



Corporate

magazine

Bem-vindo à sua imobiliária

MADEIRA

Um destino de viagem
incontornável

ARQUITETURA DO VIDRO

A arte de construir
sem limites

Encargo comercial da responsabilidade da Litográfis - Artes Gráficas, Lda. Não pode ser vendido separadamente. | Distribuição gratuita e mensal



PREDICLUB

Líder Regional

Entrou no mercado madeirense com a intenção de ser referência nos negócios em que atua, mediação e promoção imobiliária. Hoje é líder regional.



FÁBRICA DE LAPIDAÇÃO AUTOMÁTICA

www.abiseladoradonorte.com

DISTRIBUIÇÃO DE VIDRO

geral@abiseladoradonorte.com

VIDRO TEMPERADO

+351: 227 622 627

VIDRO DUPLO

MONTAGENS



Rua dos Jerónimos, 18 1400-211 Lisboa
+351 218 274 908 | +351 918 165 562



Em Belém existe uma clínica dentária que consegue providenciar, no mesmo espaço, tudo o que o paciente necessita usando a tecnologia mais recente do mercado.

A Clínica dos Jerónimos pretende chegar a todos os públicos conseguindo mesmo ter um programa de responsabilidade social com protocolos com instituições de apoio a famílias e pessoas carenciadas.

MADE PORTUGAL

EDITORIAL

Por muito que tentemos negar, vivemos uma época a duas velocidades e nenhuma delas é moderada. Corremos o dia inteiro, mas procuramos respirar devagar. Com alguma ironia, trabalhamos como se não houvesse amanhã, mas sonhamos com refúgios para reduzir a velocidade em que passamos pela vida.

Vivemos ligados, mas reservamos todas as notificações para momentos em que o mundo só se colide connosco mesmo. O sarcasmo contemporâneo abafa-nos num ritmo frenético em que vivemos e pensamos, quase em exclusivo, o trabalho. Neste desequilíbrio — onde procuramos constantemente equilíbrio —, deixamos as vontades e os quereres para segundo plano, para quando — pensamos — teremos tempo, mas é um tempo que não chega e que acabamos por não viver. Nesta edição antecipamos a época carnavalesca e tiramos a máscara para desvendar os sucessos de mais negócios.

Uma boa desculpa para quebrar a rotina do trabalho com umas férias em pleno inverno. Se está indeciso em escolher o destino, apresentamos-lhe uma solução: a pérola do Atlântico. Caraíbas, Canárias, América do Sul? Para quê, se há um pequeno paraíso a pouco mais de hora e meia de Portugal Continental... Pela Madeira fomos à procura do que melhor se serve à mesa, intercalando várias sugestões gastronómicas com conceitos diferenciados e os vinhos tranquilos, que assumem toda a sua diferença e frescura livremente na garrafa, no copo e nos lábios.

Se no fim da sua estadia pela ilha decidir por lá ficar a viver — garantimos que esse desejo é bastante provável de surgir — ou investir, apresentamos-lhe a Prediclub. Sem descurar este desejo de ficar, passamos ainda pelo Project Di, uma empresa de design de interiores.

Destacamos ainda a indústria vidreira. A arte de trabalhar o vidro tem milénios de existência. A imponência cristalina e transparente do vidro aufere-lhe uma relevância na sua criação como uma peça de arte. Em 2020 a indústria do vidro mantém viva esta arte artesã, reinventando-a e criando peças inovadoras.

Da arquitetura à ação social, passando ainda por empresas de crédito e pelo desporto, com destaque para o Esmoriz GC, que vive apaixonadamente o voleibol. Na edição de fevereiro trazemos novas perspetivas empresariais, novos modelos de gestão e novas recomendações. Em época de Carnaval, o objetivo foi tirar a máscara empresarial e colocar a nu o lado humano que define o sucesso de cada negócio. 

FICHA TÉCNICA

Propriedade Litográfis - Artes Gráficas, Lda. | Litográfis Park, Pavilhão A, Vale Paraíso 8200-567 Albufeira NIF 502 044 403 **Conselho de Administração** Sérgio Pimenta **Participações sociais** Fátima Miranda; Diana Pimenta; Luana Pimenta (+5%) **Diretora** Diana Ferreira **Redação e Publicidade** Rua Professora Angélica Rodrigues, nº. 17, sala 7, 4405-269 Vilar do Paraíso | Vila Nova de Gaia **E-mail** geral@incorporateagency.pt **Site** www.incorporatemagazine.pt **Periodicidade** Mensal **Distribuição** Gratuita com o Jornal Público **Estatuto Editorial** Disponível em www.incorporatemagazine.pt **Impressão** Litográfis - Artes Gráficas, Lda. **Depósito Legal** 455204/19 **N.º. Registo** ERC 127355 **Gestores de Comunicação** Carlos Vendas; Eduardo Nunes; Ismênio Ventura; Luis Branco; Manuel Melo; Rui Barbosa; Vitor Santos **Diretor Editorial** Jorge Teixeira **Designer Gráfico** Alexandra Fernandes **Blogger** Ana Sofia Coelho **Jornalistas** Ana Leitão; Ana Sofia Coelho; Osvaldo Flor **fevereiro 2020**

MADEIRA

e os sabores típicos

12 BONECA DO CANUDO

24 LARANJINHA BISTRO

ARQUITETURA DO VIDRO

construir sem limite

38 NORTEMPERA

47 JF VIDRACEIROS

IMOBILIÁRIO, ARQUITETURA E CONSTRUÇÃO

de norte a sul do país

54 DEPRUMO CONSTRUÇÕES

58 NOARQ

AÇÃO SOCIAL

e a arte do bem fazer

64 FAMILIAR DE ESPINHO

71 MISERICÓRDIA DE ABRANTES

DESPORTO

Esmoriz, a força do voleibol

80 ESMORIZ GINÁSIO CLUBE

84 WE FIGHT


VIDAMAR
RESORT HOTEL
★★★★★
ALGARVE

O EVENTO DA SUA EMPRESA
MERECE O MELHOR CENÁRIO!
FAÇA-O NO VIDAMAR ALGARVE!

A PARTIR DE
40€

POR PESSOA / POR DIA

ALOJAMENTO
EM QUARTO
DUPLO/TWIN
COM REGIME B&B

- Localização de excelência junto à **Praia dos Salgados**, perto de um **campo de golfe** (18 buracos) e da **Lagoa dos Salgados**
- **12 salas de reunião** com luz natural
- **20.000 m2 de espaço para eventos** e/ou atividades de Team Building
- A 2h30 minutos de Lisboa

- Oferta Especial Limitada (para eventos até dia 31 de Março de 2020)**
- Desde 40,00 € por pessoa/por dia em Alojamento Duplo/Twin com pequeno-almoço incluído
 - Uso gratuito da Sala de reunião plenária
 - Oferta de 1 Welcome Drink à chegada



CONTACTS
Sales Department
Phone: (+351) 289 038 003
Email: sales@algarve.vdm.pt

We make the difference
www.vidamarresorts.com

 VidaMarHotelAlgarve
 VidaMarAlgarve
 VidaMarHotels

MADEIRA

Escolhida por portugueses e estrangeiros durante todo o ano, a ilha da Madeira, conhecida pelas paisagens naturais e pelas atrações turísticas para todos os gostos, é um destino de viagem incontornável.

Não é à toa que a Madeira volta a ser eleita o Melhor Destino Insular da Europa, um prémio que vence consecutivamente, desde 2015. No centro da capital da ilha, Funchal, aposta-se como nunca no que vem da terra e nada no mar, ora inovando, ora mantendo legados. Sempre com o imponente Atlântico a banhar-lhe a costa.

Uma das alturas em que a ilha é mais visitada é o Carnaval, muito pelos programas que

oferece, onde os turistas podem participar, quer iniciativas de carácter oficial, como nas de carácter mais espontâneo, enraizadas na tradição madeirense, onde a alegria e a boa-disposição imperam nas ruas, estabelecimentos ou casas particulares. Este ano, as festividades começam no dia 20 e prolongam-se até 1 de março, com um programa que seguramente agrada a todos.

Para quem não visitar a ilha no Carnaval, uma outra data a apontar no calendário é a terceira semana de abril. De dia 16 a dia 19, a ilha recebe a quarta edição do Festival de Rum da Madeira. A iniciativa, da responsabilidade do IVBAM e IP – RAM, conta com a presença de diversos produtores de rum da Madeira e será uma oportunidade única para locais e turistas conhecerem este produto que tem vindo a crescer em termos de quantidade e qualidade nos últimos anos.

Para além da degustação do Rum Agrícola da Madeira, haverá uma vertente didática e interativa, com a realização de Masterclasses de Rum da Madeira, orientados pelo sommelier Américo Pereira e cocktails com rum, a cargo da Associação de Barmen da Madeira. 



Jonhy Gonçalves
Diretor Geral

“Valorizamos a felicidade dos nossos clientes e consultores”

Com uma equipa de profissionais altamente qualificada e com uma vasta experiência comercial na área, a Prediclub entrou no mercado madeirense com a intenção de ser referência nos negócios em que atua, mediação e promoção imobiliária. Jonhy Gonçalves, administrador da empresa, dá-nos a conhecer a sua perspetiva sobre a evolução do setor ao longo dos anos, as áreas de atuação da Prediclub e ainda as estratégias que tem vindo a utilizar para se destacar no mercado.

Como forma de contextualização, como e quando surgiu a Prediclub?

A Prediclub nasceu em 1998 pelas mãos do empresário João Ribeiro. Após anos de crescimento sustentado, alcançámos a posição de líderes de mercado. Em 2010, com a chegada da crise imobiliária, a Directo e Simples nasce através de Jonhy Gonçalves tornando-se assim o único sócio-gerente de todas as agências Prediclub.

De que forma a Prediclub está representada na ilha da Madeira (lojas, equipa, área de atuação)?

Neste momento a Prediclub tem quatro lojas (Madalenas, Fórum Madeira, Centro e Garajau) e uma equipa de 40 consultores. Para podermos ter um serviço de excelência contamos também com uma equipa de apoio da qual fazem parte fotógrafo profissional, departamento jurídico, processual e coordenadoras.



Prediclub - Centro



Prediclub - Madalenas



Prediclub - Garajau



Prediclub - Fórum



Qual o vosso principal mercado e cliente preferencial?

O nosso cliente alvo é o cliente residente na ilha da Madeira. Claro que também fazemos várias transações com clientes estrangeiros, mas a maior percentagem é com portugueses.

Na sua perspetiva, o que distingue a sua imobiliária de outras empresas do setor?

Certamente o empenho dos nossos consultores e restante staff. Quando se trata de proteger os interesses dos nossos clientes somos incansáveis.

Temos uma revista própria, com tiragem de 8000 exemplares, onde os leitores podem ter acesso a dicas de compra e venda de imóveis, alguns assuntos fiscais relativos à venda ou compra, imóveis que temos em carteira e entrevistas com os nossos consultores, parceiros e clientes.

Disponibilizamos uma carrinha para os nossos clientes poderem fazer as suas mudanças sem percalços e de forma gratuita.

Como classifica o mercado imobiliário madeirense?

O mercado regional está bom e recomenda-se. Encontram-se excelentes imobiliárias, com grandes profissionais, a construção está a voltar em força e a reabilitação já é um “Must Do” para os investidores.

Relativamente aos próximos anos, quais as metas que a Prediclub pretende alcançar?

Nos próximos anos temos como objetivo ser o “Top of Mind” do mercado regional. Queremos que o nosso nome seja lembrado por qualquer pessoa que precise de ajuda na compra ou venda do seu imóvel.

Temos tido a felicidade das coisas estarem a correr muito bem mas este é um ramo no qual é necessário uma constante adaptabilidade face ao que os clientes querem e precisam.

Nós, como consumidores, temos um comportamento completamente diferente ao que tínhamos há cinco anos e muito provavelmente daqui a três anos será novamente muito diferente ao de hoje.

Temos de conseguir com que a compra/venda de casa seja o mais simples, célere e eficaz possível e, para isso, temos de

nos adaptar aos clientes e não os clientes a nós.

O que é mais importante para a Prediclub?

Na Prediclub damos extrema importância a duas coisas: a felicidade dos nossos clientes e dos nossos consultores.

Aprendemos há já algum tempo que é muito difícil prestar um serviço de excelência aos nossos clientes se os consultores estiverem desanimados ou se não tiverem uma boa base de apoio.

Por isso a questão é simples: como fazer com que os consultores se sintam realizados?

A formação (inicial e contínua), o nosso programa de mentoring para os novos consultores, o apoio que os nossos Team Leaders dão à sua equipa e o ambiente de entretida entre os colegas são peças fundamentais para o nosso sucesso e, como consequência, o sucesso dos nossos clientes.

Por fim convido-vos a seguir a nossa página no Facebook: www.facebook.com/prediclubforum/, onde poderão assistir a vídeos com dicas importantes para quem quer comprar ou vender o seu imóvel.





REF: 6304-JF



MORADIA T3 - FUNCHAL
800.000€



REF: 7679-JF



APARTAMENTO T2 - FUNCHAL
250.000€



APARTAMENTO T2 - FUNCHAL
215.000€



REF: 7862-JA



MORADIA T3 - CÂMARA DE LOBOS
300.000€



REF: 7033-TF



MORADIA T3 - CANIÇO, SANTA CRUZ
350.000€





É tinto e é da Madeira. Conheça os sabores marcantes do 'Boneca de Canudo'

www.bonecadedcanudo.com

O rótulo chama a atenção e o vinho surpreende. O tinto 'Boneca de Canudo' promete colocar os vinhos tranquilos da Madeira num novo patamar. É produzido pela Casa Caramanchão que, apesar de ser recente no mercado, conta com mais de um século de história.

O nome é engraçado e a apresentação é leve e espirituosa. O rótulo é divertido, uma pequena boneca, que parece desenhada por uma criança. Mais importante que a apresentação, interessa o vinho – profundamente moderno e autêntico. No entanto, para se falar de um vinho é necessário conhecer a sua história. Elsa Franco é a responsável por criar e levar avante um dos mais recentes vinhos tranquilos da Madeira, foi pelas suas palavras que conhecemos a história do 'Boneca de Canudo'.

A Casa Caramanchão está na família Franco há cerca de 200 anos. António Olim "Tentilhão" construiu a primeira pedra do terreno. Foi, no entanto, João Franco quem, com árduo trabalho braçal, construiu as numerosas paredes que ainda hoje constituem e dão vida ao terreno. Segundo escreve J. Vieira Natividade no livro 'Madeira a Epopeia Rural', "João Franco foi um dos portugueses que tiveram a coragem de partir a guitarra" e afrontar a natureza, roubando-lhe terra arável para construir socalcos. Ainda que na altura a produção agrícola fosse essencialmente focada no consumo familiar, João Franco dedicou uma boa parcela de terreno para a plantação de vinhas – assim começava a escrever-se os primeiros capítulos da Casa Caramanchão.

Já no segundo milénio, chegou a vez de os bisnetos de António Olim assumirem as rédeas da Casa Caramanchão e assim, por iniciativa própria, Elsa Franco, em 2006, começou por apostar na produção de um vinho tranquilo. Reformulou a vinha e plantou novas castas (Touriga Nacional, Syrah e Merlot). Assim, das altas encostas de Machico viria a surgir o 'Boneca de Canudo', que teria a sua primeira produção em 2014.

O nome engraçado e um sabor surpreendente

Elsa Franco é engenheira civil de formação,

mas dedicou parte do seu tempo livre para dignificar o trabalho dos seus antepassados. Na valorização desta herança optou por substituir as vinhas antigas por vinhas novas para produzir um bom vinho tinto regional. No entanto, meio social onde se localiza a Casa Caramanchão, a agricultura sempre foi trabalho de homens e, talvez por essa razão, ao ter conhecimento deste projeto agrícola a ser projectado por uma mulher licenciada, um homem teve o desabafo: "só faltava aquela boneca de canudo!". O desabafo foi conhecido e comentado, e os produtores decidiram que seria mesmo esse o nome do vinho.

Quanto ao vinho, o 'Boneca de Canudo' é um tinto com alma e coração, moderno, mas com um toque de rusticidade e autenticidade que lhe assentam sem qualquer tipo de jacobice. "Um bom carácter fresco, peso médio no palato e um sabor agradável" foram algumas das palavras de Martin Lam júri do Sommelier Wine Awards, concurso no qual o 'Boneca de Canudo' foi distinguido com medalha de prata.

As características deste tinto são peculiares. É diferente de outras regiões, a razão deve-se ao terroir. Um terreno vulcânico e uma brisa do mar conferem aos vinhos da Madeira uma maior acidez e um correspondente paladar peculiar. Para Elsa Franco estas características são um desafio para que os tintos da Madeira se possam afirmar no mercado, mas vê nisso aspetos positivos: "Os vinhos da Madeira não podem, nem devem ser iguais aos de outras regiões de Portugal. Temos de encontrar o nosso posicionamento e fazer a nossa história. O terroir faz com que o vinho seja mais ácido e, mesmo que exista uma correção da acidez, esta nunca será plena. Há gosto para tudo, e há já muitos turistas que olham para o nosso vinho de forma diferente. Temos de assumir a diferença e sermos um vinho distinto".

Depois do sucesso na conceção do tinto, Elsa Franco perspetiva o futuro com uma aposta também nos vinhos brancos. "Estamos ainda a fazer algumas experiências, mas no futuro queremos apostar também nos vinhos brancos. Há muita gente que prefere o branco e que nos questiona para quando será a nossa produção. Espero que daqui a dois ou três anos tenhamos essa oferta", conclui. 





Rua Eng. Abel Vieira 50, Caniço

Uma vista sobre os magníficos sabores da Madeira

No alto do Caniço com uma paisagem sobre toda a freguesia e com o mar como tela de fundo a perder de vista, ali encontramos um restaurante que faz jus a este cenário, o Vista d'António. Já no interior deste estabelecimento o panorama mantém-se como uma paisagem, mas com vista para os sabores nacionais.

Pela Madeira é já uma referência. Para comer uma boa carne o Vista d'António estará sempre entre as sugestões. O restaurante nasceu em 2003 pelas mãos de António. Motivado pela paixão pelo ramo da restauração, regressou às origens depois de uma experiência na Suíça, em Zurique. A casa começou por ser uma pizzaria, um conceito que tardou em fazer sucesso. A pouca afluência fez com que António acabasse por mudar o paradigma do restaurante. O novo conceito do restaurante começou com “umas pequenas brincadeiras, a fazer petiscos”, e a casa começou a ganhar uma nova identidade. “Começamos a atrair cada vez mais gente”, refere António.

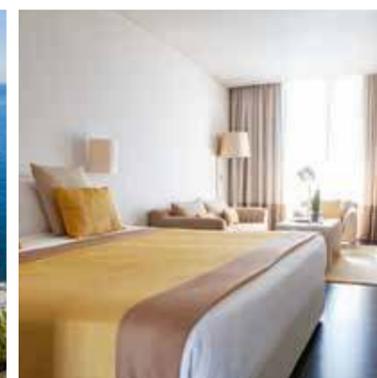
Hoje o Vista d'António distingue-se pela seleção de carnes que são cozinhadas na brasa e em fornos que ficam na sala. Não há como enganar, aqui todo o processo é feito à vista do cliente, uma metodologia que abre o apetite mesmo antes do prato chegar à mesa. No cardápio destacam-se, claro está, as carnes. “Temos desde porco preto, costeleta de vaca, picanha, frango baby, que é uma carne muito succulenta, entre outros pratos como a barriga de atum que é um prato que tem muito sucesso também”, explica o gerente.

Para harmonizar as delícias da casa há uma vasta carta de vinhos. “Foi a primeira cave de vinhos aqui na Madeira”. Para António, os vinhos são também uma paixão e refira-se que, para além do gosto pelo sector vinico, o gerente sabe ao detalhe os aromas e as fragâncias que cada vinho pode proporcionar. E quando questionado sobre o porquê de uma aposta tão concreta nos vinhos, a resposta é simples: “Ao falar de vinhos fala-se de mil e uma coisas, fala-se de tudo. Proporciona uma relação enorme entre as pessoas”. No Vista d'António há vinhos para todos os gostos, mas o gerente faz sempre questão de promover os vinhos da Madeira: “os brancos são muito bons e não ficam nada atrás de qualquer outro vinho português” e por isso os estabelecimentos. “Para terminar uma boa refeição, nada mais que uma boa sobremesa, “todas confeccionadas na casa. A tarte de maçã, o toucinho do céu com amêndoas, feito à nossa maneira, o gelado de pitanga, tarte de queijo fresco e o sorvete de lima limão”.

O Vista d'António é hoje uma referência na Madeira, seja pela simpatia de todo o serviço ou pela figura carismática do senhor António, a verdade é que para o sucesso, o segredo é a preocupação nos pequenos detalhes e no cliente: “O cliente é a base e é ele que tem de ficar satisfeito”. 

O RESORT COMPLETO PARA TODA A FAMÍLIA, NO PARAÍSO DA ILHA DA MADEIRA!

Quartos familiares confortáveis e alta qualidade em restauração, bem-estar e relaxamento!



A Taberna que é um verdadeiro manifesto aos sabores da Madeira

www.tabernaruel.com

O restaurante Taberna Ruel situa-se numa das ruas mais antigas do Funchal e veio para deixar a sua marca no coração do centro histórico. Ricardo Ruel sempre idealizou abrir na Madeira um restaurante que honrasse a gastronomia madeirense – o sonho materializou-se com a Taberna Ruel.

Desengane-se quem pensa que na Taberna Ruel vai encontrar os ‘pratos do costume’. Se é um grande apreciador de pratos de peixe fresco ou de uma boa carne maturada, então no seu roteiro gastronómico assinala desde já este restaurante de gastronomia madeirense.

Localizado numa esquina na rua de Santa Maria, em plena zona velha da Cidade, o Taberna Ruel faz jus à área em que está inserido. No prato é servido o melhor das tradições da região e a história faz-se perdurar na confeção e nos produtos regionais utilizados.

O espaço do restaurante é impetuoso, o interior é marcado pela arquitetura neo clássica, numa fusão entre o rústico, realçado pela pedra, e o contemporâneo. A decoração é simples e despretensiosa, bem como a cozinha servida. Nas traseiras há ainda um terraço com um ambiente sóbrio e descontraído. Ali encontra-se a zona de churrasco, onde pode testemunhar a

confeção de peixes e carnes na brasa. Destaque ainda para a zona da garrafeira, enquadrada numa secular cisterna - um recanto interior ideal para uma paragem pré ou pós-refeição.

Mas é na mesa que está o verdadeiro motivo de conversa. Um bom vinho e os verdadeiros sabores da Madeira: o tradicional bolo do caco, a espetada em pau de louro, o filete de espada com banana ou molho de maracujá e o atum em época. Os pratos distinguem-se pela qualidade gastronómica, sobejamente reconhecida por prezar a utilização de ingredientes locais, razão que faz com que a carta varie consoante as diferentes épocas do ano. Além disso, a garantia de frescura do produto é garantida por Ricardo Ruel, que diariamente se desloca às lotas e aos mercados à procura do melhor peixe. Um trabalho árduo que garante um serviço distinto e a satisfação dos clientes. “*Vou tentando sempre mostrar aquilo de bom que nós temos*”, sublinha o proprietário.

Outra importante característica é a confeção própria, desde o caldo aos molhos e, claro está, sem esquecer as sobremesas onde se destaca a mousse de chocolate, a tarte de maçã e a cassata de maracujá, entre outros.

Aberto durante toda a semana, com um horário de funcionamento entre as 11h00 e a meia-noite, o restaurante Taberna Ruel assume-se como uma oferta diferenciada e uma verdadeira experiência entre os sabores tradicionais da eterna pérola do Atlântico. 

A marisqueira onde quem manda é o cliente

A escolha do cliente é o ponto de partida para a proposta gastronómica da marisqueira Tropicana. O aquário com marisco vivo garante a frescura servida. Para além disso, nos dias de sol, o espaço exterior torna-se irresistível. O ambiente acolhedor, simples, mas elegante, convida a uma refeição demorada. Já a simpatia da equipa é garantida.

Depois do sucesso da Taberna do Ruel, Ricardo Ruel decidiu que estava na altura de expandir o seu negócio. O propósito foi criar um conceito diferente, com uma oferta incisiva na qualidade e no produto fresco. Aqui, a abordagem gastronómica quer-se simples, mas eficaz, com foco nos mariscos e “*naquilo que o cliente quer*”.

Antes de abrir portas, Ricardo Ruel reformulou a marisqueira Tropicana à sua medida – na imagem e na qualidade. Assumidamente apaixonado pela sua terra, decidiu que era hora de dar à Madeira uma oferta diferenciada de mariscos, com produtos frescos que dignificassem a região. A esplanada é convidativa, localizada a poucos passos do jardim Almirante Reis e com o Atlântico de fundo. Para quem chega da viagem no teleférico, nada como completar este panorama com uma experiência gastronómica distinta.

No interior há um aquário que garante a frescura do marisco e que é semanalmente repostado com uma enorme variedade, desde camarão da costa, ostras, búzios, lagosta, sapateira, lavagante,

entre outros produtos madeirenses como lapas, caramujos, cavacos, etc. A Tropicana é, no entanto, mais do que marisco, pois ali também se come carne e outros petiscos. Ou seja, os pratos típicos da região misturam-se com outros com um toque mais contemporâneo, fruto das ideias de Ricardo Ruel que garante que o importante é “*respeitar o sabor dos produtos*”. Além disso, o proprietário está sempre focado em ter um produto fresco: “*Estou todos os dias na praça para saber o que é bom e o que é mau, o que é fresco e o que não é, o que é da terra e o que é importado e depois vou às casas que me garantam um produto local de qualidade*”. Na seleção dos vinhos há uma carta que oferece o que de melhor há em Portugal e, claro, na Madeira.

Promotora das potencialidades da região nos mais diversos domínios, a Marisqueira Tropicana é já uma referência, mas não pretende cristalizar no tempo, por isso Ricardo Ruel destaca a importância das suas viagens, em que “*a aprendizagem é contínua. Estou atento ao que se faz de diferente noutros países e adapto isso à realidade madeirense. O objetivo é tentar sempre mostrar aquilo de bom que nós temos*”. 

Rua Dom Carlos I, 43, Funchal, Madeira 9060-051, Portugal

Este é o melhor restaurante do português - segundo o TripAdvisor

Chama-se Cris's e, apesar do nome, não tem qualquer tipo de relação com Cristiano Ronaldo. O restaurante de Cristiano Abreu ficou em primeiro no top 10 dos Travellers' Choice Restaurants Awards 2019, os prémios anuais do TripAdvisor, mas o administrador não quer ficar por aqui.

A música jazz que toca de fundo completa a sutileza do espaço. Estamos no restaurante Cris's, no Funchal. À frente da esplanada está uma vista para o mar e no interior, as janelas panorâmicas respeitam a imensidão do atlântico, tornando-o com um dos principais elementos da casa. Mas este é apenas o impacto inicial do restaurante vencedor do Travellers' Choice Restaurants Awards 2019, do TripAdvisor. O melhor, está ainda por ser servido.

