dedicação ao cliente, abertura à colaboração e compromisso com a melhoria contínua.

Esta forma de estar no mercado permitiu à Be Simple construir relações duradouras com clientes, parceiros e colaboradores, e conquistar o reconhecimento de várias entidades externas. Distinções como PME Líder, Empresa Caixa Top e Prémio Inovação e Tecnologia 2022, que refletem a consistência e o impacto do trabalho desenvolvido.

## A digitalização como motor de mudança

Num setor altamente competitivo e exigente, a Be Simple apostou forte na transformação digital, com um plano robusto de modernização

que atravessa todas as áreas da empresa. A implementação de portais colaborativos desenvolvidos à medida para clientes e fornecedores veio melhorar significativamente a comunicação e o desempenho da cadeia de produção.

A digitalização da produção inclui *tablets* individuais para cada costureira, permitindo o registo em tempo real da produção, bem como o acesso direto a informações como o *dossier* técnico de cada peça. Outro avanço significativo está no controlo do *stock* em tempo real, o que evita desperdícios e permite uma gestão mais eficiente dos recursos.

*A nossa missão é continuar a evoluir com consistência. Não temos medo de inovar, de nos desafiar ou de melhorar. Acreditamos que é possível fazer bem e fazer melhor sempre com respeito pelos recursos e pelas pessoas*



Sílvia Leal, CEO

## Sustentabilidade como compromisso transversal

Na Be Simple Confeções, a sustentabilidade não é uma tendência ou uma exigência de mercado é um pilar estrutural da missão da empresa. Foi com esse espírito que nasceu um projeto interno de transformação sustentável, pensado para abranger todas as áreas de atuação: desde os escritórios à produção, passando pela logística, embalagem e relação com fornecedores.

Este plano de ação assenta nos princípios fundamentais da economia circular, orientando-se por três grandes eixos: reduzir, reutilizar e reciclar. Reduzir o desperdício e o consumo de recursos, reutilizar sempre que possível embalagens e materiais, e reciclar de forma eficiente todos os resíduos são metas claras e aplicadas no quotidiano da empresa.



Entre as medidas práticas já implementadas destaca-se a reutilização sistemática de paletes, caixas e sacos plásticos no armazém, contribuindo para a redução de materiais descartáveis. A empresa opta por sacos do lixo biodegradáveis, embalagens em cartão com certificação FSC/PEFC e plásticos livres de PVC, reforçando o compromisso com soluções ambientalmente responsáveis.

A escolha de matérias-primas e fornecedores sustentáveis também é uma prioridade. A Be Simple colabora exclusivamente com parceiros certificados como GOTS, BCI, GRS e European Flax assegurando que os tecidos usados são reciclados, orgânicos, naturais ou biodegradáveis.

### **Design e criatividade ao serviço da moda global**

O departamento de *design* de moda da Be Simple é um verdadeiro centro criativo, onde se conjuga estudo de tendências, inovação técnica e sensibilidade estética. Este serviço está orientado para responder às necessidades específicas de cada cliente, desenvolvendo coleções de raiz ou adaptando projetos existentes com um elevado nível de personalização. Além disso, a empresa acompanha de perto a evolução do mercado e utiliza ferramentas

modernas de estilismo, garantindo que cada peça alia exclusividade, funcionalidade e viabilidade técnica.

### **Precisão, tecnologia e qualidade: do corte à confeção**

Na fase de modelação, a Be Simple utiliza o sistema Inventex, líder em soluções tecnológicas para a moda, garantindo moldes otimizados e planos de corte rigorosos.

A tecnologia de corte a laser é outro dos trunfos da empresa, oferecendo um corte limpo, preciso e sem desgaste, ideal para vestuário técnico ou coleções com padrões rigorosos. O corte é feito sem contacto físico, aumentando a durabilidade dos materiais e evitando distorções. No final do processo, o acabamento é submetido a uma rigorosa verificação de qualidade, onde se avaliam medidas, costuras, acessórios e detalhes técnicos.

### **Embalamento e transporte com atenção personalizada**

Cada cliente é único e a Be Simple leva isso a sério. O embalamento das peças é feito de acordo com as especificações de cada marca, respeitando requisitos de apresentação, logística e prazos. O tipo de transporte e a data de entrega são sempre definidos em articulação com o cliente, garantindo fiabilidade e flexibilidade.

### **Uma empresa com propósito, pronta para o futuro**

A Be Simple Confeccções é muito mais do que uma unidade produtiva de vestuário é uma empresa com propósito claro e bem definido. Com um posicionamento consciente, assume o compromisso de contribuir ativamente para uma indústria têxtil mais justa, eficiente e sustentável.

A sua atuação assenta em pilares como o bem-estar das pessoas, a valorização do conhecimento e das competências técnicas, a integração inteligente da tecnologia e a criação de valor partilhado com todos os intervenientes, desde clientes e fornecedores até às equipas internas.

Com uma visão de longo prazo, a Be Simple aposta numa evolução constante e numa postura aberta à inovação, ao desafio e à melhoria contínua. Como sublinha Sílvia Leal, “a nossa missão é continuar a evoluir com consistência. Não temos medo de inovar, de nos desafiar ou de melhorar. Acreditamos que é possível fazer bem e fazer melhor sempre com respeito pelos recursos e pelas pessoas”.

Com processos sólidos, uma equipa altamente comprometida e uma estratégia bem definida, a Be Simple está preparada para continuar a liderar e a inspirar o setor com simplicidade, responsabilidade e inovação.

A Be Simple Confeccções representa, assim, um exemplo notável de como a tradição pode caminhar lado a lado com a inovação, sempre pautada por valores sólidos e um compromisso genuíno com a sustentabilidade. Sob a liderança visionária de Sílvia Leal, que coloca o ser humano no centro da estratégia e promove a integração inteligente da tecnologia, a empresa não se diferencia apenas no mercado, mas também contribui para a construção de um futuro mais responsável e competitivo para a indústria da moda em Portugal e além-fronteiras.

# UMA LIDERANÇA COM LEVEZA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA



Vilmária Santos - Foto Créditos: Duda Vasconcelos



Márcia Rego - Foto Créditos: Vilmária Santos

Idealizado por Vilmária Santos, à frente da agência de *marketing* e comunicação Íris, e por Márcia Rego, fundadora do Centro de Desenvolvimento Humano Semplexus; o Giraflow Mastermind é uma imersão que une desenvolvimento pessoal e *marketing*, oferecendo aos participantes ferramentas práticas para crescerem como líderes e projetarem as suas marcas.

## Uma fusão rara no mercado

No mercado, é comum encontrar eventos de comunicação ou de desenvolvimento pessoal, mas quase nunca das duas juntas áreas combinadas. Foi dessa lacuna que nasceu o Giraflow Mastermind.

A ideia surgiu a partir da identificação dos padrões comportamentais e das dores reais de clientes das duas profissionais. Márcia e Vilmária conheceram-se em ambiente corporativo, quando perceberam rapidamente que havia uma ligação natural entre as duas áreas. Com o tempo, as duas constataram que os desafios dos seus clientes se cruzavam: enquanto uns precisavam de trabalhar o autoconhecimento antes de se comunicar, outros tinham competências e mensagens definidas, mas sem clareza estratégica.

## Um produto nascido da prática

Um evento criado a partir de casos reais e não de teorias, esta imersão propõe-se a desbloquear o potencial dos participantes tanto no plano pessoal como no posicionamento no mercado.

Para Márcia, o maior obstáculo continua a ser a percepção de que o crescimento profissional começa dentro de cada um. “Ainda não há aquele discernimento de que as pessoas só vão conseguir evoluir a nível profissional se estiverem muito bem resolvidas com o seu autoconhecimento”, sublinha.

## Quebrar padrões e recuperar a confiança

No dia a dia, Vilmária percebe que muitos clientes, sobretudo

as mulheres enfrentam uma dificuldade profunda em reconhecer o próprio valor. “É quase como se sentissem que estão a enganar a si mesmas quando dizem que são realmente boas no que fazem”, revela, apontando que essa insegurança é muito menos comum nos homens.

Márcia destaca que essa barreira tem raízes culturais: “As mulheres de hoje tiveram que lutar tanto por direitos básicos que acabam por sentir que não podem parar para se dedicar a um crescimento interior e positivo. Parece que têm sempre de estar em movimento, a fazer algo, sem espaço para parar”.

## 2ª Edição Giraflow Mastermind

Depois da primeira edição, o Giraflow Mastermind regressou nos dias 19 e 20 de setembro, no Hotel INNSiDE, em Braga. Foram dois dias de imersão, combinando sessões de desenvolvimento pessoal, gestão financeira e estratégias de *marketing* aplicadas à realidade do público-alvo. “O Giraflow não é um fogo de palha, nem um evento de palestras. É uma resposta a uma necessidade real que identificamos todos os dias através dos nossos clientes”, reforça Vilmária.

## Liderar com leveza e agir sem esperar

Conciliar este projeto com a gestão das suas próprias empresas não é tarefa fácil, mas ambas enfrentam os desafios com leveza. “Temos obstáculos todos os dias, como qualquer empresário, mas conseguimos encará-los com leveza”, afirma Márcia. Ambas deixam mensagens que capturam a essência do evento: para Márcia, “é possível liderar com leveza”. Já Vilmária incentiva: “Não espere pelo momento ideal. Faça agora, com o que tem à mão. O resto vai-se construindo no caminho”.



# ESTRATÉGIA E CRIATIVIDADE DE MÃOS DADAS

À frente da The Digital Atelier, Leonor Ferrão tem desafiado o mercado digital da moda, arte e *lifestyle* com uma abordagem que une estratégia, criatividade e humanização. Numa indústria altamente competitiva, a jovem empreendedora transformou resiliência em reconhecimento, conquistando marcas nacionais e internacionais e redefinindo a forma como as marcas se conectam emocionalmente com as suas comunidades *online*.



Leonor Ferrão, Founder of The Digital Atelier

**Como uma jovem mulher à frente de um negócio próprio num setor tão competitivo, quais foram os principais desafios e conquistas que marcaram o seu percurso?**

O maior obstáculo, sem dúvida, foi encontrar uma forma de me diferenciar das muitas agências e *social media managers* que surgem constantemente, sobretudo num mercado ainda emergente, mas extremamente concorrido. Foi um processo que exigiu muita resiliência. Levar tempo a conquistar o segmento de clientes certo e ser reconhecida pelo meu trabalho fez parte desse caminho. Do lado das conquistas, tem sido muito gratificante, e até inesperado! Trabalhar com marcas e nomes de grande peso

no mercado, como o MACAM, a Pura Cal, foi sem dúvida uma validação do esforço investido, mas alcançar também uma marca internacional marcou um ponto de viragem, porque me mostrou que o meu trabalho tem impacto e relevância para além das fronteiras nacionais.

**A The Digital Atelier tem uma abordagem mais humanizada e personalizada para as marcas, combinando estratégia e criatividade. Se pudesse descrever a identidade da The Digital Atelier que palavras escolheria?**

Gosto de imaginar a identidade do Digital Atelier como algo verdadeiramente exclusivo, que se distingue pela atenção constante às novidades do setor e pela proximidade que criamos com as marcas com quem trabalhamos. Para mim, este projeto representa liberdade criativa: a possibilidade de escolher os clientes e as marcas que fazem sentido para os nossos valores e que nos inspiram a dar sempre o melhor. É também um espaço onde posso explorar ideias sem limites, dar asas à criatividade e transformar conceitos em resultados concretos.

**Com a crescente importância do *branding* emocional, de que forma trabalham para criar uma ligação genuína entre as marcas e as suas comunidades *online*?**

É muito importante adaptarmo-nos à realidade do consumidor de hoje – este procura sentir que faz parte de uma comunidade ou de um estilo de vida associado a esse produto. Por isso, queremos trabalhar o *branding* emocional de forma a ir além do apelo visual ou funcional: criar experiências digitais que fazem o consumidor sentir, participar e identificar-se com a marca. O objetivo é construir uma ligação genuína, onde a marca deixa de ser apenas uma escolha de compra e passa a ser um espaço de pertença, proximidade e partilha de valores.

**Olhando para os próximos cinco anos, como imagina o futuro da The Digital Atelier e que papel espera que o projeto desempenhe no panorama digital da moda, arte e *lifestyle*?**

Olhando para os próximos cinco anos, imagino a The Digital Atelier como uma referência no cruzamento entre moda, arte e *lifestyle* no universo digital. O nosso objetivo é consolidar-nos como um espaço criativo que não só acompanha tendências, mas que também as inspira e provoca, queremos ser uma plataforma capaz de criar pontes entre marcas e comunidades, oferecendo experiências digitais autênticas e envolventes.

—  
Digital Atelier —  
Creating Your Brand's  
Online Presence

918 170 491 (chamada para rede móvel nacional)

hello.digitalatelier@gmail.com • www.the-digital-atelier.com





Aldá Vasconcelos, Fundadora



## ARQUITETURA QUE FAZ SENTIDO

Aldá Vasconcelos, Fundadora da Enneia Studio, aposta numa arquitetura que une arte, funcionalidade e impacto humano, criando espaços que combinam beleza, conforto e sentido de pertença.

### Uma carreira construída passo a passo

O percurso profissional de Aldá Vasconcelos começou como estagiária numa empresa de arquitetura, onde foi crescendo até *Team Leader* e, mais tarde, *Project Manager*. Com o tempo, assumiu funções de coordenação global. “Acabei por ser quase coordenadora geral, acompanhando não só a fase de licenciamento, mas também as etapas seguintes, para garantir que tudo cumpria os parâmetros legais. Construir em Portugal é muito complexo, e uma pequena alteração pode comprometer o processo. Estava sempre presente para assegurar que tudo se mantinha dentro das normas”. Depois de anos a crescer com a empresa, sentiu que era o momento de novos desafios. Foi então que nasceu a Enneia Studio. Hoje, Aldá lidera uma equipa em expansão, composta por colaboradores e parceiros estratégicos que dão corpo à sua visão.

### Meaning: arquitetura com propósito

O nome da empresa, Enneia – inspirado na palavra grega que significa “significado” – traduz o propósito central do *atelier*. “A arquitetura é uma forma de traduzir as expectativas e os valores das pessoas para o espaço. O que significa conforto para uns pode ser diferente para outros. O nosso desafio é descobrir o que é esse significado para cada cliente e transformá-lo em espaço habitável”, explica Aldá Vasconcelos.

### Inovação, BIM e sustentabilidade

A Enneia Studio aposta no *Building Information Modeling* (BIM), uma metodologia que integra arquitetura e engenharia de forma digital e tridimensional, permitindo processos mais colaborativos, eficientes e sustentáveis. “O BIM facilita a precisão, reduz desper-

dícios e oferece ao cliente uma visão clara e realista do projeto”, explica Aldá Vasconcelos.

A ligação ao futuro digital do setor também se reflete na participação ativa na rede internacional *WIB – Women in BIM*, que conecta e valoriza mulheres em todo o mundo ligadas à transformação digital na construção. “Faz parte da nossa identidade estar atentos às mudanças do setor, mas também afirmar o papel da mulher na arquitetura e na liderança desta revolução”, sublinha.

### Uma visão para o futuro

Para Aldá Vasconcelos, a Enneia Studio é mais do que um *atelier* de arquitetura: é também um reflexo da sua forma de estar na vida. “Procuro conciliar impacto e proximidade com os clientes com uma prática mais equilibrada”, afirma.

A arquiteta idealizou o estúdio quase como uma marca de *lifestyle*, entendida como qualidade de vida e equilíbrio. “Quero que os projetos libertem os clientes das preocupações técnicas e reflitam como realmente desejam viver os seus espaços”.

A Enneia Studio combina arte, tecnologia e humanismo para criar espaços significativos, belos e sustentáveis. “Para mim, a arquitetura é como um puzzle: criar algo que não seja apenas útil ou belo, mas que faça sentido na vida das pessoas”, conclui Aldá Vasconcelos, resumindo a missão do estúdio: dar significado à arquitetura.



# Yo!

O Yo! simplifica a sua **gestão de RH**, e mais!



Assiduidade com geolocalização



Horários



Ausências, Férias e Trabalho Suplementar



Deslocações

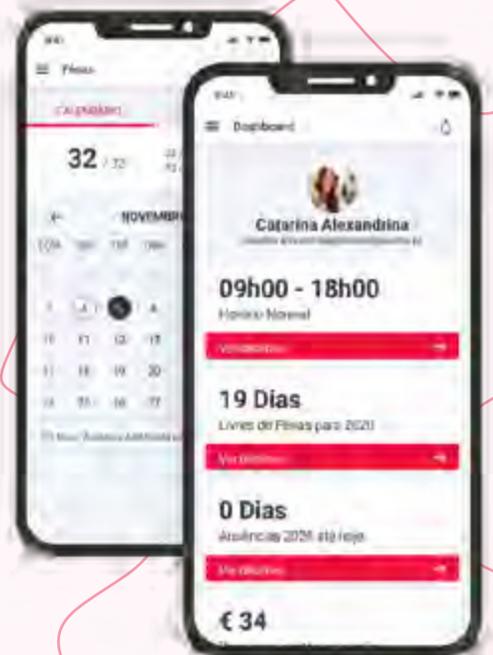


Despesas



Relatórios

Fácil para a sua equipa, **fácil para si!**



Conheça o nosso **portal de gestão de Recursos Humanos**

[yoportal.pt](http://yoportal.pt)

# O RETORNO DAS TRADWIVES O QUE NOS DIZ ESTA TENDÊNCIA SOBRE O MUNDO DE HOJE?



Nos últimos anos, uma tendência aparentemente paradoxal tem ganhado força entre mulheres jovens, formadas e bem-educadas: o ideal das *tradwives*, esposas tradicionais que optam por viver centradas no lar, cuidar dos filhos e submeter-se ao marido, enquanto rejeitam a carreira profissional como modelo de vida. Através de plataformas como *TikTok* e *Instagram*, este estilo de vida é promovido com estética *vintage* e uma aura de feminilidade clássica. O que surpreende é que muitos homens jovens, igualmente da Geração Z e *Millennials*, também abraçam ou desejam este modelo. Mas o que explica este regresso a um ideal de género pré-feminista num mundo que, durante décadas, lutou pelos direitos das mulheres à autonomia, à igualdade no trabalho e à participação ativa na sociedade? Será sintoma de um mundo em crise?

Mais do que um movimento conservador isolado, a ascensão das *tradwives* deve ser vista como sintoma de uma crise existencial mais ampla. A pandemia de Covid-19 foi um ponto de viragem: trouxe insegurança económica, acelerou o burnout profissional e obrigou milhões a repensar os seus papéis familiares. Para muitas mulheres, o lar deixou de ser prisão para ser refúgio. Ao mesmo tempo, o teletrabalho reforçou a ideia de que a vida doméstica pode ser uma escolha legítima e até desejável. Este ambiente de incerteza encontra eco numa crescente polarização política. Por toda a Europa e nos Estados Unidos, a ascensão de partidos tradicionalistas e populistas, com discursos centrados em "valores de família", "papéis naturais" e nostalgia identitária, criou um terreno fértil

para a normalização de ideais conservadores. Assim, o modelo *tradwife* deixa de ser apenas uma preferência individual para se tornar parte de uma narrativa ideológica maior, com implicações sociais e políticas reais.

Mas será mesmo uma escolha livre ou uma fuga? Apesar de muitas mulheres afirmarem que esta é uma escolha consciente e empoderada, é importante questionar: trata-se de liberdade ou de fuga? Fuga do cansaço com o feminismo institucionalizado, da instabilidade laboral, da solidão urbana e da cultura do desempenho. Ao prometer uma vida "simples" e "natural", o modelo tradicional oferece às novas gerações um mapa claro num mundo cada vez mais caótico.

Para os homens, a situação é semelhante: a crise de identidade masculina acelerada pela perda de privilégios históricos e pela transformação dos papéis sociais, tem levado muitos a procurar modelos claros e hierárquicos, onde sabem "o seu lugar". É neste contexto que emergem discursos misóginos, *influencers* antifeministas e até movimentos organizados contra a emancipação feminina, muitas vezes ligados ao aumento da violência no namoro. O perigo está na romantização de estruturas que, historicamente, alimentaram desigualdade, dependência económica e violência. Quando a escolha pela vida doméstica se torna um imperativo cultural ou ideológico, ainda que disfarçado de liberdade, corremos o risco de silenciar outras escolhas e reforçar expectativas nocivas sobre o papel da mulher e do homem na sociedade.

Além disso, a tendência está longe de ser irrelevante: conteúdos com a *hashtag #tradwife* já acumulam centenas de milhões de visualizações e seguidores. O impacto social e cultural começa a ser visível, e pode influenciar futuras políticas públicas, desde os direitos reprodutivos à educação sexual, passando por reformas laborais e incentivos à natalidade.

O que devemos então aprender? **O fenómeno das *tradwives* não deve ser descartado com sarcasmo ou desdém. Ele é um espelho de um mundo que falhou em oferecer alternativas viáveis e sustentáveis à promessa da emancipação. Ao invés de condenar, é fundamental compreender por que tantas jovens estão a rejeitar o progresso pelo qual tanto se lutou.**

Precisamos, mais do que nunca, de um debate profundo sobre o que significa liberdade, igualdade e bem-estar no século XXI. A verdadeira escolha só existe quando todas as opções são valorizadas, sem romantizações, mas também sem imposições ideológicas. Porque o regresso ao passado, quando vem embalado em filtros de *Instagram*, pode ser mais perigoso do que parece.

Linda Pereira,  
CEO da CPL Events & Consultancy

# Logi Pack



■ FEIRA INTERNACIONAL DE  
EMBALAGEM E LOGÍSTICA

21 . 23 **OUT.** 2025

- ▲ O FUTURO DA EMBALAGEM E LOGÍSTICA
- ▲ INOVAÇÃO, SOLUÇÕES, NETWORKING  
E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO
- ▲ CICLO CONFERÊNCIAS: ESPECIALISTAS,  
EMPRESAS E DECISORES



ORGANIZAÇÃO



**FIL** PARQUE  
DAS NAÇÕES

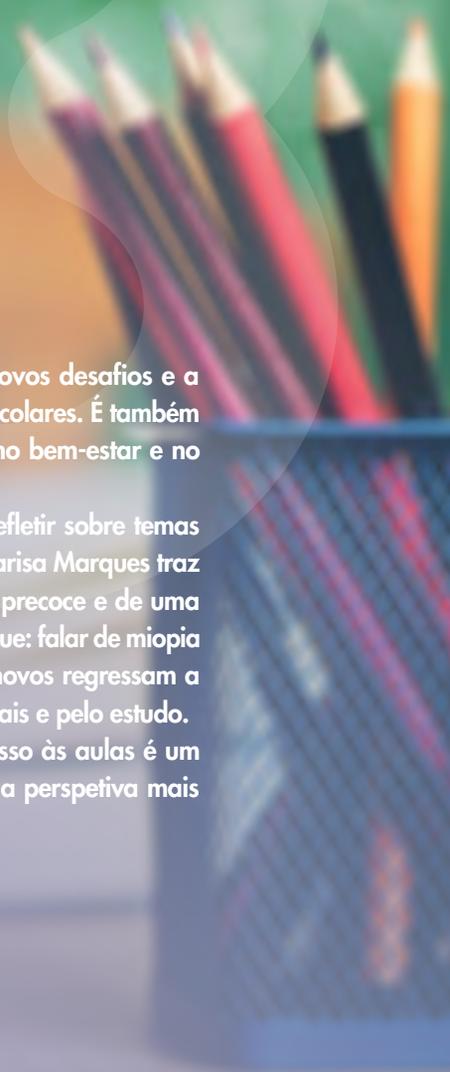
LOGIPACK.FIL.PT

# REGRESSO ÀS AULAS

O regresso às aulas é sempre um momento de renovação: reencontros, novos desafios e a preparação para um ciclo de aprendizagens que vai muito além das matérias escolares. É também uma oportunidade para reforçar cuidados essenciais que fazem a diferença no bem-estar e no futuro das crianças.

Na FNAC, este regresso ganha uma dimensão especial, com espaço para refletir sobre temas fundamentais como a sustentabilidade e o consumo responsável. A psicóloga Marisa Marques traz à conversa a saúde mental na infância, sublinhando a importância da deteção precoce e de uma intervenção baseada na evidência. Do mesmo modo, a saúde visual merece destaque: falar de miopia e de outros cuidados oculares é crucial, sobretudo nesta fase em que os mais novos regressam a rotinas exigentes, muitas vezes marcadas pelo uso intensivo de dispositivos digitais e pelo estudo.

Porque preparar o futuro é também cuidar da mente e da visão, este regresso às aulas é um convite a pais, educadores e comunidade para olharem para a educação numa perspetiva mais ampla, onde aprender e cuidar andam de mãos dadas.



REGRESSO ÀS AULAS FNAC

# > FAZ UPGRADE AOS TEUS EQUIPAMENTOS APPLE COM AS RETOMAS FNAC

RECEBE ATÉ

2.500€

NA RETOMA DO  
TEU MACBOOK  
USADO

RECEBE ATÉ

800€

NA RETOMA  
DO TEU IPAD  
USADO



**21 AGOSTO A 1 OUTUBRO**

O valor de retoma varia em função do modelo, entrega e estado dos acessórios e sinais de uso presente nos termos definidos no presente Regulamento. Consulta todas as condições junto de um colaborador ou em [fnac.pt](https://fnac.pt).



# TECNOLOGIA COM RESPONSABILIDADE E FUTURO SUSTENTÁVEL

A FNAC consolidou-se como uma marca de referência no mercado português, não apenas pela vasta oferta cultural, tecnológica e de entretenimento, mas sobretudo pela capacidade de alinhar a sua estratégia com as grandes tendências globais de sustentabilidade e consumo responsável. No regresso às aulas, este posicionamento revela-se ainda mais pertinente, num momento em que a marca reforça o compromisso de oferecer soluções que conjugam inovação, responsabilidade ambiental e economia circular.

Num contexto em que os consumidores estão cada vez mais atentos ao impacto das escolhas, a FNAC diferencia-se impulsionando uma escolha informada e um consumo responsável através de serviços que prolongam a vida útil dos equipamentos e reduzem o desperdício eletrónico. Reparar, reutilizar e recondicionar tornaram-se, assim, alguns dos pilares centrais de uma estratégia que procura inspirar mudanças de hábitos, colocando a tecnologia ao serviço de um futuro mais verde.

## **Reparar e reutilizar: a Clínica FNAC e o futuro da reparação tecnológica**

A Clínica FNAC é uma das maiores redes de assistência técnica do país, contando com 34 pontos de reparação e serviço ao cliente nas lojas FNAC, incluindo 9 Centros Certificados Apple e um laboratório central. Através de uma oferta especializada e próxima

do consumidor, a Clínica FNAC disponibiliza serviços que prolongam a vida útil dos equipamentos e combatem a substituição imediata. O portefólio inclui desde a substituição de ecrãs, baterias, câmaras, microfones e botões, até à reparação de portáteis, limpeza de componentes, *backups* e configurações de *software* – sempre com peças genuínas e técnicos certificados. Esta abordagem reforça o compromisso da FNAC com a sustentabilidade, a economia circular e a confiança do consumidor.

Entre em outubro de 2024 e fevereiro 2025, a FNAC reforçou este compromisso com uma campanha pioneira de IVA Zero em todos os serviços de reparação, incentivando os consumidores a repararem os seus dispositivos de forma acessível e sustentável.

A iniciativa demonstrou que a reparação é uma alternativa económica e ambientalmente responsável à compra de um equipamento novo. A campanha foi válida em todas as Clínicas FNAC e



*A FNAC mostra que é possível alinhar tecnologia, conveniência e sustentabilidade. No regresso às aulas, e em qualquer momento do ano, estas soluções não são apenas escolhas inteligentes para o consumidor, são passos concretos para um futuro mais equilibrado e sustentável*

incluiu uma ampla gama de serviços, reforçando a aposta da marca em escolhas conscientes e no combate ao desperdício eletrónico.

A relevância desta abordagem fica ainda mais evidente quando se consideram os números globais: segundo as Nações Unidas, a produção mundial de resíduos eletrónicos atingiu 62 milhões de toneladas em 2022, um aumento de 82% face a 2010, evidenciando a urgência de soluções que combinem inovação, responsabilidade ambiental e economia circular.

### **FNAC Restart: Economia circular e segunda vida para os equipamentos**

Se a reparação é o primeiro passo para prolongar a vida útil dos dispositivos, o programa FNAC Restart é a materialização de uma verdadeira estratégia de economia circular. Criado em 2019, o projeto nasceu com o objetivo de dinamizar um mercado de retomas e reconicionados que, até então, estava estagnado em Portugal. O processo começa com a retoma de equipamentos usados, diretamente a clientes. Através das retomas, os clientes podem entregar os seus equipamentos usados – como *iPhones*, *Apple Watches*, *iPads*, *MacBooks*, *Smartphones* e *Tablets Samsung*, *Nintendo* e Consola e Comandos *Playstation 5*.

Em 2025, a FNAC dá um passo ousado na sua estratégia de retomas ao incluir equipamentos com ecrãs partidos ou danificados, numa iniciativa pioneira no retalho tecnológico nacional. Através da classificação *Grade D*, a marca passa a aceitar *iPhones* com falhas no ecrã, traseira, laterais ou até com problemas de funcionamento – como não ligar, não carregar ou não realizar chamadas.

O processo de retomas é rigoroso e transparente. Cada equipamento é avaliado em cerca de 20 indicadores de funcionamento – da bateria às câmaras, altifalantes e componentes internos – e sujeito a uma análise estética detalhada. Quando necessário, peças são subs-

tituídas por componentes originais e os aparelhos são devolvidos ao mercado como seminovos, 100% funcionais e certificados, com garantia de três anos. Para maior clareza junto do consumidor, os dispositivos são classificados em diferentes *grades* estéticas (de A a D), assegurando que todos oferecem a mesma experiência de utilização, independentemente do aspeto exterior.

A aposta revelou-se certa: ao comprar equipamentos usados diretamente aos clientes e reconicioná-los “em casa”, nos laboratórios certificados da Clínica FNAC, a marca conseguiu oferecer qualidade certificada, confiança e preços competitivos.

Os resultados do mercado dos reconicionados comprovam o sucesso da iniciativa. A procura tem registado um crescimento superior a 50% face a anos anteriores, refletindo a crescente aceitação do consumidor português por soluções mais sustentáveis e acessíveis.

### **Um compromisso com o planeta e com os consumidores**

Mais do que um retalhista de tecnologia, a FNAC assume-se como promotora de um movimento de consumo esclarecido, onde reparar, reutilizar e reconicionar são sinónimos de responsabilidade.

Através da Clínica FNAC, do programa Restart e de campanhas inovadoras como o IVA Zero nas reparações, a marca reforça o seu compromisso de reduzir o desperdício eletrónico, diminuir emissões de CO<sub>2</sub> e poupar recursos naturais.

Num mundo cada vez mais digital, onde o lixo eletrónico cresce a um ritmo alarmante, a FNAC mostra que é possível alinhar tecnologia, conveniência e sustentabilidade. No regresso às aulas, e em qualquer momento do ano, estas soluções não são apenas escolhas inteligentes para o consumidor, são passos concretos para um futuro mais equilibrado e sustentável.

**RECONDICIONADOS**  
TENDÊNCIAS REGRESSO ÀS AULAS

**PREÇO MAIS BAIXO**

**3 ANOS GARANTIA**

**CERTIFICAÇÃO FNAC TEKKIES**

**FNAC RESTART**

**fnac**

# SAÚDE OCULAR NAS CRIANÇAS



Dr.ª Rita Gama, Médica Oftalmologista  
Hospital da Luz Lisboa e Gama Eye Care

## Desenvolvimento visual e ambliopia

Um bebé recém-nascido vê até 30 cm e as imagens são mal definidas. Nos primeiros anos de vida, as células cerebrais vão desenvolver-se, a criança vê a maior distância e as imagens do mundo exterior ficam nítidas. Para que este desenvolvimento seja equilibrado, a imagem que é captada pelos olhos deve ser perfeita. Caso surja algum problema ocular, por exemplo, a necessidade de usar óculos (ametropia) ou um “olho torto” (estrabismo), as ligações entre as células cerebrais responsáveis pela visão ficam comprometidas, e surge a ambliopia ou “olho preguiçoso”. A ambliopia atinge cerca de 3% das crianças e é silenciosa.

## Ametropia e ambliopia

As ametropias são a miopia, a hipermetropia e o astigmatismo. As ametropias podem ser congénitas ou resultam do crescimento das estruturas que compõem o olho. Calcula-se que 1 em cada 3 crianças tenha ametropia, e por isso, necessita de usar óculos.

Ametropia e ambliopia são diferentes. A criança com ametropia vê bem se usar óculos,

a criança com ambliopia continua a ver mal com óculos. A ametropia trata-se com óculos, a ambliopia corrige-se colando um penso no olho que vê melhor. A recuperação da ambliopia faz-se até aos dez anos de vida. Depois dessa idade torna-se irreversível e a visão permanece diminuída na idade adulta.

## Como reconhecer uma ametropia?

Uma criança com miopia queixa-se que não vê bem para o quadro ou semicerra os olhos ao olhar para longe. O astigmatismo pode afectar tanto a visão de longe como a de perto, distorcendo a imagem. Na hipermetropia (“vista cansada”), contrariamente às situações anteriores, a criança consegue ver bem, mas à custa de esforço. Por isso, distrai-se mais, tem dificuldade em concentrar-se nas tarefas escolares, e inclusivamente, pode ser rotulada de hiperactiva. A hipermetropia é a ametropia mais frequente na infância.

## Sinais de alerta:

Existem outros sinais que podem alertar para uma visão deficiente, que não sejam ametropias:

- Olho que entorta (estrabismo) permanentemente ou de forma intermitente,
- Inclinação da cabeça quando olha para longe ou,
- Um olho que treme ou,
- Pupila branca (é o sinal mais alarmante).

Há, no entanto, alguns **mitos que devem ser esclarecidos**:

• **Criança que se dobra em cima do caderno/telemóvel vê mal.** A maior parte destas crianças gostam de ver detalhes e aproximam-se para ver melhor.

• **Se a criança usar óculos durante os primeiros anos de vida, a graduação desaparece.** Isto acontece numa minoria dos casos, a maior parte das crianças que usa óculos vai continuar a usá-los na idade adulta.

• **A miopia é o principal problema visual da criança.** A miopia afecta uma pequena proporção de crianças, no entanto, a prevalência da miopia tem aumentado em todo o mundo. Sabe-se que o excesso de uso de ecrãs e a diminuição de actividades ao ar livre são as principais causas deste aumento.

## Faça um rastreio visual

Os rastreios visuais detectam todos os problemas do desenvolvimento visual. Devem ser feitos entre os 3-4 anos de idade e sempre que há suspeitas de visão deficiente. Quanto mais cedo são diagnosticados, melhor é a recuperação. Cuide da saúde ocular dos seus filhos.

Lembre-se que uma criança que vê mal não se queixa.

*\*Este artigo não foi redigido segundo o novo acordo ortográfico*





# SAÚDE MENTAL NA INFÂNCIA DETEÇÃO PRECOCE E INTERVENÇÃO BASEADA NA EVIDÊNCIA

As perturbações de saúde mental na infância apresentam uma prevalência crescente e constituem uma prioridade de saúde pública. Este artigo descreve os sinais clínicos de alerta, a importância da deteção precoce, as barreiras persistentes nos contextos familiar e escolar e as estratégias terapêuticas baseadas na evidência. Inclui ainda dados epidemiológicos recentes que reforçam a necessidade de políticas intersetoriais de apoio.

## Epidemiologia

Estima-se que 8 % das crianças e 15 % dos adolescentes em todo o mundo experienciem uma perturbação mental num dado momento <sup>(1)</sup>. Globalmente, cerca de 1 em cada 7 jovens (10-19

anos) apresenta um quadro clínico relevante, representando aproximadamente 13 % do encargo global de doença nesta faixa etária <sup>(2)</sup>.

Um estudo recente estima que 11,6 % dos jovens com idades entre 5-24 anos sofreram pelo menos um transtorno mental em 2019, com maior prevalência de perturbações de ansiedade e do humor, que acumulam 20,2 % dos anos de vida saudável perdidos (YLD) <sup>(3)</sup>.

Dados nacionais apontam que 20 % das crianças e adolescentes portugueses apresentam uma perturbação mental <sup>(4)</sup>. Adicionalmente, 31 % dos jovens relatam sintomas depressivos moderados ou graves <sup>(4)</sup>. Sabe-se ainda que 50 % das perturbações mentais diagnosticadas em adultos têm início antes dos 14 anos <sup>(5)</sup>.

## Sinais clínicos e perturbações mais prevalentes

A identificação precoce é frequentemente dificultada pela dificuldade das crianças em expressar sintomas. Os sinais clínicos incluem alterações emocionais persistentes (tristeza, ansiedade, irritabilidade), queda no rendimento escolar, queixas somáticas sem explicação médica, isolamento social e verbalizações negativas sobre si próprio.

A primeira infância (0-6 anos) é uma janela crítica. As perturbações mais prevalentes incluem:

Perturbação	Sinais clínicos	Impacto relacional
Perturbações do Espectro do Autismo (PEA)	Défices de comunicação, interesses restritos, comportamentos repetitivos	Isolamento, dificuldade em compreender normas sociais
Perturbação de Hiperatividade e Déficit de Atenção (PHDA)	Hiperatividade, impulsividade, dificuldade em manter a atenção	Conflitos com pares e adultos, dificuldade em amizades
Perturbações da Linguagem	Vocabulário limitado, dificuldade de expressão verbal	Dependência dos adultos, frustração e isolamento
Perturbações da Regulação Emocional/Ansiedade	Medos excessivos, dificuldades de consolo	Relações inseguras e evitativas
Perturbações do Sono/Alimentação	Recusa alimentar persistente, despertares noturnos	Irritabilidade e impacto familiar

A persistência dos sinais por mais de três semanas, com impacto funcional relevante, justifica avaliação especializada.



Dr.ª Marisa Marques (cp21210), Psicóloga Clínica e da Saúde

### A importância da deteção precoce e do diagnóstico atempado

A deteção precoce potencia a eficácia terapêutica e previne desfechos adversos <sup>(6,7)</sup>:

- Reduz a gravidade das perturbações e evita complicações secundárias.
- Promove melhor evolução em termos académicos, emocionais e sociais.
- Facilita o alinhamento das estratégias entre família, escola e profissionais de saúde.

### Barreiras

- No contexto escolar: falta de formação especializada, turmas numerosas, escassez de psicólogos, receio de “rotular” <sup>(6)</sup>.
- No contexto familiar: desvalorização dos sinais iniciais, medo do diagnóstico, desconhecimento dos recursos disponíveis e limitações socioeconómicas <sup>(7)</sup>.

### Intervenções baseadas na evidência

A intervenção deve ser multidimensional, precoce e individualizada:

- Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) adaptada à idade, eficaz em perturbações de ansiedade, depressão, PHDA e regulação emocional.
- Programas parentais estruturados, como *Incredible Years* ou *Parent Management Training*.
- Terapias de integração sensorial e expressivas (arte, música, movimento).
- Intervenção precoce multidisciplinar com psicólogos, terapeutas da fala, terapeutas ocupacionais e educadores.
- Neuromodulação não invasiva, incluindo *Neurofeedback* e Estimulação Transcraniana por Corrente Contínua (tDCS), como abordagem complementar segura, com benefícios na atenção, autorregulação e impulsividade <sup>(8,9)</sup>.

Crítérios de qualidade: definição de objetivos clínicos claros, articulação intersetorial, monitorização sistemática e valorização dos recursos familiares.

### Papel da família, escola e profissionais de saúde

A cooperação entre estes contextos é determinante:

- A família deve comunicar regularmente com a escola, aplicar estratégias terapêuticas em casa e garantir consistência nas rotinas.
- A escola deve proporcionar um ambiente seguro e estar atenta a sinais precoces.



- Os profissionais de saúde devem envolver ativamente cuidadores e professores no processo terapêutico.

Esta articulação cria uma rede de suporte que aumenta as hipóteses de evolução positiva <sup>(10)</sup>.

### Considerações finais

A saúde mental infantil é determinante para o desenvolvimento e a qualidade de vida futura. Dados recentes mostram que o início precoce das perturbações reforça a urgência da deteção precoce e do acesso a cuidados especializados.

**Mensagem-chave:** Cuidar da saúde mental infantil é cuidar do futuro da sociedade. A criação de redes integradas de apoio, aliando diagnóstico atempado e intervenções baseadas na evidência, é fundamental.

### Referências

1. World Health Organization. *Improving the mental and brain health of children and adolescents*. WHO; 2023.
2. World Health Organization. *Adolescent mental health fact sheet*. WHO; 2023.
3. Kieling C, et al. Global prevalence of mental disorders in children and youth: 2019 estimates. *Lancet Psychiatry*. 2024;11(1):1-12.
4. Direção-Geral da Saúde. *Saúde mental das crianças e jovens em Portugal*. Lisboa: SNS; 2023.
5. Fundação Calouste Gulbenkian. *Saúde Mental Infantil: Acesso a cuidados*. Lisboa; 2023.
6. Polanczyk GV, et al. Barriers to early detection of child mental disorders. *J Child Psychol Psychiatry*. 2022;63(6):602-12.
7. Paiva C, et al. *Barreiras familiares ao diagnóstico precoce em saúde mental infantil*. *Rev Port Pediatr*. 2023;54(3):198-205.
8. Coben R, Myers TE. Neurofeedback for children with ADHD. *J Atten Disord*. 2022;26(4):377-89.
9. Mattai A, et al. tDCS in child and adolescent psychiatry. *Child Adolesc Ment Health*. 2023;28(2):91-100.
10. Weare K. Promoting mental health through schools: evidence and opportunities. *WHO Eur J Public Health*. 2022;32(1):14-21.



**MARISA MARQUES**  
PSICÓLOGA CLÍNICA E DE DESENVOLVIMENTO

Hospitais Grupo Trófa Saúde  
(Barcelos, Braga, Guimarães e Famalicão)  
como Psicóloga Clínica Infantil.  
PODEM ENCONTRAR-ME EM ALGUMAS  
CLÍNICAS NA ZONA DE BRAGA E BARCELOS

+351 961 900 179  
marisa.marquespsi@gmail.com  
Travessa Nova do Corujo, N° 5  
4750-347 Arcozelo - Barcelos  
gabinetedesaudeMarisaMarques  
psicologa.marisamarques



# MIOPIA E O REGRESSO ÀS AULAS



Setembro traz sempre a expectativa de novos cadernos, livros por abrir e um ano cheio de aprendizagens. Mas há um desafio invisível que cresce silenciosamente nas salas de aula e que muitos pais desconhecem: a miopia.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, até 2050 mais de metade da população mundial será míope. Em Portugal, os números também crescem, fruto de um estilo de vida com pouco tempo ao ar livre. O resultado é que, todos os anos, mais crianças precisam de óculos, e muitas vezes com valores de miopia que aumentam de forma rápida.

A miopia vai muito além de ver mal ao longe. Quando uma criança não vê o quadro, perde concentração, motivação e confiança. Pode evitar participar, sentir-se limitada nas atividades físicas e sociais e ficar mais retraída. É uma condição que afeta o desenvolvimento escolar, emocional e social. E pode evoluir para complicações graves,

como glaucoma, catarata precoce ou descolamento da retina – cuja probabilidade aumenta com o crescimento excessivo do olho em relação ao que seria esperado para a idade da criança. Cada ano sem controlo aumenta os riscos – por isso, é essencial intervir cedo.

Hoje já existem estratégias eficazes. O simples hábito de passar duas horas por dia ao ar livre mostrou atrasar o aparecimento da miopia. Mas quando a miopia surge, a intervenção deve ser imediata. É aqui que entra a Ortho-K: um método inovador e seguro que permite às crianças corrigir a visão enquanto dormem, sem necessitarem de óculos, e ao mesmo tempo ajuda a controlar a progressão da miopia.

A Ortho-K diferencia-se por oferecer algo único: liberdade visual durante o dia e proteção da saúde ocular a longo prazo. Atua durante a noite, enquanto a criança dorme, de forma confortável, em ambiente controlado e sob o olhar atento dos pais, restituindo a visão para todas as atividades escolares, desportivas e sociais. Para muitas crianças, é poder viver sem limitações; para os pais, é a tranquilidade de saber que estão a agir para travar a evolução da doença. É fundamental que pais e professores estejam atentos a sinais simples: a criança que se aproxima demasiado dos livros, que franze os olhos para ver ao longe, que se queixa de dores de cabeça, que se desinteressa das atividades e, por vezes, pode não dar qualquer sinal ou queixa, mesmo já tendo dificuldades. Quanto mais cedo se intervém, melhores são os resultados.

A miopia é uma pandemia silenciosa que afeta milhões de crianças em todo o mundo. Avança, muitas vezes, sem sinais evidentes e pode ter consequências sérias na visão e na qualidade de vida a longo prazo – mas existe uma solução. O futuro visual das nossas crianças depende das escolhas que fazemos hoje. E, no regresso às aulas, nenhuma é mais importante do que garantir que conseguem ver, aprender e crescer com olhos saudáveis.

*Liliana Reis,*

*Especialista em Ortoqueratologia e Fundadora do projeto Ortho-K*

Liliana Reis é especialista em ortoqueratologia e fundadora do projeto Ortho-K – a primeira unidade especializada em Portugal dedicada exclusivamente a este método. Reconhecida internacionalmente entre os principais especialistas mundiais em ortoqueratologia, dedica-se a transformar a saúde visual de crianças e adultos através de uma abordagem integrativa, personalizada e humana.

Saiba mais em [www.ortho-k.pt/ebooks](http://www.ortho-k.pt/ebooks)



FORMAÇÃO  
PERSONALIZADA  
PARA A SUA EMPRESA.



# À MEDIDA DO DESAFIO.

Na gestão de pessoas, a formação interna é um processo essencial. Estimular a sua equipa a adquirir novas competências prepara a empresa para enfrentar desafios e garante colaboradores mais realizados.

O CECOA constrói o plano de formação à Medida para que a sua empresa suba ao próximo nível.

# O FUTURO DO TRABALHO ENTRE O LUCRO E A FELICIDADE



Vivemos uma era paradoxal: nunca tivemos tanta tecnologia a nosso favor, nunca estivemos tão conectados e, ao mesmo tempo, nunca fomos tão desconectados daquilo que realmente importa no mundo do trabalho – as pessoas.

Nas empresas portuguesas continua a prevalecer um modelo de liderança inspirado no século XX, onde o foco é a eficiência operacional e a obsessão pelo resultado imediato. É uma visão míope. O mercado mudou, os consumidores mudaram, mas muitas lideranças continuam presas ao passado.

E a verdade é simples: a felicidade é hoje o maior ativo estratégico de qualquer empresa.

Pode soar romântico, mas não é. Diversos estudos internacionais comprovam que equipas felizes são mais produtivas, inovadoras e leais. Num mercado onde o talento se tornou o recurso mais escasso, investir em felicidade deixou de ser “bonito” – passou a ser urgente.

Portugal tem uma oportunidade histórica. Durante décadas fomos vistos como periferia económica, fornecedores de mão de obra barata. Hoje, temos tudo para nos afirmarmos como um país de talento, inovação e qualidade de vida. Mas para isso precisamos de coragem:

- Coragem para repensar modelos rígidos de trabalho.
- Coragem para aceitar que flexibilidade não é perda de controlo, mas sim ganho de confiança.
- Coragem para colocar propósito ao lado do lucro no centro das decisões empresariais.

O futuro do trabalho não será dominado apenas pela Inteligência Artificial, mas sobretudo pela inteligência emocional das lideranças. Empresas que conseguirem unir *performance* e bem-estar não só atrairão os melhores profissionais, como também conquistarão a confiança de clientes e comunidades.

Costumo dizer que “a felicidade é lucrativa”, não porque soa bem num título de livro, mas porque acredito genuinamente que este será o fator que vai diferenciar empresas vencedoras das que vão desaparecer.

A pergunta que deixo aos empresários portugueses é direta: querem ser líderes de resultados de curto prazo ou construtores de legados duradouros? A decisão é vossa. O futuro também.

Ricardo Costa,  
Chairman do Grupo Bernardo da Costa

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL



## LIDERANÇA INSPIRADORA E RECONHECIDA

*Pedro Brito, Associate Dean e CEO da Nova SBE Executive Education*

# LIDERANÇA INSPIRADORA E RECONHECIDA

## O TESTEMUNHO DE PEDRO BRITO

Acredita que a liderança se constrói na prática diária, entre clareza na comunicação, autenticidade e equilíbrio humano. Enquanto Associate Dean e CEO da Nova SBE Executive Education, Pedro Brito – que acaba de ser distinguido com o prémio “Comunicação em Gestão de Pessoas” nos Prémios Human Resources – mobiliza conhecimento e experiência para inspirar líderes capazes de transformar empresas e sociedades.

### Liderar para transformar

A missão da Nova SBE Executive Education cruza-se com esta visão: formar líderes que ocupem cargos e que deixem uma marca positiva nas pessoas e nas comunidades que servem. “O talento escolhe as lideranças antes de escolher as empresas. As pessoas querem saber com quem vão trabalhar, mais do que apenas qual é o projeto”, sublinha Pedro Brito.

Esse olhar de longo prazo, inspirado na liderança regenerativa, considera não só a *performance*, mas também o bem-estar pessoal das equipas e da comunidade. Acredita que só assim se formam líderes completos, equilibrados e memoráveis, capazes de nutrir novos líderes e de contribuir para uma sociedade mais sustentável e humana.

Um dos exemplos mais marcantes é o trabalho desenvolvido em projetos de impacto social, integrados em algumas formações. Nestes contextos, líderes e executivos aplicam competências de gestão estratégica para apoiar organizações do terceiro setor ou *startups* de impacto ambiental. O resultado é duplo: os executivos aprendem a liderar com visão e empatia em contextos complexos, e as comunidades beneficiam com soluções concretas e inovadoras.

