



Corporate

magazine

ILHA TERCEIRA

A ilha encantada
dos Açores

Sabores IN

Do rum à gastronomia
tradicional

COVID-19

**A IN Corporate Magazine acompanha a
pandemia desde o primeiro minuto.**

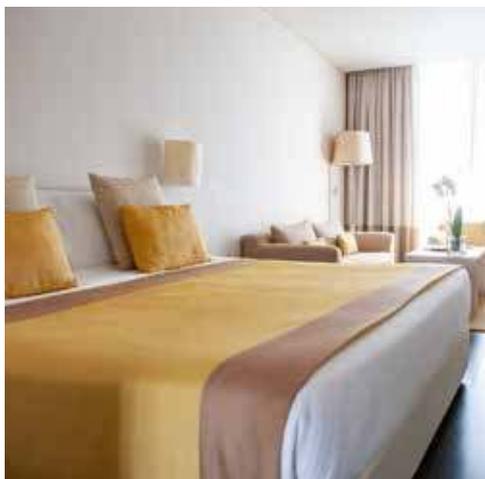
Tudo o que precisa de saber enquanto empregador e trabalhador.
E tudo o que pedimos é que fique em casa!



VM
VIDAMAR
RESORT HOTEL
★★★★★
MADEIRA

FÉRIAS DA PÁSCOA NUM PARAÍSO MADEIRENSE!

Vistas panorâmicas e quartos confortáveis,
ideal para toda a família!

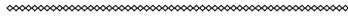


Tel. (+351) 291 717 700 | bookings@madeira.vdm.pt | www.vidamarresorts.com

 [VidaMarHotelMadeira](https://www.facebook.com/VidaMarHotelMadeira)

 [VidaMarMadeira](https://www.instagram.com/VidaMarMadeira)

 [VidaMarHotels](https://www.linkedin.com/company/VidaMarHotels)



Isidoro Faria Construções Unipessoal, Lda

Empresa de construção em Angra do Heroísmo



isidorofariaconstrucoes@gmail.com
+351 295 700 446

MADE PORTUGAL

EDITORIAL

A edição de março é marcada por um período controverso. A alegria do regresso da primavera foi abafada pelos sentimentos de incerteza e inquietação trazidos pela pandemia do novo coronavírus. A prudência e a sensibilização nunca serão de mais, é uma altura para se invocar o civismo e a responsabilidade social de cada um. Uma comunidade tomada pelo medo é uma comunidade incapaz de agir com inteligência, e sem inteligência tenderá a tomar decisões emotivas, que desviarão para questões secundárias as energias que devem estar concentradas a dissolver esta ameaça.

É importante perceber que um número avassalador de infeções teria um grande impacto na capacidade de resposta do Serviço Nacional de Saúde e na mortalidade. Mesmo que o mundo comece a desabar, levando a nossa segurança de arrasto, nunca iremos ficar incapazes de agir, porque o medo não é nenhuma prisão. Cada um pode continuar a viver a sua vida, mas sem ir a lado nenhum.

Não se fartem de adotar medidas, como se adotassem o filho por quem os vossos pais dariam a vida. No fundo, não há grande complexidade em sermos civilizados. Que este estado de alerta sirva de alguma coisa e nos leve do egoísmo ao sentido comunitário e nos faça pensar em desfrutar da vida em amor e nos leve a marcar um jantar em família daqui a nada.

Por isso, quando ninguém estiver a ver, ergam-se para bater palmas para vocês próprios e façam o favor de lembrar a vossa responsabilidade como se fossem os melhores. Tão grandes, que um simples gesto vosso poderia ser a mudança do rumo da história. 

ILHA TERCEIRA

E o lado encantado dos Açores

12 PASTELARIA O FORNO

20 ISIDORO FARIA CONSTRUÇÕES

SABORES IN

O que de mais saboroso existe

24 RUM DA MADEIRA

30 ÁGUAS DO VIMEIRO

EMPRESAS NACIONAIS

Exemplos de perseverança

34 REMAX PRO POR SÉRGIO SILVA PEREIRA

38 LUDIMUSIC

DESPORTO & LIFESTYLE

Para uma vida em pleno

42 RAKSO

44 SPORT COMÉRCIO E SALGUEIROS

ARQUITETURA DO VIDRO

E a arte de criar

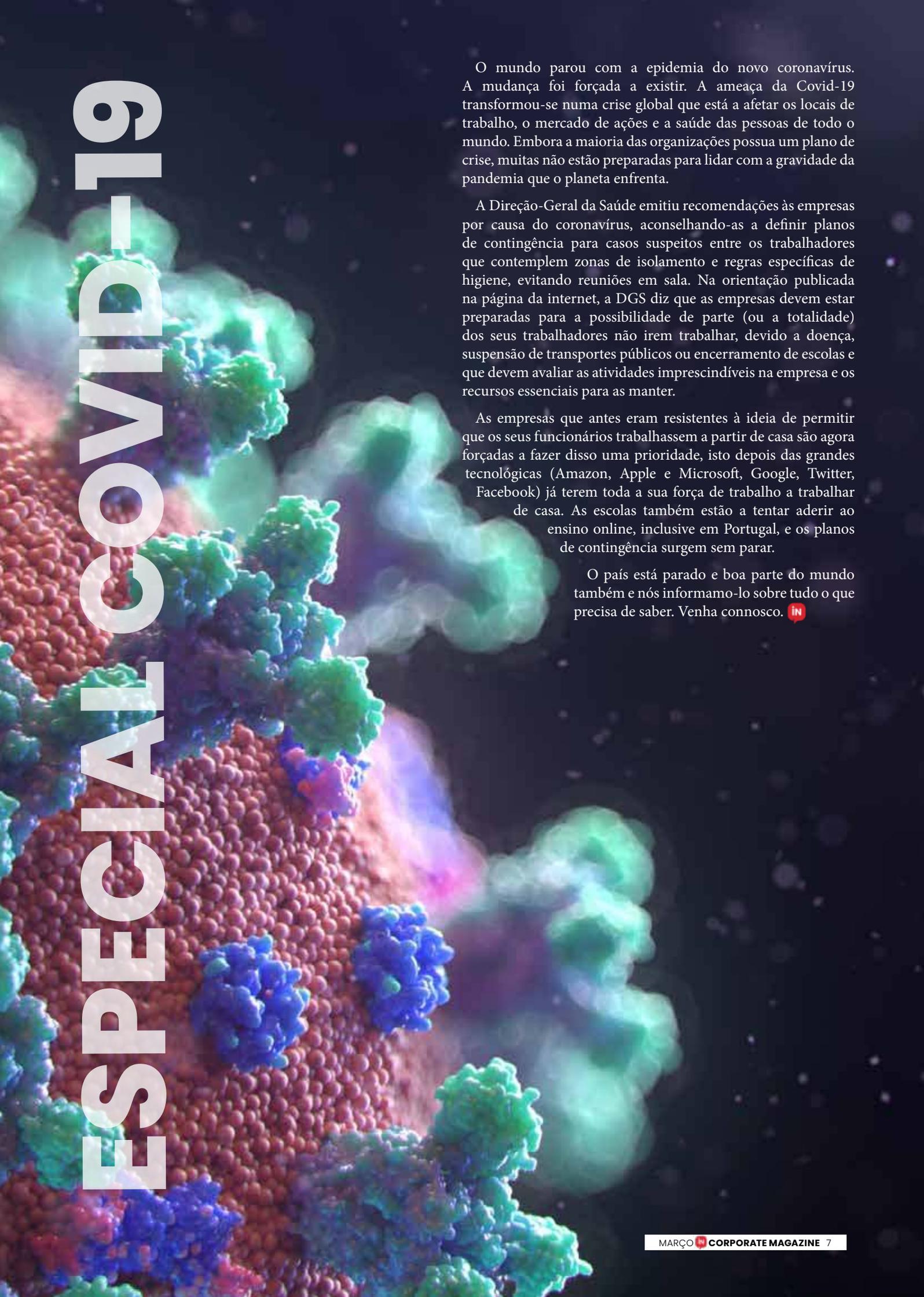
48 VITROCHAVES

50 COMVIDRO

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, n.º. 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; Isménio 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 **março 2020**

ESPECIAL COVID-19



O mundo parou com a epidemia do novo coronavírus. A mudança foi forçada a existir. A ameaça da Covid-19 transformou-se numa crise global que está a afetar os locais de trabalho, o mercado de ações e a saúde das pessoas de todo o mundo. Embora a maioria das organizações possua um plano de crise, muitas não estão preparadas para lidar com a gravidade da pandemia que o planeta enfrenta.

A Direção-Geral da Saúde emitiu recomendações às empresas por causa do coronavírus, aconselhando-as a definir planos de contingência para casos suspeitos entre os trabalhadores que contemplem zonas de isolamento e regras específicas de higiene, evitando reuniões em sala. Na orientação publicada na página da internet, a DGS diz que as empresas devem estar preparadas para a possibilidade de parte (ou a totalidade) dos seus trabalhadores não irem trabalhar, devido a doença, suspensão de transportes públicos ou encerramento de escolas e que devem avaliar as atividades imprescindíveis na empresa e os recursos essenciais para as manter.

As empresas que antes eram resistentes à ideia de permitir que os seus funcionários trabalhassem a partir de casa são agora forçadas a fazer disso uma prioridade, isto depois das grandes tecnológicas (Amazon, Apple e Microsoft, Google, Twitter, Facebook) já terem toda a sua força de trabalho a trabalhar de casa. As escolas também estão a tentar aderir ao ensino online, inclusive em Portugal, e os planos de contingência surgem sem parar.

O país está parado e boa parte do mundo também e nós informamo-lo sobre tudo o que precisa de saber. Venha connosco. 

COVID-19:

O que muda no trabalho? Conheça a lei e os seus direitos

Desde que o Governo declarou Estado de Alerta por causa do surto da COVID-19, o teletrabalho passou a ser a solução mais viável para muitas empresas. Segundo o recente decreto-lei, a decisão de trabalhar a partir de casa pode ser tomada de forma unilateral sem acordo entre o trabalhador e a empresa. Mas não é só isto que muda.

O decreto-lei, publicado na sexta-feira, 13 de março, veio dar resposta a muitas questões que agora se levantam neste período excepcional que vivemos. Para fazer face à pandemia do novo coronavírus e de forma a restringir contactos físicos próximos, o teletrabalho passa a ser uma realidade para muitas pessoas. Nos postos onde essa opção de trabalhar a partir de casa é possível, saiba que o trabalhador pode decidir isso de forma unilateral, sem acordo com a empresa.

O teletrabalho, ou à distância, é definido no Código do Trabalho como a “prestação laboral realizada com subordinação jurídica, habitualmente fora da empresa e através do recurso a tecnologias de informação e comunicação”.

Antes, a lei definia que o teletrabalho tinha de ser acordado entre a empresa e o trabalhador. A partir de agora, “o regime de prestação subordinada de teletrabalho pode ser determinado unilateralmente pelo empregador ou requerida pelo trabalhador, sem necessidade de acordo das partes, desde que compatível com as funções exercidas”.

Portanto, tanto o trabalhador pode trabalhar a partir de casa contra a vontade da empresa, como a empresa pode obrigar o trabalhador a laborar a partir de casa contra a sua vontade.

Além do decreto-lei o dizer, a Segurança Social já fez saber que as empresas não podem recusar teletrabalho, desde que “seja compatível com as funções exercidas”.

Legalmente, o teletrabalho é feito a partir de casa, estando o trabalhador obrigado a cumprir um horário de trabalho e em contacto frequente com as chefias, sendo que ambas as partes (empregadores e trabalhadores) têm de dispor das condições para que o trabalho seja exercido a partir de casa.

O trabalhador tem direito a receber a remuneração a 100 por cento (porque está efetivamente a trabalhar como se estivesse fisicamente na empresa), incluindo o subsídio de alimentação. No caso dos pais/encarregados de educação em regime de teletrabalho, terão de encontrar um modo de compatibilizar as suas funções com a assistência aos filhos.

De forma a salvaguardar-se, até porque o decreto-lei não é explícito nesse ponto, quem optar por trabalhar a partir de casa para se proteger do novo coronavírus deve comunicar isso por escrito à sua empresa. Principalmente por uma questão de segurança jurídica, mesmo que essa exigência não conste do

diploma do Governo que prevê as medidas excepcionais.

Mas não é só isto que muda. Isto é o que precisa saber agora no que ao trabalho e direitos do trabalhador dizem respeito:

Trabalhadores Fabris

O teletrabalho não é uma solução viável para o trabalhador de uma fábrica, mas também não é linear o que aquele pode fazer caso se sinta desprotegido ao deslocar-se para e ao estar no trabalho.

O Código do Trabalho não prevê a recusa fundamentada de prestação de trabalho em casos de pandemia. Mas os trabalhadores têm o dever de trabalhar, apenas podendo recusar-se a fazê-lo em casos excepcionais, que tornem inexigível (ou seja, que não se pode exigir) a prestação da respetiva atividade profissional.