Este espaço é a extensão de Cristiano Abreu, o gerente do Cris's, Cris's Place e do alojamento local Cris's Home. O empresário é um completo apaixonado pela sua atividade, e não foram precisas muitas palavras para se conseguir entender isso mesmo. Ainda antes de o gravador se ligar Cristiano já tinha partilhado - com a mesma espontaneidade com que se fala daquilo que mais se gosta - o quanto o

fascinava conhecer o mundo da restauração.

Depois de 9 anos como chefe de sala decidiu delinear os primeiros contornos do seu negócio. 2015 marcava o início do sonho de ter o seu próprio restaurante, o rápido sucesso obtido não o fez parar por ali. A sua visão fez com que continuasse a investir: "em 2016 abrimos o Cris Place, em 2017 abrimos o restaurante na zona velha, nesse mesmo ano compramos uma vivenda para alojamento local que é o Cris's Home e em 2018 abrimos o Cris Flambée. Ou seja, todos os anos conseguimos abrir espaços diferentes com conceitos diferentes e com atmosferas diferentes", começa por contar Cristiano Abreu.

"Construímos, valorizamos o espaço e depois surgiu oportunidade para vender dois desses espaços, o Cris's Flambée e o restaurante da zona velha", continuou. Apesar de assumir

o papel de empreendedor e, de certa forma, de investidor, a paixão pela restauração fala sempre mais alto. "Neste sector é fundamental ser-se empreendedor, eu investi tudo. Para se ter sucesso é necessário muito trabalho e é importante estudar bem o mercado, até porque o cliente é cada vez mais exigente".

De momento entregue de alma e coração aos dois restaurantes descreve-nos que todos os dias veste o fato para receber e servir os clientes. Durante o jantar quase que se multiplica, intercalando a sua presença entre os dois restaurantes. "É fundamental receber e cumprimentar o cliente, faz parte da minha filosofia", sublinha. Além disso, todas as manhãs vai ao mercado para garantir um produto fresco, e regional.

Tanto o Cris's como o Cris's Place se apresentam com o conceito de Fine Dining, a oferta gastronómica é variada, mas sempre com toques de sofisticação. Destacam-se os escalopes de flambée, as vieiras, o bife Wellington, a lagosta bebé, o carrot de borrego e o peito de pato defumado. Todavia, o menu e a carta de vinhos variam de seis em seis meses "para proporcionar ao cliente experiências diferentes".

Os dois espaços têm menus completamente diferentes, "para levar a experiências diferentes". Ao domingo são servidos em ambos os restaurantes um menu de degustação de 7 momentos, "um Freestyle do chefe que nunca se repete". Para complementar o primor e a elegância das casas, a equipa - composta por 36 colaboradores ("todos nos quadros", frisa

Cristiano) - presta um serviço atento e altamente profissional, bem ao estilo do antigo Savoy.

Já a pensar no futuro, Cristiano Abreu assume a pretensão de criar um novo espaço: "Gosto muito da gastronomia e da vivência da cidade de Lisboa. É um sonho meu abrir uma unidade lá. Estou a trabalhar nisso e sei que vou conseguir ter o meu nome na capital".

Cris's

Localizado no edifício do Tecnoparque, no Funchal, tem vista para o jardim e para o Atlântico e apresenta um menu com vários pratos que contam com uma apresentação aprimorada. O ambiente é, no entanto, mais de "chill out", até porque a esplanada e a localização convidam a que assim seja.

Cris's Palace

Os sabores, o aroma, o cheiro e a até o lado estético são minuciosamente trabalhados no Cris's Place. O detalhe e o requinte estão sempre presentes, no teto candeeiros de cristal, na mesa, pratos da vista alegre. Está tudo ordenado ao mais pequeno pormenor com uma elegância extremamente eclética. O destaque do restaurante, recai, no entanto, sobre o aquário que está no centro da sala. Grande e portentoso: "se num Cris's oferecemos uma vista sobre o mar, achei que seria interessante que no Cris's Place oferecemos uma vista sobre o fundo do mar".

Tel: +351 291 742 143
Email: restaurant.cris1@gmail.com
Web: www.crisrestaurants.com

Edifício Tecnoparque
Passeio Público Marítimo
Sítio da Quinta Calça - Funchal

Cris's Restaurant

Fine Dining at one of Madeira's Finest Restaurants

CRIS'S is where you can enjoy a magnificent view of the garden and the sea, from the outside terrace or the large windows in the interior.

Our kitchen is inspired by local and international influences with a sophisticated and varied menu.

Cris's Place

Our creations are based on International cuisine "Fine Dining" - merging Portuguese delicacies with the traditions of Madeira.

All menus are presented with fresh ingredients, hand selected among the best Regional and National suppliers, guaranteeing the quality of all ingredients.

Tel: 291-762-263

restaurant.crisplace@gmail.com | www.crisrestaurants.com
Rua da Casa Branca, Caminho Velho da Ajuda n°34A, Funchal

Mar à vista... e também na mesa

A poucos passos da praia do Caniçal há um sítio para comer e disfrutar do clima madeirense. Chama-se a Tasquinha do Pescador, e o nome não vem por acaso, por ali, o rei da carta é o mar.

Mais do que simples petiscos, na Tasquinha do Pescador há pratos originais com raízes tradicionais. É um restaurante para qualquer altura do dia - para uma boa refeição, para petiscar, ou simplesmente para beber uma poncha. O espírito pode ser o de uma tasquinha, mas a qualidade vai além do paradigma tradicional que se tem de uma tasca. O espaço é bem decorado, as paredes exibem registos piscatórios da região e a qualidade servida é exemplar. Destaca-se a esplanada, agradável, confortável, ensolarada e com uma leve brisa do mar.

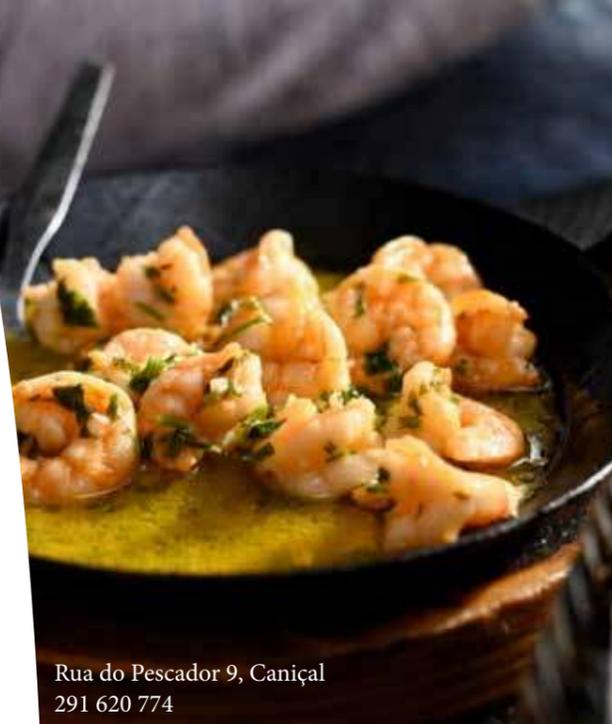
O restaurante foi recuperado por Roberto Marote, que deu uma nova vida ao antigo snack bar do Pescador. A reformulação foi profunda até abrir portas em 2015 com o nome de Tasquinha do Pescador. Sendo o Caniçal "uma terra tradicionalmente de pesca", foi fácil definir o conceito do restaurante. Na carta onde o peixe é a principal referência, há escolhas para vários gostos. "Temos as lapas, ovas de espadas, os chicharros, camarão alho, as castanhetas e o gaiado seco muito tradicionais da região e temos o atum", refere o gerente.

De destacar o atum que é servido de várias formas, mas a mais pertinente da carta será à bolhão pato. "São cortados aos quadrinhos, fazemos o molho junto com o atum tipo o das ameijoas à bolhão pato e servimos com batata à murro. Além disso implementamos também o sashimi de atum. Para além do peixe há alternativas de carne e também vegetarianas."

Para Roberto Marote o maior segredo da cozinha está na frescura do produto: "No peixe fresco não há muito que inventar, quando o produto tem qualidade temos de respeitar o seu sabor". Para isso, Roberto conta com o Vidinha, um fornecedor local que garante a qualidade e a frescura do peixe que compra.

Antes de terminar uma refeição nada como uma boa sobremesa: semifrio de maracujá, tarte de maçã, tarte de amêndoas, papaia ou abacaxi - todas confeccionadas dentro de portas.

Como digestivo, aperitivo ou para refrescar a tarde pode beber uma das melhores ponchas da Madeira. Feita à moda da casa, com lima, é distinta de tantas outras, única, doce e refrescante. Seja pelo peixe ou pela poncha, se for visitar a Madeira, a Tasquinha do Pescador é um dos locais a marcar na sua agenda. 



Rua do Pescador 9, Caniçal
291 620 774



www.insularcar.com

Alugar carro na Madeira nunca foi tão simples



info@insularcar.com
291 772 130 - 291 934 890
www.facebook.com/insularcarhire

rent a car[®]
Insularcar 



Dois restaurantes onde a partilha é a palavra-chave

www.akuafunchal.pt | www.kampo.pt



A cozinha do mundo com uma pitada de portugalidade marca a identidade gastronómica dos dois restaurantes do chefe Júlio Pereira, falamos do Kampo e do Akua. O mote é a partilha da comida num espaço onde se pretende que os clientes se sintam em casa.



Na rua dos Murças, no coração do Funchal, a dinâmica é cosmopolita. A centralidade faz daquela zona uma boa escolha para comer. As ofertas são variadas, mas algumas têm sugestões bastante diferenciadas, bem como as dos restaurantes Kampo e Akua, os dois espaços do Chef Júlio Pereira. A aposta na comida equilibrada e de conforto foi uma das premissas que pretende servir refeições para serem partilhadas.

Aberto desde o final de 2018 a abertura do kampo é o culminar de uma verdadeira vida de aventuras e experiências do Chef Júlio Pereira. Nascido e criado na Carvoeira, aldeia perto da Ericeira, “filho de agricultores e talhantes”, chegou à adolescência “sem saber o que queria, mas com a certeza do que não queria” – ser talhante ou agricultor. Quase “de forma descabida”, acabou por seguir os estudos na escola de hotelaria do Estoril, e foi nesse momento que percebeu o caminho que queria seguir: “porque inocentemente recebi formação desde de criança. Sabia cortar carne, sabia todos os ciclos agrícolas e conhecia o ADN piscatório da Ericeira...”, conta o chef. Este era apenas o início de uma aventura contada através de vários capítulos.

Ao terminar o curso, com 18 anos, “em Lisboa, no t-club, fizemos a inauguração da torre Vasco da Gama e depois de toda a Expo 98, em que percebeu que havia algo mais além da nossa rua, surgiu a hipótese de Itália e acabei por ir para Turim, em 1999, para o hotel Principi di Piemonte. Foi gratificante sair de uma pequena aldeia para um dos melhores hotéis da europa”, refere. Anos mais tarde voltaria para Portugal, para implementar, na Madeira, o seu primeiro projeto empresarial, o qual conta em certo tom de graça: “com 20 anos criei uma empresa de catering, fruto da idade, ao fim de cinco anos acabou por não dar certo”. Voltou para Portugal Continental, para inaugurar, no papel de chefe de banquetes, o Grande Real Villa Itália Hotel & Spa, em Cascais. Dois anos depois viria a “fazer a abertura do Arola, em Sintra, e como fui o Chef que fez a abertura do primeiro espaço do grupo, em Portugal, tive de fazer uma formação em Barcelona. Decidiu em arriscar em novos desafios, anos depois viria a mudar-se para Angola, para fazer parte da equipa que abriu o primeiro hotel cinco estrelas na época pós-guerra. Entre todo o percurso foi também formador e também consultor de alguns espaços hoteleiros de vários pontos do globo. Seguiu-se ainda uma experiência em São Tomé e Príncipe, no Hotel Bom Bom Príncipe, e na Madeira, no Choupana Hills Resort & Spa, que viria a ser destruído num incêndio. Foi nessa altura, que

decidiu “que deveria dar início a uma nova etapa da minha vida, e decidi criar o meu próprio restaurante”.

Assim viria a surgir o restaurante Kampo, um retrato da história do chef Júlio Pereira. O nome designa as origens da sua cozinha, e também a sua origem “mais campestre”. A aposta foi “em criar algo diferente, e por isso coloquei-me como cliente do meu próprio negócio e fui moldando alguns aspetos”. Atualmente conta já com dois espaços, para além do Kampo, o Akua, situado a poucos metros da casa mãe. “Todos os dias mandava 30 a 40 pessoas para trás e por isso decidi arriscar em criar mais um espaço, o Akua”.

Indo para a cozinha e para os sabores dos restaurantes, destaca-se a cozinha à vista dos clientes, de onde saem pratos para partilhar, criativos, mas descomplicados, como faz questão de acentuar Júlio Pereira. Os sabores servidos são uma fusão das experiências do Chef, uma cozinha internacional com registos nacionais. Mas, para o Chef Júlio, a sua diferenciação vai além de uma cozinha equilibrada: “é o acréscimo de uma coisa que não tem receita, que é acrescentar algo pessoal e sentimental”.

Mais importante que a carta, é o conceito dos dois espaços. Aqui pretende-se uma experiência de partilha: “fomentamos muito a partilha. Este conceito tem algo de lírico, é a questão de dar um pouco de ti à outra pessoa e isso dá mais graça à refeição. É a forma de humanizarmos um produto”, sublinha. No entanto no menu, o realce vai para as carnes maturadas, preparadas no carvão, à semelhança dos legumes na brasa e dos fumados. Nos peixes a sardinha, a mendinha e peixes frescos do mercado. Sem arrependimentos, avança para o momento mais doce que, ao mesmo tempo, confirma a ousadia do chef, como o Gelado de pitanga frito, caramelo e gengibre ou o Chocolate branco, azeitona e maracujá. O recomendável é mesmo visitar o restaurante, até porque há pratos que vão sendo substituídos por novas criações do Chef.

Com o sucesso das duas casas Júlio Pereira tem já bem definido o futuro a designar: “as coisas estão a correr bem e em março contamos abrir um terceiro espaço, o Kôdea será uma cozinha mais acessível em redor daquilo que é o pão. A Madeira tem uma tradição muito engraçada em almoçar uma sandwich de pé, isso perdeu-se e eu acho que é uma tradição que merece ser revivida”, conclui.



Outrora famoso apenas pelas carnes na grelha, o Laranjinha Bistro, no Caniço, tem, há cerca de um ano, uma nova cara. Com um conceito de bistrô, grill e bar assume-se como cuidadoso bastião da melhor tradição gastronómica, nacional e também internacional, e com vinhos a condizer.

Conhecido como Laranjinha, o restaurante é já uma referência na ilha da Madeira. Para isso muito ajudou a nova remodelação feita pelos atuais gerentes, Celso e Cristina Nóbrega. Há 20 anos que o Laranjinha ali está, mas em 2019 ganhou uma nova imagem. O conceito foi desenvolvido após uma espécie de volta ao mundo, até porque Celso e Cristina viveram na Venezuela, um país “multicultural com restaurantes de todo o lado do mundo”, referem. O novo Laranjinha segue as pisadas de bistrô, mas também de grill, confeccionando pratos de aspeto sempre fresco e colorido à vista de toda a gente, em cozinhas abertas.

O nome advém do avô, conhecido na região como Laranjinha, “foi nele que tudo começou”, vincam os gerentes. Antes de reformularem o Laranjinha começaram por estudar o mercado para perceber o que podiam fazer de diferente. Após a reabertura de portas não tem parado de surpreender. O espaço tem uma decoração peculiar, cosmopolita, mas simples, clara e requintada. Ao restaurante acresce um espaço de bar, uma extensão com o mesmo alinhamento – “é um restaurante para qualquer altura do dia”, sublinham. A diferenciação é clara, e não apenas pelo espaço, mas também pelo serviço atento e simpático e pelo menu – “delicadamente equilibrado entre uma cozinha internacional e nacional”.

Na carta procurou-se não elaborar demasiado, os sabores de todos os ingredientes são ajustados no ponto certo para tornar um prato numa experiência que cumpra todos os requisitos que o prazer de bem comer pede. Nas entradas destacam-se a alheira (enrolada em masse filo e com uma redução de pêra bêbada e um pouco de vinho da Madeira)

e o camarão. A ementa prossegue com as carnes, com o bife t-bone fresco, o tomahawk, ou costeletão maturado a 45 dias. Nos peixes evidencia-se o polvo assado a baixa temperatura, finalizado na brasa, e o risoto de lulas, mas há mais a conhecer como a tempura de espada ou outros peixes típicos da região.

Outro dos pratos mais procurados no bar do Laranjinha é o hambúrguer, produzido com 50 por cento de carne fresca e os restantes 50 por cento com carne maturada. “É, simplesmente, delicioso”, referem.

Na confeção respeita-se a essência do sabor do produto, mas claro que há toques. Serve de exemplo a grelha, utilizada para dar detalhe ao paladar da comida. Para adoçar a boca, seja no final de uma refeição ou apenas porque apetece parar ali para enterrar os sentidos numa sobremesa gulosa, merece menção especial o fondue de chocolate, a panacota e o creme brûlée, uma seleção para valer uma visita por si só.

Manda a comida que se complemente com uma sessão de copos entre amigos, um cocktail a dois ou uma paragem de reabastecimento a meio da tarde. Esse serviço é prestado pelo bar do restaurante aberto para desfrutar da Madeira, com um cocktail ou com alguns petiscos, a qualquer altura do dia. 

Estr. Jose Avelino Pinto, Edif. Ocean Garden, Bloco 1, R/C - Santa Cruz
 laranjinhabistro@gmail.com
 +351 291 936 417



Project Di: A elegância como palavra de ordem

projectdiloja@gmail.com

O ano de 2019 simbolizou a abertura de um novo espaço para a empresa Project Di. A cara pode ser “fresca”, mas o profissionalismo e a experiência já são habituais.

“Senti a necessidade de dar o salto”, admitiu Daniela Rodrigues à IN Maganize. A designer aposta em produtos diferenciados e não teme a inovação. Especializa-se em design de interiores apoiada numa marca alemã de referência, e com a qual se identifica muito, com oferta diversificada de produtos, grande capacidade fabril e relação qualidade / custo muito equilibrada.

Com formação em design paisagístico, a fundadora da Project Di acabou por trocar os exteriores pelos interiores. “Há sempre uma base comum, depois foi uma questão de adaptar-me”, referiu. “Interiores é uma área de que gosto muito e sinto-me à vontade”. Ganhou experiência profissional a trabalhar localmente, até que sentiu a necessidade de se lançar por conta própria, pois constatou que o comércio local, muitas vezes por diversos fatores, acaba por ser restritivo.

Esta achou que deveria ir além-fronteiras e abrir uma nova janela de oportunidades ao mercado madeirense, aliando-se às melhores tecnologias e apresentando produtos inovadores.

A linha do Project Di

“Gosto de pensar na minha marca como prática, elegante, casual chic. Bem apresentada em qualquer lado. Sempre a acompanhar as tendências e com uma pequena novidade”: é assim que Daniela Rodrigues definiria os traços da Project Di, onde vários estilos se conjugam para formar uma decoração de traços graciosos e personalizados, indo de encontro aos gostos do cliente, e obedecendo sempre a padrões de qualidade.

As tendências atuais vão ao encontro da simplicidade, mas não do minimalismo. Uma casa é para se viver! “Um estilo eclético, que combina o antigo com o moderno. Móveis que se enquadra na divisão e cores que compõem o espaço à volta”.

É precisamente nas combinações e misturas de materiais

que a empresa alemã com que trabalha se destaca. “Não usam paletes monocromáticas, usam mistura de materiais e de cores, mas com lógica e não de forma invasiva. Criam ambientes diferentes e elegantes”, resumiu.

Comunicação com o cliente é fundamental

Numa primeira abordagem com o cliente “mostramos o nosso trabalho, os produtos e aconselhamos”. Daniela Rodrigues afirma que a comunicação com o cliente é fulcral: “não se decide uma cozinha em 10 minutos e quanto mais o cliente nos falar do que gosta, mais fácil será para nós compreender os seus gostos e o resultado que pretende obter”.

Tudo se resume a uma questão de sensibilidade e compreender as intenções de quem está do outro lado. Até porque, para além do aspeto, “há a questão da funcionalidade do espaço, que não pode falhar”.

A Project Di preocupa-se sempre em oferecer soluções aos seus clientes.

Oferta de produtos e mão de obra de qualidade assegurada

No *backoffice* da Project DI existe uma equipa profissional nas diferentes áreas de intervenção, desde desenho, apoio comercial, serviço pós-venda e, claro, uma equipa técnica de montagem composta por profissionais com os quais trabalham habitualmente e cujo trabalho correspondem aos padrões de qualidade traçados pela empresa.

Fora esta equipa “fixa”, dispõem ainda de parcerias na área de construção e decoração, que culminam no projeto “chave na mão”, para que o cliente possa comodamente se sentir orientado em todas as fases do seu projeto, oferecendo assim o toque pessoal e caloroso. 





Uma Estadia de Experiências

www.belavistamadeira.com
 Caminho do Avista Navios, 4
 9000-129 Funchal
 info@belavistamadeira.com
 +351 291 706 400



História e contemporaneidade cruzam-se na Quinta da Bela Vista. Esta unidade hoteleira de cinco estrelas preza pela simplicidade e pela exclusividade.

Localizada em São Martinho, no alto do Funchal, a Quinta da Bela Vista apresenta-se como um autêntico espaço de experiências. É difícil de encaixar na tradicional tipologia hoteleira. O projeto é de Gonçalo Monteiro, que viu na propriedade da família uma oportunidade para chamar a atenção para a importância de criar espaços distintos, criando espaços que potenciam a descoberta da região, da fauna à flora, dos sabores às tradições.

A Quinta da Bela Vista surge em 1988. “Na altura foi a primeira quinta com classificação 5 estrelas” refere o administrador Gonçalo Monteiro. Depois de acabar a sua formação em Gestão, aceitou o desafio lançado pelo pai para transformar uma propriedade da família numa unidade hoteleira.

Esta iniciativa fez com “que viessem depois a aparecer na Madeira mais unidades turísticas com esta filosofia permitindo a preservação de propriedades e de vivências que são muito próprias da ilha, bem como a manutenção do património madeirense”.

O espaço envolvente é diferenciador, um vasto jardim para poder passear ou para desfrutar do clima madeirense com a oportunidade de poder dar alguns mergulhos ou de fazer algum exercício no ginásio montado numa pequena unidade. A unidade com 89 quartos é ampla e de grandes dimensões, mas não se perde nunca a experiência de se estar na casa de férias.

Todo o *staff* sabe receber de forma exemplar. Desde o momento que ali entramos que anteciparam todas as necessidades. Torna-se quase inexplicável quando se é tão bem recebido. A afinidade com este espaço hoteleiro é, talvez por isso, quase espontânea.

Os quartos são amplos e elegantes, mas até lá chegar percorre-se todo o hotel, cheio de pequenos detalhes. Objetos característicos da região, bordados da Madeira, pequenos quadros de arte... cada canto é um retrato de uma rusticidade requintada.

Todos os minutos passados na Quinta da Bela Vista são díspares e assim tenciona ser. “Em hotelaria se queremos vencer temos de ter a capacidade de diferenciação. Conseguirmos transmitir e oferecer como experiências, aos nossos hóspedes, algumas vivências e tradições nossas, é fundamental”, sublinha Gonçalo Monteiro.

Aqui procura-se criar a melhor ocupação de tempos livres para os clientes, até porque a estadia média é de oito ou nove dias, e não de dois ou três, como num hotel urbano. Este é um destino para “viver experiências”. Dois fortes atrativos, para quem chega, são a natureza, que alia mar e serra, e o cosmopolitismo do Funchal.

Importa referenciar os restaurantes, com destaque para o que serve o edifício principal. Na pequena sala que antecipa a entrada na sala de refeições há uma pequena divisão com um bar e um piano. Pela hora de jantar o mesmo piano ressoa e harmoniza o ambiente para uma experiência gastronómica que funde uma cozinha internacional com detalhes regionais. A seleção de vinhos é 100 por cento nacional e, mais uma vez, o serviço de mesa é exímio e arquetipo. Os sabores convencem, há minuciosidade na conceção dos pratos. Boa apresentação e paladares autênticos e singulares. A cozinha de autor é só mais uma razão para ficar e prolongar a estadia. Depois de entrar, o difícil é querer sair para conhecer outros encantos da Madeira.

Estas são apenas algumas razões que levaram a Quinta da Bela Vista a vencer o prémio Europe's Leading Boutique Hotels da World Travel Awards. Apesar do sucesso, Gonçalo Monteiro alerta para que as unidades turísticas se tornem cada vez mais atrativas e únicas: “A nossa concorrência não são as unidades hoteleiras em Portugal, são sim outros destinos e alguns são muito agressivos com muitos apoios do Estado e das companhias aéreas. Temos de ter cada vez mais capacidade no que servimos e no que oferecemos, numa ótica de que seja esse o fator que cativa mais visitantes”. 



A admirável magia do Sé Boutique Hotel

www.seboutiquehotel.com

É muito mais que um simples alojamento. Numa atmosfera em que impera o design e a estética, a arte sobressai por todo o edifício. O Sé Boutique hotel vem romper com o paradigma dos grandes resorts da ilha da Madeira com um serviço em que a simpatia da equipa é a figura principal.

A localização do Sé Boutique Hotel ajuda a perceber o nome escolhido para o projeto e dá-lhe sentido. A poucos passos está precisamente a Sé do Funchal e, com ela, todo o rodopio normal dos grandes centros. O edifício histórico em que se insere foi todo recuperado para, em 2017, abrir portas. O conceito boutique foi uma aposta que a administração “acredita ser a nova tendência do turismo”, quem o diz é André Gonçalves, diretor de venda. Localizado bem no coração do Funchal, o Sé Boutique é um excelente ponto para iniciar a descoberta pela ilha e voltar. Tudo está ali à mão.

O Sé Boutique é um hotel que vive pela arte que o recheia, dos quadros ao mobiliário, tudo parte do acervo do diretor, que decidiu praticar o desapego e pôr ao usufruto público algo tão pessoal como a sua coleção. Da entrada até ao quarto há sempre novas coisas para se reparar mesmo que se faça o percurso várias vezes. Todo o espaço é charmoso, mas de uma forma bastante simplista e sem grandes extravagâncias. Já os quartos são amplos, com excelentes comodidades.

A sala de pequeno almoço é um local peculiar, uma autêntica galeria de arte decorada num estilo mais campestre. Nesta sala

pode-se também almoçar ou jantar, mas o grupo em que o hotel está inserido “tem ainda mais três restaurantes no Funchal. Os clientes com pensão completa podem escolher um dos nossos três restaurantes podendo assim variar e experimentar coisas diferentes, além disso são todos aqui próximos”, sublinha André Gonçalves.