Pedro Brito acredita que este é o verdadeiro papel da educação executiva: ser um espaço vivido, em que os participantes experimentam a complexidade real de liderar. Não se trata apenas de adquirir novas ferramentas, mas de incorporar uma mentalidade de transformação contínua. Ele acredita que a liderança se constrói no terreno, no contacto direto com equipas e *stakeholders*, e sempre com foco em criar impacto positivo. Como sublinha: “A liderança não é sobre quem comunica mais, mas sobre quem inspira com autenticidade. O talento escolhe lideranças antes de escolher empresas”. Esta visão

encontra na educação executiva da Nova SBE o ambiente ideal para ser praticada, uma vez que cada programa é concebido como uma experiência de transformação real, que traduz conceitos em ações palpáveis. Na prática, liderar para transformar significa equilibrar objetividade e empatia: comunicar com dados claros, mas também com histórias que inspiram. Ser transparente em momentos difíceis, mas sempre com dignidade e criar rituais de equipa que reforcem laços de confiança. Para Pedro Brito, trata-se de humanizar a gestão sem perder o foco nos resultados, tornando a comunicação numa ferramenta estratégica para mobilizar, alinhar e inspirar.

“Imperfeição com autenticidade é mil vezes mais poderosa do que perfeição sem autenticidade”, defende Pedro Brito. É essa vulnerabilidade consciente que aproxima as lideranças das equipas e cria um compromisso genuíno, capaz de sustentar mudanças duradouras.

### Clareza, coragem e paixão

Distinguido com o Prémio de Comunicação e Gestão de Pessoas, Pedro Brito defende que a liderança se cumpre através de três pilares comunicacionais: clareza, coragem e paixão. A clareza dá autonomia às equipas, a coragem e a transparência criam confiança, e a paixão mobiliza todos em torno de uma visão comum.

Essa forma de liderar traduz-se no que Pedro designa como liderança regenerativa, uma abordagem que vai além da *performance* de curto prazo e integra múltiplas dimensões: pessoal, profissional, financeira, emocional, relacional e comunitária. “Um líder precisa de ser objetivo, mas também empático. Isso consegue-se combinando dados que orientam decisões com histórias que inspiram e humanizam”, afirma.



Pedro Brito, Associate Dean e CEO da Nova SBE Executive Education

Exemplo concreto desta abordagem são os *Management Retreats*, experiências imersivas em que líderes e equipas se afastam do dia a dia corporativo para refletirem estrategicamente sobre grandes desafios. Nestes ambientes, livres da pressão do quotidiano, emergem conversas transformadoras: executivos que partilham vulnerabilidades, equipas que reconstróem confiança e organizações que definem novos rumos. Para muitas empresas participantes, estes retiros resultaram em maior alinhamento estratégico e numa recomposição saudável da cultura organizacional. Além disso, Pedro Brito reforça a importância de escutar antes de falar. Uma liderança que ouve de forma genuína, sem julgar, cria curiosidade, engajamento e confiança, tornando mais fácil transformar o propósito em prática diária. Esta combinação de clareza, coragem e paixão permite não só alcançar resultados de negócio, mas também construir equipas resilientes, inspiradas e comprometidas.

*É impossível inspirar e mobilizar pessoas se não estivermos inteiros, se não tivermos clareza sobre nós mesmos e sobre o impacto que queremos ter. Liderar exige equilíbrio, cuidado e atenção a todas as dimensões da nossa vida*

#### **Comunicação como cimento cultural**

A comunicação, para ele, não se limita a transmitir informações: é uma ferramenta estratégica para mobilizar, engajar e alinhar equipas. Cada metáfora, cada narrativa ou referência simbólica tem um propósito claro: ligar a visão e os valores da organização ao dia a dia da equipa, tornando a cultura tangível e viva.

Mas, para além das grandes narrativas, Pedro Brito acredita que são os gestos de proximidade e os rituais de equipa que consolidam relações e confiança. Reuniões individuais regulares, caminhadas junto ao mar com membros da equipa, momentos de mentoria informal ou experiências fora do contexto de trabalho são práticas que humanizam a liderança, fortalecendo a coragem de falar com verdade e a autonomia de cada colaborador. Segundo o CEO da Nova SBE Executive Education, estes rituais não são apenas simbólicos: criar laços fortes e experiências partilhadas, permitem que os colaboradores interiorizem a visão da organização, compreendam o seu papel e sintam-se parte de algo maior. É esta integração entre comunicação estratégica, proximidade e ritualização que, no seu entender, constrói uma cultura saudável, resiliente e coerente com a missão da Nova SBE.

**Liderança regenerativa: um futuro equilibrado**

Inspirado na agricultura regenerativa, Pedro Brito defende uma abordagem de liderança que vai muito além da gestão de resultados de curto prazo. Para ele, um líder só é verdadeiramente eficaz quando cuida de todas as dimensões da sua vida e do seu papel na sociedade: profissional, financeira, saúde física e mental, sono, nutrição, desporto, relações familiares e sociais, e até da sua capacidade de regulação emocional.

“Por melhor que se comunique, se o líder estiver ferido, não há comunicação que o valha”, alerta Pedro. “É impossível inspirar e mobilizar pessoas se não estivermos inteiros, se não tivermos clareza sobre nós mesmos e sobre o impacto que queremos ter. Liderar exige equilíbrio, cuidado e atenção a todas as dimensões da nossa vida”.

Para Pedro Brito, a liderança regenerativa é uma mudança de paradigma. “Não basta ser objetivo ou estratégico. Um líder regenerativo é aquele que olha para o bem-estar das suas equipas, que protege e desenvolve talentos, e que se preocupa com o efeito das suas decisões no sistema mais amplo – família, comunidade, sociedade”.

A liderança regenerativa implica, por isso, um cuidado constante com o desenvolvimento das pessoas dentro das organizações, o que se traduz numa abordagem personalizada e atenta às necessidades de cada líder e equipa. A Nova SBE Executive Education responde a este desafio com soluções adaptáveis, como os *Flex Packs*, que oferecem percursos formativos modulares, flexíveis e ajustados às realidades





*Se eu consigo criar espaço para que cada pessoa da minha equipa se sinta ouvida, apoiada e valorizada, então conseguimos criar uma cultura sólida, resiliente e motivadora. E isso é contagiante: líderes regenerativos geram mais líderes regenerativos*

de cada organização. Estas soluções permitem aos líderes e às suas equipas um desenvolvimento contínuo e ajustado ao seu momento de carreira, combinando módulos presenciais e *online* para garantir que as equipas se mantêm motivadas, desenvolvidas e alinhadas com os tempos que se vivem. Além disso, a Nova SBE também apresenta um portefólio de programas abertos, cuidadosamente desenhados para cobrir uma variedade de áreas essenciais à liderança, desde a gestão estratégica à transformação digital. Estes programas abertos são uma excelente oportunidade para líderes e profissionais se atualizarem e se desenvolverem, permitindo-lhes estar à frente dos desafios atuais e futuros e com uma visão regenerativa que prioriza o bem-estar de todos os envolvidos. Pedro Brito sublinha ainda: “Mais do que comunicadores eficazes, precisamos de líderes que sejam completos, humanos e inspiradores, capazes de nutrir novos líderes. Só assim podemos construir organizações sustentáveis e deixar um legado positivo que vai muito além dos resultados financeiros”.

A liderança regenerativa implica rituais e práticas de cuidado: momentos de escuta ativa, *mentoring*, reflexões coletivas e experiências que desafiam e desenvolvem competências múltiplas. “Se eu consigo criar espaço para que cada pessoa da minha equipa se sinta ouvida, apoiada e valorizada, então conseguimos criar uma cultura sólida, resiliente e motivadora. E isso é contagiante: líderes regenerativos geram mais líderes regenerativos”, explica.

Pedro Brito conclui o seu testemunho com um alerta e uma visão: “Se queremos transformar a sociedade e as organizações de

forma sustentável, temos de começar por olhar para nós mesmos. Equilibrar-nos, cuidar do nosso corpo, da nossa mente e das nossas relações. Só assim seremos líderes memoráveis e não apenas eficazes”.

A visão de Pedro Brito demonstra que liderar hoje vai muito além da gestão de tarefas e resultados: é um compromisso com as pessoas, com a sociedade e com o próprio equilíbrio do líder. Clareza, coragem, paixão e regeneração não são apenas conceitos abstratos, mas práticas diárias que se refletem em cada decisão, cada conversa e cada ritual dentro das organizações. Na Nova SBE Executive Education, a liderança é vivida em cada programa como um compromisso com as pessoas, com as equipas e com a sociedade. Ao combinar clareza, coragem, paixão e regeneração, forma-se um novo perfil de liderança – mais completo, humano e inspirador. É esta filosofia que orienta não só a Nova SBE Executive Education, mas também a construção de uma sociedade mais consciente, sustentável e resiliente, onde liderar significa transformar de dentro para fora.



# GOUVEIA E MELO CONSIDERA SANÇÕES EUROPEIAS CONTRA ISRAEL “TARDIAS”

O candidato presidencial Henrique Gouveia e Melo afirmou que as sanções anunciadas pela União Europeia contra Israel “já vêm tarde”, defendendo que Bruxelas deveria ter tomado medidas mais firmes muito antes.



“Acho que verdadeiramente vem tarde, porque a Europa já devia ter dado passos mais concretos e passos em áreas políticas que, verdadeiramente, importam. Muitas vezes, fazemos muitas declarações, mas as declarações não têm consequências no terreno”, disse, à margem do debate *Conversas com o Presidente*, promovido pela Fundação AEP, no Porto.

O candidato lembrou que Israel tem tido “ações que violam a lei internacional de forma grave desde há algum tempo” e alertou

para as consequências dessa postura: “O Estado de Israel parece querer moldar uma nova situação no Médio Oriente, isso vai criar uma instabilidade muito grande e estou em crer que isso será, a médio e longo prazo, negativo para o próprio Estado de Israel”.

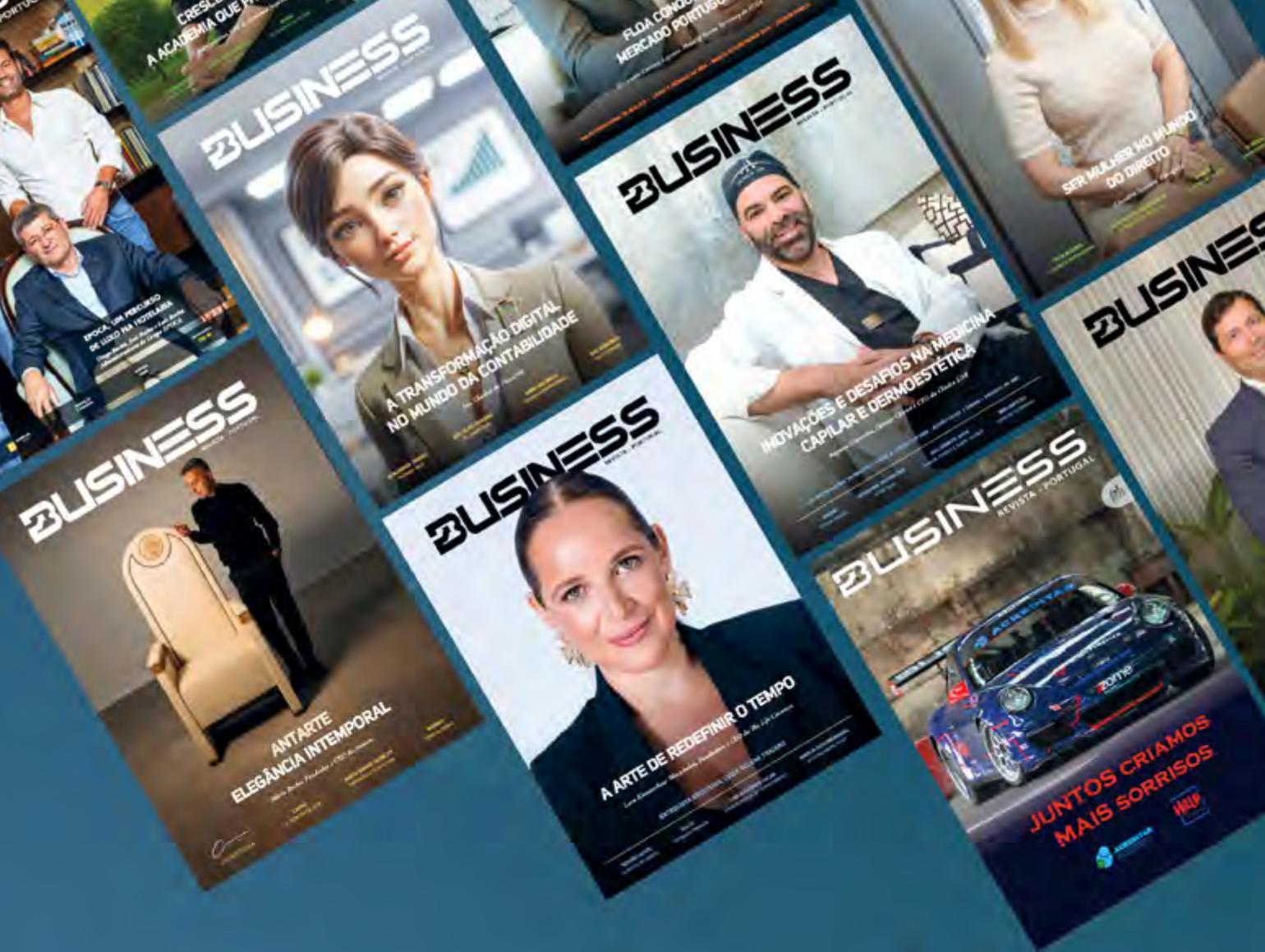
Sobre a crise em Gaza, Gouveia e Melo sublinhou que se trata de “um problema verdadeiramente preocupante e um problema humanitário que devia envergonhar todos”. Por isso, defendeu que, “se a Europa tem a possibilidade de aplicar sanções, deve aplicá-las porque, caso contrário, acabará por ser um anão dentro do que é a ordem internacional e ninguém a respeitará”.

No mesmo dia, Ursula von der Leyen, no discurso sobre o Estado da União, declarou que a fome provocada por Israel em Gaza “não pode ser uma arma de guerra” e anunciou medidas adicionais para aumentar a pressão sobre Telavive, como sanções a ministros extremistas e colonos violentos, além da suspensão parcial do acordo de associação comercial com Israel.

Criticada por inação face à situação dos palestinianos, a presidente da Comissão Europeia reconheceu estar consciente de que “qualquer ação será excessiva para alguns e insuficiente para outros”.

Entretanto, Israel acusou Von der Leyen de ceder a pressões ao propor sanções contra ministros israelitas e a suspensão parcial do acordo comercial com o país.





# 14° ANIVERSÁRIO

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL

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





# ALGARVE 360°

## O PRESENTE E O FUTURO DA REGIÃO

O Algarve é mais do que um destino turístico consagrado: é um território vivo, em constante reinvenção. Entre a tradição que ancora a identidade local e a inovação que projeta novos horizontes, a região afirma-se cada vez mais como um polo de empreendedorismo e criatividade.

A temática Algarve 360° nasce de uma visão ampla, que olha para além da paisagem e das estatísticas do turismo, para explorar o presente dinâmico e o futuro promissor da região. Aqui, o empreendedorismo assume o papel de motor de transformação: desde *startups* ligadas ao mar, à energia e à sustentabilidade, até novas formas de pensar o setor agrícola, a gastronomia, a mobilidade ou a economia digital. É neste território em reinvenção constante que se desenham oportunidades capazes de atrair talento, criar valor e afirmar o Algarve como um ecossistema competitivo, aberto ao mundo e comprometido com a qualidade de vida de quem aqui vive.

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL



## SOLUÇÕES METÁLICAS DA TRANSFORMAÇÃO AO ACABAMENTO

*Jorge Martiniano, Fundador da Martiniano – Construções em Ferro e Inox*

# SOLUÇÕES METÁLICAS: DA TRANSFORMAÇÃO AO ACABAMENTO

Num setor como o da construção metálica, onde o ferro e o inox ganham forma ao ritmo da precisão e da dedicação, a Martiniano – Construções em Ferro e Inox, fundada em 2017 por Jorge Martiniano, tem vindo a destacar-se pela solidez do seu crescimento, pelo respeito ao cliente e por uma filosofia de trabalho assente na transparência e no compromisso.

A empresa algarvia soma já oito anos de atividade, com soluções para os setores da construção civil, náutica, hotelaria e indústria da água, e continua a expandir-se. O projeto empresarial nasceu da vontade de fazer mais e melhor. Depois de participar num negócio semelhante ligado ao inox, Jorge sentiu que não estava a conseguir expressar todo o seu potencial. Com apenas 10 mil euros de investimento inicial e quatro máquinas básicas, arriscou. “Comecei do zero, num armazém vazio. Fui comprando o necessário à medida que faturava. A empresa foi crescendo com o tempo, com esforço e muita cautela”, conta Jorge. Hoje, a Martiniano ocupa duas instalações, uma para produção, outra para tratamento anticorrosivo de metais, e emprega 22 pessoas. O crescimento tem sido constante e sustentável, fruto de uma estratégia assente na qualidade, no foco no cliente e na confiança mútua. “Grande parte dos nossos clientes são os mesmos desde o início. Construímos relações duradouras”, constata.

## Raízes sólidas, crescimento sustentado

A empresa começou como uma simples serralharia dedicada à transformação de ferro e inox, escadas, portões, gradeamentos e estruturas metálicas. Desde então, cresceu em tecnologia, instalações

e serviços. Em 2018, com a aquisição de novas instalações, passou a incorporar também a decapagem, metalização e lacagem, fazendo o tratamento anticorrosivo dos próprios materiais e de terceiros. “A ideia foi tornar a empresa autossuficiente. Hoje compramos o material em bruto, transformamos aqui e tratamos ali. É um processo completo”, afirma o Sócio-Gerente.

Este modelo de produção integrada permite à Martiniano controlar todas as fases e oferecer um produto final de alta durabilidade. Grande parte da produção é feita com ferro, embora o inox tenha também relevância, sobretudo em zonas expostas ao ambiente marítimo.

## Aposta na formação da equipa

Desde o início, Jorge Martiniano traçou uma filosofia clara para construir a sua equipa: formar internamente, apostar em quem quer aprender e valorizar quem fica. “Nunca roubei trabalhadores a outras empresas. Não é a minha forma de estar. Gosto de dar oportunidade a quem está à procura de trabalho”, salienta.

A Martiniano tem vários casos de sucesso, pessoas que entram sem experiência e, ao fim de um ano, já trabalhavam com autonomia. Cada colaborador aprende ao seu ritmo e vai encontrando o





seu lugar: uns especializam-se na montagem, outros na produção, outros ainda no manuseamento de máquinas.

Essa visão formativa tem trazido resultados duradouros. Muitos dos colaboradores estão na empresa desde o primeiro ano. “A ideia é essa: manter, valorizar e crescer juntos. O mesmo se aplica aos clientes”, destaca Jorge. Para acompanhar o ritmo de crescimento, a empresa mantém a contratação aberta, sempre à procura de quem tenha vontade de aprender e fazer parte de uma estrutura sólida.

#### **Confiança e método: a base de cada projeto**

Com clientes que vão desde consumidores finais a grandes construtores, a Martiniano realiza projetos de todas as dimensões, do pequeno portão residencial à estrutura metálica de um pavilhão. Um exemplo disso é a própria ampliação das suas instalações, com 800 metros quadrados de estrutura executada internamente.

Apesar de incorporar máquinas de corte CNC (Controle Numérico Computadorizado), e processos modernos, a Martiniano não é uma indústria de série. “Aqui não há lugar para *robots* de solda. Um dia fazemos uma escada, no outro uma grade. Nada é *standard*. Tudo é feito por pessoas”, menciona o entrevistado. Essa abordagem personalizada impede a automação total – no Algarve, a procura também não o justifica – mas reforça a flexibilidade e a qualidade do produto final.

#### **Compromisso com prazos e gestão eficiente**

Na Martiniano, prometer um prazo é assumir um compromisso. Os prazos são calculados com base num cronograma de produção realista e ajustado à carga de trabalho atual. “Se temos oito semanas de espera, é isso que dizemos ao cliente. Prefiro perder uma obra a falhar um prazo. Isso mancha a confiança”, refere Jorge.

A produção é integralmente feita pela equipa da Martiniano, desde o desenho técnico à montagem final em obra. O processo é claro: após a adjudicação, o material é imediatamente adquirido, garantindo preço, *stock* e cumprimento de prazos. “Não prometemos prazos que não podemos cumprir. Prefiro perder um cliente agora e que ele volte depois, do que falhar e perdê-lo para sempre”, garante.



*Aqui não há lugar para robots de solda. Um dia fazemos uma escada, no outro uma grade. Nada é standard. Tudo é feito por pessoas*

Essa estratégia foi crucial para evitar problemas durante a pandemia e com a guerra na Ucrânia. “Nunca parámos. Nem faltou material. Trabalhamos com margem de segurança”, evidencia o fundador.

Este rigor e frontalidade é o que permite manter uma reputação sólida e clientes que confiam em cada etapa do processo.

#### **Ferro que resiste, mercado que cresce**

A Martiniano atua maioritariamente no Algarve, especialmente na zona do Barlavento. A região tem permitido à empresa crescer de forma sustentada, alicerçada em três frentes principais: construção habitacional, hotelaria e projetos industriais. “Temos muitos clientes ligados à hotelaria. Fizemos projetos grandes para novos hotéis. Também há moradias e prédios em construção”, realça.



A versatilidade do ferro, a rapidez de execução e a adaptação à estética contemporânea fazem dele um material cada vez mais presente, mesmo em arquitetura de habitação.

#### Tratar bem o material, e os outros

Com uma segunda unidade totalmente dedicada à metalização e lacagem, a empresa tornou-se também parceira de outras serralharias da região. “Recebemos material de fora. Tratamos e ajudamos essas empresas a tornarem-se mais competitivas, porque damos prazos rápidos e bom serviço”, frisa Jorge.

Esse espírito de colaboração estende-se ao modo como vê o mercado. Jorge não ignora a concorrência, mas valoriza mais o seu caminho. “Apostamos no que podemos controlar: bom trabalho, prazos sérios, relação de confiança”, indica.

*Daqui a 8 anos, espero olhar para trás e ver que mantemos os mesmos clientes, os mesmos colaboradores. Isso é sinal de que fizemos as coisas certas*

#### Trabalho com significado

Uma das obras que mais marcou Jorge Martiniano não foi para um cliente externo, mas para a própria empresa: o pavilhão metálico de 800 m<sup>2</sup> que ampliou as instalações. “Foi o nosso primeiro grande desafio estrutural. Fizemos tudo internamente. Tem um valor emocional, foi o início de uma nova fase”, conta o Sócio-Gerente.

Com orgulho, Jorge sublinha que todos os projetos têm o mesmo valor. “Tanto me importa o pequeno portão de um cliente particular como os de 1 km de gradeamento de um hotel. O que importa é fazer bem”.

#### Olhar em frente com os pés assentes

Questionado sobre o futuro, Jorge Martiniano responde com a serenidade de quem constrói para durar. O objetivo não é crescer por crescer, mas manter o que foi conquistado. “Daqui a oito anos, espero olhar para trás e ver que mantemos os mesmos clientes, os mesmos colaboradores. Isso é sinal de que fizemos as coisas certas”, conclui.

Na Martiniano, a construção é feita com ferro, mas também com valores. Valores que não se compram, não se robotizam, não se terceirizam, constroem-se dia a dia, com rigor e com humanidade. É esse o alicerce de uma empresa que, em apenas oito anos, já se tornou uma referência regional. O caminho é feito com visão, consistência e propósito. E isso, a Martiniano tem.



geral@martiniano.pt • www.martiniano.pt





*Machado da Silva, Administrador da Sociedade Concessionária*

# PORTIMÃO, UM PORTO SEGURO PARA A NÁUTICA DE RECREIO

A Marina de Portimão é hoje uma referência na náutica de recreio no sul da Europa, destacando-se não só pela sua localização estratégica, mas também pela qualidade da sua infraestrutura e serviços. Em entrevista, Machado da Silva, Administrador da sociedade concessionária, traça o percurso, os desafios e os projetos futuros da marina.

Este ano assinalam-se 25 anos desde a entrada em funcionamento oficial da marina, marcada pela aprovação do seu regulamento em 2000. O projeto foi iniciado por Eurico Correia, empresário algarvio com ligação ao setor náutico, após a sua saída da sociedade da Marina de Lagos. Viu na Praia da Rocha o local ideal para desenvolver uma nova infraestrutura, aliando espírito empreendedor a um profundo conhecimento da região e do mar. A localização na foz do rio Arade viria a revelar-se um dos grandes ativos do projeto, conferindo-lhe um enquadramento natural único.



### Crescimento com marés próprias

Desde o arranque, a marina atravessou diferentes ciclos económicos. Crises como a de 2008 e a das dívidas soberanas afetaram particularmente os proprietários de pequenas embarcações, levando a uma quebra na ocupação. “Chegámos a ter pontões vazios. As pessoas levavam os barcos para casa ou para garagens”, recorda o engenheiro.

A recuperação tem sido gradual e consistente. A pandemia teve impacto reduzido e, atualmente, a taxa de ocupação anual ronda os 80%, com especial intensidade entre maio e setembro, período em que se concentram os contratos de curta duração e os consumos.

A maioria dos postos de amarração está contratualizada por períodos de 9 meses, 1, 3 ou 5 anos, oferecendo estabilidade à operação.

### Uma marina com identidade própria

Portimão integra uma rede de marinas no Algarve, competindo diretamente com Vilamoura, Albufeira, Lagos e outras menores. Ainda assim, mantém uma identidade própria, destacando-se pela segunda maior capacidade da região, com 620 postos de amarração, e pela localização privilegiada. “Estamos mesmo na foz do Arade, com a cidade, a Praia da Rocha e Ferragudo à volta. Quem aqui está, pode sair da marina e ancorar ali ao lado, com total conforto e acesso fácil à terra”, afirma o administrador.

Este enquadramento estético e funcional, aliado à ausência de barreiras físicas entre o mar, a marina e a cidade, contribui para a experiência diferenciadora do utilizador.

### Infraestrutura de referência

Para além da amarração, a Marina de Portimão oferece uma das estruturas de estaleiro mais completas do sul da Península Ibérica. Com cerca de 40 mil m<sup>2</sup> de estacionamento, dispõe de um *travel lift* de 50 toneladas e, mais recentemente, de um outro de 300 toneladas que nos foi concessionado pela Doca Pesca. “Não há nenhuma marina entre Setúbal e Málaga com esta capacidade de alagem e estacionamento”, garante.

Cerca de 20 prestadores de serviço operam no estaleiro, cobrindo áreas como pintura, eletrónica, mecânica, velas e outros serviços técnicos. Essa diversidade traduz-se numa vantagem competitiva para os clientes: “Ao contrário de marinas onde existe um prestador único, aqui há liberdade de escolha, o que promove a concorrência e beneficia os proprietários”, reforça.

### Um destino de eleição para navegadores exigentes

Franceses, ingleses, holandeses e espanhóis figuram entre os principais utilizadores da marina, tanto em passagens de curta duração como em estadias prolongadas. “Temos muitos espanhóis que vêm da Andaluzia por uns dias, e vários europeus do Norte que fazem escala a caminho do Mediterrâneo”, explica o responsável.

Além disso, há quem venha exclusivamente para realizar manutenções. “Temos barcos de Cascais que vêm aqui porque lá não têm meios técnicos para os subir. Aqui encontram tudo”, destaca o entrevistado.



### Sustentabilidade e segurança como compromissos

A Marina de Portimão orgulha-se de manter certificações ambientais de referência, como as “cinco âncoras”, um selo de excelência que atesta o cumprimento de elevados padrões na gestão ambiental e na segurança operacional. A infraestrutura está equipada com sistemas de *pump-out* para águas contaminadas, depósitos próprios para recolha de óleos usados, baterias, sólidos e outros resíduos perigosos, todos encaminhados para tratamento por entidades certificadas. Há ainda barreiras de contenção prontas a ser ativadas em caso de derrame, e os utilizadores são regularmente sensibilizados para as boas práticas ambientais. No que toca à segurança, a marina dispõe de extintores estrategicamente colocados ao longo dos pontões, bem como equipas preparadas para uma primeira intervenção rápida em caso de emergência. Existe ainda uma ligação direta com os Bombeiros, a Polícia Marítima e a Capitania, garantindo respostas eficazes e uma vigilância contínua. “A resposta em caso de emergência é rápida.

E, em termos de segurança pública, a coordenação com as autoridades é constante”, sublinha Machado da Silva.

*Estamos mesmo na foz  
do Arade, com a cidade,  
a Praia da Rocha e  
Ferragudo à volta. Quem  
aqui está, pode sair da  
marina e ancorar ali ao  
lado, com total conforto e  
acesso fácil à terra*

### Impacto económico e integração local

Com uma faturação anual direta de cerca de seis milhões de euros, a Marina de Portimão é uma das principais entidades económicas do concelho. O número não inclui os rendimentos das empresas a operar no estaleiro. Com uma equipa de 40 colaboradores diretos e múltiplos prestadores externos, gera emprego qualificado e dinamiza o comércio e os serviços da cidade.

“A Câmara Municipal reconhece o papel estruturante da marina. Temos excelente colaboração institucional e somos vistos como um motor relevante da economia local”, afirma o administrador.

### Requalificar para atrair, fidelizar e crescer

A marina está a ser profundamente renovada. O pontão modelo já foi instalado, com materiais compósitos de menor manutenção. As torretas de energia, abastecimento de água e os pavimentos serão substituídos progressivamente. O mobiliário urbano e a sinalética também estão a ser requalificados, tal como os quiosques dos operadores marítimo-turísticos, agora uniformizados. Na Bacia Norte, estudos apontam para a necessidade de reforçar os quebra-mares.



A entrada de vaga em dias de tempestade afeta a estabilidade dos pontões e o conforto dos utilizadores. A transição de quebra-mares flutuantes para estruturas fixas permitirá melhorar a segurança e receber embarcações de maior calado.

“Outro desafio que identificámos é a revitalização da zona comercial da Bacia Sul. Reconhecemos que a área apresenta um aspeto que deverá beneficiar de uma modernização. A solução inicial não alcançou os resultados esperados, e é claro que precisamos de uma intervenção estratégica. Com o apoio de arquitetos e consultores especializados, pretendemos devolver a atratividade a esta área vital”, assume o responsável.

Apesar da ambição, os investimentos serão faseados, com prioridade para a operação principal. “Temos que andar com o passo certo. Primeiro a marina, depois os complementos”, menciona.

### Um futuro sustentado em experiência e proximidade

Com raízes familiares no Algarve – vive em Lisboa, mas mantém casa em Ferragudo – Machado da Silva garante presença regular na região. Desde o final de 2022, assumiu uma função mais executiva no Conselho de Administração, onde coordena uma equipa alinhada e participativa. Olhando para o futuro, o responsável é prudente, mas otimista: “Se o mundo ajudar e houver paz, temos tudo para continuar a crescer. A procura é real, temos capacidade e estamos comprometidos com o futuro”, conclui.

Com localização privilegiada, infraestrutura robusta, visão estratégica e compromisso ambiental, a Marina de Portimão posiciona-se como um destino de referência no Atlântico europeu, um verdadeiro porto seguro para quem vive a náutica com exigência e paixão.



# A ARTE DE RECOMEÇAR CONSTRUIR PARA VENCER

Foi entre máquinas, estaleiros e esquisos que Manuel Simão aprendeu a ver o mundo com os olhos de um construtor. Filho de empreiteiro, desde cedo soube o que era o rigor do trabalho e o peso da responsabilidade.

## As fundações do percurso

“Em tempos, o meu pai andou pela construção, mas foi pouco tempo. Naquela altura fazia-se muita auto-construção”, recorda Manuel. A curiosidade pelas ferramentas, o fascínio pelos desenhos em gabinetes de arquitetura e o gosto pela matemática e pelo traço técnico acabaram por moldar o seu destino.

Aos 18 anos, inscreveu-se num curso de Construção Civil em Lagos, que frequentou em horário pós-laboral, enquanto trabalhava durante o dia. O plano inicial era tornar-se arquiteto, mas a formação prática despertou-lhe o gosto pela execução de obra. “Durante o curso, percebi que o que me apaixonava mesmo era ver o projeto a ganhar forma no terreno”, explica Manuel.

## Dos primeiros passos à liderança no terreno

Foi contratado por uma das maiores empresas de construção do Algarve, com dezenas de trabalhadores e projetos de grande dimensão. Apesar da juventude, rapidamente se destacou. Começou por auxiliar, mas em pouco tempo já marcava moradias e liderava equipas. “No meu primeiro dia deram-me um projeto e fui marcar uma moradia. Uma semana depois, já estava a orientar fundações e a coordenar trabalhos”, relembra.

Com apenas 23 anos, foi responsável pela construção integral de um edifício com 12 lajes desniveladas no Parchal.



Manuel Simão, Fundador



*Com poucos recursos mas grande determinação, a Domus Simão aprendeu a fazer mais com menos. O foco estava em manter as pessoas, a dignidade do trabalho e a confiança nos compromissos assumidos*



“Fiz tudo: marcações, medições, acompanhamento de subempreiteiros, mapas de obra. Tinha um pequeno escritório e um computador. Era tudo muito prático e direto”. Durante sete anos acumulou experiência, liderou obras públicas e privadas, e consolidou os conhecimentos que viriam a sustentar o seu próprio projeto empresarial.

### **Um ciclo que se fechou**

A crise de 2011 abalou profundamente o setor da construção em Portugal, e Manuel Simão foi um dos muitos profissionais apanhados no turbilhão. Na altura, trabalhava como encarregado onde cresceu profissionalmente. Quando a empresa faliu, foi como perder o chão. “Naquele momento, parecia que tudo desabava. Estávamos num contexto de incerteza total”, conta o construtor.

Mas o que parecia um fim revelou-se o início de algo maior. Sete anos depois, já à frente da sua própria empresa, Manuel concretizava um momento simbólico e carregado de significado: comprava precisamente o terreno onde era a empresa em que foi colaborador. “Foi um ciclo que se fechou, com muito sacrifício, mas também com um enorme sentido de justiça”.

Essa aquisição representou um virar de página com peso emocional e estratégico. Uma espécie de redenção empresarial como se o passado, com todas as suas dificuldades, fosse agora absorvido e transformado numa nova fundação.

### **Recomeçar do zero, com os pés bem assentes na terra**

Enquanto o setor lutava por se reerguer, Manuel e a família também tiveram de recomeçar quase do zero. Entre reestruturações, sacrifícios pessoais e pagamentos honrados com rigor, a Domus Simão foi ganhando forma, passo a passo.

O apoio familiar foi essencial. O pai cedeu um apartamento, e cada investimento era feito com critério: primeiro uma máquina, depois um camião. Foi nesse cenário austero que surgiu uma oportunidade improvável: a instalação de ilhas ecológicas. “Um amigo falou-me da área. Comprei uma máquina usada e um camião velho. No primeiro mês, foram pagos”.

Durante os anos seguintes, a empresa instalou centenas de ilhas ecológicas em várias zonas do país, garantindo estabilidade financeira até o setor voltar a respirar. “Essas obras deram-nos o oxigénio de que precisávamos. Permitiram-nos manter equipas, criar estrutura e ganhar tempo para reorganizar tudo”.

Este período foi essencial para sedimentar uma cultura de resiliência dentro da empresa. Com poucos recursos mas grande determinação, a Domus Simão aprendeu a fazer mais com menos. O foco estava em manter as pessoas, a dignidade do trabalho e a confiança nos compromissos assumidos.

Ao mesmo tempo, Manuel aproveitou para aprofundar o conhecimento técnico e administrativo, estudando novas exigências legais e acompanhando de perto as alterações no mercado. A aposta em



*Investir em novas tecnologias, métodos de construção mais eficientes e materiais eco-friendly faz parte da estratégia para acompanhar as exigências atuais do mercado e as expectativas dos clientes, cada vez mais conscientes e exigentes*

organização interna, documentação rigorosa e planeamento de obra começou aí não por luxo, mas por necessidade. “Tudo tinha de estar contado ao cêntimo. Não havia margem para erros”, confessa Manuel.

O sucesso nas ilhas ecológicas acabou por funcionar como uma ponte: permitiu consolidar meios, criar uma equipa de confiança e preparar o regresso em força ao setor habitacional e público. Mais do que uma solução temporária, foi uma base de crescimento.

#### **Um presente sólido, um futuro ambicioso**

Hoje, a Domus Simão distingue-se pela competência na execução de moradias, edifícios e obras públicas, com foco na qualidade, organização e proximidade ao cliente. O que começou como um

sonho individual, feito de riscos no papel e aprendizagens no terreno, é agora uma empresa respeitada, pronta para crescer.

Com sede no Algarve e raízes fundas no território, a Domus Simão continua a expandir a sua presença, mantendo-se fiel aos valores que a viram nascer: trabalho sério, paixão pela construção e compromisso com o futuro. A aposta na inovação e na sustentabilidade tem sido outro pilar fundamental no desenvolvimento da empresa. Investir em novas tecnologias, métodos de construção mais eficientes e materiais *eco-friendly* faz parte da estratégia para acompanhar as exigências atuais do mercado e as expectativas dos clientes, cada vez mais conscientes e exigentes.

Paralelamente, o foco na formação contínua da equipa é um compromisso que Manuel Simão valoriza intensamente. Acredita que a qualificação dos colaboradores é a base para garantir excelência, segurança e inovação em cada obra. Por isso, promove regularmente ações de capacitação técnica, atualização normativa e desenvolvimento pessoal, fomentando um ambiente de trabalho motivador e colaborativo. Além das obras em curso no Algarve, a empresa prepara-se para explorar novos mercados e desafios, com projetos que incluem desde reabilitações urbanas até empreendimentos residenciais e infraestruturas públicas. Este crescimento sustentado reflete a capacidade de adaptação e visão estratégica que acompanham a Domus Simão desde o seu início.

O futuro passa também pela aproximação ainda maior aos clientes, parceiros e comunidade local. Manuel acredita que construir vai muito além do tijolo e do cimento é uma missão de criar espaços que transformam vidas e promovem bem-estar. Por isso, cada projeto é tratado com atenção personalizada e respeito pelas necessidades específicas de quem vai viver ou trabalhar naquele espaço.

Com a confiança conquistada ao longo dos anos, a Domus Simão olha para o horizonte com ambição e responsabilidade, pronta para continuar a escrever uma história de sucesso e de contribuição relevante para o desenvolvimento regional.

A história da Domus Simão prova que, em construção como na vida, o sucesso nasce da combinação entre paixão, perseverança e uma visão clara do futuro. Manuel Simão soube transformar adversidades em oportunidades, construindo uma empresa que ergue edifícios e também fortalece comunidades e gera confiança.

Com os pés firmes no presente e os olhos postos no horizonte, a Domus Simão reafirma o seu compromisso com a qualidade, a inovação e a ética. É assim que, tijolo a tijolo, se edifica um legado sólido feito para durar, crescer e inspirar.



963 035 707 (chamada para rede móvel nacional)

**Urbanização da Hortinha, Lote II 12,  
Loja G 8400-276 Ferragudo**

VITORS PLAZA • ALVOR | VITORS VILLAGE • FERRAGUDO



# VITORS

HOTELS & APARTMENTS

*The only place like home*



**vitors\_village**

vitors\_village Descubra as nossas Suítes Sunset, design elegante e vistas privilegiadas para momentos inesquecíveis.

reservas@vitorsvillage.pt  
+351 282 450 010



**vitorsplaza**

vitorsplaza Piscinas, atividades e boa energia – o Vitors Plaza é o cenário perfeito para memórias em família.

reservas@vitorsplaza.pt  
+351 282 470 200



www.vitors.pt

# GRUPO VITORS: HOSPITALIDADE COM ALMA NO ALGARVE

Dois empreendimentos turísticos consolidados, uma nova unidade prestes a nascer e uma filosofia de gestão centrada nas pessoas. É assim que o Grupo Vitors, fundado há quase três décadas, tem vindo a cimentar a sua presença no Algarve, com uma proposta de hospitalidade discreta, eficaz e em constante evolução, assumindo-se como um caso de sucesso empresarial, como nos conta em entrevista, a Diretora Executiva, Lubélia Andrés.



Lubélia Andrés, Diretora Executiva

A génese do grupo remonta à visão empreendedora de Vítor Cardoso, patriarca da família e fundador da primeira empresa, dedicada à construção e promoção imobiliária. Mais tarde, e com o impulso da carpintaria e da experiência acumulada no setor da construção civil, o empresário identificaria no turismo uma nova área de aposta. Nasce assim o Grupo Vitors, hoje liderado por Carlos Cardoso, atual CEO e responsável por uma estrutura que continua a crescer.

Foi em 1999, que o grupo inaugurou o seu primeiro espaço turístico: o Vitors Plaza, em Portimão. A unidade foi, inicialmente, idealizada para venda de apartamentos, mas rapidamente evoluiu para exploração turística, impulsionada pelo potencial que o mercado revelava. O sucesso foi imediato. Situado numa zona privilegiada, entre Portimão, Alvor e a Praia da Rocha, o Vitors Plaza oferece perto de 100 apartamentos, distribuídos por cinco blocos e servidos por um leque alargado de infraestruturas.

Com uma forte vocação para o turismo familiar, o empreendimento dispõe de três piscinas, restaurante, bar, campos de ténis e multides-

portos, minigolfe, ginásio, sala de jogos, programas de animação e outras valências que permitem aos hóspedes permanecer no recinto com conforto e autonomia. Ocupando dois hectares, o espaço foi pensado para promover uma experiência de lazer integrada, onde a segurança, a tranquilidade e a comodidade são palavras de ordem.

## Uma proposta diferente: o Vitors Village

Em 2008, o grupo inauguraria a sua segunda unidade turística: o Vitors Village. Localizado em Ferragudo, mas com uma orientação distinta, este projeto aposta num conceito mais sereno e sofisticado, voltado para casais e hóspedes que procuram tranquilidade e descanso.

Com 100 apartamentos T1, 6 quartos duplos e 10 suítes, esta unidade distingue-se pela sua configuração arquitetónica mais discreta e pela oferta de serviços ajustada a um turismo de contemplação e bem-estar. Inclui piscinas, restaurante, bar, ginásio e receção 24 horas. A filosofia por trás do Vitors Village é clara: proporcionar um ambiente acolhedor, elegante e funcional, sem ostentação, mas com atenção minuciosa ao detalhe e ao conforto do cliente.

## O segredo está nas pessoas

Mais do que quartos confortáveis e boa localização, o Vitors Village aposta na criação de um ambiente onde os hóspedes se sentem genuinamente acolhidos. Lubélia Andrés destaca a segurança, o clima e a alimentação como fatores essenciais, mas sublinha que é a dimensão humana que faz a diferença. “A preocupação genuína com o hóspede e o calor humano fazem parte do nosso ADN”, afirma.

No Vitors Village, cada colaborador é orientado para construir relações de confiança com os hóspedes. A empatia, a escuta ativa e a capacidade de antecipar necessidades são competências fundamentais na filosofia da casa. “O atendimento começa com um sorriso, mas vai muito além disso. Queremos que cada pessoa se sinta em casa, mesmo estando longe dela”, acrescenta Lubélia. A espiritualidade, a empatia e a simpatia na receção são qualidades valorizadas e cultivadas no dia a dia, criando uma ligação emocional que muitos turistas não encontram noutros destinos. Essa atmosfera única gera o que a diretora chama de “memória afetiva do lugar”, uma impressão positiva que perdura no tempo e que leva os visitantes a querer regressar. Para além dos momentos de lazer, muitos hóspedes procuram no Vitors Village um espaço de descanso emocional, onde possam desligar-se da pressão do quotidiano. A atenção ao bem-estar integral – físico, mental e emocional – está presente na forma como são pensados os espaços comuns, na forma como a equipa interage com os visitantes e até nos pequenos gestos que surpreendem quem entra pela primeira vez. Este cuidado estende-se também à relação interna entre colaboradores, num ambiente de trabalho baseado na confiança, no

respeito mútuo e no reconhecimento do valor individual de cada elemento da equipa. “Só conseguimos cuidar bem dos outros quando cuidamos bem uns dos outros. A energia positiva começa dentro de portas”, defende Lubélia. É esta cultura organizacional, construída com consistência ao longo dos anos, que sustenta o sucesso duradouro do Vitors Village – um projeto hoteleiro que se distingue não apenas pelos seus serviços, mas, sobretudo, pelas pessoas que os prestam.

### **Feedback como motor de evolução**

Na era digital, cada opinião conta. E no Vitors Village, todas são lidas, respondidas e levadas em consideração. Lubélia revela que a equipa acompanha atentamente avaliações no *Google*, *TripAdvisor*, *Booking* e *Facebook*, tratando-as como oportunidades de melhoria contínua. “Não deixamos nenhum comentário sem resposta. Cada opinião é uma oportunidade para entender melhor as necessidades dos nossos hóspedes”, afirma Lubélia.

Assumir críticas com humildade e vontade de melhorar tornou-se parte da cultura da empresa, permitindo antecipar tendências, corrigir falhas e reforçar a relação com o cliente.

### **Atendimento personalizado: o fator que fideliza**

Desde o *check-in* até à despedida, o objetivo é claro: que cada cliente se sinta especial. Lubélia destaca a importância de um atendimento próximo, atento e empático, sobretudo quando surgem imprevistos. “Se o cliente se sente ouvido e respeitado, está mais disponível para dialogar e aceitar soluções.” Esse cuidado resulta numa fidelização rara, muitos hóspedes regressam todos os anos, alguns há mais de duas décadas, trazendo filhos e netos. “É o maior reconhecimento do nosso trabalho”, partilha com orgulho.

### **Prémios que reforçam a excelência**

Ao longo dos anos, o Vitors Village tem sido distinguido por entidades como a TUI, *TripAdvisor* e *Booking*, através dos seus *Review Awards*. Estes galardões são, para a diretora, uma validação do trabalho diário da equipa e uma motivação extra para continuar a elevar os padrões. “Cada prémio é uma inspiração para inovar e surpreender os nossos clientes”.



### **Sazonalidade e sustentabilidade: os desafios do presente**

Situado numa região com forte variação turística ao longo do ano, o Vitors enfrenta o desafio da sazonalidade – sobretudo na gestão de recursos humanos. Paralelamente, a sustentabilidade tornou-se uma prioridade estratégica. “A eficiência energética e hídrica são áreas em que temos metas rigorosas. Sabemos que o futuro da hotelaria passa por aqui”. Lubélia reconhece que estas mudanças exigem investimento, mas considera-as indispensáveis para manter a competitividade e a responsabilidade ambiental.

### **A importância do digital na relação com o cliente**

Hoje, muitos hóspedes chegam ao hotel já com uma imagem formada, fruto das redes sociais e plataformas *online*. Para o Vitors Village, essa realidade representa uma oportunidade de criar um vínculo ainda antes da chegada. “Muitas vezes, os clientes entram em contacto connosco previamente pelas redes sociais, o que permite personalizar o atendimento desde o primeiro momento”, explica.

### **Onde cada detalhe conta**

Para quem procura férias com conforto, atenção e alma algarvia, o Vitors Village continua a ser uma aposta segura. “Estamos empenhados em proporcionar as melhores férias de sempre, momentos inesquecíveis, com um serviço atento e uma receção calorosa”, assegura Lubélia Andrés. O segredo do sucesso? Um equilíbrio entre exigência e empatia, inovação e tradição, estrutura e coração. E sobretudo, uma equipa que acredita que cada hóspede merece mais do que uma estadia merece uma experiência memorável.

### **Novos horizontes: Vitors Emotions**

Em setembro de 2025, o grupo dá um novo passo na diversificação da sua oferta com o arranque do Vitors Emotions, um hotel de quatro estrelas na Praia do Vau. Com 80 quartos, incluindo uma *suite*, o projeto aposta num conceito sensorial e orgânico, privilegiando o uso de materiais naturais, linhas simples e uma decoração elegante. Terá um lago artificial, *rooftop* com vista mar e uma atmosfera pensada para o conforto e o bem-estar. O novo empreendimento reforça o posicionamento do grupo num segmento de turismo tranquilo e sofisticado, ao mesmo tempo que amplia o portefólio com uma proposta diferenciadora, mais próxima da natureza e das tendências contemporâneas de *design* e sustentabilidade.



# EPIC FITNESS: DISCIPLINA, PAIXÃO E TRANSFORMAÇÃO

João e Carla Araújo fundaram o Epic Fitness, um ginásio de 3.000 m<sup>2</sup> que combina treino funcional, modalidades inovadoras e tecnologia avançada. Mais do que um espaço de exercício, é um ponto de encontro para todas as idades, promovendo saúde, comunidade e inovação. A história reflete dedicação, visão empreendedora e a transformação da paixão pelo *fitness* numa empresa sólida e inspiradora.

O Epic Fitness, atualmente um dos espaços de referência em desporto e musculação, nasceu de uma história de disciplina, resiliência e visão estratégica. Antes de se tornar o projeto que hoje conhecemos, tudo começou com um pequeno ginásio chamado Amarílis, inaugurado em 2011 na Praia da Rocha, em Portimão. Os fundadores, ambos ex-militares, decidiram unir forças para criar algo próprio.

A experiência militar moldou profundamente a forma como encaram o negócio. “Tudo o que trazemos das Forças Armadas está relacionado com a missão. Não importa o caminho ou a hora, o importante é cumprir o objetivo. A nossa missão é proporcionar aos clientes o melhor espaço e serviço de atividade física possível”, explica Carla. A disciplina, pontualidade e resiliência aprendidas no serviço militar foram determinantes para enfrentar os desafios iniciais e os obstáculos que surgiram mais tarde, como a pandemia.

O Ginásio Amarílis foi crescendo aos poucos, permitindo ampliações graduais e a diversificação de atividades, desde mus-

culação até festas de aniversário para crianças. Mas o objetivo sempre foi criar um espaço único, estável, que pudesse garantir o futuro da equipa e dos colaboradores. Essa oportunidade surgiu em 2019, quando compraram um antigo armazém e iniciaram a transformação que se tornaria o Epic Fitness.