O trabalhador fabril pode pedir dispensa da prestação de trabalho e o empregador pode autorizá-lo, suportando o trabalhador no prejuízo decorrente da perda de rendimento. Se o contrário ocorrer, ou seja, se o próprio empregador, querendo proteger os trabalhadores, os dispensa de laboração, também não poderá deixar de lhes pagar.

Assistência aos filhos

A partir desta segunda-feira, 16 de março, estão encerrados todos os estabelecimentos de ensino, creches e ATLS.

Em caso de teletrabalho, o funcionário perde o direito a receber o apoio excepcional criado pelo Governo e que corresponde a cerca de dois terços do vencimento-base (66 por cento).

Já quem não estiver em regime de teletrabalho e tiver filhos menores de 12 anos, deficientes ou doentes crónicos a seu cargo, terá faltas justificadas – sem que estas contem para o limite dos 30 dias por ano – e mantém os direitos, exceto a remuneração. O apoio mensal terá um valor correspondente a 66 por cento da remuneração base (33 por cento pago pela entidade empregadora e 33 por cento pela Segurança Social). Nunca pode ser menos de 635 euros (salário mínimo nacional) nem mais de 1905 euros (valor de três salários mínimos).

O apoio só pode ser recebido por um dos pais dos filhos até aos 12 anos, à vez, “independentemente do número de filhos”.

Para o cidadão pedir este apoio tem de preencher uma declaração — já disponível no site da Segurança Social — e entregá-la à sua empresa. Depois, como o decreto do Governo tem esta regra de que a ajuda só existe se for impossível o teletrabalho, cabe ao empregador atestar junto da Segurança Social não haver condições para outras formas de prestação de trabalho, incluindo o teletrabalho.

Quarentena

No caso dos trabalhadores com indicação para “quarentena”, ou isolamento profilático durante 14 dias, mas que não conseguem cumprir a prestação de serviços à distância, esse período de ausência é equiparado a um internamento hospitalar.

Tal tem de ser certificado por uma autoridade de saúde pública, através de um formulário próprio, e trabalhador a trabalhador.

Nestes casos é pago um subsídio de doença equivalente a 100 por cento da remuneração de referência, sem subsídio de refeição, nos dias de isolamento recomendados.

Caso se determine quarentena imperativa para todos, é dever do empregador zelar pela proteção da segurança e saúde dos seus trabalhadores e prevenir riscos laborais. Ou seja, cabe-lhes adotar as medidas necessárias para garantir o cumprimento dessas regras, tendo em conta as recomendações oficiais das autoridades de saúde relativamente à prevenção da COVID-19.

O empregado só pode recusar cumprir a prestação de trabalho, caso entenda (de forma fundada) que o empregador não está a cumprir essas regras de proteção da segurança e saúde.

Doente com Covid-19

Quem tiver sido diagnosticado com a COVID-19, terá um subsídio de doença, como prevê o regime geral, com 55 por cento da remuneração de referência a partir do 4.º dia de incapacidade, até 30 dias.

No caso dos trabalhadores independentes, os primeiros dez dias de incapacidade não são comparticipados pela Segurança Social.

Se um filho estiver infetado com o novo coronavírus, a situação passa a enquadrar-se na normal assistência a filho doente, havendo neste momento lugar a 65 por cento da remuneração, passando a ser de 100 por cento quando o novo Orçamento de Estado entrar em vigor.

Lay-Off

Nos casos em que as empresas possam reduzir temporariamente os períodos normais de trabalho ou suspender os contratos de trabalho durante um determinado tempo – desde que a medida seja essencial para garantir a viabilidade económica da empresa e a manutenção dos postos de trabalho –, aplica-se a lei geral em vigor. Ou seja, os trabalhadores com suspensão do contrato terão direito a dois terços da remuneração até um limite de 1905 euros brutos (três salários mínimos), não sendo possível receberem menos do que os 635 euros de salário mínimo, depois do corte.

Função Pública

O teletrabalho também se aplica à função pública, exceto aos funcionários de serviços essenciais: médicos, enfermeiros e outros profissionais de saúde; funcionários das forças e serviços de segurança; bombeiros civis e voluntários; trabalhadores das forças armadas e de serviços públicos essenciais para a gestão e manutenção de infraestruturas essenciais, assim como de outros serviços considerados necessários.

Regresso ao trabalho

Caso a atual crise provocada pela COVID-19 se prolongue no tempo, as empresas poderão vir a invocar que as circunstâncias que permitiam o teletrabalho mudaram e que só o trabalho presencial é exequível. Por uma questão de segurança jurídica, o empregador deverá informar o trabalhador por escrito, fundamentando e indicando de forma expressa as razões que justificam a alteração e a data de produção de efeitos da mesma. 

Coronavírus, COVID-19, vírus, pandemia... O que é tudo isto?

Na altura em que esta revista chega às bancas é natural que esteja já mais que habituado a ouvir falar sobre o novo coronavírus, até porque já foi considerado uma pandemia. Mas sabe o que é ao certo? E os sintomas? Não pode ser considerado como uma gripe, porque não há ainda medicamentos ou vacinas que combatam e previnam a COVID-19. Por isso, nada melhor que seguir as recomendações da Direção-Geral de Saúde (DGS), que passamos a transcrever aqui.

Os coronavírus são uma família de vírus que podem causar infeções nas pessoas. Normalmente estas infeções afetam o sistema respiratório, podendo ser semelhantes à gripe ou evoluir para uma doença mais grave, como pneumonia.

O novo coronavírus, designado SARS-CoV-2, foi identificado pela primeira vez em dezembro de 2019 na China, na cidade de Wuhan. Este novo agente nunca tinha sido identificado anteriormente em seres humanos. A fonte da infeção é ainda desconhecida. A maioria dos casos está associada a um mercado de Wuhan, específico para alimentos e animais vivos (peixe, mariscos e aves). O mercado foi encerrado a 1 de janeiro de 2020.

COVID-19 (Coronavirus Disease) é o nome da doença e significa Doença por Coronavírus 2019, fazendo referência ao ano em que foi descoberta. Chama-se novo coronavírus, porque em anos anteriores foram identificados alguns coronavírus que provocaram surtos e infeções respiratórias graves em humanos, como a SARS-CoV (entre 2002 e 2003) e a MERS-CoV (em 2012).

A maioria das pessoas infetadas apresentam sintomas de infeção respiratória aguda ligeiros a moderados. A saber: febre (temperatura corporal superior a 37,5°C); tosse e dificuldade respiratória (falta de ar).

Em casos mais graves pode causar pneumonia grave com insuficiência respiratória aguda, falência renal e de outros órgãos, e eventual morte. Contudo, a maioria dos casos recupera sem sequelas.

Nas áreas afetadas, a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda medidas de higiene e etiqueta respiratória para reduzir a exposição e transmissão da doença:

- Medidas de etiqueta respiratória: tapar o nariz e a boca quando espirrar ou tossir, com um lenço de papel ou com o antebraço, nunca com as mãos, e deitar sempre o lenço de papel no lixo;
- Lavar as mãos frequentemente. Deve lavá-las sempre que se assoar, espirrar, tossir ou após contacto direto com pessoas doentes. Deve lavá-las durante 20 segundos (o tempo que demora a cantar os “Parabéns”) com água e sabão ou com solução à base de álcool a 70 por cento;
- Evitar contacto próximo com pessoas com infeção respiratória;
- Evitar tocar na cara com as mãos;
- Evitar partilhar objetos pessoais ou comida em que tenha tocado. 

**Car
Loures**
Comércio Automóvel



**VÁ DO SONHO À REALIDADE
COM O SEU CARRO NOVO**

www.carloures.pt



Fotografia de um veículo da marca Tesla, para venda no stand Carloures.

SEMI-NOVOS | USADOS | CLÁSSICOS

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO COM GARANTIA E FINANCIAMENTO

VISITE: Estrada Nacional 115, km 80. Casal de São Roque. Santo Antão do Tojal – Loures // **LIGUE:** 966 717 275

A terceira maior ilha do arquipélago dos Açores, com uma área de cerca de 400 quilómetros quadrados, esconde, em pouco espaço, uma riqueza natural e cultural enorme.

Angra do Heroísmo, a principal cidade da ilha Terceira, é uma das atrações principais. Aconselhamos a que dispense um dia para visitar os edifícios históricos, a imponente fortaleza e o fantástico Monte Brasil.

Mais ou menos no meio da ilha fica a região conhecida como Terra Brava, assim chamada pela sua densa vegetação. O seu ponto mais alto é a Serra de Santa Bárbara, com 1021 metros de altitude.



ILHA TERCEIRA

Os amantes de sol não podem deixar de visitar na Terceira a praia da Vitória, um dos outros pontos turísticos da ilha.

Não se pode falar da Terceira sem falar da festa do Divino Espírito Santo. Este culto está ligado à Rainha Santa Isabel e recorda o seu milagre numa cerimónia da distribuição de pão e carne, o "bodo", pela população, celebrada junto aos "impérios" coloridos, erigidos como capelas em honra do Espírito Santo.

Além de paisagens de cortar a respiração e tradições curiosas, a Terceira é também um ótimo destino para provar iguarias típicas deste arquipélago. Não pode perder a alcatra, confeccionada tradicionalmente num alguidar de barro com vinho, assim como os crustáceos e as lapas, que são um dos petiscos mais apreciados. 



TERCEIRA



Realeza da doçaria regional vive no “Forno”

Na primeira visita régia aos Açores, no início do século XX, um grupo de senhoras de Angra do Heroísmo criou um bolo exótico e com especiarias para surpreender a rainha. Hoje, a receita original está com a pastelaria de Ana Maria Costa, que registou a marca. Mas nem só de Bolos D. Amélia se faz “O Forno”.

Há várias versões da história, mas aquela que conta a proprietária e gerente da pastelaria “O Forno”, mesmo no centro de Angra do Heroísmo, na ilha Terceira, é a que reúne mais unanimidade. O que é inegável é que, no início de julho de 1901, o rei D. Carlos e a rainha D. Amélia visitaram pela primeira vez o arquipélago dos Açores e as senhoras da burguesia de Angra quiseram presentear a monarca com um doce especial e com tudo do melhor que a ilha podia oferecer. O resto é História, contada por Ana Maria Costa, apaixonada pela doçaria regional e pela rainha D. Amélia.

“Em cinco séculos de conquistas e descobertas, nunca um

monarca português tinha visitado oficialmente um território conquistado pelo mundo. Havia por isso uma grande preocupação dos naturais da ilha em receber com dignidade as Suas Altezas Reais, inclusivamente na parte gastronómica. Decidiram presentear a rainha com um doce diferente da doçaria conventual, à qual ela estava habituada (com ovos e perfumada a amêndoa)”, conta, com rigor nos detalhes. “Um grupo de senhoras, que vivia no centro de Angra e habituadas a receber com muito requinte, engendraram bolos com produtos oriundos da ilha: farinha de milho, açúcar, manteiga das nossas pastagens, ovos das nossas galinhas e introduziram o mel de cana, as passas e as especiarias, como canela e cravinho”.

As especiarias podem parecer algo demasiado exótico – ainda que efetivamente tivesse sido esse o objetivo das senhoras de Angra: criar um bolo novo, com impacto e cheiro exótico -, mas é preciso ter em conta o papel central de Angra do Heroísmo na História. E nada melhor que Ana Maria Costa, detentora da receita original e da marca ‘Bolos D. Amélia’ e por isso habituada a explicar a origem destes, para continuar essa narração. *“A partir do século XVI todas as naus das Índias Ocidentais e Orientais aportavam à nossa baía de Angra, antes de partirem para Lisboa. Habitúamo-nos a consumir as especiarias, que existem em vários pratos de gastronomia (na alcatra, nas morcelas, no sarapatel e sopas do Espírito Santo) e nalguns doces tradicionais. O mel de cana vinha do Brasil. Havia trocas comerciais nas ruas principais de Angra”.*

Resumo histórico feito, agora percebemos como nasceram os *“bolinhos com aspeto simples, mas requintado paladar que impressionaram a rainha e a deliciaram”*, recebendo por isso o



nome daquela que viria a ser a última rainha de Portugal. Já a história de Ana Maria Costa, antiga professora de Matemática, acaba por tocar neste e noutros doces há mais de 30 anos. *“Os meus pais tinham uma pastelaria muito bem frequentada e famosa na época, chamada ‘Lusa’, que ficava na rua Direita. Tive acesso a muitas receitas manuscritas que existiam em casa da minha mãe, entre elas as dos Bolos D. Amélia”,* explica.

Na posse da receita original – há até uma foto que o comprova e que pode ser vista numa parede de “O Forno”, onde estão expostos outros marcos históricos da pastelaria -, Ana Maria incrementou o uso do Bolo D. Amélia no seu espaço, tendo registado a marca no Instituto Industrial de Propriedade Industrial.