Um dos locais de maior destaque é o terraço, com um bar de apoio, perfeito para descansar após a “meia maratona” que se realiza todos os dias pela ilha ou para tomar um cocktail. Este é definitivamente o lugar de onde não queremos mais sair. Nem seria preciso mergulharmos nas imensas paisagens madeirenses para querermos que o tempo parasse ali mesmo.

Tudo está bem planeado, do espaço ao conceito, porém a grande diferenciação está na qualidade humana e profissional de todos os seus colaboradores, incansáveis desde o primeiro segundo, uma equipa jovem, simpática e com uma perceção de serviço que eleva toda a experiência para um nível difícil de igualar. “A nossa ideia é fazer com que as pessoas se sintam em casa desde que cá entram. O nosso conceito de luxo não passa por ter torneiras douradas, mas pelas experiências e emoções que pretendemos oferecer”, conclui André Gonçalves. 

LITOGRAFIS

NÓS FAZEMOS IMPRESSÃO



www.litografis.pt +351 289 598 500 +351 966 478 205 geral@litografis.pt

DESIGN GRÁFICO

A Litográfis materializa a sua ideia para o suporte adequado.

PRÉ-IMPRESSÃO

Sector equipado com dois modernos CTPs (Computer To Plate), de tecnologia térmica, 6 estações de trabalho que abrangem ambientes Windows e Apple, Hardware PC e Macintosh e ainda equipamentos de gravação e revelação de fotolitos.

IMPRESSÃO DIGITAL

Imprimimos os trabalhos em um curto espaço de tempo, permitindo entregas rápidas, ideais para aquele trabalho que necessita imediatamente.

IMPRESSÃO MÉDIO FORMATO

Produzimos brindes, roll ups, pop ups, bandeiras publicitárias, lonas e serviços de estampagem de têxteis.

IMPRESSÃO OFFSET

Sector no qual temos instalada uma enorme capacidade de produção, num total de 16 corpos de impressão, todos da marca alemã Heidelberg, líder mundial no fabrico de máquina de impressão offset.

ACABAMENTO

Um sector, igualmente muito importante, que dispõe dum conjunto de 17 modernos equipamentos de colagem, corte, alseamento, dobragem e agrafamento.

As construções e as soluções que têm por base o vidro estão a ganhar cada vez mais adeptos entre projetistas e construtores.

As soluções de vidro parecem não ter limites e têm vindo a acompanhar a evolução do seu fabrico e das suas propriedades, sempre a melhorarem, de acordo com o gosto dos arquitetos e também dos clientes pois a paisagem ajuda e é um fator apelativo numa possível afirmação de ostentação e modernidade.

O vidro é cada vez mais utilizado na construção e permite aos arquitetos desenvolver espaços residenciais e edifícios empresariais cada vez mais arrojados, aproveitando da melhor forma a luz natural, reduzir os gastos energéticos, dar mais beleza e profundidade aos espaços, mas mantendo elevados níveis de segurança. Além disso, numa era *ecofriendly*, o vidro é visto como um produto amigo do ambiente.

É o caso do vidro com o 'toque' Saint-Gobain. A SGG CLIMALIT é a marca, pertencente ao grupo francês, do vidro duplo que proporciona um maior nível de conforto térmico, poupando energia e dinheiro. A sua versão avançada, a SGG CLIMALIT PLUS, alcança um nível de isolamento até três vezes maior que um vidro duplo básico, conseguindo manter uma ótima sensação térmica no inverno. No verão pode reduzir a metade a entrada de energia solar direta, comparativamente ao vidro duplo básico, ajudando a manter uma temperatura agradável no interior do espaço. Isto resulta numa redução de gastos em aquecimento e arrefecimento do ar interior, sendo assim um produto sustentável. Porque as capacidades de aplicação e de estética, especialmente no setor da construção e da arquitetura, já sabíamos que eram muitas. 

ARQUITETURA DO VIDRO



Rui Oliveira Silva

Indústria vidreira com grande impacto na economia circular

Num especial sobre a arquitetura do vidro, uma conversa com Rui Oliveira Silva, presidente da Associação dos Industriais Transformadores de Vidro Plano de Portugal é perentória! Leia a entrevista e perceba um pouco melhor a realidade do setor.

Qual o papel da AITVPP no setor empresarial do vidro?

A AITVPP, fundada em 1976, tem por finalidade defender os legítimos interesses e direitos das suas empresas associadas e assegurar a sua representação junto de quaisquer entidades públicas ou privadas. Organizar e manter atualizado o cadastro das empresas associadas e mais elementos necessários ao funcionamento da associação, racionalizar e promover o desenvolvimento da atividade do setor no plano nacional e regional, negociar e celebrar convenções coletivas de trabalho e cooperar com as organizações sindicais dos trabalhadores, em ordem à resolução dos problemas do trabalho. Em geral, desempenhar quaisquer outras funções de interesse para os associados permitidos por lei ou que por esta lhe venham a ser reconhecidas.

Que vantagens oferecem aos vossos sócios?

A AITVPP pretende ser uma referência na

formação profissional. Estando este setor muito carenciado de mão de obra qualificada, a AITVPP pretende organizar seminários formativos, contando com as principais entidades do setor.

Qual o panorama atual do sector do vidro?

O setor, fruto da recuperação do mercado da construção civil nos últimos anos, está com níveis de trabalho aceitáveis. A aposta das empresas do setor no aumento da capacidade de produção instalada, na inovação dos produtos e tecnologia, fazem com que Portugal consiga ser competitivo em qualquer projeto à escala global.

A internacionalização das empresas portuguesas é um passo obrigatório para se ter sucesso?

Sim. A internacionalização foi um recurso dos anos de crise económica portuguesa, que obrigou as empresas a otimizar processos de forma a serem

A internacionalização foi um recurso dos anos de crise económica portuguesa, que obrigou as empresas a otimizar processos de forma a serem competitivas.

competitivas. Após a crise, continuamos nesses mercados, pela qualidade de produtos e serviços prestados.

Como é que a crise afetou o setor? Que soluções foram encontradas para ultrapassar essa crise?

A solução, em grande parte das empresas deste setor, como já referido, passou pela internacionalização. Alguns operadores nacionais passaram a exportar diretamente, outros fizeram-no através dos seus clientes de outras áreas.

A crise fez-nos procurar soluções para responder aos problemas que o mercado da construção civil nos criou e, como já mencionado, a procura de novos mercados à escala global, bem como a redimensão das empresas, foram factores críticos para ultrapassar o desiderato.

O ambiente é um tema que continua na ordem do dia. O vidro pode ser uma alternativa ao plástico?

As empresas vidreiras, em termos de economia circular, estão muito atentas ao impacto ambiental dos seus produtos. Nesta perspetiva, a produção de vidro incorpora cerca de 30 por cento de material

reciclado. A preocupação com o meio ambiente é algo que na indústria vidreira é uma realidade desde sempre. A separação de resíduos de vidro é feita com efetividade em praticamente todos os intervenientes e dispõe, o setor, de empresas especializadas na recolha e seu tratamento. O vidro, na maior parte das situações, é uma melhor alternativa ao plástico, tanto no aspeto do acondicionamento, bem como, no impacto para o meio ambiente.

Que perspetivas têm para 2020?

Depois de anos de contínuo crescimento no mercado da construção, prevê-se que 2020 seja um ano de alguma contenção. O mercado português continua com perspetivas de crescimento. O mercado europeu, principalmente o francês, dá mostras de algum abrandamento. Temos também os PALOP's, principalmente Angola, que com a taxaço dos produtos vidreiros, vai sofrer um decréscimo das vendas. Estas são as principais razões que nos levam a prever um 2020 com problemas para o nosso setor. No entanto, contamos com a capacidade de resiliência dos nossos associados, para, mais uma vez, se adaptarem às realidades do mercado. 

As empresas vidreiras, em termos de economia circular, estão muito atentas ao impacte ambiental dos seus produtos. Nesta perspetiva, a produção de vidro incorpora cerca de 30 por cento de material reciclado.



José Carvalho

A Biseladora do Norte: Uma força na distribuição do vidro!

Empresa fundada em 1928 é a única em Portugal a fazer a distribuição própria de vidro de grandes dimensões – vidro em chapa - Jumbo. Além de trabalhar com as três maiores fábricas europeias de vidro, tem sempre todos os produtos que existem no mercado.

A Biseladora do Norte é uma empresa nascida em 1928 e virada para o comércio e indústria. Os tempos mudam, o setor também e assim, desde 2005, os irmãos e sócios José Carvalho e Fernando Carvalho – terceira geração da empresa – aproveitaram uma abertura do mercado para apostarem mais na distribuição do vidro. Eles, que também são importadores de vidro de várias origens, conseguiram ser bem-sucedidos ao ponto de, atualmente, 70 por cento do volume de negócio e trabalho vir da distribuição e 30 por cento da transformação de vidro.

“Existem mais empresas de distribuição, mas algumas com fragilidades no transporte e prazo de entrega. Percebemos que tínhamos espaço no mercado, em vez de ter transporte fretado e estar dependentes dos outros”, explicou José Carvalho. Começaram com um camião, foram somando viaturas aos poucos até chegarem à frota própria de oito pesados. “Temos oito camiões, sendo que dois deles são camiões Jumbo. Temos uma área bastante abrangente: de norte a sul do país, incluindo ilhas. Desde que nos dedicamos à distribuição, o crescimento tem sido notório. Temos um

serviço expresso de entrega rápida no mesmo dia, toda e qualquer quantidade e dimensão de produtos”, resumiu o administrador.

Os números não enganam. “Tirando os três players europeus, somos a única empresa em Portugal que faz distribuição própria de vidro Jumbo. Este vidro tem mais metragem quadrada e dá mais rentabilidade”, contou à IN.

Têm uma capacidade de movimentar, todos os meses, cerca de 80 a 90 camiões de 24 toneladas cada, o que é um “número ímpar em Portugal”. “É uma estrutura que fatura muito, trabalha muito, mas também gasta cinco mil litros de gasóleo por semana e paga 30 salários mensais. Gastamos 20 mil litros de gasóleo por mês na distribuição. Temos a preocupação de servir a necessidade de cada cliente com a máxima brevidade possível”, enumerou.

Os custos são acrescidos, porém o retorno é positivo. “Trabalhamos com as três maiores fábricas europeias de vidro. Temos sempre uma panóplia de todos os produtos que existem no mercado. Num camião conseguimos encapotar produtos exclusivos

de cada uma dessas fábricas. A Biseladora tem essa capacidade”.

Por isso é que começaram a funcionar num pequeno espaço na rua Formosa, no Porto, passando depois para umas instalações novas em Serzedo, Gaia, onde funciona ainda o armazém para stock de chapa de vidro. A produção está toda em Grijó desde 2007. “Temos uma área aproximada de 4500/5000 m², dividida em três áreas distintas: para vidro Jumbo (6 metros por 3,21); para vidro pequeno (3,21 por 2,55); e para stock de contentores de vidro de importação”.

Foi com os netos do fundador José Carvalho da Silva que houve uma evolução tecnológica. “Em termos de armazém temos um custo de dois milhões de euros, por causa das máquinas. Com a 3.ª geração houve um boom na empresa de 2000%. É uma visão de mercado e necessidade de afirmação”, reconheceu um dos atuais gerentes.

José Carvalho sempre teve vocação para o negócio da família, onde trabalha desde 1984, e os resultados estão à vista. “O meu pai – Flório César de Carvalho – não tinha maquinaria de ponta. Em 1988 compramos a primeira máquina industrial de vidro”, prosseguiu.

A par com o irmão Fernando, gerem uma empresa com cerca de 30 funcionários, dos mais experientes aos mais novos, e todos com “valias duplas” em termos de funções. A Biseladora do Norte é uma firma de sucesso – ainda que José não goste dessa palavra – e isso é “sempre um polo atrativo para os mais jovens”. Como consequência natural são, há já oito anos consecutivos, PME Excelência. “A palavra ‘sucesso’ não me agrada, mas sim o resultado do trabalho feito, faz com que haja amizades que ultrapassem o negócio, independentemente do

preço. No momento é ‘A Biseladora’ que lidera uma grande parte do setor”, garantiu. E isso fê-los sobreviver em tempo de crise. “A área da construção já esteve em baixo e já crescemos com a construção em baixo”, exemplificou.

A fórmula é óbvia. “Os novos tempos trouxeram novas tecnologias e temos acompanhado essa evolução”. Isso e “não falhar com os clientes e ter uma boa relação preço/qualidade/serviço”. A aposta é na distribuição, mas a transformação de vidro não foi esquecida. “Neste ramo existem pessoas que fomentaram determinados setores de atividade e deixaram os setores iniciais da sua atividade para trás. Nunca fizemos isso. Nascemos na transformação, estamos na transformação, mas neste momento apostamos mais na distribuição. Tivemos de fazer uma opção: uma transformação mais branda e uma distribuição mais forte”, confessou, acrescentando que “as empresas que tiveram vontade de sair da crise, estão fora da crise”.

Esse pensamento mantém-se no que à AITVPP (Associação dos Industriais Transformadores de Vidro Plano de Portugal) diz respeito. José Carvalho pertence à associação desde 1992, tendo feito parte da direção. “É um trabalho árduo e difícil, mas só é se o fizermos. Se não, o trabalho não é feito”, disse, referindo-se às críticas de alguns empresários do setor e associados quanto à utilidade da AITVPP. “As pessoas, às vezes, têm uma ideia errada da vida empresarial: ‘tudo se faz, mas nada se paga’. A associação tem de se preparar de uma forma financeira para se mostrar no país. E isso é um trabalho que se vai reiniciar agora, sendo que os alicerces vêm de trás”, rematou. Palavra de quem entrou no setor ainda “era uma criança” e de quem faz questão de mostrar ao mundo que “olhamos o futuro”. Mesmo uma empresa que tem 92 anos de vida. 



Nortemper, de pioneira a vanguardista

www.nortempa.pt

Empresa da Trofa foi a primeira a usar um forno de têmpera para transformar o vidro plano. Criada em 2003, dedica-se ao corte, manufatura, têmpera, laminagem e fabrico de vidro duplo sendo um parceiro de referência da rede CLIMALIT. Numa altura em que o fundador Hermino Pires passou o testemunho ao filho André Pires, Chairman da Nortemper, tendo este contratado André Caldeira Ribeiro para CEO, o presente consiste em antecipar tendências e o futuro será para expandir para o mercado externo. A IN Corporate Magazine esteve à conversa com o Chairman André Pires.

A Nortemper começou a operar em junho de 2003 na Trofa, tendo como objetivo aumentar a oferta do setor do vidro na região norte de Portugal. Que realidade encontraram na altura e que realidade vivemos agora?

A Nortemper foi pioneira no setor de transformação de vidro plano, com um forno de têmpera [tratamento térmico para aumentar a dureza e a resistência], em 2003. Desde então, houve uma evolução significativa de máquinas e um aumento considerável de concorrência, sendo que a aplicação de vidro tem vindo a evoluir significativamente pelo lado da matéria-prima, com mais especificidades e aplicações. Temos de adaptar a nossa tecnologia à oferta e temos acompanhado sempre essa evolução em termos de equipamento e processo. Atualmente existem projetos de arquitetura e engenharia são muito desafiantes e temos de nos adaptar a isso. Aliás, é disso que nos motiva e que está na base do nosso ADN. Fomos crescendo com o setor, assente numa filosofia de Customer Centricity (foco no cliente). E isso reflete-se na qualidade do produto.

O que é que a empresa faz? Em que é que se distingue?

Compramos chapa de vidro plano aos fornecedores mais

qualificados (apenas Tier 1) e transformamos em todo e qualquer produto que o cliente queira, para todas as áreas que envolvam vidro, sendo completamente autónomos no processo. Dispomos dos meios tecnológicos mais avançados do setor e oferecemos soluções em vidro com desempenho visual, térmico, acústico, estético e de segurança. Distinguímo-nos na qualidade e flexibilidade (palavras-chave neste negócio), procurando encontrar sempre uma solução, daí o facto de termos clientes fidelizados há muitos anos; na capacidade de responder ao aperfeiçoamento da matéria-prima; e na forma como transformamos o vidro. Procuramos estar sempre na vanguarda.

Desde 2011 fazem parte da rede SGG CLIMALIT, sendo um dos fabricantes do vidro duplo criado e registado pelo grupo francês Saint-Gobain. Esse passo era fundamental? Em que medida?

A CLIMALIT é uma marca comercial do Grupo Saint Gobain, nosso fornecedor e um dos principais players mundiais da indústria de vidro. Fomos convidados a pertencer a esta rede, há vários anos, como fabricantes de vidro duplo com isolamento térmico e acústicos reforçados, que tem critérios de qualidade muito exigentes. Obviamente,

é um reconhecimento importante do nosso trabalho que, comercialmente, nos abre bastantes portas.

Este setor implica um investimento de ‘peso’ em equipamentos e tecnologia. No vosso caso, isso sempre foi uma prioridade?

Este é um sector de capital intensivo e a nossa estratégia passou sempre por ter um parque de máquinas “state of the art”, sendo pioneiros nas medidas máximas de chapa de vidro. Procuramos dar resposta aos projetos mais exigentes e estar munido de bons equipamentos é essencial. Mesmo que se trate um pedido não habitual, tentámos sempre encontrar e aperfeiçoar o sistema por forma a dar uma resposta a tempo e horas. Investimos não consoante as necessidades, mas a pensar no futuro. Estamos sempre a pensar nas necessidades que aí vêm. O que nos motiva é o desafio, seja na transformação de vidro, seja a responder às capacidades de mercado que são, até para nós, cada vez mais exigentes.

Que projetos têm a ‘marca’ Nortemper?

Temos feito todo o tipo de infraestruturas públicas e privadas: hotéis, casinos, aeroportos, sendo que 40% da produção é exportada indiretamente para a Europa. Indiretamente, porque é o nosso cliente que exporta e faz a aplicação do vidro. Estamos neste momento a rever o nosso modelo de negócio por forma estarmos presentes diretamente em alguns mercados, que temos já identificados.

Foram considerados PME Excelência em 2018. Valorizam a experiência ou apostam na juventude? Tem sido fácil encontrar mão-de-obra qualificada?

Temos uma equipa com cerca de 70 pessoas, com tendência

a subir. Apostamos na retenção de talentos e na formação interna e, por isso, temos um nível de rotação baixo no que diz respeito ao setor. Também procuramos ter um bom ambiente de trabalho e dar perspectivas de carreira. Sabemos que a oferta de mão-de-obra qualificada é escassa e por isso temos vindo a otimizar as nossas políticas de Recursos Humanos.

A empresa tem passado por uma mudança estrutural. Porquê?

O meu pai, Hermino Pires, é o fundador. Em dezembro de 2019 cessou funções e a 1 de janeiro de 2020 entrou um novo Conselho de Administração, liderado por mim. Houve uma mudança da estrutura societária, que passou de Lda. para S.A. como parte de um processo de reorganização de toda a empresa. Contratou-se um grupo de gestão, encabeçado por André Caldeira Ribeiro, que vem do sector energético e conta com uma larga experiência na internacionalização de empresas. Sendo a exportação um dos pilares da nossa estratégia, assim como a consolidação da nossa atividade no mercado nacional, consideramos esta reestruturação essencial para o futuro da Nortemper.

Que perspetivas têm para o ano de 2020?

Para o primeiro trimestre do ano queremos consolidar a nossa posição e terminar 2020 ainda mais fortes. Somos uma B2B e nunca tivemos uma forte aposta na criação de marca, mas somos muito reconhecidos. Daí a aposta na marca e reestruturação da área comercial para abranger o cliente direto, institucional e final. Queremos que o utilizador tenha a Nortemper no “Top of mind” quando precisar de vidro plano. 

Vidro, ontem, hoje e amanhã

*O vidro é parte integrante da nossa vivência, conforto, construção e arquitetura atual.
Mas nem sempre foi assim.*

Segundo a lenda, o vidro foi descoberto acidentalmente por comerciantes fenícios. Ancorados numa praia da costa da Síria, improvisaram uma fogueira utilizando blocos de nitrato de sódio e, algum tempo depois, notaram que a fusão pelo fogo da areia e o nitrato de sódio originou um líquido transparente: o vidro.

No ano de 3500 A.C., no Egito e na Mesopotâmia, o vidro começou a ser usado como matéria-prima para produzir potes e vasos de vidro não transparentes. O método dos egípcios era engenhoso: nitrato mais areia em forno de barro com fogo em cima. O nitrato derretido com a areia era colocado num recipiente, que era seguro com varas para não queimar as mãos. Os exemplos mais antigos da arte egípcia do vidro foram três vasos descobertos com referências ao Faraó Thoutmosis III. O primeiro manual de fabrico do vidro com instruções pormenorizadas desta arte data desta época.

Nos 500 anos seguintes, a produção de vidro centrou-se em Alexandria, de onde se pensa que viajou até Itália. Os mercadores e marinheiros fizeram o resto e espalharam este novo conhecimento pelas costas do Mediterrâneo.

Entretanto, na Síria, deu-se um acontecimento extraordinário com a descoberta de uma nova técnica de produção do vidro: o sopro. A descoberta foi atribuída a um artesão sírio da área da Síria-Babilónia. Não demorou muito para os romanos

começarem também a soprar vidro dentro de moldes, aumentando significativamente a variedade de formas.

Com as suas vastas conquistas, o império romano criou as condições para o crescimento da produção de vidro. Objetos de vidro começaram a aparecer em Itália, França, Alemanha, Suíça e até na China, enviados através das rotas de seda.

Os romanos também começaram a usar o vidro com objetivos arquitetónicos, com a descoberta do vidro branco (através da introdução de óxido de magnésio) em Alexandria. O vidro, apesar das suas ainda fracas qualidades óticas, começou a aparecer nos mais importantes edifícios de Roma e nas casas mais luxuosas de Hércules e Pompeia.

Por volta do ano 1000 D.C., a escassez de matérias-primas conduziu a uma mudança significativa nas técnicas de produção do vidro na Europa. Os vidreiros do norte dos Alpes começaram então a procurar alternativas, usando o potássio como alternativa ao carbonato de sódio. No século XI descobre-se um novo processo que foi revolucionário para a produção de vidros planos.

O desenvolvimento do cristal de chumbo foi atribuído ao inglês George Ravenscroft, que patenteou este novo tipo de vidro em 1674: um vidro brilhante com um elevado nível refletor que é plano e transparente. Foi também nesse século

Ciente do fascínio pelo material e da riqueza da sua história, a empresa Saint-Gobain Glass Portugal - pertencente ao grupo francês Saint-Gobain - decidiu juntar tudo sobre o vidro num livro de banda desenhada, escrito em Português e Inglês.

A publicação, inédita no mundo inteiro, foi lançada em 2008. Ao lê-la fazemos uma viagem no tempo desde a descoberta do vidro, na era Antes de Cristo, até à antecipação do futuro pela Saint-Gobain Glass, através da incorporação das nanotecnologias. Tudo em linguagem acessível, mas sem descurar o rigor histórico e científico.

www.saint-gobain-glass.com/pt
mkt.sggp@saint-gobain.com



(no ano de 1665) que se criou a primeira fábrica da Saint-Gobain, com o nome de Manufacture Royale des Glaces de Miroirs, como parte de um plano preconizado pelo rei Luís XIV e Colbert com o objetivo de fabricar os espelhos para o Palácio de Versalhes e, simultaneamente, restaurar a economia francesa. Confiada a empresários privados, a empresa quebrou com a tradição, organizando a produção de vidro numa base industrial.

O Vidro na Construção

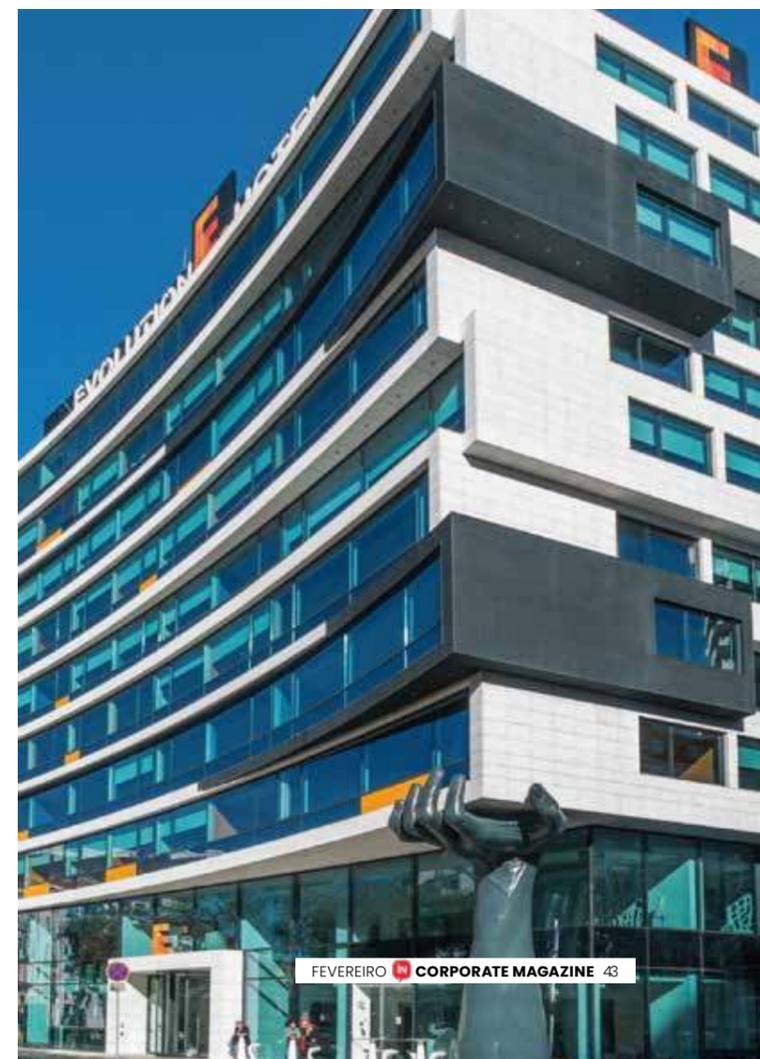
Rapidamente, arquitetos e engenheiros começaram a utilizar o vidro como matéria-prima fundamental, não só pelo aspeto visual, mas também pela sua elevadíssima resistência química. E o vidro 'inundou' as nossas casas.

A tecnologia do vidro permitiu dominar e melhorar a eficácia individual e combinada de três fatores fundamentais: controlo térmico solar, que permite significativas poupanças energéticas e conforto no interior das casas; controlo da luz, permitindo iluminar as casas com a luz do sol sem excessivo calor; a acústica e a segurança, que permite isolar o interior da casa dos ruídos exteriores.

Nos últimos anos verificou-se uma evolução tecnológica significativa no vidro destinado à construção. A aplicação nas fachadas de vidro de controlo solar como elemento estrutural, nos sistemas de montagem de vidro colado (VEC) ou vidro agrafado SGG POINT (SGG SPIDER GLASS), obriga a utilização de vidro temperado de segurança, SGG SECURIT. Em fachadas tradicionais com grande exposição solar aplica-se vidro de controlo solar temperado de segurança também para evitar a quebra dos vidros por choque térmico.

