

Mensal - Distribuição gratuita com o jornal "Público"

eduBOX, S.A.

Empresa de base tecnológica

spin-off da Universidade de Aveiro

www.edubox.pt

geral@edubox.pt

PRODUTOS

comércio e distribuição
e consultoria

software de gestão

ação social

refeições

gestão da frota e

gestão do leite e

espacos e parque

gestão do inventário

comunicar

atividades de

bibliotecas escol

esportes

serviço de assiste

organização de

ware

material lúdico

impressão e impr

os

recursos educative





A COSLAB está totalmente equipada para fabricar cremes, géis, shampoos, perfumaria, suplementos alimentares, etc.. desenvolvendo assim o produto ideal de acordo com as suas necessidades. A sua solução!!



***Você tem uma marca, uma ideia?
Nós fabricamos o seu produto!***



Índice

4 - Editorial

5 - EDUBOX
“A spin-off do momento”

9 - Distrito de Viseu

31 - Distrito de Aveiro

57 - PME Excelência

73 - Esposende

Editorial

É pouco relevante para o comum dos cidadãos a tão famigerada entrada nos mercados quando a sua realidade diária não apresenta melhorias. Dados recentes publicados pelo Eurostat revelam uma taxa de 17,6% de desemprego em Portugal, número que já ultrapassa em 0,3% as previsões da Comissão Europeia para este ano. São mais de 900 mil cidadãos, maioritariamente mulheres da faixa etária dos 25 aos 44 anos...

Outro relatório, agora do Instituto Europeu de Estatística, divulga que um em cada quatro portugueses - mais de 2,6 milhões de cidadãos - estão em risco de pobreza ou exclusão social (24,4% da população).

Entre dados e estatísticas aparece o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho, apelidando de “preocupante” este flagelo que bate recordes históricos nos dias que correm.

Estes números estão, obviamente, associados ao crescente número de empresas que fecham as suas portas. Dados recentes apontam para mais de 2500 insolvências nos primeiros dois meses de 2013!

Apesar de tudo, no clima apreensivo que tolhe as esperanças e qualidade de vida de milhões de cidadãos ainda existem notícias animadoras.

Os primeiros meses do ano apresentaram um considerável incremento no número de PME's criadas em Portugal. Foram mais de 8000, sendo que só no mês de Janeiro esse crescimento situou-se nos 40,6% face ao mesmo mês de 2012 - o melhor dos últimos 36.

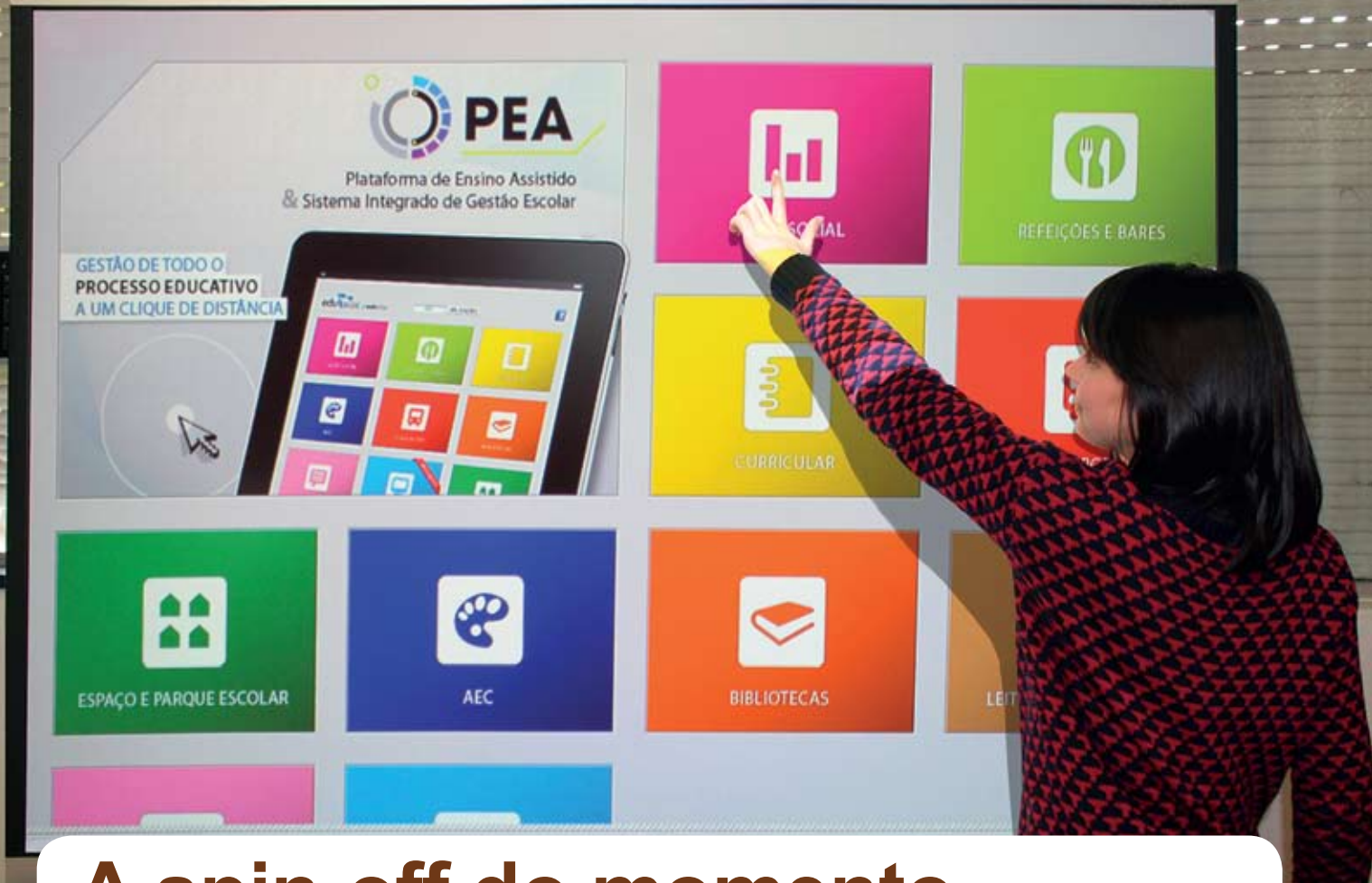
Segundo o barómetro empresarial da D&B, no primeiro mês do ano, a criação de novas empresas verificou um aumento de 45% no Norte e 48% no Centro do país, representando 60% do número total de novas empresas.

Trata-se essencialmente de sociedades unipessoais com capital social inferior a cinco mil euros, que apostam em sectores em (re)crescimento como a agricultura, a pecuária e as pescas. É o retorno dos portugueses “à terra”. A procura de alternativas dentro de portas, quando tantos arriscam a saída. Devemos valorizar o seu esforço, acompanhar e apoiar a sua luta diária pela sobrevivência. Não se defende o “apadrinhamento” do Estado, pretende-se apenas que a sua coragem não se dissipe entre candidaturas e requerimentos. É aqui que reside a esperança deste país, longe dos grandes palcos e dos grandes discursos.

**PÁGINA
EXCLUSIVA**
Publicações Periódicas, Lda

Propriedade: Página Exclusiva – Publicações Periódicas, Lda * **Morada:** Rua Augusto Lessa, nº 251 esc. 13 – 4200 – 100 Porto * **Telefones:** 22 502 39 07 / 22 502 39 09 * **Fax:** 22 502 39 08 * **Site:** www.paginaexclusiva.pt *
Email: pagina.exclusiva.geral@gmail.com * **Periodicidade:** Mensal * **Distribuição:** Gratuita com o Jornal “ Público ” * **Preço Unitário:** 4€ / **Assinatura Anual:** 44€ (11 números)

Interdita a reprodução, mesmo parcial, de textos, fotografias ou ilustrações sob quaisquer meios, e para quaisquer fins sem autorização do editor.
A paginação é efectuada de acordo com os interesses editoriais e técnicos da Revista e o editor não se responsabiliza pelas inserções com erros ou omissões que sejam imputáveis aos anunciantes.



A spin-off do momento

Neste difícil mercado, a Edubox anda a crescer exponencialmente a cada ano que passa. Esta empresa sediada em Aveiro tem como objectivo desenvolver soluções de educação que visem a inovação.



Há sensivelmente três anos que a Edubox anda a fazer furor no mundo do software. Esta empresa, que nasceu de um projecto da Universidade de Aveiro de grande relevo a nível nacional e interna-

cional, denominado de “Projecto Matemática Ensino”, tem Amaral Simões de Carvalho como administrador, está sediada na incubadora de empresas da própria universidade e conta com cerca

de 20 funcionários. A Edubox foi uma empresa criada com base num conceito – dar a conhecer ao mercado o potencial da investigação que é feita no meio académico: “Nós achámos que era altura de darmos outros passos de crescimento com o aparecimento de uma empresa para facilitar problemas que, dentro da universidade, já não conseguíamos superar, desde problemas de contratação de pessoal, carros, a aspectos comerciais”, afirma Amaral Carvalho. O objectivo desta spin-off é muito simples: comercializar e desenvolver novos produtos agregados à Universidade de Aveiro, para enaltecer ainda mais o nome e a reputação desta instituição.

Três Vertentes de trabalho

Como empresa especializada em



software, a Edubox comercializa software de gestão que possibilita aos utilizadores uma maior produtividade e rentabilização do seu tempo, sendo a solução estrela neste ramo de trabalho uma plataforma de gestão de educação, criada principalmente para as autarquias. Esta plataforma pretende simplificar as competências que o Governo criou na gestão das escolas primárias com tópicos que vão desde os transportes às actividades curriculares. Mas não é só na gestão que a Edubox está inserida: o desenvolvimento de conteúdos didácticos pedagógicos é uma área em que também está envolvida. Estes conteúdos são direccionados para os encarregados de educação, alunos e profes-

sores e estão disponibilizados especialmente para computadores, tablets e telemóveis. A educação é um dos mercados mais importantes para a empresa, por isso estão também inseridos na área da formação, constante e pormenorizada, sobre o uso das tecnologias nas escolas, criando projectos educativos que envolvam quadros interactivos, computadores e muitos outros equipamentos tecnológicos.

O segredo do sucesso

Sendo uma empresa com uma equipa muito jovem e um grande espírito empreendedor e inovador, a Edubox rapidamente se tornou uma referência nos mercados. Em Dezembro de 2012, esta empresa foi reconhecida

com o prémio de melhor Empresa Start-Up na II Gala Anual de Empreendedorismo promovida pela TecParques – Associação Portuguesa de Parques de Ciência e Tecnologia, o que deu uma grande visibilidade e abriu muitas portas para o futuro da empresa. A política de gestão é um pouco diferente das outras que estão no mercado. “Ao invés de termos uma gestão centralizada, optámos por uma gestão mais flexível, focada nos colaboradores, o que facilita a articulação com o cliente e o desenvolvimento e a inovação de novas soluções”. A filosofia de trabalho desta empresa é tratar cada cliente como único, e por isso especializou-se no desenvolvimento de produtos orientados para as necessidades



SPINOFFUJA

Melhor Empresa Startup Nacional 2012

webstore
» www.edubox.pt/web/store.html

Campus Universitário de Santiago
Pavilhão 1, Lugar de Santiago
3810-193 Aveiro

lff: (00351) 234 380 309
fax: (00351) 234 401 529
lfr: (00351) 96 39 46 477
e-mail: geral@edubox.pt





mais específicas dos seus clientes, prestando igualmente serviços de assistência técnica.

Internacionalização e crescimento constante

Com uma visão já a pensar no futuro, a Edubox quando foi fundada já tinha intenções de se internacionalizar logo no início do projecto. A empresa abrange todo o território nacional, com uma clientela de cerca de 120 autarquias, que é o seu principal segmento de mercado. A nível internacional a Edubox está presente nos mercados de Espanha, Cabo Verde, Moçambique e Brasil.

Futuro muito promissor

Com um fantástico crescimento de 250% em 2012, a Edubox quer continuar o grande percurso de sucesso que alcançou até agora. As perspectivas para 2013 são bastante animadoras, tendo a empresa como objectivo para este ano o mantimento do crescimento na ordem dos 150%. Para isto, os projectos são muitos para aliciar quer o mercado nacional, quer o internacional, tendo já 90% da facturação do

Com um fantástico crescimento de 250% em 2012, a Edubox quer continuar o grande percurso de sucesso que alcançou até agora. As perspectivas para 2013 são bastante animadoras, tendo a empresa como objectivo para este ano o mantimento do crescimento na ordem dos 150%.

ano passado garantida. Exemplo destes projectos é a criação de uma nova marca exclusiva para o mercado externo no âmbito da produção de conteúdos pedagógicos. O território nacional também não vai ficar de lado, com um lançamento de dois novos produtos feitos em conjunto com

a universidade, um para a terapia da fala e outro conteúdo educativo na área de matemática. Empresa de sucesso e com uma presença muito forte no mercado, a Edubox quer continuar assim o fantástico percurso empresarial que teve nos seus anos de existência.





CONSTRUIR COMUNICAÇÃO
A PENSAR NOS SEUS HORIZONTES

IMAGINAMOS REVISTAS
COMUNICAMOS POR SI

UISEU



Selectores de qualidade



Pioneira nacional na inseminação artificial de coelhas, a Cortagri - Cortegaça Agrícola, Lda. (Mortágua), mantém-se na liderança nacional do sector da cunicultura industrial. Com um crescimento constante, a empresa assegura a qualidade dos seus produtos graças a uma parceria com a empresa Hypharm, S.A.S., sediada em Roussay - França, produtora da raça híbrida Hyplus, que lidera o mercado europeu na selecção genética de coelhos reprodutores.

Decorria o ano de 1997 quando 22 sócios decidem reunir esforços para a criação de um projecto inovador no país: a inseminação artificial de coelhas. Nasce a Cortagri - Cortegaça Agrícola, Lda., em Mortágua (Viseu). Actualmente, a empresa é constituída por 24 sócios, sendo 4 deles gerentes, José António Parreiras de Oliveira, José Alexandre Lopes Nogueira, Urbano Rosa e David João de Oliveira Gomes. “Trabalhávamos numa empresa do ramo, na área da multiplicação de coelhos. Entretanto, decidimos avançar com este projecto de inseminação artificial, que era totalmente inovador em Portugal. Conseguimos a representação dos coelhos reprodutores

Hyplus, e passámos a importar os coelhos, GP (Grand Parents), seleccionados pela Hypharm e a usar a mesma metodologia de produção e controle sanitário. Os bons resultados que temos obtido são em grande parte resultantes desta parceria, dada a qualidade genética da marca Hyplus”. Actualmente, para além da inseminação artificial de coelhas, a empresa engloba também a produção de coelhas reprodutoras que são comercializadas com idades compreendidas entre 1 dia e 13 semanas e produz ainda coelhos para abate. “Todos os partos são programados, pelo que conseguimos ter um controle rigoroso da nossa produção”, referem.

Em média a produção das coelhas reprodutoras é de 10,5 partos por fêmea e uma produção de 8,2 vezes por ano. “Os resultados que temos conseguido são, em média, acima de qualquer outra produção normal sem selecção genética.”, revelam José Parreiras e David Oliveira, sócios-gerentes.

Investir em qualidade e crescimento

“Desde 2005 até ao actual momento já investimos mais de 700 mil euros na aquisição e remodelação de instalações e em equipamentos, tendo a resolução dos problemas de natureza ambiental resultantes deste sector de actividade, absorvido uma fatia relevante do

investimento realizado”, frisam.

Em 2012, a empresa comprou dois pavilhões, com capacidade para 1200 coelhas, construídos numa área superior 40.000 m². “É um investimento que nos vai dar maior capacidade de produção e potenciar o crescimento empresarial, sem nunca perder a qualidade.”, revelam os gerentes, acrescentando que “para podermos realizar estes investimentos teve importância determinante o facto de a quase totalidade dos lucros gerados na empresa ter sido aplicada para esse efeito, para além do recurso a capitais alheios (Banca)”. Por outro lado, a formação desempenha também um papel crucial na obtenção dos resultados conseguidos.

“A nossa inserção no mercado tem sido sempre pela via da qualidade, quer na qualidade dos produtos, quer na qualidade da aplicação dos mesmos. As pessoas que tra-

balham connosco são de facto formadas para a qualidade e é-lhes inculcido esse espírito, para que interiorizem que só numa base de qualidade se alcançam os bons resultados”, afirmam. O mercado espanhol é um bom exemplo dessa aposta. “Estamos neste mercado quase desde a formação da empresa e nunca sentimos necessidade de ir à procura de novos clientes. Conseguimos o primeiro cliente, e a partir daí foi uma sucessão de novos clientes a virem ao nosso encontro. Actualmente, o maior produtor de coelhas de Espanha é cliente da nossa empresa, facto que espelha bem a nossa forma de estar no mercado”, destacam José Parreiras e David Oliveira.

Consolidar posição

Por trabalharem com um produto (sémen) de durabilidade reduzida, os projectos estão limitados à Península Ibérica.

Quanto ao envio de sémen fresco para outros mercados, está, por enquanto, fora de hipótese uma vez que este produto tem uma durabilidade de 48 horas e “seria um risco elevado para a obtenção dos resultados pretendidos. Já, no passado, tivemos a experiência de receber de França, mas os resultados não corresponderam à nossa expectativa. Qualquer aposta em mercados exteriores terá de ser enquadrada num contexto de trabalho diferente do actual, que passa necessariamente pela formação, nesses mercados, pelos nossos técnicos. Já vendemos coelhos para Cabo Verde e estamos abertos e receptivos a propostas que surjam de outros mercados/países. É nosso objectivo crescer, manter a liderança em Portugal, bem como consolidar a nossa posição no mercado espanhol. Estas são as prioridades actuais”, finalizam os sócios.



INSEMINAÇÃO ARTIFICIAL DE COELHAS



www.cortagri.com

Rua Principal, 23 • Cortegaça • 3450-034 Mortágua
Tel.: +351 231 921 460 • Fax: +351 231 922 068 • geral@cortagri.com

Expandir para Norte

Recolha, transporte, armazenagem, triagem e enfardamento de resíduos industriais e urbanos são algumas das competências da Tratris, empresa com 14 anos de actividade. Com sede em Tondela, a empresa abriu recentemente uma unidade em Aveiro, num projecto que visa a expansão da sua actividade.



rem dentro das normas do próprio aterro, a Tratris recebe, manda fazer análises em caso de dúvida e o aterro dá a confirmação, ou não, de entrada. Também se podem colocar compactadores nas empresas com maior produção de resíduos e, posteriormente, fazer a recolha”, explica António Tenreiro.

Os processos de certificação da empresa ao nível da qualidade e ambiente, segundo as normas NP EN ISO 9001 (qualidade) e NP EN ISO 14001, remontam a Julho de 2004 e Novembro de 2012, respectivamente. Estes denotam não só uma consciência social, mas também uma filosofia de investimento intrínseca à actividade da empresa: “Sempre investimos muito nesta empresa. Há quatro anos, por exemplo, investimos na compra de equipamentos para responder às necessidades de mercado ao nível de plástico triturado. Chegámos também a criar uma empresa no Norte do país para a reciclagem de óleos alimentares usados (OAU).

A Região Dão Lafões sempre esteve preocupada com o ambiente. Não é por acaso que os municípios envolvidos, já nos anos 80 investiram na recolha dos resíduos sólidos urbanos. Também esta região, já nos anos 90, viu criada uma Associação de Municípios a que foi posto o nome da Região do Planalto Beirão e com sede em Tondela, para tratar das questões ambientais. Talvez tenha sido este passado, pois fui um dos criadores da associação e seu presidente, que me levou a enveredar pelo negócio dos resíduos, dando mais tarde origem à Tratris.

industriais, gestão global de resíduos nas empresas, venda ou aluguer de equipamentos e opera na área da reciclagem com a recolha selectiva de papel, cartão e plásticos. Tem uma frota própria com camiões de grupagem que recolhem directamente nas empresas, resíduos industriais que são equiparados aos resíduos urbanos. Se estive-



Capacidade de produção

Com 18 funcionários e uma facturação anual que excede o milhão de euros, a Tratris é uma empresa certificada ao nível da qualidade e ambiente com todas as provas dadas no sector: “A empresa trabalha actualmente na recolha de resíduos

Um projecto bem estruturado e que estava a crescer, com vendas para o mercado espanhol. Instalámos um sistema de lavagem e qualidade dos OAU para aumentar o seu valor no mercado. Foi um investimento de 150.000€ que teve de ser transferido para a unidade de Tondela, pois tivemos dificuldade em controlar a evolução do negócio à distância”, refere o empresário.

Ainda assim, as contrariedades encontradas não esmoreceram a vontade de ver a Tratris crescer. A empresa apostou, recentemente, na criação de uma nova unidade em Aveiro: “Há muitas empresas que fecharam, outras tantas que estão prestes a fechar, e tudo isto significa que há menor produção de resíduos. A solução para este grave problema do sector, e para os empresários que nele operam, é a expansão. Esse é o motivo que nos leva a apostar nesta unidade. Criámos uma unidade que acaba

“Criámos uma unidade que acaba por ser um interposto, prioritariamente dedicado à área do plástico. Temos alguns projectos de crescimento para Aveiro, mas que ainda não avançaram”

por ser um interposto, prioritariamente dedicado à área do plástico. Temos alguns projectos de crescimento para Aveiro, mas que ainda não avançaram”.

Críticas

No mercado externo, a Tratris estabeleceu relações comerciais com o mercado espanhol, exportações que ajudam a esquecer alguns dos



problemas do sector no mercado interno: “Há muitas empresas no sector que trabalham sem condições e sem certificação, mas o Estado está mais preocupado em fiscalizar quem opera correctamente. É uma das razões que levam o sector da sucata a ter má fama. A fiscalização deve existir, sem dúvida, mas deveria estar muito melhor organizada”, conclui.



Ginja com 20 anos de infusão

Com 80 anos de actividade, a empresa produtora da Ginja Victor continua a criar a famosa ginja natural. Produzindo sob o método tradicional, a empresa especializou-se num produto genuinamente português, destinado ao consumidor que procura a qualidade da tradição e os aromas tipicamente nacionais.



Homenageado pela Câmara Municipal de Carregal do Sal, graças à atribuição do seu nome a uma das ruas da vila, António Victor Soares Júnior é o fundador da empresa. Inaugurada em 1933, a empresa depressa se tornou conhecida no país. Quer pela postura aprazível do seu mentor, quer pelo rigoroso processo de fabrico, a Ginja Victor acabaria por conquistar a generalidade dos portugueses. Mais tarde seria o filho, Vítor Soares, a dar a devida continuidade à empresa. Uma responsabilidade que em 2012, após um infortúnio inesperado, ficou entregue às mãos da família: “É um legado muito importante que não vamos deixar desaparecer. Vamos lutar pela continuidade desta empresa, tal como as gerações anteriores o fizeram. É o que eles desejariam e o que nós, com toda a sinceridade, de-

sejamos. A Ginja Victor está viva e vai continuar a produzir a ginja tradicional que lhe deu fama. A partir do fruto natural, sem corantes, aromatizantes ou qualquer outro tipo de aditivo”, garantem Maria Carmo Soares e Sandra Soares, actual gerente da empresa e neta do fundador, respectivamente.

Manter a tradição

É importante relembrar que, mais do que um produto regional, a ginja é um produto português, produzido unicamente no mercado interno. “Fala-se muito em ‘comprar o que é nosso’, mas muitas vezes não conhecemos aquilo que é nosso... A ginja é um desses exemplos. Nos últimos anos, assistimos a uma diminuição consecutiva da procura deste produto específico. Felizmente, a ginja começa novamente a ser um licor procurado pelos portugueses. E é neste ponto que queremos actuar. Reconhecemos que o mercado nacional ainda tem uma grande margem de crescimento para a Ginja Victor e estamos a apostar na reconquista de clientes”, afirma Maria Carmo So-

ares. “É um processo complicado, principalmente pela ausência de controlo e informação ao consumidor. Acredito que este problema, que leva a uma concorrência desleal, só poderia ser ultrapassado com uma certificação de produto”. Enquanto a certificação não chega, a reconquista de clientes baseia-se na impreterível qualidade de produto: “A Ginja Victor mantém a sua raiz tradicional. Compramos e seleccionamos o fruto natural que é colocado em infusão em cascos de carvalho, por um período mínimo de 20 anos. Só depois são adicionados a água e o caramelo, passando-se posteriormente a uma fase de filtragem para futuro engarrafamento”, explica Sandra Soares. “Actualmente, já aumentamos a nossa produção e temos a capacidade de produzir meio milhão de garrafas por ano”.

Exportar

A capacidade de produção não esconde uma vontade de entrar no mercado externo. No entanto, Maria Carmo Soares é ponderada quanto aos desejos da empresa:





“Já temos algumas exportações, nomeadamente para o denominado ‘mercado da saúde’, mas o nosso maior interesse, neste momento, é o mercado interno. Claro que estamos abertos a eventuais propostas que possam trazer valor para a empresa, mas ainda há muito para crescer em Portugal. Por outro lado, os encargos fiscais inerentes ao funcionamento da empresa limitam esse pensamen-

to de expansão. A dupla tributação a que estão sujeitas as bebidas alcoólicas, em que o IVA incide sobre a soma do valor do produto e do imposto sobre bebidas alcoólicas, gera encargos brutais. O imposto é pago de três em três meses, o que, com os prazos de pagamento a dilatar, significa que estamos a pagar impostos sobre facturas que ainda não recebemos. Falta esse tipo de apoio à indústria nacional

para que os produtos portugueses possam vingar lá fora”.

Museu à vista

E para que os portugueses não esqueçam todo o trabalho realizado ao longo destes 80 anos, a administração está já a considerar a abertura de um museu nas históricas instalações da empresa. “Temos aqui diversas colecções (porta-chaves, garrafas, meda-lhas, cinzeiros) que foram sendo oferecidas à família ao longo dos diversos anos de actividade da empresa. Seria egoísta não as partilhar com quem nos visita. Nesse sentido, queremos abrir um museu ao público para que conheçam toda a história desta casa. Desde as pessoas, às tertúlias que aqui decorriam, ao método de fabrico, à história, enfim... Vamos trabalhar em conjunto com a Câmara e outro museu para abrir a alma da Ginja Victor ao público”, avançam.



Investir e dinamizar

A Martins & Pedro Machado dedica-se à transformação de madeira e reaproveitamento de resíduos florestais. Com produtos como a fita, a estilha ou a casca, a empresa tem fidelizado clientes de grande dimensão. Um sector onde a concorrência aumenta de dia para dia e só com investimento constante se alcança a diferenciação.



A tradição familiar empurrou Pedro Machado para o sector da madeira. Em 1997, na companhia da esposa, Ana Amaral, decide avançar com a criação da sua primeira empresa, a Pedro Amaral Machado, Lda. Dedicada ao transporte rodoviário de mercadorias, a nível nacional ou internacional, e ao comércio de madeira, a empresa seria a alavanca para a criação da Martins & Pedro Machado no ano 2000. Actualmente, é a segunda empresa a assumir-se como motor do Grupo graças à produção con-

tínua de fita, estilha e casca para empresas como a Sonae Indústria ou a Campo Aves.