O bolo tem o formato de uma queijada, apesar de também ser vendido em formato de bolo normal para os restaurantes da ilha poderem vender cada fatia como sobremesa. *“Além de ter marca registada, tenho o selo da Marca Açores ‘Certificado pela Natureza’, atribuído pela Sociedade para o Desenvolvimento Empresarial dos Açores (SDEA)”.*

Outro fator que caracteriza e distingue “O Forno” das demais pastelarias é que se trata de uma UPA (Unidade Produtiva Artesanal), concedida pelo CRAA. O foco está em reconstituir fielmente as receitas, de forma artesanal. *“E acho que somos a única pastelaria no centro de Angra com a produção à vista do cliente, que é uma mais-valia, porque o cliente gosta de ver. Os estrangeiros gostam de tirar fotos”.*

Os Bolos D. Amélia são vendidos localmente e em Portugal continental, *“principalmente para Lisboa, nalgumas lojas com produtos açorianos”.* No entanto, e dado o facto de haver semanalmente voos diretos low cost do continente para a Terceira, saiba que mesmo que vá à ilha em turismo, pode levar estes bolos para casa, pois *“têm duração de um mês”.*

E quando estiver no “Forno” vai perceber que nem só de Bolos D. Amélia é feita a reputação desta casa. *“Independentemente da doçaria regional, também temos a tradicional e salgados”.* Claro que o destaque vai para a doçaria regional. *“Há senhoras que herdaram cadernos manuscritos de receitas antigas e que vêm oferecer-me. Aceito-os com muito carinho, porque me traz mais conhecimentos e é uma grande consideração que têm por mim”.*

No caso do Pudim Conde da Praia – outro doce com muita saída de “O Forno”, a par com as Caretas, sendo que ambos também têm o selo Marca Açores. A receita do pudim foi cedida pela família do fidalgo *“muito influente no nosso meio, que até ajudou D. Pedro IV aquando das lutas liberais”.* Trata-se de um pudim que leva batata (*“tem a ver com a introdução da batata no século XVIII aqui na ilha”*) e muitos ovos, *“mas a confeção é difícil e tem muitos segredos”.* Quanto às Caretas, é um pudim de amêndoa com pele castanha, receita da mãe de Ana Maria.

Com mais de 70 primaveras, a “Ana Maria patroa” não se consegue dissociar da “Ana Maria pasteleira” e por isso é usual vê-la na cozinha a meter ainda as mãos na massa. Não é necessidade, até porque tem uma equipa competente de cinco/seis pessoas na produção, *“dependendo se é época alta ou não”,* e de mais cinco ao balcão. *“É mesmo por gosto”,* diz.

O Carnaval correu bem, com muitas filhoses de forno vendidas, e na Páscoa será a vez dos folares e da massa sovada. Mas também tem outra doçaria regional, como os feiticeiros (pudim de amêndoa), os africanos, os ladrilhos espanhóis (que também levam especiarias), a morcela doce e os torresmos de cabinho (estes dois últimos levam doce de leite, muito usual na doçaria açoriana). Se quiser saber mais e aprovar, faça como a rainha e desembarque em Angra do Heroísmo. 

Baía W

um conceito que leva os clientes a bom porto

Em São Mateus da Calheta, freguesia piscatória da Terceira, surgiu recentemente um restaurante que pretende dar aos locais e turistas aquilo que eles mais pedem: peixe e marisco de qualidade e o mais fresco possível, incluindo pesca e passeio de barco no Atlântico.

Numa freguesia piscatória e especialmente na baía onde está o porto de São Mateus, abrir um restaurante de peixe e marisco seria o mais lógico. Mas nem isso era verdade na zona, nem o espaço que vamos falar agora se limita ao óbvio. “Fui criado numa família que sempre teve restauração, bares e cafés. O meu pai teve um restaurante que não correu muito bem, porque não tinha pessoal para trabalhar. Passou para um bar, mas, por doença, acabou por se afastar e tentei seguir um novo capítulo na restauração”, assegurou Wilson Machado.

Em setembro de 2019, portanto há apenas meio ano, o restaurante Baía W abriu as portas. Os produtos do mar (peixe e marisco) e restantes produtos açorianos são a base da ementa. Apesar de estar mesmo em frente ao porto de São Mateus, a carne de qualidade também não podia faltar.

A novidade vem na experiência que este novo conceito de restauração quer que o cliente viva. “O turista pede muito o querer pescar o próprio peixe para eu fazer cá. O problema é que os pescadores não os podem levar no barco, porque tem de ser um barco de recreio e turismo. Tenho um barco pequeno de recreio e irei fazer passeios para conhecer a ilha e trazê-los aqui”, disse o jovem empreendedor. Já está tudo definido e pronto para arrancar com a ‘Albacora Tour’ “a partir de maio, que é quando as águas começam a melhorar, das 09h00 às 11h30 e das 15h30 às 18h00, que é quando tenho disponibilidade”.

A ideia surgiu porque Wilson escutou os clientes. “E, se quiser

ver os ilhéus e os golfinhos, conheço a área e aqui em São Mateus não há dessa oferta. Sentia que o turista, quando chegava ao porto de São Mateus, queria andar de barco”, lembrou, confiante no sucesso. “Esta área tem tudo para dar certo e deu muito mais à freguesia, porque antes era um lugar muito conflituoso, com muitos bares. Este espaço tinha potencial e ficou melhor”, acrescentou, referindo-se à transformação que o antigo bar sofreu.

Aqui existe uma equipa de trabalho que até pintou as paredes e se prepara para derrubar a parede da cozinha para esta ficar à vista, “porque dá muita confiança ao cliente”, e com uma vitrine de dois metros. É o próprio Wilson que, residente na zona, fica atento aos horários dos pescadores e de quem vai para o mar para depois saber onde o produto é mais fresco. A confeção é da responsabilidade do chef Chico, que faz o peixe grelhado em pedra de carvão (típica dos Açores), em vez de ser na chapa, como é tradição. “Não deixa químicos no peixe e dá-lhe um sabor e textura diferentes do que é feito na chapa”, explicou o proprietário.

Outra das novidades deste restaurante é o serviço de self-service, por 8 euros, aos dias da semana e o buffet ao domingo. “Cada ementa self-service é diferente durante a semana, sendo que há dois pratos diferentes em cada dia. O cliente chega ali, escolhe o que quer, repete as vezes que quiser e tem meio jarro de litro de vinho incluído. Estou a concorrer com casas de 30 anos e acho que este sistema é mais rápido e eficaz”, justificou. É que o restaurante Baía W pode ser novo, mas tem tudo para chegar a bom porto. 

Praia Marina Hotel, onde a tradição se confunde com o moderno

www.hotelpraiamarina.com



Em frente à praia da Vitória existe um aparthotel de quatro estrelas que é a melhor solução para todas as famílias e que foi criado por outra família. Espaço e modernidade andam de mãos dadas com ambiente intimista e tradicional.



Pode parecer paradoxal, mas existe um espaço hoteleiro na ilha Terceira que consegue reunir o melhor dos dois mundos: praia e património, modernidade e tradição, espaço amplo e ambiente intimista. O facto de ser um aparthotel, portanto oferecendo todo o luxo e comodidade de um hotel e a independência de apartamentos de alta qualidade, também ajuda a esse paradoxo.

O Praia Marina Hotel, de quatro estrelas, está situado mesmo no centro da Praia da Vitória - cidade e concelho na costa este da ilha -, em frente à praia e perto da marina. Fica ainda a 50 metros da praça principal, a cinco minutos do aeroporto das Lajes e a oito minutos do campo de golfe.

A própria Praia da Vitória é 'dona' da maior baía dos Açores e foi uma das primeiras povoações da Terceira, sendo por isso rica em história, monumentos, tradições, arquitetura típica e ruas calcetadas. "A nossa sala dos pequenos-almoços tem a calçada vitrificada, que é a continuação da calçada que existe até à rotunda lá fora. Houve uma conjugação do moderno e tradicional na decoração e arquitetura do nosso espaço", explicou Gabriela Toledo, diretora e sócia-gerente do Praia Marina Hotel.

Existem quartos para todos os gostos (e necessidades): quartos standard, estúdios e apartamentos T1, a maioria com varanda e vista para a zona balnear. As suites, no terceiro e último andar, têm um grande terraço panorâmico, mas todos os apartamentos e suites estão equipados com kitchenette, casa de banho completa, ar condicionado, TV cabo, telefone, rádio e rede Wi-Fi.

Além dos 31 quartos, há a área de pequeno-almoço buffet e bar; áreas comuns com sofás, mesas, ar condicionado e Wi-Fi e parque de estacionamento gratuito. Foi tudo renovado em 2019 e esse aspeto atual ainda se mantém. "O feedback tem sido muito positivo, fruto do esforço de toda a equipa. Quase todos os funcionários estão connosco desde o início. A localização e o atendimento são, sem dúvida, o que nos diferencia", disse, visivelmente orgulhosa.

Apesar da sazonalidade na Terceira ainda ser muito marcada, o que é facto é que além dos clientes nacionais, os estrangeiros – com destaque para os americanos e canadianos, já que têm agora voos diretos para a ilha – têm sido cada vez mais uma constante.

A unidade hoteleira nasceu em 2004, quatro anos depois da empresa familiar (composta por Gabriela, a mãe e as duas irmãs) ter-se aventurado no Hotel Varandas do Atlântico, de três estrelas e com 30 quartos, no mesmo concelho. "Começou sempre com o sonho da minha mãe de ter um hotel. Pela idade da minha mãe e como as minhas irmãs vivem em Lisboa, estou há oito anos sozinha a tomar conta do barco", contou, referindo-se aos dois hotéis. Nada que uma Praia da Vitória não esteja habituada de ver. 



Largo de Santo Antonio, Porto Judeu, Terceira



O Boca Negra é bom, é bom, é!

A fama de José Leal Soares estende-se a toda a ilha Terceira. É das suas mãos que sai a melhor alcatra de peixe da região e da sua boca o melhor discurso provocador. O 'mau feito' do cozinheiro e dono do restaurante é da mesma proporção do sucesso do Boca Negra.

Não deve haver um terceirense que não conheça o José Leal Soares. Qualquer um deles recomenda a visita obrigatória ao restaurante Boca Negra, em Porto Judeu, para comer a alcatra de peixe, com o devido aviso: “Não se assustem com o dono”. É que o ex-emigrante nos EUA, adepto incondicional do Sporting, é conhecido por ser muito desbocado, independentemente do cliente. “Adoro provocar. Então os benfiquistas, adoro”, brincou. “Quando venho cá acima [da cozinha à sala das refeições], a sala fica alegre. Antes era eu que servia sozinho aqui em cima. Dizia aos clientes: ‘Olha, vai partir pão’, ‘Desenrasquem-se’, ‘Os vinhos estão aí. Eles é que eram os meus empregados”, continua, divertido.

Feitios e palavrões à parte, o que é certo é que a alcatra de peixe, feita pelo José, é o que faz as pessoas visitarem e voltarem ao restaurante. “Toda a gente quer provar a alcatra de peixe. É um prato regional, feito no alguidar de barro, leva vinho verde e depende do peixe fresco do dia. O boca negra [peixe que dá nome ao espaço] tem de ir sempre, assim como o congro, porque tem muitas espinhas”, explica.

Se não quiser ter o trabalho de tirar espinhas, há na ementa a versão sem espinhas. “Mas acho mais saboroso com as espinhas, porque leva mais variedade de peixe”. Tendo em conta que tem feito todos os dias as alcatras, ao longo dos quase 34 anos de existência do restaurante, é de se levar em atenção o seu conselho. Até porque o hábito é tal “que nem sequer as provo”.

A lista de clientes também tem muita variedade. “Já estive aqui o Bruno de Carvalho, o Pinto da Costa, o Ramalho Eanes e a mulher, o Lito Vidigal esteve cá no ano passado. Muitas pessoas de fora vêm cá e querem provar a alcatra”, enumerou.

A ementa é composta por outros pratos regionais, como polvo guisado, filetes de abrótea, espadarte, lapas grelhadas e cracas [crustáceos que só existem nos Açores]. “A tarte D. Amélia é feita aqui, assim como todas as sobremesas. São os empregados que as fazem e a minha filha está a aprender, porque eu não duro sempre”, disse, referindo-se a Melinda Soares que está agora responsável pela sala. Quanto a vinhos, o destaque também é dado aos regionais, “especialmente do Pico e da Terceira”, ainda que haja outros tantos do continente.

O espaço, que abriu a 3 de agosto de 1986, depois de José ter regressado dos EUA com o sonho de “abrir um restaurante com pratos regionais da ilha”, foi renovado em 2019 e tem capacidade para 46 pessoas, “mas pode ir, no máximo, até às 60”.

José Leal Soares está na cozinha ao almoço e ao jantar. Quando é que folga, perguntamos nós? “Quando quisermos. Fechamos quando estamos cansados”, disse, prontamente. E se Cristiano Ronaldo – o único que José gostava de conhecer – vier ao restaurante? “Mandava-o servir-se na mesma”, remata. É que o Boca Negra é bom, é bom, é! Diz a ilha Terceira, diz a IN e diz o José. 