Hoje, o Epic Fitness não é apenas um ginásio. É a materialização de uma missão onde disciplina, compromisso e trabalho árduo se transformaram em resultados tangíveis para a comunidade local.

*Queremos que quem entra no Epic Fitness sinta que está a ser acompanhado por alguém que gosta verdadeiramente do que faz e que transmite essa energia positiva*

## Um conceito *all inclusive*

Aberto em 2021, o Epic Fitness nasceu da vontade de criar um ginásio diferente. Com um modelo inclusivo, os sócios têm acesso a todas as modalidades e equipamentos por uma única mensalidade. “Queremos que as pessoas sintam que aqui têm tudo, sem limitações e sempre com qualidade”, explica João Araújo.

A aposta na diversidade foi clara desde o primeiro dia: treino funcional, *crossFit*, aulas de grupo, hidroginástica e programas personalizados. Um espaço pensado para jovens, adultos e seniores, onde a saúde física se cruza com o bem-estar social. “O ginásio tem sempre uma parte social. As pessoas precisam de se motivar juntas, não sozinhas”, acrescenta Carla Araújo.

Mas o Epic Fitness vai além do treino: é também um centro de inovação e formação contínua. Cada instrutor é qualificado e tem certificação internacional, e quase todos começaram como estagiários, crescendo dentro da própria cultura do ginásio. “Todos os futuros diretores vão começar connosco desde baixo”, sublinha João. Esta filosofia, baseada no mérito e na evolução interna, moldou uma equipa de excelência, que hoje inclui mais de 55 colaboradores especializados.



João e Carla Araújo, Fundadores e CEO's



A digitalização e a tecnologia também fazem parte do modelo. “Temos uma aplicação que permite aulas em casa, *tracking* de treino, gamificação e *ranking* de *performance*. É um complemento, mas o contacto humano continua a ser insubstituível”, explica Carla.

A inovação está presente em cada detalhe, desde a integração de diversas *apps* de *fitness* até ao lançamento do *podcast*, que aproxima clientes, instrutores e a comunidade ao contar histórias de treino e superação. O ginásio tornou-se assim um ponto de encontro para quem procura resultados, motivação e ligação social, combinando saúde, tecnologia e experiências únicas. “Não é apenas fazer exercício, é sentir-se parte de algo maior”, conclui João.

Para o Epic Fitness, a inovação digital não substitui o treino presencial, mas complementa-o. “Durante a pandemia, percebemos que treinar em casa era possível, mas a motivação diminuiu”.

Mas a presença digital vai além do treino. As redes sociais funcionam como extensão natural da comunidade, permitindo partilhar conquistas, celebrar histórias de superação e manter os clientes ligados mesmo quando estão longe. O *podcast* veio reforçar essa proximidade: instrutores, sócios e convidados especiais partilham experiências reais, criando uma rede de inspiração que vai muito além do espaço físico.

### Serviços voltados para o bem-estar e *performance*

O Epic Fitness distingue-se pela oferta completa e sofisticada de serviços voltados para o bem-estar e a *performance*. A infraestrutura inclui uma ampla sala de musculação, sauna, banho turco, sala de espelhos e crioterapia, aliados a uma moderna piscina interior aquecida. Para o treino funcional, disponibiliza um espaço dedicado de *crossfit* e modalidades de alta intensidade como o Hyrox. São mais de 200 equipamentos distribuídos entre a sala de musculação e cardio, além de três estúdios de aulas, preparados para diferentes práticas coletivas. Complementando a experiência, oferece ainda parque de estacionamento privado, assegurando praticidade e conforto a todos os seus membros.

### Uma equipa que cresce de dentro

A força do Epic Fitness está nas instalações modernas e na tecnologia de ponta, mas sobretudo nas pessoas. Desde o primeiro dia, João e Carla quiseram criar não apenas uma equipa de trabalho, mas uma verdadeira família profissional. “Alguns estão connosco desde o início. É graças a eles que a empresa cresce”, sublinha Carla, com orgulho.

Hoje, a diversidade da equipa é um dos grandes trunfos da empresa. Licenciados em Educação Física, técnicos especializados em exercício físico, qualificados em treino funcional e hidroginástica, instrutores de modalidades de grupo, rececionistas, profissionais de manutenção, limpeza, *marketing* e recursos humanos formam um verdadeiro ecossistema completo, que permite ao ginásio funcionar de forma integrada e com elevado padrão de qualidade.

Mais do que contratar profissionais prontos, João e Carla optaram por formar dentro de portas, moldando cada colaborador à cultura da empresa. Essa aposta exige tempo e dedicação, mas tem trazido resultados sólidos. “No início dá mais trabalho, mas os frutos são enormes: temos pessoas que vestem a camisola, que acreditam no projeto e que crescem connosco”, reforça Carla. O espírito de equipa é visível no dia a dia, tanto entre colaboradores como na relação com



Equipa do Epic Fitness

os sócios. “Queremos que quem entra no Epic Fitness sinta que está a ser acompanhado por alguém que gosta verdadeiramente do que faz e que transmite essa energia positiva. A nossa equipa não está aqui apenas para cumprir funções, mas para inspirar”, conclui João.



### Epic Fitness apoia causas sociais

O Epic Fitness, conhecido pelo incentivo ao desporto e ao bem-estar, tem vindo a reforçar o seu compromisso com a comunidade de Portimão através de diversas ações sociais.

Entre os projetos realizados, destaca-se a criação de uma sala sensorial na escola Coca-Maravilhas, destinada a crianças com dificuldades de aprendizagem e limitações físicas. Colaboradores do Epic Fitness participaram ativamente na adaptação do espaço, incluindo a instalação de equipamentos de estímulo sensorial.

A empresa mantém também uma relação próxima com a Associação de Bombeiros de Portimão, apoiando-os financeiramente através de campanhas de angariação de fundos e disponibilizando o ginásio para a equipa de serviço diário. Outras iniciativas incluem limpezas de praias em parceria com associações locais e campanhas de solidariedade para apoiar profissionais da comunidade afetados por problemas de saúde ou acidentes. O casal considera que se cada um de nós fizesse a sua parte, o mundo estaria melhor. “Se todos contribuíssemos para aquilo que realmente faz falta, o mundo seria um lugar mais justo. Vemos a sociedade como uma grande família. Se podemos ajudar um pouco, ajudamos. Todos os anos, por exemplo, fazemos doações à UNICEF. Não temos filhos biológicos, mas temos

os filhos do mundo. E é por eles que também procuramos cuidar”.

Para João e Carla, estas ações refletem o compromisso da empresa em valorizar a comunidade local, promover a inclusão e criar um espírito de união e solidariedade, mostrando que as empresas podem caminhar lado a lado com projetos de apoio social.

### Hyrox: a inovação que traz fôlego

O Epic é o pioneiro na introdução do Hyrox, uma modalidade que combina corrida e treino funcional em provas internacionais. “A primeira vez que ouvimos falar foi em outubro de 2024. Não tínhamos a mínima ideia do que era, mas depois pesquisamos e ficamos fascinados”, recorda João.

O Hyrox trouxe uma nova motivação para os fundadores e para os clientes: oito quilómetros de corrida intercalados com oito exercícios funcionais, numa prova que mistura competição, desafio pessoal e viagens. “É uma lufada de ar fresco. Fazes exercícios e ainda podes competir em provas internacionais, lado a lado com campeões mundiais”, explica Carla.

A modalidade tem cativado os sócios do Epic Fitness: A participação de João e Carla em competições em Turim, Miami ou Abu Dhabi, entre outras, tornou-se parte do ethos do ginásio. “O facto de participarmos individualmente inspira outros a quererem tentar também. Já temos vários inscritos em provas internacionais, nomeadamente, em Madrid, Birmingham e Hamburgo. O Hyrox é a melhor parte, é um pretexto para treinar, viajar e socializar”, afirma João.

### Construir do zero: o orgulho de uma jornada

O que mais enche o peito de João e Carla não são só os resultados de treino ou a expansão do ginásio. É a construção de tudo do zero, sem sócios ou apoios externos. “Os primeiros dois anos não conseguimos tirar ordenado nenhum. Investimos tudo, e nem sabíamos se ia dar certo. Mas nunca foi pelo dinheiro, foi pela paixão e pela visão”, explica Carla. Hoje, gerem um ginásio sólido, com 55 colaboradores, contas equilibradas e uma comunidade fiel – prova disso é a distinção do Epic Fitness como PME Líder pelo IAPMEI, estatuto que reconhece o mérito das pequenas e médias empresas com desempenhos económico-financeiros de excelência, solidez e capacidade competitiva. “Ver os nossos colaboradores crescerem, os clientes motivados e o ginásio a prosperar é o maior orgulho. E claro, conhecer-me a mim mesmo e à Carla ao longo desta jornada é o melhor prémio”, conclui João.

No horizonte, a ambição mantém-se clara: continuar a crescer de forma sustentável, sem nunca perder a essência de proximidade e qualidade que distingue o Epic Fitness. Como os fundadores sublinham, “o nosso objetivo nunca foi ter apenas um ginásio. Foi sempre criar algo com alma, que faça a diferença na vida das pessoas”.

# GARVETUR

PROPERTIES & HOLIDAYS



As melhores opções para as suas férias  
*The best options for your holidays*

T. 00351 289 381 551

[reservas@garvetur.pt](mailto:reservas@garvetur.pt)



# TOP CONSTALL: EXCELÊNCIA E CONFIANÇA NA CONSTRUÇÃO

Do gelo da Sibéria ao sol do Algarve, Alex Savelyev construiu uma trajetória marcada por fé, resiliência e visão empreendedora. Hoje, à frente da Top Constall, referência em construção e pintura de fachadas, partilha a administração da empresa com o filho, Mychaylo Savelyev, consolidando uma história de confiança, rigor e inovação. Em entrevista, Alex revela a filosofia de trabalho que fez da empresa sinónimo de qualidade e confiança no mercado português.

## Da Sibéria a Portugal: a viagem improvável de Alex

Alex Savelyev nasceu na Sibéria, em plena União Soviética. Ainda adolescente, aos 14 anos, mudou-se para a Crimeia, onde vivia a sua irmã mais velha. O clima ameno e a proximidade do mar, lembra, aproximavam-se do que mais tarde viria a encontrar em Portugal. Foi aí que terminou a escola e, já em Kiev, tentou ingressar na universidade de filosofia.

Mas uma conversa mudou o rumo da sua vida: um professor avisou-o de que, no sistema soviético, estudar filosofia significaria passar a vida inteira a reproduzir mentiras impostas pelo regime. Desencorajado, Alex optou por outro caminho e licenciou-se em Engenharia de Produtos Alimentares, especializado em leite e derivados. Durante os estudos, conheceu a mulher com quem se casaria e teria um filho. O casal acabou por se fixar em Tchernivtsi, no oeste da Ucrânia, uma cidade de tradição multicultural, marcada pela herança austro-húngara e por uma forte presença judaica.

Foi lá que Alex começou a trabalhar como engenheiro numa fábrica de lacticínios. A unidade processava diariamente centenas de toneladas de leite e parecia garantir futuro. Mas com o colapso da União Soviética, a estrutura desmoronou: cooperativas agrícolas desapareceram, os salários reduziram-se a meros dólares por dia e a instabilidade económica tomou conta do país.

Perante a crise, Alex procurou novos caminhos. Homem de fé, diz ter encontrado resposta nas orações. Recorda um episódio singular: durante uma reunião religiosa, uma mulher afirmou ter tido uma visão onde o nome “Portugal” surgia escrito em letras de luz. Até então, Alex pouco sabia sobre o país. O nome que lhe vinha à memória era o de Álvaro Cunhal, figura do comunismo português, e a lembrança das conservas de sardinha que experimentara em tempos de estudante. Em 2001, sem falar a língua e sem conhecer ninguém, decidiu arriscar. Chegou ao Algarve com uma mala pequena e, logo no dia seguinte, começou a trabalhar na construção civil. Dormiu em garagens improvisadas, partilhou espaços exíguos com outros imigrantes e enfrentou as dificuldades típicas de quem chega sem rede de apoio. Ainda assim, manteve-se firme.

Pouco a pouco, especializou-se em pintura. “Pintar parecia-me o trabalho dos mais pobres, mas percebi que era uma arte com futuro e menos dura do que levantar paredes”, recorda. Ganhou



Mychaylo Savelyev e Alex Savelyev, Administradores

experiência, começou a ter os seus próprios clientes e, mais tarde, a formar pequenas equipas.

O salto maior aconteceu em 2019, quando fundou oficialmente a Top Constall, empresa que se distinguiu pela pintura de fachadas de edifícios em altura, um segmento pouco explorado e que exige rigor técnico. Para isso, Alex investiu na importação de equipamentos especializados como plataformas elevatórias, arriscando as poupanças e enfrentando a burocracia da alfândega. “Foi um risco enorme, mas sem risco não há caminho”, afirma.

Hoje, a Top Constall emprega dezenas de pessoas e diversificou serviços: da manutenção de vivendas à recuperação integral de apartamentos, passando pela reparação de piscinas e terraços. Ainda assim, a pintura continua a ser a marca identitária. Alex acredita que a qualidade e a ética são os pilares do crescimento. “Sigo a regra de ouro: fazer aos outros o que gostaria que me fizessem a mim. Muitas vezes, uso materiais melhores sem cobrar ao cliente. Prefiro perder na margem, mas ganhar confiança”.



Piscina - Quinta de São Pedro, Lote 31



Terraços Torre I e Torre G

### Qualidade e confiança na construção em Portugal

Com mais de cinco anos de experiência no setor, a Top Constall consolidou-se como uma das empresas de referência na construção em Portugal. Reconhecida pela versatilidade e pelo rigor, a empresa já concluiu mais de 60 projetos, contando com a confiança de mais de uma centena de clientes e o apoio de 15 fornecedores parceiros.

A aposta em técnicas modernas, materiais duráveis e mão de obra qualificada é a base do sucesso. A equipa, composta por profissionais experientes, assegura soluções personalizadas que vão da construção e reabilitação de fachadas ao isolamento de terraços, passando por pintura, manutenção e remodelações diversas.

“Trabalhamos para garantir que cada cliente fique totalmente satisfeito”, resume o administrador da empresa, que coloca a qualidade, eficiência e compromisso com o cliente como pilares da sua atuação. Ao longo dos anos, a Top Constall tem-se distinguido pela capacidade de adaptação a projetos de diferentes dimensões e complexidades, sempre com foco em resultados duradouros. É este

posicionamento que tem permitido à empresa conquistar espaço no competitivo mercado da construção no Algarve e afirmar-se como sinónimo de confiança e profissionalismo.

### A luta contra fraudes e a construção de confiança

Alex conta que a sua empresa já passou por situações delicadas ligadas à gestão de condomínios. Relata que, em certa ocasião, descobriu que uma quantia avultada tinham desaparecido de uma conta bancária, valores que deveriam ser usados para obras em edifícios. O caso arrastou-se durante meses, até que uma nova administração assumiu e a verdade veio à tona: havia um esquema de desvio sistemático de verbas. Estas situações provocam um sentimento de revolta que se mistura com um sentido de missão: proteger os condóminos, muitos deles idosos, de práticas abusivas. “É preciso abraçar os velhotes, tomar café com eles, ouvir as suas histórias. Não se pode deixar que lhes roubem as economias de uma vida”.

Apesar de tudo, como nos diz Alex, tudo isso veio reforçar o nosso compromisso em trabalhar com confiança. A experiência moldou o modo como gere a Top Constall: cada contrato é acompanhado de perto, com engenheiros a fiscalizar etapas, e todos os custos são registados. “Aprendi da maneira mais dura. No início, fui inocente: pensei que comigo não aconteceria. Mas Deus ajudou-me e consegui levantar-me de novo. Hoje sabemos como prevenir. Temos de controlar tudo”.

### Entre provações e fé: a força que sustenta o construtor

Ao olhar para trás, Alex reconhece que a sua trajetória foi feita de quedas, sacrifícios e superações. As experiências de privação aproximaram-no da fé. O construtor diz que teve momentos de revolta com Deus, mas também de revelação. Ao visitar hospitais e centros de acolhimento, onde encontrou doentes terminais e pessoas amputadas, compreendeu o que chama de “verdadeira riqueza”: saúde, pernas, braços, olhos. “Posso não ter dinheiro, mas sou rico porque tenho vida e inteligência”, afirma.

Hoje, prestes a pensar na reforma, vê a caminhada como uma prova superada. “Foi Deus que me sustentou. Lutámos muito, mas ficámos mais fortes. Estou preparado para tudo”, diz.

A história de Alex mistura fé, resiliência e espírito empreendedor. Do colapso soviético ao renascimento em terras algarvias, construiu uma vida nova sobre andaimes e pincéis. Hoje, ao olhar para trás, diz apenas: “Deus mostrou-me Portugal. E eu segui”.

Ao falar da sua integração em Portugal, Alex faz questão de deixar uma palavra de gratidão. Reconhece que, apesar das dificuldades próprias da imigração, nunca sentiu discriminação ou rejeição. “Portugal recebeu-me de braços abertos. Sempre fui tratado com respeito e dignidade. Aqui construí não só uma empresa, mas também uma vida nova para a minha família. Sinto-me em casa e por isso agradeço profundamente ao povo português”, afirma.

Para Alex, essa caminhada só foi possível, porque a fé o sustentou em cada passo – acredita, dizendo “Jesus Cristo, meu bom Pastor, mostrou-me este caminho”.

# O CAMPING ALGARVIO QUE REINVENTOU AS FÉRIAS EM PORTUGAL



Agnès (ao centro) com os pais, Ana e Pierre



Aberto o ano todo e distinguido seis vezes consecutivas pela ADAC com o prémio SUPER PLATZ, o Yelloh! Village Turiscampo Algarve, em Lagos, afirma-se como o *camping* de excelência. Para Pierre, Ana e Agnès, responsáveis pelo projeto, o segredo do sucesso está na dedicação das equipas e na confiança dos clientes, muitos deles já parte da família Turiscampo.

No coração do Algarve, às portas de Lagos, nasceu há mais de duas décadas um conceito que reinventou o campismo em Portugal. O Turiscampo Yelloh! Village não é apenas um parque de campismo tradicional, nem tampouco um hotel clássico. É, como o definem os seus responsáveis, um “hotel horizontal ao ar livre”: um espaço onde se respira a liberdade do campismo, mas com a sofisticação e os serviços de uma unidade de quatro estrelas.

Com uma lotação de 1.500 pessoas e uma área de oito hectares, o Turiscampo aposta na ideia de que férias em família ou em casal devem equilibrar animação e descanso. Durante o verão, a programação cultural é renovada de quinze em quinze dias para garantir novidade e impacto. Espetáculos, atividades na piscina, clubes dedicados a bebés e crianças e um *spa* de inspiração hoteleira fazem parte da oferta. Ao mesmo tempo, a regra do silêncio a partir das 23 horas preserva o descanso de quem procura tranquilidade.

O conceito acompanha as tendências do setor. Os alojamentos vão do *glamping* a *mobilhomes* personalizados – muitos deles equipados com *jacuzzi* ou piscinas aquecidas privadas – e refletem a filosofia da empresa: oferecer espaço, privacidade, conforto e natureza. A gastronomia, outro pilar, valoriza os produtos locais, com restaurante e *bistrô* abertos todo o ano, dando expressão à identidade portuguesa.

Reconhecido internacionalmente, o Turiscampo foi o primeiro parque de campismo em Portugal a conquistar a distinção máxima do ADAC, o maior clube automóvel alemão, equivalente às “estrelas *Michelin*” do setor. Mas, mais do que prémios, são os sorrisos e a



fidelidade dos clientes – muitos que regressam ano após ano – o que dá sentido ao trabalho da equipa. Uma equipa estável, multicultural e profundamente enraizada no projeto, em que mais de metade dos colaboradores permanentes trabalham há mais de uma década.

Para Agnes, esse é o segredo: tratar cada colaborador como parte da família e cada visitante como convidado. “Não vendemos apenas alojamentos. Vendemos momentos, experiências e recordações”, sublinha. É esta filosofia que faz da Turiscampo não só um destino de férias, mas também um caso exemplar de turismo sustentável, inovador e humano em Portugal.

### **Num mercado cada vez mais competitivo, o que diferencia verdadeiramente a Turiscampo de outros parques de campismo e resorts no Algarve?**

A Turiscampo oferece um produto diferenciado: é um *camping* com infraestruturas modernas, incluindo parcelas com balneário individual, que pode ser disfrutado durante todo o ano uma vez que todos os serviços se mantêm abertos. A nossa piscina coberta e aquecida é ideal para qualquer altura do ano. Há sempre um programa de atividades lúdicas disponível em oferta para os adultos e durante as suas férias escolares as crianças podem contar também com o seu próprio programa de atividades.

### **Como têm acompanhado as novas tendências do turismo, como o aumento da procura por estadias sustentáveis e experiências personalizadas? Apostam em parcerias com operadores turísticos, empresas locais ou eventos para reforçar a oferta?**

Temos várias parcerias locais e estamos sempre abertos a novas propostas. Procuramos dar a conhecer aos nossos clientes a riqueza da região, a sua cultura e a sua história. Promovemos operadores locais que organizam passeios, tanto marítimos como terrestres, e divulgamos produtos regionais, desde o artesanato à gastronomia. O próprio *camping* organiza, durante o Inverno, excursões com os clientes a locais de interesse, como a histórica cidade de Lagos (incluindo uma visita ao seu magnífico museu), a fortaleza de Sagres e várias aldeias piscatórias nas redondezas, como Luz, Burgau e Salema. Já organizámos no *camping* – e esperamos continuar a fazê-lo – provas de degustação e promoção de vinhos do Algarve, conservas tradicionais e outros produtos locais. Além disso, promovemos visitas ao mercado municipal de Lagos, permitindo aos nossos clientes o contacto direto com alimentos frescos e produtos de pequenos produtores tradicionais. A nossa parceria com o CDP – Associação de Caravanismo de Portugal – também tem sido fundamental. Partilhámos muitos momentos ao longo dos anos, sempre contando com o seu apoio e com os valiosos conselhos que nos inspiram nas ideias e nos incentivam a avançar com novos investimentos.

### **Quantas pessoas compõem a vossa equipa e que perfis profissionais são mais essenciais para a operação?**

Este ano contámos com 82 colaboradores durante o Inverno e 119 no Verão. O que mais valorizamos nas pessoas que escolhemos para trabalharem connosco é a sua dedicação ao trabalho e vontade

de aprender. Características como a simpatia, empatia e cortesia para com os clientes e restantes colaboradores também são bastante importantes. Fazemos um investimento considerável no início da carreira na Turiscampo por forma a dotar os nossos funcionários das ferramentas necessárias para que se tornem “bons profissionais”.

### **Como formam e motivam a equipa para manter padrões elevados de serviço?**

Apostamos fortemente na formação, complementada pela participação em seminários internos promovidos pela cadeia de *campings* Yelloh! Village da qual fazemos parte; oferecemos a possibilidade de evolução na carreira a nível interno; promovemos a participação dos colaboradores em feiras internacionais do setor; estamos continuamente empenhados na procura de soluções tecnológicas que facilitem o trabalho dos nossos colaboradores; incentivamos a participação dos nossos funcionários nos planos de ampliação/modernização do *camping*, até porque são eles quem lida diretamente com os clientes e, melhor do que ninguém, sabem o que os clientes valorizam e procuram.

### **Que papel têm os colaboradores no desenho da experiência do hóspede?**

Têm seguramente a parte mais importante. Através deles, nós não vendemos um “produto”, vendemos uma experiência, uma vivência, bons momentos e sorrisos.





**Quais são os principais projetos ou investimentos planeados para os próximos anos?**

Este ano, em Outubro, iremos dar início à reconstrução do supermercado (obra que deverá levar 16 meses a estar concluída) e também à ampliação da zona do palco.



Imagem 3D do futuro supermercado

**Que mudanças antevem no setor do campismo e turismo outdoor no Algarve?**

Vejo a contínua modernização dos *campings*, tanto ao nível das parcelas como do alojamento complementar. Vejo os *campings* a serem encarados e reconhecidos como empresas “a sério”, moder-

nas, com qualidade, valor e futuro. Cada vez mais os parques de campismo atraem clientes que antes nunca considerariam passar as suas férias num *camping*. Em conclusão, vejo as empresas deste setor a modernizarem-se e a profissionalizarem-se. Espero que as instituições públicas ajudem os *campings* neste processo de transformação.

**Depois de tantos hóspedes e anos de crescimento, o que mais vos orgulha pessoalmente no caminho que têm construído com a Turiscampo?**

Tenho imenso orgulho nas mudanças que ocorreram a nível das infraestruturas, bem como no aspeto geral, do *camping* Turiscampo. No início não passava de um sítio ermo e degradado, sem quaisquer condições, e hoje somos um dos melhores 150 *campings* da Europa. Tenho ainda um orgulho imenso nos nossos colaboradores, que se têm esforçado bastante para se adaptarem às contínuas mudanças que a modernização e melhoramento do *camping* têm exigido e ao esforço necessário a manter o *camping* entre os melhores. Acima de tudo, o que mais me orgulha é poder continuar a gerir a Turiscampo em família. Os meus pais depositaram em nós toda a sua confiança e esperança; hoje, a minha maior satisfação é acreditar que estão orgulhosos do caminho que a Turiscampo trilhou.



# 30 ANOS A TRANSFORMAR A FISCALIDADE EM CONFIANÇA E INOVAÇÃO

Com 30 anos de história, a AFC Tax Intelligence, liderada pela CEO Sandra Silva e pela CFO Isabel Sequeira, afirma-se como uma referência incontornável na área da fiscalidade e da consultoria para investidores estrangeiros em Portugal. Mais do que um serviço técnico, a empresa aposta na proximidade, na inovação tecnológica e na valorização das pessoas.

## Meio século de solidez e crescimento

Ao longo de 30 anos de atividade, a AFC Tax Intelligence construiu um percurso sólido, assente em pilares de confiança, rigor e credibilidade. O que começou como uma estrutura focada em responder às necessidades locais no Algarve, evoluiu para uma empresa de referência no apoio a investidores estrangeiros que encontram em Portugal um país atrativo para viver, trabalhar e aplicar capital.

“Mais de 90% dos nossos clientes são estrangeiros”, sublinha Sandra Silva, realçando a vocação global da empresa.

Com clientes oriundos do Reino Unido, Irlanda, França, Alemanha, Suécia, Estados Unidos e Brasil, entre muitos outros, a AFC Tax Intelligence, habituou-se a lidar com contextos legais e fiscais muito distintos, sempre num quadro de rigor técnico, mas também de grande sensibilidade cultural.

A experiência acumulada ao longo de décadas permitiu à equipa da AFC Tax Intelligence desenvolver uma compreensão profunda sobre as diferentes realidades geográficas e jurídicas, conciliando as especificidades locais com os acordos de dupla tributação, a legislação europeia e as normas internacionais. Esse conhecimento tornou-se uma vantagem competitiva clara, que hoje se traduz em soluções seguras e adaptadas às necessidades de cada cliente.

“Não há fórmulas universais. Temos de conhecer bem o país de origem do cliente, o enquadramento legal em Portugal e, a partir daí, construir a melhor estratégia fiscal”, acrescenta Sandra Silva.

Ao mesmo tempo, a longevidade da AFC Tax Intelligence está intimamente ligada à sua capacidade de se adaptar às mudanças. Portugal de há 50 anos não é o mesmo de hoje, nem em termos de legislação, nem em termos de perfil de investidores. Desde a entrada na União Europeia até à modernização do sistema fiscal, passando pelas mudanças no setor imobiliário e pelo impacto do Brexit, a AFC Tax Intelligence soube transformar cada desafio em oportunidade de crescimento.



Sandra Silva, CEO



Isabel Sequeira, CFO

*Para muitos investidores estrangeiros, lidar com a burocracia e a complexidade fiscal de um país diferente seria uma barreira intransponível, com a AFC Tax Intelligence, esse processo transforma-se numa experiência transparente, segura e facilitada*

“O segredo da longevidade é nunca parar. Se há uma alteração legislativa, temos de ser os primeiros a compreendê-la. Se há uma nova tendência de investimento, temos de saber responder. Esse dinamismo fez com que muitos clientes se mantivessem conosco durante décadas, passando de uma geração para a outra”, recorda a CEO.

Hoje, a AFC Tax Intelligence é vista como um prestador de serviços e como um parceiro estratégico. A relação de confiança estabelecida com clientes individuais e corporativos é sustentada por uma proximidade constante. Para muitos investidores estrangeiros, lidar com a burocracia e a complexidade fiscal de um país diferente seria uma barreira intransponível, com a AFC Tax Intelligence, esse processo transforma-se numa experiência transparente, segura e facilitada.

#### **Uma fiscalidade que exige criatividade**

Contrariando a ideia de que a fiscalidade é uma área “cinzenta” e repetitiva, Sandra Silva faz questão de sublinhar o caráter dinâmico e estimulante desta atividade: “A fiscalidade é desafiante. Os dias nunca são iguais. Temos de ser criativos e pensar em soluções”.

Também Isabel Sequeira, CFO, reforça este ponto, lembrando que a complexidade legislativa obriga a uma aprendizagem contínua “Estamos sempre em formação, seja para acompanhar alterações legais, seja em procedimentos internos. E isso é um fator diferenciador para a motivação da equipa”. Além do desafio intelectual, as gestoras não escondem que se trata de uma área que hoje é bem remunerada, o que acrescenta atratividade à profissão.

#### **Inovação e digitalização: a aposta estratégica**

A digitalização tem-se tornado um dos pilares centrais da estratégia da AFC Tax Intelligence. Numa área tradicionalmente associada a processos manuais, papéis e longas análises, a empresa está a investir fortemente em ferramentas tecnológicas que simplifiquem tarefas, aumentem a eficiência e aproximem o serviço do cliente de uma experiência mais moderna e transparente.

“Isto é quase uma revolução. Vai levar tempo, mas acreditamos que a tecnologia vai ajudar imenso, tanto na gestão interna como na transparência com o cliente”, afirma Isabel Sequeira, destacando a importância de processos digitais não só para o dia a dia interno, mas também para a confiança que o cliente deposita na empresa. A Inteligência Artificial é um dos principais focos desta transformação. Ao automatizar tarefas repetitivas e administrativas, os profissionais da AFC Tax Intelligence podem concentrar-se em consultoria estratégica, análise de risco e soluções personalizadas. Áreas em que a experiência humana continua a ser insubstituível. “Não se trata apenas de substituir papel por digital. É libertar a nossa equipa para tarefas de maior valor, onde a criatividade, o conhecimento e o raciocínio crítico fazem a diferença”, acrescenta Sandra Silva.

Além da otimização interna, a digitalização permite uma maior proximidade com o cliente, que passa a ter acesso a informações atualizadas em tempo real, a relatórios claros e a um acompanhamento mais transparente. Para investidores estrangeiros que, muitas vezes, não estão fisicamente em Portugal, esta vertente é decisiva.

O processo de transformação não é imediato. Cada implementação de tecnologia exige formação contínua, adaptação de procedimentos e ajustes graduais para integrar plenamente novos sistemas na rotina diária. No entanto, a visão da AFC Tax Intelligence é clara: reduzir progressivamente a dependência de papel, garantir consistência operacional e oferecer um serviço mais ágil e seguro.

“Estamos a caminhar para um modelo híbrido, onde a tecnologia complementa o conhecimento da equipa, sem nunca substituir o elemento humano. É este equilíbrio que nos permite continuar a crescer e a manter o nível de excelência que os clientes esperam”, conclui Sandra Silva.

A digitalização e a inovação não são apenas ferramentas de eficiência são também elementos estratégicos para a expansão futura da empresa, incluindo o plano de abertura de uma nova unidade em Lisboa. Sem uma equipa bem estruturada e processos tecnologicamente integrados, esse passo não seria possível.



*Estamos sempre disponíveis para esclarecer dúvidas, apoiar clientes e parceiros, sejam investidores estrangeiros ou nacionais. O nosso compromisso é estar ao lado de quem confia em nós*

#### **Clientes internacionais e a importância do inglês**

A maioria dos clientes da AFC Tax Intelligence é estrangeira, com destaque para investidores do Reino Unido, sobretudo após o Brexit. Isso torna o domínio da língua inglesa uma condição essencial para qualquer colaborador. “Cada palavra conta, cada vírgula conta. É impressionante como ainda encontramos candidatos com formação superior que não dominam o inglês. E isso é crítico, porque lidamos diariamente com clientes e conceitos técnicos em inglês”, observa a CEO.

Mais do que prestar serviços de fiscalidade e contabilidade, a AFC Tax Intelligence construiu uma cultura de proximidade com clientes e parceiros, assente na confiança, na formação contínua e na capacidade de inovação. “Estamos sempre disponíveis para esclarecer dúvidas, apoiar clientes e parceiros, sejam investidores estrangeiros ou nacionais. O nosso compromisso é estar ao lado de quem confia em nós”, garantem Sandra Silva e Isabel Sequeira.

Com 30 anos de experiência e uma visão clara para o futuro, a AFC Tax Intelligence continua a ser um aliado estratégico de quem quer investir em Portugal, unindo rigor, criatividade e uma abordagem humana que faz a diferença.



TAX  
INTELLIGENCE



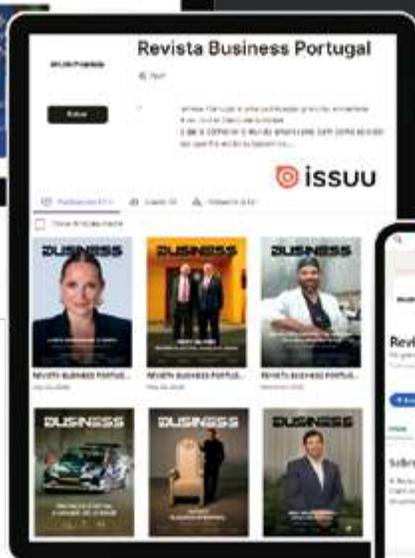
# BUSINESS



Já viu por onde andamos?

# NESS

REVISTA - PORTUGAL



Avenida da República 2208 - 3º Dto Ctr Frt,  
4430-190 - Vila Nova de Gaia  
Tlf.223 700 510  
Tlm.966 231 358  
E-mail geral: [geral@revistabusinessportugal.pt](mailto:geral@revistabusinessportugal.pt)  
E-mail comercial: [comercial@revistabusinessportugal.pt](mailto:comercial@revistabusinessportugal.pt)  
[www.revistabusinessportugal.pt](http://www.revistabusinessportugal.pt)



# Breves Algarve

## Inovação digital no Algarve

A Rede Comunitária Algarve Digital Innovators (ADI), criada no âmbito da “Fábrica do Empreendedor” da Câmara de Lagos, entra numa nova fase com um *roadshow* intermunicipal entre setembro e novembro de 2025.

O projeto, que envolve parceiros como a Universidade do Algarve e associações regionais, visa reforçar o ecossistema de inovação digital e estimular a colaboração comunitária.

## Algarve Music Series celebra dez anos

O Algarve Music Series celebra a 10.<sup>a</sup> edição de 1 de outubro a 16 de novembro, em Faro, Loulé e Tavira, sob o tema Echos. Fundado por Isabel Vaz e Vasco Dantas, o festival cruza música de câmara, sinfónica, *jazz* e *folk*, promovendo encontros entre tradição, inovação e geografias. A programação inclui nomes como a Orquestra do Algarve, Zagreb Soloists e o duo Thomas Enhco & Vassilena Serafimova.

## Regresso da F1 a Portimão em aberto

O regresso da Fórmula 1 a Portugal depende da conciliação entre a vontade da Liberty Media e dos promotores nacionais, defende o economista Paulo Reis Mourão. Apesar das vantagens do Autódromo Internacional do Algarve, como o traçado e a experiência no MotoGP, a concorrência de países emergentes e as exigências financeiras e ambientais da F1 dificultam a negociação. O primeiro-ministro Luís Montenegro garante ter “tudo pronto” para formalizar o regresso do GP a Portimão.

## Algarve Nature Fest em Aljezur e Monchique

O Algarve Nature Fest regressa de 26 a 28 de setembro de 2025, desta vez em Aljezur e Monchique, com mais de 40 atividades gratuitas ligadas ao turismo de natureza. Caminhadas, *surf*, mergulho, passeios de bicicleta elétrica, observação de aves ou safaris de jipe integram o programa, que arranca com iniciativas escolares e abre-se ao público no fim de semana. O evento promove a sustentabilidade, combate a sazonalidade e valoriza os recursos naturais e culturais da região.

## Turismo manteve alta ocupação em setembro

Em setembro, o Algarve manteve elevada ocupação hoteleira, com turistas mais velhos, casais e nómadas digitais. O mercado britânico segue líder, mas os EUA ganham peso graças a voos diretos e parcerias hoteleiras. O golfe cresce 15% face a 2024, com maioria de ingleses e irlandeses, turistas que gastam mais e ficam mais tempo. Apesar da descida de preços, hotéis superiores manteve diárias acima dos 200 euros.

## Spot “Algarve. As férias que tu mereces” conquista prémio em Festival Internacional

O *spot* promocional “Algarve. As férias que tu mereces”, produzido pela New Light Pictures para o Turismo do Algarve, conquistou o 2.º prémio ex-aequo na categoria “Destinos Turísticos – Regiões” do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR 2025.

Com 30 segundos, o filme foi lançado em agosto de 2024 em Portugal e na Andaluzia, promovendo o Algarve como destino autêntico, diversificado e sustentável, com experiências durante todo o ano. Para André Gomes, presidente do Turismo do Algarve, a distinção comprova a qualidade da comunicação promocional e reforça a imagem do destino para além do sol e mar.

# RESTAURANTE BUENI: DA MOLDÁVIA PARA PORTUGAL

Com uma trajetória marcada pela resiliência, Sergiu Bucsa, moldavo de origem, encontrou em Portugal o cenário ideal para dar vida aos seus projetos. Após o sucesso do Latitude, lançou o Bueni em Lagos, um restaurante que valoriza os produtos locais, combina tradição com inovação e transforma cada refeição numa experiência partilhada, refletindo a própria jornada de vida.

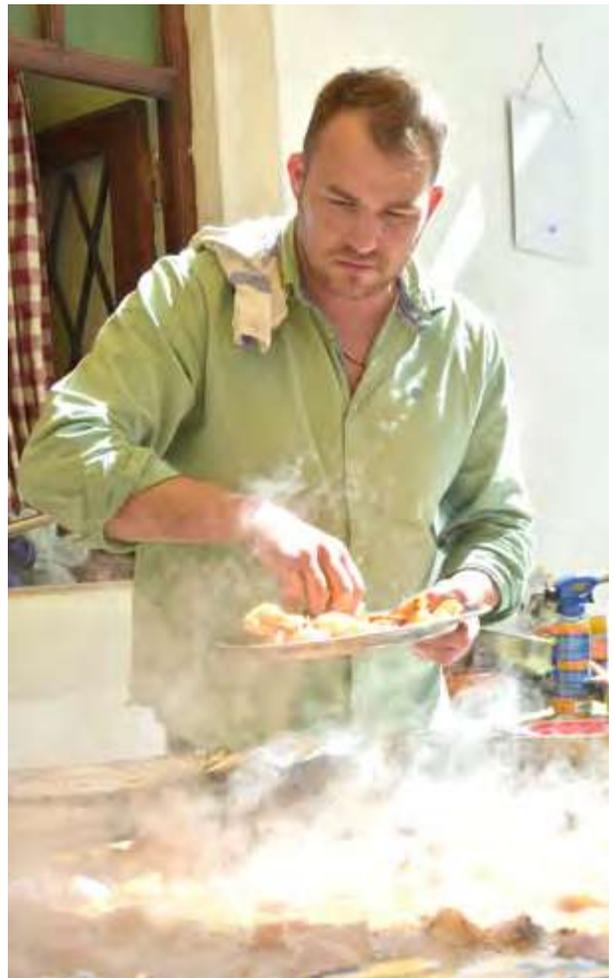
## Uma viagem que começa na Moldávia

Natural da Moldávia, Sergiu Bucsa desde cedo que percebeu que não ia ficar para sempre no seu país natal “A Moldávia é a minha raiz, mas desde cedo que senti que precisava de procurar horizontes diferentes”, recorda.

A primeira paragem foi em Timișoara, na Roménia, onde ingressou no curso de Arte. A paixão pela criação e pela estética marcou esse período, mas Sergiu não tardou a perceber que a vida académica teria de ser conciliada com trabalho para garantir rendimento. Foi assim que começou a trabalhar em mercados e pequenos negócios ligados à gastronomia. “Foi o meu primeiro contacto verdadeiro com a restauração. Na altura era apenas uma forma de sobreviver”.

Mais tarde, o destino levou Sergiu Bucsa até Itália, escolhendo Veneza como ponto de partida para uma nova etapa. Com uma atmosfera única e exigente, Veneza foi ao mesmo tempo palco de oportunidades e de duras provas. “Na altura candidatei-me ao IUAV – Instituto Universitário de Arquitetura de Veneza, um dos mais prestigiados do mundo. Havia 150 candidatos para apenas cinco vagas internacionais. Fiquei em terceiro lugar, o que para mim foi uma vitória enorme”, recorda. Chegou a trabalhar noites inteiras, das oito da noite às oito da manhã, apenas para garantir a sobrevivência. “Foram tempos duros, mas eu estava preparado para fazer qualquer coisa. Não podia desistir”. A persistência deu frutos: a sua experiência começou a abrir portas em restaurantes de renome.

Trabalhou em casas prestigiadas tanto nas salas como na cozinha, absorvendo conhecimentos preciosos. “Foi em Veneza que aprendi a ter disciplina, essa escola marcou-me para sempre”.



Sergiu Bucsa, Fundador

*Eu vinha das artes visuais, do design. Um dia percebi que cozinhar é também uma arte: é composição, é cor, é equilíbrio. No fundo, é criar beleza através do sabor*



*É viver a vida. Não há nada mais específico do que partilhar: comida, momentos, risadas. Muitas vezes, digo às pessoas para comerem com as mãos, porque é mais saboroso. Hoje, a refeição é mais do que gastronomia, é uma experiência*

No meio das dificuldades, construiu também a sua vida pessoal. Conheceu a esposa, colega dos tempos de universidade e foi em Itália que nasceu a primeira filha. “A família foi sempre o meu maior apoio. Mudámo-nos juntos de país, começámos do zero e enfrentámos tudo lado a lado. Sem ela, não teria tido coragem de arriscar tanto”.

Essa etapa em Veneza não foi só uma passagem profissional, foi o momento em que Sergiu descobriu a gastronomia como forma de expressão criativa. “Eu vinha das artes visuais, do *design*. Um dia percebi que cozinhar é também uma arte: é composição, é cor, é equilíbrio. No fundo, é criar beleza através do sabor”.

### A escolha de Portugal

Em 2017, durante uma visita, Sergiu descobriu Portugal. O clima, a tranquilidade e, sobretudo, a forma calorosa como foi recebido convenceram-no a fixar-se com a família. Os primeiros anos foram de adaptação, com trabalhos na construção e momentos de dúvida, mas a ligação ao setor da restauração acabaria por se

impor novamente. “Portugal foi onde me senti verdadeiramente integrado. Percebi que era aqui que queria construir o meu futuro e oferecer oportunidades à minha família”, recorda.

### Latitude: o primeiro passo

O primeiro grande projeto em solo português surgiu em 2019, com a abertura do Latitude. O desafio foi enorme, sobretudo por coincidir com os anos da pandemia. Ainda assim, o restaurante resistiu e tornou-se uma referência na zona.

Ao lado da esposa, que se revelou um apoio fundamental, Sergiu consolidou a sua visão empreendedora: criar negócios sustentáveis, que valorizem a qualidade e ofereçam estabilidade às equipas.

“Para mim, esta é a adrenalina. Sinto-me vivo quando estou a fazer estas coisas. Todos os dias é incrementar a qualidade do restaurante, ir à procura de produtos melhores, ir à procura de pessoas melhores. Sozinhos, não conseguimos nada. Sozinhos, não somos ninguém”, explica. A gestão do Latitude e do Bueni





divide-se entre coordenação, presença ativa na cozinha e formação da equipa. “Se tenho que ir fazer o *cocktail* no bar, vou fazer o *cocktail*. Se tenho que fazer o serviço na sala, vou fazer o serviço lá. Também lavo pratos. Não tenho vergonha nenhuma. É assim que conhecemos o negócio e mantemos a qualidade”.

### **Bueni: qualidade, partilha e experiência em Lagos**

Em 2023, a oportunidade de um novo espaço no coração de Lagos deu origem ao Bueni. Mais do que uma churrascaria, o conceito assenta na simplicidade: respeitar os produtos frescos de norte a sul do país e prepará-los na grelha, realçando a qualidade natural, mas também na experiência partilhada com amigos e família.

“É viver a vida. Não há nada mais específico do que partilhar: comida, momentos, risadas. Muitas vezes, digo às pessoas para

comerem com as mãos, porque é mais saboroso. Hoje, a refeição é mais do que gastronomia, é uma experiência”, explica Sergiu.

O menu do Bueni é estruturado em secções: entradas rápidas como costela de vaca com puré de pastinaga e salada de agrião. O famoso franguito marinado com mais de 20 especiarias, peixe do dia sempre fresco e opções de grelhados sazonais. A carta de vinhos é limitada, mas selecionada com rigor, abrangendo cinco tipos de brancos, tintos e rosé, de várias regiões portuguesas.

“Não é a quantidade que importa, mas a qualidade. Um bom vinho, a preço justo, pode transformar a refeição numa experiência completa”, sublinha.

Sergiu mantém uma forte ligação às suas raízes: “Temos pratos típicos da minha terra. Sinto falta desses sabores, mas, de vez em quando, a minha mãe cuida disso. É uma excelente cozinheira – e as mães, afinal, são sempre boas cozinheiras”. O Bueni acolhe uma clientela diversificada, entre turistas e locais, registando o maior movimento durante os meses de verão. “Entre julho e agosto, muitos residentes preferem esperar até outubro, quando tudo acalma, para desfrutar da experiência como deve ser. Ainda assim, à noite, a casa está sempre cheia”.

O nome Bueni combina memórias de infância e família: “Bu é de Buli, meu apelido de criança, e Ni é da minha esposa, Nina. Bueni, Buli e Nina, é um nome positivo e cheio de significado”.

Com apenas um ano de existência, o Bueni já duplicou o volume de clientes, confirmando a boa receção e o caminho de crescimento. A história de Sergiu Bucsa é um testemunho de coragem, resiliência e paixão. Da Moldávia à Itália, e finalmente a Portugal, cada etapa da sua vida foi marcada por desafios que transformou em oportunidades. “Sempre acreditei que o sucesso depende da dedicação, do respeito pelas pessoas e pelo produto, e da coragem de arriscar”, afirma.

Com o Latitude consolidado e o Bueni a afirmar-se como referência em Lagos, Sergiu mostra que a restauração pode ser muito mais do que um negócio: é uma forma de criar valor, unir pessoas e dar oportunidades. Mais do que pratos bem confeccionados, ele oferece experiências que refletem anos de aprendizagem, exigência e amor pela cozinha.

A sua história é também uma lição sobre família e perseverança: construir um projeto sólido significa investir em pessoas, partilhar sonhos e nunca perder a vontade de evoluir. Para Sergiu, o futuro é feito de desafios, mas também de confiança naquilo que se constrói com trabalho, integridade e paixão.



919 260 835 (chamada para rede móvel nacional)

**R. da Laranjeira 1,  
8600-697 Lagos**

**buenilagos@gmail.com**



# MAIS DO QUE ALUGUER UMA EXPERIÊNCIA COM RESPONSABILIDADE

Num setor em constante mudança, a Auto-Rent destaca-se pela combinação entre eficiência e proximidade. Fundada em 1986, esta empresa familiar algarvia é hoje uma referência na mobilidade turística. Em conversa com António Valagão, filho do fundador, percebemos como valores firmes e inovação sustentada impulsionam o seu crescimento.

## **Uma história que se conduz em família**

A história da Auto-Rent começa com António Valagão (pai), que em 1978 iniciou a operação de aluguer com seis Mini Morris. O passo seguinte surgiu em 1986, com a fundação formal da empresa por António e La-Salette Valagão. Em 1999, o casal assumiu a totalidade do capital da empresa, consolidando um projeto familiar onde o foco sempre esteve na qualidade do serviço e na construção de relações duradouras com os clientes. “Trabalhamos com total dedicação, somos uma empresa familiar que acredita na proximidade e na confiança”, sublinha António Valagão, que hoje lidera a empresa com uma visão atualizada e estratégica. Sob a sua direção, a Auto-Rent mantém-se fiel às suas raízes, mas profundamente modernizada, integrando soluções sustentáveis, tecnologia de ponta e uma cultura interna sólida que faz da equipa um verdadeiro motor da empresa.

## **Segurança: mais que uma prioridade, uma cultura**

Na Auto-Rent, a segurança é tratada como um princípio inegociável. A escolha das viaturas passa por critérios rigorosos de qualidade e fiabilidade, privilegiando marcas europeias como Volkswagen, Skoda, Peugeot ou Citroën. A frota é renovada com frequência: todos os veículos são adquiridos novos e vendidos ao fim de dois a três anos ou 60 a 70 mil quilómetros, garantindo sempre carros recentes, confortáveis e seguros.

Entre cada aluguer, todos os carros são inspecionados pela própria equipa, desde os travões à direção, passando pela verificação de pneus, fluidos e outros pontos críticos. “O carro não volta para a estrada sem ser conduzido por nós”, afirma António Valagão. As manutenções são feitas em oficinas credenciadas, com quem a empresa trabalha há mais de duas décadas, assegurando consistência e qualidade.



António Valagão, Fundador

### Um modelo que vence a sazonalidade

Com cerca de 99% da operação centrada no turismo estrangeiro, a Auto-Rent sente de forma intensa os ciclos de sazonalidade. No verão, o Aeroporto de Faro pode registar dez vezes mais movimento do que em novembro. Este fenómeno exige um planeamento preciso da frota e um modelo de gestão que permita adaptar-se sem comprometer a sustentabilidade.