A especificidade deste tipo de produção tem garantido, ao longo dos anos, a sustentabilidade empresarial. Desde a fita, aplicada ao aquecimento e conforto animal (equídeocultura, cunicultura, suinicultura, avicultura), passando pela estilha, matéria-prima aplicada à produção de placas de aglomerados, MDF, OSB, pellets, entre outros, ou pela casca, utilizada no aquecimento industrial, a Martins

& Pedro Machado tem diversificado a sua oferta: “Temos investido regularmente na empresa, o que nos dá alguma força para lutar num sector que está a receber muitos concorrentes provenientes de outras áreas. Empresários de sectores como o da construção civil, que está em quebra acentuada, estão à procura de soluções e a optar pelo sector da madeira como escape de negócio. Está a aumentar a competitividade do sector”, afirma Pedro Machado.

No entanto, a competitividade traz consigo novos riscos... “Há seis anos, apenas a nossa empresa comercializava lenha na região de Oliveira de Frades, hoje são muitos os que o fazem. O problema é que esta nova concorrência nem sempre actua de forma honesta. É algo que se sente maioritariamente na lenha, mas que também já se verifica noutros segmentos deste negócio”, alerta Ana Amaral.

Para Pedro Machado, uma das preocupações associada a esta nova vaga de empresários prende-se com a devida utilização e preservação da floresta: “Fazer apenas o abate da floresta não faz qualquer sentido. A floresta só faz sentido quando é bem gerida,

seja no abate, no aproveitamento de resíduos ou na reflorestação. A Martins & Pedro Machado faz plantação, ainda que seja residual, mas trabalha com subempreiteiros que, em parceria, efectuam esse trabalho. Para o bem de todos, deveria existir uma preocupação global de todos os intervenientes do sector neste tipo de questões”, destaca o empresário.

Investimentos importantes

Em 2010, a Martins & Pedro Machado investiu numa nova unidade industrial tendo em vista alguns projectos de futuro: “Desde a inauguração da fábrica já investimos mais de 1,4 milhões de euros nesta unidade. São cerca de 700m2 de área coberta instalados num terreno com meio hectare de área, e que estão a cumprir com o objectivo inicial. A fábrica está a produzir e a facturar bem. Leva-nos a pensar que será possível, a curto-



prazo, entrar no segmento dos pellets. Ainda assim, a prioridade dos investimentos recai sobre a compra de um secador de madeira. É um investimento na ordem dos 200 mil euros num equipamento muito importante para o nosso negócio. Já o vimos em funcionamento na América e sabemos qual

o seu potencial, por isso estamos a equacionar a compra. São investimentos que têm de ser pensados e realizados com calma, mas que dinamizam a nossa actividade”, afirmam os sócios.

Quanto à empresa mãe do Grupo, a Pedro Amaral Machado, continuará a trabalhar maioritariamente com a Martins & Pedro Machado: “Com o aumento dos combustíveis e com a implementação das portagens, toda a actividade de transporte ficou para trás. São custos muito elevados que não compensam a nível de negócio. O nosso foco é, por isso, a Martins & Pedro Machado. Crescemos cerca de 10% em 2012 e queremos manter ou aumentar o volume de negócios em 2013. Ainda estamos longe dos valores alcançados em 2003, o ano mais forte desta empresa, mas vamos continuar a trabalhar para regressar a esse patamar”, finalizam.



MARTINS & PEDRO MACHADO, LDA.



Comercialização de todo o tipo de madeiras
Venda de Fita, Estilha e Casca

Venda de todo o tipo de lenha para lareiras,
padarias e bailarinas, etc.



SEDE: Apartado 48 - Conlela • 3680-262 S. João da Serra - Oliveira de Frades

ESCRITÓRIO: Lugar de Vales • 3680-077 Oliveira de Frades (junto ao Pingo Doce)

Tel/Fax: 232 762 062 • **Tlm.:** 964 003 811 / 962 737 408 • **E-mail:** martins_pedromachado@hotmail.com

Líder no distrito de Viseu

A marca New Holland, líder nacional em equipamentos agrícolas, desde o ano 2000 encontrou em Viseu o representante exclusivo ideal. O concessionário J. Máquinas é, nos últimos cinco anos, líder de vendas de tratores para o distrito de Viseu. Com uma oferta que inclui empilhadores, reboques, alfaias agrícolas e pulverizadores, a empresa oferece soluções que abrangem o pequeno, médio e grande produtor, tendo a marca New Holland modelos específicos para qualquer exploração agrícola



Com nova gerência desde 2009, a J. Máquinas ganhou uma nova força motriz. A experiência e os técnicos especializados foram mantidos, mas mudou a atitude perante o mercado: “Nos últimos cinco anos, a J. Máquinas é a empresa do distrito de Viseu que maior número de tratores coloca no terreno. Isto não acontece por acaso. Chegámos à liderança porque somos uma empresa que está totalmente vocacionada para venda de tratores. Temos um conhecimento de mercado muito profundo no distrito de Viseu e contamos com uma equipa de técnicos muito valiosa que nos acompanha no pós-venda e alavanca os negócios do dia-a-dia. Os nossos clientes sabem que o acompanhamento que prestamos é muito disciplinado e que não se resume apenas ao momento da venda. Depois, para além deste nosso serviço especializado,

representamos a New Holland. É a marca de tratores mais vendida em Portugal e é a nossa grande mais-valia enquanto concessionário. Em 2012, a J. Máquinas vendeu 107 tratores, sendo a empresa ao nível dos representantes oficiais de todas as marcas que operam em Portugal, a que mais

unidades vendeu, frisa Pinto Guedes, gerente da empresa.” Pena é que nem todos os concessionários sejam todos exigentes quanto a J. Máquinas em questões de instalações, apoio pós-venda e outros, colocando todo o sector em pé de igualdade “.

Abrangência alargada

A New Holland continua a ser a grande referência da J. Máquinas, no entanto há mais para visitar no concessionário em Viseu: “Além de vender a marca de tratores New Holland, comercializamos empilhadores Manitou. Temos também as alfaias agrícolas que acompanham os tratores que comercializamos, neste caso, através de três marcas conceituadas no nosso país: Herculano, Galucho e Joper. Depois temos uma representação de sistemas de pulverização que nos acompanha há muitos anos: os pulverizadores Rocha. Neste



momento, estamos a trabalhar o distrito de Viseu e mais três concelhos de Coimbra: Tábua, Oliveira do Hospital e Arganil”, refere Pinto Guedes.

O raio de acção alargado leva o empresário a equacionar a abertura, a médio prazo, de uma delegação J. Máquinas: “Abrangemos uma área bastante alargada em que, por vezes, sentimos alguma dificuldade em prestar a assistência que é característica desta empresa. Para além disso, essas distâncias representam custos elevados para nós, o que me leva a prever a abertura de uma delegação da J. Máquinas na zona Norte do distrito, ainda que com uma estrutura reduzida. O objectivo é estar mais próximo dos nossos clientes”, explica.

Apoiar a agricultura

Apesar da queda de vendas de empilhadores, resultante da quebra



no sector da construção civil, Pinto Guedes acredita que o futuro será risonho para a J. Máquinas: “Sentimos uma quebra, é certo, mas não vamos baixar os braços. Até porque, as notícias indicam o aparecimento de novos nichos de mercado, de novas actividades e de empresas relacionadas com os sectores do vinho e da fruta. Há muitos jovens a entrar em novos projectos, mui-

tos deles apoiados pelo PRODER, e isso é um sinal positivo para nós e para Portugal. Penso que, no futuro, os nossos governantes vão ter esse facto em conta e vão apoiar o sector da agricultura de uma forma mais interessada. Se derem esperança a estes novos agricultores, todos os sectores que com eles trabalham vão crescer no seu volume de negócios”.



Estrada de Nelas, Km 1,2 • 3500-632 Viseu • Tel.: 232 484 300
E-mail: geral@jmaquinas.pt • www.jmaquinas.pt



Aquecimento em toda a gama

Especializada desde 1999 no sector do aquecimento, a Falusi oferece aos seus clientes uma solução global ao nível do aquecimento. Dos painéis solares ao piso radiante, passando pelos equipamentos a gás, óleo, lenha e biomassa, ou às caldeiras de chama invertida, a Falusi abrange toda a gama para o aquecimento residencial e industrial.

A Falusi nasce alicerçada numa forte parceria com a multinacional espanhola Facody. O fabricante de equipamentos para aquecimento começa por procurar uma representação exclusiva do seu produto no mercado nacional, até que encontra em Carlos Figueiredo, fundador e administrador da Falusi, a pessoa indicada para assumir o desafio: “A Falusi começou assim, há 14 anos, numas instalações arrendadas de 400m² em Abraveses. Fomos crescendo gradualmente e, por necessidade, fomos aumentando as nossas instalações. Actualmente, a Falusi está implantada numas instalações próprias, em Viseu, com cerca de 4500m². É claro que, ao longo dos

anos, tanto a Falusi como a Facody passaram por um processo de reajustamento para acompanhar a evolução rápida deste sector”, afirma Carlos Figueiredo.

Readaptar-se

Se por um lado, a Facody viu-se obrigada a enveredar pelo fabrico de novos equipamentos, a Falusi sentiu a necessidade de abranger novas gamas de produtos: “A ligação Facody e Falusi não se perdeu e mantém-se sólida, mas o mercado obrigou a uma adaptação de ambas as partes. É importante realçar que há sete anos o gás custava 0,40€ e hoje custa cerca de 1,40€... Ou seja, na prática, isto significa que o equipamen-

to da Facody que mais vendia há sete anos, que representava uma venda média de cerca de 5000 equipamentos anuais, baixou para 10% desse valor! A Facody viu-se forçada a enveredar pelo fabrico de equipamentos que recorrem a outro tipo de combustíveis e a Falusi começou a abranger equipamentos inseridos em segmentos que até então não se dedicava. É o caso do piso radiante, pellets, combustão dupla, painéis solares, caldeiras de chama invertida, bombas de calor, chaminés, entre outros. Actualmente, trabalhamos não só com a Facody, mas também com outros fabricantes espanhóis, italianos ou turcos”, explica Carlos Figueiredo.

No processo de reajustamento insere-se o crescimento da equipa técnica da Falusi, composta actualmente por seis elementos que actuam maioritariamente na zona Centro do país, e as parcerias com instaladores dispostos um pouco por todo o país.

Formação e apoio

A formação dos técnicos da Falusi recebe especial atenção da administração: “Esta é uma área que evoluiu muito nos últimos anos, pelo que temos apostado muito na formação. A Falusi tem uma sala de formação nas suas instalações e presta um serviço de consultadoria especializado ao seu cliente. Trabalhamos em parceria com os instaladores e é nesse segmento que maiores lacunas de formação temos sentido”, afirma Carlos Figueiredo. “A maior parte da formação acaba por ser em obra, uma vez que é no

local que as dificuldades ganham maior dimensão. Os instaladores não conseguiram acompanhar esta evolução repentina de mercado e somos nós a colmatar parte dessas falhas. Somos um parceiro que se preocupa com o instalador e que presta todo o apoio necessário”, garante o empresário.

As parcerias ganham especial relevo em obras de grande dimensão como “o Hotel da Urgeiriça, no qual colocámos uma central de solar térmico e uma bateria com 50 painéis e duas máquinas de pellets com 150kw cada uma. Ou uma obra em Verin, realizada com um instalador de Lamego, onde colocámos 5000m2 de piso radiante”, realça Carlos Figueiredo.

Pensar o futuro

Com uma assistência realizada num prazo máximo de 36 horas, a Falusi está a despertar a atenção

no mercado externo. “As nossas vendas no mercado externo ainda são pontuais. No entanto, temos um cliente muito forte que está em Angola e que nos tem aliciado a visitar o país, conhecer o mercado e pensar em ir para lá. O mesmo acontece no Brasil, pelo que o futuro poderá passar por um desses países. Pode demorar um mês ou dois anos. Tudo depende da minha decisão em relação ao momento adequado”, avança o empresário que, para já e em parceria com a Facody, tem apostado na divulgação da Falusi em feiras internacionais como Madrid, Valladolid e Zaragoza.

A curto prazo poderemos assistir à renovação das instalações da empresa: “Quero dar uma nova imagem às nossas instalações, adequando-as, merecidamente, à dimensão que a empresa actualmente tem”, finaliza Carlos Figueiredo.

FALUSI
Comércio e Sistemas de Aquecimento

PURA ENERGIA
www.falusi.pt

facody
CALDEIRAS DE BIOMASSA

EMMETI
BOMBAS DE CALOR

EMMETI
SOLAR TÉRMICA

FAGOR
ESQUENTADORES SOLARES

SOLZAIMA
RECUPERADORES DE CALOR

LG
AR CONDICIONADO

SACH
ASPIRAÇÃO CENTRAL

TC
PISOS RADIANTES

IMPACTO

tel: +351 232 458 170 fax: +351 232 458 172 email: geral@falusi.pt

Construção civil e reabilitação

A Ferroviseu impôs no mercado um registo de seriedade em todos os momentos do negócio. Com um leque de produtos abrangente nas áreas da construção civil e remodelação, a Ferroviseu tornou-se a referência não só para serralheiros do distrito de Viseu, mas também para particulares empenhados na reabilitação das suas habitações.



Baseando a sua postura de mercado em princípios como a honestidade e a competência, a Ferroviseu conquistou a confiança de fornecedores por todo o país e clientes um pouco por todo o distrito de Viseu. No ano em que completa 25 anos de actividade, a Ferroviseu mostra-se feliz com a sua quota de mercado: “Nos dois últimos anos, os grandes concorrentes da Ferroviseu fecharam portas. É o resultado da quebra na construção civil, mas sobretudo de más decisões ao nível da gestão dessas empresas”, analisa Luís Burgos, administrador da Ferroviseu. “Nós, pelo contrário, nunca nos sentimos aliciados pelos grandes

volumes de facturação. Sempre preferimos pagar tudo aquilo que compramos a pronto pagamento e tentar receber o melhor possível. Isso significa que vamos crescendo lentamente, mas de uma forma sustentada. A Ferroviseu tem-se adaptado à evolução de mercado, redireccionando a sua estratégia sempre que necessário”, explica. Luís Burgos refere-se não só ao aumento do leque de produtos, mas também à crescente procura por parte de particulares: “Inicialmente, a Ferroviseu era conhecida em Viseu como um armazém de ferro direccionado para a construção. Há muito que esse deixou de ser o nosso objecto principal de

negócio, representando hoje apenas 10% da facturação anual da empresa. Actualmente, a Ferroviseu é muito forte não só no ferro e inox, mas também na quinagem de chapa, carrinhos de mão, escadas de alumínio, redes para vedações, arame zincado, painel sandwich, chapas para cobertura/fachadas e uma gama muito variada de acessórios. Acrescentamos continuamente novas referências de produtos para ir ao encontro das necessidades dos clientes. A vantagem é que, como somos reconhecidamente uma empresa que paga a tempo e horas, são os fornecedores a procurar-nos para divulgar os seus produtos”, destaca o empresário. “Simultaneamente, começámos a abranger novos clientes. A construção civil está em queda e começámos a ser procurados por particulares que encontram aqui produtos para a área da reabilitação. Nesta área, a Ferroviseu para além de comercializar produtos adequados, encaminha o particular aos profissionais que possam executar a obra. E o particular tem sido uma das nossas apostas principais. Se ainda estivéssemos dedicados exclusivamente aos profissionais, já não estaríamos no mercado”, garante Luís Burgos.

Firmes em Viseu

O distrito de Viseu tem sido, desde sempre, o motor da Ferroviseu. Com 70% dos clientes a distribuírem-se pelos concelhos de Viseu, Tondela e Santa Comba Dão, este parece ser o porto seguro da em-



presa. “Nunca sentimos grande necessidade de crescer para o mercado externo. Primeiro, porque sei que o risco aumenta em grande escala, e depois porque sinto que a empresa tem a dimensão correcta para ser gerida da melhor forma. Normalmente, estou na empresa todos os dias das 7h30 às 20h e faço um pouco de tudo. Ocupo-me de compras, encomendas, pagamentos, tabelas de preços e, se for preciso, conduzo o nosso

camião ou descarrego mercadoria. Continuamos, com muito orgulho, a ser uma empresa familiar. É isso que nos dá a oportunidade de ter uma relação mais próxima com o cliente e fornecedores”, revela Luís Burgos.

No entanto, a Ferroviseu teve em mente o projecto de criar um filial: “Em tempos pensámos em abrir uma filial em Tondela. É um projecto por concretizar por falta de tempo e de uma pessoa de confiança a

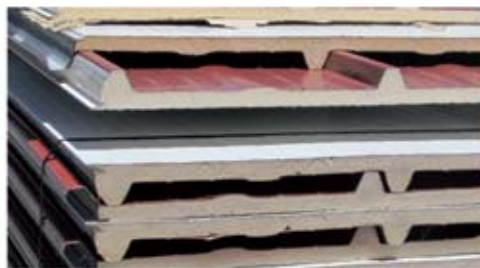
quem possamos delegar essa responsabilidade. Ainda temos algum espaço para crescer, visto que as nossas instalações têm 600m² de área coberta e 1000m² de área descoberta, mas queremos fazê-lo sem comprometer a estabilidade da empresa. A humildade e seriedade são os valores que o meu pai me incutiu nesta empresa e são estes os valores que me regem. Por isso, a Ferroviseu paga as suas facturas, impreterivelmente, ao oitavo dia (considerando um pronto pagamento). É preciso respeitar para ser respeitado”, lembra o empresário.

Quanto ao futuro da Ferroviseu, Luís Burgos é claro: “Esta empresa goza de uma estabilidade financeira invejável. O nosso objectivo é manter esta estrutura, sem ter ambições desmedidas, trabalhando com afinco, assegurando continuamente as relações de confiança com clientes e fornecedores”.

Todo o material para a **CONSTRUÇÃO CIVIL** e **SERRALHARIA** (também em inox)

- > Chapas para vedações e coberturas
- > Carros de aterro e lavoura
- > Escadas e escadotes de alumínio
- > Painel e rede para vedações
- > Painel sandwich
- > Caleiras e rufes em chapa zincada, lacada, inox, zinco puro, etc

FERROVISEU FAMÍLIA BURGOS
Armazém de Ferro de Viseu, Lda



Rua do Abrunhal | Vila Chã de Sá - 3510-298 Viseu

tel: 232 954 754 | fax: 232 954 741 | tlm: 917 585 977 - 965 458 922 | e-mail: ferroviseu@sapo.pt

Rede comercial alargada

A Rubber Vulk é o parceiro indicado para todos os centros de venda e montagem de pneus. A oferta conseguida ao nível dos acessórios e consumíveis, para este segmento específico, coloca a Rubber Vulk num patamar difícil de atingir no mercado interno e expressa um potencial intrínseco para o desenvolvimento de negócios no mercado externo.



Fundada em 2001, a Rubber Vulk dedica os seus primeiros cinco anos à colocação de material importado no mercado nacional. A intenção de criar uma marca própria para o mercado ibérico seria concretizada em 2006: “A Rubber Vulk nasce de uma parceria com uma empresa espanhola. Tínhamos como objectivo a criação de uma marca própria que pudesse proteger o mercado ibérico, algo que se concretizaria em 2006, ainda que tenha sido um passo maior que a perna”, relembra Bruno de Carvalho, administrador da empresa portuguesa. “A exportação surge quase de imediato e por necessidade. O mercado não tinha capacidade para tanto produto e fomos à procura de novos clientes”.

A presença em feiras internacionais trouxe novos clientes e assegurou o crescimento sustentado da empresa: “Hoje, o valor da exportação está em franco crescimento. 65% da nossa facturação refere-se a exportações e toda essa componente da exportação é coordenada através de Portugal”, explica Bruno de Carvalho. “Exportamos para toda a Europa e temos volumes de facturação interessantes nos países do Ma-

greb, Costa Rica, Uruguai, entre muitos outros”.

Conquistar o globo

A competitividade da Rubber Vulk reside na estratégia de negócio adoptada: “Hoje, num mundo globalizado, é fácil saber onde estão os fabricantes. Difícil é criar uma rede comercial como a da Rubber Vulk, com um leque de produtos tão abrangente e com rácios de qualidade/preço tão competitivos. Actualmente, temos mais de mil referências de produtos e cerca de 1300 clientes activos em Portugal e no estrangeiro, sendo alguns deles construtores de automóveis”, assegura o empresário. “Portugal é também um ponto estratégico que auxilia este tipo de negócio [trading]. O nosso fuso horário permite-nos estar, praticamente, em contacto com todos os mercados no mesmo dia. Para além disso, a Rubber Vulk preocupou-se em adoptar novas estratégias de negócio que estão a dar frutos, seja através da abertura de uma loja online ou da criação de novas parcerias estratégicas. Vamos continuar a trabalhar para implantar a marca Rubber Vulk no mercado e chegar a novos nichos de mercado”, finaliza.



Impressão fidedigna

A partir da sua sede, em Carregal do Sal, a Beiratipo realiza todo o tipo de trabalhos de tipografia e artes gráficas. Um armazém bem equipado e profissionais de excelência fundem-se em impressões de qualidade que superam as expectativas dos clientes.



especializada da impressão. Desde os rótulos às etiquetas, jornais, caixas, cartas, envelopes, entre outros, assumimos um conjunto de serviços que nos consegue diferenciar dos pequenos concorrentes que surgiram um pouco por toda a parte. São pequenas casas que, com uma pequena impressora, roubaram muitos dos trabalhos que anteriormente eram atribuídos às gráficas. Muitos acabaram por falir, arrastando consigo muitas gráficas, ficando no mercado apenas aqueles que, como a Beiratipo, se especializaram em algum nicho de mercado. Hoje, 99% dos nossos trabalhos são para o pequeno comércio e para a indústria e são esses clientes que nos mantêm no mercado”, afirma Fernando Varela, fundador da empresa.



com projectos desse calibre. Está em stand-by, tal como a ideia de abrir pequenos franchisings que trabalhariam em parceria com a Beiratipo para trabalhos especializados”, lamenta o empresário. “Para já, a nossa preocupação é manter a empresa em funcionamento e ultrapassar esta fase. Depois poderemos avançar com os projectos em mente”. Fernando Varela refere-se, por exemplo, à compra de um novo equipamento para o segmento da impressão em caixas: “É um investimento a fazer para a especialização neste segmento. Se o fizermos, estaremos a distanciar-nos ainda mais desses pequenos gabinetes de impressão. É fundamental para o futuro da Beiratipo”, remata.

A Beiratipo, que festejou o seu vigésimo aniversário no início deste ano, é uma das poucas gráficas com dimensão a subsistir na era digital. Um trabalho árduo que obrigou a empresa a redireccionar a sua área de negócio: “Actualmente, a Beiratipo dedica-se quase em pleno aos trabalhos comerciais e de embalagem. Ultrapassámos a típica impressão de cartões-de-visita, que ainda fazemos, para nos posicionarmos numa vertente mais

Aguardar o momento indicado

A Beiratipo acaba por exportar grande parte da sua produção através de grandes clientes que colocam os seus produtos no mercado externo. Fernando Varela chegou mesmo a equacionar a hipótese de abrir uma empresa além-fronteiras: “Foi algo pensado, mas que neste momento não é possível concretizar. O mercado está muito apertado para avançar



Parque Industrial - Lote 4 • 3430-132 Carregal do Sal
Tel.: 232 968 579 • Fax: 232 962 648 • beiratipo@mail.telepac.pt

O rústico continua na moda

A JF Costa tem nas marcas registadas 'Arte Antiga' e 'Beira Antiga' a apresentação perfeita de todas as suas competências ao nível da produção de mobiliário rústico em madeira. Uma empresa com 31 anos de actividade que se mantém fiel ao fabrico por medida de peças únicas em madeira.



Fundada por José Costa, a JF Costa é o resultado de uma paixão de criança por uma antiga mala de marceneiro: “Acredito que a paixão pela arte de trabalhar a madeira vem do legado do meu avô, Francisco Virgílio da Costa. Ele deixou uma mala de marceneiro ao meu pai, com ferramentas em pau santo, que me fascinou desde criança. Talvez por isso, em 1982, tenha decido criar a JF Costa. Apesar da minha formação ser em serralharia, depois de ter trabalhado com o meu padrinho, antiquário e fabricante de mobiliário, decidi avan-

çar com esta empresa”, relembra o empresário.

A empresa, que começou com três colaboradores num pequeno barracão, é hoje uma empresa sólida e bem equipada, com sede em Viseu e lojas nos municípios de Nelas e Borba (Alentejo).

A tradição mantém-se

Ao longo dos anos, a JF Costa especializou-se na criação de mobiliário rústico por medida: “À medida que a arte sacra deixou de ter tanto impacto, começámos a abranger novas áreas. Ou seja, além do fabrico, conser-

vação e restauro de mobiliário rústico e arte sacra, a JF Costa passou a produzir cozinhas, a fazer réplicas e a executar alguma carpintaria tradicional. É uma das vantagens face aos nossos concorrentes, quer pela qualidade, quer pelo conhecimento desta área, mas também porque possuímos diversas madeiras antigas em armazém. Isto permite-nos restaurar e produzir peças em madeiras que muitas vezes já não existem no mercado, como o vinhático, o pauto cetim, pau santo ou a madeira de nogueira com 100 anos!”, realça José Costa.

A exportação, conseguida anteriormente para o mercado europeu e para os EUA, mantém-se, por agora, em stand-by: “Em tempos, Espanha foi um mercado importante para nós, mas neste momento estamos focados em manter a empresa sólida, diversificando a nossa oferta sempre que possível”, explica Marco Costa, descendente de José Costa. “Esta é uma empresa histórica que quer manter-se fiel à tradição. No futuro tentaremos atingir novos clientes e parceiras, sem fugir às nossas origens na madeira rústica”, finaliza.



www.arteantiga.pt

Fábrica de Móveis Rústicos J.F. Costa Lda

Fábrica: Estrada do Aerodromo Campo • 3515-342 Viseu
Telf: 232459754 • Fax: 232451856 • comercial@arteantiga.pt
Nelas: E.N 234 - Zona Industrial de Nelas • 3520-095 Nelas
Telf: 232 949716 • Telm: 918204504 • comercial@arteantiga.pt



Um parceiro no seu negócio, um aliado no seu prazer!

Coordenadas GPS:
Lat: N 40.73876
Long: W 8.09382

Package Especial Empresa

Packages Especiais

- * Alojamento APA + 1 refeição + 1 coffee break
Preço por pessoa em quarto duplo ——— 49.00€/noite
Suplemento individual ——— 20.00€
 - * Alojamento APA + 2 refeições + 2 coffee break
Preço por pessoa em quarto duplo ——— 68.00€/noite
Suplemento individual ——— 20.00€
- Refeição: Sopa, 1 prato, sobremesa, água, sumo, vinhos regionais, café.
- Coffee-break: Café, chá, sumo, água, bolos sortidos

Serviços extra:

- * Alojamento APA
Preço por pessoa em quarto duplo ——— 35.00€
Suplemento individual ——— 20.00€
- * Refeição ——— 17.00€
- * Salas de reuniões ——— OFERTA
- * Meios de apoio à reunião ——— OFERTA
- * Auditório com meios audiovisuais — a negociar

OFERECEMOS:

- Piscina aquecida
- Ginásio com acompanhamento de professor
(Necessário equipamento adequado).