Só O Pescador para ter o peixe certo

Restaurante da Praia da Vitória foi inovador no arquipélago nos pratos de peixe e marisco que tem servido desde o início, há já três décadas. Em ementa que ganha, não se mexe, e esse é o mote do proprietário José Almerindo Costa.

Quando O Pescador abriu portas, em 1989, sendo um dos mais antigos dos Açores, foi uma completa novidade. Criado por um casal de Sesimbra, que foi para a ilha Terceira por causa da pesca, o restaurante “veio inovar a restauração na ilha e no arquipélago. Temos pratos clássicos e sobremesas que se mantêm há 31 anos. Não se faziam naquele tempo nos Açores, como a açorda de marisco, as cataplanas (diferentes das do continente, porque levam natas), peixe fresco, arroz de marisco, bifés com vários molhos (tudo carne açoriana). Na altura era uma inovação. Até vinham de São Miguel cá provar”, explicou José Almerindo Costa, proprietário desde 1999, altura em que o casal decidiu regressar a Sesimbra.

José Almerindo sempre foi um homem de negócios, mas noutras áreas, e desde 2009 é que se dedicou a tempo inteiro à restauração. Além de O Pescador, que conseguiu manter-se uma referência mesmo depois de ‘perder’ os americanos da Base das Lajes, localizada no concelho da Praia da Vitória, abriu um espaço com comida americana (como donuts, snacks e galinha frita) chamado Make me Nuts e gere os espaços de restauração do aeroporto local. “Restauração era o que eu gostava e sempre tive o dom de cozinhar”, disse, ainda que não seja ele a comandar a cozinha dos diferentes espaços, até porque isso seria fisicamente impossível.

Certo é que O Pescador – restaurante, garrafeira e mercado de peixe – é certificado pela Marca Açores e tem certificado de excelência TripAdvisor. A ementa, já sabemos, “não se pode mexer

em 80 por cento dos casos”, sobremesas incluídas. “Temos algumas sobremesas regionais que vamos fazendo conforme a época e existem três clássicos da casa, que existem desde o início: doce da casa (pudim com nata e amêndoa), pudim da casa (creme de chocolate com bolacha) e o pudim de maracujá (gelatina com maracujá, que é um fruto que há produção nas nossas ilhas)”, descreveu.

A garrafeira é impressionante, com “750 referências de vinhos regionais e nacionais”. Existe uma sala que é uma adega, onde se podem provar vinhos “com o prato do dia, mas mais no verão), e há ainda uma adega climatizada. Igualmente na época alta, o peixe é recebido no ‘mercado’ do restaurante, até porque ainda estamos a falar de um serviço muito sazonal.”

Depois dos americanos da base militar (que ‘obrigavam’, por questões de segurança, ao fecho do espaço só para um casal jantar, por exemplo), o cliente local tem sido o mais fiel, com uma crescente procura do continental e do canadiano e americano, sem qualquer ligação à ilha. As paredes estão repletas de fotografias, “desde políticos, gentes do espetáculo, da cultura, jornalistas, historiadores e embaixadores de várias nações. O D. Ximenes Belo, o Eusébio, o Mário Soares, muitos generais e secretários de defesa americanos estiveram cá”. Muitos continuam a voltar, até porque segundo anuncia a publicidade comemorativa dos 30 anos da casa com o ator e apresentador Fernando Mendes (amigo de longa data de José Almerindo Costa), só O Pescador tem o peixe certo. 



Fotografias de Bárbara Barcelos

Largo da Igreja, 222 - Vila das Lajes
tasca.ramogrande@gmail.com

A educar o público, uma cerveja de cada vez

Ainda a dar os primeiros passos, a Tasca Ramo Grande, nas Lajes, é um conceito inovador. Além de apostar no setor cervejeiro, ao estilo de um 'pub', tem carne maturada e peixe fumado, que não é usual ver na restauração dos Açores.

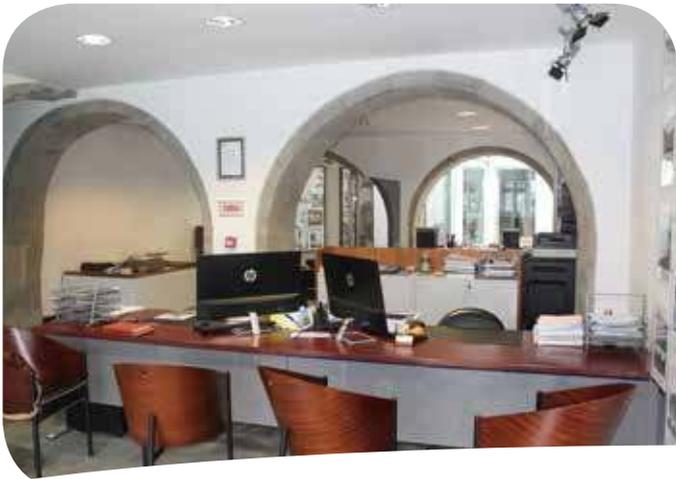
Miguel Linhares, guia turístico, é um apaixonado por cerveja. Ciente da lacuna que existia no arquipélago (mais 'dado' ao vinho), decidiu criar um restaurante e bar na freguesia rural de Ramo Grande, na Vila das Lajes, ilha Terceira. A porta abriu-se em setembro de 2019, mas o balanço já é bem positivo. "Sou, de longe, a casa dos Açores que vende mais cervejas. Tenho casa cheia aos fins-de-semana, com as mesas cheias de cerveja, em vez de vinho. Isso não é habitual", confessou o proprietário. Trabalhador, em tempos, na restauração, "ficou sempre o bichinho de investir num projeto muito semelhante a isto". Ou seja, uma espécie de 'pub', com essa estética e a oferta variada de cervejas e petiscos regionais, tendo ainda música ao vivo ao fim-de-semana. No fundo, "um restaurante com um bom bar".

A ideia era abrir no centro de Angra do Heroísmo, mas a oportunidade surgiu na Vila das Lajes e tem sido bem aproveitada. "Estamos muito perto do aeroporto, mas também da Base das Lajes. São muitos clientes americanos que vêm cá. O conceito é muito pouco habitual nos Açores. Na Terceira não há igual, especialmente com este core business das cervejas", continuou Miguel. Para quem não conhece, Ramo Grande, no nordeste da Terceira, "era o celeiro da ilha. Agora é um enorme dormitório, o que traz algumas vantagens: os portugueses que trabalham nas Lajes e os americanos que saem do trabalho vêm cá tomar um copo. Penso que isto no verão fará a diferença".

Na tasca existem mais de 100 variedades de cervejas, "com referências da Bélgica, Alemanha, EUA, Austrália e República Checa" e marcas artesanais portuguesas. Apesar de ser uma tarefa injusta, Miguel destaca a "cerveja artesanal Brianda, da ilha Terceira, que é excepcional". Mas para acompanhar o bife tomahawk (bife grande com um quilo de costelão), uma das grandes apostas gastronómicas deste espaço, costuma aconselhar a cerveja preta alemã Köstritzer. "É suave, bebe-se bem e enquadra muito bem com a carne maturada. Alguém que venha cá, aconselharia esse prato, que tem de ser mal passado, e a cerveja", confessou o dono.

Este é dos poucos espaços onde se pode comer carne maturada Angus e Limousine – e pontualmente da raça de gado bovino Ramo Grande, a única raça bovina autóctone dos Açores e conhecida por ser de grande porte - e peixe fumado dos Açores. "A minha grande aposta é a carne dos Açores e maturada, como o tomahawk e o t-bone [tipo de corte do bife, sendo o osso em forma de 'T']. Isso faz a diferença do menu. Também quis apostar no hambúrguer com carne local, feito por nós, assim como o pão, que acaba por ser um ponto forte da casa", descreveu Miguel Linhares. Quanto ao peixe fumado dos Açores, trata-se do "produto de um amigo meu, de uma empresa nova. É atum, cavala, chicharro ou lírio e fumam depois. Sou dos poucos restaurantes nos Açores a vender isso".

Ciente do conceito e oferta inovadora do espaço, mostrando assim "o que de melhor se faz nos Açores, mas também as coisas novas", Miguel não tem dúvidas. "Em parte estamos a educar o público em algo que não é muito português: o setor cervejeiro", sintetizou. 