Com cerca de 790 viaturas no pico da época, a Auto-Rent evita a tentação de crescer desmedidamente. “Não podemos ter 5000 carros no verão e 500 no inverno. Trabalhamos com rácios otimizados que nos permitem uma operação eficiente e equilibrada”, explica o gestor.

### O capital humano como vantagem competitiva

Ao contrário de muitas empresas do setor que recorrem a equipas temporárias sazonalmente, a Auto-Rent aposta na continuidade dos seus colaboradores. Muitos dos trabalhadores que entram em março são convidados a ficar no inverno, mesmo que a operação abrande. Este esforço financeiro é encarado como um investimento.

“Retemos talento, ganhamos coesão e entregamos um serviço muito mais profissionalizado”, afirma António. Com cerca de 30 pessoas na época alta e 24 no inverno, a empresa apresenta uma das mais baixas taxas de rotatividade do setor. Os salários estão acima da média, com bónus mensais e anuais, e a cultura interna promove responsabilidade, autonomia e espírito de equipa.

Este compromisso reflete-se na satisfação dos clientes. “A Auto-Rent conta com avaliações *online* muito próximas da nota máxima e distingue-se claramente das grandes marcas internacionais, tanto pela proximidade como pela personalização do serviço”, destaca o entrevistado.

### Resiliência em tempos de crise

A pandemia foi, para a Auto-Rent, o maior teste à sua resiliência. Em março de 2020, com a aquisição de centenas de carros recém-financiados, o setor turístico colapsou e a faturação caiu a zero. Apesar disso, a empresa decidiu manter todos os postos de trabalho e garantiu liquidez para operar até ao fim do ano. Parte da frota foi vendida para assegurar os compromissos e a equipa focou-se em modernizar processos internos, digitalizar fluxos e preparar a retoma. “2020 foi o único ano com prejuízo. Mas 2021 e 2022 permitiram recuperar rapidamente, graças à procura acumulada e à nossa preparação”, recorda António Valagão.

### Sustentabilidade com impacto real

A Auto-Rent não se limita ao discurso quando se fala em sustentabilidade. A empresa já implementou painéis fotovoltaicos para produção de energia em Faro, instalou sistemas de reaproveitamento de água nas lavagens, com uma taxa de reutilização de cerca de 80%, e aposta cada vez mais na desmaterialização dos processos, recorrendo à Inteligência Artificial para otimizar tarefas e reduzir o erro humano. “Estamos focados em reduzir o impacto ambiental em todas as frentes. Não é uma moda, é uma responsabilidade”,

salienta António Valagão, reforçando que a sustentabilidade é parte da estratégia, não apenas um elemento de comunicação.

A nível social, o compromisso estende-se à comunidade: a empresa apoia mensalmente a Cáritas de Portimão, doou uma viatura ao Lar de Crianças Bom Samaritano e colabora com diversas iniciativas locais de cariz desportivo e social.



### O Algarve como missão

A Auto-Rent está presente em Faro e Portimão, com uma empresa parceira a operar no Porto desde 2014, sob marca própria. Lisboa esteve em cima da mesa, mas os custos operacionais e o nível elevado de concorrência levaram a empresa a manter o foco onde faz a diferença: o Algarve. “O mercado nacional tem pouca tradição em alugar carros por lazer. E em Lisboa, os preços baixaram tanto que é difícil operar com rentabilidade. Preferimos consolidar o que fazemos bem”, justifica António. A empresa acredita que só com carro é possível conhecer verdadeiramente o Algarve, para além do sol e da praia. “A riqueza do Algarve está nas paisagens, na gastronomia, na cultura. E só um carro dá essa liberdade”, realça.

### Olhar o futuro com responsabilidade

Para os próximos anos, a Auto-Rent quer continuar a crescer com solidez, apostando em digitalização, qualidade de serviço e sustentabilidade. Apesar da pressão do mercado, a empresa não considera a mobilidade elétrica uma prioridade imediata, dado o perfil dos seus clientes e a falta de infraestruturas adequadas para carregamento no Algarve. Mais do que seguir modas, a Auto-Rent mantém-se fiel à sua missão: entregar valor real ao cliente, com ética, rigor e atenção ao detalhe. Uma postura que continua a fidelizar quem chega, e faz com que regresse.



reservas@autorent.pt • www.autorent.pt



# POLVO, MARISCO E AUTENTICIDADE A ASSINATURA DE PAULO FILIPE EM OLHÃO

Filho de cozinheira, aprendiz na prática e guardião de uma tradição simples mas exigente, Paulo Filipe fez da frescura a sua assinatura e de Olhão o seu palco. Em 2008, abriu o primeiro restaurante ao lado da mãe e, cinco anos depois, deu vida ao Prazeres, espaço que se tornou paragem obrigatória para quem procura peixe, marisco e, sobretudo, o polvo que já é referência na cidade. Agora, prepara-se para um novo desafio: mudar de espaço e reinventar o ambiente, sem abdicar da essência que o distingue – cozinhar com verdade, servir sem pressa e fazer das mesas momentos de prazer.



Paulo Filipe, Fundador

## Um percurso feito de prática e tradição

A cozinha de Paulo Filipe não nasceu em escolas de gastronomia nem em estágios internacionais. Nasceu em casa, com a mãe, cozinheira de profissão, que lhe transmitiu os primeiros segredos. “Foi com ela que aprendi. Depois foi a prática, o dia a dia, que me fez crescer”, recorda.

Em 2008, abriu o primeiro restaurante num centro comercial de Olhão, lado a lado com a mãe. Cinco anos depois, deu o passo decisivo: em 2013 inaugurou o Prazeres, no coração da cidade, espaço que depressa conquistou clientes locais e visitantes.

*É uma cidade singular, com  
as ilhas, a ria, as barreiras.  
Quem cá vem encontra peixe  
e marisco de qualidade ímpar.  
É isso que atrai turistas e  
portugueses de todo o país*

## Entre a moda e a essência da cozinha

Na era das cozinhas técnicas, laboratórios de fumo e gelo seco, Paulo Filipe prefere olhar para trás. “É mais moda do que evolução. A cozinha existe desde sempre. O essencial continua a ser transformar bons produtos em boa comida. O resto é aparato”.

O seu estilo é simples e direto: cozinhar respeitando o produto. “Um bom bife, só com sal, é o melhor que há. Se a matéria-prima não for boa, tem de ser mascarada. Se for boa, basta não estragar”.



### O privilégio de estar em Olhão

Se há lugar onde a matéria-prima se impõe, é em Olhão. O mercado da cidade está mesmo em frente ao restaurante. “É só atravessar a rua. Todos os dias escolho peixe fresco, marisco e legumes da região. Não deixo essa função a ninguém. Está aí a chave do sucesso”, sublinha. No caso do marisco, a exigência vai mais longe: mantém-no vivo em tanque de água salgada, com temperatura controlada, algo que nem todos os restaurantes estão dispostos a fazer. A frescura é a imagem de marca da casa.

### O polvo que se tornou referência

Entre todos os pratos, um destaca-se: o polvo. Não apenas pelo sabor, mas pela técnica. Paulo Filipe coze-o a vapor, em vez de água. “Assim conserva os nutrientes, os sabores e a textura. Fica macio, suculento, com as ventosas intactas. Depois pode ser grelhado, frito ou servido em arroz”.

Outro prato emblemático é a mariscada, servida para duas pessoas: sapateira, camarões grelhados, berbigão, amêijoia, lingueirão. “É uma mistura que tem muita procura. O nosso forte é o peixe, o marisco e o polvo. É isso que mais sai”, reitera Paulo.

### Olhão no mapa gastronómico

Olhão está cada vez mais na moda. O próprio Paulo Filipe reconhece: “É uma cidade singular, com as ilhas, a ria, as barreiras. Quem cá vem encontra peixe e marisco de qualidade ímpar. É isso que atrai turistas e portugueses de todo o país”.

No verão, o restaurante está sempre cheio, sobretudo em agosto. “Não há capacidade para mais. No inverno quebra, mas não tanto como noutros locais. Recebemos turistas, residentes estrangeiros e muitos portugueses que atravessam o Algarve só para vir almoçar”, salienta.

### O maior desafio: encontrar quem trabalhe

Se a sazonalidade é gerível, a falta de mão de obra é hoje o maior problema. “Não há pessoas para a restauração. Os poucos que aparecem são, em grande parte, estrangeiros, muitas vezes sem falar português e sem experiência. Antigamente, havia uma geração que começava de baixo e aprendia. Agora não”, observa.

*Aqui não há hora para entrar nem para sair.*

*As pessoas podem desfrutar do espaço ao ritmo que quiserem. Muitos tornam-se fiéis e regressam todos os anos, portugueses e estrangeiros*



O restaurante conta com sete funcionários, mas reforçar no verão tornou-se quase impossível. Este ano, nem contratar conseguiu: contou com a ajuda de um dos filhos.

### Atendimento sem pressas

Apesar da pressão, Paulo Filipe insiste em dar tempo ao cliente. “Aqui não há hora para entrar nem para sair. As pessoas podem desfrutar do espaço ao ritmo que quiserem. Muitos tornam-se fiéis e regressam todos os anos, portugueses e estrangeiros”.

A relação com a sala é feita através de Sandra, o seu “braço direito”, que coordena o atendimento. “É meio por meio: tão importante como a comida é o serviço. O cliente quer comer bem, mas também relaxar, desfrutar”, considera o nosso entrevistado.

*Quem pede um lavagante  
ou uma mariscada gosta  
de ter um grande vinho a  
acompanhar*



### Vinhos, inovação e futuro

A carta de vinhos acompanha a exigência da cozinha. Há opções correntes, mas também referências de topo, escolhidas para harmonizar com o peixe e o marisco. “Quem pede um lavagante ou uma mariscada gosta de ter um grande vinho a acompanhar”, nota.

Apesar do foco no mar, Paulo Filipe não abdica de inovar. Recentemente, investiu numa máquina de maturar carne. “Trabalho pouca carne, mas quero refiná-la ainda mais. O princípio mantém-se: tudo é feito no momento, sem rede. É mais difícil, mas garante qualidade”, refere Paulo.

Quanto ao futuro, o restaurante prepara uma mudança importante. O edifício atual será demolido e o Restaurante Prazeres mudará de porta. “Quero criar um ambiente diferente, mais descontraído, distinto da sala movimentada que temos hoje. Será um renascimento da casa”.

### A recompensa de cozinhar

Com 17 anos de experiência, o cozinheiro não tem dúvidas sobre o que mais o motiva. “A maior satisfação é ver as pessoas saírem felizes. Que comeram bem, que gostaram do espaço. É isso que importa. É a base de tudo”.



289 703 656 (chamada para rede fixa nacional)

Avenida 5 de Outubro 94,

8700-302 Olhão

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



# LIDERANÇA JOVEM A FORÇA QUE PODE TRANSFORMAR PORTUGAL

Portugal vive um momento decisivo. Entre incertezas políticas e desafios económicos, há algo que me salta aos olhos todos os dias: o talento dos jovens que vou conhecendo. Seja num *pitch* improvisado, num café em Lisboa ou numa reunião no Porto, encontro rapazes e raparigas com ideias claras, vontade de arriscar e uma confiança que muitas vezes falta a quem já anda há mais tempo no mercado. Esse capital humano existe e é uma das maiores riquezas do país. O que falta é dar-lhe espaço.

A liderança jovem não é uma promessa para o futuro, é uma realidade que já acontece. Vejo jovens a fundar *startups* tecnológicas, a lançar negócios criativos, a inventar soluções digitais que competem fora do país e até projetos sociais que transformam comunidades locais. Não falam apenas de lucro: falam de impacto, de propósito, de construir algo que valha a pena. Essa forma de olhar para o mundo é refrescante e, sobretudo, necessária num país que precisa de se reinventar.

No entanto, muitos destes talentos esbarram em barreiras que parecem velhas demais para o tempo em que vivemos. A fiscalidade continua pesada logo nos primeiros anos, a burocracia arrasta-se sem prazos claros, e o acesso ao financiamento é quase sempre um caminho cheio de portas fechadas. Já ouvi mais de uma vez: “A minha ideia não avançou porque perdi meses na burocracia” ou “não consegui financiamento porque ninguém quis correr o risco comigo”. É duro ver bons projetos morrerem não pela falta de qualidade, mas pela falta de condições.

Não é preciso ir muito longe para perceber o que está em causa. Cada jovem que se lança num projeto está a criar valor: para si, para a sua equipa, para o país. Cada empresa que nasce pode gerar emprego, inovação, impostos, riqueza. Quando não apoiamos este movimento, não é apenas um empreendedor que perdemos: é uma oportunidade de progresso coletivo que fica para trás.

O papel do Estado é crucial, claro, mas não se trata apenas de leis ou programas. Trata-se de atitude. Incentivos fiscais mais ágeis, processos digitais realmente rápidos, fundos de arranque acessíveis fazem toda a diferença. Mas há também um trabalho de fundo: educar para a liderança e para o risco desde cedo. Não basta formar bons técnicos; precisamos de formar líderes capazes de decidir, de falhar e de tentar outra vez.

Portugal tem tudo para ser um país de referência: qualidade de vida, segurança, talento, universidades fortes, localização estratégica. O que me preocupa é que tantas vezes nos falte a coragem política para alinhar estas vantagens com políticas que



libertem a energia empreendedora dos jovens. Vejo demasiado talento a partir para Londres, Berlim ou Amesterdão. Não por falta de ambição, mas por falta de confiança no sistema português.

Apesar disso, continuo otimista. Continuo a acreditar que esta geração tem em si a força necessária para transformar Portugal. Já não se trata de pedir espaço, trata-se de o conquistar. E quanto mais lhes dermos ferramentas e condições, mais depressa veremos resultados. O futuro não pode esperar. É tempo de acreditar nos jovens, abrir portas em vez de levantar barreiras, e confiar que a liderança jovem não é luxo nem retórica: é a chave para o crescimento que tanto precisamos.

*Duarte Mairos,*

*Presidente do Youth Club e Diretor da APPII*



# VIVER, VISITAR E INVESTIR

Portugal é um país de histórias e de futuro, onde cada lugar guarda uma identidade própria, mas também uma promessa de desenvolvimento. Quando falamos em viver, visitar e investir, falamos da forma como as comunidades se afirmam, das tradições que resistem ao tempo, mas também da inovação que atrai pessoas, talento e novas oportunidades. Este é o espírito que guia este especial da Revista Business Portugal, dedicado a destacar territórios, marcas e eventos que fazem a diferença no presente e projetam o futuro do nosso país.

Começamos pela Burinhosa, aldeia que é exemplo de resiliência e de união, mostrando como viver em comunidade é também investir no amanhã. Seguimos até Viseu, onde a histórica Feira de São Mateus voltou a afirmar-se como palco de cultura, turismo e dinamização económica, numa entrevista exclusiva com o Presidente da Viseu Marca. Por fim, rumamos a Montalegre, para dar a conhecer uma freguesia – Freguesia de Salto –, que alia autenticidade, natureza e visão de futuro, revelando o potencial do interior como espaço de oportunidade.

Com este percurso, o nosso tema “Viver, Visitar e Investir” pretende inspirar, mostrar histórias que fazem a diferença e evidenciar o melhor de Portugal: um país que valoriza as suas raízes, acolhe quem o visita e abre portas a quem quer investir e criar futuro.

# BUSINESS

REVISTA - PORTUGAL



**BEM-VINDOS À BURINHOSA,  
A ALDEIA DO FUTSAL**

# COUTINHO DUARTE APRESENTA-NOS A BURINHOSA – ALDEIA DO FUTSAL

Engenheiro de formação e filantropo por vocação, Coutinho Duarte é um empresário português, nascido na Burinhosa – concelho de Alcobaça –, que divide a sua vida entre Portugal e Angola. Ao longo dos últimos 40 anos empreendeu entre cá e lá, mas há um motivo que sempre o faz regressar a casa: as gentes e o clube da Burinhosa.

**Começamos esta entrevista, realizada na icónica Quinta da Valinha, por lhe perguntar o que o move, seja no mundo empresarial, seja na esfera pessoal?**

Eu penso que volvidos todos estes anos ligado ao mundo empresarial, o que nos move acaba por ser as amizades e as afeições que fazemos com os nossos clientes e funcionários. A partir de determinada altura, os bens materiais começam a ser secundários comparativamente às amizades que se fazem, à fidelidade e ao gosto que temos em formar profissionais. O que me move hoje é fazer coisas, profissionalizar pessoas, estimulá-las, motivá-las e, acima de tudo, mostrar amizade para com todos os que me ajudaram a construir o que tenho.

Cada um de nós é uma pessoa distinta e nós temos uma obrigação para com a própria humanidade. Dar o nosso contributo para que o mundo, na nossa partida, seja melhor do que quando aqui chegámos. Se eu pudesse, com alguma varinha mágica, acabar com a miséria, com a fome, com as carências humanas, eu daria o que fosse preciso!

Desde garoto que faço parte desta família que é o clube da Burinhosa. Faço parte da equipa que fundou este magnífico clube. Passámos por muitas fases, foi muito difícil, mas depois da casa se erguer, nunca mais parámos de crescer. Hoje em dia, o Eng. Coutinho faz tudo e mais um pouco para que tudo corra da melhor maneira. Ele tem sido o braço direito do clube.

*Testemunho do Sr. Joaquim Ascenso, com 87 anos é o sócio nº1 do Clube*

**No seu entender, quais as atuais mais valias que Angola oferece em termos de investimento? E quais os fatores que ainda faltam ser melhorados para uma maior garantia de estabilidade?**

Nós, portugueses, somos viciados por África e ainda mais por Angola. À data da independência, enquanto Portugal administrava Angola e outros territórios, eram esses países que marcavam a diferença pela positiva, hoje é o inverso. O que me apetecia dizer, é que devíamos ir todos para África, criar postos de trabalho e aproveitar o que de bom lá existe.

O problema é que não há essa condição, é tudo muito centralista, muito limitado, muito desconfiado, no fundo, ainda está muito fresca a libertação de Angola. Empresarialmente, aquele motor que

Coutinho Duarte,  
Empresário



poderia arranjar soluções para combater o desemprego e a fome, não tem condições criadas e isso deixa-me muito triste na minha atividade. Não faz sentido eu ter pão a sobrar na minha mesa se o outro não tem nem o cheiro dele. É por isso que, depois de 40 anos, eu continuo a querer estar lá a formar pessoas e a dar o meu contributo para melhorar a vida dos que cruzam o meu caminho. Eu gostava muito de deixar uma melhor África, uma melhor Angola, do que aquela que encontrei. Mas não sei se sou capaz, porque as pessoas também têm de deixar.

*O que eu sugiro é que nunca parem de se formar, de se atualizar, nunca parem de pensar à frente, nunca parem de sonhar*

**Sabemos que a Burinhosa é um motivo de orgulho para si. O que o faz investir na sua aldeia, colocando-a no mapa, também através do Futsal e da Volta a Portugal?**

Não é só o Futsal e a Volta a Portugal, estamos a tentar lançar outras modalidades como o ténis de mesa e a ginástica, por exemplo. Neste momento, o que me move a mim e à minha equipa, é continuar a fazer da Burinhosa o grande representante do distrito de Leiria na modalidade. Paralelamente a isto, move-nos trabalhar para que apareçam talentos desportivos e talentos humanos. Para mim nada vale o talento desportivo se ele não for acompanhado de valores humanos e toda a equipa técnica e direção trabalha com esta ambição e objetivo. Estamos a trabalhar para que nada falte aos miúdos, seja na nutrição, na psicologia, ou nas diferentes áreas da construção do homem e estamos a dotar o clube de infraestruturas precisamente para isto. É fundamental que os miúdos cresçam com estes valores, com o exemplo dos treinadores e dos diretores.

A Burinhosa, hoje uma aldeia quase uma ilha rodeada por pinhal, tem cerca de 200 atletas, vindos de Peniche, Caldas da Rainha, Pombal, no fundo de todo o distrito, porque sentem que ali está a melhor escola, a melhor formação e os pais confiam em nós. É isso que nos move, trabalhar o atleta e o homem.

Claro que os resultados de outrora alimentam os sonhos de hoje. Ir à final da Taça de Portugal, ouvir o hino nacional, colocar a nossa humilde bandeira, poder ombrear com os colossos desportivos nacionais, que têm outro poder de captação, é realmente um motivo de orgulho, mas também nada se fazia sem termos as instituições que temos ao nosso lado. São instituições que nos exigem coisas, mas que também não nos viram as costas quando precisamos. Falo do Município de Alcobaça e do Presidente que é um homem do concelho, que não deixa ninguém para trás, e que tenta trabalhar os grandes eixos necessários para o desenvolvimento de Alcobaça. É exigente connosco, mas também sabe olhar para nós e motivar-nos. Hoje, somos uma peça desportiva importante para concelho, para a região e para Leiria.

Há muitos atletas espalhados pelo país que começaram na Burinhosa e que já tiveram experiências internacionais. O clube tem trabalhado muito para o país e era preciso que a nível superior – os órgãos federativos – olhassem para o esforço que pequenos clubes como o nosso fazem de forma a potencializar talentos que representam o país. Porque se os grandes continuam a ser mais beneficiados comparativamente com os pequenos, a competitividade vai diminuindo. Não devemos ter medo de tomar posições. É necessário que se pense como criar competitividade porque ela é muito importante em qualquer setor e modalidade.

**Tendo em conta a sua vasta experiência, quais os conselhos que gostaria de deixar a novos empreendedores?**

O mundo em que vivemos e caminhamos é diferente daquele que sustentou a nossa vida. Eu não sei dar uma receita, mas neste mundo temos de estar à frente e isso não é fácil. Antigamente, tínhamos de esperar vários anos para vermos evolução, hoje, em cada instante há evolução, portanto dar uma receita é muito difícil, mas quem não tiver devidamente formado, quem não seja conhecedor, quem não for visionário, não tem como vingar. O que eu sugiro é que nunca parem de se formar, de se atualizar, nunca parem de pensar à frente, nunca parem de sonhar!

Sou de Peniche, o meu filho jogava no clube de Peniche e depois de uma grave lesão disse ao meu filho que ia pô-lo a jogar no Burinhosa. Ora, isso para qualquer miúdo é uma alegria! O Burinhosa é o Sporting daqui da nossa zona. Depois de uma operação e de uma longa fase de recuperação, o meu filho foi chamado para jogar no Burinhosa. O Burinhosa foi buscar o meu filho lesionado e isso eu nunca esquecerei! Foi vice-campeão nacional no clube e é um motivo de grande orgulho!

*Testemunho do Sr. Emanuel Tomás, pai de um dos atletas*

# OS TREINADORES DO BURINHOSA EM ENTREVISTA

Tiago Moreira e João Lino lideram a equipa do Centro de Cultura Recreio e Desporto da Burinhosa, o clube que fez grande a pequena aldeia do concelho de Alcobaca. Numa entrevista exclusiva, partilharam o orgulho de servir esta comunidade, ao mesmo tempo que destacaram os valores partilhados por todos quantos vivem o futsal na Burinhosa.



João Lino, Adjunto e Tiago Moreira, Treinador do Burinhosa

## Enquanto treinadores, como sentem a responsabilidade de representar este clube tão importante para a Burinhosa?

**Tiago Moreira (TM):** É um misto de emoções. É uma grande responsabilidade que se transforma em pressão e orgulho. Temos consciência de que temos capacidade e planeamento para conseguirmos acompanhar o sonho dos miúdos. Temos a preocupação de os formar e de criar condições para potenciar os atletas e recrutar cada vez mais talentos. Tendo essa consciência, a nossa sanidade mental deixa-nos bem, retira-nos a pressão e transforma em orgulho tudo o que fazemos.

**João Lino (JL):** É uma responsabilidade e um orgulho representar este clube numa pequena aldeia, com toda a sua essência, num clube que no distrito de Leiria está no patamar mais alto – o que faz com que muitos jovens tenham o sonho de alcançar esse patamar mais alto e nós somos uma rampa na formação deles enquanto atletas e enquanto homens. Não esqueçamos também a formação de treinadores, a Burinhosa é uma rampa de lançamento também para eles.

## Sentimos aqui um grande espírito de união. Quais são os valores deste clube?

**TM:** A humildade, o trabalho e a credibilidade acima de tudo. Desde que fui jogador até chegar a treinador foi isso que levei para a vida. Também destaco a vertente do associativismo onde o mais importante é a entidade e a missão do clube.

## O Tiago está a frente deste clube há mais de dois anos. Quais os vossos objetivos a curto-médio prazo para o clube?

**TM:** Neste momento, temos consciência de que o principal objetivo de clube é fortalecer os pilares existentes. Estamos a projetar o trabalho de formação o mais possível, de forma a que todos sintam a diferença que é colocar os seus filhos no Burinhosa. A nossa missão é ter a certeza de que criámos a base, que é a formação, para que o clube continue a colher frutos desta aposta na formação no futuro. Temos de apostar numa boa moldura humana. Outra grande missão é a parte social, temos consciência de que garantimos essa parte. Nem todos vão ser atletas profissionais, mas todos saem daqui com melhores valores, melhores bases e melhores pessoas.

**JL:** Em primeiro lugar, queremos ganhar, claro. Devolver a felicidade de um título à aldeia da Burinhosa é o nosso maior objetivo. Já conquistei títulos noutros clubes maiores, mas nunca me vou esquecer do momento em que conquistei um título aqui na Burinhosa. A aldeia parou nesse momento e nunca esquecerei essa emoção e essa ambição positiva que se sentiu.

## Como veem o empenho e o contributo de Coutinho Duarte à Burinhosa?

**TM:** Para mim é muito fácil falar sobre o Eng. Coutinho Duarte. A primeira vez que aqui cheguei, foi pela mão dele. Ao longo da nossa caminhada, percebi que a Burinhosa não existe sem o Eng. Coutinho Duarte. Ele trabalha para que o clube não tenha dependências, mas o clube ainda está muito ligado à personalidade dele. Todos os projetos da aldeia, desde as Portas da Burinhosa, o ciclismo com a Volta a Portugal, o Futsal, tudo aconteceu pela mão dele. Não desmerecendo ninguém, ele tem uma visão muito à frente, fez e faz muito por esta aldeia. Nada é impossível para ele.

**JL:** Eu não conheço o Eng. tão bem quanto o Tiago, mas depois de conhecer a história dele comecei a valorizar ainda mais a pessoa que ele é. Ele é o motivador, sabe liderar, tem sensibilidade, ele dá-nos as condições para podermos sonhar em alcançar novos patamares. Isso é muito importante e é um exemplo a seguir. Este homem podia estar em qualquer parte do mundo, mas a paixão dele pela Burinhosa trá-lo sempre até nós.



# DE ALCOBAÇA À BURINHOSA

## O TESTEMUNHO DO PRESIDENTE DO MUNICÍPIO DE ALCOBAÇA

Nesta reportagem alargada sobre a Aldeia do Futsal, conversámos com Hermínio Rodrigues, Presidente da Câmara Municipal de Alcobaça, que partilhou a forma como vê o crescimento e desenvolvimento da Burinhosa.

**Alcobaça é um concelho rico em história, cultura e património. Quais têm sido as prioridades do executivo nos últimos anos, no que concerne a estes temas?**

A nossa riqueza vem, em grande parte, do Mosteiro de Alcobaça, Património da Humanidade. O turismo tem de ser uma preocupação deste território, porque falamos de monumentos que não são só do concelho, mas do país e do mundo. Além deste, temos outros monumentos exemplares, como é o Mosteiro de Coz - uma peça única e rara do país. Também destaco as nossas lindas praias, já encostadas à Burinhosa. Penso que aqueles ares do litoral contribuíram para o crescimento da Burinhosa no que diz respeito ao Futsal. Somos também muito fortes no setor primário, com a agricultura e a famosa Maçã de Alcobaça, que hoje é já uma forte marca do nosso território. O único senão deste território é que tem de ser gerido por polos: temos o polo principal, onde o turismo, património, pedra e cerâmica prevalecem. Depois, o polo industrializado, com a indústria do calçado e cutelaria, por exemplo. Nesta área, posso dizer que executámos um projeto, de 8 milhões de euros, para a construção da área de localização empresarial da Benedita, cujos lotes foram todos vendidos em dois meses, com 90% a empresas locais. Outro polo é a agricultura, com a produção da maçã. Por fim, os móveis, os cimentos – somos os únicos com cimento branco – e os moldes.

**Que papel desempenha o município no apoio ao crescimento da Burinhosa?**

Quando assumi a presidência, fi-lo com três eixos principais: felicidade, território e economia. A Burinhosa insere-se nos três. O desporto traz bem-estar. Quando olho para a Burinhosa, não olho só para a profissionalização do Futsal e daqueles atletas, mas também para a parte social, em que os jovens podem partilhar o desporto e viver em comunidade e em espírito de união. O Futsal veio revitalizar a parte económica da Burinhosa também. Em 20 anos criar-se o que se criou naquela aldeia, hoje aldeia do futsal, é um feito histórico. Também, em muito, pelo contributo das gentes da Burinhosa e em particular pelo Eng. Coutinho Duarte, que tudo fez para que essa marca fosse uma realidade. Hoje, o Futsal da Burinhosa é uma marca identitária do concelho de Alcobaça e do país.

Desde a primeira hora, somos parceiros de todos estes clubes e associações. Temos de ter a sabedoria de os acompanhar, ver as suas dificuldades e apoiá-los. Esse é o trabalho que nos compete. Qualquer apoio que damos a um clube é um investimento para a sociedade de Alcobaça.



*Hermínio Rodrigues, Presidente*

Lembrar que o pavilhão desportivo da Burinhosa é do próprio clube, não é público! Isso mostra a raça e identidade da Burinhosa. A Burinhosa tem estado sempre ao mais alto nível da competição, falamos da primeira e segunda divisão nacionais, sem nunca esquecer a formação. Isso é fundamental. Eles trabalham no presente para preparar o futuro.

**Como descreve o contributo do Eng. Coutinho Duarte para o desenvolvimento local e que legado considera que deixa para as futuras gerações?**

O Eng. Coutinho Duarte ainda tem muitos anos à frente desta comunidade e associação desportiva. Eu coloco o Eng. Coutinho Duarte, e as gentes da Burinhosa, no lema que representa Alcobaça: 'Terra de Paixão'. Assim é a Burinhosa e as suas gentes: 'gentes de paixão'. Na verdade, tudo começa com a criação do monumento que ele fez na Burinhosa, para as gentes da Burinhosa: as Portas da Burinhosa. Só com muita resiliência se chega onde o Eng. Coutinho Duarte chegou. Ele foi para fora sem esquecer as suas raízes e as suas gentes. O contributo pessoal que ele tem dado àquela terra, àquele clube e àquelas pessoas, é de um homem que é apaixonado pela sua terra! É um privilégio ser amigo dele, privar com ele e acompanhar o trabalho que ele tem feito pela Burinhosa. A mensagem final que gostaria de deixar é que é com pessoas como o Eng. Coutinho que nós alcançamos a felicidade, o território coeso e uma economia forte. No fundo, um concelho feliz e uma Burinhosa feliz!



# FEIRA DE SÃO MATEUS FOI UM SUCESSO E REGRESSA EM 2026

Terminada mais uma edição da maior Feira do país, resta-nos esperar pela edição do próximo ano, que promete continuar a fazer felizes todos os visitantes! Enquanto esperamos, fazemos um balanço da edição deste ano, com uma entrevista exclusiva com Pedro Alves, Presidente da Viseu Marca.



Pedro Alves, Presidente da Viseu Marca

**A 633ª edição da Guardiã das Feiras Populares decorreu de 7 de agosto a 21 de setembro, ainda mais dinâmica e surpreendente. Após 46 dias de muitos concertos, animação, diversões, desporto, gastronomia e cultura, qual é o balanço que faz desta edição da Feira de São Mateus?**

O balanço é extremamente positivo e o *feedback* que obtivemos por parte de quem visitou a Feira de São Mateus é revelador disso mesmo. A segunda maior edição de sempre deste grande evento nacional teve como mote “Viseu, a cidade para ser feliz” e foram, de facto, 46 dias com muitos momentos de felicidade para os nossos milhares de visitantes, com novidades na área da sustentabilidade, música para todos os públicos, com muitos artistas nacionais e internacionais, mais de 60 atividades desportivas, os habituais espaços de diversão, momentos de dança, iniciativas para crianças e na área da saúde e bem-estar, artesanato, muita gastronomia regional, entre outras ofertas. Foi mais uma edição da Guardiã das Feiras Populares que permitiu encontros e reencontros felizes, de gerações muito distintas, e também possibilitou a criação de boas memórias.

## **Quais foram os momentos mais marcantes desta edição?**

Diria que todos foram marcantes na medida em que, ao longo dos 46 dias da Feira, trouxemos propostas muito diversificadas, para todos os públicos, de todas as idades, e é isso que ambicionamos fazer e temos feito a cada edição. Garantir que a Feira de São Mateus se mantém como o ponto de encontro do período de verão, em que todos os anos esperamos os nossos visitantes habituais, no sítio de sempre, e em que conseguimos, também, captar novos públicos, com uma programação abrangente, pensada para todos.

## **Quais foram as maiores inovações em termos de sustentabilidade que implementaram este ano e qual foi a resposta do público?**

A sustentabilidade é uma área que consideramos fundamental e prova disso é o facto de a Feira de São Mateus ter sido o primeiro evento do género, em Portugal, a receber o certificado de sustentabilidade. Nesta edição, demos continuidade a esse processo, não só na vertente ambiental, mas também social. Criámos a Sala de Regulação Sensorial, pioneira no contexto das grandes feiras nacionais e tornando este evento ainda mais inclusivo. A sala foi pensada para oferecer um ambiente calmo a pessoas com Perturbação do Processamento Sensorial, Perturbação do Espectro do Autismo e outras Perturbações do Neurodesenvolvimento, que possam apresentar uma experiência mais desafiante em ambientes de grande estímulo. Esta foi uma iniciativa desenvolvida em parceria com a Sirculos, sendo que a sala estava equipada com materiais, iluminação e sons adequados, permitindo que crianças e adultos fizessem uma pausa num espaço calmo e seguro e regressar à feira de forma mais confortável e tranquila.





*A Feira de São Mateus é uma das principais marcas identitárias da região, existindo há mais de 600 anos confunde-se com a história da própria cidade e todos os anos é visitada por milhares de pessoas*

Quanto à vertente ambiental, criamos a Rota da Consciência Ambiental, em que os visitantes da Feira encontraram no recinto informações sobre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), e tivemos expostos dois murais criados por alunos de escolas de Viseu, sobre a temática da sustentabilidade. Pretendemos, assim, consciencializar os milhares de visitantes da Feira para estas problemáticas e recebendo nós mais de um milhão de pessoas por ano, somos um palco privilegiado para ajudar a passar a mensagem.

#### **Como conseguiu a Feira manter um equilíbrio entre tradição e modernidade?**

Este é um equilíbrio que temos alcançado, todos os anos, e esta edição da Feira não foi exceção.

Procuramos honrar os 600 anos de história de um dos maiores e mais relevantes eventos do país e da Península Ibérica, mantendo muitas das suas características e oferta secular, mas aliando inovação à tradição, na procura de novos públicos e garantindo que todas as pessoas podem usufruir deste espaço e ter na Feira momentos muito bem passados. Queremos que o Campo de Viriato seja, efetivamente, um lugar para todos, em que todos sejam felizes e por essa razão apostamos numa programação muito variada, para que todos tenham o seu momento, ou momentos, na Feira de São Mateus. Um exemplo dessa aposta é a criação do *Mateus Fest* (que este ano

teve a segunda edição) na programação de uma Feira em que não faltam os registos mais tradicionais, como o artesanato ou o folclore. O *Mateus Fest* é já um dos pontos altos do programa, é destinado especialmente ao público mais jovem que não tinha um festival com estas características na região centro, e para além dos concertos, com artistas nacionais e internacionais, temos um conjunto de atividades como tatuagens, barbearia e pinturas faciais, vivendo-se um dia de verdadeiro espírito festivo no recinto.

#### **Em termos económicos, que impacto teve a Feira na região e como a Viseu Marca potencia a visibilidade e os negócios locais?**

A Feira de São Mateus é uma das principais marcas identitárias da região, existindo há mais de 600 anos confunde-se com a história da própria cidade e todos os anos é visitada por milhares de pessoas.

Sendo um importante cartão de visita, naturalmente que impulsiona o turismo na região e tem um fortíssimo impacto na economia local. É, também, uma montra para os produtos e negócios locais e permite potenciar esses mesmos negócios.

#### **Que desafios ficam para a organização das próximas edições e para o futuro da Feira de São Mateus?**

O desafio é o de manter, sempre, a Feira de São Mateus como um lugar de felicidade, de criação de boas memórias, em família ou com amigos, onde as pessoas podem encontrar num só espaço tudo o que procuram. Para tal, queremos continuar a inovar, juntando tradição e inovação, porque não há dúvidas, como era referido no mote da edição deste ano: quem quer ser feliz tem de visitar a maior feira do país.





Catarina Gonçalves, Presidente



## ENTRE TRADIÇÃO E MODERNIDADE

Catarina Gonçalves, Presidente da Junta de Freguesia de Salto, traça um balanço positivo do turismo na região e aponta como prioridade para o futuro a construção de uma creche, projeto que considera essencial para o desenvolvimento social e económico da freguesia.

### Que balanço faz desta área ao longo do seu mandato, no que concerne ao turismo?

O balanço do turismo, em relação à freguesia de Salto, pode ser analisado em três dimensões: crescimento, desafios e sustentabilidade.

Temos muitos destinos que têm registado um crescimento contínuo no número de turistas, tanto estrangeiros como nacionais, essencialmente em Salto, mas também em algumas aldeias mais tradicionais, mais características ou mais emblemáticas, como é o caso das aldeias de Seara, Reboreda, Corva e da Borralha, sem desprimir de todas as outras, vamos fazendo o caminho.

O turista atual procura a tranquilidade, o bem-estar, o ar puro, as paisagens naturais, os espaços imaculados, a gastronomia única e isso tem vindo a ser preponderante para o crescimento do nosso turismo rural, que reúne todas essas características.

Ao nível dos desafios, identificamos alguns constrangimentos, nomeadamente na questão do alojamento, porque temos ainda pouco alojamento local, e a inexistência deste tipo de resposta inibe a possibilidade de estadia prolongada.

Finalmente, ao nível da sustentabilidade depreendo que há hoje maior consciência sobre a necessidade de equilibrar crescimento com preservação ambiental e qualidade de vida das comunidades locais.

Além disso, considero que a aposta em plataformas *online*, *marketing* digital e experiências personalizadas devem ser reforçadas, para criar alguma competitividade em relação aos grandes centros turísticos. Em síntese, o balanço tende a ser positivo em termos de crescimento económico e devido a ter-se gerado uma maior notoriedade da própria freguesia.

### Que prioridades gostaria de apresentar para o futuro?

Pensando no futuro da freguesia de Salto e fora do âmbito do Turismo, entendo ser de concretizar a construção de uma creche!

Trata-se de um equipamento, uma verdadeira resposta social que representa uma das necessidades mais prementes das famílias; é um importante recurso para os pais trabalhadores que não têm retaguarda familiar que possa acolher os seus filhos, e é, sem margem para dúvida, um direito de todas as crianças, constituindo assim um importante fator de desenvolvimento económico e social e de coesão territorial. Isso, aliado aos incentivos à natalidade, também criados durante este mandato, poderão ser fatores determinantes para o aumento circunstancial da natalidade. Tudo farei para que este projeto se torne uma realidade.

### Como gostaria que Salto fosse vista por quem vos visita?

Tendo por base a Vila de Salto, a frase sobre “viver entre a tradição e a renovação” já aponta para um equilíbrio interessante: preservar aquilo que é genuíno, as nossas raízes, as nossas tradições, mas sem se fechar ao futuro, e às gerações vindouras!

Eu diria que Salto poderia ser vista como:

- **Autêntica** – um lugar onde a cultura, os saberes e a paisagem mantêm uma ligação profunda às raízes, sem se tornarem apenas cenário para turistas.

- **Inovadora na medida certa** – capaz de usar tecnologia, eventos e iniciativas modernas para melhorar a qualidade de vida e criar novas oportunidades, sem perder a identidade e desconstruir a tradição.

- **Acolhedora** – onde quem chega se sente parte integrante, se sente matéria, se sente Saltense.

- **Viva** – com tradições que não estão apenas “congeladas no tempo”, mas que continuam a ser praticadas e reinventadas pela comunidade.

- **Orgulhosa mas recetiva** – mostrando a sua história com orgulho, e ao mesmo tempo “curiosa” e capaz de absorver novas realidades.

Diria que Salto pode hoje ser considerada como “Um lugar onde as mãos que tecem a manta de burel, que fiam a lã, ou que bordam o linho, também seguram o telemóvel para orgulhosamente partilhar o que se faz! Mas, Salto é, e será sempre, a Terra do “Entre, quem é”.



VENHA  
CONHECER  
A ENCOSTA!



Encosta dos  
**Túnéis**  
TURISMO & LAZER

O ENCONTRO  
ENTRE O CHARME  
E O CONFORTO

[WWW.ENCOSTADOSTUNEIS.COM](http://WWW.ENCOSTADOSTUNEIS.COM)



RESERVE JÁ

[encostadostuneis@gmail.com](mailto:encostadostuneis@gmail.com)

234 591 537 • 967 054 771 • 969 291 583 (chamada para rede fixa e móvel nacional)

Quinta de Vale Côvo, Rua da Portela, n 261 • 3740 - 078 Paradela SVV





# MOBILIDADE ELÉTRICA

A mobilidade elétrica deixou de ser uma tendência de futuro para se tornar uma realidade presente, que transforma a forma como nos deslocamos e como projetamos o mundo em que queremos viver. Sustentada pela inovação tecnológica, pela aposta em energias limpas e pela crescente consciência ambiental, esta revolução representa muito mais do que veículos elétricos: é um novo ecossistema de soluções que conecta pessoas, empresas e cidades rumo à descarbonização.

Portugal tem sido palco de avanços significativos, com o crescimento da rede de carregamento, novos modelos de negócio e a entrada de marcas que apostam na eletrificação como eixo central da sua estratégia. Mais do que uma mudança de paradigma, falamos de uma oportunidade para repensar a mobilidade de forma inteligente, sustentável e acessível.

Nesta edição, damos especial destaque à MeV, um projeto que está a impulsionar a mobilidade elétrica em Portugal, reforçando o compromisso com um futuro mais verde, eficiente e inovador.

# Breves Mobilidade Elétrica

## Carregar o carro elétrico vai mudar

O Governo aprovou o novo Regime da Mobilidade Elétrica, que substitui a gestão centralizada da MobiE e elimina contratos obrigatórios, tornando o carregamento mais simples e barato.

Os preços passam a estar visíveis antes do carregamento, incluindo em autoestradas. O pagamento será facilitado: cartão bancário em postos de 50 kW ou mais e *QR Code* nos restantes. Operadores ganham autonomia para gerir pontos e até usar energia solar. Espera-se mais concorrência e custos mais baixos.

## Fabricantes alertam UE sobre metas de mobilidade elétrica

Executivos da Mercedes-Benz e Schaeffler alertam que a meta da UE de veículos sem emissões até 2035 é inviável devido à dependência de baterias asiáticas, infraestrutura desigual, custos elevados e taxas dos EUA. Defendem que híbridos, extensores de autonomia, hidrogénio e combustíveis descarbonizados também devem ser opções, e que regras de CO<sub>2</sub> para camiões e autocarros precisam de revisão.

## Schaeffler revela inovações na IAA Mobility 2025

De 8 a 12 de setembro, a Schaeffler apresentou soluções para eletrificação do *powertrain*, chassis inteligente e *software* automóvel. Destaque para os eixos elétricos modulares EMR4, também sem ímãs de terras raras, sistemas híbridos completos, direção *steer-by-wire* e controladores avançados. A marca aposta na eficiência, automação e descarbonização, reforçando-se como parceira-chave da mobilidade do futuro.

## MEO Energia lança tarifa para mobilidade elétrica

A MEO Energia é o primeiro comercializador a disponibilizar uma tarifa dinâmica para carregamento de veículos elétricos. Os clientes beneficiam de preços reduzidos nas horas de sol (desde 0,13€/kWh) e em vazio noturno. Todos os dias recebem um email com os valores do dia seguinte, permitindo planear carregamentos de forma económica. A iniciativa reforça o compromisso da MEO com inovação, poupança e transição energética.

## ZF apresenta inovações na IAA Mobility 2025

Na *IAA Mobility*, a ZF mostra tecnologias para veículos elétricos, conectados e seguros. Em destaque, a plataforma SELECT, que integra acionamentos elétricos e gestão térmica TherMaS, capaz de aumentar a autonomia em até 30%. O conceito Chassis 2.0 traz direção e suspensão inteligentes ligadas por *software* cubiX. A ZF aposta ainda em soluções *by-wire*, monitorização digital, IA para gestão térmica e o computador central ProAI, reforçando liderança na mobilidade do futuro.

## Mobilidade elétrica em Portugal bate recordes em agosto

Agosto de 2025 foi histórico para a mobilidade elétrica em Portugal: a Rede Nacional de Carregamento registou mais de 873 mil carregamentos, +48% face a 2024, por cerca de 153 mil utilizadores distintos. A energia consumida subiu 62% (20,3 GWh) e, pela primeira vez, houve mais de 30 mil carregamentos num só dia. Até agosto, a rede somava 5,6 milhões de carregamentos, mais de 336 mil utilizadores únicos e evitou 102 mil toneladas de CO<sub>2</sub>, reforçando a sustentabilidade e eficiência.

# DE VISEU PARA O MUNDO COMO A MEV TRANSFORMA A MOBILIDADE

A MeV Green Mobility, aposta na mobilidade elétrica como solução prática, económica e amiga do ambiente. Fundada por Márcio Pereira e Hélder Vaz, a empresa combina tecnologia, produtos diferenciadores e marcas de referência nacionais e internacionais. Tem ainda uma gama de produtos de marca MeV em contínuo crescimento. Assume nos seus valores a atenção personalizada ao cliente como forma de promover trajetos diários mais eficientes e divertidos.



Márcio Pereira e Hélder Vaz, Co-Founders

## Inovação ao serviço do cliente

“Acreditamos em trajetos diários descomplicados, económicos e amigos do ambiente”, começa por explicar Márcio Pereira. A MeV oferece uma gama de soluções de mobilidade elétrica, desde bicicletas e motos até quadriciclos e triciclos, complementada por bicicletas convencionais para uso desportivo e recreativo.

A inovação não acontece de forma isolada. “Trabalhamos diretamente com os fabricantes de componentes para encontrar

soluções tecnológicas que diferenciam os nossos produtos no mercado”, afirma o fundador. Além disso, a empresa escuta atentamente os clientes, adaptando os produtos às necessidades de cada utilizador. Surgindo daí uma linha de produtos de marca própria em constante crescimento, oferecendo bicicletas elétricas, motos elétricas, triciclos e quadriciclos únicos no mercado.

## Educação e envolvimento comunitário

A MeV procura educar os seus clientes sobre mobilidade sustentável, orientando-os de acordo com o perfil, trajeto e hábitos de cada um. “Optar por uma solução elétrica traz vantagens económicas claras, com menos custos de combustível e manutenção, e reduz consideravelmente o impacto ambiental”, sublinha Márcio.

A complementaridade entre bicicletas elétricas e convencionais é um exemplo dessa abordagem: as elétricas facilitam deslocações diárias sem esforço, enquanto as convencionais são ideais para desporto e lazer, criando um ecossistema completo de mobilidade.

## Expansão com identidade e valores

Desde o seu início, a MeV foi projetada para o mercado global, com presença *online* e rede de distribuidores em Portugal e Espanha. “Mais de 80% das nossas vendas já acontecem fora de Viseu, mas mantemos um contacto próximo e personalizado com os clientes, explicando cada solução e garantindo uma experiência única”, explica Hélder Vaz.

A aposta estratégica inclui a expansão internacional e parcerias com plataformas como a Decathlon, mantendo a identidade da marca e os valores de sustentabilidade intrínsecos à empresa. Para Márcio, o crescimento não se resume à presença física ou digital: “Queremos levar as nossas soluções de mobilidade elétrica a cada vez mais cidades, mas sem perder a essência da MEV: proximidade, atendimento personalizado e produtos diferenciadores que respondam às necessidades reais dos clientes”.

A estratégia de internacionalização assenta também na diversificação de produtos. Além das bicicletas elétricas e convencionais, a MeV oferece *scooters*, quadriciclos e triciclos, criando um portefólio adaptável a diferentes perfis e tipos de deslocação. Cada lançamento ou parceria internacional é avaliado em função do impacto ambiental, da economia para o cliente e da eficiência tecnológica. Outro pilar da expansão é a sustentabilidade como valor transversal. Hélder reforça que a empresa não vende veículos a combustão e que todas as soluções disponibilizadas promovem mobilidade urbana mais limpa: “O nosso foco é permitir que cada cliente tenha acesso a alternativas ecológicas, mesmo em trajetos curtos, sem abrir mão da conveniência e do conforto”.

Com esta abordagem, a MeV conseguirá consolidar a presença nacional e posicionar-se como referência europeia em mobilidade elétrica, combinando inovação, serviço e responsabilidade ambiental.