Telef. 232723461 // Fax: 232723047

geral@hoteldoparque.pt // www.hoteldoparque.pt

Auditório

O auditório do Hotel é uma moderna sala em anfiteatro para 175 pessoas, equipada com sistema de climatização; videoconferência; 5 cabines para tradução simultânea; Internet sem fios; ecrã; sistema de som; projectores vídeo; retroprojectores e quadros de apoio. Dispõe de salas contíguas equipadas para secretariado e bares de apoio para coffee-break.



POSSIVEIS PRATOS PARA AS REFEIÇÕES:

- Bacalhau à Zé Maria - Bacalhau à Lagareiro - Bacalhau à Zé do Pipo - Lombos de cherne à Hotel do Parque - Filetes de pescada com salada e maionese - Rodovalho no forno à S. Pedro - Migas de Bacalhau à Hotel do Parque - Vitela assada à Manhouce - Lombo de porco com ameixas - Carne de porco no forno - Rojões de porco com arroz de feijão - Pato assado com laranja - Arroz de pato - Arroz de costelas em vinha d'alho - Arroz à Valenciana



Uma estadia agradável, simpática e feliz

Mesmo ao lado do balneário das Termas de São Pedro do Sul encontra-se o Hotel do Parque – Health Club & Spa. Uma unidade hoteleira de prestígio adaptada não só ao turismo de lazer, mas também às exigências do mundo empresarial. Piscina aquecida, spa, ginásio, auditório, salas de conferências e com uma equipa de pessoas formadas, cuja missão é garantir uma estadia agradável, simpática e feliz a todos os que o visitam.



Inaugurado em 1989, o Hotel do Parque começou por superar as expectativas de quem procurava um local tranquilo para um interregno no stress do dia-a-dia, mas só em 1997 seriam realizadas todas as alterações que actualmente o tornam numa referência incontornável em São Pedro do Sul. “Este era um hotel de três estrelas, com 56 quartos, que oferecia apenas serviços de dormida e alimentação. Com a ampliação e reestruturação do hotel, inserida num projecto PITER [projecto integrado de turismo], o Hotel do Parque modificou a sua estratégia e passou a inserir-se num outro segmento de mercado. Actualmente, é uma unidade quatro estrelas com 100 quartos e posiciona-se não só na área do lazer, onde temos uma componente de spa muito forte, com

Termas São Pedro do Sul

Localizadas a apenas 200 metros do Hotel do Parque encontram-se as Termas de São Pedro do Sul. Graças a dois balneários equipados com a mais moderna tecnologia da área termal, as Termas de São Pedro do Sul são actualmente as mais frequentadas em toda a Península Ibérica. São muitos os que procuram, durante todo ano, as águas termais de S. Pedro do Sul. Águas mineralizadas, de composição iónica, bicarbonatada sódica sulfúrea, que emergem das profundezas do solo às temperaturas de 68,7°C, sendo indicadas para o tratamento de doenças dos foros reumatismal, oto-traumatológico, afecções do sistema nervoso, ORL e doenças das vias respiratórias.

algumas realizações de congressos e reuniões de empresas a decorrer, temos o cliente termal, que vem para as termas de S. Pedro do Sul fazer os seus tratamentos e que não abdica do serviço de qualidade que o Hotel do Parque oferece, e depois temos o cliente de lazer, que vem aqui ao fim-de-semana ou em ocasiões especiais para aproveitar os inúmeros programas que vamos apresentando ao longo do ano”, informa José Nicolau.

A dinâmica impressa na gestão do Hotel do Parque faz com que o cliente regresse, ano após ano, em busca de novas experiências: “Temos sempre programas em activo para os nossos clientes, nalguns casos realizados em parceria com algumas empresas de animação turística desta região, tal como a Ritualterra. Desde o ‘Programa de Inverno’, ao ‘Momento Romântico’, passando pela ‘Escapadinha Beirã’, ‘Especial Reuniões’, ‘Bem Estar e Lazer’, ‘Especial Para Grupos’, ‘Especial Noivos’, ‘Especial Páscoa’, ‘Pais e Filhos’ ou ‘Dia dos Namorados’, não faltam actividades tais como passeios de jeep, caminhadas, visitas agrícolas e locais para conhecer. Nesta região há muito para explorar, seja a nível cultural, paisagístico ou natureza. A Vila de Vouzela, com todo o seu historial, as serras de Arada, Galheira e

S. Macário, o Vale do Sul, com paisagens únicas em Portugal, e todas as aldeias típicas desta região, como a aldeia de Fужаco e aldeia da Pena”, afirma o director.

O cliente em primeiro lugar

Esta aposta na diversidade é também uma resposta clara à actual conjuntura económica: “Embora estejamos direccionados para um segmento médio-alto, também sentimos algum decréscimo na procura e isso levou-nos a um reajuste das soluções que colocamos à disposição do nosso cliente. O segredo passa por manter um bom padrão de atendimento, ajustando os preços dos serviços à disponibilidade financeira do mercado. A gestão imposta no Hotel do Parque sempre esteve direccionada para a satisfação do cliente porque sabemos que é aí que nos podemos diferenciar da concorrência. Conseguimos aliar uma postura bastante profissional a um acolhimento familiar e personalizado. Ou seja, sem abdicar do profissionalismo em cada momento, conseguimos criar uma empatia e relação de proximidade com o cliente. É neste ponto que somos fortes e é aqui que continuaremos a fazer a nossa maior aposta. Temos como missão proporcionar uma estadia agradável, simpática e feliz a todos os que nos visitam”, conclui.

massagens, saunas, banhos turcos e piscina aquecida, mas também, e na área do turismo de negócios. O Hotel do Parque possui salas e um auditório, único nesta região, que se adequam na perfeição à realização de congressos, apresentações, reuniões, workshops, simpósios, seminários ou colóquios. Para além disso, dispõe ainda de uma sala de banquetes com capacidade para 350 pessoas, o que também é uma mais-valia para os grupos empresariais”, avança José Nicolau, director da unidade hoteleira.

Dinâmica hoteleira

Com uma taxa de ocupação média anual a superar os 40%, o Hotel do Parque subdivide-se entre os diversos segmentos de clientes. “Temos os clientes de congresso, onde temos sempre

‘O Cortiço’ em França!

O restaurante ‘O Cortiço’ volta a estar presente em mais uma edição da feira gastronómica realizada pela Rádio Alfa na região de Paris. Entre os dias 15 e 24 de Março os visitantes poderão saborear os tradicionais pratos da gastronomia beirã, confeccionados por uma das mais afamadas casas de Portugal, o restaurante ‘O Cortiço’.



Realiza-se em Março, em Creteil, a Semaine de Gastronomie organizada pela Rádio Alfa. Entre os dois restaurantes portugueses seleccionados, surge o repetente ‘O Cortiço’.

Casa mítica em Viseu, ‘O Cortiço’ é o resultado da visão de um homem: Dom Zeferino. Visionário e ousado, dirão os gestores. Dedicado e cativante, dirão os clientes e amigos. “O que começou por ser uma pequena tasca onde se vendiam azeitonas, salada de bacalhau e onde havia uma mesa de matreco, evoluiu

para um restaurante de referência no país. Tudo à custa da visão de Dom Zeferino. Foi ele que, em contraciclo, começou a apostar na gastronomia regional. Foi de aldeia em aldeia falar com os idosos, procurando interiorizar a alma da gastronomia desta região. Bacalhau podre apodrecido na adega, coelho bêbedo três dias em vida, arroz de carqueja, entre muitos outros, são pratos testados primeiramente n’O Cortiço sob a supervisão desses mesmos idosos. E como atrás de um grande homem está sempre uma grande mulher, a Dona Mimi foi sempre o suporte deste grande homem. Com uma aptidão inata para a cozinha, tornou famosas as suas sobremesas e ajudou à notoriedade d’O Cortiço”, frisa Serafim Campos, genro do fundador e actual gerente do restaurante.

A notoriedade nacional e internacional está presente nas centenas de mensagens expressas nas paredes d’O Cortiço. Um espírito muito próprio que Serafim Campos pretende agora divulgar em território francês: “Queremos levar esta experiência única de visitar ‘O Cortiço’ até França.

Não só com esta presença na Semaine de Gastronomie, mas também com a futura inauguração de uma segunda casa. Sob a marca registada ‘Cortiço Gastronomie Traditionnelle’, vamos inaugurar, a curto-prazo, um espaço com cerca de 100 lugares, nos arredores de Paris”, avança Serafim Campos. “É uma forma de ultrapassar a enorme carga fiscal que existe no sector da restauração em Portugal e, ao mesmo tempo, de manter esta dinâmica de negócio idealizada e colocada em prática por Dom Zeferino”.





Restaurante Típico "O Cortiço"

CASA TÍPICA DE FAMA INTERNACIONAL
O MAIS NOBRE CARTAZ TUTÍSTICO DA CIDADE

Rua Augusto Hilário, Nº 43-47 • 3500-089 Viseu
Telf: 232 423 853 • Fax: 232 425 986 • Tlm: 919 883 877



www.restaurantecortico.com



AVEIRO

“O nosso tecido industrial é o terceiro em termos de PIB a nível nacional”



Aveiro apresenta um tecido industrial e empresarial de relevância no panorama nacional. A autarquia promete acompanhar de perto a sua evolução e apostar no empreendedorismo para criar bases para o futuro.

O vereador com o Pelouro do Desenvolvimento Económico, na Câmara de Aveiro, Pedro Ferreira destaca o que os indicadores dizem, que “o tecido industrial do distrito é muito forte. É o terceiro em termos do PIB a nível nacional”, só ultrapassado pelos distritos do Porto e Lisboa.

Os números atestam a relevância que o tecido industrial e empresarial aveirense tem a nível nacional, tornando-se possível pelo facto de ter empresas dos mais variados sectores de actividade e com uma grande veia exportadora. “Temos empresas que

se fixaram há muitos anos, foram resistindo e são o motor da economia, principalmente aquelas que trabalham para o exterior e têm à sua volta outras empresas que trabalham para elas”, refere Pedro Ferreira.

A localização geográfica do distrito de Aveiro e a rede de acessibilidades afiguram-se como factores preponderantes para a instalação de uma indústria, pois permite-lhe estar no sítio certo para a distribuição e escoamento de produtos para a Europa e para lá do Atlântico. O Porto de Aveiro está neste momento em obras

para aumentar a sua capacidade de calado até 18 metros, e foi feito um investimento na construção de um troço de caminho-de-ferro de ligação à Linha do Norte para o transporte de mercadorias. “Com a abertura, em 2014, do canal do Panamá, o nosso porto vai ser dos mais acessíveis aos portos do Norte da Europa e ao Extremo Oriente. São motivos para perceber a localização estratégica que temos e o facto de estarmos situados num eixo fantástico de distribuição para a Península Ibérica”, descreve Pedro Ferreira.



Aposta no empreendedorismo

Com vista a identificar as necessidades da região e a apontar o caminho do desenvolvimento, o Plano Estratégico para o Concelho de Aveiro (PECA), tem, entre outras, várias medidas de apoio ao alargamento das áreas industriais e incentivos à fixação de indústrias. “Fixámos a aposta no empreendedorismo como nota importante para o futuro”, observa o vereador aveirense. Por isso, nasceu, em 2008, o projecto Aveiro Empreendedor com a junção de uma rede de 24 entidades locais para atentar

as lacunas existentes e trabalhar para as ultrapassar. “É um projecto integrado que actua desde o jardim-de-infância, a educar os mais pequenos para o empreendedorismo, até aos estudantes da universidade, criando condições para que eles concretizem novas ideias de negócio”, descreve Pedro Ferreira.

Mudar a mentalidade dos jovens para o futuro é uma das apostas deste projecto e prova disso é, por exemplo, o concurso “*Vai a Silicon Valley com o Aveiro Empreendedor*”. Uma iniciativa que pretende estimular os jovens para que apre-

sentem uma ideia ou um projecto e com isso ganharem uma viagem a Silicon Valley. Naquela que é a capital mundial da inovação, os vencedores do concurso estarão em contacto com pessoas que os podem ajudar a ter uma carreira de excelência. “Esperamos que Aveiro continue a ser uma das regiões mais produtivas do país”, deseja Pedro Ferreira, pois considera que “em Aveiro ainda há construção, o que significa que ainda há economia e é isso que queremos manter”, conclui o vereador com o Pelouro do Desenvolvimento Económico aveirense.



234 040 037 | Rua Eng. Carlos Bóia 41/43 | AVEIRO

GPS N40°37'30" W8°38'44"

www.matsuri.pt

Uma opção segura do seu lado

Fundada há 42 anos, a Art Corretores oferece soluções integradas em todos os ramos de seguros e serviços. A sua carteira de clientes abrange o sector empresarial, comercial, instituições públicas e ainda particulares.



A data de 1971 marca o início de actividade da Armando Tavares Pinto Lda, sociedade que posteriormente deu origem à Art Corretores de Seguros SA, com origem na passagem de uma carteira de seguros do seu fundador, Armando Pinto, pai do actual director geral da empresa, Eduardo Pinto. A empresa foi sempre crescendo na actividade de mediação de seguros até que em 1992 obtêm o estatuto de corretores. Enquanto um mediador só estabelece a ligação e faz contratos entre os clientes e as seguradoras, os corretores têm a função de encontrar as melhores soluções para os clientes através de uma análise exhaustiva e responsável do mercado.

A Art Corretores é uma das cerca de 100 empresas de corretagem existentes no país e apresenta

um portefólio completo de seguros nos mais diversos ramos e soluções integradas aos seus clientes. “O objectivo é dar uma solução global, ter a globalidade do negócio da empresa, estar nas mais diversas valências de previdência dos clientes. Tentamos sempre negociar para o cliente uma única seguradora, tentamos que o preço não valha tudo no negócio, apesar de hoje ser o mais importante, mas também que englobe o máximo de coberturas”, explica Eduardo Pinto sobre a actividade da Art Corretores. “Com o princípio das soluções integradas, da conjugação de produtos e marcas, a Art Corretores assegura a protecção total de pessoas e bens para que os riscos estejam completamente salvaguardados”, enuncia Eduardo Pinto, daí que o trabalho

de qualidade da Art Corretores inspire a máxima confiança nos seus clientes, pois “temos uma taxa de sucesso e de fidelização de clientes superior aos 96%”, salienta o director geral da empresa.

Também numa estratégia de complementar serviços, tem como associadas a ArtKapital no âmbito de seguros de crédito, a ArtSinistros na área da acidentologia, A Conta 95 que oferece serviços de contabilidade e consultadoria fiscal e uma mediadora de seguros, Alcanç'Art.

A Art Corretores está a preparar o seu processo de internacionalização de uma forma muito particular. A estratégia da empresa não passa por ter um espaço físico noutra país, mas sim conseguir parceiros da mesma área no exterior e que partilhem da mesma estratégia e da visão de negócio da empresa. Desta forma, a Art Corretores tem um corretor parceiro em Espanha e, assim, os clientes da Art Corretores que tenham interesses no país vizinho, podem usufruir dos seus serviços em Espanha, da mesma forma que os clientes do parceiro espanhol podem usufruir dos serviços da Art Corretores em Portugal, havendo um benefício para as duas empresas. Neste seguimento, o próximo passo será dado em Cabo Verde, onde a Art Corretores está à procura de um parceiro local. Assim, num âmbito mais alargado, a estratégia de futuro da empresa passará por “encontrar parceiros nos países lusófonos com a mesma filosofia comercial e o mesmo compromisso, para que os nossos clientes se sintam apoiados lá fora e não sintam diferenças entre cá e lá”, conclui Eduardo Pinto.

42
anos

FORMASTYLE.COM

SEJA BEM VINDO À “NUVEM ART”

O QUE É A NUVEM ART?

É o conceito dos serviços Art, uma actuação 360º onde disponibilizamos às pessoas e empresas uma vasta gama de serviços com aconselhamento e acompanhamento profissional, para que se possa sentir seguro desde o primeiro momento.

PROTECÇÃO TOTAL:

Família, indústria, exploração, construção e obras públicas, comércio e serviços, transportes e logística, poder local, acção social, educação, saúde e bombeiros.



www.artnet.pt

Rua Almirante Reis, 20
3850-121 Albergaria-a-Velha
Tel. 234 529 570 · Fax 234 529 579
info@artnet.com

sucursal: S. João da madeira



corretores seguros s.a.

Inscrito em 2007-01-27 no ISP, Corretor de Seguros Vida e Não Vida com o nº 607114366/3. Informações em www.isp.pt

O bacalhau como nunca o vimos!

LIPORFIR, SA é uma indústria de transformação de bacalhau seco que conta com uma identidade única, resultado de anos de experiência no mercado, de aposta na qualidade do seu produto e na boa relação com os seus clientes.



A história da LIPORFIR, SA começa em 1994, quando a Empresa é adquirida por António Maia Santos. Lançada como entreposto comercial de compra e venda de Bacalhau Seco, a empresa rapidamente cresceu para a aquisição de uma seca de bacalhau em 1996, tornando-se numa indústria de transformação deste pescado, abastecendo o mercado nacional. Hoje, a LIPORFIR é detida pelos filhos de António Maia Santos, Pedro e Marta Maia Santos, que com a colaboração de Lurdes Cruz, mantêm a ambição do primeiro dia: garantir a excelência do seu produto, estabelecer uma relação de confiança com o consumidor e ser marca de referência do bacalhau seco de elevada qualidade.

Com uma identidade que acreditam ser única, a Empresa quer manter a singularidade no mercado nacional e expandir para o mercado internacional - com a mesma ambição do passado,

quer competir no mundo globalizado, estendendo os seus horizontes.

O bacalhau da LIPORFIR chega por via marítima dos mares da Islândia e da Noruega, países onde existe um aperfeiçoamento contínuo da indústria pesqueira. Na LIPORFIR, o processo produtivo consiste na transformação do bacalhau salgado verde em bacalhau salgado seco.

A actividade da Empresa está ordenada a partir do momento de recepção



do pescado: após chegar às instalações, já devidamente escalado e salgado, o bacalhau é lavado e limpo de quaisquer impurezas; depois é conduzido aos túneis de secagem onde inicia o processo de desidratação.

A secagem é feita a temperaturas controladas para que lhe seja retirada a humidade. Este processo pode demorar 30 a 90 horas, consoante as características específicas do bacalhau, tais como a espessura e o peso. Concluído este período, o bacalhau é pesado, identificado, seleccionado e inserido na categoria de produto respectiva, entrando depois no circuito comercial.

O segredo para o sucesso da LIPORFIR é a sua simples política de trabalho: apostar sempre mais na qualidade do produto, optimizando os recursos de forma a reduzir custos e trabalhando o mercado na procura de clientes. Pedro Maia, um dos administradores da Empresa, defende a segurança do cliente: "Na alimentação, o preço não é tudo. Hoje em dia, as pessoas ao quererem barato, podem sair caro". A LIPORFIR mantém assim uma posição estável no mercado através da contínua perseverança e dedicação ao seu próprio nicho de mercado.

A LIPORFIR trabalha maioritariamente com grossistas e revendedores, adoptando assim uma estratégia de não concorrência com os seus clientes. A nível de mercado interno, abrange essencialmente a zona Norte do país, também se expandindo um pouco para a zona Sul, nomeadamente Lisboa: "No Norte, as pessoas sabem escolher melhor o bacalhau que que-

rem comer”, diz Pedro Maia.

A LIPORFIR também está presente nos mercados externos através dos grossistas, seus clientes, mas também pretende apostar na exportação directa para assim tomar um rumo de maior crescimento. Resultado dessa ambição, foi a sua recente participação na SISAB Portugal 2013, a maior feira nacional do sector agro-alimentar.

O negócio do bacalhau, ao longo dos anos, tem vindo a tornar-se cada vez mais sazonal, principalmente desde o início desta grave crise económica. Em Portugal, o pico do negócio da Liporfir é, sem dúvida, as épocas do Natal e Páscoa, que são claramente as alturas em que os portugueses consomem mais este peixe.

Este é um mercado bastante competitivo, em que a concorrência, principalmente externa não dá tréguas: “A Noruega domina no mercado do Bacalhau Seco e é com dificuldade que as empresas portuguesas se mantêm



no sector”, afirma Marta Santos. “A Noruega é “dona” da matéria prima e tomou conta do mercado nacional e internacional, sem qualquer política ou regulamentação em defesa do nosso sector, que passa por um duro controle das regras de qualidade a fim de obter um produto de excelência”, remata a administradora.

Estabilidade que perdura

Um dos maiores orgulhos da LIPORFIR é a sua constante estabilidade como empresa e a prova disto são os 14 funcionários que estão há mais

de 17 anos a trabalhar para a casa, um caso raro nos dias de hoje. É com esta filosofia de trabalho, a pensar nos colaboradores internos e externos, que a empresa quer continuar a marcar presença.

Neste difícil mercado, em que existe uma concorrência feroz, as perspectivas da Liporfir para 2013 são de manter a estabilidade da empresa, crescer a nível de mercado internacional e apostar na modernização da sua imagem, no fundo, dar continuidade ao percurso de sucesso do fundador António Maia Santos.



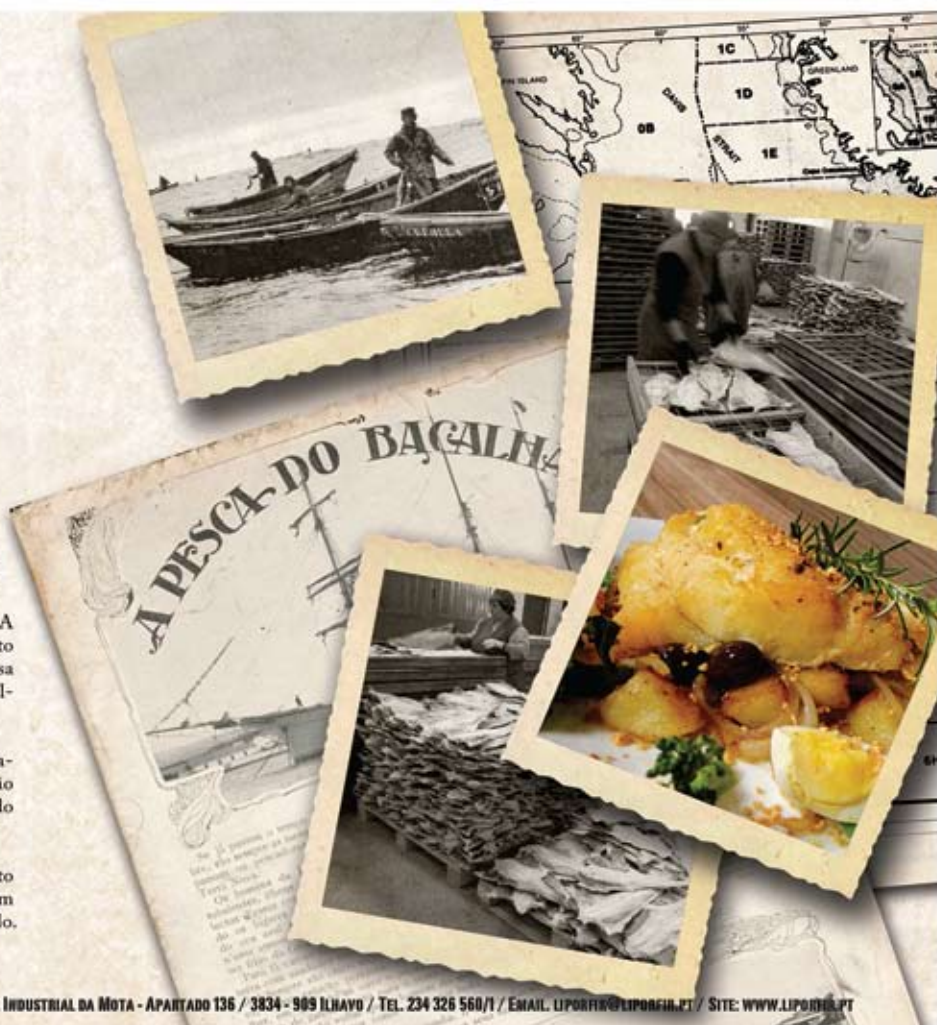
Liporfir
BACALHAU

AQUI CELEBRAMOS TRADIÇÃO E QUALIDADE!

Na LIPORFIR, SA celebramos tradição e qualidade. A nossa história começa em 1994. Lançada como entreposto comercial de compra e venda de Bacalhau Seco, a empresa rapidamente cresceu para a aquisição de uma seca de bacalhau em 1996.

Hoje, a LIPORFIR mantém a ambição do primeiro dia: garantir a excelência do seu produto, estabelecer uma relação de confiança com o consumidor e ser marca de referência do bacalhau seco de elevada qualidade.

Acreditamos que a nossa Marca é reveladora de um talento português de séculos de bem fazer, e que carrega consigo um património estratégico de afirmação de Portugal no Mundo.





Frescura e qualidade no peixe

A Peixovar é uma empresa pioneira no mercado de venda de peixes. A alta qualidade de serviços e a confiança que dá aos seus clientes são as razões para estar no topo neste mercado.



Há quase uma década que a Peixovar anda a fazer furor no mercado piscatório. Esta empresa de cariz familiar, que conta com João Paulo Rodrigues e Maria da Paz Rodrigues na administração, está sediada na Docapesca, na Gafanha da Nazaré e emprega cerca de dez pessoas. Dedicada ao comércio por grossistas e retalhistas

de peixe, a Peixovar procura estar no mercado com uma postura inovadora de total colaboração com os seus parceiros de negócio, atingindo assim o seu objectivo principal: a maior satisfação dos seus clientes. O segredo do sucesso está na preservação dos seus clientes e a alta qualidade de serviços que

esta presta: “Para atingirmos o sucesso só é preciso três características: a verdade, o bem-querer e o bem-fazer e isso cria uma sensação de sinceridade, honestidade e credibilidade da empresa para com os clientes”, afirma um dos membros da administração, João Paulo Rodrigues. Segundo este administrador, uma característica muito peculiar da empresa é esta ter uma carteira sólida e estável de clientes, consolidando assim a alta qualidade dos serviços que a empresa presta: “Ninguém quer sair, porque está tudo completamente satisfeito”, assegura o administrador.

Quando falamos de abrangência, a Peixovar está presente em todo o país, conseguindo atender clientes de Norte a Sul sem qualquer dificuldade. Mas não é só em Portugal que a Peixovar opera, estando também em mercados externos, como por exemplo, no continente americano. Esta empresa recebe mercadorias de vários países,

como Espanha, Grécia ou França, para assim assegurar a grande variedade de produtos para fornecer aos seus clientes.

A filosofia de trabalho da Peixovar é um pouco diferente das empresas do sector, mantendo como objectivo criar um grande espirito de equipa e união entre todos os colaboradores: "Aqui não existe distinção entre patrão e empregado. Nós aqui não somos patrões, nós dividimos o trabalho todo com os empregados, ou seja, somos colaboradores como toda a equipa de trabalho. A Peixovar é uma equipa, quando um falha, falham todos e quando há um louvor, esse louvor é para toda a gente", refere João Paulo.

Um excelente 2012

Contrariando a conjuntura económica do país, para a Peixovar o ano de 2012 foi o melhor ano para a empresa, conseguindo ter uma



facturação de milhões de euros, consolidando a sua forte posição no mercado com a entrada para as 1000 melhores empresas do distrito de Aveiro. A Peixovar vende todo o tipo de peixes sem qualquer problema, tendo sido o jaquinzinho o peixe com mais procura, para grande surpresa da empresa.