Abrir portas no terreno para o mercado insular

www.picaporte.net

~~~~~

*Mesmo no centro da ilha Terceira existe uma sociedade de mediação imobiliária com 17 anos de vida e que tem conseguido superar qualquer desafio e adversidade. Se precisar de comprar, arrendar ou vender um imóvel ou terreno, a Picaporte é a escolha certa.*

---



Um picaporte é um utensílio que serve para abrir uma porta (tipo um puxador), por isso na hora de escolher o nome da sociedade de mediação imobiliária a decisão pareceu óbvia. “Nas portas principais de Angra do Heroísmo o que tem para abrir é um picaporte”, explicou o administrador Luís Armando Machado. É que ele próprio também abriu muitas portas de imóveis aos ilhéus. “A Picaporte nasce em 2003, fruto de vários anos a ser consultado por várias pessoas, porque conheço muita gente, sobre se sabia de negócios ou vendas”, disse.

O que começou como uma brincadeira para alguém que ainda trabalha na restauração e que esteve antes num concessionário de uma marca automóvel no grupo central do arquipélago, acabou numa empresa com sede naquela que foi a primeira rua principal de Angra, a rua Direita. No rés-do-chão de um edifício antigo, todo renovado, trabalham três funcionários, incluindo o sócio-gerente. “Estivemos sempre no mesmo espaço e com os mesmos funcionários. Já fomos seis e tivemos de nos ajustar ao longo dos anos para tornar a empresa viável, mas mudamos muito pouco para os clientes verem sempre as mesmas caras”, contou.

Resultado? A Picaporte soma e segue no setor imobiliário. “Com a vinda das companhias aéreas começámos a fazer o trabalho de casa com os investidores externos que iriam começar

a procurar Angra como destino na área hoteleira. Preparámo-nos com antecedência, em 2015/16, com a angariação de imóveis para 2018/19, quando a procura começasse a crescer. E isso aconteceu”, anteviu Luís Armando Machado.

Hoje, a procura de imóveis no setor hoteleiro (para empreendimentos turísticos e hotéis de charme) abrandou, “porque houve um boom”, mas ainda há muitos projetos em papel e prontos para venda. Já no setor residencial, “temos um problema gravíssimo: a oferta é pouca tendo em conta a procura”, não havendo, por isso, imóveis novos para venda em Angra do Heroísmo, “o que é uma lacuna muito grande”, restando imóveis usados ou degradados. “Fez despertar um nicho de mercado que são os terrenos de construção”, alertou o sócio-gerente.

Com atuação nas ilhas Terceira, São Jorge, Pico, Faial, São Miguel e Flores (aqui com muito pouca representação), a empresa conta ainda com uma equipa sólida de advogados, solicitadores e documentalistas. “O que nos diferencia é o know-how que temos pelo tempo que estamos no mercado; a transparência que queremos que esteja sempre presente; as equipas que nos prestam serviços e a garantia de tudo ser tratado com profissionalismo, o que dá estabilidade e credibilidade, que é cada vez mais importante. Talvez por isso já estamos a apanhar várias gerações de famílias que só trabalham com a Picaporte”, finalizou. 

# A vanguarda da construção é na Isidoro Faria

+251 295 700 446 | isidorofariaconstrucoes@gmail.com



Uma empresa com conceito de “chave na mão” não é muito usual na ilha Terceira. Uma que aposte no LSF, no microcimento e no ecopaper, muito menos. Por isso é que a Isidoro Faria – Construções, só com um ano de vida, já tem agenda cheia até 2021.

Para perceber o que a construtora de Isidoro Faria faz de inovador, tem de se ter uma noção de como é o setor atualmente e, em específico, na Terceira. Na ilha a construção nova está a abrandar e, a existir, é mais na hotelaria. Os materiais são os tradicionais e uma construtora apenas está encarregue das obras. Desde março de 2019 que a realidade está a mudar, graças ao surgimento da Isidoro Faria – Construções. “A Isidoro nasceu há um ano, mas já tinha estado anos como trabalhador independente na construção”, recordou o gerente da empresa em nome próprio.

Por sentir essa necessidade de avançar com algo seu, contando com o apoio da sua colaboradora Carina Pedro, responsável pela parte administrativa, abriu um escritório em Angra do Heroísmo. “Com o fluxo de trabalho fomos abrindo para áreas

mais distintas. Fazemos serviços de cofragem, LSF [Light Steel Frame, estrutura de aço leve cada vez mais usada na construção, especialmente nas casas modulares], casas modulares, construção tradicional, restauro de móveis e decoração de interiores”, enumerou.

Abrangendo quase todos os pontos do processo de construção até à entrega do imóvel ao cliente, praticam assim o sistema chamado de “chave na mão. Não é muito forte aqui na ilha e é isto que nos difere”, disse.

O cliente final está cada vez mais informado das novas técnicas de construção e já sabe bem o que quer. Segundo exemplifica o gerente, o LSF tem registado um aumento de procura. “Em termos de custos, tempo e qualidade de construção em si é uma



ótima opção. Os clientes, muitas vezes, não têm conhecimento dos materiais e nós temos desde o aço até ao isolamento”, o que justifica essa procura.

Com tantos serviços, sendo que também elaboram auditoria de empresas, poder-se-ia pensar que a equipa da construtora fosse grande. Curiosamente não. Começaram por ser três pessoas e há agora dez. “Acho que dez é pouco devido ao trabalho que existe”, confessou o sócio maioritário, continuando: “É muito difícil arranjar mão-de-obra qualificada. No continente, quando estava a acabar a crise, aqui estava ainda em alta. Quem era bom profissional foi para fora, ou continente ou Europa, e muitos já não voltaram. E nota-se a diferença”.

É que, além da construção, também o restauro de móveis é feito pelos funcionários. Para projetar a estrutura de LSF têm uma parceria prestigiada neste ramo; na decoração de interiores estão em contacto com decoradores e nos projetos de arquitetura têm trabalhado com diversos gabinetes de arquitetura a nível dos Açores e continente. Tendo em conta que a totalidade dos projetos que têm em mãos são construções residenciais novas, é natural que essa necessidade de ter profissionais aumente.

Os clientes também são cada vez mais exigentes. “Procuram uma arquitetura muito moderna, com open spaces, muito simples e confortáveis”, descreveu, acrescentando que o futuro no setor residencial se prevê risonho, ao contrário do hoteleiro e turístico, que “tem muita oferta, demais na minha opinião, para o tamanho da ilha”.

“Este ano vai-se manter assim e tem tendência a haver muito mais construção nova. Posso falar por mim, que estou com a agenda de trabalho preenchida até ao final do ano. Já estou a orçamentar casas para 2021”, garantiu Isidoro Faria.

O facto de serem representantes únicos do microcimento (revestimento resistente e versátil) e do ecopaper faz com que sejam muito procurados. “Também fazemos o nosso papel comercial, pois sugerimo-los ao cliente. Mas o ecopaper fica lindo e é 100 por cento ecológico. É um papel de parede líquido, que

se mistura com água, amassa-se com as mãos e aplica-se com uma talocha [ferramenta para espalhar e alisar materiais numa superfície]. Fica com texturas e acabamentos diferentes. Pode ter brilhantes, que são aditivos. Aplica-se a gosto do cliente na divisão pretendida a ser decorada”.

Para tal, Isidoro e a equipa passaram por formações. “Aposto nas formações, minhas e do pessoal. Sempre que tenho oportunidade de ir ao continente, vou. É sempre uma mais-valia”, salientou. “Tirámos formações específicas do ecopaper e do microcimento também. Do LSF já tenho algumas formações para poder mostrar aos clientes na própria montagem. Apostamos sempre na qualidade dos trabalhos e a nível de segurança dos trabalhadores, o que é muito importante”.

Cientes que o cliente compra e percebe melhor quando vê o material aplicado ou um exemplo do produto final, prepararam-se para abrir um showroom num espaço em São Mateus da Calheta. “Tenho uma casinha de LSF encomendada para pôr em exposição. É muito importante ter estas coisas para as pessoas verem. Alguns materiais vendem-se aqui nas lojas ou mandamos vir. Damos o preço standard para o equipamento e materiais. O gosto e a decisão são sempre do cliente. Isso é fundamental”, frisou.

O futuro passa por ampliar a equipa; levar estes materiais, dos quais são os únicos representantes, para o setor hoteleiro e avançar para outras ilhas. “Para já, penso em apostar no Faial, porque é uma ilha que tem um mercado com muito potencial. Tem muito turismo, até mais que a Terceira, e muitos residentes são estrangeiros, principalmente alemães, belgas e franceses. E é uma boa aposta no tipo de turismo e de habitação de lá”, anunciou, determinado.

Tendo em conta que a Isidoro Faria – Construções tem presença assídua nas redes sociais, geridas pela colaboradora Carina Pedro, será com facilidade que farão essa análise do mercado e do feedback dos clientes. Ou não fosse, atualmente, cada vez mais virtual a “chave na mão”. 

É em setembro, numa cerimónia que decorrerá nos Países Baixos, que se vai conhecer o “*The Best Chef*”, um prémio internacional atribuído pela TBC MediaCorp, numa iniciativa do italiano Cristian Gadau.

Entre os nomeados estão dois portugueses: José Avillez, do restaurante ‘Belcanto’ e Henrique Sá Pessoa, do ‘Alma’. Também o austríaco Hans Neuner, do ‘Ocean’, em Porches, no Algarve, está entre os nomeados. Todos estes nomeados são chefs com duas estrelas Michelin e integram a lista de 100 nomeados para a quarta edição deste prémio.

Segundo a organização, os países com mais candidatos para 2020 são França, Espanha, Estados Unidos, Brasil, Países Baixos e Reino Unido. Dos 100 nomeados, 26 são mulheres, o que representa uma forte subida comparativamente a 2019, em que houve apenas nove cozinheiras.

Na edição do ano passado, que aconteceu em Barcelona, saiu vencedor o sueco Björn Frantzén, do ‘Frantzén’, em Estocolmo, com o título de Melhor Cozinheiro seguido dos espanhóis Joan Roca, do ‘El Celler de Can Roca’, em Girona e David Muñoz, do DiverXO, em Madrid.

As votações começam a 1 de abril e quer os cozinheiros do ‘ranking’ do ano passado, quer os novos candidatos deverão votar nos seus colegas, somando-se ainda os votos de “*uma seleção de profissionais culinários, fotógrafos e amantes da cozinha*”. 





# COFFEES

# RUM

---

## DA MADEIRA

---

*O Rum da Madeira é um Rum Agrícola, categoria atribuída a uma ínfima percentagem da produção de rum a nível mundial, o que o torna ainda mais especial!*

O Rum da Madeira é um Rum com Indicação Geográfica Protegida (IGP) produzido na Madeira, obtido exclusivamente por fermentação alcoólica e destilação do sumo de cana de açúcar, sendo por esse motivo classificado como rum agrícola.

É um produto único que se diferencia sensorialmente, fruto de um conjunto singular de fatores que vão desde a geografia, condições edafoclimáticas da Região, variedades de cana-de-açúcar utilizadas, método de produção e envelhecimento e o know-how secular acumulado ao longo de gerações.

### História

A Ilha da Madeira foi descoberta em 1419, poucos anos passados, as terras começaram a ser desbravadas, sendo o solo ocupado com a cultura de trigo, vinha e cana de açúcar.

Devido às boas condições edafoclimáticas da Ilha da Madeira, gerou-se uma produção de cana de açúcar em quantidade e qualidade considerável, e em 1466 era a principal cultura da Madeira para a produção de açúcar, que era maioritariamente destinado à exportação.

Em finais do século XIX surgem os primeiros engenhos de destilação de rum (entre os madeirenses é conhecido como “aguardente de cana”). Entre 1847 e 1870, estimam-se a existência de 26 engenhos de destilação de “aguardente de cana”.

Com a viragem do século XX para XXI, houve um impulso crescente na produção de cana sacarina e atualmente esta cultura ocupa cerca de 180ha que correspondem a uma produção que ronda as 10.800 toneladas/ano.



Cofinanciado por:



Secretaria Regional  
de Agricultura  
e Desenvolvimento Rural

IVBAM  
INSTITUTO DO VINHO, DO AÇÚCAR, E  
DO MANTIMENTO DA MADEIRA, S. C.



## Produção do Rum da Madeira

A cultura de cana-sacarina é praticada em pequenas explorações, não ultrapassando os 5.000 m<sup>2</sup> e frequentemente fragmentadas em cinco a seis parcelas. A pequena dimensão das parcelas aliada à orografia dos terrenos resulta na impossibilidade, quase generalizada, de recurso à mecanização, pelo que a produção da matéria-prima do «Rum da Madeira» está fortemente dependente da mão-de obra.

Após a apanha da cana-de-açúcar esta é rapidamente sujeita a uma moagem. O mosto resultante é então sujeito a uma decantação seguida de filtração, com o objetivo de tornar este “caldo” o mais limpo possível.

Antes de dar início à fermentação, é ainda ajustado o teor de açúcares para o nível ideal que conduz a uma otimização do processo de fermentação. Ocorre então um lento processo de fermentação, que poderá levar alguns dias.