# MeV.

green mobility

## MOBILIDADE ELÉTRICA

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



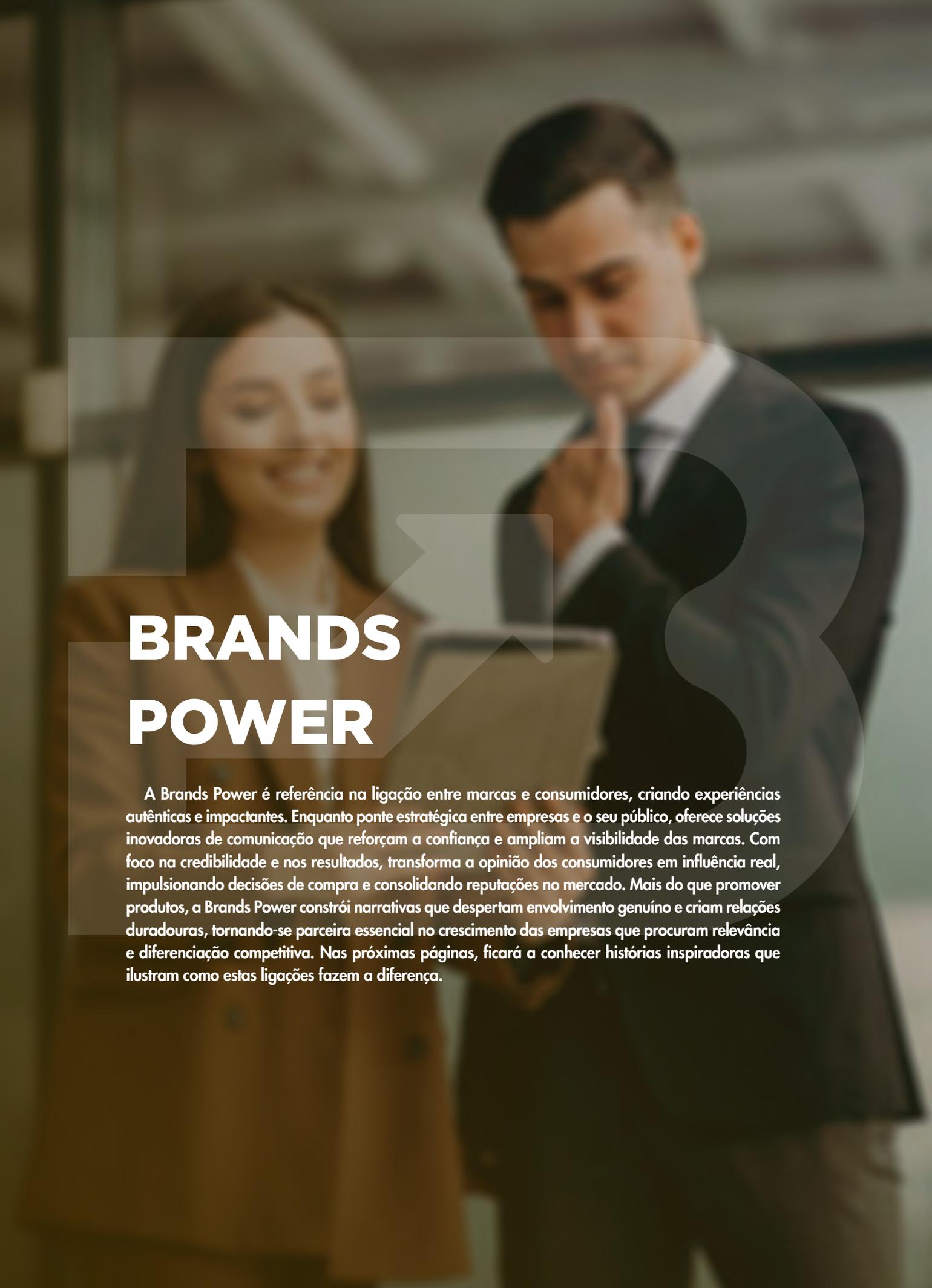
Loja MeV Green Mobility - Viseu

Variante Zona Industrial de Coimbrões, 183/185 | 3500-618 Viseu, Portugal

+351 932741230

[mev@mevmobility.pt](mailto:mev@mevmobility.pt)

[mevmobility.pt](http://mevmobility.pt)



# BRANDS POWER

A Brands Power é referência na ligação entre marcas e consumidores, criando experiências autênticas e impactantes. Enquanto ponte estratégica entre empresas e o seu público, oferece soluções inovadoras de comunicação que reforçam a confiança e ampliam a visibilidade das marcas. Com foco na credibilidade e nos resultados, transforma a opinião dos consumidores em influência real, impulsionando decisões de compra e consolidando reputações no mercado. Mais do que promover produtos, a Brands Power constrói narrativas que despertam envolvimento genuíno e criam relações duradouras, tornando-se parceira essencial no crescimento das empresas que procuram relevância e diferenciação competitiva. Nas próximas páginas, ficará a conhecer histórias inspiradoras que ilustram como estas ligações fazem a diferença.



Carlos Pereira, Advogado

## ENTRE O DIREITO, O DESPORTO E A ACADEMIA

Advogado, Docente e Gestor Desportivo, Carlos Pereira sublinha como estas áreas se cruzam na sua carreira e defende que a revisão do Código do Trabalho moderniza as relações laborais sem fragilizar direitos fundamentais.

**Ao longo da sua carreira tem conciliado vários cargos de que forma é que estas vertentes se complementam na prática profissional e que ensinamentos da gestão desportiva e académica transporta para o exercício do Direito?**

Após concluir a licenciatura em Direito em 2001, exerci funções docentes na universidade – inicialmente como monitor, depois assistente e, por fim, regente das cadeiras de Direito do Trabalho, Direito Comercial e Filosofia do Direito até 2010/2011. Desde 2004, compatibilizei esta atividade com a advocacia, ano em que abri escritório em Faro. No desporto, integrei a direção do Sporting Clube Farense e da Farense Futebol SAD, tendo sido presidente desta última em 2002/2003 e, mais tarde, presidente da Mesa da Assembleia Geral do clube. Entre 2010 e 2015, integrei também a Liga Portuguesa de Futebol Profissional, onde fui vice-presidente e presidente da Mesa da Assembleia Geral. O direito ajuda no desempenho das tarefas institucionais, principalmente naquelas concernentes às assembleias gerais, o ensino ajuda-nos a estar sempre atualizados sob o ponto de vista científico, a interagir em grupo e a liderar, por sua vez, no desempenho das funções institucionais, a experiência de lidar constantemente com situações de *stress* e pressão, ajuda de sobremaneira no desempenho das lides da advocacia, principalmente quando vamos à barra do Tribunal.

**A revisão do Código do Trabalho pode fragilizar direitos fundamentais dos trabalhadores ou é uma medida necessária para aumentar a competitividade?**

Maior flexibilização, não deve ser vista como uma fragilização dos direitos fundamentais dos trabalhadores, mas sim como uma atualização necessária para responder aos desafios atuais do mercado laboral. As características do mercado laboral de hoje são substancialmente diferentes daquelas de há 20 anos, os sujeitos da relação laboral impõem outros objectivos, que não apenas trocar a retribuição pela execução de tarefas. A flexibilização tem como objetivo modernizar as relações de trabalho, permitindo às empresas adaptar-se a realidades mais dinâmicas e competitivas, em benefício da própria sustentabilidade do emprego. Na verdade, esta proposta não enfraquece os direitos dos trabalhadores, pelo contrário, cria condições para gerar mais postos de trabalho, porquanto uma legislação excessivamente rígida afasta investimento, trava a inovação e consequentemente limita oportunidades.

**Entre as várias alterações propostas quais considera que terão maior impacto prático e que riscos ou benefícios antevê para trabalhadores e empresas?**

Para as empresas, a proposta de revisão do Código do Trabalho vem aportar mais agilidade, maior capacidade de competir internacionalmente e melhor gestão de recursos humanos. Para os trabalhadores, a flexibilização pode traduzir-se em mais oportunidades de emprego, maior adaptação às novas formas de trabalho e uma proteção que continua garantida pela Constituição e pelos compromissos internacionais de Portugal. Os riscos para os trabalhadores são controlados pelo quadro constitucional e legal vigente, enquanto os benefícios são claros: maior competitividade para as empresas, mais empregos e uma regulação laboral mais ajustada ao século XXI.



# A ARTE DE LIDERAR PELA IMAGEM

Numa era em que a liderança se mede não apenas pelo que se diz, mas sobretudo pelo que se transmite antes da primeira palavra, Patrícia Veiga faz da imagem um ativo estratégico. À frente da Alta-Imagem Couture, a Consultora de Imagem Pessoal e Corporativa defende que vestir-se é mais do que seguir tendências: é traduzir identidade, propósito e visão em códigos visuais que inspiram autoridade, proximidade e confiança.



*Patrícia Veiga, Consultora de Imagem Pessoal e Corporativa*

**O que considera ser o elemento central do seu trabalho que torna a Patrícia Veiga numa referência distintiva – alguém que não acompanha apenas tendências, mas que transforma verdadeiramente a forma como homens e mulheres se posicionam no mundo?**

O núcleo do meu trabalho é a tradução visual da identidade de cada cliente: seja de um líder empresarial, de um executivo ou de uma equipa. Na Alta-Imagem Couture não seguimos apenas as tendências, desenhamos uma presença intemporal para cada cliente. Acredito que a imagem não é superficial, é estratégica. É a leitura silenciosa que acontece antes de qualquer palavra e que pode elevar ou enfraquecer uma reputação. O que me diferencia é a capacidade de fundir identidade, propósito e objetivos de negócio em códigos visuais claros, coerentes e intencionalmente alinhados com a cultura e o posicionamento desejado. O meu papel é vestir pessoas para que não sejam apenas vistas, mas sejam percebidas e lidas coerentemente.

**De que forma a imagem pessoal pode tornar-se uma extensão estratégica da liderança, especialmente em ambientes códigos visuais ainda muito tradicionais?**

Atualmente, a imagem é o cartão de visita e pode funcionar como ponte de credibilidade. O meu trabalho é ajudar líderes a projetar, através da sua presença visual, a autoridade que inspira e a proximidade que conecta. Isso significa adaptar a comunicação visual às regras do ambiente sem perder autenticidade: mostrando que a liderança contemporânea é sobre clareza e confiança tanto como sobre humanidade e acessibilidade. Quando a imagem comunica propósito e visão, o líder não precisa “impor” respeito, naturalmente o emana.

**O seu método parte de uma escuta atenta e de um mergulho na identidade de cada cliente. Como equilibra, na prática, a individualidade de cada cliente com a necessidade de criar códigos visuais estrategicamente legíveis no contexto corporativo?**

O Método Alta-Imagem começa de dentro para fora. Primeiro, identifico a essência e o posicionamento desejado, seja de um profissional individual ou de uma organização. Depois, cruzo essa informação com as expectativas e códigos visuais do setor e encontro o ponto ótimo onde a autenticidade e a estratégia se encontram. É uma construção de presença que respeita a individualidade, mas fala fluentemente a “língua visual” do meio corporativo, garantindo que cada detalhe (da paleta de cores ao corte das peças de vestuário, do estilo de comunicação à postura) reforce a mensagem certa no contexto certo.

**A presença executiva é muitas vezes associada a padrões de autoridade tradicionais. Como ajuda os seus clientes a redefinirem essa presença de forma mais alinhada com os seus valores?**

Redefinir a presença executiva passa por libertar a liderança de arquétipos ultrapassados. É mostrar que a autoridade não precisa de rigidez e distanciamento para ser respeitada. Trago para o visual aquilo que já é verdade no interior do líder: visão, valores, energia. O resultado é uma presença que mantém o peso da autoridade, mas

gera identificação e confiança. Essa redefinição não é apenas estética, é cultural. É o que permite a um líder, homem ou mulher, manter a coerência consigo mesmo(a) e, ao mesmo tempo, reforçar a cultura que deseja para a sua equipa.

**Quais são os principais desafios que encontra ao trabalhar com líderes que ocupam cargos de poder, mas que sentem que a sua imagem não reflete verdadeiramente quem são?**

O maior desafio é a percepção de que “não há tempo” para cuidar da imagem. Muitos líderes priorizam outras tarefas, acreditando que trará maior retorno imediato. Mas a imagem é um acelerador de resultados: economiza tempo nas decisões diárias, transmite confiança instantânea e abre portas sem esforço. Quando não reflete quem são, cria ruído na comunicação e perda de oportunidades. Cuidar da própria imagem não é vaidade, é estratégia e o tempo investido aqui multiplica o impacto em todas as outras áreas. A imagem não é tempo perdido, é tempo multiplicado.

**Em que medida a construção de uma imagem sólida pode influenciar não apenas a percepção externa, mas também a autoconfiança e a clareza de propósito de um profissional?**

Uma imagem alinhada amplifica a presença. Quando os nossos olhos veem no exterior a confirmação da transformação que o interior vivenciou, instala-se uma autoconfiança silenciosa e poderosa. Isso muda a forma de entrar numa reunião, de liderar uma negociação ou uma equipa, de ocupar um palco. Além disso, a clareza visual ajuda a cristalizar a clareza de propósito: se sei o que quero comunicar, sei também para onde quero ir. É um ciclo virtuoso onde a identidade, a presença e a reputação fortalecem-se mutuamente.

**Como antevê a evolução do papel da imagem pessoal na liderança nos próximos anos – e de que forma se prepara para continuar a ser relevante e visionária nesse cenário em transformação?**

Estamos a entrar numa era em que a imagem será reconhecida como competência estratégica e não como adorno. As empresas mais visionárias já entendem que alinhar a imagem dos seus líderes e equipas à cultura organizacional é essencial para gerar confiança interna, atrair talentos, fortalecer a marca e posicionar-se para clientes de alto padrão. Vejo a imagem a evoluir de “detalhe estético” para “indicador de bem-estar, felicidade e coesão cultural”. Para estar sempre à frente, eu mantenho-me a estudar tendências de moda, comunicação, consumo, comportamento humano, cultura organizacional, mas sem nunca perder a minha assinatura: escuta ativa, olhar atento e transformar imagem em presença, e a presença em ativo estratégico.

CONSULTORIA INDIVIDUAL & CORPORATIVA | WORKSHOPS | PALESTRAS



912 909 936 (chamada para rede móvel nacional)

[geral@patriciaveiga.pt](mailto:geral@patriciaveiga.pt)

 [@patriciaveigapt](https://www.instagram.com/patriciaveigapt)

# DA CRIATIVIDADE AO IMPACTO A VISÃO TRANSFORMADORA DA VANILLA PROJECT

Transformar criatividade em impacto social é a missão que move Silvia Rodriguez, Founder & CEO da Vanilla Project. Com um percurso marcado pela experiência em eventos institucionais e pela convicção de que marcas e pessoas podem ir além do lucro, Silvia criou uma agência que se propõe a contar histórias, criar legados e inspirar mudanças duradouras. Nesta conversa, partilha a visão que tem colocado Lisboa no mapa global da criatividade e da estratégia, e explica como a Vanilla Project desafia empresas e públicos a assumir um papel ativo na construção de um futuro mais consciente.

**Criar impacto social através da criatividade é um propósito ambicioso e exigente. Como foi desenhado o caminho até à definição clara dessa missão e dos valores que sustentam a identidade da Vanilla Project?**

A missão da Vanilla Project nasce de valores que são intrínsecos à forma como vivemos e trabalhamos, e da vontade de contribuir para o mundo com aquilo que sabemos que fazemos de melhor: contar histórias, criar palcos, unir e inspirar pessoas, comunicar e estabelecer parcerias estratégicas que amplifiquem a mensagem que queremos passar. Procuramos desafiar empresas a desenvolver missões maiores que vão para além do lucro, com o propósito de promover um mundo que seja mais justo, equilibrado, e mais consciente. Quando os valores estão alinhados e somos verdadeiros nas nossas convicções, conseguimos criar experiências únicas, que deixam marcas duradouras e geram impacto real.

**A sua experiência prévia em eventos institucionais deu-lhe uma visão privilegiada sobre o diálogo entre diferentes esferas da sociedade. De que forma essa bagagem influencia hoje o modo como a Vanilla Project desenha projetos que ambicionam gerar transformação coletiva?**

A minha experiência profissional no mundo dos eventos deu-me a oportunidade de conhecer pessoas inspiradoras, que lutam todos os dias pela mudança e pelo impacto social nas suas áreas, muitas delas até sem grande reconhecimento, mas com um sentido de missão que os fazem sentir realizados. Este contacto profundo com missões coletivas alinhadas com valores fortes que eu tanto defendia inspirou a criação da Vanilla Project.

Cada evento, desde um aniversário corporativo, reuniões de altos quadros, a uma grande conferência com projeção internacional, pretende inspirar e desafiar os participantes a refletir sobre o papel ativo das empresas e das próprias pessoas na sociedade. O verdadeiro impacto começa quando todos os envolvidos percebem o valor de agir com um propósito – é essa busca pelo alinhamento que motiva a nossa abordagem.



Silvia Rodriguez, Founder & CEO

Foto Créditos: André Stachel

**Para além da criação e produção de eventos e conferências, de que forma a Vanilla Project ajuda marcas a construir narrativas que perduram?**

Para além de eventos, criamos marcas, conceitos, conteúdos digitais e estratégias que reforçam o propósito das empresas. Atualmente, lideramos projetos que unem várias entidades em torno de uma missão comum, gerindo todas as fases, do conceito à execução.

Um exemplo disto é o *BOOK 2.0 - The Future of Reading*, um evento interdisciplinar para o debate sobre leitura, literacia e conhecimento, cuja direção executiva e produção estão a cargo da nossa equipa. O evento acabou de realizar a sua 3.ª edição, que abordou temas como a Inteligência Artificial, a sustentabilidade da indústria e a diversidade cultural lusófona, reforçando o seu papel na construção de uma sociedade mais informada e consciente. Mesmo quando o ponto de partida é um evento, há sempre um trabalho que vai para além da produção. Cada projeto começa com a criação de um conceito, de uma narrativa, de uma marca, alinhados com a estratégia de negócio e comunicação, para além da criação de parcerias estratégicas e aspetos comerciais como o posicionamento no mercado e a gestão de patrocinadores. Trabalhamos desde o *storytelling*, aos valores e à missão, desenhando um plano de acção até à entrega final.

**O conceito de “legado” é um dos pilares da Vanilla Project. Numa era onde o efémero domina a comunicação, como se constrói relevância e memória duradoura num evento?**

Construir legados é criar experiências que perduram no tempo, através de ideias e inspiração que a audiência leva consigo, com vontade de evoluir e mudar. Os eventos são experiências sensoriais e, quando assentes em valores claros e numa missão que vai além do comercial, todos sentimos a diferença. A nossa missão é ajudar empresas a criar legados que expressem o seu papel na sociedade, promovendo responsabilidade social e reforçando a ligação ao seu propósito. Inspirados pelos princípios do “capitalismo consciente”, ajudamos as empresas a delinear as suas missões para que cada projeto gere impacto duradouro e contribua para uma marca memorável.

**Quais são os grandes temas que a Vanilla procura trazer para o centro dos seus projetos e do debate, e que impacto procuram gerar com esse trabalho?**

O impacto que procuramos vai além do imediato. Na Vanilla, acreditamos que os eventos são mais do que momentos de encontro: são palcos de reflexão e ação. Escolhemos trabalhar temas que consideramos urgentes e estruturantes para a sociedade, como direitos humanos, educação, liderança e cultura, entre outros. Estas áreas inspiram-nos a criar projetos que fomentam o diálogo, o debate de ideias e tendências actuais, que mobilizam consciências e abrem caminhos para um futuro mais consciente e sustentável para as próximas gerações – algo crucial nos dias de hoje.

**Têm-se destacado pela capacidade de tornar Lisboa um hub de criatividade e estratégia a nível internacional. Que condições ainda faltam ao ecossistema nacional para que Portugal seja reconhecido globalmente não apenas como destino, mas como referência criativa e intelectual?**

Lisboa afirma-se cada vez mais como polo de criatividade, inovação e estratégia, e na Vanilla orgulhamo-nos de fazer parte desta história. Levamos projetos com ADN português para o

mundo e trazemos eventos globais, reforçando a imagem de Lisboa como capital contemporânea, visionária e culturalmente relevante. A distinção “*People’s Choice Destination*” que recebemos nos *Eventex Awards 2025* reconhece este trabalho e coloca Lisboa e a Vanilla como protagonista global em eventos e conferências com propósito. Para consolidar este crescimento, é preciso fortalecer redes de colaboração locais, investir em formação internacional, criar incentivos consistentes para projetos inovadores e aumentar a visibilidade do impacto cultural, social e educativo das iniciativas portuguesas.

**A distinção como “*Rising Star Agency*” da *Eventex Awards 2025* valida o caminho da agência, mas também aumenta as expectativas em torno do que virá a seguir. Como gere essa pressão criativa e de posicionamento num mercado global altamente competitivo?**

Este reconhecimento reforça a nossa ambição e confirma o impacto que queremos gerar, sem nunca se transformar em pressão. Para nós, o essencial continua a ser a diferença que deixamos nas pessoas, nas empresas e na sociedade. Num mercado de eventos competitivo, a nossa abordagem distingue-se pelo propósito de criar mudanças que perduram além de cada evento, com projetos que vemos nascer após os eventos. Vemos a concorrência como parceiros no nosso caminho e propósito, muitas vezes até como fonte de inspiração, fortalecendo um ecossistema global de criatividade e responsabilidade comum pelas nossas sociedades. Esta visão permite-nos evoluir continuamente e consolidar um posicionamento sólido num panorama internacional exigente e dinâmico.

**Na sua perspetiva, qual será o papel dos eventos no futuro da comunicação de marcas com propósito?**

Os eventos serão cada vez mais essenciais para a construção de sociedades conscientes e informadas. Num mundo de desinformação e polarização, o diálogo, o contacto humano, a partilha de experiências e o foco na reflexão tornam-se cruciais.

Através dos eventos e conferências, procuramos desafiar as pessoas a pensar diferente, a abrir consciências e a descobrir o seu papel na sociedade.

Queremos que marcas e participantes encontrem sentido e propósito, tomando decisões conscientes e responsáveis. Acreditamos que os eventos se tornarão um palco para transformação, onde a criatividade e a transparência se unem para deixar uma mensagem relevante e duradoura.

vanillaproject

hello@vanillaproject.org • www.vanillaproject.org



# A ALMA DOS AÇORES À MESA

Na cozinha de Sónia Melo, tradição e criatividade cruzam-se à mesa. Chef e Fundadora do projeto Chez Sónia, ela transforma os sabores da terra e do mar açoriano em experiências gastronómicas íntimas e personalizadas, onde cada prato é mais do que uma refeição: é uma celebração da cultura portuguesa e uma memória para levar no coração.

**O conceito Chez Sónia conjuga cozinha de autor com autenticidade açoriana. Como define a sua identidade gastronómica e quais são as principais influências que moldam a sua cozinha?**

Os meus pratos nascem da fusão entre a tradição açoriana e a criatividade contemporânea. Trabalho com os sabores da terra e do mar dos Açores e transformo-os em experiências únicas. O meu maior objetivo é que cada refeição conte uma história e seja uma celebração autêntica da nossa cultura portuguesa, que é a minha maior influência.



**A experiência privada que oferece vai além da refeição: há uma dimensão intimista e personalizada muito própria. Como é concebido cada menu e o ambiente à volta da mesa para refletir isso?**

Gosto de conhecer os clientes, perceber o motivo do encontro, as preferências e até algumas memórias ligadas à comida. A partir daí, construo um menu totalmente personalizado, que não é apenas sobre o que se come, mas sobre o que se sente.

Cada menu é criado à medida dos clientes, inspirado nas suas preferências e no motivo da celebração. Penso em todos os detalhes, desde a mesa ao ambiente, para que a refeição se torne uma experiência intimista, autêntica e inesquecível. O meu objetivo é que os clientes sintam que a cozinha acontece dentro da sua própria casa, mas com a sofisticação e dedicação de um bom restaurante, transformando o momento numa memória única.



Sónia Melo, Private Chef

**No final de cada jantar privado, qual é a emoção ou a memória que mais deseja que os seus clientes levem consigo?**

Gosto que levem consigo mais do que sabor e barriga cheia: uma memória. Que sintam que viveram um momento autêntico, familiar, ligado à nossa cultura e essência portuguesa, e que saiam da experiência com a alma cheia e um sorriso no coração.

**A valorização dos produtos açorianos é central no seu trabalho. Como seleciona os produtores locais com quem colabora e de que forma essa relação contribui para fortalecer a ligação à comunidade?**

A valorização dos produtos açorianos é, para mim, um princípio e não apenas uma escolha. Escolho os produtores locais pela qualidade e autenticidade, mas também pela paixão que colocam no seu trabalho. Mais do que fornecedores, são parceiros que me inspiram e me ajudam a levar o melhor da região à mesa dos meus clientes.

**A gastronomia é cada vez mais um motor do turismo experiencial. Como vê o papel da Chez Sónia no futuro do turismo gastronómico nos Açores e que sonhos alimenta para o próximo capítulo deste projeto?**

Acredito que o nosso projeto contribui para afirmar os Açores como destino gastronómico de excelência, oferecendo experiências que unem autenticidade e sofisticação, defendendo sempre os nossos tão icónicos ingredientes. Pertencço à Confraria dos Gastrónomos dos Açores – é esse o nosso principal objetivo. Para o futuro, sonho em continuar a crescer, mais formação, inovar, criar formatos de experiências diferentes e concretizar o projeto de um livro que preserve memórias, histórias e sabores portugueses.





# DARK SKY® ALQUEVA: TURISMO SOB AS ESTRELAS

Apolónia Rodrigues, Presidente da Dark Sky®, revela como o projeto nasceu da visão de proteger o céu noturno e transformar a região num pioneiro destino turístico sustentável, unindo ciência, turismo e preservação ambiental num modelo inovador e de futuro.

## Como nasceu a ideia de criar este projeto?

A ideia de criar o Dark Sky® Alqueva ocorreu em 2007, e surgiu em oposição ao modelo de crescimento previsto para a região, baseado em grandes projetos que mudariam as características do território e a sua identidade e não tinham em conta a sua capacidade carga. A escolha do recurso diferenciador deste destino, o céu noturno, surgiu após análise das tendências futuras. E dessa análise e reflexão, percebeu-se que o Alqueva ainda possuía uma poluição luminosa contida devido à perda de população e dispersão das povoações, e por isso com uma qualidade do céu de partida muito boa, mas também possuía uma oferta diversificada e de qualidade que pudesse alavancar o astroturismo. Aproveitando essa oportunidade, embarcamos num projeto ambicioso de criação de um destino, o primeiro Destino Turístico *Starlight* do mundo, combinando ciência, turismo e sustentabilidade.

## Como é que este projeto promove a sustentabilidade e a preservação ambiental?

O Dark Sky® Alqueva é sustentável por natureza, pois a sustentabilidade faz parte da sua essência. Trabalhamos incansavelmente para minimizar a poluição luminosa, para sensibilizar para este crescente problema que produz impactos negativos significativos no ambiente, na economia e na saúde humana, para além de prejudicar o acesso a um céu noturno de qualidade. Através de ações de sensibilização, ações de formação e de certificação, dedicadas à população, aos municípios, às escolas e operadores turísticos em torno da preservação do céu noturno e da importância para esta região de uma estratégia assente num turismo sustentável e responsável e mais especificamente no astroturismo.

## De que forma têm procurado inovar e adaptar-se às exigências de um turismo cada vez mais consciente e responsável?

A inovação do Dark Sky® Alqueva baseia-se em um forte e profundo compromisso com a sustentabilidade e com a capacidade precoce em interpretar as tendências da procura e da oferta. A implementação de um modelo integrado é fundamental para o nosso trabalho, em que combinamos ciência, com arte e beleza, para criar uma experiência memorável. Criamos produtos turísticos que estão alinhados com a evolução tecnológica mas que ao mesmo tempo valorizam a identidade local e mantenham a autenticidade da região, sem dúvida uma forma de criar experiências únicas e verdadeiramente transformadoras.

A constante evolução é a nossa forma de estar pois é preciso estar sempre um passo à frente para atender às necessidades de um turismo cada vez mais responsável. Integrado na missão da Associação Dark Sky, seja no dia a dia ou através da nossa rede de Parceiros Oficiais, que inclui alojamentos, empresas de animação turística, lojas de produtos regionais e artesanato, atrações e restaurantes, está o incentivo a que sejam favorecidos comportamentos e práticas que minimizem os impactos negativos no ambiente e ecossistemas.

Ao longo dos anos, a Associação Dark Sky tem realizado investimentos em ações de formação orientadas para o astroturismo, para o combate à poluição luminosa e para a adoção de boas práticas ambientais. Também tem investido consideráveis recursos na realização contínua de ações de sensibilização junto de operadores turísticos, da comunidade e dos *stakeholders*. Em 2025, 2026 e 2027, estas ações contam com apoio de dois projetos, um apoiado pelo Turismo de Portugal e outro apoiado pela Fundação La Caixa e integrado no programa Promove. Outra frente de intervenção é assumida pela participação da Associação Dark Sky em iniciativas internacionais, tais como a Declaração de *Glasgow*, a *Global Tourism Plastics Initiative* e a *One Planet Travel with Care*, que nos têm ajudado a reforçar o nosso papel e da nossa Rede Oficial de Parceiros ao nível da proteção ambiental. Para nós, não se trata simplesmente de atrair visitantes, queremos gerar valor para o território posicionando o Dark Sky® Alqueva como um laboratório vivo e inovador no desenvolvimento de um turismo mais responsável, mais sustentável e regenerador que possa ser replicado noutras regiões do mundo.

**DARK SKY®**



# LS ADVOGADOS: COMPROMISSO REAL COM AS PESSOAS E COM A JUSTIÇA

O Dr. Luís Silva é um advogado com mais de 35 anos de inscrição na Ordem dos Advogados, dos quais 19 anos integrando a estrutura dirigente da Ordem dos Advogados. Foi Vice-Presidente do Conselho Regional de Lisboa, membro do Conselho Geral e também Presidente da Comissão Nacional de Estágio e Formação e Comissão Nacional de Avaliação da Ordem dos Advogados durante três anos.



Dr. Luís Silva, Advogado

**Na sua vasta experiência de advocacia de barra, com mais de 35 anos a trabalhar na área da Família e Menores e no Crime, qual o tema que considera – neste momento – mais se destaca na sociedade portuguesa e que mensagem útil tem para partilhar com os nossos Leitores ?**

Aproveitando a oportunidade e com vista a sensibilizar para um tema na Ordem do Dia - gravidade e crescimento da violência doméstica – daria destaque à sua forma mais insidiosa e menos visível: a violência psicológica, e seus efetivos efeitos.

Associando as duas áreas diria ainda que se interligam nesta particular, mas de modo complexo entre o processo penal e o processo de família existindo diversas formas de agressão à família parental e à dignidade de cada um dos seus membros através de procedimentos insidiosos e inicialmente pouco perceptíveis, até mesmos aos magistrados que lidam com os processos.

Um dos principais flagelos que afetam a sociedade atual na qual o advogado pode ter um papel de relevo será o da violência doméstica, verdadeiro flagelo, dos nossos dias numa sociedade cada vez mais permissiva e tolerante, pela banalização dos comportamentos.

Surge em determinado momento da relação conjugal ou parental, tendo manifestações por vezes logo no início, são, na grande maior parte das vezes, desvalorizados. Por isso o crime de VD evidencia-se e é denunciado, muitas vezes, já em fases tardias, sendo tolerado pela vítima que emocionalmente frágil e dependente do(a) agressor(a) mantém a esperança que a situação melhore ou se resolva por si mesma. O que nunca acontece.

Frequentemente na primeira consulta o Advogado deteta sinais ou alinhamentos de que existe muito mais por detrás dos factos relatados pelo(a) consulente e/ou relativamente aos comportamentos do parceiro(a) do que lhe é relatado. A VD não consiste apenas em agressão física ou emocional, pois as situações de VD envolvem, geralmente, mais do que uma forma de violência, sendo a sua especial incidência na agressão emocional e psicológica, através de comportamentos que são verdadeiros maus tratos psicológicos. Manifesta-se através de abusos diversos que desvalorizam simplesmente a vítima, menosprezam, humilham, por palavras e/ou comportamentos, injúria e difamação, perseguição, asfixia financeira, isolamento social, controle,



*Dra. Catarina Rodrigues da Silva, Dr. Luís Silva e Dra. Mariana Correia Pais*

intimidação utilizando múltiplas estratégias e comportamentos que vão até à ameaça e destruição do amor-próprio da vítima. Formas de violência intensas e frequentes que impedem a vítima de reagir aos abusos perpetrados pelo agressor(a) e que, prolongados no tempo, causam a completa falta de autoestima e confiança sequer para fazer a denúncia, fazendo viver num permanente estado de angústia e temor, causando efetivos danos na saúde psíquica e emocional da vítima.

Estes comportamentos não produzem consequências físicas imediatamente visíveis, mas a médio prazo podem ser bem mais graves e consequentes pela somatização que geram, do que uma agressão física isolada, pois são continuas, um “corroer” insidioso que vai minando, traiçoeiramente, como uma doença de manifestação tardia, sem dano físico imediato e visível, mas altamente destrutivo e com sequelas para a vida toda, se não for acautelado a tempo. A proteção tem que ser urgente.

### **E pode acontecer existirem falsas denúncias de violência doméstica?**

Existe também um aproveitamento perverso – a partir da divulgação do tema pela comunicação social – uma noção fortíssima de que uma queixa por VD pode ser usada para alcançar vantagens processuais designadamente no processo de regulação das responsabilidades parentais quando a vítima é um dos progenitores ou a criança.

O efeito pode ser, previsivelmente, o da suspensão de convívios e/ou pelo menos das pernoitas.

Até pode acontecer que decretado o afastamento do(a) agressor(a) com vista a acautelar a situação naquele momento”, ainda assim este(a) tenha acesso à criança vítima ao abrigo de uma decisão provisória do Tribunal de Família e Menores.

E não raramente encontramos casos em que a queixa no processo penal pode ser utilizado como arma de arremesso contra um dos progenitores resultando num efetivo “meio de alienação parental através do processo penal”. Embora, esclareça-se, felizmente o tribunal criminal procura evitar que elementos do processo de regulação das responsabilidades parentais se possam repercutir no julgamento crime, até porque a perspetiva da prova e as finalidades são diferentes.

Mas após uma queixa, mesmo que real e justificada, pode, por diversas razões, designadamente pelo enquadramento contextual da

prova recolhida não ser suficiente para conduzir à acusação muito menos à condenação, pois designadamente no exame crítico dos meios probatórios (desde as declarações da vítima, depoimento de testemunhas, perícias, buscas, relatórios, documentos, declarações para memória futura), a sua credibilidade ou suficiência podem não ser verificadas de acordo com os critérios legais que norteiam o julgador.

Até podem estar descritos factos suscetíveis de configurar VD, corroborados por diversos elementos de prova, mas nem toda a ofensa (embora possa existir), representa maus tratos para a integridade física ou psíquica da vítima.

### **Que fazer?**

Há que distinguir com rigor e seriedade, sem deixar de cuidar das vítimas, porque quando o são, e as estatísticas são reais e assustadoras – carecem de efetiva proteção, acompanhamento e realização de JUSTIÇA. No geral diria que é essencial concretizar e aplicar na prática as medidas especiais efetivas e reais para apoiar e proteger as vítimas e as testemunhas de violência doméstica, geralmente altamente vulneráveis e por vezes com dificuldade de exteriorização de tal modo que o “evitamento” pode conduzir à descredibilização das suas declarações, não podendo contar apenas com a resposta do Estado ou da investigação forense. Todos temos aqui uma missão cívica, moral e jurídica. A mensagem final é no sentido de que é fundamental reforçar que estas situações de evitamento acontecem, de facto, às vítimas, e não podem ser simplesmente colocadas no “saco” das falsas denúncias na conjectura da suposta tentativa de alienação parental nos casos em que não há condenação (pode ocorrer por diversos motivos), não sejamos simplistas. Facto é que depois este argumento é usado depois de forma indiscriminada pelo agressor, aproveitando a situação e um novo e reforçado argumento para tentar corroborar a sua falsa versão de alienação por parte da vítima, o que é duplamente assustador por ficar duplamente impune.

# ESPAÇO PARA TUDO – SELF-STORAGE – 27 ANOS A GUARDAR O QUE É IMPORTANTE PARA SI

Fundada em 1998, a Espaço Para Tudo, Lda., negócio de família, foi a primeira empresa a trazer para Portugal o conceito internacional de *self-storage* – o arrendamento temporário de mini-armazéns individuais e seguros para uso particular ou empresarial. Com áreas que vão desde os 2 aos 42 m<sup>2</sup> e presença em nove localizações estratégicas, a empresa continua a crescer e a inovar, mantendo o mesmo compromisso: oferecer espaços de qualidade, segurança e flexibilidade a quem precisa. E há mais: todos os clientes têm um atendimento personalizado, e após assinatura do contrato, usufruem de acesso 24 horas por dia, 365 dias por ano, ao seu armazém, com total autonomia e segurança. Em junho, a marca deu mais um passo importante, com a abertura das suas mais recentes instalações no Montijo. Para conhecer melhor a história e os planos da empresa, conversámos com as duas irmãs e sócias-gerentes Manuela e Cristina Peitz da Espaço Para Tudo.



Manuela Peitz e Cristina Peitz, Sócias-Gerentes



**A Espaço Para Tudo existe desde 1998. Como surgiu a ideia de trazer o *self-storage* para Portugal?**

Na altura, o conceito já era bastante popular nos Estados Unidos e em alguns países europeus, mas em Portugal não existia nada parecido. Percebemos que havia uma necessidade clara de criar e acrescentar espaço, tanto para famílias que precisavam de guardar mobiliário durante mudanças e outras ocasiões, como para empresas que necessitavam de armazenar documentos, mercadorias ou equipamentos. Com família nos EUA, trouxemos a ideia para implementar o conceito em Portugal. Assim tornámo-nos pioneiros e lançámos o primeiro espaço de *self-storage* do país em Cascais.

**O que distingue a Espaço Para Tudo de outras empresas de *self-storage*?**

Antes de mais, a experiência. Temos 27 anos de *know-how*, o que nos permite oferecer soluções adaptadas a cada cliente. Os nossos espaços são limpos, seguros, com acesso controlado e vigilância. Todos os nossos inquilinos têm acesso 24 horas por dia, 365 dias por ano, ao seu espaço – tal como se fosse uma extensão da sua própria casa ou empresa.

**Onde é que os clientes podem encontrar as vossas unidades?**

Atualmente, temos nove unidades em 9 localizações: Lisboa, Oeiras, Amadora, Sintra, Abóboda, Cascais, Estoril, Matosinhos e agora também no Montijo (junto ao Mercadona). Procuramos estar próximos das áreas residenciais e empresariais para facilitar o acesso e reduzir o tempo de deslocação.

**Quais são os clientes-tipo da Espaço Para Tudo?**

É muito variado. Temos clientes particulares que precisam de guardar móveis temporariamente: estudantes que guardam bens durante as férias, famílias que querem libertar espaço em casa, e empresas que utilizam os nossos armazéns para *stock*, material promocional ou arquivo de documentos. A flexibilidade do nosso serviço permite-nos atender às necessidades de todos.

**Fale-nos sobre a nova unidade do Montijo.**

O Montijo é uma região em crescimento, com um misto de famílias jovens e empresas em expansão. Inaugurámos em junho um

novo espaço com as mesmas características de qualidade e segurança que por si já nos definem. Temos unidades de vários tamanhos, de 2 a 42 m<sup>2</sup>, estacionamento coberto e fácil, e um horário de acesso pensado para conveniência máxima – que, no nosso caso, é 24 horas por dia, todos os dias do ano.

**E os próximos passos para a empresa?**

Continuar a crescer e a inovar. Estamos sempre a avaliar novas localizações e tecnologias que visam melhorar a experiência dos nossos clientes, como sistemas de acesso inteligente e serviços complementares.

**Qual é a mensagem final para quem está a ler esta entrevista?**

Se precisa de espaço, nós temos a solução. Seja para guardar bens pessoais ou profissionais, na Espaço Para Tudo encontrará segurança, flexibilidade e atendimento personalizado. E se estiver no Montijo ou arredores, convidamo-lo a visitar as nossas novas instalações, onde, tal como em todas as nossas unidades, terá acesso ao seu espaço 24 horas por dia, 365 dias por ano.

**Espaço Para Tudo – Self-Storage**

Desde 1998 | Pioneiros em Portugal

Mini-armazéns de 2 m<sup>2</sup> a 42 m<sup>2</sup>

Segurança e acesso controlado

Acesso 24h/dia, 365 dias/ano

9 Localizações

Lisboa | Oeiras | Amadora | Sintra | Abóboda | Cascais  
Estoril | Matosinhos | Montijo

**ESPAÇO PARA TUDO**  
SELF-STORAGE

214 691 706 / 919 997 187 (chamada para rede fixa e móvel nacional)

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



Marcelo Pereira, Engenheiro

# EXCELÊNCIA TÉCNICA E COMPROMISSO SUSTENTÁVEL: A TRAJETÓRIA DA VALUE ELEMENT

Com apenas cinco anos de atividade, a Value Element, liderada pelo Marcelo Pereira, integra o grupo das 5% melhores PME nacionais. O segredo está na combinação de rigor técnico, proximidade ao cliente e uma cultura empresarial que coloca a qualidade acima de tudo.

## Os pilares do crescimento

Desde o início, a Value Element concentrou esforços na consolidação de bases robustas, essenciais para garantir um desenvolvimento sustentável ao longo do tempo. A excelência técnica e o rigor operacional constituíram os alicerces dessa trajetória, refletidos na formação de uma equipa especializada e dedicada à entrega de projetos com elevada qualidade em todas as etapas.

A proximidade ao cliente representa um dos principais diferenciais da Value Element. Desde o início, a empresa adotou uma abordagem colaborativa e transparente, que favorece a antecipação de necessidades e fortalece relações de confiança duradouras. “Desde o primeiro dia, apostámos numa equipa altamente especializada e comprometida com a qualidade técnica dos projetos”, sublinha Marcelo Pereira.

## Reconhecimento

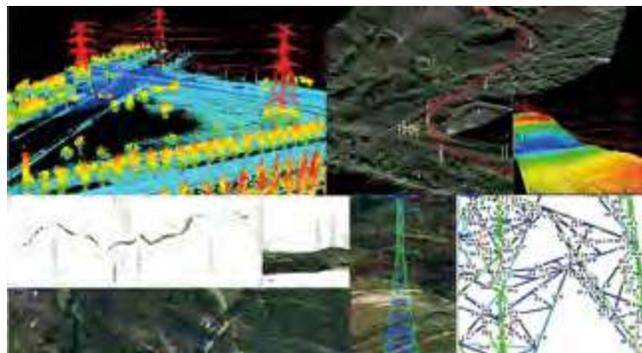
A distinção de integrar o grupo das 5% melhores PME portuguesas é, para a Value Element, a confirmação externa de um percurso assente na ética, sustentabilidade e qualidade. Internamente, o impacto é sobretudo motivacional e de orgulho coletivo. “Para a equipa, não foi uma surpresa. Conhecem a nossa posição e sabem que todos os grandes projetos da área de energia estão connosco”, refere.

Para além de reforçar o sentimento de pertença, esta conquista posiciona a empresa como um polo atrativo para novos talentos e potencia parcerias estratégicas, abrindo portas a oportunidades que consolidam a sua liderança no setor.

## Diferenciação

Num setor altamente competitivo, a Value Element encontrou a sua força na forma como encara os projetos, defendendo os interesses do cliente como se fossem os seus. “Sentimo-nos parte da equipa técnica do nosso cliente e, diariamente, defendemos os seus interesses como sendo nossos”, salienta Marcelo Pereira.

A abordagem da Value Element caracteriza-se por uma gestão flexível e próxima, onde a capacidade de adaptação e a rapidez de resposta são centrais para superar os desafios encontrados em cada projeto. A especialização em todas as áreas técnicas envolvidas nas obras de linhas elétricas, postos de corte e subestações, em média, alta e muito alta tensão, combina conhecimento técnico



aprofundado com domínio prático no terreno, garantindo sempre elevados padrões de qualidade, segurança e cumprimento rigoroso de prazos.

### Projetos que marcam a diferença

Ao longo dos anos, a Value Element construiu um portefólio diversificado e relevante, resultado da sua abordagem integrada e multidisciplinar. A atuação da empresa abrange desde estudos de engenharia ambiental, geoespacial, florestal, agronómica, geotécnica, civil, mecânica e eletrotécnica, até consultoria jurídica especializada, todas estas especialidades são direcionadas para o setor da energia. Esta visão abrangente permite à Value Element cobrir todas as etapas dos processos, garantindo soluções técnicas e jurídicas ajustadas às necessidades dos clientes e aos desafios do setor. A abordagem diferenciadora da Value Element manifesta-se na integração simultânea das diversas atividades de engenharia com processos de gestão de servidões, conciliando essas ações às competências jurídicas especializadas em cadastro predial e negociações de indemnizações. Esta articulação assegura que todas as etapas dos projetos decorram de forma eficiente, célere e com plena segurança jurídica para os clientes, promovendo resultados sólidos e confiança em cada iniciativa. “Destaco a capacidade de conceção de soluções inovadoras de engenharia ‘fora da caixa’, sobretudo em projetos com constrangimentos técnicos relevantes”, acrescenta Marcelo Pereira.

Ao trabalhar lado a lado com os principais operadores e investidores da área da energia, a empresa prova diariamente a sua capacidade de responder a elevados padrões de exigência, eficiência e inovação.

*No horizonte, a Value Element avalia também oportunidades de expansão internacional, levando o seu know-how a novas geografias e criando valor fora de Portugal*

### Olhar para o futuro: inovação e sustentabilidade

A Value Element não olha apenas para os resultados do presente; projeta o futuro com base em inovação contínua e compromisso com a sustentabilidade. A digitalização de processos é já uma realidade em expansão, reforçando a automatização, a monitorização e o planeamento das obras.

A aposta na formação contínua da equipa garante atualização constante perante a evolução tecnológica e regulatória do setor. Por outro lado, a procura de soluções ambientalmente eficientes e menos invasivas reforça a responsabilidade da empresa perante os desafios da transição energética. No horizonte, a Value Element avalia também oportunidades de expansão internacional, levando



o seu *know-how* a novas geografias e criando valor fora de Portugal. “Este reconhecimento é a validação de que é possível crescer de forma ética, sustentável e com qualidade. Dá-nos força para atrair talento e reforça o nosso compromisso com a melhoria contínua”, conclui Marcelo Pereira.

### O desafio da transição energética em Portugal: Entre a ambição e os entraves

Portugal definiu metas ambiciosas: descarbonização até 2030 e neutralidade carbónica em 2050. O setor elétrico, cada vez mais sustentado em fontes renováveis, é peça-chave neste processo. Contudo, a realidade atual apresenta obstáculos significativos que ameaçam o cumprimento destes objetivos.

A lentidão dos licenciamentos e a morosidade na obtenção de respostas das várias entidades competentes têm criado um ambiente de incerteza. Projetos estruturantes, prontos para avançar, ficam retidos meses – à espera de autorizações no âmbito ambiental. O resultado é preocupante: investidores estrangeiros começam a perder interesse, alguns abandonando iniciativas já em curso. Esta tendência fragiliza não só as metas ambientais, mas também a autonomia e a segurança energética do país.

A rede elétrica nacional carece de investimentos robustos, já identificados e planeados, mas sujeitos aos mesmos entraves burocráticos, às complexas negociações com proprietários e à necessidade de conciliar interesses diversos. Soma-se ainda a escassez de mão de obra especializada para a construção das infraestruturas. O caminho, embora claro, é exigente. Apenas empresas experientes, capazes de crescer em escala e competência, terão condições para responder a este desafio. É urgente apostar na formação técnica de alto nível, garantindo que Portugal não apenas cumpra as suas metas, mas se afirme como líder em energias renováveis na Europa.

Na Value Element, acreditamos que a transição energética de Portugal exige experiência, resiliência e inovação, estamos comprometidos em liderar soluções que acelerem a descarbonização e fortaleçam a autonomia elétrica do país.



geral@valueelement.pt  
www.valueelement.pt



# A VISÃO GLOBAL DE ANDRÉ NUNES PARA A ADVOCACIA

Num setor em acelerada transformação, em que a digitalização e a complexidade regulatória desafiam diariamente a prática jurídica, André Nunes, Advogado da Nunes Mendes & Associados, acredita que a advocacia de excelência só se constrói através de soluções personalizadas, capazes de antecipar riscos e responder às especificidades de cada cliente. Com uma formação multidisciplinar que lhe permite olhar para o Direito de forma integrada, André Nunes aposta na inovação tecnológica, na proximidade relacional e na ambição internacional como pilares estratégicos para consolidar um escritório jovem, mas já reconhecido pela visão contemporânea e pelo compromisso em transformar desafios em oportunidades jurídicas.

**A Nunes Mendes & Associados tem vindo a afirmar-se pela proximidade com os clientes e pela inovação nos serviços prestados. Como é que essa abordagem personalizada se traduz no dia a dia da prática jurídica?**

A abordagem personalizada da Nunes Mendes & Associados traduz-se, no quotidiano da prática jurídica, num compromisso efetivo com a individualização das soluções e na atenção minuciosa a cada detalhe relevante para o cliente. Em primeiro lugar, privilegamos o contacto direto e contínuo, promovendo interlocução transparente e escuta ativa, o que possibilita uma compreensão aprofundada das necessidades específicas de cada caso.

No exercício diário, fazemos questão de adaptar estratégias e procedimentos à realidade do cliente, fugindo a respostas padronizadas e adotando métodos inovadores que integrem tecnologia, análise jurídica multidisciplinar e acompanhamento permanente. Esta orientação garante não só a eficiência das soluções, mas também reforça a confiança e o vínculo institucional – valores que considero essenciais numa advocacia de excelência.

**O seu percurso académico é vasto e diversificado, com especializações em áreas como Direito do Trabalho, Direito Fiscal e Direito Imobiliário. De que forma essa formação multidisciplinar contribui para a atuação nas várias áreas jurídicas que hoje assume?**

A minha formação académica é o que me permite abordar problemas complexos de negócio de várias perspetivas o que confere vantagens muito práticas no dia a dia. Direito do Trabalho, Fiscal e Imobiliário raramente vivem isolados. Ao olhar o tema por todas as lentes, identifico o problema com uma visão de

360º o que permite estabelecer as prioridades certas e chegar mais depressa ao que realmente importa para a gestão. Desta forma é possível desenhar soluções à medida do problema e do cliente, aquilo que designamos como “*Taylor made solution*”. Só desta forma é possível antecipar riscos e evitar litígios. Em síntese, a multidisciplinaridade da minha formação permite mais respostas integradas, com maior velocidade e impacto direto no resultado.