Para o ano de 2013, a empresa tem como projecto tentar contornar a burocracia, com o objectivo de ter um ainda maior controlo

veterinário das instalações para assegurar ainda mais o seu nível de qualidade e, a nível financeiro, tentar manter o volume de facturação, do ano anterior.

A Peixovar é uma empresa de sucesso, com um futuro muito promissor, que tem um excelente serviço de venda de peixes e dá aos seus clientes a confiança que eles merecem: "Os nossos clientes para nós não são clientes, são amigos", assegura João Paulo.



PEIXOVAR

COMÉRCIO DE PEIXE, LDA.



**A qualidade
vem do mar**

Armazém 20/28 - 21/29 Docapesca
3830-607 Gafanha da Nazaré
Tel.: 234 364 031 • Fax: 234 364 031
peixovar@gmail.com • www.peixovar.com



Referência nas telecomunicações

Sediada em Aveiro, a Oficina do Telemóvel presta um serviço de reparação de equipamentos de comunicação de excelência, com um constante crescimento nestes últimos anos.

A reparação de equipamentos era algo inacessível para os habitantes da região, a opção de compra de um produto novo era a única com que se deparavam quando surgia alguma avaria. Foi com vista a solucionar este problema que Marcolino Melo, em 2004, decide criar uma empresa que se tornou rapidamente uma referência.

O crescimento da Oficina do Telemóvel foi galopante, superando todas as expectativas. “A primeira loja tinha 25m², mas agora temos um centro de reparações que considero de excelência com alguma tecnologia de pon-

ta que nos permite responder a qualquer tipo de necessidade e em qualquer tipo de equipamento”, refere o administrador.

Marcolino Melo vê na constante formação e adaptação às novas tecnologias a chave para o sucesso. “Hoje em dia, trabalhamos com e sobre a mais recente tecnologia existente no mercado, conseguindo dar todas as respostas a qualquer tipo de problema que nos surge”, diz o proprietário.

O mercado das telecomunicações é um mundo inovador onde esta empresa dá cartas e se destaca das demais. Mais de

cinquenta mil reparações efectuadas, até ao momento, é um valor de referência que reflecte a confiança depositada no centro de reparações. A rapidez, eficácia e eficiência dos serviços são características que “distinguem a Oficina do Telemóvel de todas as outras empresas de telecomunicações da região”, explica Marcolino Melo.

As barreiras regionais foram ultrapassadas e neste momento os clientes surgem de várias zonas de Portugal Continental e Ilhas. Este é o resultado de uma forte aposta na divulgação dos serviços via internet. “Temos um site,

com um volume visitas bastante elevado, que serve essencialmente para divulgação e para os clientes possam obter e preparar o formulário a enviar juntamente com os equipamentos”, assegura o administrador.

Quanto ao tipo de produtos reparados os clientes podem contar com uma abrangência total no que respeita às telecomunicações. “Reparamos todo o tipo de material de telecomunicações, desde o simples telemóvel/telefone ao smartphone, tablets, GPS, etc.”, refere Marcolino Melo.

Os serviços prestados pelo centro de reparações destacam-se pelo seu carácter diferenciador na qualidade do atendimento, sendo que o serviço de vendas não é descartado pela empresa, também ele uma referência: “Quando um equipamento novo



sai para o mercado, procuramos disponibiliza-lo do dia de lançamento”, assegura Marcolino Melo.

No ano de 2012, apesar da conjuntura económica que o país atravessa, o volume de facturação atingiu os objectivos traçados. Por isso, é com bastante ambição que a empresa encara o ano de 2013 pretendendo continuar a crescer. A aposta nas redes sociais é uma das metas traçadas para este ano: “As redes

sociais começam a representar uma percentagem muito interessante no volume de faturação e todo este ritmo, todas estas conjunturas levaram-nos a apostar cada vez mais no nosso centro de reparações”, salienta o proprietário.

Para o futuro, alicerçada na qualidade dos serviços que presta, a Oficina do Telemóvel pretende manter-se no mercado como uma das maiores referências a nível de telecomunicações na região.



Oficina DO TELEMÓVEL®

www.oficinadotelemovel.pt

www.facebook.com/oficinadotelemovel

Centro de Reparações



AGENTE

Rua da Palmeira, 7
3810 - 089 SÃO BERNARDO
Aveiro - PORTUGAL
GPS: 40.618855,-8.625233

TEL: +351.234107502
TEL: +351.234092255
Fax: +351.234348496
SMS: +351.911118155

Mudança de rumo

Uma referência no sector das limpezas domésticas e industriais a actuar na região Centro.



Criada em 1994, a Ferlimpa nasceu do desejo que Alda Ferreira acalentava em criar um negócio próprio que lhe exigisse maior criatividade, poder de gestão e contacto directo com o cliente.

Nesse ano, com o apoio do marido, Manuel Armindo Ferreira, e aproveitando a abertura de candidaturas a um concurso público no sector da limpeza, decide ariscar.

Outros concursos surgiram e a Ferlimpa foi ganhando maior nome no mercado.

“Foi uma época de grande expansão. Os concursos públicos proliferavam e a nossa empresa conquistou muitos deles”, recorda. Um apogeu que permitiu apostar na certificação da empresa e na criação de instalações de trabalho apropriadas.

Obstáculos

A ascensão consolidada da Ferlimpa deveu-se ao reconhecimento por parte dos clientes da qualidade do seu trabalho. No entanto, em 2008, a criação da Agência Nacional de Compras Públicas (ANCP) apresentou-se como um obstáculo ao seu crescimento.

“Nesse ano os concursos deixaram de ser públicos, passando a ser lançados e geridos pela ANCP. Por questões burocráticas, a Ferlimpa foi excluída, estando desde então as concessões entregues a um monopólio de empresas”, explana a empresária. Este facto fez com que a Ferlimpa perdesse alguns dos seus melhores contratos e fosse obrigada a focar-se em concursos públicos fora da alçada da ANCP.

Alda Ferreira assume que esta “exclusão” destruiu todas as suas perspectivas de crescimento nos últimos anos, esperando que, “o actual Governo acabe pura e simplesmente com a ANCP, uma vez que tal parceria só veio criar injustiças, desigualdades e falta de transparência na maioria dos actos praticados, não trazendo poupança alguma ao erário público, antes pelo contrário. Se dúvidas houvesse, bastaria olhar para as notícias que, recente-

mente vieram a público sobre o desvio de muitos milhões de euros, facto que, só por si, deveria ser impeditivo de as empresas envolvidas continuarem a prestar serviços ao Estado”.

Concorrência desleal

Actualmente, a concorrência é enorme e as empresas e instituições seleccionam tendo em atenção o preço em detrimento da qualidade do serviço. Estas circunstâncias são castradoras para empresas que, como a Ferlimpa, investem na certificação e na formação constante dos seus funcionários. “Somos preteridos por empresas que oferecem serviços a baixo custo, sem os materiais e produtos de trabalho essenciais ao desenvolvimento de um bom trabalho”. Mantendo uma postura totalmente díspare, a Ferlimpa é requisitada para assumir serviços técnicos e específicos como a limpeza de unidades hospitalares. “Queremos alargar esta vertente e ser referência no sector”, conclui Alda Ferreira.

Apesar da concorrência a Ferlimpa presta serviço a grandes instituições como a Universidade de Aveiro, o Centro Hospitalar do Baixo Vouga, os municípios de Albergaria-a-Velha, Aveiro, Oliveira do Bairro e Ílhavo.

- Serviços
- Impermeabilização
 - Limpeza de alcatifa
 - Limpeza de alcatifa em empresas
 - Limpeza de alcatifa em particulares
 - Limpeza de sofás
 - Limpeza de sofás de pele
 - Limpeza de sofás em empresas
 - Limpeza de sofás em particulares
 - Limpeza de tapetes
 - Limpeza de tapetes em empresas
 - Limpeza de tapetes em particulares
 - Limpeza do interior de automóveis



ferlimpa

Rua José J L Lima 6-A-Ij A • 3810-101 AVEIRO • Tel.: 234 241 710 • Fax: 234 383 110

www.ferlimpa.pt



Um grupo de sucesso na metalurgia

O grupo Lomboser e Faststeel é uma das maiores referências nacionais na indústria metalúrgica. Depois de um 2012 de sucesso, a consolidação dos clientes e o aumento da produção são os objectivos para 2013.



Há mais de uma década que a Lomboser permanece no auge da indústria metalúrgica e seralharia civil, prestando serviços de alta qualidade. Esta empresa, fundada em 2002 e com Pedro Silva na sua administração apresentou um enorme crescimento ao longo dos anos no sector. Rapidamente ficou com

a capacidade esgotada, dando assim início ao projecto da outra empresa do grupo: a Faststeel. Este grupo tem a sua sede na Zona Industrial de Vagos, na cidade de Aveiro e foi galardoado como PME Líder no ano de 2011, fruto da sua estratégia de crescimento e do elevado volume de negócios.

Estas duas empresas complementam-se uma à outra: a Faststeel está encarregue da produção, fazendo todo o tipo de serviços de transformação de estruturas metálicas pesadas, como por exemplo pontes, estádios e pontões marítimos e a Lomboser está encarregue do serviço de montagem das estruturas. A chave do sucesso é a sua política de trabalho de personalização de projectos: “Nós fazemos tudo à medida, o cliente traz o projecto e nós tratamos do resto. Pode-se dizer que as

encomendas são todas sempre à medida do cliente”, salienta Pedro Silva, administrador do grupo.

O grupo Lomboser tem uma elevada taxa de exportação, estando presente em mercados dos quatro continentes. Com este percurso de grande sucesso a Lomboser só tem um objectivo para o futuro: satisfazer e consolidar ainda mais os seus clientes.



FASTSTEEL

A MELHOR ESCOLHA NO FABRICO DE ESTRUTURAS METÁLICAS.

WWW.FASTSTEEL.PT
CORTE E FURAÇÃO | DECAPAGEM E PINTURA
OXICORTE | CONSTRUÇÃO SOLDADA

O seu parceiro de negócio no combustível BP em Aveiro



A empresa Martins e Marcelino é responsável pela exploração de três postos de combustível na região de Aveiro. Os seus gerentes João e José Marcelino acumulam mais de 20 anos de experiência no sector.

Os irmãos João Marcelino e José Marcelino formam uma história em conjunto durante as suas vidas profissionais. Há mais de 20 anos que trabalhavam como colaboradores numa empresa de serviços e distribuição de combustíveis até que em 2008, os dois irmãos passaram de funcionários a sócios e hoje gerem os negócios em conjunto. A empresa Martins e Marcelino explora três postos de combustível no distrito de Aveiro, um instalado na capital de distrito, o segundo em Oliveira de Azeméis e o terceiro em Bustos. A empresa tem, actualmente, 26 colaboradores e um volume de negócios na ordem dos 18 milhões de euros anuais.

De 2008 a 2011, a Martins e Mar-

celino seguiu a um bom ritmo de crescimento. O ano de 2012 foi de mudança para a empresa, que no início só detinha o posto de combustível na cidade de Aveiro. Nesse ano, deixaram de ser concessionários para ser franchisados da marca de combustíveis BP e obtiveram a concessão dos postos de Oliveira de Azeméis e Bustos. “Esta evolução surgiu das oportunidades que apareceram”, revela José Marcelino, “a diferença de colaboradores para sócios é a disponibilidade que é total e a responsabilidade também é muito elevada”, acrescenta ainda João Marcelino.

Depois de efectuadas obras de remodelação nos três postos de combustível no início do ano, actualmente estes funcionam na plenitude, o posto de Aveiro trabalha durante as 24 horas enquanto os restantes apenas das sete horas

da manhã até à meia noite. Cada posto oferece o serviço normal de abastecimento de combustíveis aos clientes por self-service e cada um tem a sua loja de conveniência. O posto de Aveiro tem ainda um serviço de cafetaria com esplanada que existe há cerca de três anos.

Considerada uma profissão de risco devido às constantes notícias de assaltos a postos de gasolina, José Marcelino considera que “o principal problema da empresa são as fugas das pessoas que abastecem e não pagam”, diz o proprietário. Contudo, os sócios e irmãos vêem o futuro com certa apreensão devido à quebra do poder de compra dos portugueses, motivado pela actual crise económica. O objectivo de futuro da empresa Martins e Marcelino é continuar a boa gestão do seu negócio para evitar quebras de crescimento.

MARTINS & MARCELINO, LDA

Posto Abastecimento BP e Cafetaria

Estrada Nacional 109 • Variante • Km 57,8 • Posto BP • 3810-138 Aveiro • Telefone: 234 384 107



Líderes na distribuição de bebidas na região

A empresa Bastos e Bastos lidera no segmento da comercialização e distribuição de bebidas na região de Aveiro, Ílhavo e Vagos. Com cerca de 20 anos de actividade, é através da qualidade do serviço que a empresa tem fidelizado os seus clientes.



A empresa Bastos e Bastos foi criada há cerca de 20 anos e esteve sempre ligada à comercialização e distribuição de bebidas. Um serviço de qualidade que sempre prestou aos seus clientes fez com que a empresa fosse crescendo ao longo dos anos, sendo hoje uma das maiores do sector na região.

O administrador da firma, Raul Bastos, trabalha neste ramo há mais de 50 anos, a sua larga experiência empresarial fez com que a sua empresa tenha mantido elevados padrões de qua-

lidade. Com 30 colaboradores, a sede da empresa enquadra-se numa área de 12 mil metros quadrados, dos quais 2200 se destinam à área de armazenamento e 280 para a área administrativas.

A Bastos e Bastos é vendedora e distribuidora dos produtos da UNICER, nomeadamente de cervejas, vinhos, águas e refrigerantes e inclui ainda um segmento de bebidas espirituosas. Ao longo dos anos, a Bastos e Bastos tem sido reconhecida pela UNICER com diversos prémios de excelência, “são prémios que temos obtido ao longo dos anos e que se devem ao volume de vendas dos produtos e

à qualidade dos serviços prestados”, refere o administrador Raul Bastos.

Apesar de tudo, a Bastos e Bastos ostenta hoje o galardão de PME Líder, fruto da boa gestão com que todos os dias a empresa preza por se orientar.



Bastos & Bastos, Lda.

Rua da Paz
Quintã do Loureiro
3800-587 Cacia
Tel.: 234 910 470
Fax: 234 910 479
geral@bastosebastos.pt

www.bastosebastos.pt

Um centenário contemporâneo

Considerada uma das cinco ourivesarias centenárias do país, a Ourivesaria Vieira é uma referência neste sector, tendo um toque de requinte e glamour nos seus artigos.



Marco incontornável em Aveiro, a Ourivesaria Vieira é uma das maiores referências no mercado do ouro. Esta casa centenária, que está sediada no coração da cidade, onde a serenidade da ria contrasta com a beleza dos barcos moliceiros e tem Virgínia Vieira como proprietária. Situada num edifício considerado património da cidade, esta ourivesaria é caracterizada pelo seu interior requintado e tradicional, havendo uma simbiose destes dois conceitos: “Eu nem sempre estive nestas instalações, mas agora a minha loja situa-se num edifício considerado património da cidade, mas é isto que caracteriza o meu espaço, o facto de conservar a antiguidade porque

isso traduz os anos de trabalho e dedicação de toda esta equipa” refere a proprietária do espaço. Quando entramos na Ourivesaria Vieira, podemos ver logo uma adaptação de dois conceitos: produtos de ouro tradicional, mas também com um design arrojado e moderno. Esta casa vende uma vasta gama de produtos, que vão desde alianças, relógios, pulseiras entre muitos outros. A qualidade dos serviços é outro dos pontos fortes e, como prova disso, a Ourivesaria Vieira acompanha as tendências de mercado actuais, e está, também, direccionada para a compra e venda de artigos usados, com o objectivo de tornar o negócio mais atractivo.

Com uma equipa multidisciplinar e com um conhecimento aprofundado dos artigos comercializados, a Ourivesaria Vieira encara o cliente como sua inspiração e motivação de crescimento.

É com este vasto leque de serviços, produtos de qualidade e equipa competente, que a Ourivesaria Vieira é, nos dias-de-hoje, uma referência no sector e é considerada uma casa centenária nos tempos modernos.



Rua Viana do Castelo, 7
3800-275 Aveiro
Tel.: 234 423 274



ourivesaria
VIEIRA
desde 1885

Qualidade e profissionalismo

Empresa líder de mercado no setor de vendas de lubrificantes, equipamentos de limpeza, produtos químicos e material de proteção e manutenção industrial. A INDUSLUBRE destaca-se da concorrência optando sempre por vender produtos de alta qualidade aos seus clientes.



Foi no ano de 1990, que a INDUSLUBRE iniciou a sua atividade no mercado de venda de lubrificantes. Esta empresa tem a sua sede na freguesia de Cacia, em Aveiro e tem Jorge Lobo e Carlos Céu como mentores. Em tempos, quando estava no início de atividade, a INDUSLUBRE, tinha em mente a comercialização de produtos de uma única marca, a KLUBER, uma das mais conceituadas marcas de lubrificantes especiais. Entretanto com as transformações do mercado nestes últimos anos, a empresa decidiu abran-

ger uma maior gama de marcas e produtos, tornando-se assim numa PME Líder e Excelência. A INDUSLUBRE é uma empresa especializada em comercialização de lubrificantes e todo o tipo de máquinas de limpeza e químicos relacionados, material de manutenção, limpeza, higiene e segurança, tendo assim um leque muito mais abrangente de produtos relacionados. O sucesso da INDUSLUBRE vem da forte política de trabalho que pratica, que se resume em trabalhar só com os melhores." Em todos os produtos que vendemos a nossa filosofia de trabalho é a filosofia da KUBER, qualidade,

e em caso de dúvida quanto ao produto, não se vende", refere um dos administradores, Jorge Lobo.

A INDUSLUBRE trabalha muito com empresas da área industrial, e como prova disso tem como clientes as melhores empresas da região, solidificando assim a qualidade dos produtos e serviços que presta aos seus clientes. Quando se fala de abrangência, a INDUSLUBRE abarca todo o país, mas a principal zona de negócio é, sem dúvida, o Norte/Centro.



Estrada da Fábrica Renault • Junqueira - Cacia • 3800-034 Aveiro

Tel.: 234 913 535/6 • Fax: 234 913 537 • geral@induslubre.pt • www.induslubre.pt



Uma confortável estadia junto da natureza

O Hotel Estalagem da Pateira está situado na margem da maior lagoa natural da Península Ibérica. A unidade de três estrelas concilia a tranquilidade e conforto a uma envolvente natural única e de beleza ímpar.



A Lagoa da Pateira, em Fermentelos, nos arredores de Aveiro, empresta não só o nome à unidade hoteleira como lhe confere uma envolvente beleza natural única no país. O Hotel Estalagem da Pateira teve a sua origem nos anos 60, começando por ser uma pequena unidade de restauração. Desde o início gerido pelo conhecido Miguel, “o restaurante foi a sala de visitas de Aveiro durante largos anos pois na altura o turismo era diminuto”, refere o proprietário. O sucesso levou a que em 1971 se construísse um primeiro

edifício com 14 quartos que logo “foram insuficientes para responder a tanta procura”, diz Miguel, “cheguei a ter 300 pessoas por fim de semana, alugando as restantes unidades nos arredores para conseguir responder a tanta gente”, acrescenta. A imensa procura conduziu a nova ampliação, ficando o Hotel Estalagem da Pateira com a configuração que hoje mantém.

Ao todo são 53 quartos standard e 4 suites, a maioria com vista panorâmica sobre a lagoa, piscina exterior e interior aquecida, sauna,

salas para reuniões, uma discoteca para convívios e jardins privados. O hotel possui restaurante bem como diversas salas com vista privilegiada sobre a lagoa, ideal para eventos e banquetes ao sabor da melhor gastronomia. O hotel tem ainda vários serviços ao seu dispor, como massagens terapêuticas e de relaxamento nos quartos, internet wireless, bicicletas para passeio e actividades radicais na lagoa. Além de tudo isto, o Hotel Estalagem da Pateira propõe percursos turísticos de vários dias pela região que “clientes fiéis fazem todos os anos com diversidade”, refere Ana Salvador. Um ambiente familiar e acolhedor é o que melhor caracteriza esta unidade hoteleira, ideal também para uns dias calmos entre família e amigos a disfrutar da beleza da Lagoa da Pateira, classificada no passado mês de Fevereiro como Zona Húmida de Importância Internacional. Vai ser inaugurado proximamente um trilho pedestre em redor da lagoa, ideal para um passeio para vislumbrar toda a fauna e flora únicas do local. Visite este magnífico local em www.pateira.com

www.pateira.com

Estalagem da Pateira
Hotéis ***

ONDE O TEMPO ENCONTRA A TRANQUILIDADE

Rua Pateira 84 • 3750-439.Fermentelos • Telf: +351 234 721 219 • Fax: +351 234 722 181 • E-mail: info@pateira.com



Ovos moles com receita secular



A funcionar desde 1882 na porta número 37 da Rua D. Jorge Lencastre, os ovos moles da casa Maria da Apresentação da Cruz e Herdeiros, são os mais tradicionais da região de Aveiro e onde ainda hoje, se confeccionam como no antigamente.

Passada de geração em geração a receita dos ovos moles mantém-se inalterável há mais de cem anos. Levada para a família pela D^a Odília dos Anjos Soares que aprendeu a receita com uma empregada no Convento de Jesus foi mais tarde com Maria da Apresentação que os ovos moles receberam o impulso que ainda hoje detêm. Actualmente, à frente do projecto está Dona Silvina Raimundo, ou D^a Silvininha como é carinhosamente reconhecida por todos, que prometeu à sogra que não deixaria morrer a tradição da receita original.

Mas engane-se quem pensa que

só de ovos moles se faz esta casa. Para além dos célebres ovos moles, a casa Maria da Apresentação da Cruz e Herdeiros confecciona também os mais variados biscoitos e bolachas como as raivas, os alemães, os biscoitos de limão e ainda o mulatinho de noz, receita inventada pelas artesãs. E porquê falar de artesanato? Porque segundo a D^a Silvininha “isto não se pode considerar uma fábrica, é um artesanato”, que inclusive já foi distinguida como Unidade Produtiva Artesanal Reconhecida além de outros distintos prémios de mérito. A D^a Silvininha nunca alterou a porta da garagem da casa, e explica que “somos conhecidas pelos ovos moles das velhinhas da Beira-Mar da porta da garagem. A nossa porta da garagem é como

uma imagem de marca e com medo que as pessoas se percam, decidimos nunca alterá-la.”

Em 2012, as épocas mais produtivas para a casa são a natalícia e a Páscoa. A casa é ainda frequentadora assídua de Feiras de Artesanato e de Gastronomia que levam o sucesso da receita tradicional um pouco por todo o país. Apesar de já não estar no activo no fabrico dos ovos moles, a sucessão está já assegurada pelas mãos de Maria João Santos que promete levar a tradição a “bom porto”, sem esquecer como a própria o diz que “a dedicação e o predomínio da tradição são o segredo para o sucesso sem nunca nos esquecermos que os ovos moles não se podem fazer à pressa”.



tradição viva | living tradition

OM
aria da Apresentação, desde 1882, mantém a tradição viva no fabrico Artesanal de Ovos Moles, com elevados padrões de qualidade. Uma tradição que remonta ao Aveiro Conventual. Receita única que atravessa gerações e é guardada a sete chaves. Sabores intensos preservados na nossa memória, resistentes no tempo, deixando uma vontade irresistível de repetir.



Rua D. Jorge Lencastre, 37
3800-142 Aveiro
Tel 234 422 323
geral@m1882.com

www.m1882.com

Sempre mais barato

A Tuttipromo é a solução para todas as mulheres que pensam no lar, nesta loja encontra produtos para o dia-a-dia e para a decoração de interiores a um preço acessível e onde a qualidade é um factor predominante e presente em todos os produtos.



Com apenas 39 anos, Carlos Reste, gerente e sócio da empresa Tuttipromo, acreditou que o seu futuro passaria por um conceito de loja de utilidades bem como produtos do dia-a-dia e objectos de decoração. “Tudo começou em Agosto de 1996” e hoje, em 2013, é pragmático e reconhece que “a dimensão da empresa ultrapassou a expectativa inicial”, e que sustentadamente se tornou num negócio que conta com 15 lojas no país, uma das quais abre brevemente, em Penela.

O sector de actividade da empresa principiou por ser o comércio grossista, operava como armazenista em utilidades domésticas, louças, têxteis, artigos de higiene e limpeza, actividade que manteve até 2001. Porém, como refere Carlos Reste “a empresa

foi criada com o intuito de revender produtos para as chamadas lojas dos 300, mas em 2001 com uma diminuição das vendas para este tipo de lojas existiu o desejo de mudança”.

Surge assim a primeira loja Tuttipromo em Anadia, no ano de 2001, um conceito diferente do existente na época, mais organizada e com uma oferta bastante mais diversificada sendo o preço o factor determinante na decisão de compra. Devido ao sucesso da mesma, o sonho não ficou por aqui e “em 2002 surge uma nova loja em Calvão – Vagos, a partir de então, abrimos em média, uma a duas lojas por ano”.

A Tuttipromo procura assumir-se como uma referência na sua área de intervenção no mundo das utilidades para o lar, decoração e produtos de dia-a-dia. “São vários os produtos presentes nas lojas, porém os que apresentam maior incidência de venda são os produtos de utilidade, de dia-a-dia, de limpeza, de higiene pessoal e plásticos”, afirma Carlos Reste. Deste modo, a empresa considera que, tendo em conta a oferta que apresenta ao mercado nos seus 15 pontos de venda é essencialmente vocacionada, na sua maioria, para o segmento feminino. Mas, se considera que se trata de mais uma loja onde o dinheiro gasto lhe irá trazer mais problemas que soluções, Carlos Reste retira-lhe todas as dúvidas, uma vez que o

principal objectivo da empresa Tuttipromo é “fidelizar o cliente através de uma oferta de produtos de qualidade reconhecida, ao preço mais baixo do mercado”.

Passado e Futuro de mãos dadas Se 2012 “foi um ano razoável apesar da crise”, para 2013, novos projectos se avizinham. Embora a conjuntura sócio económica não seja favorável e o futuro não seja mesurável “se analisarmos o passado e o presente, o futuro é, apesar da incógnita, o fruto do conhecimento desses dois factores, e, como conhecedores que somos da actualidade e do passado acreditamos que teremos um futuro sustentado”. Ao mesmo tempo, Carlos Reste acredita que o que difere a Tuttipromo dos outros conceitos existentes no mercado é o “dinamismo, estabilidade e a eficácia”.





LOJAS DE UTILIDADES

Sempre mais Barato ✓ tuttipromo.com

TUDO PARA O SEU DIA A DIA!



EMPRESA
100%
PORTUGUESA



PME líder



PME
excelência '11

A um passo da sua casa

Pedro Pires é o director geral da Arcada Imobiliária, uma das principais marcas do mercado imobiliário e com forte presença na região de Aveiro.



Com presença no mercado imobiliário da região de Aveiro, desde 1999, a Arcada imobiliária, pela mão do seu fundador, Pedro Pires, procurou ser um símbolo de inovação e vanguardismo no mercado imobiliário, com a filosofia de que nenhuma empresa pode-se considerar grande, bem-sucedida ou experiente o bastante, quando o assunto é a procura de conhecimento e a melhoria na sua prestação de serviços.