O líquido resultante da fermentação, vulgarmente designado por “vinho de cana”, pode ser sujeito a uma decantação ainda antes de ser destilado, conservando-se a qualidade e o sabor deste produto típico da Madeira.

O rum da Madeira é classificado em três tipos:

- Rum da Madeira natural: Complexidade aromática e tropicalidade, frescura, mineralidade e persistência típicas;

- Rum da Madeira edulcorado ou «beneficiado»: A edulcoração realça a complexidade aromática, nomeadamente notas adocicadas a mel e a frutos secos como figos e passas;

- Rum da Madeira envelhecido: envelhecimento em cascos de madeira de carvalho por um período mínimo de três anos. Encorpado e detentor de uma frescura ácida conferida pelo terroir da Região, com complexidade aromática, elegância do sabor e elevada persistência. As indicações de idade são: três anos; seis anos/Reserva; nove anos; 12 anos/Reserva Velha; 15 anos/Reserva Especial; 18 anos/Reserva Superior; 21 anos/Grande Reserva; 25 anos ou Superior, associadas ou não à menção «Grande Reserva Premium».

Antes da sua comercialização o Rum da Madeira é sujeito a um rigoroso controlo de qualidade que culmina no certificado IGP “Rum da Madeira” atribuído pelo Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira IP-RAM (IVBAM).

Em 2019 foram cinco os engenhos que exerceram a atividade, tendo a produção total de «Rum da Madeira» ultrapassado os 6.500 hectolitros a 50 por cento vol., resultante da transformação de cerca de 8.000 toneladas de cana de açúcar, tendo sido engarrafados 5.214 hectolitros de «Rum da Madeira».

.....

*Numa noite em que se provaram os melhores vinhos, acompanhados da melhor gastronomia portuguesa e sul coreana, a Guimarães Marca proporcionou a todas as empresas vimaranenses um contacto próximo com o mercado da Coreia do Sul “francamente em expansão e onde a qualidade dos produtos portugueses é francamente apreciada”.*

=====



**Bons  
vinhos  
e a Coreia  
do Sul  
ali ao lado**



A Quinta de Castelões, em Guimarães, recebeu no passado dia 20 de fevereiro a 17ª edição do Clube Vinhos e Comércio. Uma iniciativa da Câmara Municipal de Guimarães, apoiada pelo E.Leclerc, cujo principal objetivo é “promover o Guimarães Marca e todos os produtos locais de ótica qualidade”.

A edição deste ano teve como parceira a embaixada da Coreia do Sul, “numa tentativa de abrir ainda mais o mercado asiático aos produtos vimeiranos”. Sérgio Gonçalves, Vereador, não tem dúvidas de que “a conferência deste encontro é uma oportunidade para quem ainda não exporta para esse mercado perceber as dificuldades, mas sobretudo as oportunidades, com base nos testemunhos de empresários que já o fazem”. O mercado da Coreia do Sul é um mercado “com potencial e com muita gente disposta a consumir”. Por isso, para o vereador não restam dúvidas de que esta é uma ótima oportunidade para divulgar a “grande família” que é o Guimarães Marca, e que conta já com “64 empresas”.

O mercado da Coreia do Sul “é peculiar. Nós somos latinos, europeus, estamos habituados a algumas regras, e temos de nos adaptar às deles. Não é, certamente, na primeira visita que conseguimos isso. É uma questão de paciência e persistência, de perceber quem são os principais players do mercado e ir abrindo portas com a qualidade que os produtos portugueses têm”. E os sul coreanos parecem reconhecer e apreciar essa qualidade. “Na visita com o senhor Embaixador durante a tarde, ele elogiou bastante os nossos produtos e ficou bastante agradado com a qualidade da cidade de Guimarães e com a dos produtos que lhe mostramos”, conclui Sérgio Gonçalves.

A marca E.Leclerc surge como co-organizadora deste evento. Sofia Machado, responsável de marketing e comunicação do E.Leclerc de Lordelo, explica à IN que o principal objetivo da parceria passa pela “expansão dos mercados nesta zona de Guimarães”. Todos os produtores de vinho do evento “estão presentes na garrafeira do nosso

hipermercado, o que ajuda também a dar-lhe visibilidade, sobretudo aos que ainda não têm um impacto nacional tão forte, mas também a criar um momento de net working e de troca de contactos.” Além de estarem presentes em eventos como este, o E.Leclerc “funciona sempre muito a nível local. No dia a dia, no trabalho do hipermercado, temos vários produtores locais. Temos até o programa Aliança Local, que promove a venda nas nossas lojas de vários produtos locais, alimentares e têxteis, por exemplo”.

O Clube de Vinhos e Comércio promete voltar para o ano, com novos parceiros e novos mercados, para uma 18ª edição renovada e cada vez melhor.

### Embaixador da Coreia do Norte promove relações bilaterais

Com o intuito de promover as relações comerciais entre Portugal e Coreia do Sul, também o embaixador Song Oh marcou presença na 18ª edição do Clube Vinhos e Comércio. Apaixonado pela história de Portugal, Song Oh sublinha que sempre teve “muito interesse pela história de Portugal, e foi em Guimarães que tudo começou, por isso queria muito conhecer a cidade”.

Em entrevista à IN, destacou a importância de se encurtar as distâncias entre Coreia do Sul e Portugal para que possam acontecer mais negócios: “o turismo pode ser uma boa forma de ambos os países se aproximarem e criarem novas oportunidades de negócios, mas prevejo que esta relação bilateral saia reforçada ainda durante este ano, criando mais oportunidades de investimento para as empresas portuguesas”.

Num evento em que um dos destaques foram os vinhos, Song Oh destacou as potencialidades deste produto: “temos uma competição de vinhos na Coreia e no ano passado os vinhos portugueses foram distinguidos, nos tintos e nos brancos, portanto os coreanos conhecem e reconhecem as qualidades dos vinhos produzidos em Portugal. Pessoalmente aprecio muito o vinho Madeira e o vinho do Porto e espero que tenham uma maior procura no mercado coreano”. 

# Harpa:

**comer bem e  
beber melhor**



Avenida da Misericórdia 278 - São João da Madeira

*Uma carta variada, onde a carne e o peixe frescos são os reis, e uma garrafeira com mais de 320 referências de vinhos de todo o país, são o que faz do Harpa um ponto de paragem obrigatória para quem gosta de comer bem e beber melhor. Manuel Paula dirige o negócio há sete anos e acredita que “a inovação e a qualidade” são as chaves do sucesso.*

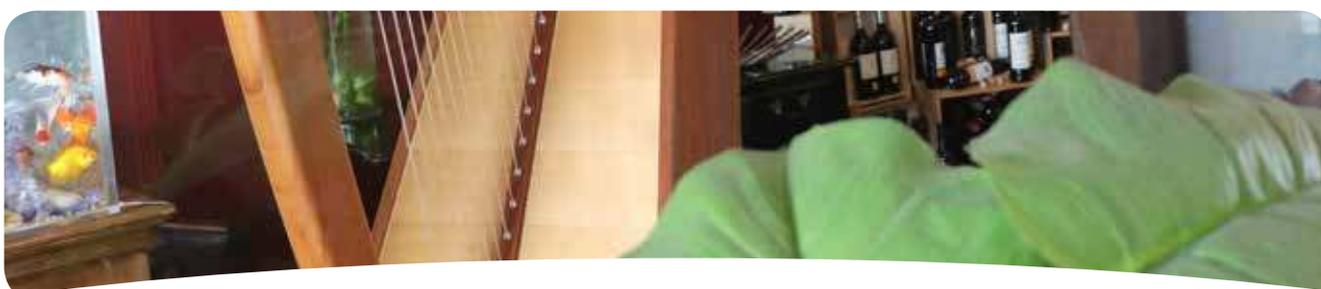
Manuel Paula trabalha na área da restauração há 40 anos. Explica-nos que a sua carreira começou em 1979, “mas só em 1984 começou a perceber alguma coisa de cozinha”. Em 2012 trabalhava num restaurante em Oliveira de Azeméis quando o anterior proprietário do Harpa o convidou a vir dirigir esta cozinha. “Um ano mais tarde, e como ele tinha outros negócios e não se quis dedicar a este, propôs-me que eu ficasse com o restaurante. Decidi arriscar”. Desde então, começou esta aventura de bem servir os clientes, em São João da Madeira.

Um conceito de “cozinha tradicional portuguesa”, sempre com a máxima qualidade e os melhores produtos, é o que o Harpa tem para oferecer. “Preocupo-me em exigir sempre uma qualidade acima da média. Quero ser uma referência em São

João da Madeira, e só assim é possível”.

Manuel não tem dúvidas de que em São João da Madeira “as pessoas ainda gostam de comer bem”, por isso a aposta vai sobretudo para pratos “tradicionais” e as inovações ficam para situações pontuais ou ocasiões especiais. “Por vezes confeccionamos pratos que saem já empratados, com um toque moderno, mas de modo a que as pessoas comam e fiquem satisfeitas. Não adianta inventarmos muito”, conclui.

No Harpa é possível comer um bom peixe e uma boa carne, e ainda algum marisco. “Trabalhamos sempre com produtos frescos. O peixe, os legumes, a carne... No peixe só confeccionamos quatro tipos, o rodovalho, a pescada, o robalo e a dourada. Pontualmente,



*nas alturas próprias, temos também sardinha, por exemplo”.*

Para manter os padrões de qualidade a que habituou os seus clientes, Manuel Paula tem consigo os melhores fornecedores. *“Muitos dos produtos, como por exemplo os legumes, consigo comprar aqui no mercado ou a alguns produtores locais. E de resto, carnes e peixe, são servidos por empresas da nossa confiança, que têm armazéns de distribuição próximos e produtos de qualidade. Não andamos sempre a experimentar fornecedores diferentes, preferimos manter o padrão”.* E, ainda assim, sempre que o Harpa quer trazer novidades à ementa, são feitos *“vários testes antes, experimentamos, até chegarmos a pôr na carta”.*

No topo da lista de especialidade da casa estão a vitela e o cabrito assado, que podem ser encomendados ou estão disponíveis à sexta à noite e domingo à hora de almoço, o cabrito, e sábado e domingo, a vitela. Também o arroz de cabidela, prato da carta à quinta-feira, *“é feito sempre com galos caseiros”* é uma atração para quem procura o Harpa. O peixe fresco grelhado na brasa, o bife pimenta, o cordon blue, ou os miminhos de novilho são *“pratos de referência”.* Para quem não dispensa um doce depois da refeição, a carta das sobremesas é extensa e *“são todas caseiras”*, assegura Manuel, orgulhosamente. Desde a torta de laranja, ao cheesecake de frutos vermelhos e o cheesecake Harpa, o pudim abade de priscos, o pudim francês, a tarte de maçã com chocolate quente, e a fruta sempre fresca, muitas são as opções para não saltar a sobremesa antes do café.

E como uma boa comida pede sempre um bom vinho, a garrafeira do Harpa é de fazer inveja. *“Temos de estar sempre atentos ao mercado, no fundo. Se o cliente chegar e perguntar*

*por um vinho... temos de o ter cá. E nisto há dois tipos de clientes. O que bebe sempre o mesmo e os que gostam de provar vários. Felizmente, aqui no Harpa temos vinhos para todos os gostos, há muita variedade e com muita qualidade”.* Neste momento, os clientes podem escolher entre *“320 referências de vinho, desde o Dão ao Alentejo, temos aqui os melhores vinhos portugueses”.* A equipa *“tem pessoas especializadas em vinho, que podem aconselhar o cliente”,* embora Manuel reconheça que *“o cliente está muito mais bem informado hoje em dia, é mais exigente”.*

Se perguntarmos a Manuel qual é o segredo do sucesso da sua casa, a resposta vem sem hesitações. *“A nossa preocupação é sempre com o grau de satisfação das pessoas. É nisso que estamos a apostar, e que nos dá trabalho. Chegamos a este patamar de reconhecimento e temos de o manter, as pessoas não se podem desiludir”.* Para tal, Manuel reconhece que nem sempre é possível ser o mais competitivo do mercado. *“Nós tentamos acompanhar os preços, mas temos de manter a qualidade. Servimos bem”.*

A restauração continua a ser uma das áreas onde é mais difícil encontrar mão de obra qualificada. *“Temos de apostar em pessoas novas e fazê-las à medida da nossa casa. É uma área muito desgastante, é preciso gostar-se. Particularmente, preocupo-me sempre em saber o feedback dos clientes sobre a equipa, se estão satisfeitos com o atendimento. E os clientes estão bem satisfeitos por agora.”*

Daqui para a frente, o lema do Harpa mantém-se. *“Queremos melhorar, inovar, estar constante remodelação da garrafeira e dos pratos da ementa também. Temos clientes diários e que não se podem cansar”,* finaliza Manuel. 



# Momentos saudáveis com Vimeiro

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

*Com um pH alcalino de 7,23 e uma mineralização única no mercado português - fonte de bicarbonato, cálcio, magnésio, entre outros - a Vimeiro Original é uma água mineral natural de sabor distinto, recomendada para o consumo de toda a família, com particular aconselhamento para grávidas, bebés, desportistas e seniores, para quem a necessidade de repor sais minerais essenciais assume especial importância.*

Reconhecida, em 1893, por Charles Lepierre, recebeu a categoria de Água Mineral Medicinal em 1896 pelo Rei D. Carlos. É ainda hoje recordada sob o slogan 'A saúde está primeiro, beba água do Vimeiro'. Naturalmente distinta, a Água do Vimeiro tem conquistado o seu espaço no mercado assumindo-se com todas as suas diferenças. Diogo Abreu é o atual CEO e desde que assumiu o cargo, em 2018, tem implementado uma estratégia de valorização da marca Vimeiro. "Assim que assumi o cargo, foi necessário perceber aquilo que a empresa verdadeiramente era. Perceber o que se vendia, a quem se vendia, onde se ganhava e onde se perdia. Inicialmente havia pouca informação nesse sentido e foi preciso, primeiramente, medir para depois avaliar e decidir. Com base nisso fizemos a revisão do nosso portfólio de produtos e o mesmo com clientes".

Atualmente a Vimeiro apresenta um portfólio de quatro produtos, a Vimeiro Original, a Vimeiro Lisa, a Vimeiro Gás e a Vimeiro Sparkle. A Vimeiro Original é a figura principal do portfólio, uma água distinta no mercado muito devido às suas qualidades naturais, é "uma água com uma grande mineralização e com o pH alcalino". Por outro lado, a Vimeiro Lisa, que passa por um processo de desmineralização, é "uma água adaptada ao gosto mais comum do mercado português sendo, por isso, ligeiramente