**Num setor cada vez mais impactado pela digitalização, de que forma a Nunes Mendes & Associados encara a integração de ferramentas tecnológicas na sua prática jurídica, seja no contacto com o cliente ou na gestão dos processos?**

A integração de ferramentas tecnológicas constitui, para a Nunes Mendes & Associados, uma prioridade estratégica orientada para a excelência na prática jurídica e para o fortalecimento do relacionamento com o cliente. No contacto com o cliente, apostamos em plataformas digitais que permitem a comunicação rápida e segura, o acesso remoto a documentação relevante e a marcação de reuniões *online*, promovendo uma experiência marcada pela eficiência e transparência.

Na gestão dos processos, procuramos implementar sistemas avançados de gestão documental, Inteligência Artificial para revisão contratual, automação de tarefas administrativas e utilização de plataformas de acompanhamento processual, assegurando que cada etapa decorra com rigor, agilidade e redução de burocracia. Esta constante adaptação tecnológica é acompanhada por uma capacitação interna dos profissionais, permitindo que o escritório se posicione na vanguarda da inovação jurídica, sem nunca perder de vista o fator humano e a personalização do serviço.

**Apesar de serem um escritório ainda recente, equacionam no futuro uma atuação além-fronteiras, acompanhando clientes internacionais ou estabelecendo parcerias fora de Portugal?**

Na qualidade de representante de um escritório recente, encaro a internacionalização como uma ambição natural para o desenvolvimento sustentado da Nunes Mendes & Associados. É minha convicção que o acompanhamento de clientes além-fronteiras, bem como a criação de parcerias estratégicas fora de Portugal, fazem parte do nosso horizonte de crescimento e especialização.

Embora o nosso enfoque principal continue a ser a excelência no contexto nacional, equaciono para o futuro a expansão internacional, procurando construir pontes que permitam prestar assessoria jurídica a clientes multinacionais e participar em projetos colaborativos com escritórios de referência noutros países europeus. A internacionalização exige prudência e rigor, mas acredito que a diferenciação técnica e a proximidade que nos caracteriza constituem uma base firme para abraçar novos mercados e desafios jurídicos globais.

*No contacto com o cliente, apostamos em plataformas digitais que permitem a comunicação rápida e segura, o acesso remoto a documentação relevante e a marcação de reuniões online, promovendo uma experiência marcada pela eficiência e transparência*

**Na sua opinião, quais são hoje os principais desafios jurídicos que afetam setores como o imobiliário, turismo ou tecnologia – áreas nas quais tem experiência?**

Na minha perspetiva, os principais desafios jurídicos que impactam atualmente os setores do imobiliário, turismo e tecnologia refletem a tensão entre inovação, segurança jurídica e adaptação regulatória às novas exigências sociais e económicas.

No setor imobiliário, deparo-me com obstáculos como a excessiva carga fiscal, a complexidade burocrática e a urgência de clarificar o enquadramento jurídico de novos modelos, tais como o *co-living*, arrendamentos de média duração e a indefinição legal entre alojamento local e habitação tradicional. Isto origina

insegurança jurídica e dificulta o investimento, sendo imperativo reformular o sistema tributário e adaptar as regulamentações à realidade dinâmica do setor.

No turismo, a crescente pressão urbana, a regulação do alojamento local e as exigências crescentes em matéria de sustentabilidade e responsabilidade social impõem desafios significativos, especialmente perante o reforço das fiscalizações e a necessidade de adaptar a legislação nacional aos fluxos globais e às novas dinâmicas da procura turística.

Já no domínio da tecnologia, os desafios jurídicos centram-se na proteção dos dados, conformidade regulatória, cibersegurança, escassez de profissionais qualificados e rápida evolução da Inteligência Artificial e automação. O quadro legal permanece em constante atualização, exigindo uma capacidade de resposta ágil para assegurar a competitividade, mitigar riscos e salvaguardar os direitos dos utilizadores.

Cada setor enfrenta assim um conjunto de dilemas que exigem pragmatismo, conhecimento transversal e uma atuação pautada pela responsabilidade e inovação jurídica.

**Que objetivos traça para os próximos anos da Nunes Mendes & Associados, especialmente no que diz respeito ao reforço da inovação e da internacionalização dos serviços?**

Para os próximos anos da Nunes Mendes & Associados, traço objetivos ambiciosos que conjugam o reforço da inovação com a consagração da internacionalização dos serviços prestados. No âmbito da inovação, pretendo consolidar o escritório enquanto laboratório de soluções jurídicas tecnológicas, adotando ferramentas digitais avançadas, promovendo metodologias colaborativas de trabalho e estimulando um mindset proativo voltado para a antecipação das necessidades dos clientes.

Simultaneamente, vislumbro a internacionalização como um vetor imprescindível de crescimento, apostando no estabelecimento de parcerias estratégicas com escritórios reconhecidos em mercados europeus e potenciando a assessoria a clientes internacionais, sobretudo em segmentos com forte dinamismo transfronteiriço. O propósito é levar o *know-how* jurídico português a palcos globais, assegurando um serviço simultaneamente personalizado e com alcance global, alinhado com as exigências da economia digital e da globalização.



# A INCUBADORA QUE ACELERA STARTUPS COM FOCO NA CIBERSEGURANÇA



Thiago Vieira, CEO

A Incubou nasceu de uma intersecção pouco habitual: tecnologia, direito e uma vivência direta do fenómeno migratório. Em conversa com Thiago Vieira, engenheiro de *software* e perito forense em cibersegurança, percebemos como este percurso pessoal deu origem a uma incubadora que apoia *startups* tecnológicas com foco em segurança digital.

Com uma rede de atuação cada vez mais internacional, a Incubou destaca-se pelo modelo próximo de aceleração e pela aposta numa abordagem centrada nas pessoas. “O que faltava não era mais tecnologia, era mais empatia, mais suporte humano para quem chega a um país novo e quer empreender”, sublinha o fundador. Tornar Portugal um polo relevante na cibersegurança global é hoje o propósito que move a incubadora, através de um programa único no país, focado em impacto, internacionalização e inovação colaborativa.

## De experiência pessoal a projeto estruturado

Thiago chegou a Portugal há sete anos para fazer um mestrado, depois de vender uma *software house* no Brasil e com uma década de experiência na área tecnológica. Já em território nacional, sentiu na pele os desafios da migração e começou, de forma informal, a ajudar outros empreendedores brasileiros no processo de adaptação. A sua formação jurídica, adquirida paralelamente, deu-lhe uma visão abrangente sobre os obstáculos legais que as *startups* enfrentam, em especial as estrangeiras. “Muitos empreendedores diziam-me que as incubadoras não os compreendiam, que faltava empatia. E como não consegui entrar nas incubadoras como mentor, decidi criar a minha”, conta. A criação da Incubou foi tudo menos linear. O espaço físico exigiu uma renovação completa, o projeto sofreu atrasos inesperados, e o percurso de instalação foi exigente. Ainda assim, a incubadora deu início ao seu programa de aceleração, o primeiro e, até hoje, o único em Portugal dedicado exclusivamente a *startups* de cibersegurança.

## Acelerar talento com impacto

O foco da Incubou está claramente definido: acelerar *startups* com soluções inovadoras para desafios reais de cibersegurança. Atualmente, o programa acompanha 14 projetos, dos quais apenas três são portugueses. A maioria tem origem no Brasil, reflexo natural da rede de contactos do fundador e do acolhimento que o projeto encontrou naquele país.



*Queremos lançar uma segunda edição do programa com maior envolvimento empresarial, consolidar a rede internacional e reforçar o papel da incubadora como ponte entre continentes*

Dessas *startups*, duas já foram internacionalizadas, ou seja, têm atividade comercial em Portugal e receberam investimento de cerca de 50 mil euros. O programa criou ainda oito *startups* novas, três das quais nasceram num *hackathon* realizado em Amarante. Outras três surgiram num *Startup Weekend* apoiado pela Incubou no Brasil.

A temática do *phishing* foi a mais abordada, dado o seu peso crescente no universo dos crimes digitais.

Mas o verdadeiro valor acrescentado do programa não está apenas na técnica, está no apoio ao desenvolvimento de competências de negócio. “Estas pessoas dominam a parte técnica. O problema é comunicar isso a um investidor ou cliente que não entende o tema. Falta visão comercial, falta treino em vendas, falta narrativa”, sublinha Thiago. Por isso, a incubadora aposta fortemente em formação em *soft skills*, *networking* e metodologias de comercialização. “No primeiro dia do programa, 95% dos participantes disseram que estavam ali para fazer contactos. Perceberam que, sem isso, não conseguem avançar”, destaca.

### **Ecosistema, desafios e rede internacional**

A Incubou colabora com instituições como o ISLA, a Universidade Lusófona e a Ordem dos Advogados de Braga. Tem também o apoio do IAPMEI e da Startup Portugal, além de financiamento direto do PRR - Plano de Recuperação e Resiliência - com um orçamento de 158 mil euros para execução. Ainda assim, Thiago aponta que o envolvimento de entidades públicas nacionais continua limitado. “Tentámos aproximação ao Centro Nacional de Cibersegurança, mas não conseguimos. E o setor privado também ainda participa pouco. Precisamos de empresas que tragam desafios reais, para que as *startups* possam propor soluções e testar pilotos”, reforça.

É neste contexto que surge a ambição de lançar uma nova edição do programa de aceleração, desta vez mais robusta e com enfoque na open innovation. “Se uma empresa portuguesa nos trazer um problema específico, podemos lançar esse desafio às *startups* e acelerar o desenvolvimento de soluções. Mas isso exige que alguém assuma o risco connosco”, explica. A componente internacional é outro pilar

estratégico. A Incubou já esteve presente em eventos na Lituânia, Londres, Qatar e prepara visitas ao Vale do Silício e à Arábia Saudita. “Estamos a criar pontes com programas semelhantes ao nosso, como uma iniciativa ‘gémea’ no Egito, que vai ajudar técnicos em cibersegurança a criarem as suas próprias *startups*”, revela.

Essa visão global está, aliás, na génese da incubadora: oferecer um “atalho” no processo de entrada na Europa. “Se estas *startups* viessem sozinhas, demorariam muito mais a alcançar resultados. Aqui encontram estrutura, mentores e acesso a contactos”, diz Thiago. Além disso, a Incubou prepara novas formações sobre temas como *phishing* e *spoofing*, com impacto direto na comunidade.

### **O futuro passa por escala e inovação**

Em novembro, a Incubou vai apresentar as suas *startups* no Demo Day, durante a Web Summit. A melhor será escolhida por um painel de parceiros e investidores. O momento será simbólico, mas também estratégico: demonstrar resultados, captar apoios e reforçar o posicionamento internacional da incubadora. O objetivo, no médio prazo, é claro: “Queremos lançar uma segunda edição do programa com maior envolvimento empresarial, consolidar a rede internacional e reforçar o papel da incubadora como ponte entre continentes, especialmente no Médio Oriente, onde o investimento em tecnologia e indústria tem vindo a crescer rapidamente”, conclui Thiago.

Mais do que um projeto de empreendedorismo, a Incubou tem-se afirmado como um ecossistema com identidade, propósito e visão. Centrada em pessoas, competências e impacto, mostra que a cibersegurança pode, e deve, ser tratada não apenas como uma área técnica, mas como uma oportunidade real de transformação económica, humana e social.



# TRANSFORMAR ESPAÇOS COM RIGOR E PROXIMIDADE

Fundada há mais de 30 anos, a Alberto Lemos Construção Civil, Lda nasceu da vontade de fazer bem feito, com rigor técnico, respeito pelo cliente e uma dedicação diária ao detalhe. Em conversa com Fábio Ferreira, atual Gerente, percebemos como esta história de persistência se cruzou com a inovação, e como a empresa se posiciona hoje para responder a um mercado em mutação.



Fábio Ferreira, Gerente e Alberto Lemos, Fundador

## Do boca a boca à modernização

O que começou por ser uma pequena empresa familiar, com obras modestas e base no norte do país, cresceu de forma sustentada e discreta até se tornar numa referência no setor da construção e reabilitação. Durante grande parte da sua história, a Alberto Lemos viveu do boca a boca. Os clientes satisfeitos eram a sua maior publicidade, passando a palavra com naturalidade e ajudando a construir uma reputação sólida, baseada no rigor e na confiança. “Era uma empresa que trabalhava bem, mas que vivia fechada nela própria”, resume Fábio Ferreira, atual Gerente.

Essa fase marcou uma empresa eficiente, mas com pouca exposição. Tudo começou a mudar há cerca de três anos, quando Fábio Ferreira veio para a empresa e se iniciou um processo profundo de renovação, da imagem à estrutura, passando pelas metodologias de trabalho e pela forma de comunicar. “Empurrámos a empresa para fora da zona de conforto”, afirma. Num setor que, segundo Fábio, “ainda está algo desfasado em relação ao que se faz lá fora”,

a abertura à inovação foi essencial. A Alberto Lemos integrou novas ferramentas de orçamentação, apostou na digitalização dos processos e passou a comunicar de forma mais clara e próxima com o cliente. A transformação foi, nas palavras do próprio, “um verdadeiro *facelift*” que reposicionou a empresa no mercado atual sem comprometer os valores que sempre a distinguiram.

## Reabilitar é tornar viável

O segmento da reabilitação tem vindo a assumir um papel central na atividade da empresa, por motivos tanto económicos como urbanos. “Construção chave na mão, hoje, está cara. Entre licenças, materiais e mudanças de ideias ao longo da obra, os custos sobem muito”, refere Fábio.

Já na reabilitação, existe uma base estrutural que permite reduzir despesas. “A estrutura já existe. O que se trabalha é sobretudo o interior, as fachadas, a cobertura. É mais acessível e aproveitamos património que, de outra forma, se degradaria”, destaca. Numa altura em que tantas casas antigas continuam devolutas em cidades como o Porto, a aposta na reabilitação permite revitalizar edifícios e, ao mesmo tempo, responder à procura crescente por habitação, com mais sustentabilidade e menos desperdício.

## Acompanhamento próximo, obra a obra

A relação com o cliente é uma marca distintiva da Alberto Lemos. “Tentamos, desde o orçamento, perceber exatamente o que o cliente quer. O objetivo é transformar o sonho em realidade”,



sublinha Fábio. Para isso, o acompanhamento é diário: visitas ao início e ao fim de cada jornada de trabalho, planeamento conjunto com a equipa e abertura total ao cliente. “Os donos de obra são convidados a visitar sempre que quiserem. Há casos em que vêm todos os dias. Estão connosco do primeiro ao último momento. E sabem que podem contar com a nossa presença no terreno”, conta o entrevistado. A cultura interna da empresa também contribui para essa confiança. “Não há barreiras entre patrões e empregados. Trabalhamos todos com o mesmo objetivo: fazer bem. Aquilo que eu não faria para mim, não vou fazer para os outros”, afirma, reforçando o papel do coletivo: “Os que escolhem trabalhar connosco trazem dedicação e espírito de equipa, e são valorizados por isso”, salienta o Gerente.



### Inovação e diferenciação técnica

Entre as soluções mais recentes adotadas pela empresa destacam-se inovações na área dos isolamentos. Em resposta a preocupações com incêndios em revestimentos capoto, a Alberto Lemos começou a utilizar lã de rocha em alternativa ao esferovite. “É mais segura e tem melhores propriedades térmicas e acústicas”, explica.

Outra inovação foi a introdução de pisos oscilantes com isolamento acústico reforçado. “Implementámos isso num bar, o pavimento absorve o som e evita que o ruído chegue ao piso inferior, e funciona mesmo”, reforça Fábio.

Internamente, a empresa também evoluiu ao nível da gestão, apostando em plataformas como a Habitissimo e a Construdata, e desenvolvendo sistemas de orçamentação mais detalhados, com acesso a redes de fornecedores para melhor controlo de custos.

### Eficiência energética com retorno garantido

A sustentabilidade tem ganho espaço na estratégia da empresa. Entre as soluções adotadas estão bombas de calor e painéis fotovoltaicos, instalados tanto em reabilitações como em projetos de raiz. “É um investimento a longo prazo, mas que compensa. Pode

não se notar no primeiro ou segundo ano, mas ao fim de cinco, seis anos, o cliente já recuperou o valor investido”, garante Fábio.

Com painéis solares térmicos, o aquecimento de águas fica praticamente garantido. Já os sistemas elétricos cobrem entre 45% a 65% do consumo energético médio de uma habitação. “É um custo inicial mais alto, mas com retorno certo, tanto ambiental como económico”, reforça.

### Visão de futuro com raízes sólidas

A Alberto Lemos atravessou crises, passou pela troika e enfrentou a pandemia. “Foi uma empresa que esteve confortável durante muitos anos. Mas hoje tem outra dinâmica, mais visibilidade e projetos maiores”, evidencia o gerente, acrescentando que a utilização de plataformas como Construdata 21 e Habitissimo tem facilitado significativamente a captação de obras e projetos, ampliando o alcance da empresa e otimizando a gestão das oportunidades no mercado da construção.

Fábio Ferreira quer continuar essa expansão. A curto prazo, o objetivo é consolidar a presença no norte e crescer no sul, onde o mercado da construção tem sido alimentado por investimentos estrangeiros e turísticos. “O Algarve está a deixar de ser uma aldeia piscatória para se tornar uma cidade com peso. Queremos estar presentes nesse crescimento”, realça.

A médio e longo prazo, a ambição é ainda maior: entrar no mercado das obras públicas e alargar atuação a nível nacional e internacional. Mas há um princípio que não muda: o foco no cliente. “Cada cliente é um companheiro momentâneo. Tem de ser tratado com total transparência, sem zonas cinzentas. Esse é o caminho para crescer com seriedade”, conclui. Com uma cultura assente na confiança e na excelência técnica, o objetivo é simples: crescer sem perder aquilo que sempre os distinguiu.



albertolemosda@gmail.com

www.alemos.pt



# EXCELÊNCIA EM CADA DETALHE

Na vanguarda da construção personalizada em Portugal, António Ferreira e Paula Ferreira, Fundadores da ConstróiGlobalDecor, sediada nas Caldas da Rainha, revelam como a escuta ativa, a inovação tecnológica e o compromisso com a sustentabilidade transformam cada projeto numa extensão autêntica dos sonhos dos clientes – com excelência reconhecida e planos ambiciosos para o futuro



Paula Ferreira, CEO e António Ferreira, CFO

**A ConstróiGlobalDecor oferece um portefólio completo de serviços em construção, reconstrução, remodelação, requalificação, design de interiores e decoração. Qual tem sido a vossa abordagem para garantir que cada projeto reflete verdadeiramente os sonhos e necessidades dos clientes?**

Na ConstróiGlobalDecor, acreditamos que cada espaço tem uma história única para contar. A nossa abordagem começa com a escuta ativa e sabemos que mais do que construir ou remodelar, somos responsáveis por materializar sonhos, solucionar questões práticas e criar ambientes que traduzam identidade e bem-estar.

Por isso, colocamos o cliente no centro de todo o processo, com reuniões presenciais para aprofundar estilo de vida, necessidades e preferências estéticas, tentando captar a essência do que cada cliente espera do espaço.

Após o levantamento detalhado, a equipa multidisciplinar, trabalha de forma integrada para propor soluções que conciliem funcionalidade, conforto, sustentabilidade e personalidade. Cada projeto assume uma atenção especial aos detalhes, desde a seleção de materiais aos acabamentos.

A nossa missão é criar espaços que superem expectativas, respeitando prazos, orçamentos e mantendo uma comunicação clara. É essa visão centrada no cliente que tem diferenciado a ConstróiGlobalDecor no setor global da construção.

**Num setor cada vez mais competitivo, o que distingue a ConstróiGlobalDecor no mercado da construção e design personalizados?**

O que distingue a ConstróiGlobalDecor nestes setores tão competitivos é a combinação do compromisso com o cliente e a excelência, reconhecida pelo 4º ano consecutivo, como umas das TOP 5% PME's de Portugal. O cliente é acompanhado e acompanha todo o processo, existindo comunicação diária, via

*WhatsApp*, entre os intervenientes, permitindo a todos visualizar o desenrolar da obra. Valorizamos a personalização em cada projeto desenvolvido à medida e esta abordagem humanizada é um dos pilares da nossa atuação. Além disso, apostamos na inovação técnica e visual. Fazemos o projeto 3D da obra para garantir que o cliente veja, entenda e valide cada detalhe antes da execução, o que reduz surpresas, aumenta a confiança e otimiza os resultados.

Outro diferencial é o nosso rigor no controlo de qualidade e gestão de obra. As equipas e parceiros especializados com quem trabalhamos há anos, asseguram a consistência, prazos cumpridos e excelência nos acabamentos. A nossa reputação tem sido construída através da confiança e fidelização de clientes, que regressam ou recomendam-nos. Resumindo, diferenciamos-nos pela capacidade de entregar espaços memoráveis com assinatura própria.



**A reabilitação urbana tem ganhado destaque em Portugal. Que tipo de projetos de reabilitação têm sido mais procurados e como avaliam o impacto destas intervenções no património e na qualidade de vida?**

Na ConstróiGlobalDecor, temos assistido a um crescimento significativo da procura de projetos de reabilitação em zonas históricas e urbanas consolidadas, para uso habitacional e outros. Os clientes procuram cada vez mais a valorização patrimonial, mantendo a identidade arquitetónica dos edifícios, aliada ao conforto moderno e eficiência energética. O impacto das intervenções, como reabilitações e reconversão de edifícios antigos para vários fins, é muito positivo: revitalizam zonas urbanas degradadas, valorizam economicamente os imóveis, preservam o património cultural e, sobretudo, melhoram a qualidade de vida de quem os habita. Além disso, contribuem para o uso mais sustentável do território, evitando a expansão urbana descontrolada.

Na nossa abordagem, aliamos rigor técnico à sensibilidade patrimonial, respeitando a história dos espaços e introduzindo soluções que os tornam eficientes e confortáveis. A reabilitação é, sem dúvida, uma das formas mais inteligentes e responsáveis de construir o futuro sem apagar o passado.

**A personalização é um dos pilares da vossa atuação. Como integram as preferências dos clientes no processo criativo e técnico, garantindo ao mesmo tempo qualidade e viabilidade?**

Na ConstróiGlobalDecor, a personalização começa no momento em que ouvimos o cliente pela primeira vez. Investimos tempo em compreender o estilo de vida, as preferências estéticas e os seus objetivos. Com base nisso, criamos propostas únicas e realistas, que conciliam desejo, viabilidade técnica e sustentabilidade financeira.

O processo integra o *briefing*, onde recolhemos inspirações, referências visuais e necessidades práticas; o Projeto 3D, que ajuda o cliente a visualizar o resultado e tomar decisões; a seleção de materiais, equilibrando gosto pessoal, qualidade e durabilidade e a validação técnica e acompanhamento rigoroso, assegurando que cada ideia é executável e cumpre as normas de segurança, eficiência e conforto.

As equipas de projetos e obra trabalham em estreita articulação, garantindo que o conceito inicial é respeitado até à entrega final. Esta metodologia permite-nos alcançar um equilíbrio entre criatividade, qualidade e viabilidade, mantendo sempre o cliente no centro de todas as decisões. Acreditamos que um projeto personalizado tem de funcionar no dia a dia e resistir ao tempo. É essa visão que nos guia em cada trabalho.

**Sustentabilidade e eficiência energética são hoje temas incontornáveis. De que forma a vossa empresa incorpora estas preocupações nos projetos que desenvolve?**

Na ConstróiGlobalDecor, a sustentabilidade e eficiência energética não são apenas tendências, são valores estruturais da nossa atuação e critérios centrais em cada fase do projeto, desde a conceção à execução. Incorporamos estas preocupações de

forma prática, estratégica e integrada, com foco em três eixos fundamentais: materiais ecoeficientes e, sempre que possível, com redução da pegada carbónica; tecnologia, com projetos que minimizam o consumo energético e maximizam o conforto térmico e, por fim, o comportamento energético, com projetos que visem sempre a certificação energética de classe A+, em linha com os objetivos climáticos e energéticos até 2030.

Procuramos educar e envolver o cliente nesse processo, mostrando como pequenas escolhas têm grandes impactos. Acreditamos que cada projeto é uma oportunidade para construir de forma mais inteligente, responsável e alinhada com um futuro sustentável. Esta consciência faz parte do ADN da ConstróiGlobalDecor e dos espaços que deixamos como legado.

*Acreditamos que um projeto personalizado tem de funcionar no dia a dia e resistir ao tempo. É essa visão que nos guia em cada trabalho*

**Olhando para o futuro, que objetivos estratégicos definiram para os próximos anos e que novos serviços ou áreas de atuação gostariam de explorar?**

Os próximos anos representam mais uma etapa de consolidação e expansão para a ConstróiGlobalDecor. Estamos focados em reforçar a nossa presença no mercado nacional, onde há uma procura crescente por soluções de construção inteligente personalizada. Por tal, em 2025, apostámos na inovação tecnológica, com a fundação de uma nova empresa do grupo, a Centeno Sistemas, Lda, colocando a ConstróiGlobalDecor na vanguarda da construção civil, com integração da IA na automatização e eficiência das casas, resultado da crescente adesão dos clientes às novas tecnologias, com vista a um maior bem-estar e conforto.

Mais do que crescer, queremos propósito, mantendo o foco no futuro da construção, que passará por aliar a criatividade, responsabilidade ambiental e tecnológica, proximidade e excelência, e é isso que continuaremos a proporcionar, porque o nosso lema continua a ser: “O cliente é o propósito do nosso trabalho”.



geral@fcsolucoes.pt  
www.fcsolucoes.pt



# CRESCER COM RAÍZES FIRMES: A APOSTA CERTA NA CORTIÇA E NA INOVAÇÃO

Com sede em Alcácer do Sal, a Pinha & Pinhões Danado, Lda é uma referência no setor da cortiça e da pinha mansa. Fundada em 2005 por António Danado, nasceu da sua longa experiência no setor e cresceu com base numa gestão familiar, hoje partilhada com os filhos Cláudio e Diogo. Em conversa com os dois irmãos, percebe-se como tradição e visão continuam a andar de mãos dadas.



Cláudio e Diogo Danado, Fundadores

Atualmente responsável pela gestão e área comercial, Cláudio traça um retrato claro da filosofia da empresa: “O projeto é fruto do trabalho do meu pai. Nós demos continuidade e fomos aperfeiçoando com novas ideias e investimentos. Ele continua connosco, mais focado na área das compras, enquanto eu e o meu irmão estamos mais presente na gestão da fábrica e na relação com os clientes”, conta.

Inicialmente dedicada à cortiça, a empresa diversificou-se e investiu numa fábrica de granulados, capaz de responder aos vários segmentos do setor. “Fazemos granulado tanto para o setor alimentar como para o não alimentar: construção, decoração, isolamentos. Vendemos matéria-prima a outras entidades que produzem o produto final”, explicam Cláudio e Diogo. Esta capacidade de adaptação e resposta a vários nichos de mercado é uma das chaves do seu crescimento.

## Inovar sem parar

A evolução do negócio tem sido sustentada por uma estratégia clara: não estagnar. “Estamos sempre a investir, a comprar equipamentos novos. Se hoje temos uma máquina de desinfeção de granulado, amanhã procuramos uma que faça melhor. O segredo é não parar no tempo”, afirmam. Essa aposta em modernização não se limita à produção.

A empresa encontra-se em processo de certificação FSC, reforçando o seu compromisso com práticas sustentáveis, quer ao nível da gestão florestal, quer da rastreabilidade dos materiais. “Cumprimos com todos os requisitos ambientais e estamos atentos à sustentabilidade. Faz parte do nosso trabalho diário”, garante o Gerente.

## Uma relação direta com o cliente

Sem comerciais ou intermediários, a Pinha & Pinhões Danado mantém um contacto direto com os seus clientes. “Os comerciais somos nós os três. Isso facilita muito a relação e cria uma confiança maior. Falamos diretamente, sem filtros”, salienta Cláudio. Essa proximidade permite uma resposta mais eficaz e personalizada, criando relações duradouras e de confiança mútua.

## Pessoas que fazem a diferença

O sucesso da empresa não se explica apenas pela maquinaria ou certificações. O fator humano é apontado por Cláudio como uma das maiores forças da organização. “Tenho o privilégio de trabalhar com uma equipa dedicada, pessoas que remam todas na mesma direção. São entre cinco a sete colaboradores muito empenhados, e isso faz toda a diferença”, destacam Cláudio e Diogo.

A estabilidade da equipa permite manter uma produção eficiente e coesa, com um ambiente de trabalho saudável e colaborativo. “É fácil trabalhar bem quando temos boas pessoas connosco. E felizmente aqui existe isso”, complementa.

## Olhar em frente com novos projetos

O futuro da empresa está já em marcha. Ainda este ano, a fábrica irá iniciar a produção de rolhas de micro granulado, um novo passo na diversificação e consolidação do negócio. “Temos já todo o equipamento necessário. Está tudo pronto. Só falta a montagem final. A produção deve arrancar em setembro”, revelam Cláudio e Diogo.

Apesar de outras empresas já operarem neste segmento, a entrada da Pinha & Pinhões Danado representa uma aposta num novo mercado e uma forma de garantir mais autonomia e valor acrescentado à sua produção. “Vai ser mais uma vertente para o nosso portefólio. Já fazemos o granulado, agora vamos começar a produzir também a rolha. É mais um passo em frente”, conclui. Apostando na inovação sem perder as raízes, a Pinha & Pinhões Danado prova que é possível crescer de forma sustentável, com visão de futuro e identidade própria.



Rua do Pinhal Lote 2 7580 - 206

Alcácer do Sal

pp-pinhas@sapo.pt



AQUI PODE ESTAR A SUA  
**FUTURA CASA**



**NO ALTO MINHO...**  
O CORAÇÃO BATE MAIS LEVE...  
O AR QUE SE RESPIRA É MAIS PURO...  
A ÁGUA QUE CORRE NOS RIOS É MAIS LÍMPIDA...

# STEELAXY: FOCO, INOVAÇÃO E CRESCIMENTO GLOBAL

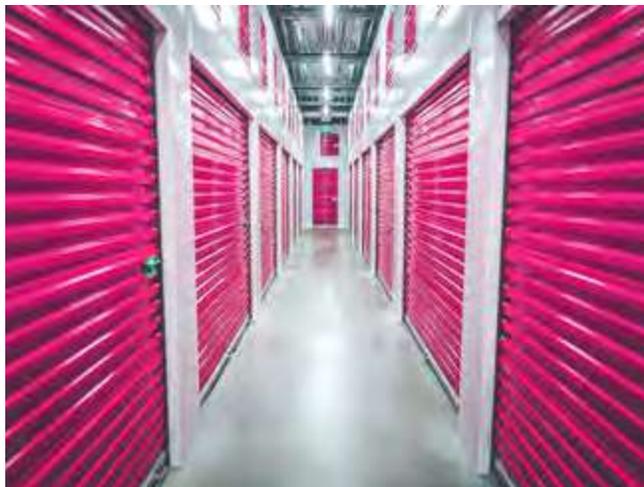
Fundada por Thiago Felgueiras, a Steelaxy surgiu a partir da identificação de uma lacuna significativa no mercado português: a inexistência de uma empresa especializada na construção de mezaninos e soluções de *self-storage* adaptadas às necessidades de empresas e particulares. Com uma visão clara de inovar e oferecer soluções personalizadas, a Steelaxy posicionou-se rapidamente como uma referência no setor, combinando engenharia de ponta, materiais de alta qualidade e um atendimento focado na eficiência e flexibilidade para responder às exigências de espaços comerciais, industriais e residenciais.

## Especialização como fator diferenciador

Ao contrário das empresas de engenharia metálica tradicionais, que diversificam a sua atividade por vários segmentos, a Steelaxy foca-se exclusivamente no setor do *self-storage*. “Eu não faço tudo, eu sou mesmo especialista na indústria de *self-storage*, nada mais”, sublinha Thiago Felgueiras.

O fundador recorda que, no início, muitos potenciais clientes ainda recorriam a empresas estrangeiras para este tipo de soluções. “Havia quem viesse de França, da Alemanha ou até de Inglaterra para montar estruturas em Portugal. A partir do momento em que criámos a Steelaxy, os clientes passaram a ter um interlocutor nacional, com quem podem falar na própria língua e que conhece a realidade do mercado português. Isso fez toda a diferença”, refere.

A aposta revelou-se certa: hoje, a Steelaxy é a única empresa portuguesa dedicada em exclusivo a este segmento e já conquistou forte impacto no mercado. A empresa desenvolveu projetos em diversos pontos da Europa e no Norte de África, e prepara-se para chegar ainda mais longe. “O impacto tem sido tão grande que, atualmente, estamos a prepararmo-nos para trabalhar na Arábia Saudita e no Dubai”, afirma.



Thiago Felgueiras, Fundador

Thiago Felgueiras destaca que a especialização tem sido determinante para conquistar a confiança dos clientes. Ao focar-se exclusivamente no setor de *self-storage*, a empresa consegue compreender em profundidade as necessidades do mercado, antecipar desafios e propor soluções eficazes, tornando-se uma referência dentro do segmento.

*O nosso objetivo é maximizar o valor dos armazéns e oferecer aos clientes uma experiência completa, sem complicações, do projeto à execução final*

### Desafios da internacionalização

A internacionalização, contudo, trouxe desafios próprios. Questões logísticas, requisitos legais e adaptações às normas de cada país são parte da rotina da empresa. “Trabalhar fora da União Europeia implica lidar com regulamentações específicas, autorizações, cursos de segurança obrigatórios e inspeções constantes. Exige inteligência e atualização permanente sobre legislação e normas internacionais”, refere o empresário. Thiago Felgueiras sublinha ainda a complexidade de lidar com diferentes contextos culturais e legais. “Na Suíça, por exemplo, somos alvo de inspeções semanais. Se não tivermos tudo em ordem, há problemas imediatos. Cada país tem as suas exigências e isso obriga-nos a estar sempre preparados”.

Além da burocracia, a gestão de equipas multiculturais é outro desafio. “Metade da minha equipa não é portuguesa. Trabalham connosco polacos, espanhóis e brasileiros, mas nem sempre é possível enviar todos para determinados países devido a regras de imigração”, explica. Ainda assim, essa diversidade é vista como uma mais-valia, trazendo diferentes experiências e formas de trabalhar.

A logística completa o quadro dos desafios. “São muitas horas de viagem, alojamento e projetos que podem durar de um a seis meses. É exigente, mas é também o que nos faz crescer enquanto empresa”, conclui.

### Processo integrado: do projeto à execução

A Steelaxy distingue-se pelo acompanhamento completo que oferece aos clientes. O processo inicia-se com a análise das plantas do armazém e a definição de *layouts* que maximizam o espaço, muitas vezes multiplicando por três a área disponível através da construção de mezaninos. Segue-se a fase de produção, em que cada estrutura



é fabricada de acordo com as especificidades do projeto. Depois, o material é transportado e montado no local, transformando o espaço em unidades modulares prontas a ser utilizadas. “Já desenvolvemos desde grandes unidades em Marrocos até *self-storages* urbanos em Lisboa e no Porto, com *boxes* mais pequenas para clientes particulares”, acrescenta.

A inovação tecnológica completa o processo, com soluções como fechaduras digitais controladas por *smartphone*, que permitem contratos imediatos e acesso autónomo. “O cliente consegue alugar uma unidade, receber o código e começar a usá-la em minutos, sem necessidade de contacto humano”, sublinha o empresário.

### Olhar para o futuro

Se até agora a Steelaxy se concentrou em projetos B2B, construindo e viabilizando unidades para outros operadores, o futuro reserva uma evolução estratégica: a entrada no mercado B2C. “Estamos a preparar o lançamento dos nossos próprios armazéns de *self-storage*, com marca própria, para alugarmos diretamente aos clientes particulares”, revela Thiago Felgueiras.

Com uma estratégia assente na especialização, na inovação e na qualidade, a Steelaxy posiciona-se como pioneira em Portugal e referência internacional no setor do *self-storage*, um mercado em expansão e com muito espaço para crescer. Com especialização, inovação e atenção ao detalhe, a Steelaxy consolidou-se como referência no setor do *self-storage* em Portugal e além-fronteiras. A empresa combina *know-how* técnico, soluções personalizadas e tecnologia de ponta para transformar espaços em oportunidades de negócio. Como resume Thiago Felgueiras: “O nosso objetivo é maximizar o valor dos armazéns e oferecer aos clientes uma experiência completa, sem complicações, do projeto à execução final”.



info@steelaxy.com  
www.steelaxy.com



# TRIUNF, NOVE ANOS A PROTEGER COM RIGOR E TRANSPARÊNCIA

Com nove anos de existência enquanto empresa, mas mais de duas décadas de experiência acumulada no setor segurador, a Triunf construiu um caminho assente na proximidade, no rigor e na transparência. Liderada por Vítor Reis, a mediadora tem vindo a consolidar-se como uma referência de confiança, apostando no crescimento sustentado, na abertura de agências no Minho e Alto Minho e na inovação digital. Numa altura em que o setor enfrenta constantes transformações, a Triunf mantém como prioridade a relação humana – seja com clientes, seja com colaboradores – acreditando que só uma equipa motivada pode garantir um serviço personalizado e de qualidade.



Vitor Reis, CEO

*Na Triunf acreditamos  
que não há serviço de  
qualidade sem uma  
equipa motivada e com  
bem-estar*

**De que forma a trajetória da Triunf contribuiu para a consolidar como uma referência de confiança no mercado nacional?**

Apesar da nossa existência de nove anos, enquanto empresa, possuímos uma experiência de mais de 20 anos como profissionais no setor segurador, permitiu-nos construir uma base sólida de conhecimento e de confiança junto dos nossos clientes e parceiros. Desde o início, tivemos como prioridade a proximidade e o acompanhamento personalizado, porque acreditamos que cada

cliente é único e que as soluções de proteção devem ser feitas à medida de cada realidade.

Esta trajetória consolidou-nos como uma referência de confiança, não apenas pelo conhecimento na área, mas pela forma como nos adaptamos às constantes mudanças do mercado e da sociedade, mantendo sempre uma postura de transparência, rigor e compromisso.

A nossa estratégia passou por reforçar a presença no território, através da abertura de vários pontos de venda no Alto Minho e Minho, aproximando-nos ainda mais dos clientes e das suas comunidades locais.

**Como a Triunf garante o equilíbrio entre o bem-estar dos colaboradores e a satisfação de quem recorre aos vossos serviços?**

Na Triunf acreditamos que não há serviço de qualidade sem uma equipa motivada e com bem-estar. As pessoas estão no centro de tudo o que fazemos – sejam clientes ou colaboradores.

Temos uma preocupação constante em proporcionar condições de trabalho equilibradas e em cultivar um espírito de equipa forte. Isso permite-nos manter colaboradores satisfeitos e motivados, o que se reflete diretamente no acompanhamento próximo e na confiança que transmitimos aos clientes.

**Atualmente contam com sete agências espalhadas pelo país. Que importância tem esta presença física para reforçar a proximidade e confiança junto dos clientes?**

A presença física das nossas agências é um dos pilares da confiança que os clientes depositam na Triunf. Num setor onde muitas vezes predominam as soluções digitais, acreditamos que o contacto direto continua a ser fundamental. Estar presente em várias localidades permite que os clientes saibam que têm sempre alguém próximo, disponível para os ouvir, esclarecer dúvidas ou ajudar em momentos de maior dificuldade.

**O setor segurador está em constante transformação, seja por novas exigências regulatórias, seja pela digitalização. Como é que a Triunf integra a inovação sem perder a transparência e a relação pessoal que vos caracteriza?**

O setor segurador está, de facto, em permanente transformação e nós acompanhamos essa evolução de forma muito consciente. Na Triunf, a inovação não é vista apenas como tecnologia, mas sim como uma ferramenta ao serviço da transparência e da proximidade. Investimos em soluções digitais que simplificam processos, tornam a informação mais clara e permitem respostas mais rápidas aos clientes. No entanto, nunca perdemos de vista o essencial: a relação pessoal. Cada ferramenta que implementamos tem de servir para facilitar a vida dos nossos clientes e libertar tempo para aquilo que consideramos insubstituível – o contacto humano, a escuta ativa e a confiança construída no dia a dia.

*O nosso objetivo é continuar a crescer, mas crescer com consistência, com foco nas pessoas e no serviço de qualidade, porque acreditamos que é isso que transforma uma mediadora numa verdadeira referência no mercado.*



**Olhando para o futuro, quais são os principais objetivos da Triunf para continuar a crescer e afirmar-se como uma referência no mercado segurador?**

O futuro da Triunf passa por três grandes prioridades: crescimento sustentado, proximidade e inovação.

Em primeiro lugar, queremos reforçar a nossa presença no Minho e Alto Minho, áreas onde já temos vindo a investir com a abertura de vários escritórios. A proximidade física continua a ser um dos nossos maiores diferenciais.

Depois, pretendemos aumentar a nossa oferta de soluções, sempre ajustadas ao perfil e necessidades dos clientes, desde particulares até empresas.

Por último, mas não menos importante, está a inovação digital.

Em resumo: o nosso objetivo é continuar a crescer, mas crescer com consistência, com foco nas pessoas e no serviço de qualidade, porque acreditamos que é isso que transforma uma mediadora numa verdadeira referência no mercado.



**TRIUNF**  
MEDIÇÃO DE SEGUROS

Forjães | P. de lima | Póva de Lanhoso | Braga  
Arcos de Valdevez | Rio Caldo  
[geral@triumf.pt](mailto:geral@triumf.pt) • [www.triumf.pt](http://www.triumf.pt)



# O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

Pedro Machado, Secretário de Estado do Turismo, Comércio e Serviços, foi o orador convidado do almoço-debate promovido pelo International Club of Portugal (ICPT), que decorreu no Sheraton Lisboa Hotel & Spa, subordinado ao tema “O Turismo como fator de Desenvolvimento”.

Num discurso marcado por uma visão estratégica e integradora, Pedro Machado sublinhou o papel estruturante do turismo na economia nacional. “O PRR são 22 mil milhões de euros para cinco anos. O turismo está a gerar um PRR e meio por ano para a nossa economia”, disse o governante, referindo-se ao Plano de Recuperação e Resiliência financiado por fundos europeus.

Ao longo da sua intervenção, Pedro Machado destacou a importância estratégica do setor e salientou que, em 2024, Portugal já superou os níveis de turismo registados em 2019, ano considerado o melhor antes da pandemia. Segundo estimativas do Governo, este ano deverá registar um aumento entre 3% e 4% no número de turistas e um crescimento de 6% nas receitas, podendo estas atingir cerca de 30 mil milhões de euros.

Por outro lado, o Secretário de Estado rejeitou a perceção de uma excessiva dependência da economia portuguesa em relação ao turismo: “Não é verdade que Portugal esteja dependente de uma mono-indústria. O turismo é transversal a 49 atividades económicas”, afirmou, destacando o impacto em áreas como a mobilidade, agricultura, cultura e indústria transformadora. Durante a sua alocução, também contrariou a ideia de uma eventual saturação turística: “Não, não temos turistas a mais. Temos é de distribuir melhor os fluxos, no tempo e no território”, defendeu.



Pedro Machado e Manuel Ramalho

Pedro Machado revelou ainda que o Governo está a preparar a nova Estratégia Nacional para o Turismo 2030, a ser apresentada em setembro, com enfoque num “triângulo” de prioridades: crescimento sustentável, qualificação da experiência turística e satisfação do visitante.

Relativamente à mobilidade, sublinhou que a maioria das entradas no país se faz por via aérea, o que reforça a urgência em resolver os problemas nos aeroportos e alargar a oferta de ligações. “A TAP está a abrir novas ligações com os Estados Unidos, México, Argentina, Austrália e Arábia Saudita”, recordou.

O governante abordou também a escassez de mão-de-obra no setor e defendeu a criação de mecanismos que facilitem a entrada de trabalhadores estrangeiros. “Já em 2019 tínhamos este problema. Hoje, 15% da população residente em Portugal é estrangeira e tem um contributo fundamental para a nossa economia”, sublinhou.

Por fim, destacou iniciativas de requalificação urbana apoiadas pelo Turismo de Portugal: “Já recuperámos vários mercados municipais e espaços de visitação. São instrumentos de política pública no terreno”, concluiu.

O almoço-debate contou com a presença de diversas personalidades do meio empresarial, político e diplomático, reforçando o papel do ICPT como fórum privilegiado de debate sobre temas estratégicos para o futuro de Portugal.



# A OVELHA NEGRA



*Nestes desgraçados e incertos tempos é realmente necessária muita coragem para investir. E essas pessoas também merecem o nosso louvor. O meu têm-no de certeza, especialmente porque sei que não podem contar com qualquer conforto de um sistema judiciário cujo mau funcionamento venho denunciando*

Quando a Revista Business Portugal comemora o seu 14º aniversário (logo e em primeiro lugar, parabéns a todos os envolvidos neste magnífico empreendimento), não posso deixar de saudar e, claro, de agradecer, a enorme coragem de quem me está a proporcionar um espaço para apresentar os meus comentários. Efectivamente, não há muita gente a ser capaz de convidar uma pessoa que não consegue ser optimista para escrever numa publicação que – e ainda bem que

o faz – irradia uma muito saudável postura positiva relativamente a tudo o que nos rodeia, especialmente em Portugal. Pelo profundo respeito que me merece o autor do convite, irei procurar não destoar muito no conjunto harmonioso da Revista, estando, porém, certo e seguro de que, o mais das vezes, serei a ovelha negra. É que, como muito bem me disse, numa conversa telefónica que com ele mantive num momento em que o fogo que assolou a zona de Arganil, onde ele reside, era menos selvagem e violento, um homem que conheço há mais de 40 anos e por quem nutro um profundo respeito e uma grande amizade (daí que eu, ansioso, lhe tenha ligado), “doutor, as suas netas e o seu neto, aconteça o que acontecer, nunca irão usufruir da liberdade, do bem-estar e da felicidade de que nós beneficiámos quando éramos novos”. E essa incontornável verdade dói-me muito. Muito mesmo.

Com o “aconteça o que acontecer” queria ele significar que nem mesmo um eventual desaparecimento de cena de Donald Trump – o qual até se viu obrigado a desmentir as notícias que anunciavam que ele está gravemente doente, num momento em que nos EUA já se debate quem será o seu sucessor e o que acontecerá aos republicanos MAGA quando Trump desaparecer – irá alterar este estado de coisas. Os danos provocados são demasiado graves e, infelizmente, as suas consequências são já totalmente irreversíveis. Neste momento, um país cuja população vive sob o jugo de uma ditadura – a República Popular da China – é um parceiro mais fiável do que aquele Estado (EUA) que se auto-proclamava, com o assentimento dos países do chamado Ocidente, ser “o Farol da Liberdade no Mundo”. E o facto de as instituições da União Europeia se recusarem a dar a Israel o mesmo tipo de tratamento sancionatório que, muito justamente, estão a aplicar a outros violadores do Direito Internacional como são a Federação Russa, a República Islâmica do Irão e movimentos terroristas como o Hamas e outros de igual natureza, só vai servir para agravar a já difícil situação económica, social e política de todos os países dessa zona do planeta, cujo peso no PIB mundial já é menor que o da China e que poderá ser em breve menor do que o da Índia. Nestes desgraçados e incertos tempos é realmente necessária muita coragem para investir. E essas pessoas também merecem o nosso louvor. O meu têm-no de certeza, especialmente porque sei que não podem contar com qualquer conforto de um sistema judiciário cujo mau funcionamento venho denunciando desde o início da década de 90 do século passado.

*Eurico Reis,  
Juiz Desembargador Jubilado*

# REGIÃO OESTE & NORTE DE LISBOA

A Região Oeste & Norte de Lisboa destaca-se pela diversidade de paisagens, tradições e dinâmicas que a tornam única no contexto nacional. Do litoral atlântico, onde o mar molda vilas piscatórias, praias de renome e rotas ligadas ao surf, até ao interior marcado por vinhas, pomares e campos férteis, este território conjuga património histórico, riqueza gastronómica e inovação económica. É uma zona onde o passado se cruza com a modernidade: castelos, mosteiros e centros históricos convivem com polos industriais, tecnológicos e culturais em expansão. A proximidade à capital confere-lhe forte atratividade, sem perder a autenticidade de comunidades que preservam saberes ancestrais e celebram as suas tradições. Com uma identidade multifacetada, o Oeste e Norte de Lisboa afirmam-se como destino turístico, espaço de investimento e lugar privilegiado para viver.



Juvenal, Gerente

# A BOCA RI SEMPRE E O CORAÇÃO TAMBÉM

No restaurante Ave Dourada, que Juvenal dirige há 25 anos, serve-se mais do que peixe fresco e marisco de qualidade. Entre pratos bem temperados, há uma filosofia de vida feita de respeito, dedicação, espírito de equipa e lições que se estendem muito além das refeições.

## Uma história de família, resiliência e reinvenção na restauração

O restaurante Ave Dourada, que este ano celebra 25 anos, é muito mais do que um espaço onde se serve boa comida. É o resultado de um sonho conjunto, começado por Juvenal e pelos pais, e hoje também partilhado com Cláudia, sua esposa e braço direito na gestão diária do restaurante. Juntos, souberam enfrentar desafios e reinventar-se para fazer crescer um projeto familiar que hoje é uma referência.

Tudo começou no final da década de 1990, quando os pais de Juvenal tinham um negócio de frutas e legumes no mercado de abastecimento de Lisboa. Com a extinção desse espaço e a chegada de uma grande estrutura comercial, a concorrência e a idade avançada dos pais tornaram a continuidade difícil. Foi então que Juvenal e a família decidiram mudar de rumo. O pai, com talento para a cozinha e gosto pela arte de bem servir, e a mãe, uma mulher incansável e dedicada, juntaram-se a Juvenal para lançar o Ave Dourada, inicialmente um projeto modesto e feito “à aventura”.

No início, o restaurante tinha uma equipa pequena, com Juvenal, os pais e um funcionário que os acompanhou durante anos.