Com forte actuação nos segmentos de imóveis usados e em lançamentos imobiliários, logo surgiu a necessidade de se expandir para outras regiões da cidade de Aveiro e do distrito. Com actualmente seis agências estrategicamente localizadas, sendo a sua sede master na urbanização das Glicínias, em Aveiro, conta já com cinco

lojas da Arcada que integram a rede de Franchising Arcada: Barrocas e Forca, ambas em Aveiro, Arcada Praia da Barra em Ílhavo, Arcada Oliveira do Bairro e por último inaugurada no início deste ano, a Arcada Albergaria-a-Velha. A fazer um ano e fruto da sua estratégia de internacionalização e extensão para novos mercados, a Arcada Imobiliária está presente no Rio de Janeiro, no Brasil: “Um desafio ganho, que embora ainda recente, já apresenta resultados positivos”.

Atento à evolução do mercado e às suas tendências de comunicação globais, Pedro Pires logo se apercebeu da importância de uma alteração estratégica a nível de marketing que teria que promover, através de novos canais de relacionamento com os clientes pelas redes sociais e pela criação do comercial-online, ainda mantendo a filosofia de inovação e

fugindo ao convencional, criou a Arcada Magazine, uma revista com um conceito fortemente comercial e com edição trimestral e a Arcada News com o envio permanente de Newsletter com novos produtos e soluções para os seus clientes.

A Arcada Imobiliária, encontra-se ainda credenciada para prestar aos seus clientes finais o serviço “Casa Pronta no Mediador”, realizando as escrituras nas instalações da sua sede, assim como assegura todo o apoio no decorrer do processo de financiamento bancário e o levantamento de documentos inerentes ao imóvel.

“A nossa missão é atender com excelência e segurança todos os clientes, pessoas ou empresas, atingindo e superando as expectativas de cada um deles e, dessa forma, garantir a qualidade dos nossos serviços e a satisfação plena”, conclui Pedro Pires.



Rua Engenheiro Carlos Bóia, 51 (Urbanização das Glicínias) • 3810-702 Aradas - Aveiro • geral@arcada-imobiliaria.com

www.arcada-imobiliaria.com

Portugal - Aveiro • Ílhavo • Oliveira do Bairro • Albergaria-a-Velha • Brasil - Rio de Janeiro

Uma mulher de armas



Na "luta" desde os 16 anos, Isabel Cardoso é uma mulher de força que leva a bom porto a empresa de rent-car Salitur. Gere dez funcionários espalhados por Aveiro, Lisboa, Porto, Coimbra e Viseu numa relação de proximidade e afectividade pouco usual. Com serviços personalizados e com o cliente como prioridade, este ano é especial: comemoram 25 anos.



Em 1988 nasce a Salitur em Aveiro. Segue-se Coimbra e a partir daí foi sempre a crescer.

Na frente do negócio, Isabel Cardoso contorna as vicissitudes do mercado sempre de sorriso no rosto e a pensar em novas estratégias de rentabilização e conforto para o cliente.

A empresa

O público alvo da Salitur são as PME's e o maior volume de negó-

cio incide nesse tipo de empresas. Para enfrentar a actual situação económica, a estratégia passa por segmentar o mercado.

Os serviços prestados são o aluguer de curta e média duração, alugueres à hora, serviço de chauffer e manutenção; a oficina está de portas abertas ao público. Todos eles são personalizados e a qualquer hora a Salitur está pronta a actuar adaptando o serviço às necessidades do cliente. A frota disponível abrange os veículos de passageiros, os comerciais e os de grande porte.

A Salitur, a primeira empresa franchisada em Portugal, é certificada e diferencia-se muito pelos serviços que prestam.

"Querer é poder, nada é impossível".

Isabel Cardoso apostou na sua formação para poder gerir da melhor forma este negócio. "Gosto muito

do trabalho e do contacto interpessoal", explica. A recepção calorosa com que somos recebidos é um espelho desta afirmação. A vontade de trabalhar é muita: "Quero trabalhar e que me deixem trabalhar. Não vale a pena baixar os braços".

Para os dias que se seguem, fica a promessa: "A Salitur tem lutado e continua a lutar pela sua existência". O objectivo é "ir à luta e procurar nichos de mercado", revela Isabel Cardoso.

O segredo do sucesso é "pensar de forma humilde" e acreditar que "conseguimos tudo desde que nos esforcemos".

A confiança no futuro, a honestidade, a autenticidade e a transparência são a filosofia da Salitur quer na relação com os clientes, quer nas actuais e futuras parcerias.

O próximo passo já está a ser dado: focalizar no segmento de mercado da área do turismo.

Aveitrading, um exemplo de crescimento

A Aveitrading nasce para acompanhar os nossos emigrantes e fazê-los sentir em casa mesmo fora do país. A ideia foi criar uma panóplia de produtos de forma a cativar importadores de quase todo o Mundo. Neste momento, a próxima aposta está centrada na exploração do conceito gourmet em novos mercados.



A Aveitrading centra-se no sentimento de saudosismo e patriotismo tão associados ao povo português. Com sede em Aveiro e com novas instalações desde Janeiro deste ano, a empresa especializou-se na exportação de produtos alimentares exclusivamente fabricados em Portugal. Queijos, charcutaria, cereais, especiarias, bolos, bolo-rei, pão, e até leitão assado, passando pelas bebidas como água, café, leite e cerveja, ou mesmo pelos vinhos e bebidas espirituosas. Não há praticamente nada que a Aveitrading não tenha levado ao denominado “mercado da saudade”. A empresa está estrategicamente posicionada naquele que é um dos melhores pontos logísticos mundiais – Aveiro.

A Missão: Manter a política de Confiança

Em apenas nove anos a Aveitrading atingiu uma dimensão surpreen-

dedora. Por entre uma variedade infindável de produtos, a empresa conseguiu atingir um patamar que lhe permitiu aumentar consideravelmente o volume de facturação. O nicho de mercado está a aumentar, acompanhando a nova vaga de emigração, e a base do negócio é a relação de confiança com armazénistas portugueses que operam em diversos países. Assim se consegue o crescimento sustentável neste segmento de mercado.

A Expansão: Marca Própria AVEI

Depois de vários anos no mercado em países como Suíça, França, Alemanha e agora Rússia como os de maior impacto, António Pinto decidiu criar algo distinto para dinamizar a actividade: “Criámos a marca Avei, que tem como produtos os chouriços, as azeitonas, bolos e queijos, e produtos tipicamente portugue-

ses”, avança o administrador. Neste momento nas novas instalações, o armazém auferre aos 1000m² só de área coberta, permitindo outras condições como um cais de carga. Esta modificação foi imperativa para acompanhar o aumento de fluxo de negócio.

A Realidade: Apoio a Produtores Portugueses.

Ainda que o negócio esteja a correr bem à AveiTrading, António Pinto recorda: “O Estado por vezes parece desconhecer empresas como esta e o trabalho que desenvolvem. Digo isto porque, enquanto a Aveitrading exporta mais de 3000 produtos apoiando as pequenas e médias empresas e os pequenos produtores, Grandes Empresas de Referência com benefícios distintos exportam apenas três ou quatro das suas próprias referências. É óbvio que podemos não ser comparáveis quanto aos volumes de faturação, mas somos sem dúvida uma mais-valia e apoio na divulgação de produtos portugueses”.



Apostar no bem-estar de Portugal

A marca centenária BH está em Portugal há mais de 15 anos, resultado do investimento que o grupo espanhol fez no nosso país, como forma de complementar a oferta existente. Esta proximidade com o nosso mercado que veio criar laços com os consumidores e o reconhecimento elevaram a marca a líder de mercado no sector de fitness. Neste momento, agregam uma estrutura com pós-venda, parte comercial e administrativa contando com uma equipa de 20 funcionários.



A oferta

“Os equipamentos que nós temos são para uso doméstico e para uso profissional que se destinam a ginásios, hotéis e clínicas de fisioterapia.”, começa por nos explicar Ana Souto, a directora geral. São divididos entre o cardiovascular e a musculação, todos eles com programas de treino integrados.

A área de vendas é avassaladora: a Maquinasport vende para todo o país, incluindo as ilhas e os PALOP's.

Os principais clientes são as lojas especializadas de desporto, as lojas de retalho de bicicletas e de motos, os ginásios e os hotéis.

A sacração reflecte-se na fidelidade: “Os agentes que nós temos são de longa data e têm sempre marcas de renome.”, revela Ana Souto.

A rede capilar de serviços técnicos assegura, em todos os mercados, a assistência BH regida pelos conceitos de qualidade, eficiência e profissionalismo.

Alteração de mentalidades

2012 correu bem para a MaquinaSport. “O fitness já não é visto como uma situação de luxo ou supérflua, hoje em dia as pessoas encaram-no como saúde e bem-estar. Nas cidades e nas zonas mais costeiras vemos sempre gente com bicicleta e a caminhar. Há uns dez anos atrás, eram poucas as pessoas que faziam caminhadas, mas essa já não é a realidade”, explica Ana Souto.

Investigação e desenvolvimento

Como grande aposta para este ano, a BH está a apresentar o i.Concept que agrega ao equipamento a compatibilidade com dispositivos iOS e Android “para criar uma situação mais motivacional, intuitiva e divertida”. Outro dos projectos que está previsto para o fim deste ano é a possibilidade de a qualquer hora do dia, combinar com um amigo ou escolher um utilizador em rede e fazer a competição entre

ambos, cada um na sua casa. Para o segundo semestre de 2013, a Maquinasport irá lançar equipamentos de fitness preparados para o uso ao ar livre, resistentes a todas as condições meteorológicas.

Esta fase menos positiva da conjuntura económica ainda não foi sentida pela Maquinasport, precisamente por “termos uma estrutura, onde qualquer pessoa nos pode vir visitar, ver a nossa exposição e quem nós somos. Outro ponto fundamental é o serviço pós-venda. O cliente ao detectar uma anomalia no equipamento tem sempre à sua disposição um contacto telefónico onde verás as suas dúvidas esclarecidas, havendo sempre uma solução para todas as situações. A Maquinasport trabalha diariamente na procura constante do binómio qualidade/preço.”, finaliza Ana Souto.



Home & Commercial Fitness Equipment
Health & Beauty

Bikes

facebook.com/pages/
BH-Home-Fitness/512864878742053

twitter.com/BHHomeFitness

plus.google.com/
103272968080799071060/posts



www.bhfitness.com

Comprar com qualidade

É em Estarreja que encontramos os supermercados Couto, um espaço comercial que vende qualidade ao melhor preço e os fiéis clientes não se esquecem das ofertas do Sr. António no início da actividade. “É isto que nos ajuda a fazer a nossa história!”



António Couto. Exemplo disso é a partilha de dividendos entre toda a equipa.

A mensagem...

Com a experiência do homem vivido que é, António Couto pede a todos os consumidores “para comprarem no comércio local e tradicional porque estão a ajudar e a contribuir para criar riqueza na própria terra onde os consumidores moram. Ajudam a criar desenvolvimento e emprego na cidade e ajudam-se a elas mesmas”.

O importante é fazer o dinheiro circular dentro das próprias localidades e sublinha que com a ajuda dos consumidores, consegue ajudar as instituições locais.

“A minha maior escola foi a emigração”

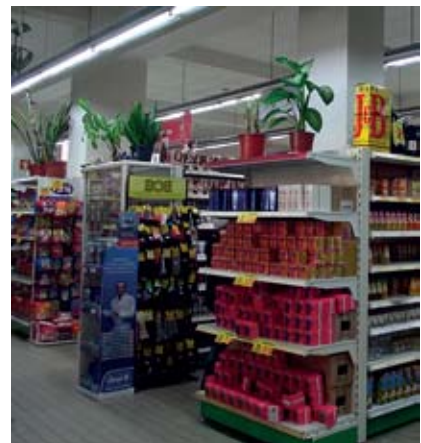
Foi do outro lado do Atlântico, no Brasil, que o senhor António Couto se iniciou nas actividades comerciais. A visão de negócio e o empededorismo foram construídos e fomentados em terras de Vera Cruz.

Os supermercados Couto foram uma inovação em Estarreja quando abriram portas. As pessoas aderiram à ideia, à novidade trazida de outro país e o espaço comercial mantém-se até hoje com a “fidelização das pessoas mais tradicionais”. Fo-

ram crescendo, aumentando as instalações e mudaram-se para a localização actual em 1999.

Competindo sempre lado a lado com as grandes superfícies já renovaram os equipamentos e conseguiram a parceria a 100% com a Auchan “o que nos ajudou e nos deu um pouco de ânimo”, declara António Couto.

Emprega 24 funcionários e pensando também na qualidade de vida deles, o domingo é guardado para a família. A liderança é a mais justa possível e a máxima da empresa é de que “quando dá, dá para todos”, ressalva



Rua Desembargador Correia Teles, 188 • 3860 - 362 Estarreja
Tel.: 234 843 587 • Fax: 234 848 245 • geral@coutosuper.pt www.coutosuper.pt

LIMPERSADO

LIMPEZA, MÁQUINAS E TRANSPORTES SA



Ao Serviço do Meio Ambiente



Av. Bento Jesus Gonçalves • Shopping Aranguês - Loja 335 M/N • 2910-433 Setúbal
Tel.: 265 539 220 • Fax: 265 539 222 • geral@limpersado.pt • www.limpersado.pt



Azeite de Oliva Virgem Extra de Olivais Próprios



OLIVOCULTURA

innoliva



www.innoliva.es

info@innoliva.es



excelência'12

Um cheirinho a Aroma da Terra

A Coslab-Laboratórios é uma empresa especializada na fabricação de cosméticos, suplementos alimentares e nutricosméticos que opera no mercado português há 20 anos, consolidando o seu crescimento em Portugal.



instituição, com a recente produção de suplementos alimentares e Nutricosméticos.

Um dos segredos do sucesso da *Coslab* é a sua política profissional, em que o objectivo é ir ao encontro do pretendido pelo cliente para melhor satisfazer as suas necessidades. Os clientes são tratados de forma única, porque os produtos são todos personalizados de acordo com a sua escolha: “Nós trabalhamos as fórmulas para cada cliente, ou seja, não fazemos os mesmos produtos para todos os clientes. Nós personalizamos de acordo com as solicitações e desejos dos clientes. Na maioria das vezes o cliente sabe sempre o que quer, mas também temos a capacidade de dar sugestões tendo em conta o nosso vasto *know-how*”, assegura Ricardo Santos, director comercial da empresa.

Há duas décadas que a *Coslab Laboratórios* é uma empresa de sucesso no mercado português, prestando serviços de grande qualidade aos seus clientes. Esta empresa, criada por Ricardo Santos e Paulo Santos, está sediada em Mem Martins – Sintra, com uma fábrica de cerca de 2700 metros quadrados, e no Brasil em São José – Estado de Santa Catarina – Sul do Brasil. Como é de esperar de uma empresa de sucesso, a *Coslab* está vocacionada para fabricar qualquer tipo de produtos de cosmética, nomeadamente produtos para cabelos, mãos, corpo, rosto e muitos outros, para ambos os sexos; tendo também o cuidado de os fazer o mais

natural possível, para que sejam mais seguros para o consumidor final. A área alimentar também não foge à regra desta



Neste mercado altamente competitivo, em Portugal, a *Coslab* costuma participar na Expocosmética, na Exponor, a fim de procurar mais oportunidades de negócio e também de se manter actualizada nas mais recentes novidades do mercado.

Com um departamento técnico próprio de investigação, em constante crescimento e com uma grande diversidade de equipamento, a *Coslab* só tem um objectivo em vista: angariar mais clientes para aumentar ainda mais a sua produção, com a grande perspectiva de apostar nos PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa).



Aroma da Terra Cosméticos Naturais

Fundada em 1992 e com Nautilha e Paulo Santos como mentores e administradores, a *Aroma da Terra* é uma empresa de venda directa que está activa nos mercados de Espanha, Portugal e Brasil, com laboratório próprio nos dois últimos países. Com um catálogo recheado de produtos, cerca de 250 de fabrico próprio, a *Aroma da Terra* é considerada a melhor parceira da *Coslab*.

Habituada a lidar com o conceito de inovação, esta empresa já participou em várias feiras de

cosmética nacionais e internacionais e conta já com vários prémios neste ramo, como é exemplo o “Prémio de Melhor Empresa de Cosméticos do Mercosul”, “Prémio Beleza da Revista Saber Viver”, “Prémio Empresa Destaque 2011”

Esta empresa já participou em várias feiras de cosmética nacionais e internacionais e conta já com vários prémios neste ramo, como é exemplo o “Prémio de Melhor Empresa de Cosméticos do Mercosul”, “Prémio Beleza da Revista Saber Viver”, “Prémio Empresa Destaque 2011” concedido pela Associação Empresarial de Sintra

“Prémio Beleza da Revista Saber Viver”, “Prémio Empresa Destaque 2011” concedido pela Associação Empresarial de Sintra.

Embora esta indústria não seja poluente, a *Aroma da Terra* preocupa-se com as questões ambientais, usando apenas produtos biodegradáveis na sua produção. Para facilitar a vida dos seus clientes, e para quem quiser iniciar uma nova gama de produtos em Portugal e no Brasil, a *Coslab* fabrica produtos com o mesmo padrão e estrutura nos dois países. É com esta política de ajuda ao cliente e métodos de produção únicos, que a *Coslab Laboratórios* é uma das referências no mundo da cosmética em Portugal e no Brasil.



Soluções Integradas de Engenharia

A MVA é uma PME líder que representa e distribui para o mercado português, os mais prestigiados fabricantes a nível europeu, em áreas tão vastas como: componentes para automação industrial e robótica; equipamentos de gestão e controlo de energia; sistemas e redes de comunicação; conversão de sinais e de protocolos de comunicação, para aplicações nos sectores, industriais, terciários e fabricantes de maquinaria e equipamentos.

A década de 90 foi crucial para o crescimento do sector da construção civil e obras públicas em Portugal. Nestes anos incrementaram-se algumas das maiores infraestruturas existentes, tendo as grandes superfícies começado a fazer parte do dia-a-dia dos portugueses.

Foi neste contexto que surgiu a MVA, por iniciativa de Rui Marques, na altura "product manager" numa empresa de representação de material eléctrico industrial. Nessa qualidade foi-lhe solicitado o desenvolvimento de interfaces específicos, de GTC, para proceder à gestão técnica de um dos grandes centros comerciais de Lisboa, na altura ainda em construção. A incapacidade da empresa em efectuar esse serviço, aliado sua à paixão pela electrónica, foi fundamental para que assumisse este desafio a título pessoal.

O trabalho da MVA foi, rapidamente, reconhecido, sendo requisitado por outras empresas da área,



das quais se destacam a Siemens e a Efacec. “Desenvolvemos, por solicitação dos respectivos técnicos, um conjunto de interfaces e soluções a aplicar em empresas cimenteiras, de extracção de minério, banca, cervejeiras entre outras”, recorda Rui Marques. A par desta outras solicitações surgiram, como por exemplo por parte da EDP/REN, Matsuchita/Panasonic, Metropolitano, Sotécnica, entre outras.

Dez anos decorridos, Rui Marques é convidado a participar no processo de instalação no mercado nacional da delegação de um conceituado fabricante alemão neste ramo de actividade, assumindo desde o início a função de responsável pela delegação Sul.

Também aqui se mostrou premente o apoio da MVA dado que, apesar deste fabricante estar capacitado para realizar esses serviços, a distância da casa-mãe, a dimensão e especificidade de alguns projectos tornavam os produtos pouco rentáveis, passando assim a sua execução a constituir um novo desafio para a MVA.

Em 1996, alterações no funcionamento interno, nomeadamente a criação de uma nova unidade de negócio nas áreas da domótica e automação industrial, conduziram-no a assumir a gestão desta nova unidade ficando a seu cargo o acompanhamento de grandes projectos a nível nacional e a implementação de novas tecnologias e serviços.

“Essa foi uma fase bastante desafiadora para mim e frutífera para a multinacional tendo, no entanto, verificado grande queda em 2000”, ano em que Rui Marques se desvincula e acaba por assumir integralmente o comando da MVA de uma forma mais activa e reestruturada.

MVA: Nova Fase

Se até então a MVA se focara em projectos desenvolvidos à medi-

da do cliente, a partir de Abril de 2000 e aproveitando todo o know-how que possuía do mercado e das tecnologias, ampliou a sua área de negócio vindo a especializar-se na representação e distribuição de produtos eléctricos e electrónicos, equipamentos e sistemas, inclusivamente redes de comunicação, sendo hoje um marco de referência no sector eléctrico.

“Hoje, apresentamo-nos como um solution partner direccionado para os sectores eléctrico, electrónico, de automação e de instrumentação, que oferece um conjunto de soluções integradas das mais diversas marcas”, complementa Rui Marques.

Trabalhando de modo transversal nestas áreas de negócio, pautada por uma análise constante das necessidades do mercado, apostando na rapidez de resposta e numa organização cuidada de stocks, destaca-se entre os outros players.

2013

Mesmo em anos de crise a MVA atingiu bons resultados, sendo que 2012 apresentou um índice de crescimento consolidado, “na ordem dos dois dígitos”, anuncia Rui Marques.

Apesar da envolvente recessiva do mercado decorrente da actual conjuntura económica, em 2013 o empresário não deixa de procurar novas soluções e oportunidades de negócio, criando uma nova área de comunicações e energia, planeando futuramente desenvolver também uma área dedicada à média tensão. O nicho de mercado da eficiência energética é um dos objectivos a alcançar durante o presente ano. A MVA iniciou, ainda que timidamente, negócios com o mercado externo, esta estratégia apresenta-se também como um bom caminho para enfrentar a crise.

mva
electrotécnica
your solution partner

Westermo
-modems gsm
-routers
-switches

CompleTech
-antenas
-acessórios

MICROSENS
-conversores
-switches
-redes fibra óptica

STATUS INSTRUMENTS
-módulos 57-300
-gateways
-hubs/switches
-fichas profibus

Helmholz
compatible with you
-conversores de sinal
-isoladores, splitters
-transmissores de sinal

Bihl + Wiedemann
-módulos ASI bus

SIGNAL-CONSTRUCT
-led's
-lâmpadas multi-led
-indicadores a led

RACOM
-radio modems
-gprs/edge/umts
-microwave links

LUTZE
Systematic Technology
-conversores
-fontes de alimentação
-módulos electrónica

Deutschmann
-intelligent gateways
-serial gateways
-serial interfaces

B&B ELECTRONICS
-soluções industriais de comunicação

KALEJA
-módulos electrónica
-DC controls

JM Concept
-transmissores e interfaces de medição

LUMEL
-conversores
-indicadores
-aparelhagem medida

ICP DAS
-remote I/O controllers
-distributed I/O modules
-I/O data acquisition boards
-conversores serie

EMU
ELECTRONIC TEST
-contadores de energia
-analísadores de energia

HARTING **SIEMENS** **E-T-N**
WAGO **RITTAL** **E-T-A**
ADVANTECH **IME** **finder**

rua inácio duarte 9A - 2790-226 carnaxide
tel. 351 214 879 000 - fax. 351 214 879 007
e-mail: mva@mva.pt - webpage: www.mva.pt

Especialista em Maquinaria Industrial



Comércio, fabrico e prestação de serviços – formação, consultoria e assistência técnica - a equipamentos industriais para os sectores da panificação, pastelaria, salgados e chocolataria, são as valências da Brettécnica, sediada em Pero Pinheiro.

A Brettécnica nasceu da vontade de ajudar pequenos e médios produtores portugueses a industrializarem os seus negócios através do aconselhamento técnico e fornecimento de equipamentos para a indústria alimentar. Foi pelas mãos de Pedro Brett que o projecto ganhou vida em 1997, inicialmente só com assistência técnica e consultoria.

Este trabalho desenvolveu-se até 2001, ano em que a comercialização de materiais para sectores específicos - panificação, pastelaria, salgados, chocolataria - integrou as valências da empresa. Sendo o ramo dos equipamentos manuais já muito explorado no mercado nacional, o seu foco direccionou-se

para a venda de maquinaria com uma forte componente tecnológica.

Perante a crise do mercado europeu que se intensificou a partir de 2009, a Brettécnica viu-se obrigada a proceder a uma reestruturação interna dos seus quadros e a encetar a procura de contactos no mercado externo, nomeadamente o angolano.

Dado que a assistência e a formação prestada aos clientes é uma das mais-valias da Brettécnica, a empresa prima por marcar presença no exterior através de revendedores. "A venda directa implica que o cliente final fique desapoiado em caso de necessidade, por isso optámos por procurar representantes



nos países onde nos queremos posicionar", explica Isabel Brás, administrativa e sócia-gerente da firma.

Projectos em curso

Actualmente, a Brettécnica passa por uma fase de investimento, sendo seu objectivo utilizar o forte



conhecimento da sua equipa na concepção e fabrico de maquinaria própria. “Queremos potenciar os nossos conhecimentos técnicos e apostar na apresentação e fabrico de soluções à medida do cliente”, refere Isabel Brás.

Apesar de já ter capacidade para abraçar pequenos projectos personalizados, o objectivo passa

por apostar na especialização em algumas áreas, procurando parceiras com revendedores dentro e fora de portas.

“Uma das nossas apostas prende-se com o sector da chocolataria. A crescente procura de temperadoras para o sector ou o crescimento de vertentes de pastelaria como o cake design, tem-nos permitido

apostar noutros sectores”, informa a sócia-gerente.

Com dois protótipos, na área de pastelaria, em fase de conclusão, 2013 será o ano em que a Brettécnica pretende amadurecer o projecto de fabrico, testando e aperfeiçoando o material já produzido. Espera-se que a sua comercialização tenha início até final deste ano.



breTécnica
baking technology!

**Fabrico, comercio e reparação de:
Equipamentos para as Indústrias
de Panificação, Pastelaria,
Chocolate e Salgados**



**Avenida 19 de Maio, 4 – Pavilhão 4
2715 - 001 Pero Pinheiro**

**Tels.: +351 219 259 305 • +351 219 259 306
Fax: +351 219 259 307 • Telem.: +351 916 190 304
geral@brettecnica.com • www.brettecnica.com**



Nemotek: Visão de futuro e eficiência



A Nemotek foi criada em 1995 por um cidadão francês. Actualmente, sediada em Torres Vedras, tem tido um papel fundamental na divulgação da eficiência energética a nível nacional.

Em 1995, Bernard Verguet radica-se em Portugal e cria a Nemotek, empresa dedicada à gestão técnica de edifícios, sector pouco desenvolvido à data. Posteriormente focou-se para a eficiência do consumo de electricidade, por intermédio da celebração de uma parceria com uma marca francesa conceituada. A sua formação em comércio internacional permitiu-lhe desenvolver um modelo de negócio eficaz e ajustado às mudanças do mercado.