A Saint-Gobain já incorpora a nanotecnologia no fabrico dos seus vidros de controlo solar desde a década de 90. Presente em Portugal desde 1962, a empresa comercializa os seus produtos e soluções de grande qualidade, como é o caso da marca de vidro SGG CLIMALIT. Trata-se de uma marca de vidro duplo que está licenciada a um conjunto de empresas designado de Rede SGG CLIMALIT. O seu upgrade, a marca SGG CLIMALIT PLUS, só tem vantagens: isolamento térmico, acústico, controlo solar, segurança, autolimpeza e baixa manutenção.

Em Portugal, são 12 as empresas pertencentes à rede. Uma delas, a Covipor Glassolutions, filial do grupo francês Saint-Gobain, transforma e distribui o vidro plano ao mercado da construção civil e da decoração e faz a montagem em obra. Com dois centros produtivos – um em Santo Tirso e outro na Maia – consegue dar resposta ao mercado não residencial das grandes fachadas e ao mercado residencial, com distribuição regional e local. São, por isso, várias as obras contemporâneas no seu portfólio. É o caso do Museu da Presidência da República, da Fundação Champalimaud, do Teatro Camões, do Centro Cultural de Belém, da sede da Polícia Judiciária, da nova sede da EDP, do edifício NOS, do Epic Sana Lisboa Hotel e do Hotel Sheraton Porto. Em comum, uma solução de vidro SGG CLIMALIT PLUS. Independentemente do arquiteto. 



“Uma casa em vidro pode ter ótimos comportamentos térmicos e acústicos”



Uma empresa com 40 anos de história, onde a arte de bem trabalhar o vidro impera. Nuno Barbosa, arquiteto de formação, trabalha no negócio de família, a Vidraria Barbosa que, assegura, “não para de crescer todos os anos”.

“Foi o meu pai quem aprendeu a arte do vidro e fundou este negócio”. É assim que Nuno Barbosa, arquiteto, começa a contar-nos a história da Vidraria Barbosa, um negócio de família, com 40 anos de história e que neste momento conta já com 26 funcionários. “O meu pai começou a trabalhar para outra pessoa, aprendeu a arte e depois, na década de 80 estabeleceu-se por conta própria. Nessa altura, as instalações não eram mais que uma garagem, o vidro era descarregado à mão. Hoje em dia as coisas mudaram, temos melhores instalações, mas continuamos a trabalhar em família, eu, o meu pai, a minha mãe e a minha irmã”.

Recordando ainda o tempo em que o negócio começou, Nuno não tem dúvidas de que “o vidro e a forma de o utilizar mudou muito. Na altura quase todos os vidros eram simples, pouco resistentes e partiam com muita facilidade. Eram muito perigosos. Entretanto as exigências ambientais e de segurança mudaram, e o vidro teve de as acompanhar”. Por isso, explica, atualmente a indústria produz sobretudo “vidro temperado, que é substancialmente mais seguro, ou vidro laminado”. Embora qualquer um destes tipos de vidro cumpra bem a questão da segurança, têm aplicações diferentes. “O vidro temperado é um vidro mais espesso, cinco vezes mais resistente que o vidro normal e que, quando parte, fica em pequenos fragmentos, quase bolinhas de berlimde, que caem por todo

e evitam grandes cortes ou lesões; já o vidro laminado é na verdade a junção de dois vidros que têm no meio uma película transparente. Estes são como os vidros dos automóveis, que fazem fissuras, mas não caem. Têm essa vantagem, apesar da sua resistência mecânica ser consideravelmente menor”.

Todas estas evoluções do vidro nos últimos anos permitem, neste momento, dar ótimas respostas “aos projetos propostos pelos arquitetos. A grande evolução no vidro foi precisamente a criação do vidro duplo para exterior, com uma caixa de ar no meio, que faz com que uma habitação tenha ótimos comportamentos térmicos e acústicos, mesmo com grandes áreas de janelas. A arquitetura hoje em dia usa e abusa do vidro, porque isso permite uma maior amplitude no espaço e usufruir melhor das vistas. No entanto, sem o vidro duplo recente era impensável ter isso e conseguir ainda o conforto térmico a que hoje nos habituamos”.

Nuno Barbosa não hesita em afirmar que “a indústria do vidro está a crescer”. A Vidraria Barbosa “tem tido todos os anos um crescimento na ordem dos dois a três por cento” e, por isso, num futuro próximo pensa em “aumentar as instalações. O número de clientes tem aumentado, e para lhes darmos resposta, estou neste momento a desenvolver um projeto para o terreno ao lado da fábrica, de aumento do nosso espaço de produção”.



Vidraceiros aplicados em qualquer mercado

www.vidrogaia.com

A Vidrogaia pode ser uma microempresa, mas dá passos de gigante, já que comercializa todo o tipo de vidro, aplicando-o no mercado comercial, industrial e residencial.

Pedro Leal é o verdadeiro profissional do setor do vidro. Descrevendo-se como “nascido e criado no vidro”, passou de ter uma “fábrica familiar com 20 empregados, há 30 anos, tudo à base de máquinas manuais” para uma loja em Vilar do Paraíso, Vila Nova de Gaia, com quatro funcionários. Mas desengane-se quem pense que foi uma regressão. “Esta loja tem mais visibilidade para o público”, explicou Sandra Teixeira, esposa e sócia-gerente.

Na loja existe também um espaço para que a equipa - composta por profissionais vidraceiros qualificados, experientes e especializados na montagem de vidro plano - consiga trabalhar nas melhores soluções para cada projeto, com a mais alta qualidade e rapidez e no mais curto espaço de tempo. É que a Vidrogaia oferece serviços para o mercado comercial, industrial e residencial, onde a exigência impera.

Espelhos, resguardos de banho, guardas de escada, guardas de muro, sistemas de correr, varandas, vidros lacados, portas... a lista de serviços de vidraceiro da empresa é grande. “Entro numa moradia e faço tudo o que é vidro plano e espelhos, exceto candeeiros e garrafas”, resumiu Pedro Leal.

Interiores e exteriores, comerciais, industriais ou domésticos, a Vidrogaia comercializa todo e qualquer tipo de vidro. O ritmo de trabalho pode ser alucinante, mas o gerente, com mais de 30 anos de experiência, adora ter desafios.

No caso da hotelaria, costuma trabalhar com um grupo de hotéis e tem feito cada vez mais reconstruções, mantendo um olhar atento na evolução do mercado. “Interessa-me fazer restaurações. Esta melhoria do trabalho que tem havido deve-se 50 por cento ao turismo. Ainda há margem de progressão nos hotéis, mas a tendência será de retração. Daqui a dois ou três anos tenho de começar a pensar nisso. Foi por isso que me mudei também para esta loja”, lembrou, assumidamente prudente.

Os serviços são totalmente desenvolvidos em torno da necessidade do cliente e sempre com o intuito de transformar cada obra numa peça única, concebendo todos os tipos e formas de vidro para qualquer infraestrutura interior ou exterior.

Para já, a carteira de clientes conta muitos jogadores, empresários e decoradores ligados ao futebol. Porém, o número em carteira promete aumentar com a aposta nos estores. “É um nicho de mercado excelente. Nem publicidade faço. É uma área que consigo ampliar. Faço uma moradia inteira de estores”, assegurou o gerente.

A assistência e acompanhamento aos clientes são constantes, de forma a assegurar satisfação, segurança e qualidade. Como o tempo dos clientes é visto como uma prioridade para a Vidrogaia, os vidraceiros entram em ação com a máxima rapidez, desde o primeiro contacto até à conclusão do projeto. Quer seja uma fábrica grande, quer seja uma microempresa.



VIDROGAIA

www.facebook.com/vidrogaia
www.instagram.com/vidrogaia



“FAZEMOS PEÇAS PERSONALIZADAS À MEDIDA DOS NOSSOS CLIENTES”

www.vidrarialmeida.com.pt

Meio século de história define a arte de bem servir o cliente da Vidraria Almeida. Situada no centro de Aveiro, a empresa oferece todos os tipos de serviços em vidro, “personalizados ao gosto de cada cliente”.



A Vidraria Almeida “é das poucas no país que faz transformação e aplicação do vidro”. Com uma história de quase 50 anos, a empresa, sediada em Aveiro, “trabalha o vidro em bruto e adapta-o à medida e gosto de cada cliente”.

Ana Simões é hoje quem “dirige o navio” que o seu pai, Vitor Simões começou a construir. “Este negócio, que é hoje a Vidraria Almeida, nasceu como Bazar Almeida, aqui nesta mesma rua onde hoje temos loja. Entretanto, passou a chamar-se sociedade Vitória&Figueiredo e foi nessa altura que o meu avô comprou a metade da empresa que viria a ficar para o meu pai. Alguns anos depois torna-se o único sócio e decide expandir o negócio abrindo uma fábrica na zona industrial de Vagos”.



Atualmente a empresa mantém a loja na conhecida Rua do Carmo, em Aveiro, onde continuam a servir “clientes de muitos anos, que já conhecem a vidraria, bem como a fornecer matéria prima para grandes obras”.

Entre todas as valências que a Vidraria Almeida incluiu nos seus serviços, destacam-se “a instalação de todo o tipo de vidro, para estufas, escadas, claraboias, balaustradas ou vitrais, vidros duplos, chapas acrílicas ou de policarbonato”, bem como “a especialização em vidro de segurança ou antibala ou vidro lacado em várias cores”. Para Ana, a satisfação do cliente é o mais importante. “Aqui adequamos o nosso trabalho à necessidade dos nossos clientes e fazemos muitas peças personalizadas”.



As reabilitações de edifícios antigos, garante Ana, são uma das obras que mais “implica o uso de vidro neste momento. Sobretudo o vidro lapidado está a ser cada vez mais pedido”.

Num futuro próximo, a Vidraria Almeida pretende alargar o seu negócio e “centralizar num único local todos os seus serviços, incluindo a fábrica, a loja e os escritórios”, para continuar a servir cada vez melhor os seus clientes. 



HMGLASS: onde encontra tudo o que precisa para a indústria do vidro

www.hmglass.pt

Hugo Gonçalves é o nome por trás da criação da HMGLASS. Aos 21 anos, aventurou-se nesta indústria a convite de um familiar. Os conhecimentos adquiridos foram fulcrais para que, há cinco anos, decidi-se aventurar-se em nome próprio e criar uma empresa que disponibiliza toda a maquinaria para a indústria do vidro, assim como todo o tipo de ferragens e respetivos acessórios.



Através da representação oficial das principais marcas mundiais da indústria vidreira, Hugo Gonçalves tem-se destacado no panorama nacional. “Temos as representações das mais importantes marcas deste setor, nomeadamente a Keraglass, Schiatti, Stefiglass, Macotec, Immes e BOHLE e parcerias bastante significativas com a Tecnocat”.

Distribuindo em todo o país, incluindo ilhas, Hugo Gonçalves diz, com agrado, que “a concorrência no setor vidreiro, pelo menos na área em que nos inserimos, é saudável e não existem conflitos entre as diversas empresas. Temos, aliás, um bom relacionamento e auxiliamo-nos sempre que necessário”.

Com uma evolução significativa no ano de 2019 ao que à faturação diz respeito, o nosso interlocutor afirma que a

principal preocupação da sua empresa é servir o cliente com a maior honestidade e profissionalismo possíveis, “sempre com as melhores marcas, de forma a nunca descurar o serviço que prestamos”.

Apesar de ser o único funcionário, Hugo Gonçalves é auxiliado pelas marcas que representa sempre que necessário. “Consgo ter todo o apoio que preciso por parte das marcas e do seu staff”.

O seu empenho é de tal forma representativo que, em 2018, foi considerado o melhor agente da Keraglass, uma empresa italiana, líder mundial em fornos de temperar vidro. E é com o mesmo empenho que prevê continuar a dedicar-se à sua empresa, “satisfazendo o cliente, sempre com o apoio das marcas que represento”, finaliza. 



Melhor solução em vidro é na Bracarense

www.vidrariabracarense.com

Vidraria em Sequeira, Braga, é a responsável pela execução de projetos de renome como a Sanjotec, o centro de estágios do Benfica e o museu do FC Porto. Com 30 anos de existência orgulham-se também da certificação de qualidade CEKAL.

A história da Vidraria Bracarense começa como tantas outras empresas em Portugal: um único sócio-gerente, José Maia, que já tinha estado na indústria de transformação de vidro através da firma VIMAIA. Foi em 1990 que a Bracarense viu a luz do dia, já com esse nome, pronta para a sua principal atividade assente na lapidação, arestas, foscagem, corte e colocação de vidro.

A funcionar atualmente numas instalações com cerca de quatro mil metros quadrados construídas de raiz em Sequeira, Braga, e com um nome bem explícito poder-se-ia pensar que esta vidraria apenas atuaria com força naquela zona. Sim, a maior parte dos projetos que têm são pedidos pelas autarquias minhotas, como é o caso das escolas, mas não é só. Podemos ver a 'mão' da Vidraria Bracarense em localidades e projetos tão distintos como o Centro Empresarial e Tecnológico de S. João da Madeira (Sanjotec); a Academia de Ginástica de Guimarães; o Instituto de Design de Guimarães; a Porto Business School, junto ao NorteShopping; o parque tecnológico de Bragança, Brigantia Ecopark; a loja do Sporting Clube de Braga; o museu do FC Porto e o centro de estágios do Sport Lisboa e Benfica no Seixal. Em comum o vidro plano transformado e colocado pela empresa, atualmente gerida por José Maia e o filho Diamantino Maia.

Além da qualidade do produto - ou não fossem eles membros da rede SGG CLIMALIT, sendo um dos fabricantes do vidro duplo criado e registado pela Saint-Gobain Glass -, têm respondido com eficácia e rapidez a desafios exigentes,

independentemente do ponto do país onde está a obra. "Trabalhamos muito para Lisboa, por exemplo. Quando há serviços fora, preparamos tudo aqui, mandamos em camiões e fica lá uma equipa a montar, até porque temos a nossa própria equipa de aplicação. No caso do Seixal fizemos tudo num mês e meio. No Museu do Porto, os vidros esféricos exigiram uma preparação técnica bastante qualificada", explicou Diamantino Maia, um dos sócios-gerentes, continuando: "A Academia de Guimarães tem uma pala em vidro que cumpre determinadas características a nível de sombreamento e caixilharia em sistema VEC".

No entanto, o destaque vai, sem sombra de dúvida, para a Sanjotec. "Foram 2600 m² produzidos e aplicados em dois meses", lembrou. Resultado? Prémio 'Melhor Solução em Vidro' 2016 atribuído pela CITAV e Revista Arquitectura em Vidrio.

Com uma equipa de 45 funcionários, apoiada em equipamentos tecnológicos modernos, tais como a máquina de corte, máquina de vidro duplo e triplo com enchimento a gás e o forno de têmpera, é natural que continuem a ser sinónimo de sucesso ao fim de 30 anos de existência. Prova disso é o reconhecimento do organismo francês que emite certificados de produtos para fabricantes de vidros isolantes e temperados. "Além de sermos da rede CLIMALIT, temos a certificação de qualidade CEKAL, essencial para trabalhar no mercado francês", disse Diamantino. É que em Braga a porta está sempre aberta para o mundo. 

Antiguidade e tecnologia de mãos dadas

www.jfvidraceiros.pt

A empresa J.F. Vidraceiros junta o melhor da experiência de José Fernandes, com 44 anos no setor do vidro, à aposta nos equipamentos de última geração. Próximo passo é a aquisição de um robot para montar o vidro.

Poder-se-ia pensar que uma vidraria em nome próprio do seu sócio-gerente, nascida em 2001 em Fátima, seria o mais tradicional possível. Mas esse pensamento só faria sentido em alguém que não conheça o setor nem a J.F. Vidraceiros. "Nós, no vidro, tivemos um investimento muito grande nos últimos 20 anos. Tento modernizar-me, mas não é fácil", explicou José Fernandes. "Se fosse uma serralharia, investia 50/60 mil euros para a pôr a funcionar. No vidro gastamos 2 milhões de euros à vontade", comparou.

A empresa é, sem dúvida, um sucesso em nome individual. "Estou há 19 anos sozinho. Tudo o que ganhei está aqui dentro. Tenho um milhão de euros investidos aqui", disse à IN, durante a entrevista nas instalações alugadas da J.F. Vidraceiros.

A vidraria comercializa e instala vidros temperados, vidros especiais, espelhos e divisórias para chuveiros, quer seja em residências, quer seja em espaços comerciais em qualquer ponto do país. No início faziam apenas montagens, depois passaram à aplicação, fruto das necessidades do mercado e da evolução da carteira de clientes. "A firma nasceu a 2 de março de 2001 comigo sozinho, mas eu nasci dentro do setor. Tenho 44 anos no setor do vidro", recordou.

A equipa foi difícil de formar, pois "leva um ano a formar um operário e temos de ser nós empresários a fazê-lo, já que ninguém nos ajuda", mas é composta por 17 funcionários,

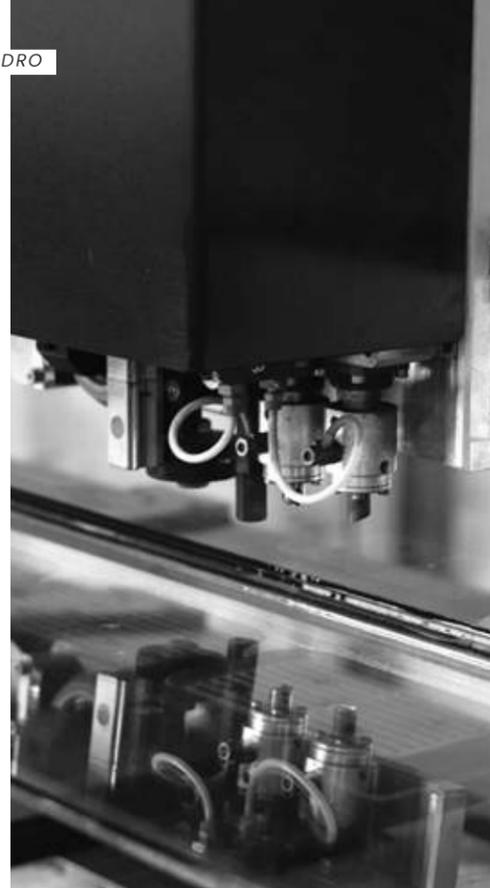
dos mais novos até aos mais experientes. Eles fazem a manutenção dos vidros e controlam o serviço de CNC [controlo numérico computadorizado], essencial para produzir todas as peças. "Este ano vou ver se compro um robot de montagens. É uma mais-valia no transporte de pesos, como as montras grandes", anunciou José Fernandes.

Só para se ter uma ideia de quanto pesa o vidro e de quanta densidade tem, "o normal é de 2,5 de densidade por metro quadrado. No betão é 2,6 de densidade por metro quadrado. Portanto, um metro quadrado de vidro tem 20 quilos". Por isso é que é essencial este investimento em equipamentos tecnológicos.

O robot virá de Itália ou dos Países Baixos. "Temos de tirar rentabilidade. Já há cá um em Portugal, já não sou o primeiro", admitiu, passando a explicar. "É necessário um investimento anual, porque a maquinaria ultrapassa-se rapidamente. O vidro evoluiu muito e está sempre a alterar".

Além disso, é muito mais seguro fazer este trabalho de vidraceiro com a maquinaria adequada. "Raramente se corta no vidro como antigamente. É mais fácil os mais velhos se cortarem, porque facilitamos. Tenho mais de 150 pontos pelo corpo todo", contou, convicto do futuro a curto prazo: um robot para fazer as montagens, por causa do peso do vidro, e aliviar a carga à equipa. Mas não o volume de projetos cumpridos com agilidade, rapidez, qualidade e economia. 





Quando a tecnologia se esconde no vidro

www.glassinnovation.pt

Sabe aquelas televisões que existem detrás de um espelho e só percebemos que estão lá quando tocamos num simples botão? Se já a usou, por exemplo, num hotel, saiba que muito provavelmente terá sido feita pela Glassinnovation. A empresa, de Alfena, Valongo, foi criada por Ricardo Ferreira. A IN esteve à conversa com o fundador, CEO e diretor criativo.

Dujoca, soluções em vidro no centro do país há um quarto de século

www.vidrariadujoca.com

Em Leiria existe uma empresa que conseguiu pôr uma família a passar dos espelhos de casa de banho para a venda do vidro plano transformado para todas as áreas. A parte criativa em soluções de vidro é reflexo da exigência e qualidade existentes na Vidraria Dujoca.

Nos anos 90 era quase regra haver um espelho todo trabalhado na casa de banho dos portugueses. Tendo em conta que a zona Centro é uma zona forte em serralharias, foram anos de muito trabalho para aqueles lados. Carlos Lopes foi uma dessas pessoas. “O meu pai tinha um café aqui [em Carreira]. Enquanto a minha mãe mantinha o café, ele trabalhava na cave a fazer os tradicionais espelhos de casa de banho e a trabalhar na famosa pedra onde se polia o vidro à mão”, contou Pedro Batista. “Fez um catálogo de espelhos para vender aos revendedores e começou a ser solicitado para fazer vidros para janelas e houve uma evolução natural”, resumiu o filho, atual gerente, a par com o irmão mais velho João Carlos.

Primeiro, a empresa tinha o nome do fundador, ‘Carlos Lopes’, mas em janeiro de 1995 passou a ‘Vidraria Dujoca’. “Quando o meu pai fundou a empresa, já tinha um nome para ela quando o meu irmão nasceu, daí surgiu o nome, como o meu pai é Carlos Lopes, a minha mãe Dulcelina e o meu irmão João Carlos. Juntou-se as primeiras letras dos três nomes e ficou ‘Dujoca’. Costumo dizer que sou o ‘Lda.’”, explicou, a rir.

Desde 2005 têm vidro duplo. “O meu pai foi estando atento e avançou. Fomos aprendendo a fazer vidro duplo e a CLIMALIT foi fundamental para nos abrir a novas oportunidades”, continuou. Foram também uma das primeiras empresas do setor a implementar a norma de segurança NP 4397:2008,

adaptada da OHSAS 18001:2007, concedida pela TÜV Rheinland Portugal (uma multinacional de origem alemã), para transformação e montagem de vidro plano.

Com sede em Carreira, a empresa atua sobretudo na zona Centro, mas faz também algumas obras fora do país. “No vidro duplo temos vindo a melhorar edifícios e fachadas. No vidro decorativo fizemos obras interessantes em vidro curvo”, descreveu, entre outros projetos de grande relevo. Em 2018 forneceram vidros SGG CLIMALIT PLUS para uma casa em Ourém, que foi selecionada para o concurso do prémio de arquitetura ‘Obra do Ano 2018’, da ArchDaily.

Pode haver uma continuidade na parte estética/decorativa da atividade da empresa, mas o foco continua a ser o acompanhamento do setor e o consequente investimento tecnológico. Mesmo quando as coisas não correm bem. “A Dujoca teve de investir em 2010, altura da crise, mas foi o ponto de viragem”, elucidou.

Só para se ter uma ideia, “quem neste setor não investir continuamente em máquinas e inovações produtivas, está tramado”. Por isso, numa altura em que comemoram 25 anos de existência, prepararam-se para arrancar com a nova unidade produtiva. Isso acontecerá no próximo mês de março ou abril deste ano.

O que vem depois? “Nas vidrarias não há médio e longo prazo. Só curto prazo e como estamos tecnologicamente”, rematou. 

A Glassinnovation foi criada em 2013 com o intuito de desenvolver soluções de inovação em vidro. Para quem nasceu e tem familiares (avô e pais) no setor do vidro, porque é que sentiu esta necessidade de abrir uma empresa sozinho e completamente diferente de outras do setor?

A minha família está no ramo há 40 anos, mas tinham produtos mais direcionados para a construção civil, onde existia muita concorrência e pouca diferenciação. Sou licenciado em Gestão de Empresas e com gosto pela tecnologia e deste modo entendi que poderia aproveitar o Know-How familiar e avançar a solo com este projeto diferenciador.

Estão ligados à tecnologia e à decoração. Que produtos é que têm?

O nosso principal produto é a “Illusion - Magic MirrorTV” e dispomos de uma linha de produtos cujo principal objetivo é a criação de soluções em vidro, que se distinguem pelo elevado grau de personalização, qualidade e inovação. Esta é uma linha de forte componente decorativa, que permite também aliar funcionalidade e design. Recorrendo sempre aos melhores materiais e aos melhores parceiros e fornecedores, apostando no design e inovação.

Foram inovadores em Portugal em unir o vidro à tecnologia, apesar de isso já se fazer na Europa. A “Illusion Magic Mirror TV” é a prova disso. Fale-nos um pouco mais sobre esse produto inovador.

A Illusion TV transforma qualquer divisão num espaço requintado, com uma peça decorativa sofisticada e única. Com um simples botão é possível esconder ou desvendar uma imagem de qualidade num espelho. Esta solução integra-se nas diferentes áreas habitacionais tais como salas, quartos, salas de banho, cozinhas ou escritórios, bem como tem também lugar em espaços públicos, comerciais e hoteleiros. Temos uma parceria com a LG Electronics, que nos permite uma conjugação da mais recente tecnologia ao vidro Glassinnovation. Tendo uma vasta experiência na área de vidraria, o vidro denominado IllusionGlass é um vidro que se destaca pelo seu efeito invisível quando desligado e uma transmissão de imagem acima da média quando ligado. Um produto inovador que irá revolucionar o conceito convencional de televisão. Vendemos em Portugal e no estrangeiro.

O portfólio é grande, assim como a carteira de clientes, que inclui muitos grupos hoteleiros. Que projetos destaca?

Destacamos algumas obras de referência em hotelaria: Le Monumental Palace, Boeira Garden Hotel, Flores Village Hotel (Porto), Pestana CR7 e SANA Hotels (Lisboa). Em espaços comerciais: embaixada dos Emirados Árabes Unidos (Roma), Oceanário, S.L.Benfica, PWC (Lisboa) e Museu da Vila (Cascais). Quanto a obras em execução, estamos no Bessa Hotel Baixa, Hotel do Cais da Douro Azul (Porto) e no SANA Lisboa. 

Vocacionados para a transformação de vidro plano

www.vitrochaves.com

É em 1980 que começa a aventura dos irmãos Chaves Alves, como os próprios assumem. Em 40 anos de atividade, a Vitrochaves transformou-se numa referência na transformação de vidro plano, estando já presente em mais de 20 países.

A Vitrochaves é, indubitavelmente, uma referência no mundo do vidro, não só em Portugal, mas em todo o mundo. Que balanço faz desta aventura que começou na década de 80?

É verdade que foi uma aventura memorável, desde 1980 até à data, uma grande história que ao longo do tempo nos fez crescer e aprender muito. Durante estas quatro décadas fizemos tudo para elevar o nome da Vitrochaves e sentimo-nos muito honrados por estarmos presentes em quatro continentes, tendo feito vendas em 23 países.