mais ácida e com pouca mineralização". No segmento das águas com gás, a Vimeiro comercializa dois produtos, a Vimeiro Gás que, "com presença forte junto do consumidor, é uma referência de mercado, ocupando o segundo lugar do pódio" e a Vimeiro Sparkle, "uma água também mineral natural à qual é adicionado mais gás e que é ideal para ser misturada com outras bebidas. Mistura-se com todas, não se confunde com nenhuma".

A unidade industrial das Águas do Vimeiro é constituída pela linha de engarrafamento de garrafas em Vidro e de garrafas em PET (plástico), permitindo um engarrafamento superior aos 40 milhões de litros por ano já atingidos. Desde a captação até ao engarrafamento, a "água é sujeita a um controlo rigoroso de qualidade, onde tem conseguido alcançar as notas máximas da certificação".

Para o ano de 2020, Diogo Abreu assume que a estratégia de criação de valor assentará na renovação da marca e da imagem: "Queremos comunicar aquilo em que nos distinguimos. Existe atualmente um público crescente e atento àquilo que a água pode trazer de bom, e nisso, temos a felicidade de ter um produto genuinamente puro, bom e de qualidade diferenciada". 

# FÉRIAS DA PÁSCOA MEMORÁVEIS EM FAMÍLIA!

Moradias na Praia dos Salgados, com piscina privada e todo o conforto!



*A sua Casa de Praia. Todo o Ano.*



Portugal apresenta diversos fatores favoráveis à atividade empreendedora. O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um estudo que pretende avaliar a atividade empreendedora de diversos países, considerou Portugal um país impulsionado pela inovação. Portugal é o segundo país da União Europeia com a taxa de nascimento de novas empresas mais elevada (15,75 por cento), sendo superado apenas pela Lituânia (19,72 por cento). No global, esta percentagem aumentou cerca de 3,63 por cento de 2009 a 2017, sendo que 2016 a 2017 se verificou uma subida de 4º para o 2º país com maior número de nascimentos de empresas dentro da União Europeia. Este indicador mostra que Portugal é um país com uma boa abertura para novas empresas, e com um elevado espírito empreendedor.

Dentro do espaço europeu, Lisboa destaca-se como sendo a quinta capital europeia com o maior hub de startups, ficando apenas atrás de Londres, Berlin, Paris e Copenhaga. Portugal destaca-se devido à localização

geográfica privilegiada, o que torna o país ainda mais apelativo ao empreendedorismo e ao comércio internacional, estando inserido em diversas rotas comerciais estrategicamente muito relevantes. A crise económica sentida no passado fomentou um espírito empreendedor e de inovação que se verifica até hoje. Verifica-se também um aumento significativo da qualidade de ensino em todas as áreas, nomeadamente nas tecnologias de informação, comunicação e eletrónica, nomeadamente no que diz respeito à internet de banda larga, às redes inteligentes e à sustentabilidade energética.

De acordo com Associação Nacional de Jovens Empresários em Portugal, 80,43 por cento das startups sobrevivem após os primeiros anos de atividade e 67,76 por cento mantêm atividade após dois anos. Em Portugal, no ano de

# EMPRESAS



2017, empresas com até 5 anos obtiveram um volume de negócios 34.441 milhões de euros. Segundo a StartUp Hub, um agregador de dados relacionados com o empreendedorismo, a zona norte do país é a zona que concentra um maior número de startups e incubadoras de empresas, com cerca de 519 organizações.

Para além de um ecossistema empresarial muito favorável à inovação e ao empreendedorismo, a segurança é, também, um atrativo à fixação de empresários no país. A taxa de criminalidade em Portugal diminuiu entre 2018 e 2017, passando de 33,2 por cento para 32,4 por cento, e Portugal tornou-se, em 2019, o quarto país mais seguro do mundo, precedido pela Áustria, Nova Zelândia e Islândia.

O crescimento económico favorável da economia portuguesa, aliado aos aspetos anteriormente referidos tornam Portugal um hub de excelência para o empreendedorismo. 

# NACIONAIS

# Um trabalho de pessoas para pessoas

www.remax.pt

Com mais de 200 imóveis transacionados em apenas cinco anos, Sérgio Silva Pereira é um rosto que garante confiança e seriedade no que respeita a investimentos imobiliários. Agente na Remax Pro, Sérgio Silva Pereira é responsável por uma equipa de três elementos com capacidade para dar resposta ao nível da angariação, venda, arrendamento e projeto chave na mão.

Antes de ser agente imobiliário, Sérgio Silva Pereira seguiu um percurso ligado à área da construção e da comercialização de materiais de construção, que começou com apenas 20 anos de idade. “Nessa fase da minha juventude, ainda a estudar fui convidado por um professor meu para o ajudar na sua empresa, na venda de materiais de Construção. Nessa altura ganhei gosto pela vertente comercial e por trabalhar num sistema comissionista. Ao fim de dois anos fui convidado para ficar à frente do departamento comercial dessa empresa e assim foi. Aos 25 dei outro passo em frente quando abri a minha própria empresa de raiz, de importação e exportação de pedra natural”,

introduz desta forma Sérgio Silva Pereira, numa entrevista à nossa revista.

Com várias obras de referência, nomeadamente os Fóruns Aveiro, Montijo e Coimbra, várias dependências bancárias e edifícios de habitação o empresário abriria uma segunda empresa em Vigo, no mesmo segmento, até que por força da crise na construção, uma empresa foi encerrada e outra vendida em 2010. Os anos seguintes foram de interregno até que se abriram as portas do mundo imobiliário, iniciando-se um período de sucesso no ramo, que se manteria até aos dias de



hoje. Sérgio Silva Pereira esclarece que tudo começou com “um convite de um banco para fazer avaliação imobiliária industrial, há cerca de oito anos, sendo que na altura a banca tinha vários ativos imobiliários em dação para avaliar e posteriormente escoar. Começou a haver imóveis na banca e surgiram várias oportunidades de negócio relativamente na transação imobiliária. Ao fim de algum tempo recebi um convite da Remax e decidi conhecer o projeto da empresa”.

### “Olho muito a quem me confia o seu imóvel”

Convidado para ingressar numa das maiores redes imobiliárias do planeta, Sérgio Silva Pereira iniciou a sua formação para agente na Remax Foz, em maio de 2013, no entanto seria na Remax Pro, no fim desse ano, que iniciaria funções, e se manteria em atividade até ao dia de hoje. Sobre a Remax, o agente confessa que “se encaixou com facilidade naquilo que é o conceito da Remax e a partir daí comecei a aplicar o meu trabalho dentro do sistema desta rede”. Importa salientar que uma das principais fatias do volume de negócios de Sérgio Silva Pereira são os imóveis industriais, um nicho de mercado pouco explorado e que se tem mostrado bastante rentável ao longo dos anos.

Nos últimos anos com o mercado a crescer no Grande Porto, o mercado de compradores ganhou maior protagonismo. O mercado vende de forma mais rápida e necessita de menos tempo. No entanto como a angariação sempre foi o meu foco

principal, ganhou maior corpo e refletiu-se em maior volume de negócios. “Em 2014, 2015 ainda não sentíamos isto, no entanto a partir de 2016 dominar e ter stock de angariação tornou-se fundamental na execução do nosso trabalho. As pessoas entregavam-nos as casa para que as ajudássemos a vender mais rápido e melhor. Olho muito a quem me confia o seu imóvel pela primeira vez, para quem é proprietário e me entrega a sua chave. Hoje, continuo a trabalhar mais a angariação que compradores, tendo sempre em carteira cerca de 80, 90 imóveis para vender”.

Um estratégia adotada por Sérgio Silva Pereira que merece ser referenciada passa pelos negócios com investidores. Aproveitando o know how no ramo da construção, o agente propõe um investimento, faz o estudo de viabilidade, propõe o projeto de arquitetura, análise de custos e orçamento, vendendo um projeto chave na mão, começando no terreno para a edificação, com projeto aprovado. “No final fico com uma posição privilegiada, quer de conhecimento do produto, quer na comercialização e necessidades do Cliente”, garante.

Com uma equipa de três elementos, 2020 promete ser um ano de viragem em termos de volume de negócios. “Tenho três condomínios de média dimensão que vão entrar no mercado em exclusivo. Eu e a minha equipa vamos ter cerca de 120 casas para vender. Foi um trabalho de três, quatro anos, que muitas vezes não se vê. Um trabalho de resiliência, de semear, para depois colher”. 



## O melhor aconselhamento em soluções de segurança contra incêndio

*O Decreto-Lei n.º 220/2008, de 12 de novembro, aprovou o regime jurídico de segurança contra incêndio em edifícios (SCIE), determinando medidas de carácter obrigatório. Se deseja o melhor aconselhamento e solução de medidas a implementar para manter a sua empresa dentro dos parâmetros legais, a empresa Ignes é o parceiro ideal.*

Localizada na Trofa, a Ignes - Estudos e Projetos de Segurança Contra Incêndio em Edifícios é uma empresa recente, mas com vários anos de experiência. Afinal, nasceu através da divisão de serviços da Redifogo – Materiais de Proteção e Segurança (empresa que se dedica à comercialização, instalação e manutenção de equipamentos na área da segurança contra incêndios, criada em 1996). A empresa atua essencialmente na área de projetos de segurança contra incêndios e das medidas de autoproteção. “A Ignes surge em 2018, quando se decidiu separar a parte de projeto da parte de execução”, começa por contar Susana Bernardo, projetista e coordenadora de projetos da Ignes.

O leque de serviços da empresa é variado: “Elaboramos os projetos de segurança contra incêndio, para fase de licenciamento e de obra e prestamos apoio técnico na obra. Além disso elaboramos as medidas de autoproteção e ainda acompanhamos o cliente na fase de implementação das mesmas através da formação e o acompanhamento no simulacro, incluindo a elaboração do guião com o cenário. Auxiliamos ainda o cliente nas inspeções regulares, requisito legal e obrigatório dependendo da utilização-tipo e categoria de risco do edifício”, explica Susana. A projetista esclarece, na prática, o trabalho da Ignes: “Se uma loja precisa de se licenciar, nós fazemos a especialidade da segurança contra incêndio na fase de licenciamento, elaboramos o mapa de quantidades ou projeto de execução e, através da Redifogo, damos orçamento para a execução do projeto em obra. Depois da obra elaboramos as medidas de autoproteção que devem ser submetidas à Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil para aprovação. Após a submissão dessas medidas entra a formação e o simulacro, que são de carácter obrigatório

dependendo da categoria de risco do edifício. A formação sobre segurança contra incêndio para preparar e sensibilizar todos os funcionários. É importante dar a conhecer os equipamentos de SCIE que estão instalados no edifício e a sua funcionalidade, porque se estiverem lá, mas não souberem para que servem, “serão apenas decoração”. O simulacro para testar os diferentes cenários e colocar em prática os procedimentos definidos nas medidas de autoproteção.

“Além do já mencionado, existe ainda um requisito legal obrigatório a cumprir por todos os edifícios e recintos, incluindo os existentes anteriormente à legislação de SCIE atualmente em vigor, que é o pedido das inspeções regulares à Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil, que tem o intuito de verificar a manutenção das condições de segurança que foram aprovadas em fase de licenciamento e a implementação das medidas de autoproteção que foram elaboradas, e nós damos apoio nessa fase também”, acrescenta.

Ainda que o conjunto de valências da Ignes seja grande, a empresa tem a mais valia de estar associada à Redifogo, uma empresa de instalação, o que lhe dá “uma noção de apresentar soluções legais e que sejam exequíveis”. Nos edifícios existentes há sempre o desafio de encontrar uma solução que dê resposta aos requisitos legais mas que possa ser executada, com o conhecimento que temos através da Redifogo conseguimos apresentar propostas com soluções que se possam executar”.

Refira-se que na segurança contra incêndio, os requisitos legais obrigatórios encontram-se bem definidos em legislação.



Nesse sentido a Igenes dá o suporte a todos os requisitos legais que são obrigatórios nesta área da segurança, a qual está regulamentada através do Decreto-Lei n.º 220/2008, na nova redação que lhe foi conferida pela Lei n.º 123/2019 e da Portaria n.º 1532/2008. *“Está tudo muito bem regulamentado, mas, apesar da legislação possuir mais de 10 anos, ainda não é do conhecimento do público geral e não há noção da responsabilidade, até porque o desconhecimento não é desculpa para o incumprimento”*, sublinha Susana.