Partindo de um estudo de mercado elaborado durante o seu curso, apercebeu-se do potencial de negócio em terras lusas e decidiu abrir, nesse mesmo ano, a empresa Nemotek. A gestão de energia ainda era assunto tabu em muitas empre-

sas, pelo que houve necessidade de conhecer, lutar e ganhar confiança das empresas. “Desenvolver uma empresa no estrangeiro, prende-se automaticamente com o conhecimento das pessoas, da cultura, dos hábitos de compra, da forma de ser. Para conseguir a implementação da Nemotek tivemos que adquirir este domínio antes de ter os primeiros êxitos”, afirma Bernard Verguet. Neste contexto, e depois de conhecer o funcionamento do mercado nacional e suas necessidades, introduziu e desenvolveu os produtos chave.

Estratégia de mercado

O ponto de partida para a Nemotek foi a gestão via informática de edifícios. As empresas começaram a

mostrar receptividade às soluções de poupança que contrariavam o crescente aumento no valor da fatura de energia, com investimentos que garantiram poupanças até 20%. Rapidamente a Nemotek se tornou numa empresa especialista na eliminação da energia reactiva, o que facilitou a sua entrada nas empresas. Além de serem garantidas poupanças directas na fatura de energia eléctrica dos clientes, a prestação de um serviço técnico de qualidade, abriu portas para o fornecimento e desenvolvimento de outros produtos e soluções. No ano de 1998 foi desenvolvida a ideia de poupanças na iluminação pública. O primeiro trabalho foi a instalação de equipamentos na Ponte Vasco da Gama. Toda a ilumi-

nação nos 17 km da ponte é gerida pela Nemotek, tendo sido atingidas poupanças de 30% na factura de electricidade. A Nemotek tem vindo a colaborar com vários municípios, localizados no Centro e Norte do País e, neste momento, possui a gestão da sua iluminação pública, contribuindo desta forma para a saúde financeira das autarquias. A Nemotek, além de gerir e reduzir o valor das faturas dos clientes em Portugal, tem vindo a desenvolver actividades em Angola, sobretudo no sector da qualidade de energia. Actualmente, em parceria com uma marca internacional de UPS dinâmicas, tem conseguido garantir fiabilidade na qualidade de energia numa das maiores empresas de África, pela eliminação do impacto das falhas da rede eléctrica no sector fabril, com enormes reduções de custos com as falhas de produção. Para isso, conta com 12 colaboradores, “uma boa equipa”, sintetiza

Bernard Verguet. O bem-estar dos trabalhadores e a boa relação entre a equipa nunca são descurados. A constante formação é fundamental e é feita além-fronteiras. “Aqui dentro temos a obrigação de nos auto formar porque estamos sempre à procura de coisas novas”, salienta Bernard Verguet, principalmente em áreas com constante evolução. A estratégia da Nemotek assenta em parcerias sólidas, ética, responsabilidade e fidelização do cliente, pelo acompanhamento e dedicação, qualidade na resolução de problemas e manutenção aos equipamentos. “Custe o que custar”, um negócio tem de ser levado até ao fim. Aprender com o passado e conhecer os equipamentos é imprescindível para a evolução da empresa.

Acreditar na mudança

Os efeitos da crise só são sentidos quando se contactam as empresas, uma vez que a Nemotek é procura-



da justamente para a racionalização dos gastos, tão necessários nesta fase. Com esta noção, a estratégia foi ajustada às necessidades do cliente e agora é permitido o aluguer de equipamentos. Para o futuro, a aposta passa pelo desenvolvimento da empresa noutros países e pela procura e desenvolvimento de soluções a nível nacional e internacional.

Gestão de Cargas Críticas



Soluções Modulares



Correcção do Factor de Potência
Baixa Tensão



Correcção do Factor de Potência
Média Tensão



Monitorização e Optimização de Consumos



NEMOTEK



Nemotek - Gestão Técnica Centralizada, Lda.
Zona Industrial Vale de Canas, Armazém nº1
2560-381 Torres Vedras
Portugal
N: 39.11158° W: -9.25744°

Tel: (+351) 261 323 182
Fax: (+351) 261 325 247
Email: geral@nemotek.pt

www.nemotek.pt

Na promoção da poupança de água



Com instalações próprias na Alapraia, Estoril, a JRBOTAS é a representante nacional de marcas mundialmente reconhecidas – Duravit; Effegibi; Hansgrohe e Longhi – pioneiras nos equipamentos interiores, com especial destaque nas casas de banho, sendo esta preferencial nas escolhas dos grandes grupos hoteleiros.



A Duravit e a Hansgrohe são conceituadas marcas alemãs reconhecidas pelo seu cunho inovador, que apostam na concepção de produtos, promovendo a poupança de água e de energia em cada um dos seus produtos.

Tiago Botas, administrador da JRBOTAS, esteve à conversa com a revista Portugal Inovador e numa visita ao showroom da empresa, deu-nos a conhecer os produtos e as características que os tornam únicos sobre diversos pontos de vista: “Em com-

paração com modelos de torneira mais comuns no mercado que debitam cerca de 12 a 15 litros/minuto, as misturadoras da Hansgrohe debitam apenas 5 litros/minuto, sendo que o novo modelo de Philippe Starck, Axor Organic Starck lançado no ano passado, atinge os 3.5 litros/minuto”. Esta aposta na inovação e preocupação com o meio ambiente tem fidelizado novos clientes, desde os mais conceituados gabinetes de arquitetura, ateliers de design até às construtoras que procuram na JRBOTAS as melhores soluções para os seus projectos. “Estas marcas, a Duravit e Hansgrohe, trabalham em parceria com conceituados designers (Philippe Starck, António Citterio, entre outros), que incutem uma maior dimensão às linhas apresentadas, algo que agrada não só aos nossos clientes, mas também ao utilizador final, podendo comprovar a qualidade das peças”, explica Tiago Botas.

A durabilidade das peças e a poupança inerente à preocupação ambiental permite à JRBOTAS estar associada a empreendimentos conscientes

pela importância da sustentabilidade, fazendo destes produtos uma aquisição de valor acrescido, e integrados assim em grupos hoteleiros de luxo reconhecidos (Grupo Sana; Grupo Tivoli; Grupo Sheraton; Grupo Blandy, entre outros). “A resistência e durabilidade das nossas peças é uma das nossas grandes mais-valias, de tal forma que já em duas situações em obras de remodelação hoteleira, as nossas torneiras e loiças foram os únicos elementos que se mantiveram, e num hotel na Madeira, as nossas torneiras são as mesmas há cerca de 25 anos. Os reduzidos gastos de manutenção, aliados à durabilidade e à poupança de água e de energia, permitem o retorno do investimento em pouco tempo”, realça o administrador.

2013

Este ano realiza-se na Alemanha, a ISH Frankfurt, a maior feira do sector de materiais de casa de banho. É aqui que, de dois em dois anos, os grandes nomes da indústria sanitária apresentam as suas novidades.

A JRBOTAS vai estar presente e acompanhar as novas tendências das marcas que representa, mas Tiago Botas adianta já que, “a Dura-vit vai apostar no restyling de linhas antigas, enquanto que a Hansgrohe vai apresentar muitas inovações ao nível do conforto e da utilização, assente no conceito Select (tecnologia que permite selecionar através de um botão os diferentes tipos de jacto de água).”

Com vista a dar a conhecer estas novidades aos seus clientes, em Maio a JRBOTAS realiza um evento exclusivo onde conta com a comparação de arquitectos, designers e engenheiros que acompanham passo a passo as novidades sempre aliadas à excelência que caracteriza a forma de trabalho desta empresa.

Um sector em reestruturação

Perante a quase estagnação do

sector da construção civil que se refletiu no abrandamento de investimentos em projectos turísticos e nova construção, o investimento na reabilitação verificou um aumento exponencial. A JRBOTAS, acompanha esta tendência de mercado e dedica-se em cada projecto, acompanhando todo o processo com uma equipa de assistência técnica experiente e rigorosa.

A experiente equipa da JRBOTAS, constituída por cerca de 20 colaboradores, tem-se adaptado às novas exigências do mercado, não descurando o acompanhamento personalizado que tanto a caracteriza. “Somos muito rigorosos e mantemos uma cultura de trabalho muito própria. Em cada sector temos pessoas com mais de 15 anos nesta empresa que acolhem os novos membros inculcando-lhes os valores que fazem parte desta casa.”, conclui Tiago Botas.



Axor Starck Organic

Follow your **Head**
and your *Heart*



E assim já pode ter uma escultura de Philippe Starck em sua casa! E que até deita água... num equilíbrio perfeito de design, tecnologia, ecologia e poupança - *the Head and the Heart!*
Para mais informações visite-nos em HANSGROHE PORTUGAL • Rua Antoine de Saint-Exupéry • Alapraia • 2765-043 Estoril • Tel.: 21 466 71 10 • hansgrohe@jrbotas.com
• www.head-and-heart.com • www.hansgrohe-int.com

AXOR[®]
hansgrohe

Com lealdade, rigor e humildade



A Carlos Carvalho Lda é uma empresa de excelência no sector das transportadoras. Uma vasta frota de veículos e uma aposta na sua equipa de trabalho são as principais razões para estar na vanguarda nos mercados.



Foi em 1988 que foi criada uma das maiores e mais conceituadas empresas de transportadoras do nosso país: a Carlos Carvalho Lda. Esta empresa sediada em Malveira, no concelho de Lisboa, tem Carlos Carvalho como mentor e administrador e é constituída por uma vasta equipa de cerca de 80 colaboradores.

A Carlos Carvalho é uma empresa de excelência no sector das transportadoras, especializada em produtos frescos de grande sensibilidade, nomeadamente todo o tipo

de frutas e vegetais. Caracterizada pela qualidade e rigor dos serviços que presta aos seus clientes, esta empresa nunca falha nos horários de entrega das suas mercadorias: “O produto é apanhado durante o dia, embalado no fim do dia. É obrigatório que o camião saia à noite seja com fruto ou vegetais. E claro, a pontualidade é um ponto fundamental neste tipo de negócio: uma coisa é chegar na primeira hora de trabalho de cada país e outra é chegar quando os mercados fecham, e isso é muito

importante. E foi neste ponto que nós conseguimos consolidar, crescer até ao ponto em que estamos hoje”, disse o administrador Carlos Carvalho.

Uma série de factores contribui bastante para o enorme sucesso desta companhia. Segundo Carlos Carvalho, o mais relevante é, sem dúvida, a sua equipa de motoristas e mecânicos altamente especializados, e todos os funcionários de logística que são um enorme orgulho para a empresa: “Penso que temos uma boa empresa, uma imagem muito bonita, mas tudo isto com muito trabalho e humildade. Temos um grupo de trabalho com uma enorme qualidade, excelente e, dentro da nossa oficina, temos mecânicos com uma formação fantástica e nos escritórios orgulho-me da sua postura, quer na maneira como lidam com os clientes quer na lealdade com a empresa.”

A formação e o profissionalismo dos seus colaboradores são um tópico fundamental para o futuro

da empresa. A formação dos motoristas é feita internamente para assim transmitir melhor os valores e filosofia de trabalho da empresa: “Temos uma percentagem muito grande de empregados profissionais de um nível muito alto que não se vê no nosso país. E depois vamos com o tempo ensinando e os que ficam são do melhor que há.”

Abrangência a nível europeu

Derivado à qualidade dos seus serviços de entrega, a Carlos Carvalho Lda tem uma abrangência invejável, praticamente toda a Europa está no seu alcance: “Hoje fazemos a Europa toda, o transporte de produtos só alimentares, e praticamente só frescos, é sem dúvida alguma um mercado muito difícil de se fazer e claro exige uma pontualidade muito grande e um profissionalismo de alta qualidade”. Os países em que a empresa se



encontra mais activa em questão de serviços são maioritariamente Espanha, Itália, Alemanha, França, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suécia, Finlândia e Polónia, sendo este último visitado todas as semanas por vários camiões.

Um futuro risonho

Com um crescimento fantástico no ano de 2012, com uma facturação

de milhões de euros, a Carlos Carvalho Lda está com perspectivas extremamente positivas para o ano de 2013. Para o administrador, os principais objectivos são continuar com o rigor e humildade com que a empresa encara o cliente: “Temos clientes de excelência, de um nível muito alto e todos eles relacionados com produtos frescos, aos quais devo muito.”



**ALCANÇAMOS O FUTURO
CONQUISTANDO O PRESENTE**



Estrada Nacional 8, N.º 10 • Vale da Guarda
Apartado 106 • 2669-909 Malveira
Tel.: 219 663 050 • Fax: 219 663 059

Na vanguarda das sucatas

Com uma vasta experiência no mercado de sucatas, a Intersucatas é uma empresa de excelência neste sector, tendo a preocupação ambiental como uma das suas melhores valências.



O segredo desta empresa para estar na vanguarda deste sector é a sua grande aposta na inovação de estratégias, equipamento, e também numa equipa jovem e dinâmica, recebendo formação de excelência dada na própria empresa e fora dela. Foi graças a estes factores que a Intersucatas foi considerada uma PME Líder e Excelência em 2012.

Esta empresa abrange quase todos os mercados na área das sucatas em Portugal Continental e nas Ilhas e, fruto do seu crescimento nestes últimos anos, está agora a tomar uma política de internacionalização nos mercados africanos: “Estamos inseridos em Moçambique e Angola”, refere a directora Maria Luís.

A Intersucatas tem como principais clientes empresas da área da indústria metalúrgica de base, nomeadamente de siderurgia e fabricação de ferroligas e outras actividades de

Com mais de 40 anos de experiência no sector das sucatas, a Intersucatas é uma empresa que está inserida na área dos resíduos sólidos, tais como metais ferrosos e não ferrosos. Esta empresa que tem Mário Luís como administrador, está sediada na Rua 1º de Dezembro nº 2 – Adoseiros, concelho de Arruda dos Vinhos e na zona industrial dos Cordeiros, lote 3 – São Bartolomeu de Messines, Algarve e é constituída por 16 colaboradores.

Com o seu espírito inovador, a sua preocupação ambiental e o seu carácter empreendedor nos mercados externos como as suas maiores valências, a Intersucatas é uma empresa especializada em serviços de transporte e desmantelamento de metais ferrosos e não ferrosos, nomeadamente o aço e o ferro fundido nos metais ferrosos

e o alumínio, cobre, chumbo, zinco, estanho nos metais não ferrosos. A reciclagem é uma preocupação constante nesta empresa, fazendo serviços de reaproveitamento dos metais com que trabalha, de resíduos sólidos e também de material metálico industrial.



transformação do ferro e do aço e também de empresas de fabricação de produtos metálicos.

Esta é uma indústria que está muito dependente da maquinaria e por isso requer uma grande quantidade de equipamento mecanizado e a Intersucatas fez uma grande aposta e investimento nesta vertente: “É muito importante estar atento às feiras internacionais para que possamos acompanhar a evolução, temos máquinas para efectuar qualquer tipo de reciclagem com vista ao fornecimento de qualquer produto aos vários mercados”.

Contrariando a actual conjuntura económica que o nosso país atravessa e estando inseridos num mercado extremamente difícil e competitivo, a Intersucatas teve um ano de 2012 de grande sucesso, tendo cumprido os objectivos perspectiva-



dos e uma facturação invejável, consolidando assim a excelente gestão e o sucesso da empresa. Para este ano de 2013, as perspectivas são extremamente animadoras, de crescimento e os objectivos são apostar ainda mais na inovação, na dinâmica da sua jovem equipa e princi-

palmente consolidar e aumentar a internacionalização.

Com uma gestão de primeira qualidade, com uma equipa inovadora e um equipamento técnico de excelência, a Intersucatas marca assim a sua presença de topo no mercado de desmantelamento, triagem e reciclagem.

 **InterSUCATAS**
Gestão Integrada de Resíduos e Ambiente, Lda.



SEDE:
Rua 1º de Dezembro, 2
Adoseiros • Apartado 20
2630-507 S. Tiago dos Velhos
Tel.: 219 693 001 • Fax: 219 693 411
intersucatas@mail.telepac.pt

FILIAL:
Zona Industrial dos Cordeiros - Lote 3
8375-071 São Bartolomeu de Messines
Tel.: 282 339 737 • Fax: 282 339 737
intersucatas.sul@mail.telepac.pt

Distribuidora de produtos químicos

A Quimitejo é um dos maiores players nacionais do sector de distribuição de produtos químicos – commodities e de para tratamento de águas. Constituída em 1989, a empresa foi adquirida em 1992 por Chaves de Almeida, engenheiro de formação.



Com sede em Lisboa, a Quimitejo começou por realizar venda por grosso de produtos químicos básicos (soda cáustica, ácido sulfúrico, água oxigenada, entre outros). Mais tarde, a abertura de um armazém de distribuição em Santo Tirso permitiu incrementar o fornecimento de produtos para a indústria têxtil na região Norte do país. O espaço

conta hoje com cerca de 5 mil m² funcionando como o pólo de distribuição nacional.

A empresa dispõe ainda de cinco tanques marítimos, localizados em Aveiro, que armazenam soda caustica, um dos produtos mais comercializados.

Vários sectores de negócio

Actualmente, a Quimitejo apresenta-se como uma das maiores fornecedoras de produtos químicos específicos para o tratamento de águas, actuando em inúmeras centrais localizadas de Norte a Sul do país. Esta vertente técnico-comercial representa grande peso na actividade da firma, exigindo um conhecimento técnico rigoroso e um acompanhamento personalizado e presencial.

A par disso desenvolve-se a distribuição e comercialização de commodities para inúmeros ramos de actividade dos quais se destacam os sectores da têxtil, dos lacticínios e grandes Grupos como por exemplo, a EDP. Em conversa com a revista Portugal Inovador, Chaves de Almeida realça a rede de clientes

e a oferta de produtos bastante diversificada como sendo uma das mais-valias da empresa. “Esta actividade de negócio, sendo muito competitiva, exige uma grande rapidez de resposta e uma gama de produtos alargada”, salienta.

Não existindo em Portugal fornecedores em escala suficiente para atender às necessidades da Quimitejo, a empresa é obrigada a procurar alternativas no mercado externo. “Na maioria dos casos esses produtos não se fabricam em território nacional ou, se existem é numa escala reduzida. É o caso, por exemplo, da soda cáustica que atinge um volume de negócio que ronda as 200 mil toneladas por ano”, explana Chaves de Almeida.

A Quimitejo tem pautado o seu percurso pelo crescimento sustentado que em 2012 alcançou os 8%. A atenção redobrada nas contas, a política de qualidade seguida são os vectores que segundo o sócio gerente permitiram à Quimitejo ser condecorada com o prémio PME Excelência.



Sede:
Avenida D. João II
Lote 1.16.05 - 7º B
1990-083 Lisboa - Portugal

Delegação Norte:
Rua Nova Indústria, 250
Santa Cristina do Couto
4780-752 Santo Tirso - Portugal

geral@quimitejo.com • www.quimitejo.com



ESPOSENDE

Realidade empresarial de Esposende

A ACICE é um parceiro indispensável do tecido empresarial do concelho de Esposende, atingindo já mais de 1300 associados.



A Associação Comercial e Industrial do Concelho de Esposende inaugurada em 1994, surgiu da necessidade de se criar uma entidade direccionada para a actividade empresarial que protegesse os interesses dos empresários, dos seus colaboradores e da população em geral.

Num concelho com sectores de actividade muito diversificados onde predominam as PME's, José Faria, presidente da ACICE, destaca os empresários como a grande mais-valia da região: "Os empresários do concelho de Esposende distinguem-se pela coragem e dinamismo com que têm enfrentado as inúmeras adversi-

dades da actualidade do nosso país e da nossa região".

Prova disso é a forma como estes têm reagido às adversidades e barreiras que surgiram nos últimos anos. "Desde a introdução de portagens na A28, ao evoluir da crise económica por que Portugal atravessa, tudo tem gerado enormes perdas e reduções do volume de vendas das empresas de Esposende. Mas em nenhum momento, demonstraram estes empresários vontade de desistir, pelo contrário, assumiram com frontalidade a dura realidade que vivemos e enfrentaram com coragem as necessárias mudanças operacionais para ultrapassar esta situação", explana José Faria, reforçando, "é por pessoas como estas que a ACICE luta diariamente para assegurar melhores condições de trabalho e protecção, com vista à superação deste duro período económico que atravessamos".

Rumo para 2013

Após a inauguração das suas novas instalações, a ACICE entra em 2013 com vários projectos direccionados para os diferentes sectores de actividade do tecido empresarial - desde o apoio e acompanhamento diário realizado pelos técnicos, até à animação comercial que passa pela realização de várias iniciativas de apoio ao comércio local, passando ainda por campanhas de promoção do comércio fora do concelho.

"A curto-médio prazo e face à conjuntura económica que atravessamos, a ACICE tem como

prioridade reforçar o apoio aos seus Associados e à população do concelho de Esposende", refere o presidente da Associação.

Para tal pretende executar projectos que criem efectiva mais-valia junto das empresas, nas suas diferentes vertentes: "Em primeiro lugar pretende-se manter o apoio ao investimento, através da elaboração de projectos do QREN, apoio à internacionalização, no Dinamizar através de consultoria e formação nas empresas, apoio ao Empreendedorismo e à criação do Próprio Emprego; de seguida a manutenção de iniciativas de animação comercial de grande dimensão, tais como o III Esposende Fashion, ou a III Feira Medieval de Esposende, bem como a realização constante de eventos promocionais e de divulgação do comércio local de Esposende; em terceiro lugar intensificar as actividades do GIP – Gabinete de Inserção Profissional, permitindo uma maior resposta junto da população desempregada, de acordo com as reais necessidades do mercado de trabalho da região; por fim apostar fortemente na formação profissional para empresários e pessoas activas, com vista à melhoria das competências profissionais e pessoais, tornando o nosso tecido empresarial mais competitivo.

Estes quatro vectores são prioritários para transversalmente se minimizar o impacto das severas medidas fiscais de 2013, garantindo desta forma um apoio eficaz e presente junto das empresas", conclui José Faria.

Potenciar o sucesso das empresas

Especializada em serviços de consultoria, auditoria e formação, a INVOGUS afirma-se como o parceiro ideal para alavancar o sucesso da sua empresa. A visão de mercado global da INVOGUS permite-lhe actuar em diversos sectores de actividade.

A INVOGUS nasceu no ano 2000 e está sediada em Vila do Conde. O crescimento gradual da empresa ao longo dos anos fez-se com a diversificação dos serviços que presta aos clientes e a sua satisfação, aumentando o seu raio geográfico de acção até à internacionalização. “Trabalhamos sempre com uma visão de acrescentar valor às organizações com que nos relacionamos”, salienta Sérgio Silva, Director Geral da INVOGUS. Com uma visão global dos diferentes sectores de actividade e com uma equipa técnica especializada, a INVOGUS presta um leque diferenciado de serviços de consultoria no apoio na Certificação de Sistemas de Gestão (Qualidade, Ambiente, Segurança, Qualidade Aeronáutica, etc), a realização de auditorias, a elaboração de planos de negócios, o recrutamento e seleção de recursos humanos ou a formação de executivos de topo. O objectivo é estar sempre ao lado das empresas para potenciar o sucesso das mesmas e ir “sempre de encontro às necessidades do mercado”, afirma Sérgio Silva. No mercado actual “a certificação

de uma empresa passou a ser um elemento crucial para as organizações poderem trabalhar, seja numa óptica de mercado nacional, seja numa perspectiva de exportação, em muitos casos, não é possível comercializar os produtos/serviços sem ser por uma organização certificada”, refere Sérgio Silva. É neste campo que o trabalho da INVOGUS se afirma como essencial ao sucesso das empresas. Além disso, “a formação contínua dos recursos humanos é uma peça que não pode ser dissociada do sucesso das organizações, e há necessidades de competência prementes que só poderão ser suprimidas através de formação profissional qualificante”, observa o Director Geral da INVOGUS. Assim, certificação e a formação constante dos quadros de uma empresa são peças fundamentais para o seu sucesso e é neste campo que a INVOGUS se afirma como um parceiro ideal. Em 2010, a INVOGUS iniciou a sua actividade no mercado espanhol, através de uma filial que tem como objetivo a consultoria técnica e auditorias em organizações



do sector aeronáutico, aeroespacial, militar e de defesa, através da actividade desenvolvida pelo único auditor português qualificado pelas normas AS9100 e AS 9120. No futuro, “a estratégia da INVOGUS assenta em três vectores essenciais: incrementar a actividade de consultoria e auditorias em Portugal; dinamizar a actividade em Espanha e apostar na formação de executivos em Portugal”, afirma Sérgio Silva. A aposta no país vizinho passará pelo alargamento à consultoria técnica no desenvolvimento e fabricação de componentes para a indústria aeronáutica, enquanto que na formação de executivos pretendem alargar a sua oferta desde o MBA Gestão de Empresas ao MBA em Marketing e Vendas, através de uma empresa do grupo - SN BUSINESS SCHOOL.

INVOGUS[®]
CONSULTORIA DE GESTÃO
INVULGARMENTE PROFISSIONAIS

12
ANOS
INVULGARMENTE PROFISSIONAIS

Av. Júlio Graça, nº 637, 1º Esq.
4480-672 Vila do Conde
T./F. [+351] 252 641 193
www.invogus.com
consultoria@invogus.com

“Criamos espaços intemporais”

A Oficinas da Casa é um projecto de decoração de interiores, com origem em Esposende, que já mereceu referência nos media internacionais...





Com nove anos de existência, a Oficinas da Casa é um projecto de decoração liderado pelo casal Anabela Hipólito e Vítor Maciel. A complementaridade das vertentes profissionais desta equipa - artes da decoração e ourivesaria/vitrinismo, respectivamente - unem-se enriquecendo de pormenor e design cada trabalho.

Sediado em Esposende, num edifício restaurado, o glamour e o charme desta casa não passam despercebidos aos transeuntes. São três andares minuciosamente ornamentados com temas e apontamentos de decoração que revelam a imagem de marca do projecto.

“Nunca descuramos o nosso espaço de trabalho, é este o nosso melhor cartão-de-visita”, comenta a decoradora, Anabela Hipólito.

“Criamos espaços intemporais, apostando em apontamentos de cor, formas e texturas que enriquecem bases sólidas, quase monocromáticas. A utilização preferencial de madeiras nobres confere beleza e o conforto aos espaços que são suavizados por detalhes de decoração”, define Anabela Hipólito, quando questionada sobre qual a imagem de marca da sua Casa.

Neste processo são, preferencialmente, seleccionados produtos nacionais, sendo que a parceria com

mestres marceneiros garante à empresa de Esposende uma maior liberdade e a capacidade para criar mobiliário com desenho próprio.

Reconhecidos dentro e fora de portas, Madrid e Lisboa são apenas duas referências do portefólio desta equipa especializada na elaboração de projectos chave-na-mão. Como nos explica Vítor Maciel, “hoje em dia, o contacto com o cliente surge mais cedo, muitas vezes a par da decisão de construir a habitação”. Nestas circunstâncias, o trabalho da Oficinas da Casa desenvolve-se em parceria com o arquitecto e com o cliente, com vista à potencialização dos espaços.

Desde a iluminação, passando pela escolha de madeiras e cores, tudo decorre durante o processo de construção de modo a que o trabalho nasça de forma harmoniosa, de acordo com as necessidades de cada indivíduo.

Naturais do concelho de Esposende, Anabela Hipólito e Vítor Maciel assumem-se apaixonados pela sua terra Natal. Por isso, decidiram de-

envolver aqui o seu projecto aproveitando as potencialidades deste destino de férias e de segunda residência para muitas famílias. “Sentimos que persistia na cidade uma lacuna na área e desde logo os nossos serviços foram requisitados por estas pessoas que nos entregam a decoração das suas casas de férias, alargando-se, muitas vezes, às suas habitações fixas”.