São fortemente vocacionados para a transformação do vidro plano. Que exemplos pode dar aos nossos leitores para que percebam o tipo de trabalho para que estão vocacionados?

A Vitrochaves dispõe de dois centros de produção, um em Chaves e outro em Benavente, equipados com tecnologia muito avançada, para responder às maiores exigências na atividade da transformação do vidro, nomeadamente na produção de vidro duplo (ISOLAR GLASS®), temperado (TEMPREX® e TERMEX®) e laminado (MULTIPACT®), assim como pintado e também serigrafado digitalmente (DECOREX®). Assim, fazemos todo o tipo de manufaturas em vidros de grande dimensão com processos automáticos, respondendo, desta forma, a grandes e emblemáticos projetos de vidro, no mundo.

Com maior incidência no mercado arquitetónico, dispõe de soluções para responder a qualquer necessidade do mercado. Como se alcança essa excelência e polivalência?

A Vitrochaves tem uma gama de vidros ISOLAR® própria, com soluções em vidro que respondem a todos os projetos arquitetónicos com as características necessárias, que respeitam, desde a estética, características técnicas, de segurança e acústicas, ajustadas às necessidades de cada edifício, sejam tipo residenciais ou de escritórios em todos os sistemas, tradicionais ou estruturais, tanto sistemas VEC,

vidro exterior colado, como VEA, vidros exterior agrafados e outros.

Este setor implica um investimento de ‘peso’ em equipamentos e tecnologia. No vosso caso, isso sempre foi uma prioridade? Quais os resultados?

Hoje em dia, para transformar vidro nas condições exigidas é necessário um forte investimento de forma contínua em equipamentos de alta tecnologia. Afinal, nesta atividade é necessário um equipamento específico para cada tipo de manufatura. A Vitrochaves está equipada para fazer face a todo o tipo de trabalhos e manufaturas em vidro, respondendo ao mercado nas melhores condições, daí a nossa força no setor.

Desta forma podemos hoje dizer que a Vitrochaves contribui para o volume nacional de exportações com quase 50 por cento da sua faturação de forma direta e indireta.

Foram a primeira empresa nacional a receber a certificação pelo seu produto. Este foi o reconhecimento merecido, à época?

A Vitrochaves foi a primeira empresa fabricante de vidro duplo e de vidro laminado a ter a certificação de produtos CERTIF desde 1994 nestes dois produtos. Atualmente temos também a certificação Cekal para mercados francófonos, com outras valências, incluindo o vidro triplo, com todas as soluções de selagem e de intercalares.

Quais os projetos mais desafiantes com que já se depararam?

Temos tido muitos projetos e cada qual o mais difícil de realizar. Orgulhamo-nos especialmente do aeroporto Schiphol, na Holanda, onde fizemos dois terminais; do Museu Holland Green, no Reino Unido, de duas Torres na Arábia Saudita, entre outros dentro e fora do país, todos muito importantes para nós. 



O Centro de Congressos do Real Abadia Congress & SPA Hotel representa a materialização de um conceito que, não descurando a história, expressa a inovação tecnológica de um serviço que se deseja adequado às necessidades de todos, mas sobretudo de cariz profissional.

ALCOBAÇA · www.realabadiahotel.pt

geral@realabadiahotel.pt · Telf. +351 915 827 012

www.facebook.com/realabadiahotel · www.instagram.com/realabadiahotel



O tema da arquitetura não tem saído de cima da mesa da atualidade. Cada vez mais se trazem à discussão projetos, tendências, novidades e soluções construtivas mais eficazes e sustentáveis. O Centro Cultural de Belém e a Trienal de Arquitetura de Lisboa juntaram-se e lançaram “*Campo Comum*”, um ciclo de conferências sobre arquitetura que arranca já em março, com curadoria de Diana Menino e Felipe de Ferrari.

A iniciativa é composta por 12 conferências que acontecem durante os três próximos anos. A estreia é a 18 de março, com o atelier Dogma, sediado em Bruxelas e fundado por Pier Vittorio Aureli e Martino Tattara, que traz à discussão uma conceção da arquitetura como prática política, da cidade como projeto e de como é possível viver melhor em comunidade.

A segunda conferência decorre a 6 de maio, com Roger Tudó, que apresenta o conceito de “*arquitetura sem estatuto*”, através de uma série de projetos com programas, escalas e complexidades variáveis, que tem vindo a desenvolver na Catalunha. O terceiro evento do ano acontece a 28 de outubro e centra-se na transformação e realização do edificado já existente, como edifícios e infraestruturas, com a arquiteta Barbara Buser, do atelier suíço Denkstatt, em parceria com Max Honegger. A 25 de novembro encerra-se o primeiro ano desta conferências que prometem fazer pensar e refletir a arquitetura, com a arquiteta Maria Giudici, fundadora da Black Square e atual editora da coleção AA Files, e Moisés Puente, editor da revista 2G e fundador da Puente Editores, que apresenta a sua arquitetura em papel e reafirma as suas posições críticas sobre o estado atual da edição e da arquitetura na Europa. 

IMOBILIÁRIO | ARQUITETURA | CONSTRUÇÃO



“O acompanhamento direto ao cliente é a minha prioridade”

www.deprumo.com

Da audácia e profissionalismo de um jovem engenheiro nasce a DePrumo, empresa da área da construção, sediada em Loulé, que se dedica à “construção de raiz ou remodelação de habitações ou espaços comerciais”.



Especialista na área de construção e renovação de habitações e espaços comerciais, a DePrumo nasce pelas mãos de Christian da Ponte, um jovem engenheiro, formado na Universidade do Algarve que abraçou o desafio de se lançar no mercado por conta própria. “No início do meu percurso ganhei experiência em empresas de engenharia aqui do Algarve e do norte, acompanhei muitos projetos, mas soube desde o início que gostava muito mais de obra do que de ficar fechado no gabinete”. O lado empreendedor de Christian não passa despercebido, no entanto, reconhece que é precisa “resiliência e coragem” para trabalhar por conta própria, uma vez que “a carga horária, o stress, a gestão de todos os processos” são muito exigentes.

Quando Portugal atravessava a última crise, Christian percebeu que “as remodelações iam representar a maior fatia do negócio da construção em Portugal. A maior parte do edificado é da década de oitenta ou noventa e, portanto, tinha de ser remodelado, fosse a nível de instalações elétricas, canalização ou outras pequenas intervenções. Também a nível de decoração, as pessoas começaram a mostrar um maior interesse. As cozinhas e as casas de banho, por exemplo, passaram a ser renovadas com muito mais frequência, na expectativa de seguir as tendências”.

A DePrumo oferece ao cliente todo o tipo de serviços, tendo-se especializado no serviço chave na mão. “Na maioria dos projetos que fazemos o cliente não tem de se preocupar com nada. Tenho uma equipa para a parte da execução e quanto às subempreitadas confio este trabalho aos meus parceiros. A

empresa tem neste momento dez colaboradores diretos e 43 indiretos, que contratamos mediante o volume de trabalho”.

Num mercado que é cada vez mais diversificado como o mercado do Algarve, a empresa de Christian trabalha com clientes de diversas nacionalidades, como “suecos, ingleses, irlandeses ou alemães, sendo que “50 por cento dos nossos clientes ainda são portugueses”.

Na maioria das construções ou reconstruções que faz, e que vão desde a Quinta do Lago a Vilamoura, Quarteira ou Loulé, Christian destaca o facto de, sobretudo os clientes estrangeiros, gostarem de “preservar as características tradicionais das construções portuguesas. Muitos deles vêm para cá e fazem questão de adquirir os nossos hábitos e parte da nossa cultura”.

Nos últimos anos a DePrumo teve um “crescimento muito substancial, sobretudo no último ano”. Christian sabe que este crescimento se deve à solidificação da equipa própria e de parceiros com quem trabalha. “É preciso ter a certeza que trabalho com as pessoas certas, de confiança e de qualidade, para poder aceitar vários trabalhos ao mesmo tempo e assim crescer”. Para um futuro próximo, o objetivo é “manter a faturação e elevar cada vez mais os padrões de qualidade” da empresa onde “todos os clientes são acompanhados detalhadamente durante todo o processo” e com que Christian gosta de “estabelecer uma relação próxima e de amizade” para lá do trabalho. 

A loja que pinta o Algarve

Algarve Paint Store nasceu pelas mãos de dois jovens empreendedores. Vocacionada para a construção civil, foca-se nos clientes empresariais, com destaque para os pintores da região. Os anos passam, mas a qualidade continua a ser a palavra de ordem.

Perceber o percurso da loja, com seis anos de história, é perceber o percurso de João Zambujo e Tiago Afonso, os sócios gerentes. Colegas de curso na escola profissional de Alte, estagiaram numa loja de tintas e trabalharam juntos durante cerca de cinco anos até perceberem que este era o seu sonho e decidirem arriscar por conta própria.

Da ideia passaram rapidamente à concretização. A primeira loja abriu em Ferreiras, concelho de Albufeira, em 2014, e em 2017 foi a vez de arriscarem com uma outra loja em São Bartolomeu de Messines, “de onde sou natural. Sentimos que poderíamos ir mais longe e sair desta linha de conforto: Albufeira, Loulé, Vilamoura, Alcantarilha. E está a correr muito bem, foi sem dúvida um tiro certo”, disse João à IN Corporate Magazine.

Na Algarve Paint Store há tudo o que um pintor/aplicador precisa. São estes, a par dos construtores, engenheiros, arquitectos e o até o particular os seus principais clientes. “Diferenciamo-nos através de qualidade, saber, disponibilidade, simpatia e bastante amor pelo que fazemos. É assim que em equipa superamos qualquer barreira e atingimos o mais importante que é a felicidade do nosso cliente”, disse o sócio gerente.

A Algarve Paint Store tem um portfólio vasto, como exemplo os hotéis “Pine Cliffs Resort, Hotel Íbis e Tivoli. Já fornecemos tintas para casas de jogadores de futebol internacionais e outras figuras públicas, mas nada disto seria possível sem todos os profissionais que trabalham connosco dia após dia” frisou João Zambujo

As lojas Algarve Paint Store são um agente oficial da Sotinco (marca do grupo CIN) e a equipa, composta pelos lojistas Dário Castanho (em Albufeira) e Luís Cabrita (em Messines), têm palmarés invejáveis. “Somos reconhecidos a nível nacional através do programa de mérito Sotینگold com os seguintes prémios: melhor loja três anos consecutivos, melhor atendimento, maior crescimento do ano, melhor presença online, melhor gestão de campanhas, entre muitos outros. Sendo que o mais importante foi o Sotینگold do Ano o prémio máximo atribuído por este programa”, enumerou o sócio gerente.

O futuro passa por consolidar o negócio – que tem tido crescimentos de ano para ano - e a equipa, “sempre com juízo e passos curtos”, mas com a certeza de que a superação é diária.

A título de curiosidade, 2019 foi o ano de cinzas e brancos, em termos de tendências. Mas a Algarve Paint Store é mais cor que isso. 



“Estamos onde estamos, porque, acima de tudo, temos qualidade”

www.eugeniomartins.pt

Com uma equipa maioritariamente oriunda do norte, é no sul, mais propriamente na Quinta do Lago que a Eugénio Martins tem sido responsável pela construção de casas de sonho. Uma empresa onde as máximas são “a qualidade e a satisfação do cliente”, que a IN lhe apresenta agora.

A história da empresa Eugénio Martins tem que começar a ser contada muito antes da sua fundação. A maioria da sua equipa, natural do norte do País, escolheu o Algarve para se fixar há mais de 30 anos. José Eugénio Martins, natural de Vila Real, não tem dúvidas em afirmar que “foi o clima magnífico do sul do país que pesou na hora da decisão. Aqui o inverno não tem nada a ver com o norte. Nunca temos gelo”. Desde cedo a equipa começou a colaborar em trabalhos “minuciosos, exigindo grande rigor e exatidão”.

A primeira sede da empresa foi nas Quatro Estradas, em Loulé, e, mais tarde mudaram-se “para a localização privilegiada da Quinta do Lago”, onde estão até hoje. Atualmente, a empresa Eugénio Martins trabalha sobretudo com clientes estrangeiros, “cerca de 95 por cento”. Este mercado, explica José Eugénio, “é um mercado onde é difícil entrar. Os clientes querem ver trabalhos já feitos cá. Uma empresa se não tiver cá trabalhos eles não querem”.

Na Quinta do Lago e Vale do Lobo, principais zonas onde tem as suas obras, a Eugénio Martins faz “remodações ou projetos chave na mão. Temos várias parcerias para darmos todas as respostas aos clientes. A parte elétrica, de águas e

esgotos, estruturas, carpintarias ou pinturas fazemos tudo de subempreitada. Temos na equipa pessoas qualificadas para começarem e acabarem uma obra, mas como o volume de trabalho é grande, damos subempreitadas com parceiros da nossa confiança”. A qualidade “é o ponto de partida” em todos os projetos da Eugénio Martins. “Só trabalho com equipas com quem gosto de trabalhar e que sei aquilo que fazem. Neste mercado temos de garantir as pessoas certas, para prevermos o resultado final. Temos de garantir a qualidade. Não vamos de olhos fechados atrás de preços. Estamos onde estamos, porque, acima de tudo, temos qualidade”. Num mercado como aquele em que José Eugénio trabalha “o cliente é muito exigente. A nível de acabamentos estão sempre à procura das novidades e do melhor do mercado, sobretudo produtos estrangeiros que ainda nem chegaram a Portugal”.

No último ano, a Eugénio Martins viu o seu volume de negócios “aumentar em 50 por cento”. Agora o principal objetivo é “consolidar. Manter o volume de negócios. Temos de assegurar a qualidade e por isso não podemos dar passos maiores que as pernas”. O lema, portanto, passa por, no futuro, continuar “a fazer o melhor trabalho, sempre com a máxima qualidade”. 



"O NOARQ são pessoas"

www.noarq.com



NOARQ foi o nome que José Carlos Oliveira escolheu, em 1998, para refletir uma vontade de fazer e pensar com as mãos. Desde essa altura, este atelier de arquitetura evoluiu para uma área de pesquisa, criação e produção por desenho: para a terra, arquitetura e objetos do quotidiano.

Onde começa o José Carlos Oliveira arquiteto (em nome próprio) e onde acaba o José Carlos Oliveira arquiteto da equipa Siza Vieira? São dois métodos distintos?

Começa e acaba na porta de entrada do espaço de trabalho de cada um de nós. Não existe qualquer tipo de dúvida sobre isso. Sou o mesmo homem sujeito a distintos papéis profissionais. No NOARQ coloco-me diretamente ao serviço dos meus clientes. Aqui cabe-me um papel de decisão, posso legitimar os meus erros, mas acresce a responsabilidade pelos meus colaboradores. No atelier Álvaro Siza Vieira coloco-me ao seu serviço sem margem de erro. Tenho a responsabilidade de não causar dano à sua reconhecida competência. Quanto ao método diria que tem pontos de contacto: a pesquisa, a reflexão, o desenho.... de resto, qualquer tentativa em estabelecer um paralelo com o Siza parece-me despropositado.

Como define o seu estilo de arquitetura? Em que se inspira?

O estilo não aponta caminhos nem tem futuro. O que interessa no resultado do meu trabalho é a análise da relação entre a resposta e o problema. Dito de outro modo, a coerência entre os pressupostos, os princípios e o resultado. Inspiro-me na realidade, no passado, na história, na ordem, no equilíbrio, na simplicidade, na geometria, no rigor, na educação e no sentido das coisas.

Que tipo de projetos fez e para que tipo de clientes através do atelier NOARQ?

Ao longo deste 20 anos de atividade tenho tido uma atividade muito eclética do ponto de vista da dimensão dos projetos, da natureza dos programas e dos clientes. Contudo, são essencialmente clientes privados individuais ou corporativos. Os projetos são maioritariamente moradias unifamiliares,

espaços comerciais, instalações industriais. Recentemente comecei a trabalhar em habitação multifamiliar e tenho, atualmente, a meu cargo a obra de um grande edifício público, uma câmara municipal.

Atualmente, o cliente nacional é mais exigente? Em que é que difere do internacional?

Não consigo ser categórico. Não tenho dados para fazer a análise em termos de nacionalidade, senão numa análise casuística de indivíduo para indivíduo. Ainda assim, analisando a encomenda privada aos arquitetos dentro e fora do nosso país, julgo que os portugueses são hoje mais exigentes do que alguns povos ditos ricos e educados do espaço europeu.

Começou a trabalhar na área em 1998. O que mudou na arquitetura ao longo destes anos?

Mudou bastante. Desde logo, mudou do estirador para o computador e até para o telemóvel. A realidade é menos tangível. Multiplicaram-se formas inéditas de desenvolver e representar a arquitetura. De tal modo que me pergunto se muito do que vemos produzido alguma vez se sustentaria. Além deste aspeto, adensou-se a responsabilização do arquiteto em função do crescimento e diversificação do quadro legislativo.

O NOARQ tem uma equipa jovem e internacional. O futuro do atelier passa por aí?

Temos uma equipa diversificada em género, nacionalidades, credos e formações. O futuro passa sempre pelas pessoas. O NOARQ são pessoas. 



Fotografia de João Morgado



AVENIDA
PARK
HOTEL ***

Avenida Sidónio Pais, 6, 1050-214 - Lisboa
+351 21 353 21 81
info@avenidapark.com

A exclusividade aqui tão perto!

www.vilabicuda.com

Em pleno Parque Natural Sintra Cascais, no resort Vila Bicuda respira-se tranquilidade que poderá conciliar com golfe, ténis, equitação e vários desportos náuticos como a vela, o surf, o windsurf e o kitesurf. A IN Corporate Magazine não perdeu a oportunidade e escolheu esta localização exclusiva entre a Vila de Cascais e a Praia do Guincho, ideal para conciliar repouso e animação, em luxuosas vilas, numa das suas idas até Cascais. Estivemos à conversa com a administração para conhecer um pouco melhor este espaço encantador.

Como nasceu o projeto Vila Bicuda?

Este projeto surge de uma oportunidade em 1981 com a compra da Quinta da Bicuda, quinta essa que incluía no seu plano de desenvolvimento um aldeamento turístico.

Assim, numa primeira fase, a Vila Bicuda abriu em 1999, sofrendo algumas intervenções de alargamento e melhorias, intervenções essas que culminaram com a abertura de uma segunda fase de villas em 2003. Atualmente, dispomos de T0 e vilas de T1 a T3.

Qual o fator diferencial da Vila Bicuda? O que distingue este resort dos demais?

A Vila Bicuda marca a diferença nesta zona pelas suas características únicas do produto. Além disso, a amplitude das suas áreas verdes, o conforto das suas vilas e a tranquilidade da sua localização, longe do rebuliço do centro de Cascais, faz da Vila Bicuda um resort único.

Qual o perfil do cliente da Vila Bicuda? Quem procura este espaço?

A Vila Bicuda, tendo uma componente residencial e turística, acaba por atrair tanto residentes privados como turistas. Os nossos clientes tanto são portugueses como estrangeiros, sendo que a maior incidência de portugueses ocorre nos meses de época baixa. No verão, temos um grande número de clientes habituais, muito deles emigrantes com família na zona.

Quem cá fica, de que atividades pode desfrutar?

Durante o verão, oferecemos atividades para os mais pequenos e aulas de ioga para os adultos. Para além disso, a localização do aldeamento permite o acesso às principais atrações turísticas, além de que a cidade de Cascais oferece muita variedade de atividades, nomeadamente o surf, que é o desporto rei da região.

Que projetos e expectativas têm para o futuro?

Neste momento, estamos a investir em alguns melhoramentos nas nossas vilas, com a remodelação de algumas delas. Acreditamos que o turismo é um setor em crescimento e muito importante para a nossa economia. Como tal, ajudar-nos-á também a crescer no mercado pela diferença do nosso produto. 



HOTEL DE APARTAMENTOS
SOLPLAY
★★★★

Ponto de partida para a sua estadia em Lisboa



Piscina Interior



Ginásio e Personal Trainer



Campo Ténis e Futebol



Restaurante e Bar



Piscina Exterior Aquecida



Sala de Cinema



Aluguer de Bicicletas



Wifi Grátis

Para entender o mutualismo é preciso recuar 721 anos e invocar alguns dos outros conceitos em que este assenta. O termo mutualismo foi proposto por Proudhon, para descrever a sua teoria económica, na qual o valor se baseia no trabalho. O mutualismo pode ser considerado "*o primeiro anarquismo*", já que foi Proudhon o primeiro autor a auto intitular-se anarquista. Na altura, o mutualismo defendia a existência de uma associação de trabalhadores livres de posse de seus próprios recursos para a produção, opondo-se desta forma às tendências coletivistas.

Hoje em dia, os movimentos mutualistas assumem-se por toda a Europa e apresentam-se como o novo caminho para a proteção social neste milénio. As mutualidades têm

sido parceiros fundamentais nos processos de reforma dos sistemas de segurança social e de saúde, já que são uma alternativa de carácter social que não depende do Estado nem tem fins lucrativos. Pode por isso dizer-se que estas instituições representam hoje uma solução indispensável para garantir proteção social de segurança e ação social e saúde eficaz, com custos mais baixos e cuja rentabilidade se distribui por todos os associados.

Com a evolução dos serviços públicos oferecidos, as mutualidades tiveram de reinventar-se, tornando-se cada vez mais próximas das pessoas e das suas necessidades, oferecendo agora uma multiplicidade de serviços e apoios como os que a IN Ihe apresenta nas próximas páginas. 



AÇÃO SOCIAL



“Queremos continuar a prestar o melhor apoio e os melhores serviços aos nossos associados”

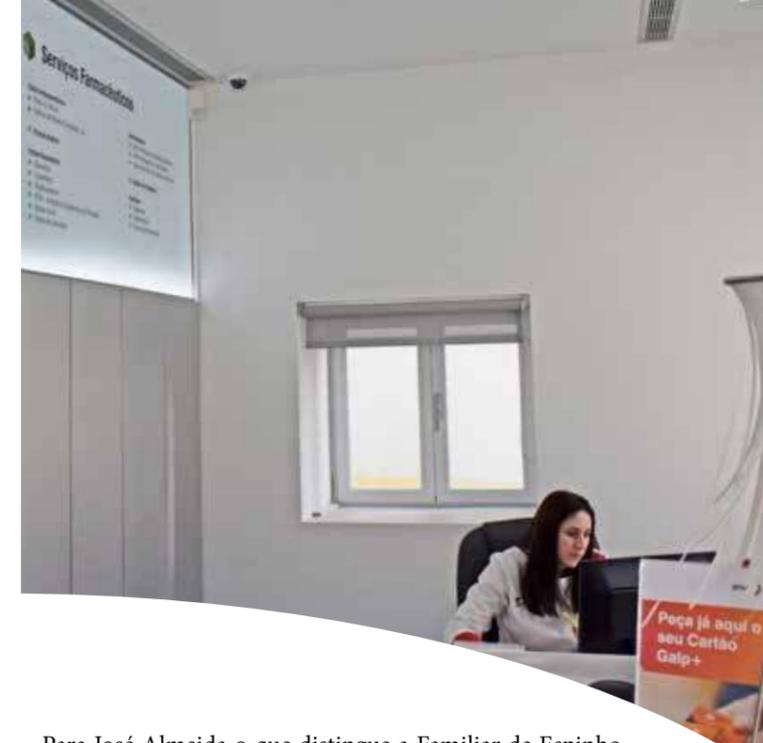
www.familiardeespinho.pt

Mais de 126 anos de história fazem da Familiar de Espinho uma Instituição Particular de Solidariedade Social de referência. Através da sua farmácia social e da clínica médica, oferece aos seus associados “serviços de excelência aos melhores preços”.

“Estamos já com 126 anos de existência”. É com esta afirmação, carregada de orgulho, que José Almeida, presidente apresenta a Familiar de Espinho. A Instituição Particular de Solidariedade Social, fundada a 25 de fevereiro de 1894, “tem resistido a muitos obstáculos”, mas continua sempre firme na sua missão de “dar proteção e melhores serviços aos seus associados e familiares”.

Quando foi criada, a Familiar de Espinho tinha por objetivo principal “a assistência médica e medicamentosa, subsidio de funeral, de desemprego e de prisão”. No entanto, José Almeida sabe “que os tempos mudaram”, que hoje a realidade é outra e que por isso a instituição teve de “mudar para acompanhar as mudanças. Quando em 1935 o Estado criou o Seguro Social Obrigatório, os apoios e ajudas que prestávamos deixaram de fazer sentido. No entanto, hoje em dia já os retomamos, sobretudo o apoio médico e medicamentoso, porque as pessoas têm novamente essa necessidade.”

Na clínica médica e farmácia que a Familiar de Espinho abriu na rua 22, os associados podem usufruir de serviços médicos ou adquirir medicamentos “a um preço muito abaixo do habitual. Na farmácia, todos os medicamentos com receita médica só podem ser vendidos aos nossos associados, mas os medicamentos de venda livre são para todos os clientes”. Já a clinica, em todas as suas valências, está “aberta a toda a população”, sendo que “se reservam aos associados os preços especiais. Temos equipas a trabalhar das oito e meia da manhã às nove horas da noite, para podermos dar resposta a todas as pessoas”.



A Familiar de Espinho tem neste momento 21 colaboradores, “11 deles efetivos e 10 independentes. Esta criação de postos de trabalho tem muita importância para a nossa comunidade, que luta com uma taxa de desemprego muito elevada desde julho de 2012, data da inauguração”.

Para José Almeida o que distingue a Familiar de Espinho de outras IPSS é que “aqui os associados pagam as suas quotas e têm deveres e têm direitos. Na Instituição vivemos das quotas e das nossas receitas e não dos subsídios. Somos totalmente autónomos”.

Neste momento, os cerca de “4000 associados da Familiar de Espinho usufruem ainda de uma série de vantagens fruto de todos os protocolos que celebramos ao longo dos anos. Temos acordos com muitas entidades privadas, como clínicas médicas ou advogados, onde os nossos associados podem beneficiar dos serviços a preços muito mais reduzidos.” O protocolo mais recente que a instituição celebrou, avança o presidente, “foi com a Galp. A partir de agora os associados têm um cartão que lhes permite obter descontos em combustível”.

Num futuro próximo, a Familiar de Espinho pretende “aumentar as suas instalações. Temos tido tanta procura e já não temos capacidade de resposta. Quer a farmácia social, quer a clínica médica estão a trabalhar muitíssimo bem, e por isso a procura é cada vez maior”. O projeto, que passará sobretudo por aumentar o número de gabinetes médicos e salas disponíveis, “está a ser desenvolvido em parceria com a Câmara Municipal de Espinho, que nesta valência irá dar-nos algum apoio”. Esse e outros projetos futuros têm, para José Almeida, sempre um único objetivo: “continuar a prestar o melhor apoio e os melhores serviços aos nossos associados”.