A mãe, que nunca fora fã da cozinha, adaptou-se rapidamente à nova realidade e mostrou-se incansável.





*Se pudermos melhorar o dia de alguém com um prato bem servido e um sorriso genuíno, já valeu a pena*

Hoje, Juvenal olha para trás com orgulho e gratidão pelo caminho percorrido com os pais e com Cláudia, que partilha consigo não só a vida, mas também o esforço diário de manter o restaurante fiel aos seus valores. A dedicação, o respeito pelo cliente e o trabalho em equipa continuam a ser os valores centrais do Ave Dourada, que além de servir refeições oferece uma verdadeira lição de vida sobre resiliência, compromisso e amor à família.

### Sabores com identidade: as especialidades do Ave Dourada

No restaurante Ave Dourada, a comida é mais do que uma refeição, é o resultado de uma história familiar feita de esforço, visão e respeito pelos ingredientes. Desde o primeiro dia que Juvenal, apostou na qualidade como prioridade. “Se o produto é bom, o nosso trabalho é não o estragar”. O marisco é uma das grandes referências do Ave Dourada. Carabineiros, lavagante, lagosta, camarão, amêijoas ou sapateira chegam vivos e frescos, sendo preparados com a simplicidade necessária para respeitar o sabor natural. O peixe grelhado, por sua vez, passa pela brasa com a técnica apurada e sem excessos, como exige quem respeita o produto.

Entre os pratos mais emblemáticos do restaurante Ave Dourada, o Bife à Ave Dourada é uma verdadeira marca da casa. Servido com bife da vazia grelhado no ponto certo, acompanhado por camarão escalado, batata frita e arroz, este prato combina sabores do mar e da terra num equilíbrio elegante, pensado ao detalhe.

A escolha da carne, a técnica de grelha e a frescura do camarão fazem dele uma das opções mais requisitadas por quem visita o espaço. No Ave Dourada, não há atalhos. Tudo o que é servido resulta de escolhas conscientes: desde os ingredientes frescos e selecionados aos métodos de confeção, passando pelo cuidado com o serviço e a atenção ao cliente. O restaurante cresceu, modernizou-se, investiu em obras e decoração ao longo dos anos, mas manteve sempre o essencial – qualidade, respeito e autenticidade. E é por isso que, 25 anos depois, o projeto iniciado por Juvenal e pelos pais continua a ser uma referência na região e um exemplo de como a gastronomia pode unir tradição, família e visão de futuro à mesa.

### Um espaço com alma

Entrar no Ave Dourada é sentir que há ali mais do que mesas bem postas e uma ementa cuidada. É sentir o ambiente familiar, o



Juvenal e Cláudia

profissionalismo que não pesa e a simpatia que não soa a obrigação. É um espaço que respira autenticidade, onde se percebe que cada pormenor foi pensado com gosto e cada decisão tomada com sentido.

Ao longo dos anos, o restaurante foi crescendo de forma sustentada, foram feitas várias obras, a decoração evoluiu, os equipamentos foram modernizados. Mas houve sempre um cuidado em manter a identidade original. “Preferimos fazer menos e fazer bem, do que querer fazer tudo e perder o controlo”, explica Juvenal.

A aposta na modernização não é sinónimo de descaracterização. Pelo contrário: é precisamente porque o Ave Dourada sabe quem é, que tem conseguido adaptar-se sem perder a essência. E é essa clareza que permite olhar para o futuro com confiança e sem pressas, mas com visão.



### 25 anos de memórias e de futuro

Chegar aos 25 anos é, por si só, um feito notável na restauração. Mas o que torna o percurso do Ave Dourada ainda mais relevante é a forma como o tempo foi vivido: com sacrifício, sim, mas também com alegria, com trabalho árduo e com orgulho genuíno.

O restaurante não é só um negócio, é uma extensão de quem lá trabalha, de quem o sonhou e de quem o fez crescer. E para Juvenal, cada cliente que regressa, cada equipa que permanece, cada refeição bem servida, é uma confirmação de que valeu e vale a pena. Ao seu lado, Cláudia tem sido uma peça-chave para manter essa consistência, garantindo que os bastidores funcionam com a mesma harmonia que se sente na sala.

No Ave Dourada, a boca ri sempre e o coração também. Porque ali, servir é uma arte. E viver, uma celebração.

### Tradição que se renova todos os dias

Mesmo com 25 anos de história, o Ave Dourada não vive do passado. Juvenal faz questão de estar atento às novas exigências, às tendências do setor, às mudanças no perfil do cliente. Sem nunca perder o que o define, procura atualizar métodos, melhorar

processos e garantir que o restaurante se mantém relevante e competitivo. Ao seu lado, Cláudia é aliada nesta missão, trazendo equilíbrio entre a inovação e continuidade.

“Quem trabalha em restauração não pode parar no tempo. É preciso ouvir os clientes, mas também ouvir a nossa equipa, perceber o que funciona e o que precisa de mudar”. Essa capacidade de adaptação tem sido um dos pilares do sucesso contínuo do projeto: inovar sem romper com a essência, crescer sem perder o controlo.

### Equipa de confiança, ambiente familiar

Para Juvenal, liderar uma equipa é, em muitos aspetos, como liderar uma família. Exige proximidade, firmeza e, acima de tudo, confiança. “Não se consegue construir nada sozinho. E não se consegue manter uma equipa motivada se não houver respeito dos dois lados”. Ao longo dos anos, tem apostado numa liderança próxima, feita de diálogo e de exemplo. Muitos dos que trabalham no Ave Dourada estão lá há anos, e não por acaso.

Esse ambiente familiar é um reflexo direto da forma como Juvenal e Cláudia gerem o restaurante com empatia, mas também com exigência, liberdade e responsabilidade. É um equilíbrio difícil, mas que, quando bem conseguido, faz toda a diferença tanto no bem-estar da equipa como na experiência dos clientes.

### Missão com sabor e propósito

Mais do que gerir um restaurante, Juvenal vê o trabalho como uma missão. “Se pudermos melhorar o dia de alguém com um prato bem servido e um sorriso genuíno, já valeu a pena.” A gastronomia, para si, é um pretexto para algo maior: criar ligações, cuidar de pessoas, construir algo duradouro.

O Ave Dourada é, por isso, uma empresa com alma. Um espaço onde os valores contam tanto quanto os pratos. Um restaurante que é, ao mesmo tempo, uma escola de vida onde se aprende sobre esforço, dignidade, generosidade e tempo. Tudo aquilo que torna uma refeição verdadeiramente memorável.

Num setor exigente e muitas vezes ingrato, o Ave Dourada prova que a longevidade não se faz apenas com estratégia, mas com dedicação diária, respeito por todos os envolvidos e um compromisso inabalável com a qualidade. Ao cuidar da equipa como cuida da família, e ao receber cada cliente como um convidado especial, Juvenal mostra que o segredo do sucesso está nas escolhas simples mas feitas com verdade. No futuro, como até aqui, o restaurante continuará a servir mais do que refeições: servirá memórias, encontros e valores que resistem ao tempo. No Ave Dourada, como diz o próprio, “a boca ri sempre... e o coração também”.

**AVE  
DOURADA**  
RESTAURANTE

geral@avedourada.com  
www.avedourada.com



# CALEIRATORRES

## SOLUÇÕES À MEDIDA DESDE 1997

Com quase três décadas de experiência, a CaleiraTorres é, hoje, uma referência nacional no fabrico e instalação de caleiras, rufos, capeamentos e chapas quinadas. Fundada em 1997, a empresa distingue-se pela proximidade com os clientes, o atendimento personalizado e a capacidade de criar soluções adaptadas a cada projeto. A empresa, ao longo destes anos, tem vindo a consolidar a marca através de uma gestão assente em valores de confiança, rigor e inovação.

### Soluções adaptadas a cada construção

A grande força da CaleiraTorres está na versatilidade. Com equipas de profissionais qualificados, a empresa responde às necessidades de diferentes tipologias de obra – da construção moderna à tradicional, passando pelo setor industrial. “O nosso objetivo é encontrar a solução certa para cada cliente”, sublinha Sara Gomes, uma das sócias da empresa, reforçando a ideia de que cada projeto é único e merece um acompanhamento personalizado.

Na construção moderna, as soluções da CaleiraTorres aliam eficiência e estética, assegurando o escoamento correto das águas pluviais sem comprometer o *design* arquitetónico. Já na construção tradicional, a empresa valoriza o respeito pela traça original, oferecendo modelos adaptados que preservam a identidade de cada edifício. No setor industrial, as respostas são pensadas de acordo com as exigências técnicas, garantindo robustez, durabilidade e baixo custo de manutenção.

Esta capacidade de adaptação reflete-se também na relação com os clientes: a CaleiraTorres privilegia o atendimento de proximidade, escutando necessidades, esclarecendo dúvidas e acompanhando

cada etapa da obra. “Só assim conseguimos que o resultado final vá ao encontro das expectativas e contribua para a valorização do património”, conclui a responsável.

### Qualidade e inovação no fabrico

A empresa destaca-se pelo fabrico e instalação de caleiras, rufos e capeamentos sem junções nem soldaduras, realizados diretamente no local. Esta metodologia assegura não só maior durabilidade e estanqueidade, mas também um acabamento mais harmonioso, e adaptado às especificidades de cada obra. A ausência de emendas reduz os pontos de fragilidade e permite um desempenho mais eficaz ao longo do tempo. No segmento de chapa quinada, a CaleiraTorres disponibiliza trabalhos totalmente personalizados, aplicáveis em algerozes, laroç, remates, rufos e capeamentos. Esta versatilidade garante que cada detalhe técnico seja pensado de forma precisa, contribuindo para a preservação estrutural dos edifícios e para a valorização estética das construções. A aposta em equipamentos modernos e matérias-primas de elevada qualidade é outro fator diferenciador da empresa,





Feira de São Pedro 2025 - Torres Vedras

*Mais do que fornecedores, queremos ser parceiros de confiança para cada cliente. O nosso trabalho não termina com a instalação; acompanhamos, aconselhamos e garantimos soluções à medida de cada realidade*



que conjuga tecnologia e experiência artesanal para alcançar os melhores resultados. “Fazemos questão de garantir que cada peça é fabricada com rigor, porque sabemos que o detalhe faz toda a diferença no produto final”, refere. Esta filosofia de trabalho, centrada na qualidade, é o que permite à Caleira Torres continuar a inovar sem perder a essência de um serviço de confiança e proximidade.

### **Compromisso com a sustentabilidade**

Para além da proteção e escoamento das águas pluviais, a Caleira Torres aposta em soluções ecológicas de aproveitamento de água da chuva, permitindo uma utilização mais eficiente dos recursos hídricos. Um investimento que representa “um passo natural para quem acredita em soluções mais sustentáveis para preservação do meio ambiente”.

### **Manutenção e acompanhamento próximo**

A empresa não se limita ao fabrico e instalação: disponibiliza também serviços de manutenção e preservação, garantindo o bom funcionamento dos sistemas ao longo do tempo.

Este acompanhamento reforça a relação de confiança com os clientes, criando parcerias duradouras baseadas na fiabilidade e na resposta rápida a cada necessidade.

### **Tradição que acompanha o futuro**

Com quase 30 anos de atividade, a Caleira Torres combina o saber adquirido ao longo de gerações com a aposta contínua na inovação. Esta longevidade é o reflexo da confiança que a empresa tem conquistado junto de clientes, parceiros e colaboradores, sempre com a mesma dedicação em cada projeto.

A proximidade é o que distingue a marca: “Mais do que fornecedores, queremos ser parceiros de confiança para cada cliente. O nosso trabalho não termina com a instalação; acompanhamos, aconselhamos e garantimos soluções à medida de cada realidade”. Esta visão de continuidade traduz-se num serviço que valoriza tanto a técnica como a relação humana, consolidando a reputação de uma empresa que privilegia qualidade e compromisso. Ao longo do tempo, a Caleira Torres mostrou que tradição e modernidade podem caminhar lado a lado. A experiência acumulada desde 1997, aliada à capacidade de inovação e à procura constante por soluções sustentáveis, coloca a empresa como um parceiro de referência no setor da construção em Portugal.

Mais do que instalar sistemas de drenagem e proteção, a Caleira Torres constrói relações duradouras, baseadas em proximidade e confiança. Uma empresa que projeta o futuro com a mesma determinação com que iniciou sua trajetória: estando ao lado dos clientes, gerando valor e promovendo sustentabilidade em cada projeto.

# TRADIÇÃO FAMILIAR QUE CELEBRA O SABOR DO MAR

No Restaurante Snack-Bar Clube Naval da Ericeira, a cozinha é um legado construído a quatro mãos, onde a dedicação, a qualidade e o amor pela gastronomia local se traduzem numa experiência única. Entre o fogo da grelha de Paulo Jorge, a mestria da cozinheira Almerinda e o acolhimento caloroso de Vanessa, esta família construiu um espaço que honra a tradição marítima, conquista clientes exigentes e olha para o futuro com paixão e autenticidade.



Almerinda, Vanessa e Paulo Jorge



## Uma história de dedicação e crescimento gradual

Fundado há quase 16 anos, o Restaurante Snack-Bar Clube Naval da Ericeira nasceu de um sonho humilde e uma forte ligação à comunidade local. O espaço, que começou praticamente como um ponto de encontro dos pescadores da região, foi ganhando vida e relevância graças ao trabalho árduo, ao sacrifício diário e à paixão genuína pela gastronomia tradicional.

“Comecei a trabalhar aos 15 anos como empregada doméstica. Nunca ninguém me ensinou a cozinhar, fui aprendendo e crescendo aos poucos”, recorda Almerinda, a alma da cozinha e a responsável por dar aquele toque caseiro e especial que hoje distingue o Snack-Bar Clube Naval. “O bar era um bar de pescadores. Começámos com um prato por dia, uma humilde tentativa de atrair clientes, e hoje a oferta é vasta, diversificada e muito apreciada”, conta Almerinda.

A rotina era dura e exigente, marcada por dias que começavam às quatro e meia da manhã, quando a equipa se preparava para servir os primeiros pequenos-almoços aos pescadores que iam para o mar. “A dedicação foi o que nos fez crescer, passo a passo, dia após dia”,

acrescenta Vanessa, destacando que a consistência e o amor pelo que fazem foram os verdadeiros motores da evolução do restaurante.

Paulo Jorge, o mestre da grelha e parceiro nesta aventura familiar, partilha com orgulho que “no nosso dia de folga, raramente trocamos a comida da Almerinda por qualquer outro restaurante”. Vanessa, que recebe e acolhe os clientes com simpatia e atenção, confessa que o seu envolvimento no projeto também foi uma descoberta gradual: “Não foi natural no início, fui mais ‘empurrada’ para isto, mas hoje não vejo outra vida, esta é a nossa casa e a nossa paixão. Cada cliente que entra é recebido como parte da família”.

## Pratos que celebram a frescura e a qualidade

No Restaurante Snack-Bar Clube Naval da Ericeira, a qualidade começa no rigor da escolha dos ingredientes e na paixão pela cozinha lenta e cuidadosa. “Não gosto de fazer nada à pressa. Trabalho só com produtos frescos e da melhor qualidade. Se algo não corresponde ao que exijo, devolvo”, garante Almerinda, a alma da cozinha, que mantém uma relação de longa data com os pescadores e fornecedores da lota.

Essa parceria garante um abastecimento diário de peixe fresco, peça essencial para que cada prato seja uma homenagem ao mar.

O menu do Restaurante Snack-Bar Clube Naval reflete a autenticidade e o respeito pela tradição, valorizando o sabor genuíno dos ingredientes. Entre as estrelas da carta está a raia frita com açorda de ovas, um prato que trouxe nova vida e criatividade à cozinha, é uma prova da capacidade do Clube Naval para inovar respeitando a tradição.

### Uma equipa unida pelo compromisso familiar

No Clube Naval da Ericeira, o verdadeiro segredo do sucesso reside na força do trabalho em família, onde cada um desempenha um papel essencial para o bom funcionamento do restaurante.

Esta cumplicidade não surge por acaso. É fruto de anos de convivência, desafios e vitórias partilhadas. Paulo Jorge, descreve a dinâmica com orgulho: “Estamos sempre atentos ao que cada um faz, porque sabemos que o sucesso depende de todos”.

Vanessa, que é a cara do restaurante na receção, reforça o laço especial que os une: “Não há separação entre vida pessoal e profissional aqui. Vivemos esta paixão juntos, e o restaurante é a nossa casa, o nosso projeto de vida. Saber que podemos contar uns com os outros faz toda a diferença, principalmente nos dias mais exigentes”.

Mas o compromisso familiar vai para além das pessoas que trabalham no Clube Naval. O cuidado com cada detalhe, desde a escolha rigorosa dos ingredientes até ao atendimento caloroso, traduz-se numa experiência que faz os clientes sentirem-se acolhidos e valorizados. “Muitos dos nossos clientes já são parte da nossa história, voltam sempre porque conhecem a dedicação e o amor que colocamos em tudo o que fazemos”, explica Almerinda. A equipa sabe que o sucesso do restaurante não é só um resultado individual, é o esforço coletivo, onde a empatia, a comunicação aberta e o apoio mútuo são fundamentais para superar desafios e manter a qualidade.

“É uma relação de confiança e respeito, onde todos dão o melhor de si para que o restaurante continue a crescer”, conclui Paulo Jorge.

### Olhar para o futuro com paixão e autenticidade

Quase duas décadas depois da sua abertura, o Restaurante Snack-Bar Clube Naval da Ericeira transformou-se num verdadeiro símbolo de excelência gastronómica e tradição local, conquistando não só os habituais pescadores da região, mas também um público cada vez mais diversificado, atento e exigente. “Nunca imaginámos que chegaríamos tão longe”, confessa Almerinda, cuja dedicação e paixão continuam a pulsar no coração de cada prato servido.

“Tudo isto é fruto de muito trabalho, persistência e, acima de tudo, amor pelo que fazemos”. Para a equipa, o futuro está firmemente ancorado numa visão que combina o respeito pelas raízes e a vontade de inovar. “Queremos continuar a preservar a frescura e a qualidade dos produtos locais, mantendo o cuidado artesanal que sempre nos definiu”, explica Paulo Jorge.

Vanessa, que com o seu sorriso acolhe e faz sentir cada cliente como parte da família, reforça a missão que move o restaurante: “Este é o nosso legado, um espaço onde se coma bem e as pessoas



se sintam em casa”. Para ela, mais do que as palavras de elogio, o maior reconhecimento está na simplicidade de ver os pratos voltarem limpos, uma prova incontestável de que o esforço, a dedicação e a paixão valem cada segundo investido.

Mas a visão do futuro do Clube Naval vai além do prato: é também um compromisso com a comunidade local, com os pescadores, os fornecedores e os clientes que são a alma do restaurante. “Queremos continuar a ser um ponto de encontro, um espaço onde a cultura marítima, a tradição gastronómica e a inovação se cruzam num ambiente acolhedor e familiar”, conclui Vanessa, olhando para os próximos anos com confiança e entusiasmo.

O Restaurante Snack-Bar Clube Naval da Ericeira é a prova viva de que a paixão, o trabalho árduo e a união familiar transformam sonhos em realidade. Com quase duas décadas de dedicação, mantém-se fiel à tradição, valorizando a frescura dos ingredientes e o cuidado em cada prato. Mais do que um restaurante é um espaço de comunidade e autenticidade, onde cada detalhe reflete o carinho da equipa. O futuro reserva inovação, mas sempre com respeito pelas raízes que fizeram do Clube Naval um símbolo da Ericeira.

A finalizar, Almerinda, Paulo Jorge e Vanessa deixam agradecimentos a algumas entidades, nomeadamente: Direções do Clube Naval, Doca Pesca, Câmara Municipal de Mafra, Capitania de Cascais, e Junta de Freguesia da Ericeira.



910 424 716

(chamada para rede móvel nacional)

**Porto de Pesca, Ericeira**





# NOVA GERAÇÃO DE CONTABILIDADE COM VISÃO ESTRATÉGICA

Aos 29 anos, Renata Garcia é o rosto da ADREN, empresa de contabilidade e gestão que se distingue pela energia, inovação e proximidade ao cliente. Jovem, mas com uma experiência sólida em grandes empresas financeiras, Renata decidiu criar o próprio projeto para pôr em prática a sua visão: uma contabilidade digital, ágil e focada no apoio estratégico ao empresário.

Renata Garcia, CEO

## Fiscalidade: o maior desafio dos empresários

Para a fundadora da ADREN, o maior desafio continua a ser a fiscalidade. “Vivemos num país onde as alterações fiscais são constantes, com impacto direto na vida das empresas. Muitas vezes os benefícios existem, mas são complexos de compreender. Cabe ao contabilista simplificar essa informação e traduzi-la para a realidade de cada cliente”, sublinha Renata.

Com a mudança de ciclos políticos e a discussão frequente de novos orçamentos de estado, a ADREN reforça o papel do contabilista como elo essencial entre a legislação e os empresários, ajudando-os a interpretar e aproveitar corretamente oportunidades fiscais.

Além disso, a fundadora alerta ainda para a necessidade de maior atenção preventiva por parte dos empresários: “é nesta fase de discussão do orçamento de estado que se decidem medidas com impacto direto nas empresas, mas muitos só percebem os efeitos meses depois. Um acompanhamento próximo e informado pode significar a diferença entre pagar mais impostos ou beneficiar de incentivos que aliviam a carga fiscal”. A ADREN assume, assim, uma função de ponte estratégica, cumprindo obrigações legais, antecipando cenários e esclarecendo as implicações de cada alteração. Ao lado dos clientes, garante que estes se mantêm competitivos e em conformidade, transformando a fiscalidade – muitas vezes vista como obstáculo – numa ferramenta de planeamento e crescimento

## Negócios digitais e fiscalidade internacional

Outro campo em que a empresa se destaca é no apoio a negócios digitais e à expansão internacional. “Hoje, qualquer pessoa pode

vender ou prestar serviços para qualquer canto do mundo. Isso exige preparação, sobretudo em temas como o IVA, que continuam a ser as maiores preocupações dos clientes”, explica Renata Garcia.

A ADREN tem apoiado desde trabalhadores independentes que iniciam a sua atividade através das redes sociais até empresas mais estruturadas que expandem fronteiras. A fundadora alerta para os riscos de começar sem orientação técnica: “Poupar na consultoria pode custar o triplo mais à frente, em coimas e regularizações”.

## Formação contínua: uma prioridade obrigatória

A constante evolução da fiscalidade e da contabilidade exige atualização permanente. “A formação mensal é obrigatória. Lidamos com setores muito distintos, desde empresas digitais a associações e precisamos de conhecimento aprofundado em várias frentes”, reforça Renata. Esta aposta garante que a equipa da ADREN se mantenha preparada para responder com rigor e qualidade a qualquer desafio.

Renata explica que esta exigência resulta da complexidade técnica da profissão e da diversidade de clientes que procuram os serviços da ADREN. “Temos desde empreendedores com negócios *online* até empresas de maior dimensão ou instituições associativas. Cada setor tem especificidades próprias e obriga-nos a estar atentos, atualizados e preparados para encontrar soluções adequadas”.

Num contexto em que as alterações legislativas são quase diárias, a formação assume um papel central na estratégia da empresa. “Não queremos chegar ao dia em que somos surpreendidos com uma situação para a qual não temos resposta. Antecipar é fundamental, e isso só é possível com atualização constante”, acrescenta Renata.

Além do impacto interno, esta prioridade traduz-se também em confiança e segurança para os clientes. A cada atualização, a equipa da ADREN reforça a capacidade de atuar como verdadeiro parceiro estratégico, transformando a informação técnica em decisões práticas que influenciam diretamente a sustentabilidade e o crescimento das empresas.

### O futuro da contabilidade em Portugal

Na visão da fundadora, o setor está a atravessar uma transformação decisiva. A digitalização e a Inteligência Artificial estão a automatizar processos administrativos, libertando os contabilistas para aquilo que mais valor acrescenta: o aconselhamento estratégico.

“Está na altura de deixarmos de ser vistos como quem trata de papéis. Somos parceiros estratégicos. A pandemia mostrou a importância dos contabilistas para manter a economia em pé. Agora, precisamos de afirmar isso diariamente junto dos empresários e do mercado”, defende Renata Garcia.

Para a jovem empreendedora, esta mudança representa também uma oportunidade única de reposicionar a profissão. Durante demasiado tempo, os contabilistas foram associados apenas a tarefas burocráticas e fiscais. Hoje, a velocidade da economia e a complexidade da legislação exigem que o contabilista seja um verdadeiro pilar de suporte à gestão.

*Muitos empresários ainda não percebem o verdadeiro valor do contabilista certificado. Cabe-nos a nós mostrar, com trabalho diário, que somos parte ativa na estratégia e no crescimento das empresas*

“Acredito que estamos finalmente a ganhar a importância que sempre devíamos ter tido. Toda a parte administrativa será cada vez mais automatizada e, por isso, o nosso papel como conselheiros de confiança vai destacar-se ainda mais. Somos nós que ajudamos os empresários a interpretar números, a antecipar riscos e a tomar decisões fundamentadas”, sublinha.

Renata reconhece ainda que há um desafio adicional: educar o mercado para esta nova realidade. “Falta comunicação no setor. Muitos empresários ainda não percebem o verdadeiro valor do contabilista certificado. Cabe-nos a nós mostrar, com trabalho diário, que somos parte ativa na estratégia e no crescimento das empresas”.

### Um parceiro próximo das empresas

Combinando tecnologia, conhecimento técnico e proximidade humana, a ADREN tem-se afirmado como parceira de confiança para PME e empreendedores em Portugal e além-fronteiras. Mais do que tratar números, a empresa acompanha os clientes na tomada de decisões e na construção de estratégias sólidas para crescer num mercado cada vez mais competitivo e incerto. Esse acompanhamento traduz-se em consultoria personalizada, ajustada à dimensão e ao setor de cada cliente. Desde trabalhadores independentes até empresas já consolidadas que procuram expandir-se internacionalmente, a ADREN garante um apoio próximo, claro e contínuo. A fundadora da ADREN acredita que a diferenciação está precisamente nesta relação de proximidade: “O nosso papel não é entregar relatórios financeiros! É estar ao lado do empresário, interpretar dados, explicar cenários e ajudá-lo a tomar decisões fundamentadas!”.

Além disso, a aposta em ferramentas digitais e Inteligência Artificial permite à empresa ganhar tempo e eficiência, dedicando mais recursos ao acompanhamento humano e estratégico.

Num contexto marcado pela instabilidade fiscal, novos modelos de negócio digitais e mercados cada vez mais voláteis, a ADREN posiciona-se como aliada estratégica dos empresários portugueses, reforçando diariamente a sua missão: apoiar, orientar e crescer lado a lado com os seus clientes. Para Renata, o futuro será, inevitavelmente, marcado por uma contabilidade mais digital, mais próxima e mais estratégica, onde o conhecimento humano e a tecnologia caminham lado a lado. A ADREN representa uma nova geração de empresas de contabilidade em Portugal: digital, estratégica e próxima dos clientes. Guiada pela visão empreendedora de Renata Garcia, alia tecnologia e inovação à experiência humana, transformando a contabilidade num verdadeiro instrumento de apoio à gestão e de criação de valor.

Com apenas 29 anos, Renata Garcia já provou que energia, visão e conhecimento podem definir uma profissão. O percurso da ADREN é um reflexo de como a contabilidade do futuro se constrói: próxima, estratégica e com impacto real no crescimento das empresas.



# TRADIÇÃO E INOVAÇÃO À BEIRA-MAR

Na Ericeira, o restaurante Golfinho Azul, gerido por Luís, Laura e Aurélio Ruel, naturais da Ilha da Madeira, com a colaboração de Tiago Rodrigues e Cláudia Jesus, distingue-se pela fusão perfeita entre tradição familiar e inovação. Entre sabores cuidadosamente preparados, uma equipa que funciona como uma família e um serviço que prima pelo rigor, o espaço oferece uma experiência gastronómica única, capaz de conquistar desde clientes ocasionais a visitantes assíduos.

## Entre família e profissionalismo

O restaurante, situado na Ericeira, gerido pelos irmãos Laura, Luís e Aurélio Ruel, com a colaboração de Tiago Rodrigues e Cláudia Jesus, construiu o sucesso em torno de uma filosofia clara e consistente: qualidade, simpatia, consistência e espírito de família.

O conceito de família vai muito além do núcleo familiar. Todos os colaboradores são tratados como membros de uma grande família, com um forte sentido de pertença e de responsabilidade mútua. A comunicação constante e o apoio diário são fundamentais para manter a coesão da equipa, especialmente num setor exigente como a restauração, onde cada detalhe conta.

A gestão da equipa combina estrutura e flexibilidade. Existe uma equipa base consolidada, que garante estabilidade e continuidade ao longo do ano. Durante as épocas de maior movimento, como o verão, a equipa é reforçada com colaboradores extra, permitindo manter a qualidade do serviço sem sobrecarregar os funcionários permanentes. Esta abordagem cuidadosa garante que todos, desde os fundadores

até aos recém-chegados, se sintam valorizados e parte de um projeto comum. O rigor não se limita apenas à equipa: é uma filosofia que se reflete em todas as operações do restaurante, desde a qualidade dos produtos, como o peixe fresco selvagem, as carnes e os ingredientes frescos utilizados na confeção dos pratos elaborados, até à atenção meticulosa aos detalhes na decoração e no atendimento. Cada prato, cada petisco e cada copo servido carrega consigo este compromisso com a excelência, reforçando a experiência do cliente e consolidando a reputação do restaurante como um espaço de referência na Ericeira.

## Gestão, rigor e inovação

O restaurante da Ericeira distingue-se pelo rigor absoluto em cada etapa da produção. Desde o controlo de qualidade, passando pelo registo metucioso de temperaturas, datas de produção e embalagem, cada detalhe é cuidadosamente monitorizado para garantir frescura, segurança alimentar e consistência. “O cliente vê a qualidade final, mas há todo um trabalho minucioso por trás, todos os dias”, explica



Aurélio, Laura e Luís Ruel, Proprietários



Luís Ruel. Este cuidado reflete-se na consistência dos pratos, na apresentação e no sabor, consolidando a reputação do espaço como referência gastronómica local.

A inovação tecnológica é um pilar central da gestão. A equipa utiliza plataformas digitais para gerir reservas, organizar menus e criar uma base de dados completa dos clientes. Estas ferramentas permitem segmentar preferências, lançar campanhas personalizadas, enviar newsletters e adaptar menus a diferentes públicos, garantindo que cada experiência seja única. As redes sociais são usadas de forma estratégica, facilitando o contacto com clientes estrangeiros e permitindo respostas rápidas a pedidos ou dúvidas, mesmo à distância.

O rigor da gestão não se limita à cozinha, abrange toda a organização interna e a comunicação entre os diferentes setores. Intercomunicadores, sistemas de gestão e protocolos claros permitem um fluxo de trabalho silencioso e eficiente, evitando erros e acelerando o serviço.

A liderança é orientada pelo exemplo. Os fundadores, Maria e Ricardo Ruel, pais dos três irmãos, continuam muito presentes, oferecendo apoio e orientação diária, mas confiam cada vez mais nos filhos para a tomada de decisões. Este equilíbrio entre supervisão, autonomia e confiança permite que a equipa cresça com segurança e motivação, consolidando uma cultura de excelência que se reflete em cada detalhe do serviço. O resultado final é uma experiência completa: pratos consistentes, atendimento personalizado e um serviço ágil, suportado por tecnologia e processos rigorosos, mas sempre com um toque humano. O restaurante combina tradição e inovação, garantindo que cada cliente se sinta valorizado, independentemente de vir para uma refeição completa, um café ou um simples petisco.

#### **Espaços e experiência do cliente**

O restaurante distingue-se por criar ambientes versáteis e acolhedores, pensados para proporcionar conforto e funcionalidade em todas as situações. A esplanada, o lounge e os diferentes espaços interiores permitem que os clientes desfrutem do pôr do sol, tomem um copo ou petisquem, mesmo em momentos de maior movimento, sem comprometer o serviço principal.



*O restaurante da família Ruel na Ericeira é muito mais do que um simples espaço de refeições: é um verdadeiro exemplo de como tradição, inovação e atenção ao detalhe podem transformar a experiência gastronómica*

A oferta de petiscos e “finger food”, inspirada nas tapas espanholas e nos pinchos, transforma qualquer visita rápida numa experiência gastronómica completa. “Muitas vezes, o cliente vem só para tomar um café ou um copo, e acaba por descobrir o restaurante”, explica Aurélio Ruel.

A decoração combina estética e praticidade, criando ambientes harmoniosos e funcionais, onde cada elemento tem um propósito. A iluminação, a disposição das mesas e os elementos naturais, como plantas e hortas, contribuem para uma atmosfera relaxante e sofisticada.

Além disso, o espaço é adaptável para eventos como casamentos, batizados ou jantares corporativos, mantendo sempre a qualidade e

o cuidado no serviço. Os clientes podem usufruir de menus específicos de grupo, e o atendimento personalizado garante que cada experiência seja única.

### **Experiência gastronómica e eventos**

O Restaurante Golfinho Azul oferece uma cozinha versátil, aberta ao longo do dia todo, que combina menus completos, petiscos, entradas e especialidades frescas. O forte da casa é, sem dúvida, o peixe de mar selvagem fresco, e todos os clientes são recebidos à chegada com uma montra que exhibe as opções do dia, permitindo que vejam e escolham o peixe antes de ser confeccionado. A equipa explica sempre a forma de preparação e sugere quantidades adequadas ao número de pessoas, garantindo uma experiência personalizada desde o primeiro contacto.

A atenção ao cliente estende-se do simples café até aos jantares especiais, incluindo menus de grupo, festas de casamento, batizados e jantares de Natal. Cada serviço é estruturado para garantir qualidade, consistência e cuidado nos mínimos detalhes, adaptando-se ao tipo de cliente. O espaço foi pensado para proporcionar conforto, com áreas internas e externas bem equipadas, permitindo que cada cliente desfrute num ambiente harmonioso e acolhedor.

O restaurante da família Ruel na Ericeira é muito mais do que um simples espaço de refeições: é um verdadeiro exemplo de como tradição, inovação e atenção ao detalhe podem transformar uma simples ida a um restaurante em uma experiência gastronómica.

A filosofia da casa, baseada em qualidade, simpatia, consistência e espírito de família, estende-se a todos os colaboradores, que são tratados como parte de uma grande família. Este modelo garante coesão, motivação e continuidade, mesmo em épocas de maior movimento, e cria um ambiente acolhedor em que os clientes se sentem valorizados e cuidados.

A longevidade é outro pilar importante na filosofia da Família Ruel, o futuro é neste preciso momento, quando as fundações da casa estão a ser criadas. A consistência é a chave para o sucesso e esta é uma crença que todos os colaboradores partilham, ao longo de todos os dias o trabalho de ouvir o *feedback* dos clientes e procurar sempre melhorar em qualquer aspeto seja na parte da confeção ou apresentação dos pratos ou até mesmo no serviço prestado é o que os tem permitido crescer e evoluir não só a nível profissional, mas também a nível pessoal.

O restaurante da família Ruel prova que, quando a paixão pela cozinha se alia ao cuidado com a equipa, à inovação tecnológica e à valorização do cliente, o resultado é um espaço capaz de encantar, fidelizar e marcar a memória de quem o visita.



261 862 945 (chamada para rede fixa nacional)

Rua das Ribas, 24 S. Lourenço, Ericeira

eventos@golfinhoazul.pt





Paula Lucas e Hélder Silva Miranda, Proprietários

# TALHO HSM TRADIÇÃO, INOVAÇÃO E PAIXÃO EM FAMÍLIA

Em Torres Vedras, há um talho que se transformou em muito mais do que um simples balcão de carne. O Talho HSM é hoje uma referência na região Oeste, símbolo de qualidade, confiança e inovação, e tem rosto e alma: o de Paula Lucas, uma das Fundadoras e Proprietária, que fala do negócio com a mesma paixão com que escolhe cada peça de carne que chega à sua montra. Herdeira de uma tradição familiar ligada ao setor, Paula cresceu entre facas afiadas e balcões de mármore, mas fez dessa herança um projeto próprio e diferenciador. Desde a inauguração, em abril de 2018, nunca deixou de sonhar mais alto: expandiu o espaço, criou uma verdadeira “boutique da carne”, enfrentou os desafios da pandemia com resiliência, conquistou clientes em todo o país e aposta diariamente em inovação. Todos os dias, olha para o futuro com o brilho nos olhos e a mesma convicção que a move desde o primeiro dia.

“Nunca quis fazer outra coisa”, afirma. “Sempre me vi a trabalhar neste setor. O talho é, para mim, uma paixão, não apenas um ofício”. O negócio foi inaugurado em 7 de abril de 2018, num espaço reduzido que, rapidamente, se tornou pequeno para a ambição da proprietária. Quando surgiu a oportunidade de expandir para a loja contígua, Paula não hesitou: “Sempre disse que queria ter uma *boutique* da carne. E hoje sinto que concretizei esse sonho”.

## Herança familiar e resiliência

A história do Talho HSM não se explica sem olhar para trás.

Tanto a família de Paula como a do marido, Hélder Silva Miranda – cujas iniciais deram nome ao talho – estiveram sempre ligadas ao setor. O avô paterno abriu caminho, os pais deram continuidade e Paula aprendeu o ofício desde cedo. “Comecei a trabalhar com 16 anos. Foram 20 anos ao lado dos meus pais, uma verdadeira escola de vida. A resiliência que tenho hoje vem deles. Aprendi que no nosso trabalho não há espaço para deixar para amanhã”.

Essa herança de dedicação e disciplina é hoje replicada na forma como conduz a equipa. “Aqui não há patrões e empregados, somos todos colegas. Só no fim do mês é que me lembro que sou a patroa. O espírito de equipa é fundamental”.

### **Pandemia como ponto de viragem**

Curiosamente, um dos maiores impulsos para a consolidação do negócio surgiu num dos períodos mais desafiantes: a pandemia. “Na altura pensei: o que vou fazer agora? Foi então que começámos com as entregas ao domicílio. Chegámos a percorrer o país inteiro, de Cascais a Caldas da Rainha, para levar as encomendas”. O desafio revelou-se uma oportunidade. Muitos dos clientes conquistados nessa fase mantêm-se até hoje. “Ganhámos confiança. Ainda hoje fazemos entregas e temos clientes que nunca estiveram fisicamente na loja, mas que compram connosco regularmente”.

### **Qualidade e rastreabilidade**

Se há valor inegociável no Talho HSM é a qualidade do produto. A carne bovina é de produção própria, os suínos são adquiridos em pequenos matadouros com seleção rigorosa e até os frangos são escolhidos com critério. “Nós só trabalhamos com fêmeas, tanto no suíno como no bovino, porque oferecem carne mais saborosa, com gordura entremeada que garante textura macia. É tudo selecionado”.

A proximidade às origens permite reduzir transporte e assegurar frescura. “As carnes chegam praticamente todos os dias. O produto nacional é diferente, mais saboroso, e acreditamos que é isso que faz a diferença”.

### **Inovação: do pronto a cozinhar ao frango espiritual**

A aposta na inovação é outra das marcas da casa. Os “prontos a cozinhar” – preparados para forno, recheados ou marinados – são hoje um dos *ex-libris*. “As pessoas têm pouco tempo e procuram soluções práticas, mas querem qualidade. Nós oferecemos isso:

*O segredo está na confiança. Antigamente, havia receio de que os prontos a cozinhar fossem feitos de sobras. Hoje os clientes sabem que tudo o que oferecemos é fresco e feito com a mesma dedicação*





produtos prontos a levar ao forno, mas feitos diariamente e sem conservantes”. Entre os mais procurados estão a lasanha de carne, o empadão, as pernas de frango recheadas e o frango espiritual, receita criada por Paula, inspirada num prato tradicional. “O segredo está na confiança. Antigamente, havia receio de que os prontos a cozinhar fossem feitos de sobras. Hoje os clientes sabem que tudo o que oferecemos é fresco e feito com a mesma dedicação”.

### Sustentabilidade e desperdício zero

Num setor onde a sustentabilidade é cada vez mais exigida, Paula e a sua equipa procuram alternativas. Usam embalagens reutilizáveis sempre que possível e incentivam os clientes a trazerem os tabuleiros lavados para nova utilização. “Ainda há pouca oferta de embalagens sustentáveis no mercado português, mas tentamos fazer sempre o melhor”.

Além disso, nada se perde: “Os restos das gorduras são aproveitados para alimentar animais da região. Aqui não há desperdício”.

### Entre tradição e modernidade

O Talho HSM equilibra a tradição herdada das gerações anteriores com a modernidade exigida pelos tempos. A presença ativa nas redes sociais é exemplo disso, aproximando o negócio de clientes que chegam de todo o país e até do estrangeiro. “Já tivemos imigrantes que nos seguiram *online* e vieram cá de propósito nas férias comprar carne para levar consigo. O mundo hoje é mesmo global”. A decoração do espaço também reflete essa visão. Inspirada em talhos italianos, a loja apresenta-se como uma *boutique*: acolhedora, moderna e distinta. “Quis criar um espaço com detalhe, onde a experiência de compra também conta”.

### Um negócio de família, de geração em geração

O futuro do HSM parece assegurado. O filho mais velho, João, juntou-se cedo ao negócio e tornou-se rosto da comunicação

digital, com entrevistas e vídeos que atraem novos clientes. O mais novo, Tomás, estuda produção animal e poderá vir a acrescentar conhecimento técnico ao projeto. “Cada um segue o que gosta, mas é gratificante ver que querem dar continuidade àquilo que construímos”, diz Paula.

### O sonho continua

Com uma montra repostada várias vezes ao dia, cerca de duas toneladas de carne bovina vendidas por semana e uma clientela fiel, o HSM já não é apenas um talho. É um símbolo de como tradição e inovação podem caminhar lado a lado, sempre com paixão e dedicação.

“Dar de comer é fazer as pessoas felizes”, resume Paula. E é essa a missão que, todos os dias, guia o Talho HSM: transformar um ofício de gerações numa verdadeira arte, feita com rigor, confiança e amor.

### Uma marca do Oeste

O Talho HSM é mais do que uma loja de carne. É uma empresa familiar com mais de meio século de tradição acumulada, reinventada por Paula Lucas para responder às exigências do consumidor contemporâneo. Numa região onde as empresas familiares são pilar da economia local, o exemplo do Talho HSM mostra como tradição e inovação podem caminhar juntas. E confirma a intuição de Paula: mais do que vender carne, trata-se de alimentar memórias, confiança e partilhas à mesa.



960 473 697 (chamada para rede móvel nacional)

Rua dos Alfacinhas nº13  
Bordinheira, Torres Vedras

geral.hsmcarnes@gmail.com





*Santa Cruz*  
Movement & Nature House

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

O seu refúgio para o equilíbrio,  
movimento e bem-estar.



*Santa Cruz* | Movement & Nature House



/ E-MAIL / [info@santacruznaturehouse.com](mailto:info@santacruznaturehouse.com)  
/ TELEPHONE / +351 261 095 900  
/ WHATSAPP / +351 924 177 172

Estrada da Praia Azul, N. 14  
2560-396 SILVEIRA, TORRES VEDRAS  
PORTUGAL

# CRESCER COM INOVAÇÃO, VALORES FAMILIARES E SUSTENTABILIDADE



Combinando inovação tecnológica, sustentabilidade ambiental e uma gestão centrada nas pessoas, o Horto Descanso tornou-se uma referência da agricultura moderna em Portugal. Fundada sobre valores familiares e uma forte responsabilidade social, a empresa alia eficiência produtiva a práticas sustentáveis e coloca os direitos e o bem-estar dos trabalhadores no centro da sua estratégia, demonstrando que é possível crescer de forma responsável e humana.

## **Pessoas em primeiro lugar**

Fundada em 2010, com início de atividade em 2013, a Horto Descanso tornou-se um caso exemplar na agricultura portuguesa, unindo modernização tecnológica, valores familiares e respeito pelos trabalhadores. À frente da empresa estão Hélder Ramos e a mulher Lucília Ramos, em conjunto com o irmão João Ramos e a esposa Carla Ramos. Hoje, a nova geração já integra a gestão: Leonardo Ramos e Tiago Ramos, filhos de Hélder e Lucília, asseguram o futuro da exploração e dão continuidade ao espírito de família. Com 49

colaboradores, sobretudo de origem estrangeira, o Horto Descanso tem consciência de que o capital humano é o maior ativo da empresa. Para garantir a estabilidade das equipas e atrair mão de obra qualificada, a empresa investiu fortemente em condições habitacionais dignas, disponibilizando casas e bungalows modernos, equipados com cozinhas e casas de banho completas. O responsável do Horto Descanso recorda que, antes da pandemia, a realidade habitacional dos trabalhadores era bastante dispersa: alguns viviam em casas disponibilizadas pela empresa, mas a maioria estava alojada em



Carla Ramos, João Ramos, Hélder Ramos e Lucília Ramos

habitações partilhadas fora do espaço. Com a chegada da Covid-19, tornou-se evidente a fragilidade dessa situação, já que em cada casa podiam residir 10, 15 ou até 20 pessoas, o que representava um risco acrescido para a saúde de todos.

Perante esse cenário, a empresa decidiu intervir de forma estruturada, criando soluções de alojamento dignas e adequadas às novas exigências. Foram construídas casas equipadas, onde cada habitação dispõe de condições básicas de conforto, como cozinha e casa de banho, mas sempre com uma limitação de ocupação que garante privacidade e segurança. Hoje, os espaços estão organizados para acolher no máximo quatro pessoas, promovendo um ambiente mais saudável e equilibrado para os trabalhadores. “Eu próprio já vivi em piores condições do que aquelas que oferecemos hoje. Sei o quão importante é dar dignidade, porque boas condições geram bons trabalhadores”, afirma Hélder. Essa filosofia traduz-se na habitação e no ambiente diário de trabalho. A proximidade é uma marca pessoal: “Tenho as mãos verdes como eles. Trabalho ao lado dos meus colaboradores, seja a colher tomate ou nos dias mais duros de limpeza. Eles sabem que estamos juntos e isso faz toda a diferença”.

O empresário reforça que a agricultura de hoje já não é sinónimo de trabalho exaustivo e precário. As estufas são modernas, com temperaturas controladas, ventilação adequada e equipamentos de apoio que reduzem o esforço físico. Existem máquinas elétricas para auxiliar colheitas e carrinhos que permitem trabalhar sentado. “Há uma mitificação de que só vai para a agricultura quem não sabe fazer mais nada. Pelo contrário: precisamos de pessoas com formação, porque é um trabalho cada vez mais técnico e especializado”.

A multiculturalidade é outra realidade da Horto Descanso. A maioria dos trabalhadores vem do Nepal, da Moldávia e da Ucrânia, havendo ainda alguns portugueses. Esta diversidade trouxe desafios iniciais, mas também grandes aprendizagens. “No início foi preciso adaptá-los aos nossos hábitos, desde a higiene até aos métodos de trabalho. Mas conseguimos formar pessoas que hoje são profissionais altamente competentes”. Graças a esta aposta em condições de vida, integração e estabilidade, a empresa apresenta uma taxa muito baixa de rotatividade. Muitos trabalhadores permanecem vários anos, criando um ambiente de confiança mútua. “Se tratarmos bem as pessoas, elas retribuem com dedicação. Esse é o segredo para manter uma equipa coesa e motivada”, conclui Hélder.

#### **A nova geração: entrada com autonomia**

Os filhos assumiram funções sem imposição: “Nunca obriguei ninguém a vir para a agricultura. Se fosse forçado, o meu filho mais velho teria detestado. Mas ele veio por vontade própria e trouxe excelentes ideias. Hoje é ele que me ralha pela organização, porque é muito metódico”, partilha Hélder. O mais velho, Leonardo, entrou em 2019 e foi determinante para profissionalizar os processos administrativos. Passou a gerir a área financeira, os recursos humanos e toda a documentação da empresa, funções que até então, recaíam sobre o pai. Essa mudança libertou tempo a Hélder para se concentrar novamente na parte técnica e produtiva. “Estávamos a crescer, mas eu estava a perder tempo com papéis. O Leonardo organizou tudo e fez-nos voltar a subir”, reconhece. Já o mais novo, Tiago, juntou-se em 2023 e está a ser preparado no terreno. Acompanha as equipas

no dia a dia, aprende a parte técnica da produção e vive a experiência prática das estufas. “São anos de aprendizagem contínua e nunca se sabe tudo. Mas ele tem a vantagem de começar cedo e de estar a absorver com muito empenho”, nota o empresário.

Hélder sublinha que a entrada dos filhos trouxe não só tranquilidade em relação ao futuro, mas também novas perspetivas e energia renovada: “Eles perceberam que o mundo lá fora nem sempre é como parece. Pegaram nisto com gosto, e isso deixa-me confiante. Vejo que a empresa pode continuar sólida nas mãos deles”.

O carácter familiar é, aliás, uma das forças do Horto Descanso. Ao lado de Hélder, também estão a mulher Lucília, o irmão João e a cunhada Carla que desempenham papéis relevantes na gestão e no acompanhamento diário da exploração. O resultado é uma empresa de raiz agrícola, mas com visão moderna, em que tradição e inovação caminham lado a lado.



### Sustentabilidade: água, energia e responsabilidade

Outro pilar do Horto Descanso é a sustentabilidade. Desde cedo, a empresa percebeu que não existe agricultura moderna sem uma gestão eficiente dos recursos. Por isso, investiu em reservatórios de água com 150% da capacidade necessária, assegurando autonomia em qualquer cenário climático. As estufas estão ligadas a charcas que recolhem a água da chuva e permitem reutilizá-la ao longo do ano. “Mesmo em anos secos, conseguimos manter a produção sem comprometer a qualidade”, explica Hélder.

Também a energia é gerida com a mesma responsabilidade. A empresa dispõe de painéis solares fotovoltaicos que garantem autossuficiência durante o dia, reduzindo drasticamente a dependência da



rede. “Se não fossem as taxas, seríamos totalmente autossuficientes em energia e água”, sublinha o empresário, destacando o peso da burocracia como um dos grandes entraves à inovação sustentável.