Com vista a corresponder às expectativas do seu público a Oficinas da Casa procura, periodicamente, as novas tendências em Feiras Internacionais, sendo os ambientes parisienses a sua maior inspiração.

Em final de conversa o casal assume estar cheio de energia e bons projectos para o ano de 2013. Em carteira está um trabalho que poderá conduzir a equipa da Oficinas da Casa a assumir a decoração de um edifício de oito andares, em recuperação, em plena baixa do Porto.

oficinas da casa | interiores

Largo Fonseca Lima, 12 • Esposende

Tel.: 253964540

O cantinho da D. Hilda

Com gosto e prazer em estar atrás do balcão e atender o público, a D. Hilda leva avante o seu projecto pessoal. A M.A. Jóias situa-se em Esposende e é ponto de passagem obrigatória para quem quer adquirir ouro, fios, pulseiras, brincos, artigos de decoração, relógios e pratas.



É uma mulher de fé e a componente religiosa abunda neste pequeno espaço, os clientes aderem muito a este tipo de peças e têm ao seu dispor serviço de personalização.

“As coisas têm que mudar”

Com optimismo para os dias que aí vêm, a D. Hilda faz um apelo às pessoas, principalmente aos jovens, para aderirem mais ao comércio tradicional e explica o porquê: “Acho que o atendimento é diferente, as pessoas estão mais à vontade, até para fazer uma atençãozinha”.

Para a D. Hilda, Esposende é uma bonita cidade e óptima para passear, facto que pode ajudar a dinamizar o comércio local, e usa uma expressão muito própria: “Esposende no Verão é a Vilamoura do Norte”.

Fica a ideia de dinamizar o ambiente da cidade para o comércio movimentar.

“É mesmo comigo que isto funciona” é a expressão que a D. Hilda usa para explicar que a M.A. Jóias é o seu espaço. Como a imagem conta, o brio nos embrulhos é muito apreciado e reconhecido por todos. O decréscimo de compra entristece a D. Hilda que como boa confidente dos seus clientes já viu e viveu muitas histórias lado a lado com o povo de Esposende. Usa a sua força para animar, ajudar e aconselhar os clientes que vêm na M.A. Jóias também um ponto de convívio.

É desta maneira que faz grandes

amizades e conhecimentos em vários níveis sociais. Desta forma, clientes já se confundem com amigos. Realizada a nível familiar, é aí que vai buscar o ânimo com que encara a vida.



Do sonho à realidade

Dora Guimarães cumpriu o sonho de menina e agora é um caso de sucesso em Esposende com o seu atelier de alta-costura.

Desde cedo Dora Guimarães apostou na formação, especializou-se na área de senhora e estagiou com nomes como Miguel Vieira. Representar Portugal num festival de moda em Berlim, o 1º lugar no Paços Moda e na Modtíssimo, o prémio de Melhor Desenhador Internacional na Moda Estremadura em Espanha, entre outros, foram o início do seu caminho.

Em Abril de 2010 abriu o seu próprio espaço com ajuda da mãe, o seu braço direito e força impulsionadora.

Fiel ao seu “eu” decidiu ficar por Esposende e a aposta correu bem, com famílias da cidade e arredores, a procurar o seu trabalho.

Atendimento personalizado e “mimar o cliente” são os conceitos da designer de moda que tenta tocar na parte emocional e não descarta nenhum

pormenor do processo de criação, sendo a Dora a cara de todo o procedimento.

A inspiração provém da pesquisa e de viagens que faz, mas a personalidade do cliente é o que o veste.

Noivas, vestidos de festa e para cocktail são a especialidade e a versatilidade está impressa no trabalho com todo o tipo de tecidos desde as sedas naturais até às rendas. Na vertente profissional, os clientes procuram-na quando a ocasião pede um modelo mais sofisticado.

Pedindo para descrever as suas criações, elegância, sensualidade, sobriedade, sofisticação, feminilidade e requinte são as palavras escolhidas por Dora Guimarães.

“O menos é o novo mais” é o lema da estilista que ajuda na construção do coordenado

das clientes, desde o penteado, sapatos e maquilhagem dando a sua opinião e sugestões profissionais.

As suas criações podem ser vistas e apreciadas em diversos eventos, incluindo desfiles, feiras/exposições e em workshops que promove, onde aborda as tendências da estação e recicla peças, adaptando-as à moda atual.

A expressão “este projeto será o eterno brilho dos meus olhos” demonstra a paixão e dedicação com que Dora abraça este seu caminho.

O dinamismo que dita o seu dia-a-dia, permitiu a criação de um novo desafio, também muito especial. Apoiada numa equipa promissora promete dar continuidade à qualidade que tem vindo a caracterizar o seu trabalho, agora numa vertente internacional.



Dora Guimarães
fashion designer & personal stylist

+351 915 677 901 | atelier@doraguimaraes.com
www.doraguimaraes.com

Dora Guimarães

A pensar no seu bem-estar

São muitos os tratamentos que promovem a beleza, saúde e bem-estar, no entanto é importante conhecer todos prós e os contras. Para isso, o auxílio e acompanhamento de profissionais qualificados é crucial.



“A procura de conhecimento é de facto uma necessidade, dada ser esta uma área em permanente evolução. A aparição de novas técnicas e tratamentos - endermologia, cavitação, rádio frequência e mesoterapia, por exemplo - faz com que as nossas clientes nos questionem”, comenta a técnica, em conversa com a revista Portugal Inovador.

Tratamento Personalizado

No Máxima as clientes são acompanhadas de forma personalizada e sujeitas a um pré-diagnóstico de modo a impedir que os tratamentos interfiram com eventuais antecedentes clínicos.

Maria do Sacrário preza uma postura de ética e profissionalismo, procurando a satisfação e o bem-estar da cliente, frequentemente se recusa a aplicar algumas das técnicas que surgem no mercado. “Há que ter consciência que trabalhamos com o corpo humano, é por isso necessário que domine as técnicas aplicadas. Não se pode colocar em risco a saúde das clientes”, alerta a profissional, que afirma recusar técnicas como a cavitação ou a mesoterapia.

“Considero que os meios não justificam os fins. No caso da cavitação, estamos a provocar a destruição de um adipócito numa escala

avançada e, não tendo formação médica, acredito que estamos a pôr em causa a saúde das clientes. Os resultados podem parecer positivos, mas o que me garante que isso não irá provocar lesões a médio/longo prazo? Será que o nosso organismo está preparado para gerir tamanha implosão de gordura?”, questiona a profissional, bastante reticente mesmo após a recolha de informação sobre todas as técnicas e dispositivos disponíveis no mercado.

Educar para a Saúde

Numa época em que vários programas televisivos retratam profundas mudanças de visual, recorrendo a tratamentos e cirurgias, Maria do Sacrário reforça junto das clientes a necessidade de estas participarem activamente nas terapias, de forma a potenciar os resultados: “Os programas de televisão iludem as pessoas, fazendo-as crer que os efeitos são instantâneos e definitivos. No entanto, isso é impossível, principalmente com a utilização de tratamentos não invasivos. É importante conhecer os objectivos de cada cliente e alertá-la para o facto de que cada corpo reage de forma diferente, não sendo por isso razoável criar expectativas ou estipular prazos”, alerta.

Máxima Instituto de Beleza é um projecto na área da saúde, beleza e bem-estar que conta com 22 anos de trabalho na cidade de Esposende. Foi em 1991 que Maria do Sacrário assumiu o negócio de perfumaria com a vertente de estética. Na altura, a falta de profissionais no mercado impulsionou-a a especializar-se em esteticismo.

Hoje, Maria do Sacrário é uma técnica qualificada que prima pela procura regular de formação e informação. Numa área em que o surgimento de novos tratamentos é constante são muitas as dúvidas e questões colocadas pelas clientes, às quais a profissional tem que dar resposta.

máxima
INSTITUTO DE BELEZA

Rua Santa Maria dos Anjos
Ed. Paraíso - Loja 6
4740-248 Esposende
Tel.: 253 964 889
Tlm.: 938 289 003

Para o prazer de um corpo bonito, tonificado e adelgado

Depois de um Inverno cheio de excessos, ajude o seu corpo a desintoxicar, drenar, modelar e reafirmar com os nossos tratamentos.

Phytodren | Drenante e Desintoxicante
Diamante | Modelante e Reafirmante
Chocolate branco | Anti-celulítico e adelgado

A Tradição dos Bordados



Há 21 anos no mercado dos bordados, a Lisabor é uma empresa sustentada em Esposende que tem como principal objetivo a satisfação dos seus clientes através da produção de produtos de alta qualidade.

Quando decidiu criar a empresa há 21 anos, Luís Ferreira e a esposa não tinham qualquer conhecimento na área dos bordados. Regressado de Angola onde trabalhava numa petrolífera, a aposta neste tipo de sector pareceu ser viável e sustentada. O entrevistado esclarece que “tinha um amigo que nos falou nesta história dos bordados e nós avançámos de cabeça. Disseram-nos que era uma aposta interessante e na altura estava em emergência e também havia poucas firmas de bordados. Começámos por um cliente, para quem ainda hoje trabalhamos e depois fomos crescendo”.

Ao longo de todos estes anos trabalhamos para reputadas marcas de renome internacional, de realçar nos artigos de desporto em geral e em particular na Formula 1. Damos apoio a alguns conhecidos estilistas nacionais, não só nos bordados mas

também em estilizados desenhos de corte a laser. Mais recentemente a aposta tem passado pela produção de produtos termo-colados.

Tendo iniciado a prática apenas com os bordados, a atual conjuntura económica levou a que a empresa adotasse outras técnicas laborais, nomeadamente, na implantação de uma vertente de termo-colagens e transferes. Luís Ferreira explica que “nesta parte inovadora ainda estamos a dar os primeiros passos. No entanto, a título de exemplo aplicamos bolsos no interior ou no exterior, vistas decorativas, fechos, que em vez de serem cosidos nas peças são termo-colados. Trata-se da mesma aplicação, mas é colado. Para in-



vestir nessa nova área tivemos que apostar ao nível da formação.”

A aposta na termo-colagem foi necessária para também combater uma lacuna que existia no mercado, uma vez que os bordados são procurados consoante a moda em vigor. Contando com cerca de seis colaboradores, em tempos a Lisabor funcionou em regime de três turnos onde se trabalhavam 24 horas por dia. Contudo, face à quebra do sector, atualmente isso já não acontece. Outro obstáculo que o sector dos bordados enfrenta é a competitividade das empresas que, muitas vezes, incorrem em concorrência desleal pela prática de preços irrealistas.

Para o entrevistado, a empresa distingue-se pela forte aposta na qualidade dos produtos produzidos, o que posteriormente se traduz na sua relação com os preços. O trabalho da Lisabor é maioritariamente orientado para a exportação através de trabalho subcontratado, “os nossos clientes são empresas nacionais que são exportadoras. Nós só geramos a parte necessária para podermos produzir as peças.”



lisabor - bordados, lda.

Parque Industrial Lagoazende - Pav. 04
Barral - Palmeira de Faro • 4740-591 Esposende
Tel.: 253 962 926 • Fax: 253 964 590 • E-mail: lisabor@mail.telepac.pt





Vencer as contrariedades

Joaquim Rocha começou por trabalhar numa serralharia civil e de modo a alargar horizontes passou a investir em alfaias agrícolas. Fundada em 1976, a EstufasMinho nasce de uma reparação casual que origina a vontade de ingressar neste meio. Actualmente são os três filhos, juntamente com o fundador, que gerem esta empresa. Chegamos à fala com um dos filhos, José Manuel Rocha, que nos explicou como se consegue vencer na actual conjuntura económica!

Pioneiros a nível nacional no fabrico e montagem de estufas, a EstufasMinho são sinónimo de inovação, qualidade e diferenciação, factor que os mantém na posição de líder de mercado! Trabalham sempre com empresas e matérias-primas certificadas, de boa qualidade e que respeitam as normas portuguesas e europeias. Segundo José Manuel Rocha, “o nosso objectivo enquanto empresa é ir ao encontro das necessidades dos nossos clientes, porque o seu sucesso é o nosso sucesso!”

Trabalhar dentro de portas

Na EstufasMinho quase tudo é feito internamente, desde os processos de corte, conformação, decapagem e pintura até aos acessórios das estufas e construções metálicas.

Explica José Manuel Rocha que “90% do negócio é todo transformado cá dentro”. A Estufasminho,

S.A. só recorre ao outsourcing no processo de galvanização das peças!

Neste momento, a empresa conta com 55 funcionários que fazem, continuamente, formação na segurança, metodologias de trabalho, ambiente e qualidade!

A empresa Estufasminho aposta na qualificação e *know-how* dos

seus colaboradores, porque eles são, segundo José Manuel Rocha, “o motor da empresa”!

A Estufasminho quer iniciar o próximo ano com a implementação completa do Sistema de Gestão Integrado, que segundo o empresário é “um marco importante na empresa, devido ao actual mercado e à exigência crescente dos



clientes, o que o torna um desafio interessante!”

Investimento com retorno

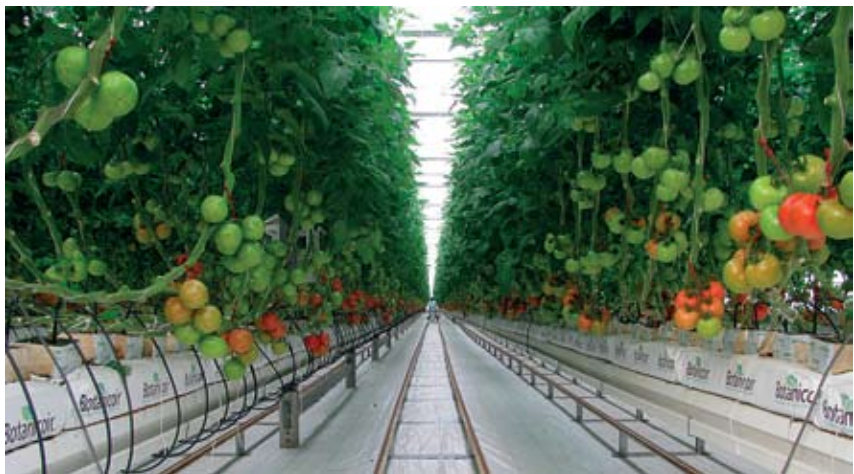
A EstufasMinho tem efectuado investimentos em algumas máquinas de última geração, este investimento ajuda-os a lutar contra a sazonalidade e permite à empresa poder actuar nas áreas das estruturas metálicas, nos painéis fotovoltaicos, nos suportes e nas estruturas para energias renováveis. José Manuel Rocha afirma, “é um investimento com retorno”. É considerada uma das empresas mais bem equipadas actualmente no mercado!

“Cada estufa tem a sua particularidade”

Uma vez que desenvolver estufas requer um trabalho muito específico, a equipa nunca faz um projecto sem visitar o local. Cada caso é um caso e a vantagem competitiva da EstufasMinho prende-se com a máxima de apenas vender algo que funciona. Para garantirem a qualidade do serviço, trabalham in loco, vão ao local estudá-lo. José Manuel Rocha acompanha as tendências e desloca-se ao exterior do país para adaptar as novidades a Portugal tendo em conta as inúmeras variáveis que podem influenciar o sucesso dos projectos.

“O objectivo é inovar nas estufas”

Com clientes em praticamente em toda a América do Sul e em países como Angola, Moçambique, Cabo Verde e França, a EstufasMinho



tem vindo a conquistar mercados além-fronteiras, sem perder a noção da perfeição.

O gosto pelos projectos onde ingressam incide na sabedoria e na pesquisa a montante, desenvolvida pelo departamento de Engenharia! Daí retiram o desafio e a mais-valia.

Todos os projectos são muito rigorosos e as maiores decisões são sempre tomadas depois do desafio ser apresentado a toda a equipa. “Nós temos qualidade! Se há um compromisso, todos os recursos são alocados para

um objectivo, satisfazer o nosso cliente”, orgulha-se José Manuel Rocha.

A contar apenas com negócios que estão fechados e encomendas já efectuadas, 2013 vai ser um ano muito bom, tendo em conta a actual conjuntura económica. Do ponto de vista do empresário José Manuel Rocha, a solução para a crise é “semear muito para depois colher”.

Este ano, a EstufasMinho, “vai trabalhar muito”, assim vão poder continuar a dizer que “crise aqui dentro não há”.



Rua das Pedreiras • Apartado 8
4741-908 Fão - Esposende
Telefone: 253 989 360 Fax: 253 989 369
geral@estufasminho.pt
www.estufasminho.pt

“N ideas 2 you”

DESIGN • WEBDESIGN • COMUNICAÇÃO

N2

É num ambiente acolhedor e apetecível que encontramos uma mostra de alguns dos trabalhos desenvolvidos pela N2.

Em co-working com um gabinete de arquitectura, a montra espelha a sinergia entre as duas equipas. Depois de um percurso de 12 anos pela moda, onde trabalhou por exemplo com o Portugal Fashion, Nuno Neves, aliado à colega e amiga Raquel Lopes, mantêm a sua empresa com um pólo em Esposende e a sede em Vila Nova de Gaia.



Com um percurso de sete anos e clientes como Ach Brito, Claus Porto, Livraria Lello, Bacalhau Lombo Alto, Hiperlimentar e Interadubo, os projectos da N2 são sempre em grande: grande empenho, grande qualidade, grande resultado. Nalguns casos, é desenhar sobre marcas que já existem, respeitando, refazendo. “Se já existe uma imagem de marca nós temos que a usar, inovar sem a estragar”, explica Nuno Neves, como por exemplo a Marca Claus Porto. Noutros casos,

criam-se novas imagens para “ajudar os nossos industriais e produtores a competir e desenvolverem-se através de uma imagem inovadora. Fazemos aquilo que as pessoas precisam. Em termos de Design todas as áreas são bem-vindas. Gostamos de estudar a área com que vamos trabalhar e a partir daí desenvolvemos o trabalho, o produto.”

Alguns dos projectos...

O nome da marca também é desenvolvido pela N2 se for necessário. Os exemplos são bem conhecidos: o vinho Alvarinho das “Terras de Conclave”, que resultou do estudo da história das terras de Monção e da cultura Celta, e a loja de decoração Lá d’Casa, na Rua de Ceuta, no Porto.

Outro trabalho de orgulho para Nuno Neves foi feito com a Câmara Municipal do Porto, em que a N2 foi contratada para fazer toda a legendagem e sinalética da Casa Museu Guerra Junqueiro. O processo passou por fazer legendagem de todas as peças através de fotos e



foi um sucesso.

O método de trabalho da empresa implica um contacto constante e um trabalho em conjunto com o objectivo de identificação entre o cliente e o resultado.

Ajudar Portugal

A N2 tem outra particularidade, a de estar de portas abertas à juventude e novas ideias, e, nesse sentido, aceita estagiários, portugueses ou não. Para isso, conta com uma parceria com a Escola Árvore, Cinel, entre outras. O foco actual da N2 é a área da embalagem que, na opinião de Nuno Neves, é importante para Portugal. “Temos que exportar produto de qualidade com uma boa imagem e isso tem que ser trabalhado”. O produto regional tem, forçosamente, de possuir uma imagem apelativa para ser vendido lá fora e, assim, poder ombrear com grandes marcas.

Fica o conselho ao tecido empresarial: apostar e valorizar mais o Design.



www.n2-design.pt
www.facebook.com/n2design.pt

Cabelos “Bellísimos”

O cabelo é fundamental no cuidado da imagem que queremos transmitir. O Bellíssima Cabeleireiro visa ajudar os seus clientes a sentirem-se bem com o seu visual, apostando em serviços cuidados segundo os mais altos padrões profissionais.



Foi há dois anos que o Bellíssima Cabeleireiro abriu as suas portas pela primeira vez, resultando de um sonho antigo das suas proprietárias, Maria do Céu e Alexandrina Ribeiro. Nos dias de hoje, o salão distingue-se pela excelência do serviço e a componente inovadora que as responsáveis procuram diariamente.

Com uma média de cerca de 60 clientes por mês, Maria do Céu Ribeiro salienta que “a maioria das pessoas que nos procuram não é de Esposende. Temos

clientes de Braga, Barcelos, Guimarães e até alguns de Lisboa que nos visitam. Quando se presta um bom serviço é transversal”. Em Esposende, verifica-se ainda o fenómeno das casas de férias, acontecendo muitas vezes os proprietários visitarem também o salão, “quando as pessoas vêm de férias, principalmente no Verão temos a casa mais cheia.”

Para este ano, as tendências são as madeixas francesas e as madeixas californianas, estilos que fizeram sucesso em 2012

e que são novamente aposta. Com uma componente masculina incorporada no salão, cada vez mais se nota o aumento da preocupação das pessoas em cuidar da sua imagem. Alexandrina Ribeiro acrescenta que “as pessoas preocupam-se mais com a imagem, principalmente os homens. No início, os homens costumavam vir cá uma vez por ano e agora vêm quase todos os meses.”

A crise também faz com que se note uma quebra nos cuidados de beleza. Apesar de 2012 ter sido um bom ano, já se começou a sentir uma ligeira redução no número de pessoas que visitam por mês o salão, as responsáveis explicam que “para contornar as dificuldades, tentamos ter o melhor serviço possível. Estamos a tirar cursos para continuarmos a inovar, neste momento estamos a frequentar um de maquilhagem com a Mary Key que é americana, e outro de limpezas faciais. Posteriormente, vamos tirar também uma formação em penteados elaborados.”

Para este ano, o desejo é que os bons resultados se mantenham e que mais clientes procurem o salão.



Promover o desenvolvimento local e a qualidade de vida

Criada em 1995, a Beira Douro, Associação de Desenvolvimento do Vale do Douro, aposta no desenvolvimento das potencialidades endógenas do território de modo a beneficiar o tecido socioeconómico da região.



A Associação Beira Douro estende a sua área de intervenção aos concelhos do Vale do Douro Sul, Armamar, Cinfães, Lamego, Moimenta da Beira, Penedono, Resende, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço e Tarouca. O seu trabalho passa por apoiar e promover, desde a fase de incubação, projectos de desenvolvimento sustentável para

o território nas áreas do turismo, artesanato, do património histórico e cultural, agricultura e apoio social. “Desenvolvemos um trabalho meritório, promovemos a identidade e os factores de coesão regionais e damos respostas às necessidades de desenvolvimento da região”, enuncia Rui Oliveira, presidente da direcção da Beira Douro, sobre o trabalho da associação.

Incentivando a população a criar e a desenvolver projectos de desenvolvimento integrado nas diversas áreas, o trabalho da Beira Douro inicia-se no acompanhamento de todo o processo de modo a afirmar as potencialidades e a reduzir os factores de risco. Cada projecto destaca-se pela exemplaridade, singularidade e pela importância que tem para a economia local e criação de emprego. No turismo, são exemplos disso, entre outros, o Espaço Multimédia da Quinta do Pessegueiro, o Agroturismo da Quinta da Barroca ou o Centro de Turismo Activo Naturimont. O apoio à gastronomia e aos produtos endógenos passa, por exemplo, pelo projecto Douro Flavours, que junta chocolate, vinho do Porto e licores cistercienses e ainda pelo Centro Interpretativo da Cereja em Resende, não esquecendo também que a região é a segunda maior produtora nacional de castanha e 50% da maçã nacional é produzida no território. No artesanato e valorização do património, podemos referir a Escultura em Pedra, do escultor Noel Monteiro em Moimenta da Beira ou o Centro Interpretativo da Aldeia da Faia, primeira aldeia submersa e trasladada em Portugal,

no município de Sernancelhe. Como o equilíbrio social e o bem-estar da população são também premissas da Beira Douro, a associação apoia lares, centros de dia, serviços de apoio domiciliário e ainda creches e infantários.

O facto de o território de abrangência da Beira Douro estar integrado na região considerada Património da Humanidade pela Unesco, a associação decidiu apostar na captação de investimento estrangeiro para alavancar o desenvolvimento local, “temos desenvolvido em diferentes mercados acções de captação de investimento que resultaram em alguns dos mais marcantes investimentos do sector turístico e vitivinícola, protagonizados no Douro nos últimos anos”, considera Rui Oliveira. Está em fase de execução o projecto Douro - Promover o Território, Captar o Investimento, ao qual juntaram a componente de abertura de mercados de vários países para os produtos do território, “sendo relevante não só trazer investidores para o Douro, mas também encontrar formas de internacionalizar os produtos-estrela da nossa região”, salienta o presidente da Beira Douro.

No futuro, a associação pretende alargar a aplicação da metodologia de desenvolvimento actual. “Consideramos ser a que melhor promove o futuro das populações da nossa zona de intervenção e que, sobretudo nesta fase extremamente difícil, se torna a que melhores resultados pode apresentar com menor dispêndio de recursos”, conclui Rui Oliveira.

“Energia mais económica, mais segura, mais ecológica”



Inserida no Grupo Dourogás, a Sonorgás, S.A, é uma empresa regulada pela ERSE (Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos) que presta um serviço público de distribuição de gás natural, a uma vasta área do Interior Norte do país.

A Dourogás, SGPS actua, desde 1994, na distribuição de gás natural nas zonas do Interior Norte do país.

Desde a sua criação, a empresa mostrou-se sempre inconformada com a discriminação existente

no sector entre a faixa do território junto ao Litoral e a do Interior. Começou por isso a operar com gás propano em redes de abastecimento público, com a compreensão e apoio das autarquias para o uso do solo, fidelizando desta forma um crescente número clientes.

O gás natural, forma de energia mais económica, mais segura e mais ecológica, só no ano de 2000, altura em que a Dourogás integrou uma sociedade de capital maioritariamente público, como à época a legislação impunha, ficou disponível para a sua distribuição nos centros urbanos de Chaves, Bragança e Vila Real.

A Dourogás viria a autonomizar-se em 2008 com a criação do seu próprio projecto de gás natural: a Sonorgás - vocacionado para servir as sedes de concelho de toda a região não concessionada a Norte do rio Douro, estando agora a operar em Mirandela e Macedo de Cavaleiros (distrito de Bragança), Peso da Régua e Santa Marta de Penaguião (distrito de Vila Real), Póvoa de La-

nhoso (distrito de Braga), Arcos de Valdevez e Ponte da Barca (distrito de Viana do Castelo).

Destacando-se pelo dinamismo e ousadia com que se apresenta face a um mercado tão exigente, a Sonorgás tem na aposta na inovação a sua mais-valia. Composta por uma equipa de profissionais “dedicados e competentes”, a formação progressiva dos seus quadros é outra das vantagens da empresa. O objectivo é garantir aos clientes o máximo apoio e informação, no momento de decisão, para que “possam aproveitar ao máximo as vantagens competitivas que o gás natural pode trazer às suas vidas”.

A Sonorgás tem ao longo da sua actividade apostado fortemente na construção de infraestruturas que muito têm permitido esbater as diferenças entre o Interior e o Litoral. Como refere Armando Moreira, presidente do Conselho de Administração do Grupo Sonorgás, “esta é uma empresa de referência no que diz respeito ao desenvolvimento económico e social do país”.



Estratégias de desenvolvimento do território

A ADAE, Associação de Desenvolvimento da Alta Estremadura, nasceu em 1994, da necessidade de criação de um movimento em torno do desenvolvimento local e criar instrumentos de desenvolvimento do tecido socioeconómico da região, a favor da população.