“Temos uma das cinco melhores farmácias em Portugal”

www.ligagaia.pt

A Liga das Associações de Socorro Mútuo de Vila Nova de Gaia tem 115 anos de história, num percurso onde o objetivo tem sido sempre “satisfazer as necessidades dos associados”, sobretudo no apoio médico e medicamentoso. A IN esteve à conversa com Luís Amorim, presidente da Liga e Carlos Esteves, tesoureiro, para conhecer melhor o trabalho desta instituição.

A Liga das Associações de Socorro Mútuo de Vila Nova de Gaia “nasceu em 1905” e tem “uma história recheada de crescimentos e objetivos”. Luís Amorim, presidente da Liga, começa por nos explicar que quando a Liga foi fundada “tinha cerca de dez instituições”, mas que “atualmente são apenas três”.

“Uma liga é uma federação de associações”, que se unem num objetivo comum, explica o Presidente. Atualmente, as três societárias são “A Vilanovense – Associação Mutualista, a Associação Oliveirense de Socorros Mútuos e o Montepio Vilanovense De Socorro Mútuo Costa Goodolphim”.

Inicialmente, quando foi fundada a Liga, “a associação Vilanovense era a principal associação e estava direcionada para a proteção social, o que chamamos hoje solidariedade, com apoios muito importantes como o subsídio de funeral”. Todavia, os tempos mudaram e a realidade alterou-se, passando a serem necessários outros tipos de apoios. “Ultrapassada essa necessidade, impunha-se dar apoio na área da saúde”.

Na altura, refere Luís Amorim, “a lei não permitia que uma

instituição tivesse uma farmácia, e foi por isso que formamos uma federação. Somos a primeira e mais antiga Liga do país. Só assim nos permitiram abrir uma farmácia e dar benefícios aos nossos associados. Antigamente a facilidade de acesso a medicamentos não era igual aos dias de hoje, e por isso sabíamos do apoio que tínhamos de dar”.

Atualmente o presidente não tem dúvidas em afirmar que a Liga tem “uma das cinco melhores farmácias a nível nacional. No total, a Liga emprega 40 pessoas, 25 delas apenas na Farmácia. A maioria dos nossos trabalhadores são licenciados, o que nos dá um acréscimo na qualidade e rigor dos nossos serviços”. A venda de medicamentos acontece ao público em geral, mas são os associados quem pode usufruir de “inúmeros descontos e vantagens”.

A aposta na área da saúde foi sempre a principal bandeira desta Liga. “Apostamos muito e de forma muito forte na área da saúde. Contratamos especialistas de renome, que nos trazem uma oferta de qualidade. As listas de consultas estão quase sempre cheias”. O sucesso deve-se, afirma Luís, “aos preços e à acessibilidade. A clínica está aberta todos os dias a partir das sete e meia da manhã, com análises clínicas, e depois das oito

“Hoje as pessoas cuidam cada vez mais da sua imagem, sejam homens ou mulheres. E por isso nós percebemos que na área social o bem-estar tinha muito potencial para ser trabalhado. Criamos uma clínica específica para tratamentos estéticos, com preços bem mais acessíveis, em cima de uma clínica médica, com profissionais de altíssima qualidade, o que nos permite fazê-los com toda a segurança”.

e meia com médicos de várias especialidade e dentistas”. Além da rapidez no atendimento, também os preços são um fator decisivo. “O valor das consultas vai de 29,50 euros a 39,50 euros em consultas de especialidade, o que representa um terço do valor habitual, para os associados das nossas societárias”.

A par da clínica e da farmácia, em 2011 a Liga “arrancou com um projeto de saúde e bem-estar. Hoje as pessoas cuidam cada vez mais da sua imagem, sejam homens ou mulheres. E por isso nós percebemos que na área social o bem-estar tinha muito potencial para ser trabalhado. Criamos uma clínica específica para tratamentos estéticos, com preços bem mais acessíveis, em cima de uma clínica médica, com profissionais de altíssima qualidade, o que nos permite fazê-los com toda a segurança”.

Este novo investimento reforça o objetivo sempre presente de “prestar o melhor serviço aos 36.000 associados efetivos”. A Liga “não sobrevive de subsídios”, explica o Presidente, o que faz com que “possa ter autonomia e liberdade nas suas ações e tomada de decisão. Somos independentes. Aqui ninguém pergunta a quem chega o credo, as opções políticas, as tendências filosóficas... queremos é que as pessoas se juntem

a nós. A satisfação das necessidades dos nossos associados é a prioridade”.

Carlos Esteves, tesoureiro, destaca as grandes obras que a Liga já concretizou. “Os edifícios que aqui estão foram todos construídos de raiz por nós. Quando se começou a fazer a obra, em 2006, foi tudo demolido exceto a fachada e tudo isso, num investimento total de quatro milhões e 200 mil euros, sem que houvesse subsídio ou participação do estado”. Para o futuro, Carlos Esteves levanta a ponta do véu e desvenda que vêm aí novos projetos. “Avançaremos brevemente para um projeto no espaço que é hoje parque de estacionamento. Iremos construir algo de apoio à comunidade, e também não vamos recorrer a capitais alheios”. No entanto, não nos avança mais pormenores porque “ainda vamos discutir o projeto com as nossas societárias. Durante o ano de 2020 as ideias devem ficar arrumadas”.

115 anos depois, “a vocação da Liga continua a ser apoiar”. “O mutualismo não é mais do que o mecanismo criado para fazer funcionar a solidariedade. Aqui temos pessoas de todos os extratos sociais, que contribuem para um fundo comum, que todos podem utilizar, sobretudo os que mais precisam”.

Um símbolo do mutualismo portuense!

www.abfamiliar.pt

Mais antiga que a República Portuguesa, a associação mutualista A Beneficência Familiar (ABFamiliar), com sede no Porto, é uma entidade que se confunde com a própria cidade. A histórica IPSS é, há mais de 140 anos, uma bandeira do associativismo e uma das principais representantes do mutualismo a nível nacional. Integrada na Liga das Associações de Socorro Mútuo do Porto, a ABFamiliar apoia todos os seus associados, com valências em saúde, ensino, turismo, funerária, poupanças e seguros.

“A Beneficência Familiar data de 1877, na altura Sociedade Fúnebre Familiar de Beneficência, resultando da reunião de pessoas de variadas camadas sociais, com o objetivo de prevenir a ocorrência de situações dramáticas, nomeadamente a morte. Na época, quando alguém morria, as famílias não tinham qualquer tipo de apoio e as mais carenciadas apenas conseguiam auxílio das misericórdias. O mesmo se passava na doença, invalidez ou desemprego. A ABFamiliar começou, assim, com forte ligação ao fenómeno da morte, atribuindo subsídios de funeral. Em 1925, arrancou com um serviço funerário. No entanto, a ABFamiliar foi sempre mais do que isso e alargou o seu raio de ação à saúde, ao ensino, ao turismo social, entre diversos outros segmentos”, palavras de Carlos Jorge Azevedo Silva, atual presidente da Instituição, que concedeu uma entrevista à IN Corporate Magazine para nos falar do papel da ABFamiliar dentro do mutualismo.

Não descurar a saúde e o ensino

A integração na Liga Mutualista do Porto, fundada em 1905, em conjunto com outras sete associações mutualistas, permitiu à ABFamiliar garantir cuidados de saúde aos seus associados – através de uma clínica com muitas especialidades médicas, incluindo dentária e fisioterapia – e acesso a medicamentos, em condições mais vantajosas, na farmácia da Liga. Desde o ano passado, os associados da ABFamiliar e das restantes associações da Liga podem usufruir de assistência médica ao domicílio, 24 horas por dia, sete dias por semana e 365 dias por ano, pelo valor de 15 euros por consulta. O serviço abrange ainda três pessoas do agregado familiar do associado.

O seguro de saúde mutualista é um dos destaques no que respeita aos seguros que a ABFamiliar tem ao dispor dos associados. Este seguro de saúde tem a vantagem e a particularidade de não ter limite de idade, nem de admissão nem de permanência, ou seja, ao contrário de outros seguros de saúde, o associado não perderá o direito ao seguro em idade nenhuma, desde que cumpra com o pagamento do respetivo prémio. Igualmente, não é excluído pelo facto de precisar de o utilizar com frequência.

No que respeita ao ensino, a Universidade Sénior é um caso sério de sucesso, com mais de uma centena de alunos, oriundos de mais 11 instituições, além da ABFamiliar. Esta frequência abrangente reforça as vantagens da partilha de serviços entre as instituições. “A universidade funciona muito bem, com bons profissionais e com alunos que não vêm apenas para passar tempo. Vêm para aprender novas matérias, nomeadamente as que não tiveram oportunidade de aprender enquanto estavam no ativo. Interessante é o facto de, sendo embora transversal no que toca às habilitações académicas, termos um número significativo de licenciados”, refere o presidente.

Em relação aos mais jovens, a ABFamiliar criou, nos últimos anos letivos, bolsas de estudo para alunos de mérito, seus associados, que pretendam ingressar no ensino superior. Desta forma, a seleção dos bolseiros não depende da carência social do associado, mas sim do aproveitamento escolar e das classificações obtidas, uma vez que o movimento mutualista não diferencia ninguém,

O apoio aos associados e às famílias nas situações de maior vulnerabilidade

Importa referir que, em linha com a evolução em termos de serviços proporcionados aos associados, esta mutualidade reativou a disponibilização de serviços funerários em 1997, após um interregno. Desta forma, voltou a apoiar os seus associados e respetivas famílias – e das outras associações da economia social que possuem acordos de cooperação com a ABFamiliar – no momento particularmente difícil da perda de um ente querido. É garantido um serviço digno, de elevada qualidade, a preços mutualistas, através de uma equipa de 25 trabalhadores dedicados exclusivamente ao segmento fúnebre. Esta equipa está disponível 24 horas por dia, sempre ao serviço dos associados.

Turismo Social

O turismo social é uma vertente significativa da ABFamiliar e visa enriquecer os seus associados, do ponto de vista cultural. Carlos Jorge vinca que “era importante ter esta vertente, à qual, uma vez mais, têm acesso os associados mutualistas em geral, sempre na lógica da partilha e do trabalho em rede. Somos uma associação sem fins lucrativos, mas temos a obrigação de ter todas as nossas secções equilibradas, do ponto de vista económico-financeiro. Desta forma, a secção de turismo foi remodelada para que as pessoas possam viajar para muitos e diferentes destinos, pagando de forma diferida.

Nesse sentido, estabelecemos protocolos com agências de viagem e organizamos a nossas próprias viagens, em parceria com um operador turístico. Tal foi o caso da ida à Madeira, o ano passado, e aos Açores, este ano”. Existem ainda diversos protocolos com municípios, para que os viajantes possam conhecer essas terras e visitar gratuitamente os equipamentos municipais, assim como outras associações mutualistas, nessas localidades. Uma clara vantagem da rede do movimento mutualista.

Nova sede e novos projetos

Assim, e se a história nos diz alguma coisa, releva o facto de a ABFamiliar representar um sinónimo de confiança para os seus associados, distribuídos por todo o País, apesar de residirem maioritariamente na Área Metropolitana do Porto. Mas também é exemplo de uma instituição que, em mais de 100 anos de vida, nunca parou no tempo. Em outubro deste ano, começará a funcionar a nova sede da ABFamiliar, com maior sofisticação, com novos serviços, como será o caso da hidroterapia e do exercício clínico, assim como os meios complementares de diagnóstico. “Uma sede que será sempre a casa do nosso associado. Os associados mutualistas terão ao dispor novos e modernos serviços de qualidade, para o seu bem-estar, saúde e lazer. Temos ainda o projeto de uma residência sénior, que estamos a desenvolver com uma paróquia. Queremos também criar melhores instalações para os mais novos, com um infantário para receber mais miúdos, numa lógica de proximidade do local de trabalho dos pais”, garante o presidente. 





105 anos a apoiar nos momentos difíceis

www.ceporto.pt

A Caixa Económica do Porto (CEP) surge na transição das caixas económicas, antes do aparecimento dos bancos e, como instituição financeira, tem como finalidade receber depósitos e permitir empréstimos, neste caso sobre penhores. No entanto, a grande missão da CEP é continuar a ser uma instituição de solidariedade e de cariz mutualista, apoiando as pessoas nos momentos de maior dificuldade.

A forma mais simples de perceber o papel da Caixa Económica do Porto é entender que esta instituição permite o acesso ao crédito por pessoas mais desfavorecidas e que, em Portugal, o número destas instituições de crédito é extremamente reduzido. Em 2015, existiam apenas quatro, divididas em caixas económicas bancárias, com ativos superiores a 50 milhões de euros, e caixas económicas anexas, com ativos inferiores a esse valor, onde se insere a CEP.

Em 2016, a CEP aderiu ao novo regime jurídico das caixas económicas, alterou os seus estatutos, registando os seus órgãos de administração e fiscalização no Banco de Portugal. No entanto, desde logo foi identificada uma forte limitação ao seu crescimento, uma vez que as contas dos utilizadores da CEP apenas podiam ser movimentadas presencialmente. Ilda Helena Oliveira, presidente da CEP, explica à IN Corporate Magazine que *“rapidamente tratámos de adquirir o software necessário para a Caixa Económica do Porto funcionar eletronicamente, tornando-a uma instituição atual, onde os nossos associados/utilizadores poderão consultar a sua conta, com toda a segurança, através de uma aplicação de smartphone. Uma app simples, cómoda e intuitiva até para pessoas com alguma idade”*.

A presidente da CEP garante ainda que *“vamos alargar o conjunto das nossas operações, mas para já trabalhamos apenas na captação de depósitos – somos o mealheiro seguro dos pequenos aforradores – e com o empréstimo sobre penhores. Avaliamos o bem a penhorar e emprestamos até 70 por cento. O tomador do crédito paga o que está estipulado até ao término do empréstimo e devolvemos o bem ao seu proprietário. Uma operação simples e imediata. E privada também. Sabemos que existe ainda algum tabu em relação a este tipo de empréstimos, no entanto, trata-se de uma atividade que, só no ano passado, cresceu 10 por cento e que é feita com toda a transparência e simplicidade”*, conclui. 

 CEP



Alberto Margarido

Antiguidade com futuro à vista

A Santa Casa da Misericórdia de Abrantes é uma das mais antigas de Portugal, fundada no ano de 1504, pela rainha D. Leonor. Numa entrevista com a IN Corporate Magazine, Alberto Margarido, provedor, falou-nos um pouco do papel da entidade no que diz respeito à ação social dentro do município ribatejano.

Foi em 1516 que a Santa Casa da Misericórdia de Abrantes foi reconhecida como uma instituição fundada em 1504, por ordem da rainha Dona Leonor, pese embora que mais importante que referir o passado, é preparar o futuro. Alberto Margarido colabora com a Santa Casa da Misericórdia de Abrantes e há mais de uma década que é o provedor da entidade desde 2012. *“Os últimos anos, foram de muito trabalho, uma vez que tivemos de fazer uma reestruturação em vários aspetos. Já era vice-provedor e todos tivemos de fazer um grande esforço para garantir a sobrevivência da instituição. Havia um grande défice financeiro, que nos obrigou a reduzir custos e tivemos de fazer alguns acordos de pagamentos. Neste momento somos uma instituição com 150 trabalhadores, pagamos a 30 dias aos fornecedores, as dívidas são residuais e somos considerados autónomos”*.

Hoje, a Santa Casa da Misericórdia de Abrantes acolhe 105 utentes seniores, residentes em dois edifícios separados, existindo posteriormente um serviço de apoio domiciliário, com 43 utentes e um centro de dia, com 16. No que respeita à educação a Santa Casa é responsável por uma creche e pelo

pré-escolar. Uma valência de Lar de Infância e Juventude com 16 jovens de apoio à população carenciada, que remonta à antiga sopa dos pobres, do início do séc. XX. *“Antigamente era a sopa dos pobres, as senhoras da cidade preparavam refeições para pessoas carenciadas, aproveitando o facto do concelho ser maioritariamente agrícola, desta forma apoiava-se os necessitados. Após o 25 de abril, a sopa dos pobres estava abandonada e o nosso anterior provedor, o Sr. Capitão Horácio Mourão de Sousa, recuperou esse serviço em prol da comunidade. Passando oficialmente a resposta social apoiada pela Segurança Social”*.

No que diz respeito aos projetos futuros, a Santa Casa está neste momento a iniciar a obra de uma lavandaria, num novo edifício, que agregará todos os processos relativos à lavagem de roupa. Ao mesmo tempo, num projeto privado, sem intervenção do Estado, a Santa Casa da Misericórdia de Abrantes vai construir um ERPI (Lar) com 16 apartamentos, para residência sénior, inseridos num segmento médio alto, para famílias com algum poder de compra e que prezem o seu conforto. 



SAÚDE

É certo e sabido que a saúde oral é uma das mais problemáticas e negligenciadas pelos portugueses. Tanto é que os últimos governos estabeleceram a ampliação da cobertura na área da saúde oral como prioridade.

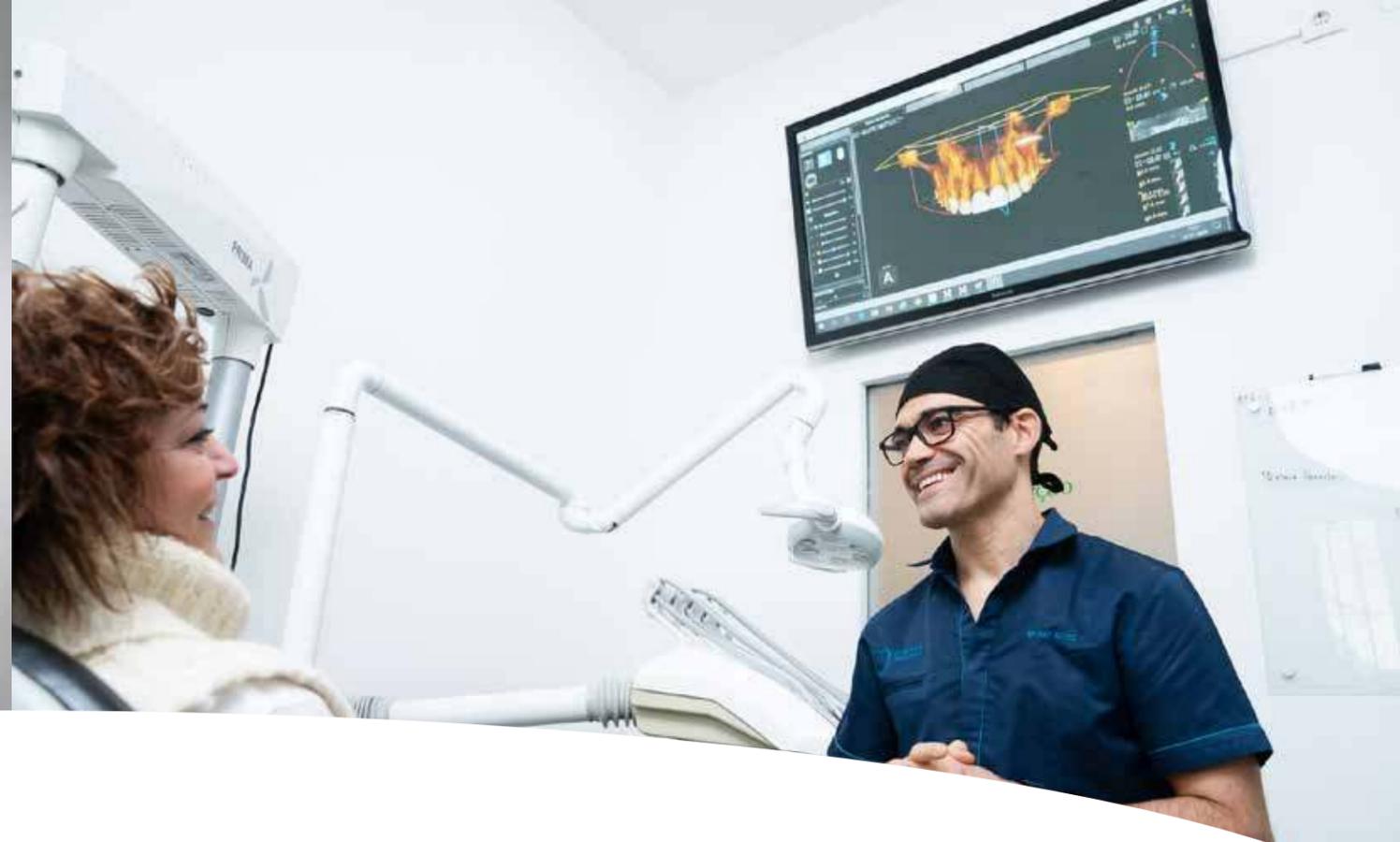
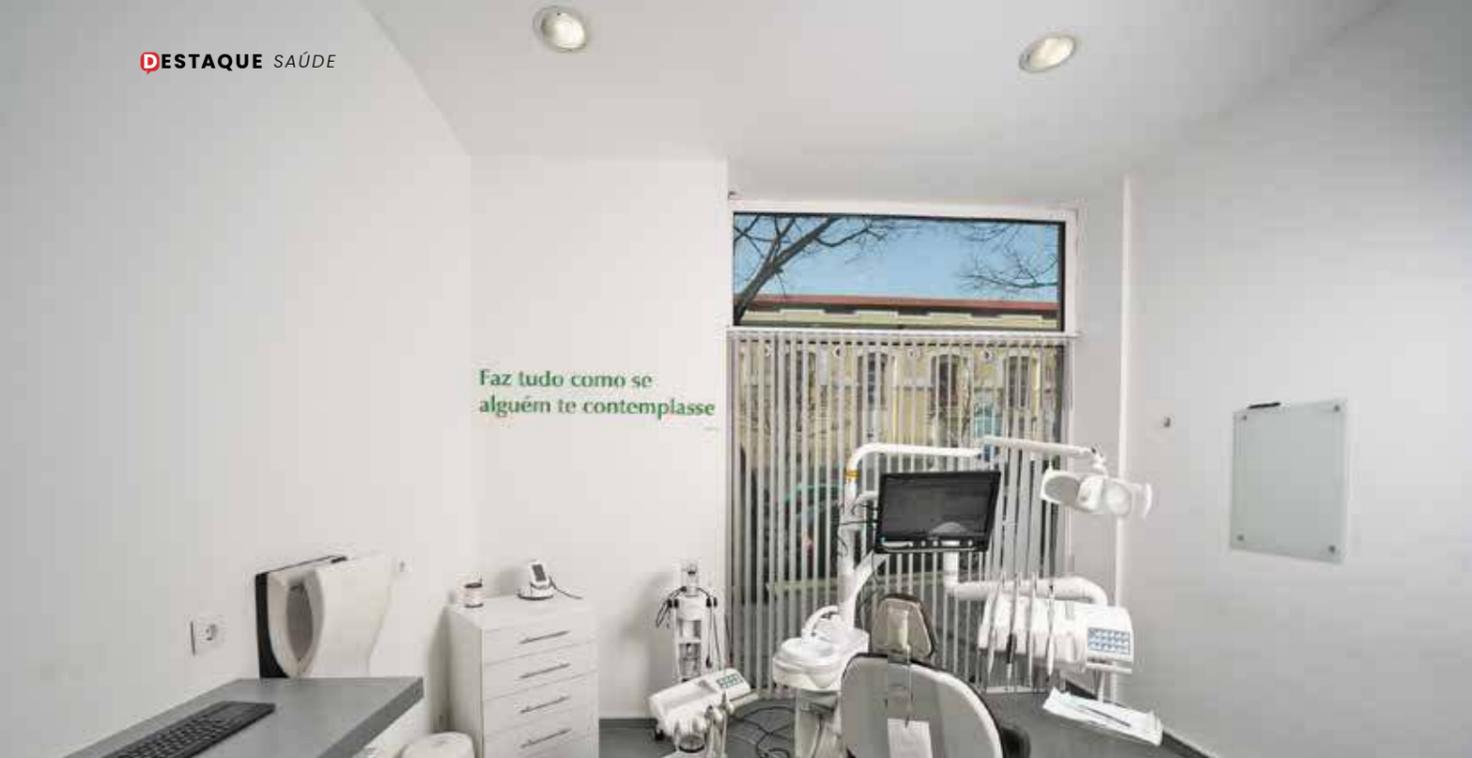
O Programa Nacional de Promoção de Saúde Oral (PNPSO), criado em 2005, também tem proporcionado intervenções em termos de promoção de hábitos de vida saudáveis, prevenção da doença oral ao nível da saúde escolar e um acesso crescente a tratamentos por parte de diversos grupos-alvo, por intermédio do programa cheque-dentista, nos termos da Portaria n.º 301/2009, de 24 de março. Inicialmente destinado a crianças e jovens, foi alargado a grávidas e idosos carenciados, doentes infetados pelo VIH/SIDA e ao grupo de risco no cancro oral: homens, fumadores, com idade igual ou superior a 40 anos e com hábitos alcoólicos.

Em 2016 implementaram-se as consultas de medicina dentária nos cuidados de saúde primários, mas os resultados não enganam. O Barómetro da Saúde Oral de 2019 informa que 30 por cento dos portugueses não vão ao dentista e perto de dez por cento não têm sequer um dente.

Há 6,8 por cento de portugueses que nunca vão a consultas de Medicina Dentária e cerca de 25 por cento só vão em caso de urgência. Destes, um em cada cinco afirma não ter capacidade financeira para aceder a estes cuidados. Quando se iniciou este barómetro, em 2014, quase três em cada quatro (72 por cento) dos inquiridos consideravam a medicina dentária uma área mais cara do que as outras áreas da saúde.

O barómetro explica que, *“ainda que os resultados mostrem que os portugueses estão a ir ao médico dentista com maior regularidade, não são novos doentes, são doentes habituais que aumentaram a regularidade das visitas aos consultórios de medicina dentária”*. E avança que o aumento de utentes com seguros ou planos de saúde também ajuda a explicar este aumento, uma vez que em 2014 eram apenas quatro por cento, e, agora, já chegam aos 15 por cento.

Em 2019, o número de portugueses com a dentição completa mantém-se perto dos 31 por cento, assim como o de portugueses com falta de todos os dentes (dez por cento). 



Tecnologia e proximidade no tratamento dentário

www.clinicadosjeronimos.pt

Em Belém existe uma clínica dentária que consegue providenciar, no mesmo espaço, tudo o que o paciente necessita usando a tecnologia mais recente do mercado. A Clínica dos Jerónimos pretende chegar a todos os públicos conseguindo mesmo ter um programa de responsabilidade social com protocolos com instituições de apoio a famílias e pessoas carenciadas.

Situada num bairro histórico e charmoso de Lisboa, a Clínica dos Jerónimos atende desde sempre pessoas de classe mais favorecida mas não só, recebendo atualmente muitos dos estrangeiros que nos últimos anos se têm mudado para o nosso país, em especial para esta zona peculiar e simpática da capital, segundo nos conta Bruno Alves, médico dentista e diretor clínico.