A gestão de resíduos segue o mesmo rigor. Todos os plásticos agrícolas são armazenados e posteriormente entregues para reciclagem, com documentação de todo o processo, assegurando transparência e conformidade legal. “Nada fica ao acaso. A sustentabilidade não é só discurso, é prática diária”.

Além da água, da energia e dos resíduos, o Horto Descanso preserva as áreas envolventes das estufas, mantém espaços limpos e valoriza o enquadramento paisagístico. O compromisso é claro: produzir de forma responsável, equilibrando rentabilidade com respeito pelo ambiente e pela comunidade.

### Uma empresa com futuro

Com inovação agrícola, respeito pelos trabalhadores, sucessão familiar bem encaminhada e práticas sustentáveis, a Horto Descanso prova que a agricultura pode ser moderna e humana. Como resume Hélder: “Na agricultura, não há horários fixos. Trabalha-se muito, mas também se colhem recompensas. O segredo está no equilíbrio entre inovação, respeito pelas pessoas e dedicação familiar. É isso que garante o futuro do Horto Descanso”.

O caminho percorrido mostra que é possível aliar tradição e modernidade, sem nunca esquecer o valor humano que sustenta qualquer projeto. Entre o rigor técnico, a proximidade com as equipas e a visão de longo prazo, a empresa tornou-se uma referência na região Oeste, distinguindo-se pela capacidade de criar valor económico, social e ambiental. O futuro apresenta desafios desde a adaptação climática à burocracia, mas também inúmeras oportunidades. Com a nova geração já integrada, práticas sustentáveis consolidadas e uma cultura de proximidade que é exemplo no setor, o Horto Descanso olha para os próximos anos com confiança e ambição, mantendo firme a missão de produzir com qualidade, responsabilidade e humanidade.



Horto Descanso, LDA



hortodescanso@gmail.com

# INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE AO SERVIÇO DA AGRICULTURA



Hugo Silva, Donato Garcia e João Santos

Desde a sua criação, a Hortiprofissional, liderada pelos Eng. Hugo Silva, Donato Garcia e João Santos, tem como missão aproximar a ciência e a tecnologia do setor agrícola, promovendo soluções que aliam produtividade e sustentabilidade. Parceira estratégica dos produtores, a empresa aposta na inovação, na responsabilidade ambiental e na excelência técnica para enfrentar desafios como a perecibilidade dos produtos, a sazonalidade e as exigências do consumidor moderno, preparando o setor hortícola português para um futuro mais competitivo e resiliente.

## Qual foi a génese da Hortiprofissional e de que forma a visão fundadora moldou a missão e os valores da empresa?

A Hortiprofissional nasceu da ambição de aproximar a ciência e a tecnologia ao setor agrícola, oferecendo soluções que conciliassem a produtividade e a sustentabilidade. Desde o início, assumimos o compromisso de trabalhar lado a lado com os produtores, promovendo a inovação, rigor técnico e respeito pelos recursos naturais. Esta visão fundadora moldou a nossa missão de fornecer produtos de elevada qualidade aliados a uma consultoria técnica de referência, garantindo eficiência produtiva e segurança alimentar.

## Como se posiciona a Hortiprofissional no setor agrícola em termos de inovação e sustentabilidade?

Posicionamo-nos como parceiros estratégicos dos produtores, disponibilizando tecnologias inovadoras, produtos sem resíduos e soluções de produção sustentáveis. O nosso trabalho distingue-se pela capacidade de integrar inovação com responsabilidade, permitindo ao agricultor aumentar a rentabilidade, assegurando simultaneamente práticas de sustentabilidade ambiental. Acreditamos que o futuro do setor depende desta combinação entre eficiência e sustentabilidade ambiental e sócio-económica.

## Quais são os principais desafios na logística e distribuição de frutas e legumes, e como a Hortiprofissional os ajuda a superar?

Os principais desafios prendem-se com a perecibilidade e a sazonalidade dos produtos, bem como com a necessidade de garantir qualidade e rastreabilidade em toda a cadeia. Superamos estes obstáculos através de planeamento rigoroso, seleção criteriosa de parceiros e implementação de processos que asseguram rapidez e eficiência. Além disso, o nosso acompanhamento técnico



contínuo permite antecipar necessidades, minimizar perdas e entregar valor acrescentado ao cliente final.

## Qual é a visão de futuro da Hortiprofissional para o setor hortícola em Portugal, considerando as mudanças climáticas, inovação tecnológica e novas demandas de consumo?

O setor hortícola enfrenta uma transformação decisiva. Alterações climáticas, inovação tecnológica e novas exigências de consumo pedem respostas resilientes. A nossa visão é liderar esta transição, promovendo agricultura digital, biotecnologia e modelos circulares de produção. Participamos de forma ativa em feiras e conferências do setor agrícola, como este ano na Agroglobal, realizada entre 9 e 11 de setembro em Santarém. Queremos contribuir para um setor mais competitivo, sustentável e preparado para os desafios globais, sempre em estreita colaboração com os produtores.

# CARFAST

BUSINESS

## A MOBILIDADE DA SUA EMPRESA EM BOAS MÃOS!

A SOLUÇÃO IDEAL PARA EMPRESAS  
QUE VALORIZAM EFICIÊNCIA E COMODIDADE

COM A  
**CARFAST  
BUSINESS**  
GARANTIMOS:

- **Flexibilidade:** Escolha o veículo certo para cada necessidade
- **Economia:** Reduza custos de frota e elimine preocupações com manutenção
- **Conveniência:** Gestão simplificada, com suporte dedicado para a sua empresa

Conheça as condições especiais para empresas em [www.carfast.pt](http://www.carfast.pt)

# EMPRESAS GALARDOADAS

Nas próximas páginas, convidamo-lo a conhecer exemplos notáveis de Empresas Gazela e de empresas distinguidas com o Prémio Cinco Estrelas. Estas organizações representam a força, a criatividade e a determinação que caracterizam o tecido empresarial português, destacando-se pela capacidade de crescer de forma sustentada, pela inovação e pela excelência no serviço que prestam. As Empresas Gazela simbolizam dinamismo e agilidade, traduzindo o espírito empreendedor que impulsiona novas oportunidades de negócio. Já as Empresas Cinco Estrelas distinguem-se pela confiança que conquistam junto dos consumidores e pela qualidade reconhecida dos seus produtos e serviços. Dar visibilidade a estes percursos é sublinhar o impacto positivo que geram na economia e na sociedade, tornando-se exemplos inspiradores para o futuro coletivo.

# REGIÃO CENTRO REGISTA O NÚMERO MAIS ELEVADO DE EMPRESAS GAZELA DOS ÚLTIMOS 13 ANOS

A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, I.P. (CCDR Centro) tem desenvolvido, ao longo dos últimos anos, um conjunto de iniciativas e de projetos que visam o desenvolvimento económico e a coesão territorial da região. Entre estas, tem-se dado particular atenção ao reconhecimento do trabalho de excelência dos agentes regionais privados e públicos, essenciais para os objetivos de valorização do território e de desenvolvimento regional. Dada a importância que assumem na economia regional, em termos de empreendedorismo, resiliência e criação de riqueza e de emprego, têm sido distinguidas, anualmente, pela CCDR Centro, as Empresas Gazela da região.

Em 2025, pelo décimo terceiro ano consecutivo, a CCDR Centro apurou e distinguiu as empresas gazela existentes na região Centro no ano anterior. O ano de 2024 apresenta o valor mais elevado desde o início desta distinção em 2012: 181 empresas gazela. Foram reconhecidas mais 46 empresas do que no ano anterior, sendo este o aumento anual mais significativo desde 2012. As empresas gazela na região têm vindo a ganhar importância e a crescer de forma sustentada ao longo dos anos. Em 2012, existiam 53 empresas gazela e atualmente temos 181, o que muito nos orgulha e mostra a enorme capacidade empreendedora que existe na região Centro. No seu conjunto, estas 181 empresas gazela empregam 6.328 trabalhadores (cerca de 35 pessoas ao serviço por empresa) e têm um volume de negócios de 694 milhões de euros (cerca de 3,8 milhões de euros por empresa). Entre 2020 e 2023, estas empresas mais do que triplicaram as pessoas ao serviço e o seu volume de negócios cresceu mais de cinco vezes. Cada vez se encontram mais disseminadas pelo território da região, estando atualmente presentes em 60 dos 100 municípios do Centro, sendo este também o maior número de toda a série.

Apesar destas empresas representarem uma pequena percentagem do universo empresarial, têm uma grande importância nas dinâmicas de emprego e de criação de riqueza nos territórios onde se inserem, contribuindo para a inovação, atratividade e competitividade da região Centro. São empresas com ritmos de crescimento muito elevados e que criam um grande número postos de trabalho, pelo que têm um impacto considerável na economia e são normalmente consideradas como um indicador de dinamismo económico.

Deste modo, é importante dar visibilidade a estas jovens empresas com este desempenho diferenciador, quando, ainda por cima, nos primeiros anos de vida é tão difícil atingir e manter o sucesso, pelo que os prémios Empresas Gazela fazem parte da estratégia de reconhecimento público do mérito dos atores da região, neste caso



dos empresários e trabalhadores destas empresas. O apuramento das empresas gazela e o seu reconhecimento pela CCDR Centro, ao longo de já mais de uma década, tem contribuído para divulgar o conceito, sedimentar a iniciativa e ganhar visibilidade junto das empresas e da opinião pública.

O apuramento e o reconhecimento das empresas gazela assume ainda uma importância estratégica para conhecer melhor o tecido empresarial da nossa região, designadamente as forças, as oportunidades, os desafios e os principais constrangimentos que estas jovens empresas enfrentam. Esse conhecimento da dinâmica, vitalidade e resiliência do tecido empresarial e produtivo regional é de grande utilidade, uma vez que permite desenhar melhor as políticas públicas e os instrumentos financeiros colocados ao serviço dessas políticas. É fundamental continuar a melhorar o ambiente empresarial, ajudar as empresas a tornarem-se mais competitivas, orientadas para a inovação e para os mercados externos, envolvendo parceiros e fomentando as sinergias resultantes das redes já implementadas no território e que envolvem as entidades do ensino superior, as entidades de interface, os centros tecnológicos, as associações empresariais, entre outros. Os fundos europeus disponíveis no Portugal 2030 podem continuar a ajudar as empresas a adquirirem novos fatores de competitividade e a posicionarem-se num mundo global.

*Isabel Damasceno*

*Presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, I.P.*

# ESTRATÉGIA, TALENTO E INOVAÇÃO



Paulo Pereira e Nuno Fonseca, Fundadores

## A Kompetenza foi distinguida como Empresa Gazela, o que representa esta distinção para a empresa e para a equipa?

Para a empresa, a atribuição deste prémio representa, ao mesmo tempo, a validação de uma estratégia sólida e a confiança que os nossos clientes depositam no nosso trabalho. Acima de tudo, representa a dedicação, o talento e paixão que toda a equipa coloca diariamente em cada desafio. É também um reconhecimento que nos deixa orgulhosos, que nos inspira a inovar, de forma contínua, e que dá força ao propósito de que o sucesso só é possível quando se trabalha em equipa e com o propósito de espírito de união. A nossa equipa é, sem dúvida, a grande responsável por este reconhecimento, reconhecimento este que também nos indica que a empresa está a fazer o caminho certo.



João Soares, Sócio e Telmo Batista, Sócio-Fundador

## A centralização de dados é uma das mais-valias das plataformas modernas. De que forma a integração com o Salesforce tem permitido alcançar uma visão única e estratégica do negócio?

A integração entre plataformas é sempre uma mais-valia em qualquer ecossistema. Integrar com Salesforce é permitir aos nossos clientes uma visão não só 360°, mas também única do negócio, agregando e consolidando dados dispersos e transformando esses dados em inteligência estratégica que lhes permite agir e decidir com mais rapidez e eficácia, podendo manter o foco e orientação para os resultados.

Distinguida como Empresa Gazela, a Kompetenza afirma-se como um exemplo de crescimento acelerado e inovação estratégica no setor tecnológico. Em entrevista, Paulo Pereira, *Managing Director*, revela como a distinção reconhece o talento da equipa e valida a visão de futuro da empresa

## A Kompetenza oferece serviços de auditoria e arquitetura Salesforce. Que importância têm estas áreas na sustentabilidade e escalabilidade dos sistemas dos vossos clientes?

Começar por dizer que estas duas vertentes se complementam e que são ambas responsáveis pelo equilíbrio e estabilidade que é pretendido num ecossistema que dá visibilidade do negócio aos nossos clientes. Tanto a auditoria como a arquitetura em Salesforce são essenciais, de modo a garantir que os diversos sistemas dos clientes se mantêm sustentáveis e escaláveis. A auditoria garante que o funcionamento é otimizado e alinhado com as melhores práticas, sendo que a arquitetura garante que as soluções são desenhadas de forma sólida e escalável, prevenindo futuros problemas no desempenho ou em integração e claro sem comprometer a evolução do negócio dos clientes, conseguindo acompanhar essa mesma evolução.



## Que metas e prioridades estão definidas para garantir a continuidade do crescimento sustentado e da aposta na inovação?

Olhamos para o futuro com a ambição de continuar a crescer de forma sustentável, suportando esse crescimento na inovação tecnológica e muito foco na valorização e talento da nossa equipa. A exploração de outros mercados onde possamos aplicar o nosso *know-how*, elegância e capacidade de trabalho da nossa equipa é já hoje uma realidade. A nossa expansão internacional, com presença na Argentina (Kompetenza Argentina) e no Dubai (Kompetenza Innovation), reflete o propósito de aplicar esta visão além-fronteiras e reforçar a posição da Kompetenza como parceiro estratégico global. O nosso objetivo é claro: criação de soluções que gerem valor, hoje e no futuro, permitindo aos nossos clientes o crescimento e alavancagem dos seus negócios.

# DA VISÃO AO RECONHECIMENTO

A SL3D assinala cinco anos de atividade com um percurso marcado pela inovação, crescimento sustentado e reconhecimento no setor da construção, reforçado recentemente com o estatuto de PME Líder e Empresa Gazela.



Samuel Pina e José Lúcio Silva, Fundadores

**Este ano, a SL3D celebra o seu 5.º aniversário. Que balanço faz deste percurso e quais considera serem os marcos mais significativos da vossa evolução?**

A SL3D, foi constituída em janeiro de 2020, por dois jovens engenheiros José Lúcio Silva e Samuel Pina. Desde logo, foi nosso propósito e objetivo sermos uma empresa de referência neste setor de negócio, através de uma postura dinâmica e de acompanhamento constante, tendo como finalidade assegurar as mais elevadas expectativas de quem nos procura, contribuindo para o seu sucesso e crescimento. Toda a empresa sonha com progresso, conquistas, evolução e crescimento, no caso da SL3D, desde a sua fundação que as metas a atingir foram devidamente identificadas, só dessa forma poderíamos compreender o potencial de negócio e o caminho para o sucesso.

Como etapas e pontos de referência no nosso desempenho e sucesso, consideramos como mais significativos, os seguintes aspetos:

- A perceção que o cliente tem da nossa empresa, baseada na experiência e interação que obteve do trabalho desenvolvido, para nós é primordial e fundamental para o sucesso do nosso crescimento, pois influencia a confiança, fidelidade e decisão de compra do cliente. Uma reputação positiva gera confiança, fazendo com que os clientes se sintam seguros ao escolherem os nossos serviços;

- Evolução e crescimento de forma sustentável e dinâmica, envolvendo todas as vertentes de negócio da SL3D. O aumento da receita, de produtividade e presença no mercado através da expansão geográfica, diversificação de trabalhos e serviços são fatores fundamentais para a referida evolução. O foco na inovação, adaptação às

mudanças do mercado e um planeamento rigoroso são basilares de forma a consolidar a posição no mercado;

- Segurança, condições de trabalho e as relações interpessoais dos nossos colaboradores e parceiros, é fundamental e crucial para um ambiente de trabalho saudável, produtivo e positivo. Ao longo deste percurso é essencial para a evolução, crescimento e posição da SL3D no mercado;

- A capacidade de gerar lucro é a base fundamental para o crescimento e a evolução da empresa, envolvendo o desenvolvimento do nosso negócio e o crescimento profissional dos colaboradores e parceiros. É um marco essencial para a nossa gestão financeira, permitindo avaliar a eficiência na geração de lucros e tomar decisões estratégicas para o crescimento e sucesso do negócio;

- Inovar e implementar diferentes tecnologias e sistemas construtivos, consideramos que tem sido relevante ao longo do nosso percurso, tem sido nosso apanágio aumentar a eficiência, reduzir custos e melhorar a segurança e qualidade das obras. Num futuro próximo pretendemos adotar novas tecnologias e uso de materiais inovadores, colmatando as tendências e necessidades atuais;

Resumidamente, consideramos que o balanço tem sido muito gratificante e desafiante, sendo que para atingir as referidas etapas e pontos de referência no nosso desempenho e sucesso, passamos por problemas e desafios que surgem quando uma empresa cresce rapidamente, as designadas “dores de crescimento”, que afetam áreas como a liderança, os processos, gestão financeira e comunicação interna, ou seja, são adaptações e correções constantes na estrutura e processos da empresa, adaptados para lidar com o novo volume de trabalho, clientes e demandas.

**A SL3D foi, recentemente, distinguida como Empresa Gazela. O que representa esta distinção?**

Em 2024, fomos distinguidos com o estatuto de PME líder, uma distinção que para além do reconhecimento e reputação, confere-nos um selo de qualidade e confiança, aumentando a credibilidade da SL3D perante clientes, fornecedores e parceiros de negócio.

Como referido, recentemente também fomos reconhecidos como empresa Gazela, o que aumenta as nossas responsabilidades, nomeadamente na nossa sustentabilidade, manter esta taxa de crescimento nos próximos anos é um desafio que pretendemos alcançar de forma sustentável, com a criação de novos postos de trabalho, com a diversidade setorial no mercado nomeadamente nas necessidades presentes e futuras na identificação do que o mercado necessita.

A SL3D busca fortalecer a sua presença no mercado por meio da integração de tecnologias inovadoras e práticas sustentáveis, com foco na qualidade e sustentabilidade. A adoção e implementação de estratégias de *marketing* eficazes é considerada um fator importante para o desenvolvimento futuro do setor.



geral@sl3d.pt  
www.sl3d.pt





Inês Medina, Country Manager

# WIZINK VOLTA A VENCER PRÉMIO CINCO ESTRELAS

Pela oitava vez, o WiZink é distinguido com o Prémio Cinco Estrelas na categoria de Cartões de Crédito. Para Inês Medina, *Country Manager* em Portugal, esta conquista traduz a confiança dos clientes e a consistência da estratégia digital e centrada no utilizador que tem guiado o posicionamento do banco.

## O que representa para o WiZink a conquista do Prémio Cinco Estrelas e como interpreta este reconhecimento no atual contexto do setor bancário?

É um orgulho! Receber, pela oitava vez, o Prémio Cinco Estrelas, na categoria de Cartões de Crédito, é o reconhecimento da confiança e satisfação que os consumidores e os nossos clientes têm nos cartões WiZink. Representa também uma motivação extra para continuarmos a inovar e a oferecer ao mercado e aos nossos clientes soluções de financiamento adaptadas às necessidades de cada momento, de uma maneira simples, transparente e responsável. Sabemos que, a cada ano que ganhamos, a responsabilidade aumenta e trabalhamos para estar à altura dela.

## Quais foram os principais fatores que, na sua perspetiva, contribuíram para a distinção com este prémio – nomeadamente ao nível da experiência do cliente?

O principal fator é o nosso compromisso em oferecer produtos simples, transparentes e verdadeiramente úteis para os nossos clientes com muitas opções de utilização do limite de crédito para os pagamentos do dia a dia, fisicamente ou digitalmente, de forma rápida e segura, neste caso com autenticação forte.

Os nossos cartões de crédito foram pensados para dar liberdade de escolha, com total controlo e sem complicações.

Com o Flex, oferecemos flexibilidade total no pagamento. O Rewards permite acumular pontos em todas as compras, que podem ser trocados por experiências e produtos em várias categorias. As nossas parcerias são também um fator distintivo que, acredito, contribuem para o reconhecimento dos nossos produtos.

Os cartões Moeve e o Benfica, trazem vantagens exclusivas – desde descontos diretos nos combustíveis até *cashback* para os fãs e sócios do Benfica, que podem usar no universo do clube.

Tudo isto sem anuidades, com pagamentos *contactless*, utilização dos serviços de pagamento Multibanco, alertas em tempo real e

integração com *MB WAY*, *Google Pay* e *Apple Pay*, através da nossa *app*. Os nossos clientes podem ainda transferir o saldo do cartão para a conta bancária e escolher como querem pagar – à sua medida, com total flexibilidade. Este prémio é também um reconhecimento da nossa aposta na conveniência, na inovação e, acima de tudo, na confiança dos nossos clientes.

### **Como é que o WiZink mede internamente a satisfação dos clientes e de que forma esses indicadores se alinham com os critérios do Prémio Cinco Estrelas?**

A satisfação dos clientes é crucial para o sucesso de uma marca e entendemos que, também por essa razão, esta é uma das variáveis de avaliação do Prémio Cinco Estrelas.

No WiZink, monitorizamos a satisfação dos nossos clientes de uma forma contínua através da realização de inquéritos telefónicos a uma amostra representativa da nossa base de clientes. Os resultados obtidos são extremamente positivos. Sabemos que 90%\* dos nossos clientes estão satisfeitos com o seu cartão e em junho alcançamos o nosso melhor resultado em NPS de produto (+53), o que demonstra a confiança e lealdade dos nossos clientes. São números que falam por si e os bons resultados são também comprovados através da avaliação do Prémio Cinco Estrelas, onde para esta variável o WiZink é a marca que obteve a melhor pontuação na última edição.

\* T4B resultados do Estudo RNP 2025 à data de 30 junho de 2025 (Pergunta: Pensando agora nos produtos e serviços do WiZink. Utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa "Totalmente insatisfeito" e 10 "Totalmente satisfeito", como avalia a sua satisfação global com o WiZink). Empresa responsável pela realização das entrevistas telefónicas: GFK.

### **Que iniciativas ou produtos diferenciadores destacaria como determinantes para a valorização da marca por parte dos consumidores?**

Creio que é sobretudo a nossa génese digital que nos diferencia, a rapidez dos processos, a facilidade de gerir, através da *app*, os produtos que podem subscrever e que permitem aos clientes explorarem as suas opções no conforto de sua casa, quando e onde quiserem, e planearem em conformidade com as suas necessidades. É literalmente: Um Banco. Infinitas possibilidades.

### **Como é que este reconhecimento impacta a estratégia do WiZink para os próximos anos, especialmente no que toca à inovação digital e proximidade com o cliente?**

Este reconhecimento confirma que a atenção ao cliente e às suas necessidades é a adequada. As nossas estratégias de gestão estão adaptadas aos diferentes perfis de cliente, com foco nos seus diferentes ciclos de vida e atenção aos diferentes estágios – um cliente de 30 anos tem uma resposta à medida, como tem um de 50, e estão em fases distintas de vida, com desafios diferentes, e nós temos como os acompanhar em todas as fases.

Ganhar o Prémio Cinco Estrelas é, acima de tudo, um reconhecimento da confiança que os nossos clientes depositam em nós. E isso tem um impacto direto – e muito positivo – na forma como desenhamos o nosso futuro. Por um lado, reforça a nossa convicção

de que estamos no caminho certo ao apostar numa estratégia cada vez mais digital. Este prémio valida o nosso esforço em criar experiências simples, intuitivas e seguras, que respondem às necessidades reais das pessoas. Mas mais do que isso, dá-nos força para acelerar essa transformação, com a certeza de que a inovação só faz sentido se for centrada no cliente e cada vez mais personalizada, outra das apostas que fazem parte da nossa estratégia.

Portanto, o Prémio Cinco Estrelas não é um ponto de chegada. É um ponto de partida para continuarmos a evoluir com ambição, com responsabilidade e, acima de tudo, com os nossos clientes no centro de tudo o que fazemos.

*Ganhar o Prémio Cinco Estrelas é, acima de tudo, um reconhecimento da confiança que os nossos clientes depositam em nós*

### **De que forma o WiZink planeia manter – ou até superar – este nível de excelência no futuro?**

A digitalização continua a ser uma prioridade estratégica. É muito evidente que a experiência do futuro será totalmente digital, suportada por um modelo multicanal flexível, que garante conveniência, rapidez e segurança em todas as interações – desde a adesão inicial até à gestão contínua da relação com o cliente.

Já em 2025, o nosso modelo de onboarding será alvo de uma nova transformação digital, com processos ainda mais ágeis e integrados, que permitirão decisões em tempo real e uma disponibilização imediata dos meios de pagamento. Esta evolução vai reforçar a nossa capacidade de resposta, melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional dos nossos canais de distribuição.

Até ao início de 2026, lançaremos uma nova aplicação com funcionalidades avançadas, desenhadas para proporcionar uma experiência de pagamento mais intuitiva, personalizada e segura. Esta aplicação será um ponto de contacto essencial para fidelizar clientes, prolongar o seu ciclo de vida e responder de forma proativa às suas necessidades. Continuaremos a estudar o mercado, as tendências de consumo e os comportamentos dos nossos clientes, para garantir que cada solução de pagamento que lançamos responde a uma necessidade concreta e gera valor real para os nossos clientes.

**WiZink**  
Um banco.  
Infinitas possibilidades



A woman with long brown hair is looking at a tablet. A glowing blue circular light effect is centered around her head, suggesting artificial intelligence or a futuristic theme. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

# IA: NOVA REALIDADE NA CONTABILIDADE

A Inteligência Artificial deixou de ser apenas um conceito futurista para se tornar uma realidade presente e transformadora em múltiplos setores - e a contabilidade não é exceção. Hoje, processos antes marcados pela repetição e pelo consumo intensivo de tempo estão a ser automatizados com rapidez, precisão e segurança. Mais do que substituir tarefas humanas, a IA surge como aliada dos profissionais, libertando-os das rotinas mais mecânicas e permitindo que concentrem o seu trabalho em análise estratégica, aconselhamento e criação de valor. Esta nova realidade redefine não só a forma como se executa a contabilidade, mas também o papel dos contabilistas, que passam a dispor de ferramentas inteligentes para interpretar dados, antecipar riscos e apoiar decisões empresariais com maior rigor e eficiência. Nas páginas seguintes, fique a conhecer exemplos concretos de aplicação da Inteligência Artificial na contabilidade.

# CEGID TRANSFORMA O SETOR DA CONTABILIDADE COM IA

A contabilidade está a entrar numa nova era. Com a Inteligência Artificial a assumir tarefas repetitivas e a digitalização a reconfigurar processos, os contabilistas estão a libertar-se do operacional para se tornarem verdadeiros parceiros estratégicos das empresas. Em entrevista, Tiago Costa Lima, Diretor de Produto da Cegid para PME e Escritórios de Contabilidade em Portugal e África, explica como o Cegid Business está a acelerar esta transformação.



Tiago Costa Lima, Diretor de Produto da Cegid para PME e Escritórios de Contabilidade em Portugal e África

## Como é que o vosso centro de excelência em IA em Portugal está a desenvolver soluções que transformem a prática da contabilidade e da gestão financeira nas empresas?

O nosso centro de excelência em IA em Portugal está focado em desenvolver soluções que simplifiquem o trabalho dos contabilistas e das PME, promovendo uma prática contabilística mais eficiente e estratégica.

Estamos a desenvolver três tipos de agentes inteligentes:

(1) *Tasker Agents*: automatizam tarefas rotineiras, como extração e validação de documentos ou categorização de movimentos.

(2) *Automators Agents*: orquestram processos como fecho mensal, reconciliação de movimentos, conciliações bancárias ou verificação de inventário.

(3) *Collaborators Agents*: parceiros estratégicos, disponíveis por texto ou voz, que ajudam na criação de relatórios e análises.

Grande parte desta evolução já está disponível no Cegid Business, que combina décadas de experiência no setor com tecnologia 100% cloud e IA avançada. Automatiza processos, facilita a colaboração em tempo real e garante conformidade fiscal, capacitando os contabilistas a oferecer serviços mais estratégicos e personalizados.

## De que forma as novas soluções baseadas em IA da Cegid estão a mudar o papel dos contabilistas e dos departamentos financeiros nas organizações?

As nossas soluções baseadas em IA não substituem os contabilistas. Pelo contrário: ao automatizar até 75% das tarefas repetitivas com o Cegid Business, libertamos tempo para que apoiem os clientes com serviços de maior valor e criem relações mais sólidas.

Esta solução é um motor de produtividade, permitindo:

- Gerir até 3x mais clientes
- Fechos mensais 5x mais rápidos
- Monitorizar transações em tempo real

Além disso, a solução oferece ainda previsões de *cash flow* e otimização fiscal, antecipando riscos e identificando oportunidades, reforçando o papel do contabilista como verdadeiro parceiro estratégico.

## Como a IA acelera a atividade contabilística

- 75% de tarefas manuais automatizadas
- 3x mais clientes por contabilista
- Fechos mensais 5x mais rápidos



## Como prevê a Cegid que a Inteligência Artificial e a digitalização vão moldar a contabilidade e a gestão financeira nos próximos cinco anos?

A IA e a digitalização já estão a transformar a contabilidade, e acreditamos que esta evolução se intensificará nos próximos cinco anos. O Cegid Business já está a ajudar os contabilistas a adaptar-se, posicionando-os na linha da frente da transformação digital.

Entre 2025 e 2030, prevemos três fases:

- Na Fase 1 (2025-2026): Adoção massiva de agentes inteligentes, reduzindo em 60% o tempo de tarefas rotineiras com equipas híbridas (humanos e agentes).

- Na Fase 2 (2027-2028): Escritórios *Agentic-First* automatizarão até 90% dos processos, adotando modelos de *pricing* baseados em valor.

- Na Fase 3 (2029-2030): O setor evoluirá para um ecossistema inteligente, com *compliance* automático e novos serviços, como auditorias contínuas preditivas.

Na Cegid, estamos comprometidos em apoiar os contabilistas portugueses a liderarem esta revolução, posicionando-os como parceiros estratégicos num futuro híbrido e inteligente.



# INOVAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO O SEGREDO DA SOFTWHERE NO SETOR DA CONTABILIDADE

Num setor em plena transformação digital, a Softwhere tem-se destacado como parceira estratégica dos gabinetes de contabilidade portugueses. Filipe Branquinho, CEO, explica como a aproximação direta aos clientes, a personalização de soluções e a aposta em tecnologia inovadora, como *robots* e Inteligência Artificial, têm permitido à Softwhere não só acompanhar a evolução do mercado, mas também redefinir a forma como os contabilistas gerem clientes, tarefas e obrigações.

## **Como nasceu a ideia de criar a Softwhere e quais foram os principais desafios no arranque da empresa?**

A Softwhere nasceu da identificação de uma lacuna no mercado: a necessidade de aproximar empresas de tecnologia a organizações com necessidades muito específicas. A génese da empresa esteve, desde o início, ligada ao desenvolvimento de *software* à medida, projetando soluções que respondessem de forma personalizada a cada cliente.

Em 2013 surgiu a oportunidade que viria a redefinir o rumo da Softwhere. Partindo do desafio lançado por um contabilista, desenvolvemos o CRMCONTAB – *Software* de Gestão de Gabinetes, a nossa solução de referência. No arranque, enfrentámos os desafios

naturais de qualquer novo projeto: validar o conceito, criar uma plataforma tecnológica intuitiva e escalável, e sobretudo, conquistar a confiança do mercado, para que a Softwhere fosse reconhecida como uma opção credível e diferenciadora.

## **O que distingue a Softwhere das restantes empresas de desenvolvimento de *software* no mercado português?**

O que distingue a Softwhere é a proximidade com os seus clientes. Mais do que uma empresa de desenvolvimento, somos um parceiro tecnológico. Na Softwhere o cliente fala diretamente com a equipa de desenvolvimento o que nos permite ter a visão de onde o cliente está, onde quer chegar e quais as soluções para que isso seja possível. Evitamos linguagem técnica para que a comunicação com o cliente seja clara e acessível. Os nossos *softwares* são personalizáveis e ajustáveis às reais necessidades dos nossos clientes. Esta perspetiva faz com que as nossas empresas se identifiquem com a aplicação, revendo-se na mesma.

## **De que forma o CRMCONTAB acrescenta valor ao setor da contabilidade, num contexto em que a área tem vindo a registar uma evolução tecnológica tão significativa?**

O CRMCONTAB é um *software* de Gestão de Gabinetes de Contabilidade, assente em três pilares: centralização de clientes,

*Os nossos softwares são personalizáveis e ajustáveis às reais necessidades dos nossos clientes. Esta perspetiva faz com que as nossas empresas se identifiquem com a aplicação, revendo-se na mesma*



Filipe Branquinho, CEO

tarefas e obrigações; registo de tempos e análise de rentabilidade; e automatização de rotinas através de *robots*, eliminando ilhas de informação (como ficheiros Excel dispersos), reduzindo os erros por intervenção humana e oferecendo uma visão 360° do gabinete.

No que diz respeito à centralização, o CRMCONTAB permite gerir, de forma rápida toda a informação dos clientes, senhas, comunicação (*Email, SMS e WhatsApp*), tarefas, obrigações fiscais, mapas de apoio e acessos diretos aos portais. Assim, garante-se que a informação crítica está sempre acessível, organizada e disponível para toda a equipa. Outra das funcionalidades do CRMCONTAB é o registo e análise de tempos que permite aferir a rentabilidade por cliente, comparando as avenças com o tempo alocado a cada cliente e tarefa. Permite ainda construir um mapa orçamental com a descrição

dos serviços contratualizados, sugestão de avença e a comparação entre custos planeados e consumos reais, oferecendo uma visão clara para a tomada de decisões estratégicas.

Por fim, destacam-se os *robots* e a incorporação da Inteligência Artificial, que surgem como uma necessidade premente no setor. Tudo o que possa reduzir o tempo gasto em tarefas repetitivas, aumentar a confiança no cumprimento de processos e obrigações, e otimizar a execução do trabalho contabilístico é, para nós, uma prioridade. Apostando em *robots* para envio de declarações, validação e extração de informação, com vista à redução de erros por intervenção humana.

*O que distingue a Softwhere é a proximidade com os seus clientes*



**Como é que a Softwhere acompanha as constantes mudanças tecnológicas e garante que as soluções se mantêm atuais e competitivas?**

Na Softwhere encaramos cada cliente como um verdadeiro parceiro estratégico. Essa relação próxima dá-nos a capacidade de antecipar desafios e de ajustar soluções antes mesmo de serem solicitadas. Combinamos investimento em formação, tecnologia e ferramentas de desenvolvimento para assegurar respostas rápidas, eficazes e adaptadas à realidade de cada gabinete.

**Quais são os principais objetivos da Softwhere para os próximos anos e em que áreas pretendem investir mais?**

Os principais objetivos da Softwhere para os próximos anos passam por consolidar a nossa posição no setor da contabilidade, através do reforço e evolução contínua do *software* CRMCONTAB, sempre em estreita colaboração com os nossos clientes.

Pretendemos continuar a investir sobretudo em três eixos estratégicos:

- **Inovação tecnológica**, com destaque para o reforço dos *robots* e da Inteligência Artificial aplicada à contabilidade. Bem como a continuação da aposta em aplicativos *mobile* que permitam aproximar os contabilistas dos seus empresários.
- **Experiência do utilizador**, tornando as nossas soluções ainda mais intuitivas, acessíveis e centradas nas necessidades reais dos gabinetes de contabilidade, contribuindo assim para que os contabilistas cumpram as boas práticas da profissão.
- **Formação e proximidade**, apostando na capacitação das equipas e no acompanhamento próximo dos clientes, para garantir que a tecnologia é usada como verdadeiro motor de crescimento.

A Softwhere conta com mais de 900 gabinetes e milhares de profissionais de contabilidade que confiam diariamente no nosso *software*. A médio prazo, a nossa ambição é continuar a ser reconhecidos não apenas como fornecedores de *software*, mas como parceiros estratégicos, capazes de antecipar tendências e de desenvolver as ferramentas certas no momento certo.



softwhere



# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O FUTURO DA CONTABILIDADE

Com 20 anos de experiência em contabilidade e finanças, Sérgio Gouveia, autor deste artigo e hoje especialista em IA e Head of Education na Code for All\_, reflete sobre como a Inteligência Artificial está a transformar a contabilidade. Defende que o setor vai saber adaptar-se e sair reforçado pela transformação tecnológica, como o fez no passado, desde que haja um investimento em competências como IA, automação e pensamento crítico.



## **Como a Inteligência Artificial está a transformar a contabilidade e que competências digitais se tornam essenciais?**

A Inteligência Artificial já está a ter impacto na contabilidade, sobretudo na automatização das tarefas mais rotineiras e estruturadas como lançamentos, reconciliações ou fechos mensais. Isto não significa que a profissão esteja em risco, mas é natural que algumas tarefas que hoje ocupam grande parte do dia de muitos contabilistas passem a ser automatizadas. O resultado não é apenas uma transferência de tarefas: é uma mudança de escala. Estamos a falar de processamentos e fechos em tempo real, relatórios gerados instantaneamente e uma capacidade de detetar anomalias ou riscos que antes exigia muito mais tempo e recursos.

Neste novo contexto, o papel do contabilista que se adapte pode ganhar relevância. São profissionais que sempre estiveram muito próximos da realidade financeira das organizações e, por isso, numa posição privilegiada para transformar dados em informação útil para gestores e investidores. Mas para o fazer precisam de literacia digital (sobretudo na área de IA e automação), bem como análise de dados e cibersegurança, a par de competências como pensamento crítico e comunicação.

Na Code for All\_ acreditamos que a melhor forma de preparar profissionais é aproximar a tecnologia do quotidiano. Por isto mesmo, desenvolvemos um Curso prático de Introdução à Inteligência Artificial 100% aplicada ao Setor da Contabilidade. Mostramos,

com exercícios práticos, como IA pode ser aplicada a problemas reais: automatizar relatórios ou simular projeções de tesouraria. O objetivo não é que se tornem especialistas em tecnologia, mas que entendam o funcionamento destas ferramentas, ganhem confiança para usá-las e saibam questionar os resultados, de forma ética e responsável.

É fundamental reforçar que esta transição não pode ser vista como responsabilidade exclusiva dos trabalhadores, mas também das empresas tecnológicas e das próprias empresas de contabilidade.

A contabilidade já passou por outras revoluções tecnológicas no passado, e saiu sempre reforçada no seu papel de linguagem da atividade económica.

## **Na sua opinião, quais tendências de tecnologia vão marcar a contabilidade nos próximos anos, e como os cursos da Code for All\_ podem ajudar a acompanhar essas mudanças?**

Vejo quatro tendências. Primeiro, a automação completa das rotinas, que já está em marcha. Segundo, a integração da IA generativa nos softwares de contabilidade, produzindo relatórios narrativos, dashboards e análises preditivas, em tempo real. Terceiro, um reforço da transparência, do compliance e da auditoria digital, porque quanto mais dados circularem em sistemas automáticos, maior será a necessidade de confiança e rastreabilidade. Finalmente, a cibersegurança, que será um tema central: proteger dados financeiros será tão importante como tratá-los.

Nos últimos anos a Code for All\_ adaptou a sua oferta educativa para responder aos desafios urgentes dos setores mais expostos à Inteligência Artificial. Programas como IA e de Automação dão literacia digital aplicada, essencial para lidar com novas ferramentas de análise e automação. Os cursos de cibersegurança preparam profissionais para proteger informação crítica num mundo que vai estando mais vulnerável. E formações em programação permitem compreender a arquitetura tecnológica que está por trás dos softwares de contabilidade. No fundo, ajudamos a criar a ponte entre o conhecimento contabilístico e o domínio das tecnologias que vão moldar o futuro do setor.

Acredito que o núcleo da transformação estará em garantir confiança, integridade e governança. Tal como aconteceu no passado, a contabilidade vai adaptar-se. Haverá funções que desaparecem, sim, mas o papel da profissão como referência da confiança financeira será ainda mais relevante.



# Introdução Prática à Inteligência Artificial | Setor Contabilidade

29 Setembro a 15 outubro

- 15 horas | Formação Online | Curso Pós-Laboral
- Aulas em Português



Inscribe-te



Curso 100% Gratuito com o Cheque - Formação + Digital



# DIA MUNDIAL DA ARQUITETURA

O Dia Mundial da Arquitetura celebra-se todos os anos como uma oportunidade para reconhecer a importância desta disciplina na construção do espaço que habitamos. Mais do que criar edifícios, a arquitetura molda cidades, influencia a vida quotidiana e reflete valores culturais, sociais e ambientais. Neste dia, profissionais, estudantes e cidadãos são convidados a refletir sobre o papel da arquitetura no desenvolvimento sustentável, na inovação e na qualidade de vida das comunidades. É também um momento para valorizar o talento, a criatividade e o compromisso de quem transforma ideias em espaços vivos, funcionais e inspiradores. Celebrar a arquitetura é celebrar o futuro das cidades e a forma como nos conectamos com o ambiente que nos rodeia. Conheça, nas próximas páginas, a Plano Obliquo que desenvolve projetos que dialogam com a tradição e a modernidade. Por outro lado, a Igreja Paroquial de Santiago de Bougado é um exemplo significativo da arquitetura religiosa portuguesa, remodelada no século XVIII pelo arquiteto Nicolau Nasoni.



Equipa Plano Oblíquo

# INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E PROXIMIDADE A MARCA DA PLANO OBLÍQUO

Há 20 anos a redefinir a forma de projetar e construir, a Plano Oblíquo destaca-se pela integração da metodologia BIM, pela aposta constante na inovação e por uma cultura de proximidade que valoriza tanto a tecnologia como as pessoas. Fundada por João Carlos Guerra e Inês Rodrigues, a empresa alia experiência multidisciplinar, visão de futuro e paixão pela arquitetura na criação de soluções adaptadas a cada cliente.



## BIM: a paixão que transforma projetos

Uma das grandes apostas da Plano Oblíquo é a metodologia BIM – *Building Information Modeling*, que tem vindo a transformar a forma de projetar e gerir edifícios. Apesar de ainda estar numa fase embrionária em Portugal, a sua implementação já é prática diária na empresa. “Mesmo quando não é um requisito formal do projeto, aplicamos o BIM porque traz vantagens claras em todas as fases de trabalho”, explica Inês Rodrigues. Mais do que uma ferramenta, o BIM é uma nova forma de pensar e projetar. Permite maior rigor na gestão de custos e quantidades, facilita a compatibilização entre especialidades e assegura uma comunicação eficiente entre arquitetos, engenheiros e construtores. O resultado é uma visão integrada e coerente do edifício, desde o primeiro esboço até à sua execução.

## Arquitetura, tecnologia e futuro

Num setor cada vez mais tecnológico, a Plano Oblíquo vê a inovação como essencial. “A arquitetura tem tudo a ganhar com a tecnologia, e o BIM continuará a ser central neste processo”, afirma Inês Rodrigues. Prova disso foi o estudo *SCAN TO BIM*, apresentado no Congresso PTBIM 2024, que mostrou como o *laser scanning* e

a modelação BIM MEP permitem levantamentos mais precisos e melhor coordenação entre especialidades. Ao aplicar estas ferramentas em todas as fases, a empresa torna os projetos mais eficientes, colaborativos e adaptados às necessidades de cada cliente, preparando-se para um futuro cada vez mais digital e conectado.

## Design para a Força

Este ano, o Dia Mundial da Arquitetura celebra o tema “*Design for Strength*”, convidando a refletir sobre a resiliência da arquitetura e a capacidade de enfrentar novos desafios. Inês Miranda reforça que “cada cliente é único e cada projeto obriga-nos a repensar soluções. O *design* nunca é igual, porque cada interlocutor traz novas exigências e visões. É isso que torna a arquitetura tão dinâmica”.

Para assinalar a data, a empresa organiza o evento “Inovação na Arquitetura”, a 6 e 7 de outubro, que promove o diálogo entre projetistas, construtores, promotores e utilizadores finais. A iniciativa reforça a filosofia da Plano Oblíquo: a colaboração é fundamental para criar edifícios mais sustentáveis, eficientes e humanos, do conceito inicial até à utilização final.

## Uma cultura de proximidade

Para além da vertente técnica, a Plano Oblíquo destaca-se pela boa disposição e pela proximidade com clientes e equipa. “Um ambiente positivo motiva-nos e contagia quem nos procura”, refere Inês Miranda. Essa cultura colaborativa favorece a comunicação, estimula a criatividade e resulta em projetos mais completos e adaptados, acrescenta Inês Rodrigues. Com quase duas décadas de atividade, a Plano Oblíquo alia inovação tecnológica, experiência multidisciplinar e proximidade humana. Para a empresa, o futuro da arquitetura será cada vez mais digital com BIM, Inteligência Artificial e novos métodos construtivos mas também cada vez mais humano, colocando cada projeto no centro de uma visão de sustentabilidade, criatividade e colaboração.



geral@plo.pt • www.planoobliquocom





## IGREJA PAROQUIAL DE SANTIAGO DE BOUGADO

A Igreja Paroquial de Santiago de Bougado implanta-se no centro do Vale de Bougado que corresponde, de forma aproximada, aos limites da sua antiga freguesia. Este lugar, centro agrícola de toda a paróquia, é marcado pelas divisões de parcelas minifundiárias que formam o mosaico bocage característico do Entre-Douro-e-Minho. Santiago de Bougado foi um reguengo e, pelo menos, desde 1800, nele observamos uma quantidade assinalável de casas de lavoura abastadas dispostas pelos lugares da Lagoa, Outeirinho, Bairros, Samogueira, Lantemil, Trofa Velha, Cedões e Cidai, entre outro(a) s de menor dimensão. Estas casas, unidades agrícolas de produção e consumo, apresentam uma arquitetura tradicional que possui os mesmos elementos tipológicos das casas de Matosinhos, Maia e Vila do Conde, que, em muitos casos, através das suas fachadas com portais em arco, demonstram as pretensões sociais das famílias proprietárias.

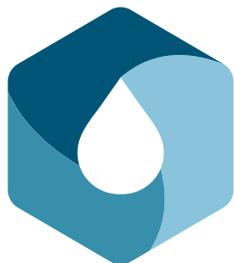
A ideia de construir uma igreja nova em Santiago de Bougado está associada à aplicação dos rendimentos que D. Diogo Mourato (1670-1749) usufruiu como abade da paróquia em 1709, já que, depois de nomeado Bispo da Sé de Miranda do Douro, em 1739, continuou a gozar dos benefícios desta freguesia. Homem das letras e de cultura artística, referem os registos que possuiu uma biblioteca de 927 livros, foi personagem ativa em várias dioceses num dos períodos mais interessantes do panorama arquitetónico português, o joanino, assim como num ciclo temporal de maior importância para a diocese do Porto: a Sede Vacante.

Em 1748 constituiu o Deão da Sé do Porto, D. Jerónimo de Távora Noronha Leme Cernache, como seu procurador para edificar uma nova igreja em Santiago de Bougado. D. Jerónimo foi quem trouxe Nicolau Nasoni de Malta para Portugal e também que lhe veio a encomendar a Igreja dos Clérigos. Consequentemente, o mesmo Deão sub-rogou no abade de Santiago de Bougado, Rev. Dr. Tomaz

Barbosa de Sousa Vieira, a procuração que lhe fora concedida. A obra foi encomendada no mesmo mês, agosto de 1748, por escritura, ao mestre-pedreiro António Rodrigues, de Minhotães, Barcelos, com a condição de ser vistoriada e acompanhada por Nicolau Nasoni. A obra projetada nunca chegou a ser concluída. Segundo António Cruz, «o mestre-pedreiro António Rodrigues enganou-se nos cálculos que fez, pois as fundações da igreja ficaram muito caras devido a não ter encontrado rocha mas sim camadas de terra e areia (...) e daí o ver-se obrigado a abandonar a obra, depois de nela haver gasto os seus próprios haveres». O mesmo investigador refere-nos que as torres nunca foram concluídas, pois as existentes são construídas em tijolo e não em pedra, tal como os remates dos cantos e pirâmides que tanta graça davam às construções da época. A inauguração deu-se em 1762.

Trata-se de um edifício de planta longitudinal, de uma só nave, com a capela-mor virada a norte flanqueada pela sacristia a leste e pela sala da fábrica a poente, com o batistério no lado do evangelho, no topo sul, sob a arcaria que sustenta o coro alto. A sua fachada é voltada a sul, compreendendo os panos das duas torres sineiras e do volume central da nave, delimitados por pilastras, cornijas e envasamentos de granito. No seu interior, a igreja de Bougado contém trabalhos artísticos de ótima qualidade, que, por vezes, se sobrepõem ao facto de estarmos diante de uma arquitetura nasoniana, até porque esta parece nunca ter sido concluída. A qualidade do imóvel deve ser entendida enquanto conjunto de obras de arte, fazendo-se notar não só na arquitetura como na talha, cuja elegância das formas é notável, como também na imaginária, nas pinturas e no mobiliário.

Em 1984, o decreto n.º 29/84, DR, 1.ª série, n.º 145, de 25 junho, classificou o edifício como Imóvel de Interesse Público.



**CALEIRA**<sup>®</sup>  
TORRES



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



## CALEIRAS | RUFOS | RESERVATÓRIOS

### TIPOS DE CONSTRUÇÃO



#### CONSTRUÇÃO MODERNA

Soluções para preservação e escoamento de águas pluviais, garantindo os padrões estéticos



#### CONSTRUÇÃO TRADICIONAL

Modelos adaptados, à construção mais tradicional, respeitando a arquitetura e design



#### CONSTRUÇÃO INDUSTRIAL

Soluções inteligentes para o bom funcionamento e durabilidade, no setor industrial

[comercial@caleiratorres.pt](mailto:comercial@caleiratorres.pt)

• 910 362 601 | 919 553 205 | 261 331 644 (Chamada para rede móvel e fixa nacional)

Rua José Nunes Padeirão, n.º2, 2560-681, Torres Vedras



LEADERS

---

*Global Club*