Fruto da união e vontade de várias entidades públicas e privadas da sociedade civil, da educação, da cultura, do património, do poder local e económico da região, o objectivo da ADAE passa por promover e apoiar projectos de desenvolvimento integrado e sustentável, potenciar os recursos endógenos, melhorar a qualificação/formação, preservar a identidade, as artes, a cultura, o património e os saberes, garantindo melhor nível de vida à população. O território de acção - Batalha, Leiria, Marinha Grande, Ourém e Porto de Mós.

“Pretende-se gerar um clima de sustentabilidade, incentivando o surgimento de projectos que criem postos de trabalho e consolidem actividades, promovam o desenvolvimento e a identidade do território, revela António Lucas, presidente da ADAE. No

âmbito da Medida 3 do Proder abordagem Leader ADAE, apoia micro empresas do mundo rural, produtores locais turismo rural, associações, ONG, autarquias locais, IPSS... “os produtos endógenos, fundamentais e necessitados de visibilidade e relevo, a agricultura”, aalienta o presidente. A associação tem incrementado a certificação dos artesãos e unidades artesanais, promovendo e incentivando a produção agrícola e artesanal. O projecto Mercados Eco Rurais viabilizará a realização de mercados com pequenos agricultores sem escala, a par da Loja do Mundo Rural em Lisboa e Batalha. Os projectos de animação, destacando-se a Maratona do Centro, prova de BTT que envolve vários concelhos e mais de mil participantes, o teatro, a cooperação, as hortas da vila, o campo de demonstração, o turismo, os produtos, o património.

A ADAE apoia e dinamiza o desenvolvimento local, em parceria com IPSS, creches, jardim-de-infância, associações culturais, desportivas e recreativas, com vista à melhoria dos serviços às pessoas. Destaque para o centro Europe Direct, local de informação da UE, promovendo actividades, dando formação à po-



pulação e acesso às tecnologias de informação.

Destaque para o projecto Territórios Rurais para um Futuro Sustentável, de promoção de energias renováveis, com a instalação da mini-hídrica no Moinho de Papel em Leiria (primeira mini hídrica legalizada no país), beneficiando o ambiente e a população.

A ADAE, força viva da região, potencia as iniciativas locais, dando-lhes corpo, consistência e futuro, viabilizando a participação dos actores locais, sendo também mediador entre estes e instituições públicas e privadas, dando informação, apoio técnico, animação, mediação, formação e avaliação.



www.adae.pt

ProDer LEADER GOVERNO DE PORTUGAL

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DO MAR, DAS ZONAS COSTEIRAS E DO DESENVOLVIMENTO RURAL

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
A Europa investe nas zonas rurais

Edifício Maringá, Torre 2 - 2º andar • Apartado 2904 • 2400-118 Leiria
Tel.: 244 822 152 • Fax: 244 822 796 • E-mail: adae@adae.pt

Desenvolver e revitalizar o mundo rural

A Pinhal Maior, Associação de Desenvolvimento do Pinhal Interior Sul, trabalha há quase 20 anos no desenvolvimento das áreas rurais dos concelhos de Mação, Oleiros, Proença-a-Nova, Sertã e Vila de Rei.

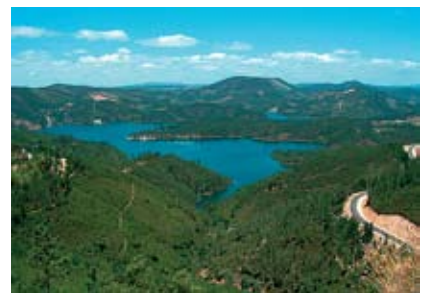


Fundada em 1994, a Pinhal Maior insere-se numa região de horizonte verde e azul, maravilhosamente reclinada sobre as albufeiras do rio Zêzere, Ocreza e Tejo. A associação concentra a sua estratégia no desenvolvimento e promoção da região, “para além do desenvolvimento rural que é o ponto central da associação, usamos a Pinhal Maior como uma associação intermunicipal”, refere João Catarino, autarca de Proença-a-Nova e presidente da associação. Na Pinhal Maior estão associados os principais órgãos públicos e privados representativos da região, trabalhando em prol do mesmo objectivo. A Pinhal Maior está junto da população

a desenvolver projectos de desenvolvimento sustentável para o território pois, “ainda há pessoas a acreditar nestes territórios e a querer investir, é preciso é incentivá-los e ajudá-los”, salienta João Catarino.

Assim, a Pinhal Maior apoia vários sectores como o turismo, a agricultura, as empresas e ainda a preservação do património da região. Falámos de uma região com enormes potencialidades de turismo de natureza e para isso a associação tem apoiado várias unidades de turismo rural e está a fazer pacotes turísticos com as unidades hoteleiras e de restauração, com a marca do Pinhal Interior Sul. Na área agrícola, criaram o projecto Quintais nas Praças do Pinhal, com o objectivo de ajudar os pequenos produtores a escoar os produtos directamente ao consumidor. Funciona mensalmente como uma feira rotativa por todos os concelhos aos domingos e tem tido uma grande adesão por parte da população. No futuro pretendem expandir este projecto para fora da região para as zonas urbanas, onde as pessoas têm menos contacto com estes produtos. Na promoção dos produtos, a Pinhal Maior, em conjunto com outras associações do país, vai ter uma loja do mundo rural em Lisboa para funcionar como posto de turismo e venda de produtos. Para alavancar

os negócios das empresas locais, a Pinhal Maior organizou uma missão empresarial ao Brasil com mais de 20 empresários da região e tem vários projectos de parceria com vários países dos Palop, o objectivo é “criar condições para que as empresas se modernizem e se criem novos empregos”, diz o presidente da Pinhal Maior. A Pinhal Maior desde sempre definiu a floresta como sendo uma área prioritária de aproveitamento das suas potencialidades. Em conjunto com o LNEC e a Fac. de Engenharia da Uni. de Coimbra, a Pinhal Maior tem um projecto para estudar o potencial da madeira de pinho para saber a sua resistência e aplicação na construção, mobiliário e infra-estruturas. Tudo isto irá de encontro à preservação das áreas de mata de pinheiro e poderá aumentar a sua produção. Para o futuro, a Pinhal Maior está já a estudar as prioridades a inserir no próximo quadro de ajuda comunitária, para funcionar até 2020.



PINHALMAIOR
Associação
Desenvolvimento do Pinhal Interior Sul

Rua D. Nuno Álvares Pereira, 1 • 6100-654 Sertã
Tel.: +351 274 600 / 30 • Fax: +351 274 600 139 • pinhalmaior@mail.telepac.pt

www.pinhalmaior.pt



30 anos de *know-how* na Construção

Sediada em Vila Nova de Famalicão, a empresa Fernandes & Fernandes é líder do concelho no sector da construção civil e obras públicas e tem à disposição uma vasta gama de serviços de primeira qualidade.



Inicialmente constituída por quatro sócios, é Manuel Fernandes e a sua família que actualmente detêm cem por cento da propriedade da empresa. Criada em 1979 e vocacionada para a construção civil, com especial atenção para as obras públicas, a Fernandes & Fernandes prima pela organização e qualidade de trabalho proporcionado por mais de 30 anos de experiência e reconhecimento.

Por entre alguns trabalhos de maior relevo da empresa, constam serviços de redes de saneamento e de abastecimento de

água, a construção de pontes, urbanizações e loteamentos industriais e a requalificação e beneficiação de estradas. Manuel Fernandes salienta que “nos anos 90, quando o sector da construção ainda era bastante propenso a crescimento, trabalhamos muito com a EDP e fizemos 8 km de estrada no IP3 de Coimbra. Chegámos a ser empreiteiros directos da PT numa altura em que havia apenas cinco empreiteiros a trabalhar com eles e essa parceria manteve-se até ao ano de 2000.”

Com cerca de 22 colaborado-

res directos designados pelos vários serviços, a empresa admite que a concentração do seu trabalho se mantém maioritariamente pelo concelho de Vila Nova de Famalicão, o entrevistado esclarece que “essa realidade verifica-se por Vila Nova de Famalicão estar acima da média nacional no que diz respeito ao volume de obras. Uma vez que vamos tendo muito trabalho dentro do concelho, achamos que seria mais realista racionalizar os nossos recursos e não correr grandes riscos em zonas ou clientes que não conhecemos. Estamos por isso a focar-nos cá, até mesmo porque é mais vantajoso para os nossos colaboradores que são desta zona”.

Referências de concorrência desleal e até mesmo de crédito malparado são bastante frequentes quando a questão se prende com as obras públicas e para a Fernandes & Fernandes essa realidade é frequente, “por vezes deparamo-nos com situações que não conseguimos compreender. Nomeadamente, nos concursos de obras públicas em que os orçamentos são completamente desajustados da realidade e os preços são impraticáveis. Corremos o risco de optarmos por começar a ajustar os nossos preços para nos conseguirmos manter em actividade.”

Para a empresa, o ano de 2012 foi pior do que os anos anteriores no sentido em que não se

“A empresa vai continuar a apostar na materialização das prioridades definidas e na valorização do seu capital humano com o objectivo de aumentar a carteira de obras”

verificou crescimento. No entanto, o volume de facturação manteve-se na mesma linha dos anos transactos. O entrevistado acrescenta que “2012 foi um ano quase catastrófico para nós, na medida em que já vínhamos de uma sucessão de crescimento. Contudo, para este ano temos uma previsão muito mais optimista, acreditamos que vamos superar o ano anterior. Estamos a prever um crescimento de cerca de 20 a 30% em 2013.”

Ainda referente às perspectivas para 2013, a empresa desenvolveu um plano estratégico desig-

nado por “Ambição 2013”, que consiste numa série de medidas que visam o desenvolvimento sustentado da Fernandes & Fernandes e com prioridades estratégicas para a gestão do Capital Humano, “a empresa vai continuar a apostar na materialização das prioridades definidas e na valorização do seu capital humano com o objectivo de aumentar a carteira de obras. As vertentes que consideramos fundamentais para atingir os nossos objectivos são o planeamento atempado das actividades, a qualidade do tra-

balho apresentado, a satisfação do cliente, a prevenção e segurança no trabalho e a avaliação e seleção constante dos recursos humanos.”

A internacionalização é uma das estratégias da empresa, que está a avançar com um projecto de inserção em Moçambique. Manuel Fernandes esclarece que “já temos estabelecidos alguns contactos e vamos fazer uma visita a Moçambique no próximo mês. Esperamos que por volta de Outubro ou Novembro já estaremos lá a trabalhar.”

Após décadas de prática no sector de construção e obras públicas, a Fernandes & Fernandes tem implementado um Sistema Integrado de Qualidade, Ambiente e Segurança, encontrando-se certificada de acordo com as Normas NP EN ISO 9001.

FERNANDES & FERNANDES, LDA.



Obra: Campo de Jogos do Desportivo das Aves
Dono da Obra: Desportivo das Aves / Camara Municipal de Santo Tirso
Descrição dos Trabalhos: Execução de Rede de Saneamento, Águas Pluviais, Abastecimento de Águas, Rede de Telecomunicações, Rede Eléctrica, Rede de Drenagem envolta dos Recintos de Jogos, Aterro e Regularizações dos terrenos de jogo (Campo de Futebol 5 e de 11) e Arranjos Exteriores (Parque de Estacionamento).



A Bater à porta em Barcelos

Referência no mercado das portas, a A. Cachada orgulha-se de vender produtos ao mais alto nível, dando assim a garantia de qualidade a todos os seus clientes.



A A. Cachada anda no pico no mercado de portas e automatismos em Portugal há vários anos. Sediada em Barcelos, esta empresa foi criada em 1996 e conta com Rosa Ressurreição como gerente. A empresa foi pioneira neste mercado, sendo a primeira do género a ser fundada na região e dedica-se à comercialização de todo o tipo de automatismos relacionados com portas: portas industriais e residenciais seccionadas e basculantes, portas de enrolar, portas rápidas em PVC, portas de segurança e multiuso, cais de carga, portas de vidro automáticas e todo o tipo de motori-

zações relacionadas e abrange todo o tipo de clientela, desde privados a industriais.

O segredo para o sucesso é muito simples: esta é uma empresa que prima pela qualidade, tanto nos seus produtos como nos seus serviços, ou seja, comercializa produtos de alta e média gama porque pretende-se acima de tudo, que estes dêem as melhores garantias aos seus clientes: “Nós vendemos um produtos com qualidade, que dá garantias, que têm os sistemas de segurança activos, com o preço/qualidade adequado aos

“Nós vendemos um produtos com qualidade, que dá garantias, que têm os sistemas de segurança activos, com o preço/qualidade adequado aos nossos clientes”

nossos clientes”, afirma a gerente Rosa Ressurreição.

Esta empresa barcelense está presente, maioritariamente, no mercado interno, mas também faz obras para o exterior. Para esta empresa cada cliente é único, e tem à sua disposição serviços de venda, acompanhamento de obras, assistência, manutenção e reparação, totalmente personalizados.

A A. Cachada é uma empresa que tem um grande reconhecimento no nosso país, trabalhado em projectos, como por exemplo a Opel, Hospital Braga, Motel de Valongo, Mercedes, Mc Donad's, Makro Portugal, Auto-Chavemor, Lda., e com empresas de prestígio, como a J.Camilo, S.A., Soc. Const. Almeida & Magalhães, Lda., Empreendimentos imobiliários vila atlântico, Lda., Constructora San José, S.A., António da Silva Campos, S.A., J. Gomes, S.A., José Castro & Filhos, S.A., Eduardo Gil & Ca Lda., entre outras, tendo participado também em várias feiras da Concreta, feira internacional de construção realizada na Exponor, no Porto.



a. cachada
Comércio, Montagem e assistência Unipessoal, Lda.

Rua da Olivença Loja 181 Bl.4 R/C - Arcozelo • 4750-191 Barcelos
Tel.: +351 253 809 330 • Fax: +351 253 809 331 • geral@acachada.pt
www.acachada.pt

Queijo 100% natural

A família Santos encontra-se ligada à produção animal há várias gerações. Começaram a produzir leite em 1976 e a preocupação constante com a dieta dos animais e com a genética possibilitou a produção de um leite de excelente qualidade. Nessa altura, Maria Amélia Santos e António Moreira dos Santos resolveram começar a transformação para valorizar o leite produzido. Em 1983 nasce a produção do Queijo Senras.



A filosofia de trabalho na SenrasDairy é “olhar para a qualidade”, explica Marta Santos. Analisam todos os factores que permitem rentabilizar a produção, mas nunca descumem a qualidade do queijo.

30 anos de história

O leite provém de exploração própria e, desde o fabrico até estar preparado para venda demora cerca de 30 dias sendo todo o processo feito artesanalmente pela equipa de cinco funcionários na propriedade da SenrasDairy. “Durante o fabrico nenhum aditivo é adicionado para dar sabor, o leite não é desnatado permitindo ao queijo desenvolver características organolépticas únicas durante a cura”, explica Marta Santos.

É possível adquirir Queijo Senras directamente nas instalações da Senrasdairy mas os hipermercados Jumbo e Continente representam cerca de 48% das vendas, a restante quota é representada por grossistas como a Saner e retalhistas. Os principais clientes são de zonas como Guimarães, Porto, Matosinhos, Gaia, Maia, Famalicão e Trofa mas a distribuição não irá ficar por aqui. “Temos intenção

de aumentar o nosso volume de vendas, a nossa produção e ter a nossa carteira de clientes o mais diversificada possível”, conta Marta Santos. Neste momento estão a expandir para Luxemburgo e França incidindo nas comunidades portuguesas.

Novas instalações didáticas

O ano de 2012 correu bem para a Senrasdairy e o reflexo é que vão

construir uma nova vacaria e queijaria onde “ a organização das novas instalações foi pensada para os nossos clientes/visitantes terem a oportunidade de acompanhar todo o processo”. Desde o nascimento de um vitelo até ao queijo estar pronto a ser comercializado. A ideia é dar continuidade às visitas das escolas e criar um novo nível de laços de confiança com o público.

Rua do Cruzeiro, 37
4760-728 Ribeirão
Vila Nova de Famalicão
Tel/Fax: 252 491 516
Tlm.: 933 757 114
info@queijosenras.com

www.queijosenras.com

“É necessário substituir as importações por produtos nacionais”

Foi no dia 17 de Maio de 1994 que se constituiu a AEC que se tornou um importante órgão de apoio aos empresários do concelho de Cantanhede, no desenvolvimento das suas actividades.



Desde 1994 que a Associação Empresarial de Cantanhede (AEC) tem como principal objectivo, promover o desenvolvimento económico, social, técnico e cultural e criar uma força para dinamizar e unir os empresários da região.

Luís Roque, o actual presidente da Associação, divide o tecido empresarial de Cantanhede em três vectores: indústria, comercial e agrícola e acrescenta que “a indústria da biotecnologia e da investigação está agora a dar os seus frutos”.

A Associação é ainda constituída por quatro parques industriais que albergam a maioria dos seus 250 sócios. Actualmente, na AEC decorrem dois grandes projectos, como é o caso da formação PME, programa desenvolvido junto das empresas com

apoio a consultadoria e com formação seleccionada e o Programa de Formação Modelar para 2012/2013 cujo objectivo é dar formação específica em diferentes áreas aos associados, e consultoria individualizada.

Outro projeto da AEC é o Gabinete de Inserção Profissional que tem dado alguns frutos, nomeadamente, no sucesso dos resultados obtidos na relação de procura com a oferta de emprego. O entrevistado explicita que “nesse âmbito, fazemos alguns programas, damos também estágios e praticamos, fundamentalmente, a medida Estímulos 2013”.

A Associação Empresarial de Cantanhede dispõe de um gabinete de apoio as PME's onde se fazem projectos e atendimento jurídico de forma a dar

apoio a algumas empresas que não o podem ter por si. Complementarmente, existe ainda um departamento que desenvolve alguns eventos, como é o caso da Feira de Reduções que conta já com 21 edições e tem a frequência de duas mostras por ano. Existe a Feira de Trabalho e Formação, o Dia do Empresário com vários seminários, animações de Natal e concurso da tómbola; tudo feito no comércio local.

Relativamente à internacionalização – tema recorrente quando se trata das dificuldades que as empresas enfrentam no âmbito nacional, na opinião de Luís Roque é “certo que é preciso exportar, mas é necessário substituir as importações por produção nacional e o país ser autónomo. É necessário produzir o possível e exportar o resto já que Portugal tem muita capacidade para produzir.”

Para 2013, a formação, consultoria, inserção profissional e o apoio às PME's são a grande aposta e o desejo da AEC é manter o nível de qualidade dos serviços no apoio aos empresários do concelho.

Hotel Residencial Alentejana

Rua Dr. Henrique Sêco, 1
3000-145 Coimbra
Tel.: 239 825 903 / 239 825 924
Fax: 239 842 478
residencialalentejana@hotmail.com
www.residencialalentejana.com

A arte de vender electrodomésticos

É em Coimbra, mais concretamente na Tocha, que encontramos o estabelecimento com o ambiente mais agradável para se comprar electrodomésticos. Na loja Azenha e Irmão Lda., a recepção é a mais calorosa possível e pode-se encontrar todo o tipo de equipamentos desde sistema de regas a electrobombas, painéis solares, materiais eléctricos e ar condicionado.



Em 1980, os irmãos Mário e Júlio abriram a empresa Azenha e Irmão Lda., fazendo valer os conhecimentos e saber adquiridos na formação do Curso Geral de Electricidade da Escola Comercial e Industrial.

Assim, começam a trabalhar na área de reparação e rebobinagem de motores, fazendo serviço de oficina. Mais tarde, alargaram o leque para a comercialização de motores da área agrícola: bombas de rega e bombas conversíveis.

Aproveitar as oportunidades

A luz eléctrica só chegou à Tocha em 1972 e é nesse ano que os irmãos passam o seu negócio para os electrodomésticos começando

por vender frigoríficos e fazendo o percurso inverso: comercialização e depois reparação.

Posteriormente, fazem formação em frio e estão aptos a dar assistência nessa área a nível doméstico e industrial com as reparações a serem feitas no próprio estabelecimento.

Neste momento, levam a cabo manutenções em fábricas e domicílios e para isso têm técnicos no exterior que, juntamente com os cinco funcionários fixos nas instalações, constituem o núcleo laboral da Azenha e Irmão Lda. perfazendo o total de 22 funcionários.

A formação com os colaboradores é feita na área do gás, telecomunicações, refrigeração e climati-

zação, sendo o foco principal a intervenção e reparação, área de maior incidência da empresa neste momento. Ao nível dos equipamentos comercializados, a Azenha e Irmão Lda. é multimarca e representante da prestigiada Tien 21.

A área de intervenção da empresa é avassaladora e abrange não só Coimbra como Aveiro e Figueira da Foz e cobre as mais diversas áreas industriais. Todas as grandes fábricas destas cidades têm assistência geral assegurada pela Azenha e Irmão Lda. e o processo engloba revisão e relatório.

Com a boa disposição que lhe é característica, Mário Azenha revela que as perspectivas para 2013 são "as melhores", as mais optimistas possíveis e apenas deseja manter o crescimento.



Azenha & Irmão, Lda.

TIEN 21
Especialistas em Electrodomésticos

www.azehaeirmao.com



Sistemas de Rega • Electrobombas • Materiais Eléctricos • Electrodomésticos
Painéis Solares • Ar Condicionado

Apartado 24 • Pelicanos • 064-908 Tocha • Tel.: 231 441 475 / 231 443 905 • Fax: 231 442 531 • sede@azehaeirmao.com

Mariscos que atraem clientes

O Festival do Marisco é a especialidade deste restaurante de renome em Cantanhede. O D. Fininho é procurado por pessoas de todo o país que pretendam apreciar pratos bem confeccionados e com um sabor especial.



Foi no ano de 2002 que o D. Fininho abriu as suas portas ao público pela primeira vez. Manuel Simões, o responsável pelo restaurante, admite que “é um projecto que tem 11 anos e para termos chegado a este ponto, ou seja, sermos reconhecidos como um restaurante de topo não foi fácil. Fizemos um grande investimento e foi um grande risco, mas conseguimos superar as expectativas com muito esforço.”

Para além da Marisqueira, o restaurante dispõe ainda de espaços de churrasqueira e um salão para banquetes que no total tem capacidade para mais de 500 pessoas, distribuídos pelas três salas do restaurante

que conta ainda com a participação directa de 15 colaboradores.

O Festival de Marisco, que consiste num conjunto de variedades de mariscos, é o mais procurado pelas pessoas que se dirigem ao D. Fininho. No entanto, o restaurante dispõe ainda de um variado menu de pratos, como é o caso da Paella e da Mariscada Quente que são especialidades originais da casa. Em 2013, surgiu ainda uma novidade na ementa: “Sugestões de Combate à Crise”. Manuel Simões explica que “este serviço tem preços low-cost são mais atraentes e atingem outro nicho de clientes, uma vez que nem todas as pessoas vêm cá para co-

mer marisco. Nesse serviço, temos febras de lombo, francesinhas, bifinhos com cogumelos, entre outros pratos que, felizmente, têm tido bastante saída, tanto para comer aqui como para levar para fora.”

Tal como alguns restaurantes no resto do país, também o D. Fininho preferiu arcar com o aumento do IVA na restauração, em alternativa ao aumento dos preços. O entrevistado salienta que “Nós suportamos o aumento do IVA porque não há condições para aumentar os preços. Quando abrimos há dez anos, as diárias eram a 6€ e o serviço de take-away a 5€ e continuamos com os mesmos preços. A diária dispõe de três pratos à escolha em que dois são de carne e um de peixe. Por isso, nós é que estamos a suportar todos esses encargos. O ano de 2012 foi terrível, o IVA ultrapassou todos os limites.”

2013 não será um ano fácil para o sector da restauração, mas o restaurante D. Fininho não deixará de manter os padrões de excelência a que os clientes já estão habituados.



CHURRASQUEIRA • MARISQUEIRA • TAKE AWAY • BANQUETES



dom.fininho@hotmail.com

Largo D. João Crisóstomo, 11 e 12 • 3060-130 Cantanhede • Tel.: 231 423 909 • Fax: 231 422 018 • Tlm.: 917 553 534



Tel: 231 410 220 | Fax: 231 410 221 | E-mail: info@marialvaparkhotel.pt

www.marialvaparkhotel.pt



JULINHA
Restaurante

Uma cozinha diferente
com sabores e arte



Rua Dr. Avelino Padrão, 1771 Bairros • 4785-605 Trofa • Tel.: 252 419 763 • Tlm.: 914 768 029
geral@julinha.pt • www.julinha.pt • www.facebook.com/restaurantejulinha



restaurante
oBuraco

Av. Engº Arantes Oliveira, 50 r/c
Esposende



- Especialidades**
- Sardinha assada
 - Bacalhau "À Buraco"
 - Espetada de lulas c/ gambas
 - Espetada de polvo c/ vieiras e búzios
 - Peixe fresco grelhado
 - Sapateira recheada
 - Arroz de tamboril c/ gambas
 - Arroz de marisco
 - Posta à mirandesa
 - Tornedó à americana
 - Costelinha c/ arroz de feijão

Tel.: 253 986 385



www.hotelaveiropalace.com



Rua de Viana do Castelo, 4 • 3800-275 Aveiro • Tel.: (+351) 234 421 885 • Fax: (+351) 234 421 886 • geral@hotelaveiropalace.com

Rua da Póvoa, 261
4000-398 Porto
Tel/Fax: 225 028 867
viasatur@mail.telepac.pt

Percursos
com vantagens!

viasatur
AUTOMÓVEIS DE ALUGUER

Para quê comprar, se pode alugar? Contacte-nos e conheça todas as vantagens que temos para si!



lidoestoril hotel  www.hotellido.pt

Rua do Alentejo 12 • 2765-188, Estoril, Portugal • Tel.: 214 679 420 • Fax: 214 679 429 • Info@hotellido.pt

www.eee.pt | fabricantes de iluminação



solmaia
O MESMO ESPAÇO
NOVO CONCEITO!
NOVA ADMINISTRAÇÃO, NOVAS AULAS, NOVOS PREÇOS...

Rua Dr. Gonçalo Araujo nº 167, Health Club Solmaia 4470-393 Maia **Telf.** 229 435 820 **Fax.** 229 435 829 **Email.** info@solmaia.com **Web.** www.solmaia.com



ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DO VALE DO DOURO



Rua Marquês do Pombal (Antigo Edifício do GAT)
5100-150 Lamego
Tel.: +351254611223 • Fax: +351254611225
www.beiradouro.pt / geral@beiradouro.pt



GOVERNO DE
PORTUGAL

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA,
DO MAR, DO AMBIENTE
E DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu Agrícola
de Desenvolvimento Rural

A Europa investe nas zonas rurais



Pense poupar.

A goldenergy ocupa um pequeno espaço no universo das comercializações de gás natural. Porém o gás natural da goldenergy é exatamente igual e está disponível rigorosamente nos mesmos locais.

Apenas com uma diferença.

Os consumidores de gás natural da goldenergy pagam menos.

A goldenergy é a empresa com a proposta mais vantajosa para o mercado livre de gás natural.

**Deixe de pagar o termo fixo.
Poupe até 20%.**