Também as faixas etárias atendidas são bastante abrangentes. "Somos, se calhar, a única clínica do mundo que colocou implantes a uma pessoa com 100 anos", refere o mesmo, explicando tratar-se de um paciente que sentiu a necessidade de mesmo numa idade avançada reabilitar o sorriso e a mastigação.

Isto tudo para dizer que o "paciente padrão" está a mudar "radicalmente. Houve uma mudança no mindset [mentalidade]

da população. Tenho cada vez mais a ideia que não só a saúde oral do paciente está a mudar, como o cuidado com o próprio e até a noção da necessidade de reconhecimento pelos outros. E começa também mais cedo. O paciente vem quando deteta a situação e não no extremo".

A Clínica dos Jerónimos está completamente apetrechada com toda a tecnologia disponível no mercado para que o paciente tenha o melhor tratamento e sinta que é único. Cada situação é avaliada em exclusivo, sendo o paciente tratado com tudo o que de mais recente há no mundo da Medicina Dentária: TAC, laser de tratamentos, branqueamentos dentários, cirurgia e um completo sistema de reabilitação que vai do scanner intra-oral (evitando-se os desconfortáveis moldes) à fresadora de cerâmica para a confecção das coroas e facetas sobre dentes ou implantes.

A Clínica dos Jerónimos tem uma equipa multidisciplinar e experiente, especializada na reabilitação oral sobre dentes e implantes; na ortodontia, com especial enfoque na técnica de alinhadores transparentes (invisalign); e na odontopediatria (tratamento de crianças e adolescentes), além de ter um laboratório próprio capaz de produzir os trabalhos com o máximo de qualidade e rapidez – no mesmo dia, caso seja necessário.

Esta tecnologia está presente em todos os passos que o paciente dá na clínica desde que entra. Mas, como refere Bruno Alves, "acreditamos muito numa relação de proximidade. O paciente passa a fazer parte da 'família Clínica dos Jerónimos' a partir do momento em que atravessa a porta pela primeira vez." A experiência é "muito mais que ir ao dentista tratar um dente. É partilha, são sorrisos e, claro, o que o trouxe cá, a sua saúde oral."

O projecto Clínica dos Jerónimos iniciou-se em agosto de 2012 e a partir da ideia do médico dentista que, trabalhando em Belém desde 2001, decidiu-se por um projeto próprio para dar resposta à solicitação de inúmeros pacientes e amigos, contando hoje já com mais de 6000 pacientes.

Os atuais protocolos da clínica incluem Médicis, Multicare e Medicare, bem como dois dos principais sindicatos da polícia ASPP/PSP e SPP/PSP desde 2017. Atualmente encontra-se em andamento o projeto de acordo com a ADSE.

De destacar a componente social da Clínica dos Jerónimos, na pessoa de Bruno Alves. É o médico dentista que recebe, por semana, três ou quatro utentes de instituições sociais. "Infelizmente não consigo fazer mais porque sou só eu a efetuar este serviço", lamenta.

Ainda assim é um trabalho hercúleo, quer no esforço, quer na causa. "A clínica tem um programa de voluntariado social, com base em protocolos com o CASA (Centro de Apoio ao Sem-Abrigo), CASA Amiga e a Comunidade Vida e Paz, onde faz tratamentos sem custos aos utentes destas instituições. Fazemos esse trabalho desde o início. É a maneira que encontramos de devolver à sociedade o que recebemos ao longo destes sete anos".

O contacto é direto com as instituições. "Para a primeira consulta de cada utente um técnico contacta-nos, faz o agendamento e na clínica fazemos a avaliação e tratamentos como a qualquer outro paciente". Por vários motivos, estes utentes não têm uma saúde oral tão cuidada, mas o resultado é sempre o mesmo: a satisfação. "São pacientes que saem daqui diferentes, bem mais felizes, voltando mais tarde para contar que com a nossa ajuda já arranjaram emprego ou mesmo namorado/a. Não há dinheiro que pague isto. Infelizmente o Serviço Nacional de Saúde não consegue dar resposta a todos e tentamos assim fazer a nossa parte", elucida.

Ciente da mudança de paradigma do paciente, que agora é muito mais informado, Bruno Alves explica que o paciente valoriza bastante mais a estética mas também a função. "O nosso paciente já sabe que necessita de todos os dentes para a mastigação e que só desse modo consegue aliar beleza e saúde, chegando já muitas vezes com uma ideia bastante precisa daquilo que vai necessitar".

A clínica encontra-se aberta de segunda a sexta-feira das 08h00 às 22h00 para poder atender mesmo em horário pós-laboral.

O resultado de todo este esforço está à vista: o sorriso dos pacientes ao saírem da clínica. 

Um sorriso na vila da Terrugem

www.clinicaterrugem.pt

A poucos quilómetros de Sintra existe uma clínica dentária, projeto sonhado por um jovem empreendedor, Vítor Costa, piloto da TAP. Apesar de aparentemente a profissão nada ter a ver com medicina dentária, tudo o que faz, faz com a garra e o rigor que ambas as profissões o exigem.

A vontade de Vítor Costa de elevar o projeto para algo novo e dinâmico tornou a excelência, o profissionalismo, a seriedade e a inovação de tratamentos em palavras de ordem. E é isso que o motiva todos os dias e o faz dividir-se entre aeroportos e a gestão clínica.

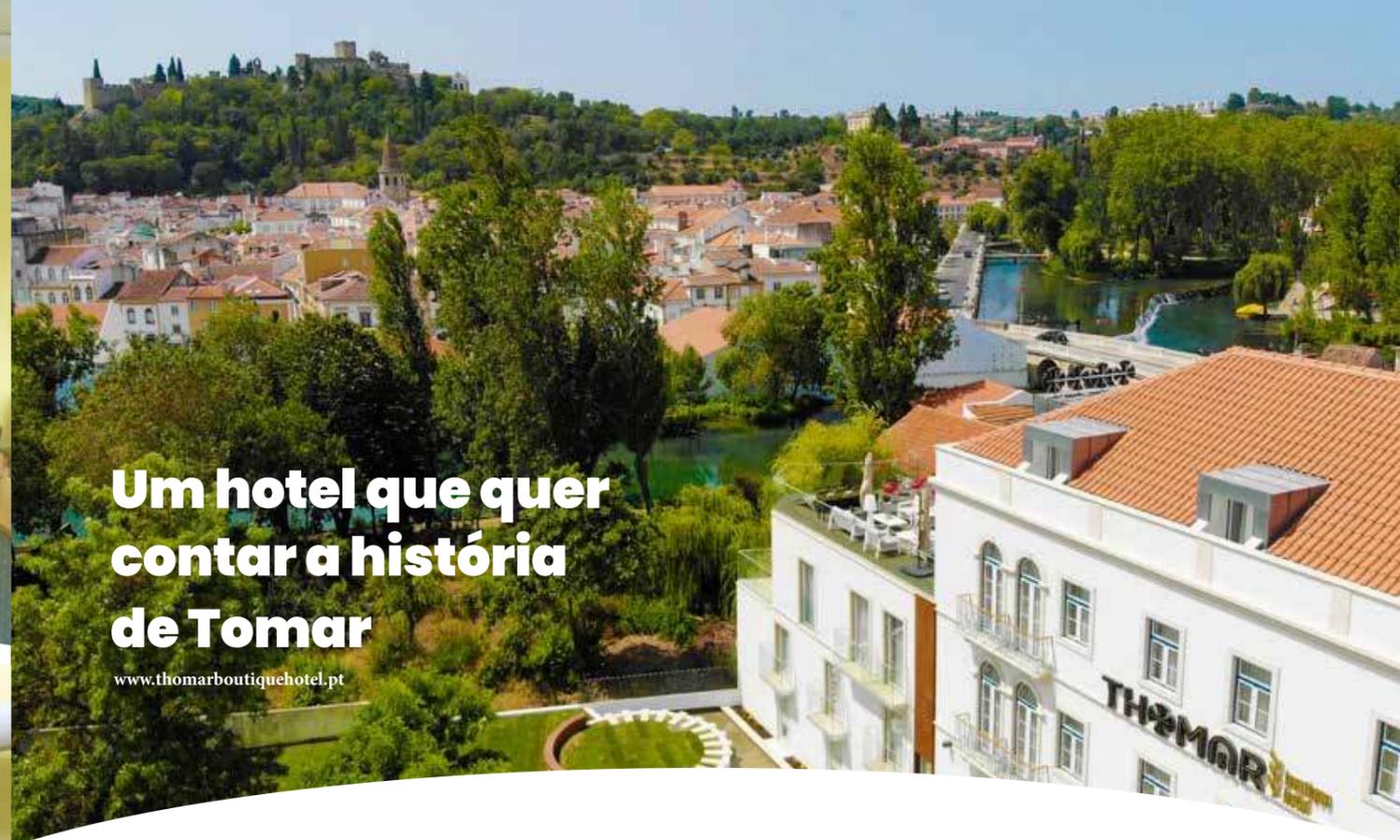
Foi no ano de 2012 que tudo começou a fazer sentido, quando herdou da sua ex-companheira, dentista de profissão, a clínica e o 'bichinho' de gerir aquele projeto que tomou como seu e dinamizou, modernizando o espaço e todo o equipamento existente, sempre com o lema de servir melhor os seus pacientes e fazer da medicina dentária algo mais do que tratamentos dentários. Afinal, o sorriso, a humildade e a seriedade são o cartão de visita da Clínica Dentária da Terrugem.

O espaço está equipado e preparado para os demais desafios e tratamentos dentários, tais como simples limpezas dentárias, cirurgias, desvitalização, ortodontia, implantes, próteses removíveis ou fixas, entre outros. Para tal conta com uma equipa de médicos e assistentes altamente especializados e com grande experiência, sob a supervisão da diretora clínica Sandra O'Neill, prestando-se um serviço de perfeição aliado ao bem-estar do paciente e pensando sempre no aumento da sua auto-estima e confiança. Na clínica também se fazem exames radiológicos de última geração como raio-X panorâmico, ausentes em muitas outras clínicas e que permitem sempre um melhor diagnóstico.

Não existem acordos e parcerias com seguradoras pois o proprietário não considera que isso contribua para um melhor acompanhamento do paciente, que, diz, "é de longe a maior preocupação de toda a equipa médica". Segundo palavras suas, "não estamos aqui para enganar ninguém". Aceitam, sim, os cheques-dentista pois consideram estar a contribuir para que a saúde oral seja uma realidade para todos e não "um luxo de alguns". Afinal, estamos a falar de saúde e bem-estar e de colocar sorrisos na boca de todos! 



Vitor Costa e Sandra O'Neill



Um hotel que quer contar a história de Tomar

www.thomarboutiquehotel.pt

Situado quase à beira do rio Nabão, lado a lado do convento de Santa Iria, uma antiga fábrica de vidro é, agora, o Thomar Boutique Hotel, inaugurado em setembro de 2018. Para além das comodidades a localização central faz do hotel o ponto ideal para começar a conhecer a cidade templária.

Apesar de habitada pelo menos desde o tempo dos romanos, Tomar, tal como a conhecemos hoje, nasceu a 1 de março de 1160, sendo das poucas cidades europeias que tem data específica de fundação. E isso não é mero pormenor, porque toda a localidade foi construída de acordo com um plano templário, seguido pela Ordem de Cristo, que faz da antiga vila um local místico. A história é longa e por isso, nada como ficar no Thomar Boutique Hotel para conhecer mais sobre a lendária cidade de Tomar.

A paixão pela própria região foram o mote para que Cristiano Pires e Aida Dias se introduzirem no mundo hoteleiro. Primeiro com a aposta no alojamento local Thomar Story e três anos depois com o Thomar Boutique Hotel. A antiga fábrica de vidro foi requalificada para dar lugar a uma unidade hoteleira com 24 quartos e um serviço exemplar.

Entrar no Thomar Boutique Hotel é percorrer um caminho de muitas décadas pela história de Tomar. Cada um dos pisos é uma homenagem ao tempo e ao modo como outrora se vivia na cidade de Tomar. "Há muita gente que desconhece a história da cidade que é associada apenas aos templários, mas Tomar já é importante desde o tempo dos romanos", refere o gerente. Na perspetiva de recontar parte da história de Tomar

o hotel divide-se em quatro pisos pautados pelas épocas mais marcantes da cidade. O piso 'zero' está destinado à época romana. "No piso um, é a época dos templários, com muitos vermelhos e prateados - o vermelho é o sangue derramado nas batalhas e a prata vai buscar as armaduras. O piso dois realça a importância de Tomar na época dos descobrimentos - associamos os descobrimentos a Sagres ou a Lisboa, mas em Tomar foi feita a cartografia e planeamento -, no fundo o piso tem muito verde, com muita selva e um ambiente mais rústico. O último piso é o mais industrial porque no século XVIII a cidade era muito industrial". O espaço dos quartos é amplo e confortável e a temática adaptada a cada um dos pisos dá uma vida própria a cada espaço.

Há pormenores pautados pelo conforto deste três estrelas com potencial maior. De referir, ainda, a realização de visitas guiadas, promovidas pela equipa do Thomar Boutique. Para além da localização central para se começar a conhecer a cidade, Cristiano Abreu assume que o seu espaço hoteleiro é também um espaço que pretende promover o turismo e o mercado da cidade. "Queremos ser um hotel para fora, ou seja, queremos aconselhar os melhores restaurantes e os melhores locais a visita, a isso conjugamos uma localização primordial que permite aos nossos hóspedes caminhar e conhecer o centro da cidade". 

DESPORTO & LIFESTYLE

Sabia que o voleibol está entre as dez modalidades desportivas mais praticadas no mundo? Ao lado de modalidades como o golfe, futebol americano, fórmula 1 ou basquetebol, estima-se que só na América, Europa e Austrália o voleibol reúna 900 milhões de fãs.

Segundo dados do Prodata, em 2017, existiam 44.208 praticantes desportivos em Portugal, um número que subiu consideravelmente, atendendo aos 6.199 registados em 1996. A Federação Portuguesa de Voleibol é a autoridade que regulamenta as competições de voleibol de pavilhão e praia no nosso país e foi fundada a sete de abril de 1947. A Federação organiza as seleções nacionais de voleibol masculinas e femininas, em todas as divisões e categorias, além das competições de voleibol de praia e dos projetos de Voleibol Sentado, Gira-Volei e Gira-Praia.

A seleção de voleibol vai disputar a qualificação para o Europeu 2021 com Bielorrússia, Noruega e Hungria. A fase de qualificação para o Europeu decorrerá no sistema 'casa e fora', com jogos de agosto a setembro, e Portugal ficou inserido no grupo G, (segundo a aplicação do sistema de serpentina com base na posição no 'ranking'), com as seleções da Bielorrússia, Noruega e Hungria.

Já a seleção feminina vai defrontar as congéneres da Ucrânia, Geórgia e Suécia na fase de qualificação para o Europeu 2021. Os jogos, a disputar a duas mãos, no sistema de todos contra todos, serão realizados entre agosto e setembro.

Nesta edição a IN apresenta-lhe o Esmoriz Ginásio Clube, onde o voleibol é a modalidade rainha e que pretende, em poucos anos, afirmar-se novamente nas competições nacionais e atingir os lugares cimeiros das tabelas de classificação. [IN](#)

“O voleibol é a modalidade rainha da cidade de Esmoriz”

Com uma história inegável no voleibol em Portugal, o Esmoriz Ginásio Clube está novamente a dar cartas a nível nacional. António Guilherme Costa, atual presidente, tem um projeto de curto prazo cujo objetivo é “alavancar novamente o nome do clube e a modalidade que ele representa”.



A 14 de outubro de 1967 era fundado o Esmoriz Ginásio Clube, que é hoje uma referência no voleibol português e que conta já no seu currículo com diversas conquistas. O palmarés inaugurava-se na época de 1971/72 com os juniores a sagrarem-se campeões nacionais e os seniores campeões nacionais da II Divisão. Mais tarde, em 1981/82 o Esmoriz Ginásio Clube traz para casa a Taça de Portugal, com a equipa de seniores masculinos e, um ano depois, em 1982/83 participa pela primeira vez na Taça das Taças, competição europeia de voleibol. Nesse mesmo ano, por cá, o clube faz história ao sagrar-se campeão nacional de seniores masculinos em 1982/83 e repete o feito novamente na época seguinte, em 1983/84.

Atualmente o Esmoriz Ginásio Clube atravessa uma fase em que o objetivo é “alavancar novamente o voleibol”. António Guilherme Costa, atual presidente, reconhece as dificuldades financeiras que o clube atravessou. “Por força da crise que se abateu sobre Portugal, os parceiros são cada vez menos e por isso as dificuldades de liquidez acabam por surgir”. Todavia, o clube está empenhado em abrir este novo capítulo e voltar a conseguir títulos. “Nos últimos dois anos tentamos dar maior ênfase à equipa sénior masculina e aos poucos tentar trazer alguma experiência que, em conjunto

com jogadores mais novos, seja uma boa base. Este ano foi o ano em que investimos mais. Existe uma considerável falta de jogadores seniores masculinos em Portugal. Antigamente o voleibol era muito virado para o masculino, agora isso mudou e existem cada vez mais jogadoras. Num mundo ideal gostávamos de ter uma equipa totalmente formada cá, mas isso é praticamente impossível. Temos de ter atletas com muita experiência e qualidade para nos mantermos na I Divisão e apresentarmos resultados”.

Para reforçar a equipa, dois nomes que já eram conhecidos da casa voltaram. “Este ano fomos buscar atletas que já passaram por cá, como o Roberto Reis, que fez a formação conosco e o Hugo Ribeiro, que esteve cá a jogar em 2004/05. Estes jogadores vêm trazer maturidade à equipa. O Esmoriz Ginásio Clube é a equipa com a média de idades mais baixa da primeira divisão, de 23 anos, por isso a nossa aposta tinha de ser na experiência. Temos ótimos jogadores da formação, alguns com 17 anos que já estão a competir na equipa sénior, mas os atletas vão-se fazendo gradualmente, precisam de tempo”. Ainda durante o último período de transferências o Esmoriz conseguiu juntar à equipa um outro reforço, “Filipe Ferraz, jogador da seleção nacional, que permitiu à equipa ter mais altura de bloco e mais poder de ataque”. António



Avenida 29 de Março, 626
3885-306 Esmoriz
256 758 393



Avenida da Praia, 1278
3885-406 Esmoriz
256 188 547



Av. Dr. Fernando Raimundo Rodrigues, 644
3885-412 Esmoriz
256 755 149



Avenida dos Correios, 239
3885-410 Esmoriz
256 751 448



“Em Ovar o voleibol partilha a 50 por cento a atenção com o basquetebol da Ovarense, mas sem dúvida que o Esmoriz é uma equipa de renome, que já foi campeã nacional duas vezes, já ganhou a Taça de Portugal e é um motivo de orgulho para todos os municípios de Ovar”.



Guilherme Costa lamenta que clubes como o Esmoriz estejam longe de conseguir competir com clubes grandes a nível de contratações. “Os atletas cobiçados por essas equipas acabam por ir para lá. As equipas têm nome e maior poder financeiro e clubes como o Esmoriz, do meio da tabela, começam a ter dificuldades em ter atletas com essa qualidade”. Neste momento o clube está a fazer “um trabalho de equilíbrio financeiro, que é um trabalho árduo e moroso” e por isso é preciso que “os adeptos compreendam que temos de dar um passo de cada vez, não podemos cometer loucuras. É a realidade do clube”.

E porque é na formação que tudo começa, a aposta do Esmoriz Ginásio Clube tem sido essa. “Nas camadas jovens, desde mickeys, de quatro anos, até aos sub-21, temos 250 atletas. Temos atletas de outras freguesias e de outros concelhos, não só de Esmoriz. ”

Em termos de captação de atletas os últimos anos têm sido mais difíceis, sobretudo porque há cada vez mais oferta. “Agora temos o futebol, logo aqui na freguesia ao lado em Cortegaça no Futparque, o Sporting Clube de Esmoriz, o basquetebol em Paços de Brandão, o Espinho aqui quase ao lado também a captar atletas das freguesias mais a norte, portanto tem sido difícil”. Ainda assim tem sido possível e o presidente atribui isso à forte tradição de voleibol que tem o litoral norte do país. “Sempre tivemos a tradição do voleibol aqui e temos clubes como o Espinho, o Esmoriz, o Madalena, o Leixões, Castelo da Maia ou Póvoa, que o provam. O voleibol está mais concentrado no norte litoral, contudo com a aposta da federação em alargar o voleibol a todo o país, há cada vez mais clubes a sul de Esmoriz. Antigamente, mais a sul, só tínhamos o Benfica e o Sporting, mais tarde apareceu o Caldas e agora já surgiram diversos clubes à volta de Lisboa e no Alentejo. Há uma aposta clara e forte no voleibol que está a dar frutos”.

“O voleibol é a modalidade rainha da cidade de Esmoriz”. António Guilherme Costa não esconde o orgulho em admitir

que o Esmoriz Ginásio Clube e a sua modalidade são muito apreciados pelos locais. “Em Ovar o voleibol partilha a 50 por cento a atenção com o basquetebol da Ovarense, mas sem dúvida que o Esmoriz é uma equipa de renome, que já foi campeã nacional duas vezes, já ganhou a Taça de Portugal e é um motivo de orgulho para todos os municípios de Ovar”. Sobre alargar a mais modalidades a atuação do clube, o presidente não deixa dúvidas: “Não está nos nossos planos. Durante algum tempo tivemos taekwondo e ténis, mas percebemos imediatamente que a nossa aposta tinha que ser o voleibol”. Em setembro de 2019, contudo, o Esmoriz Ginásio Clube “abriu um centro de estudos”. A funcionar em horário pós-letivo, o centro conta já com “45 alunos e reforça a vertente social e educativa do clube. Temos protocolos com todas as escolas de Esmoriz. Os alunos ao abrigo do protocolo têm desconto no nosso centro de estudo e na mensalidade do voleibol, se estiverem inscritos connosco”.

Para o futuro, António Guilherme Costa gostava de ver nascer uma “equipa de seniores femininos, com base na formação do Esmoriz, que nos permita chegar a I Divisão. Este é um projeto a médio prazo, não é para acontecer amanhã, nem se conseguiria. Estamos a trabalhar para isso”. A atual equipa de seniores feminino está na II Divisão e é “constituída por 70 por cento de atletas da formação e 30 por cento de fora”. Quanto aos seniores masculinos, o objetivo futuro passa por “ir evoluindo na tabela classificativa. O ano passado terminamos em sétimo lugar, este ano tencionamos melhorar e quem sabe no próximo ano subir mais ainda”. Este é um “projeto a dois anos”, tempo durante o qual António Guilherme Costa foi eleito.

O presidente, e toda a equipa, deixam ainda um convite aos moradores de Esmoriz, adeptos ou simpatizantes do clube. “Sempre que as equipas têm jogos em casa é preciso vir apoiar, porque nota-se que o número de espectadores tem decrescido e são eles que criam todo o ambiente à volta de jogo. Os atletas precisam de ter um ambiente bom e só com a presença deles é que é possível”. 



al medina

Avenida da Barrinha, 598/602
3885-402 Esmoriz
@al_medina_esmoriz



Rua Fernão Veloso, 119
256 026 745 | 932 164 786 | 914 815 850
www.hestiaimobiliaria.com



Rua Estrada Nova, 1280
3885-456 Esmoriz
256 386 592



“Para se saber defender, é preciso saber combater”

“We fight, not for sport, but for survival”, este poderia ser perfeitamente o lema da academia espinhense especializada em técnicas de autodefesa, tendo por base o KravMaga, um sistema de combate desenvolvido em Israel, que visa preparar os praticantes para todo o tipo de situações violentas. Juntamente com o KravMaga, a WE FIGHT tem ainda a modalidade de Strength&Conditioning, treinos de força, direcionando a academia para um segmento que vai além das artes marciais e da autodefesa.

Filipe Azevedo é praticante de modalidades de combate desde os 17 anos, quando se iniciou no kickboxing. Três anos depois descobriu em Espinho o Taekwondo, modalidade onde se tornou cinturão negro, 1º dan. O Krav Maga apareceu na vida de Filipe quase por acaso, enquanto lia uma revista dedicada às artes marciais, como o próprio confia à IN Corporate Magazine. “Já tinha um feedback sobre o que era o krav maga, mas pensava que a modalidade só era praticada lá fora. Descobri nessa ocasião, já lá vão 14 anos, que havia Krav no Porto e decidi ir experimentar. Conheci o professor Vítor Martins, presidente da Federação Portuguesa de Artes Marciais Israelitas, a pessoa que impulsionou o verdadeiro KravMaga a nível nacional e, a partir daí, procurei estudar e aprender este sistema de combate, fiz formação em Israel, e em 2014 abri a minha academia”.

O KravMaga não é um desporto de competição e a razão é simples: não existem regras. O objetivo é preparar o indivíduo para se defender em qualquer tipo de situação de

violência de rua, sem regras, sem árbitros, em luta corpo a corpo, ou com armas incluídas. Sobre o sistema de luta e treino aplicado na WE FIGHT, Filipe Azevedo explica que “o nosso plano engloba mãos nuas, agarres, ameaça, ataque de faca, arma de fogo, bastão, entre qualquer outro tipo de situação de violência. Criamos cenários e situações específicas de treino, embora o nosso primeiro ensinamento e aquilo que queremos inculcar, sobretudo nas crianças, é que a opção nunca é lutar. É preciso evitar o confronto a todo o custo e só quando não existe alternativa é que se deve defender, sempre dentro das leis vigentes no nosso país. No que respeita à autodefesa, para se saber defender, é preciso saber combater”.

De forma a prepararem os atletas da WE FIGHT para situações de violência, a academia procurou desde o início ter uma visão alargada do combate, com treinos específicos de striking, clinch, derrubes, wrestling e chão. Os três instrutores da WE FIGHT são certificados com o curso de treinador desportivo do IPDJ e Filipe Azevedo



www.academia-espinho.com
Rua 15, nº 691 Espinho
+351 914 175 421

tem, inclusivamente, formação de Krav Maga em Israel, onde nasceu a modalidade.

Strength&Conditioning

Numa altura em que Filipe Azevedo e a sua academia tinham já um nome vincado dentro do universo do Krav Maga, surgiu um novo segmento, uma modalidade disponível para os atletas que já praticavam Krav na WE FIGHT, mas também para pessoas externas, que praticassem outros desportos, ou até nenhum. Numa primeira fase essa modalidade era o cross training, que progressivamente se tornou em Strength&Conditioning. Filipe Azevedo explica essa transformação, indicando que “com os anos, com o estudo e com as formações que fomos fazendo, começamos a perceber que o método do cross training não era o indicado para o nosso tipo de atleta. Existiam algumas lacunas nesse tipo de programa e entendíamos que o risco de lesão era grande. Com os treinos de força e condição física, comprovamos que os atletas estavam mais fortes e predispostos para os desafios do treino e mais importante, o risco de lesão diminua significativamente”.

“Sei o nome de todos os meus atletas”

Nos últimos seis anos a WE FIGHT alcançou um número considerado de alunos, tendo inclusivamente obrigado a academia a mudar-se para um espaço maior, há cerca de dois anos. As desistências ao longo dos anos foram reduzidas e na WE FIGHT ninguém é indiferenciado. “Sei o nome de todos os meus atletas e preocupo-me com todos. Temos o máximo de atenção com as pessoas e com tempo as relações que criamos aqui tornam-se em amizades para a vida”, vinca o responsável. Derivado dessa união, não existem aulas de iniciantes e todos treinam com todos, num espírito de cooperação e entreajuda, sobretudo entre os mais experientes e aqueles ainda estão a iniciar a sua prática.

Importa salientar que na academia, além da prevenção, da autodefesa e do combate ao bullying, a WE FIGHT procura incentivar a que os atletas se superem a eles mesmos, começando pelos técnicos, constantemente em aprendizagem, não sendo raras as visitas a países como Israel e Tailândia, onde as artes marciais e o combate, mais do que uma tradição, é cultura. Em Espinho, na academia, são organizados vários seminários com mestres de artes marciais, que visitam os alunos da WE FIGHT para transmitirem algum do seu conhecimento. Afinal de contas, o verdadeiro espírito do combate sempre residiu na evolução pessoal e espiritual de cada ser humano e a WE FIGHT é o espelho dessa filosofia, ensinando os seus atletas a superarem as adversidades, a procurarem paz de espírito e um caminho saudável de viver, física e intelectualmente.

CRÉDITO

A notícia chegou a 11 de fevereiro deste ano. A concessão de crédito ao consumo bateu recordes em 2019, atingindo os 5245 milhões de euros, o máximo desde que há registo nos dados disponíveis no Banco de Portugal.

Por dia, as famílias pediram mais de 14 milhões de euros em crédito ao consumo. Só em dezembro, as famílias endividaram-se em mais 501 milhões de euros.

Também a concessão de crédito à habitação subiu ao máximo desde 2008, ano em que rebentou a crise financeira nos Estados Unidos e que se alastrou a todo o mundo. O crédito à habitação

atingiu os 10630 milhões de euros. O mês de dezembro foi o melhor desde dezembro de 2008, tendo as famílias pedido emprestado 1117 milhões de euros para a compra de casa no último mês do ano passado.

No total, os novos créditos concedidos a particulares atingiram os 18217 milhões de euros em 2019, o máximo desde 2008. Em dezembro, os particulares endividaram-se em 1856 milhões de euros. *“As taxas de juro de novas operações de empréstimos a particulares continuaram a apresentar, em 2019, uma tendência de descida”*, refere o Banco de Portugal na nota estatística.

O aumento do crédito ao consumo fez disparar alarmes no Banco de Portugal, no terceiro trimestre de 2019. O supervisor anunciou no final de janeiro deste ano novas medidas para travar a concessão de crédito ao consumo que entram em vigor no próximo dia um de abril. Uma das principais medidas introduzidas pelo Banco de Portugal foi a diminuição de dez para sete anos do prazo máximo para novos contratos de crédito ao consumo.

As medidas vieram complementar as que já estavam em vigor, desde julho de 2018, para o crédito ao consumo e crédito à habitação. O Banco de Portugal pretende, com a imposição destes limites ao crédito, melhorar a qualidade do crédito concedido para proteger os bancos de novos problemas com crédito malparado. [IN](#)



Pedro Pedrosa

Pedro Pedrosa pegou na experiência de dez anos na banca para ser um intermediário de crédito. Ao recuperar a boa imagem do “senhor do banco” de antigamente, transmite conhecimento e confiança a quem a ele recorre.

Depois de uma década num banco, sete dos quais numa dependência bancária em Alvalade, “onde a população maioritariamente idosa o tratava carinhosamente por ‘o senhor do banco’”, é fácil perceber porque é que Pedro Pedrosa, ao tornar-se intermediário de crédito, optou por esta marca. “A ideia inicial era tentar recuperar a imagem do ‘senhor do banco’ que, em tempos, era uma imagem de alguém credível em quem todos confiavam. Hoje existe muita desconfiança e é um desafio conseguir transmitir essa confiança, mas é algo que temos feito com gosto e sucesso”, explicou o diretor-geral da empresa, localizada em Aqualva, Sintra.

O facto do nome ‘O Senhor do Banco’ ser de fácil memorização também ajudou na hora de lançar o projeto, em 2017. ‘O Senhor do Banco’ iniciou atividade antes da entrada em vigor da nova legislação, mas logo tratou de assegurar a licença de intermediário de crédito junto do Banco de Portugal, tendo como serviços o apoio ao crédito habitação, crédito consolidado, crédito pessoal, sendo ainda mediador imobiliário e agente de seguros, tudo num só lugar.

São cada vez mais as pessoas que procuram o aconselhamento “gratuito” e os serviços de ‘O Senhor do Banco’, sendo que o que tem mais procura é o apoio ao crédito habitação.

Existe ainda uma grande iliteracia financeira em Portugal e o resultado disso é pedir-se cada vez mais crédito consolidado. “Devia haver algum limite”, pois é frequente a mesma pessoa fazer uma consolidação e logo de seguida endividar-se novamente, acabando por ter de voltar a recorrer a este produto mais tarde. “Tenho muitos clientes com 27/28 anos, que vivem em casa dos pais e já estragaram a sua vida pois dificilmente conseguirão um dia ter taxa de esforço para pedir um crédito para uma casa, por exemplo. Estarão cada vez mais dependentes dos pais/

família para viver. Cerca de 90 por cento dos casos de consolidação têm vários cartões de crédito, sendo este o maior problema do sobre-endividamento. E muitas vezes só procuram a consolidação em casos extremos, já com incidentes no Banco de Portugal, ou de tal forma endividados que já não têm taxa de esforço nem para consolidar e isso impossibilita-nos de ajudar”, referiu Pedro Pedrosa.

“Quem procura consolidação, nem quer saber de preço (spreads). Só se preocupam com aprovação, chegando até nós já em desespero”, continuou. É preciso perceber, no entanto, que “muitas das vezes a consolidação não significa poupar dinheiro, já que temos de alargar prazo, por exemplo, mas pode significar deixar de ter ‘a corda ao pescoço’ e assim evitar incumprimento, daí que cada situação tenha de ser analisada como única”.

‘O Senhor do Banco’ trabalha com as principais instituições financeiras e imobiliárias. “No crédito à habitação, por exemplo, tento estar presente no máximo de escrituras. Embora não vá ter qualquer papel ativo, sinto que os clientes estão mais confiantes sabendo que os estou a acompanhar e isso é do que mais nos distingue. Mais do que números, preocupo-me com a qualidade de cada processo”.

A grande maioria dos novos clientes de ‘O Senhor do Banco’ são referências de antigos clientes e “isso facilita imenso o meu trabalho, pois estes clientes não procuram apenas um serviço, procuram especificamente ‘O Senhor do Banco’”, o que o motiva a continuar a fazer mais e melhor. “Tento sempre perceber o lado do cliente. Estes processos deixam os clientes ansiosos e acabo muitas vezes por fazer o papel de psicólogo, mas esse apoio e, essencialmente, saber ouvir ajuda os clientes a passarem por esta fase com maior leveza”. Por isso, já sabe. Em caso de dúvida no que aos créditos dizem respeito, fale com o ‘O Senhor do Banco’. 



www.osenhordobanco.pt
geral@osenhordobanco.pt
+351 933 371 926

Centro Empresarial Domingos Jardo – Rua Amílcar Cabral, nº 7 – 3º piso, sala 4
2735-534 Aqualva – Mira Sintra

§

Crédito consolidado: vantagens e desvantagens

Por Rui Bairrada, CEO do Doutor Finanças



Consolidar créditos é sinónimo de poupança e é ideal para várias situações: seja porque está com um nível de endividamento superior ao recomendado (30 por cento do orçamento), seja porque quer reduzir os encargos mensais, permitindo criar um pé de meia extra. Seja qual for o caso, o resultado é sempre o mesmo: poupança!

A consolidação de créditos não é mais do que juntar os empréstimos que tem dispersos. E se pensa que esta é uma solução apenas para sobreendividados está enganado.

A verdade é que se uma pessoa já tiver entrado em incumprimento, isto é, se deixou de conseguir pagar os seus compromissos com uma instituição financeira, esta saída já não está ao seu alcance.

O incumprimento é o que normalmente corresponde a ter o nome registado no Banco de Portugal, um registo que consta do mapa de responsabilidades de crédito que é um documento a que todos os contribuintes têm acesso digitalmente através do site do Banco de Portugal.

Consolidar créditos é, então, uma ferramenta de poupança porque é uma solução que alivia a carteira de muitas famílias e que pode até evitar uma situação de sobre-endividamento ou mesmo de incumprimento.

Sabia que, em média, cada família portuguesa tem

sete créditos? Acha este número exagerado? Será que sabe exatamente quantos créditos tem?

Chegam ao Doutor Finanças casos que se transformam em poupanças substanciais. Temos situações em que é possível reduzir os encargos mensais para metade, com a fatura a descer, por exemplo, 500 euros por mês.

Consolidar os empréstimos tem outras vantagens: paga uma única prestação, a taxa de juro é inferior à média das taxas de juro associadas aos créditos dispersos e sabe qual será o ‘fim’ do financiamento – ao contrário dos cartões de crédito, que podem eternizar-se.

Existem vantagens, mas também há desvantagens nesta solução. Se o produto não for bem usado a situação de quem o procura até pode piorar.

No Doutor Finanças recebemos cerca de cinco mil pedidos de ajuda mensalmente e poupamos, orgulhosamente, muitos milhões a milhares de pessoas. Aqui tiramos a gravata, vestimos a bata e ajudamos as famílias. Fazemos a triagem, o check-up, o diagnóstico, e prescrevemos o tratamento. E tudo de forma gratuita para quem nos procura.

Agora que sabe o que é o crédito consolidado, procure um intermediário financeiro, como o Doutor Finanças, e dê uma nova vida ao seu orçamento familiar. 

ANOS DE BEETHOVEN

Em 2020 não é preciso ir a Bona, na Alemanha, para sentir a ‘presença’ de Beethoven. É que a 17 de dezembro assinalam-se os 250 anos de nascimento do compositor e pianista alemão, portanto durante todo o ano de 2020 e um pouco por todo o mundo há programações culturais especialmente dedicadas a Ludwig van Beethoven. Portugal não é exceção.

Mas quem foi o autor do “*Hino da Alegria*”, título dado à 9.ª Sinfonia de Beethoven, inspirado num poema de Friedrich Schiller, e que serve de hino à União Europeia?

Natural de Bona, era filho e neto de músicos. Aos cinco anos começou a estudar cravo, violino e viola. Estudou a obra de Bach (músico alemão que também pertencia a uma família artística) e desde logo deu cartas no mundo da música.

Em 1787, com 17 anos, Beethoven seguiu para Viena, capital austríaca, onde foi recebido por Mozart, que lhe previu um grande futuro. Quatro anos depois, já desfrutava de prestígio junto à nobreza de Bona, que não dispensava a presença do músico nas suas festas.

Em 1792 muda-se definitivamente para Viena, onde veio a falecer em 1827, com 56 anos. Em Viena, o compositor alemão foi discípulo de Franz Joseph Haydn, de quem ficou grande amigo. Juntamente com Haydn e Mozart – diz-se que terá tocado para ele na Áustria –, Beethoven completa a chamada “*Trindade Vienense*”. O trio deu corpo a um período áureo da história da música: o Classicismo, que existiu entre o Barroco e o Romantismo.

Em 1798 surgiram os primeiros sintomas de surdez, mas escondeu o problema de todos. Aliás, o século XIX foi o período mais brilhante da carreira de Beethoven, já que produziu as grandes sinfonias que lhe dariam imortalidade.

A sete de maio de 1824, a “*Sinfonia n.º 9*” foi apresentada pela primeira vez. A Nona – uma novidade com o alargamento da orquestra e a junção dos solistas e coro – estreou em Viena com a casa cheia. Beethoven esteve no palco, ao lado do maestro para poder ouvir de perto, já que o tinham dissuadido de reger por causa da perda de audição. O aplauso final foi monumental. O resto é música. 

Quando o usado supera o novo na música

Em Lisboa há uma loja de instrumentos musicais que tenta combater a internet, aliando a experiência e profissionalismo da equipa às vantagens dos equipamentos usados sobre os novos. Só assim é que a Euromúsica tem conseguido superar a crise.

Quem passar pela Avenida da República, uma das principais artérias da capital do país, descobre uma loja de instrumentos musicais e áudio profissional como já há muito não se encontra.

Fundada em 1987, a Euromúsica comercializa instrumentos musicais e áudio profissionais, tendo ainda serviços de reparação e aluguer de pianos, projetos de instalação sonora e importação de instrumentos e acessórios.

A carteira de clientes da empresa é composta maioritariamente por músicos, amadores ou profissionais, ainda que tentem “captar a atenção do público em geral para os benefícios da música nas nossas vidas”.

Tendo em conta o panorama atual no país, a empresa – que também tem uma loja no Centro Comercial M Bica, em Almada – tem conseguido reafirmar o seu “compromisso para com os músicos através da renovação e ampliação da nossa loja principal, na Avenida da República, bem no centro de Lisboa, e com a procura contínua dos melhores produtos aos melhores preços.”

Atualmente, a loja tem-se especializado em pianos acústicos usados ou novos, pianos esses que acompanham gerações, como frisou Pedro Agostinho, afinador e técnico de pianos na Euromúsica. “O piano de há 50 anos é exatamente o mesmo de agora. Não mudou nada. Só há 15/20 anos é que se acoplou o sistema silence: tocar sem fazer som para fora, ou seja, bloquear os martelos às cordas. Ter a dinâmica do nosso piano e o som que vai para os auscultadores que é digital”.

Por isso é só vantagens para os pianos usados. “Temos tido muitos clientes estrangeiros, mas temos portugueses que optam pelo leque de usados da Yamaha. Faço só a afinação, regulação da

mecânica e o voicing (colocar o timbre do piano ao gosto do cliente). Um piano novo Yamaha modelo U1 ronda os sete mil euros e um usado do mesmo modelo é a partir dos 3100 euros. Com as mesmas garantias e uma particularidade: um piano usado toca mais que um piano novo. O novo necessita de cinco a dez anos para acamar e vibrar”, disse o especialista, um dos mais reconhecidos do país.

A loja também tem dado muito destaque à marca Kurzweil. “A Kurzweil no piano digital permite ter oito tipos de teclado que mais se assemelham aos pianos acústicos. Por exemplo, o CUP 1 tem graduado de peso com repetição do duplo escape do piano de cauda. Graduado de peso significa que o teclado tem o peso dividido por três níveis: a grave é mais pesada que a média e esta mais pesada que a aguda. A sensação ao pianista é quase igual ao piano acústico. O duplo escape significa que não precisamos que a tecla volte ao início para voltar a repetir, como acontece no piano vertical”, explicou Pedro Agostinho, acrescentando que o outro modelo de piano digital que a Euromúsica gosta de destacar (o CGP 220) “é tudo igual (ao CUP) mas com teclas em madeira”.

Tendo em conta que a loja vende pianos para os Conservatórios como o de Setúbal, é sinal de que o piano acústico novo ou usado e o digital são aqui uma boa escolha de aquisição. A equipa, além de experiente e profissional, assegura o serviço pós-venda.

O tratamento é igual para todos os clientes e, numa altura em que se assinalam 250 anos do nascimento de Beethoven, isso é mais que uma regra. “Se Beethoven fosse vivo e viesse cá, ficaria muito feliz. Tentaríamos surpreendê-lo com o melhor na loja, como faço a todos os clientes”, garantiu o técnico, nascido numa família de luthiers (artesão que fabrica ou repara instrumentos de corda com caixa-de-ressonância) de pianos e que quando era apenas uma criança de nove anos já desmontava toda a mecânica de um piano vertical. 



 euromúsica
SOM QUE INSPIRA

euromusica.lisboa@gmail.com
Av. da República, 56 Lisboa
(+351) 217 613 004



CGP220



CUP 1 BK

KURZWEIL®
It's the Sound.

Maria João Pires, a “excelência de Portugal no mundo”

Foi a quarta condecoração da pianista portuguesa. A artista, de 74 anos, foi agraciada com a Grã-Cruz da Ordem do Infante D. Henrique e prepara-se para um ano cheio de concertos, numa ode a Beethoven e Schubert.

O anúncio chegou no final de 2019, mas a cerimónia apenas decorreu a 25 de janeiro. A pianista Maria João Pires foi eleita personalidade do ano pela Associação da Imprensa Estrangeira em Portugal (AIEP).

“Para os correspondentes, Maria João Pires tem um percurso artístico único. Ela continua a ser considerada como uma das mais famosas intérpretes de música clássica no mundo, continuando a ter uma grande repercussão no estrangeiro”, afirmou o presidente da AIEP, Levi Fernandes, citado pela agência Lusa.

Maria João Pires, considerada a *“mais internacional pianista portuguesa da atualidade”*, foi reconhecida pela *“crítica internacional”* como uma *“das mais famosas intérpretes de música clássica”*. E assim levou a distinção na categoria de Personalidade do Ano 2019 do prémio Martha de La Cal (no ano passado o prémio foi entregue a Mário Centeno, ministro das Finanças, pelo seu percurso que o levou à presidência do Eurogrupo).

O prémio em questão visa a distinção de uma pessoa ou de uma instituição que contribuiu para a promoção da imagem de Portugal no estrangeiro durante o ano. Atribuído anualmente, desde 1990, resulta da escolha dos 60 jornalistas estrangeiros acreditados em Portugal e inscritos na associação.

“É um exemplo de excelência de Portugal e é um exemplo de excelência de Portugal no mundo. É pois natural e justo que seja em frente do mundo que eu a condecure como merece por projetar Portugal e a excelência portuguesa”, disse o Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, na cerimónia de condecoração no Palácio Nacional da Ajuda, em Lisboa, onde lhe entregou a Grã-Cruz da Ordem do Infante D. Henrique.

Apesar de ser a quarta condecoração da pianista, no seu discurso de agradecimento, disse que recebeu a distinção *“com símbolo de coragem, esperança, partilha e força,*

para enfrentar e ajudar a construir o mundo das próximas gerações melhor, mais cheio de harmonia e de verdade”.

E isso materializa-se com um ano 2020 cheio de concertos. Para além das muitas atuações nos mais prestigiados palcos mundiais, destaque para a promoção do seu trabalho à frente do Centro de Artes de Belgais, em Castelo Branco, com um projeto pedagógico e cultural.

A obra do compositor austríaco Franz Schubert domina a programação de 2020. A pianista irá interpretar cinco concertos, com vários convidados, *“que irão reinventar o espírito das famosas ‘Schubertiades’, ou seja, os eventos criados por artistas e amigos de Schubert em torno da sua composição, no início do século XIX.”*

O ciclo dedicado a Schubert arrancou a sete de fevereiro. Entre os convidados já anunciados desta série de concertos em Belgais estão o pianista arménio Ashot Khachatourian, a seis e sete de março, e o pianista israelita Matan Porat.

Foi em 2018 que Maria João Pires reativou e renovou o projeto cultural Centro de Artes de Belgais, em Escalos de

Baixo, Castelo Branco, disponibilizando retiros musicais, espaço para atuações e oficinas de música. Há ainda uma valência de alojamento e de produção de azeite.

No próximo 21 de março, a pianista fará ainda o terceiro concerto programado na temporada 2019/2020 da Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa, já esgotado. O recital terá um convidado especial – o Coro Infante-Juvenil da Universidade de Lisboa. A intercalar as duas últimas Sonatas para Piano de Beethoven, a pianista portuguesa partilhará o palco com um dos mais premiados coros juvenis em Portugal para interpretar obras de Schubert, Mendelssohn e Arvo Pärt.

Nos últimos anos, Maria João Pires tem vindo a desenvolver um trabalho próximo com a voz e a música coral. Em 2012, na Bélgica, iniciou o projeto Partitura Choirs, uma rede de coros infantis destinados a crianças oriundas de ambientes socialmente desfavorecidos, como o Hesperos Choir.

Ao longo da sua carreira, Maria João Pires tem dado especial atenção ao papel das artes na vida, nas comunidades e na educação. 

AGENDA CULTURAL

Em mês de Carnaval, o destaque da nossa agenda cultural não poderia deixar de ser a Madeira. Foi lá que a IN esteve em fevereiro para conhecer a fundo o tecido empresarial insular. Mas nem só de Carnavais se faz uma agenda, pelo que deixamos outras sugestões de outros pontos do país. Porque a cultura não é só três dias.

De 19 de fevereiro a 1 de março - Carnaval da Madeira - Funchal

As festas de Carnaval na Madeira são uma das festas regionais mais animadas. O Funchal amanhece na 6ª feira ao som de bandas filarmónicas e marchas carnavalescas que levam a boa disposição a toda a baixa da cidade, prosseguindo à noite com espetáculos na Praça do Município durante cinco dias consecutivos. Na noite de sábado é a vez do grande cortejo alegórico sair à rua.

Na 3ª feira de Carnaval é o dia em que o Funchal explode de boa disposição. À tarde, foliões irreverentes provenientes de todos os cantos desfilam perante a multidão que é contagiada por este ambiente de caricatura - é o cortejo trapalhão. Durante todos estes dias, as ruas do Funchal são decoradas com motivos luminosos e inundadas por música ambiente alusiva à época carnavalesca. Deixe-se contagiar!

21 de fevereiro - Walking Memory - Linhas de Torres Passo a Passo - Museu Municipal Leonel Trindade, centro histórico e Fortes das Linhas de Torres Vedras

Esta atividade consiste no empréstimo de um equipamento mp4, com a proposta de uma visita pelas "memórias" da Guerra Peninsular.

Este passeio "Linhas passo a passo" (versão infantil) conta a história de João e do seu cão, Torto, que viveu na época.

23 de fevereiro - Algarve Granfondo - Lagoa

Se gosta de andar de bicicleta e não perde um desafio participe no Algarve Granfondo, uma competição que em fevereiro percorre as belas paisagens algarvias em redor de Lagoa. Considerado um dos melhores desafios de cycling de início de época, o Algarve Granfondo é uma prova aberta a todos os que queiram participar, que poderão escolher entre três modalidades de acordo com a sua resistência e preparação física - o Granfondo (140 kms), o Mediofondo (83 kms) e o Minifondo (50 kms).

21 a 23 de fevereiro - Fins de Semana Gastronómicos - Vila do Conde

Vila do Conde recebe a 12ª edição desta iniciativa promovida Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal. Ali, a gastronomia reflete a sua situação geográfica em relação ao mar e à rica região agrícola. São apreciados uma grande variedade de pratos de peixe e marisco sempre frescos, não esquecendo os doces conventuais, uma tradição secular em Vila do Conde.

29 de fevereiro - Capitão Fausto - Auditório da Casa das Artes, Arcos de Valdevez

Os Capitão Fausto dão um concerto, inserido no Sons de Vez! - 18ª Mostra de Música Moderna Portuguesa de Arcos de Valdevez. A história de Tomás, Salvador, Francisco, Manuel e Domingos tem o seu primeiro capítulo em 2011, com "Gazela" - o álbum de estreia. Em 2019 revelaram "A Invenção do dia claro", quarto disco de originais, gravado nos Red Bull Studios São Paulo, onde se deixam seduzir pela cartola, samba e choro. É com este trabalho que se apresentam em Arcos de Valdevez.

De 21 de fevereiro até 11 de dezembro - Ciclo "À Sexta com Beethoven" - Casa das Artes, Porto

No âmbito da Celebração do 250º Aniversário do Nascimento de Ludwig van Beethoven (1770-1827), o Duo Tramma-Facchini propõe a integral das Sonatas para "Klavier und Violine" (Piano e Violino), com a participação extraordinária do compositor Cândido Lima que irá

apresentar as dez Sonatas, divididas em cinco concertos, na Casa das Artes, Porto. O Duo Tramma-Facchini (Ludovico Tramma - violinista e Fiammetta Facchini - pianista) festeja também os vinte anos de atividade em Duo.

28 de fevereiro - 1920 - 2020: Centenário do Nascimento de Amália Rodrigues - Auditório Municipal de Gaia

O Município de Vila Nova de Gaia associa-se às comemorações nacionais dos 100 anos do nascimento da grande diva do Fado, Amália Rodrigues. António Chainho é um dos grandes Mestres da Guitarra Portuguesa. Ao longo da sua carreira já acompanhou nomes como Carlos do Carmo, Toni de Matos ou Hermínia e Silva, entre muitos outros. Para celebrar o Fado e homenagear Amália, faz-se acompanhar por Ciro Bertini, no baixo e acordeão, e Tiago Oliveira, na viola.

8 de março - Primavera em concertina - Lagar/Quinta de Serralves, Porto

Depois do frio do inverno, a primavera vem em grande alvoroço e ninguém a pode deter. As aves e os insetos vivem com azáfama a nova estação, procurando um novo recomeço. Vem colher a alegria e partilhar a luz e a vivacidade da nova estação. Nesta oficina, propomos-te uma viagem de exploração sensorial e interpretação da fauna e flora do Parque de Serralves. Poderás traçar e planejar viagens aos recantos escondidos do Parque e construir uma visão panorâmica dos teus percursos. 



www.hoteiscristal.pt

O Hotel Cristal Vieira Praia & SPA está localizado em perfeita harmonia entre o mar e o Pinhal. Os seus 97 quartos, compostos por singles, duplos e familiares, complementam-se por uma ampla sala de conferências, uma piscina interior climatizada e um excelente SPA.

É, sem dúvida alguma, o local perfeito para quem procura relaxar, celebrar ocasiões especiais, praticar trekking, ou desportos aquáticos.



SERVIÇOS CLÍNICOS

TESTES ANTROPOMÉTRICOS

- Peso e altura
- Índice de massa corporal

PRESSÃO ARTERIAL

TESTES BIOQUÍMICOS

- Glicemia
- Colesterol
- Triglicéridos
- PSA - A.E. da Próstata
- Ácido Úrico
- Teste de gravidez

ADMINISTRAÇÃO

- Administração de medicamentos
- Administração de injectáveis
- Administração da vacina da gripe

GESTÃO DA TERAPÊUTICA

RASTREIOS

- Diabetes
- Hipertensão
- Risco cardiovascular

SERVIÇOS FARMACÊUTICOS

CONSULTAS

- Dentária
- Medicina geral e familiar
- Dermocosmética
- Nutrição dietética
- Osteopatia
- Fisioterapia
- Podologia - Cuidado dos pés
- Geriatría - Senior
- Acompanhamento de doenças
- Cessação tabágica
- Ortopedia

RASTREIOS

- Auditivo
- Visual

CUIDADOS DE SAÚDE

- Primeiros socorros
- Enfermagem pediátrica
- Enfermagem adulto e sénior





500

anos Tavira
cidade 1520 – 2020

“sem alguma duvida é, ao presente, e foi sempre
a principal de todo o Reino do Algarve”

Frei João de São José *in* “Corografia do Reino do Algarve”, 1577