Apesar da grande maioria dos clientes da Igenes serem da parte empresarial, os serviços prestados aplicam-se a todos os sectores. A legislação de segurança contra incêndio define 12 utilizações tipo que vai desde habitação, estacionamento, administrativos e escritórios, hospitais e lares de idosos, escolares, restaurantes, comércio, transportes instalações desportivas, museus, arquivos e indústria. *“Portanto o nosso público alvo são todos estes edifícios. Ou seja, também na habitação estamos presentes, isto é, para se construir uma casa tem de se tratar do licenciamento na Câmara Municipal e a segurança contra incêndios é uma das especialidades que têm de ser entregues. Nas habitações unifamiliares é uma coisa muito simples (Ficha de SCIE), mas se for multifamiliar e com estacionamento, já é necessário um projeto”*.

Susana Bernardo destaca ainda a personalização nos serviços da empresa, *“fazemos sempre um fato à medida”*. Não existem projetos standard, esta é a forma de valorizar cada cliente. *“Cada trabalho é um caso único”*, por isso, sempre que o cliente procura o serviço da Igenes a solução é desenvolvida mediante as necessidades reais. *“Avaliamos cada situação para apresentarmos a melhor solução possível, sem esquecer a execução”*.

Atuando na área da segurança, Susana Bernardo lamenta a falta de informação geral sobre as medidas de autoproteção: *“Há muita gente que pensa que a segurança contra incêndios são só extintores e a sua manutenção e esse é um dos nossos desafios. Dar a conhecer ao cliente quais são os requisitos legais que deve cumprir conforme a sua atividade e categoria de risco. Costumo referir que quando chegamos vamos 'arrumar a casa' ao cliente, ou seja, efetuamos primeiramente a análise da utilização-tipo e da categoria de risco do edifício para então informar o cliente quais os requisitos legais que deve cumprir, quais os que já cumpre e os que se encontra em incumprimento.”*

Muitas vezes os requerentes não têm conhecimento dos requisitos legais e que há coimas associadas a este incumprimento e, portanto, prestamos esclarecimentos e auxílio ao cliente de forma a que este possa cumprir estes requisitos. 



## Ludimusic: Paixão pela música

www.ludimusic.com

*Na última década muitas lojas nacionais de venda de instrumentos musicais encerraram a sua atividade. O mercado dominado pelo comércio online internacional e a crise económica de 2010 foram os principais motivos para o abrandamento do negócio. No entanto a Ludimusic tem quebrado esse paradigma, oferecendo uma oferta distinta de qualidade e serviço de nível internacional, que lhe permitiu um crescimento contínuo desde a sua formação.*

Para quem adquire instrumentos musicais, a Ludimusic é incontornável, uma das grandes referências do mercado nacional. Criada em 2013, a história da empresa sintetiza o modo como a música deve ser experienciada em toda a sua plenitude: 'Paixão pela música' um mantra que define a marca Ludimusic.

Maciel Vicente empresário consolidado na indústria de Comunicação Visual e Publicidade, liderou um grupo de trabalho de profissionais com três décadas de experiência no ensino e venda de produtos e serviços para música, grupo esse que foi responsável pelo lançamento da Ludimusic, projetando-a à dimensão dos grandes operadores digitais europeus. Apesar de ter sido constituída em 2013, a história da empresa inicia-se na década de 50 com a família Vicente quando cinco irmãos decidiram fazer da sua paixão pela música um projeto de vida, formando a Orquestra Irmãos Vicente. Desse grupo musical viria a suceder, em 1978, a primeira de várias lojas de instrumentos musicais, que durante 34 anos muito fizeram pelo desenvolvimento da música em Portugal: As Lojas Sinfonia.

Em 2012 a crise económica e a forte concorrência das multinacionais europeias de música ditaram o encerramento das lojas de marca Sinfonia. Em 2013 a Ludimusic apresenta-se como uma loja de instrumentos musicais 100 por cento nacional com o objetivo de reativar a participação portuguesa num mercado maioritariamente dominado pelas grandes multinacionais europeias de venda online. Por isso, a Ludimusic abriu com uma estratégia centrada na construção de uma oferta online, como explicou Maciel Vicente. "Quando iniciamos o projeto já tínhamos

*previsto a abertura de duas lojas para a zona centro e norte, Leiria e Porto respetivamente, mas o estudo e investimento na plataforma de venda online e nos processos de logística e marketing digital foram determinantes. Garantimos a entrega em 24h em Portugal, com condições de serviço ao cliente e pós-venda irrepreensíveis. Não somos apenas só mais uma loja de instrumentos musicais".*

Atualmente o catálogo de produtos disponíveis para entrega imediata em 24h na loja online [www.ludimusic.com](http://www.ludimusic.com), e para venda nas lojas físicas de Leiria e Porto. Além disso, nestes espaços o cliente pode ter contacto físico e interagir com os produtos em primeira mão através da experimentação em loja e usufruir de uma política generosa de pós-venda, nomeadamente devoluções em caso de arrependimento ou insatisfação de compra. Comprar online cá dentro, com um serviço de qualidade nomeadamente celeridade na entrega e pós-venda de proximidade local já é uma realidade em Portugal.

Para o futuro a prioridade a curto prazo é a abertura de uma nova loja em Lisboa, um passo natural corolário de sete anos de investimento e crescimento sustentado. "Lisboa na sua dinâmica atual de desenvolvimento económico tem espaço para mais uma loja de música como a nossa. A nossa equipa de profissionais especializados na sua maioria músicos também, conhecem bem as necessidades dos clientes nacionais e dos inúmeros estrangeiros que nos visitam. Os nossos colaboradores são o nosso melhor ativo". 'De músico para músico' a celebração da música e da arte em geral acontece em cada ida às lojas Ludimusic. 



# Hotel Borges: dormir no coração de Lisboa

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

*É o segundo hotel mais antigo de Lisboa ainda em atividade. Abriu portas pela primeira vez em 1882. Hoje, a sua fachada emblemática e os aposentos glamorosos não deixam ninguém indiferente. O Hotel Borges Chiado continua a conquistar portugueses e estrangeiros que querem dormir no coração de Lisboa.*

O Hotel Borges Chiado está situado na parte mais romântica de Lisboa, o Chiado. Pode por isso dizer-se que este hotel faz as vezes de um refúgio sem igual, dono de um carisma singular e a combinação perfeita entre tradição e contemporaneidade. A estação de comboios fica apenas a dois minutos e o aeroporto fica a trinta minutos do hotel, o que torna o acesso de quem o visita cómodo e rápido. Nas imediações existem várias casas de Fado e ainda o conhecido Bairro Alto. Também o Rossio, Príncipe Real e Mercado das Ribeiras são pontos turísticos que não ficam longe do Hotel Borges Chiado.

Os quartos, amplos, luminosos e confortáveis, vão de individual, a duplo, twin e triplo a superior, superior com vista para o Chiado e deluxe suite, cada um com um carácter único e umas soberbas vistas sobre o Teatro Mário Viegas, o Teatro Nacional de São Carlos e o Museu do Chiado.

O hoje Hotel Borges Chiado, anteriormente conhecido como "Grande Hotel Borges", abriu portas pela primeira vez em 29 de outubro de 1882, na, então, Rua das Portas de Santa Catharina, atual Rua Garrett, em Lisboa. As primeiras instalações deste hotel eram na conhecida Casa Ramiro Leão. No prédio onde hoje se encontra está há mais de 30 anos. A propriedade de António Borges oferecia, na época, 100 quartos e era um dos principais hotéis de Lisboa no final do século XIX. Após a morte do seu fundador passou a ser propriedade de outra firma. Dos oito hotéis que existiam no Chiado em 1884, restavam apenas quatro em 1913.

Os atuais gerentes do hotel têm sabido preservar neste hotel tudo o que pode representar um serviço de excelência. Em breve o Hotel Borges Chiado espera realizar o primeiro jantar-concerto, cujo objetivo é reconstituir as festas esplêndidas da aristocracia lisboeta por volta de 1916. 



# DESPORTO & LIFESTYLE



As aplicações e métodos utilizados pela fisioterapia em geral pretendem atuar sobretudo na prevenção e recuperação de lesões musculares, portanto não é difícil associar esta área à prática desportiva, onde lesões musculares são tão frequentes.

A fisioterapia desportiva, entre os diversos métodos da fisioterapia, possui um programa de exercícios direcionados exclusivamente para atletas, combinando atividades e modalidades terapêuticas para restaurar os movimentos e a capacidade física após uma lesão que tenha ocorrido.

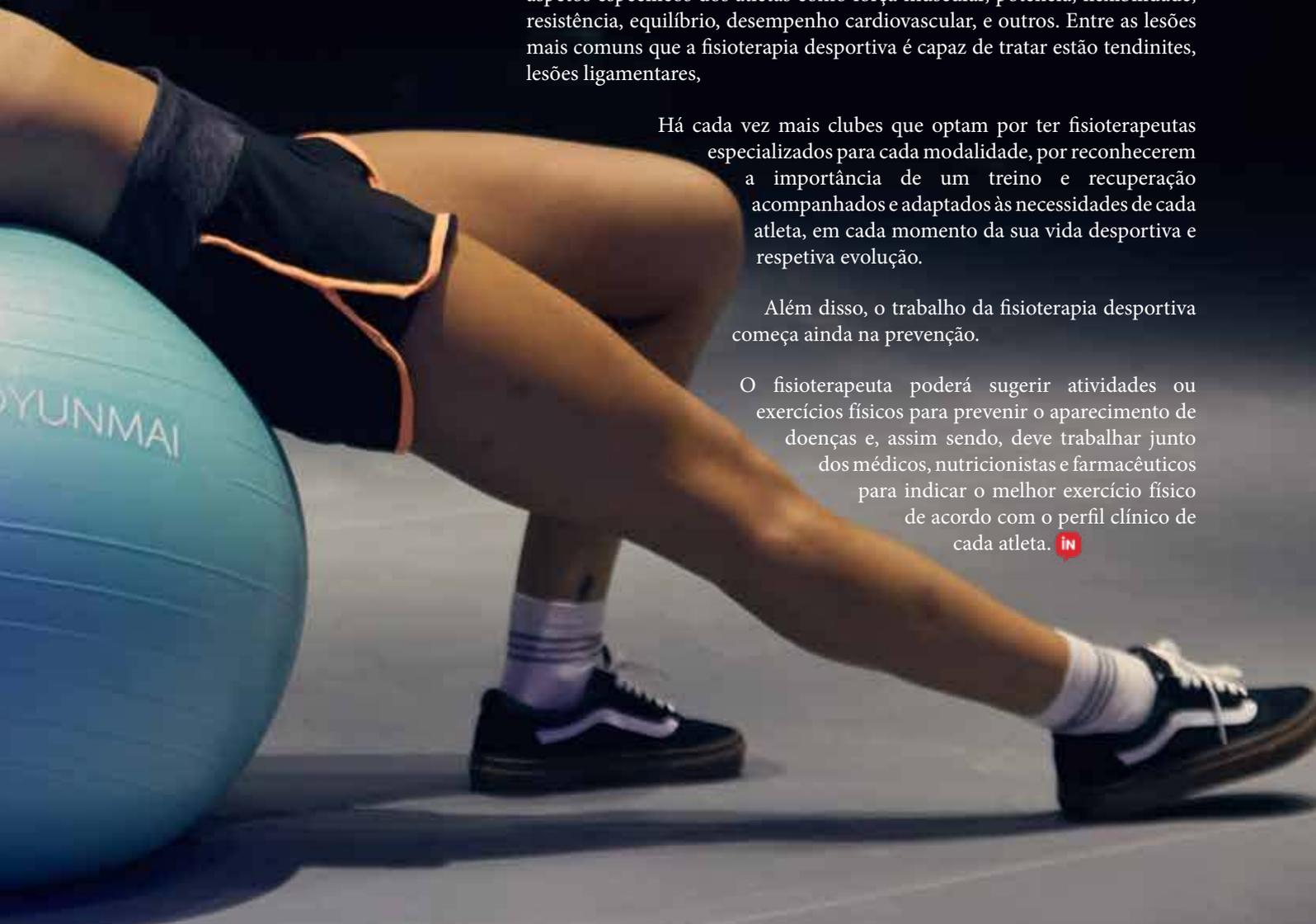
Em alguns casos, a fisioterapia desportiva, dependendo do desempenho do paciente, pode contribuir até numa melhoria no condicionamento do atleta, garantindo um desempenho que pode chegar a ser melhor após a lesão.

As técnicas da fisioterapia desportiva são fundamentais para reabilitar aspetos específicos dos atletas como força muscular, potência, flexibilidade, resistência, equilíbrio, desempenho cardiovascular, e outros. Entre as lesões mais comuns que a fisioterapia desportiva é capaz de tratar estão tendinites, lesões ligamentares,

Há cada vez mais clubes que optam por ter fisioterapeutas especializados para cada modalidade, por reconhecerem a importância de um treino e recuperação acompanhados e adaptados às necessidades de cada atleta, em cada momento da sua vida desportiva e respetiva evolução.

Além disso, o trabalho da fisioterapia desportiva começa ainda na prevenção.

O fisioterapeuta poderá sugerir atividades ou exercícios físicos para prevenir o aparecimento de doenças e, assim sendo, deve trabalhar junto dos médicos, nutricionistas e farmacêuticos para indicar o melhor exercício físico de acordo com o perfil clínico de cada atleta. 



# Rakso:

## Uma mulher de saltos altos no desporto

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

*A Rakso, marca de equipamentos desportivos 100 por cento portuguesa, é fruto da garra e força de vencer de Susana Moreira e do seu pai. Um projeto que completa no próximo mês cinco anos e que “promete para o futuro muitas novidades e cada vez mais qualidade”.*



Faz em abril cinco anos que Susana Moreira começou uma das maiores aventuras da sua vida. Depois de ver fechar a empresa de têxteis da área do desporto onde, por mais de 18 anos, foi funcionária de escritório, a hoje dona da Rakso achou que tinha *“alguma coisa a fazer. Fiquei com os funcionários e lutei para continuar o projeto, ao lado do meu pai”*. É dessa garra, de pai e filha, que não quiseram ver *“uma equipa inteira ir para o desemprego”*, que nasce a Rakso, cujo nome surge do nome do pai de Susana, *“Óscar ao contrário”*. O negócio começou *“numa pequena garagem”* e em pouco tempo estavam nos pavilhões onde hoje ainda têm a sua sede, e onde empregam 12 pessoas.

Há cinco anos no mercado, a Rakso tem mantido os seus valores de sempre. *“Queremos ser uma novidade na área do desporto, tentar criar sempre coisas novas que vão de encontro às necessidades do cliente”*. Também o fator *“personalização”* é fundamental. *“A Rakso pode produzir linhas personalizadas para cliente. Todos os nossos produtos são desenhados e fabricados aqui, o que garante que não haja rutura de stock, estamos sempre em produção”*.

Clubes como o Oliveirense ou o Ginásio Vila-Condense vestem Rakso. Sem adiantar muito, Susana levanta a ponta do véu e adianta que *“vêm aí muitas novidades e mais clubes com a nossa marca”*. Além fronteiras a Rakso também dá cartas e já está presente em países como Cabo Verde ou Angola.

Num futuro bem próximo, além de expandirem o número de clientes, a empresa também se mudará para *“novas instalações, com uma melhor linha de produção e melhor maquinaria, para dar sempre a melhor resposta aos clientes”*.

Quem veste Rakso veste *“um produto 100 por cento português. A matéria prima é portuguesa.”* O que, para Susana é sempre uma aposta ganha. *“Se todos acreditarmos em nós, nos nossos produtos e nas nossas gentes, Portugal seria uma grande potência. Os portugueses são muito bons no que fazem. O problema é que muitas vezes ninguém acredita neles, nem eles próprios. O português sabe garantir a qualidade”*.

E é precisamente a qualidade a palavra de ordem na Rakso. *“É por aí que nos queremos distinguir. Só fabrico produtos que eu própria vestiria. Se eu visto, os meus clientes também”*. E numa área como o desporto, a qualidade e o conforto vêm antes de qualquer outra premissa. *“Para entenderem os nossos produtos, os clientes têm de os vestir. É essa a política da nossa empresa. Vamos muito*

*porta a porta, para que as pessoas possam ver e experimentar. Mostrar apenas uma imagem já não chega. Sempre que possível deixo amostras para os atletas usarem”*. A fórmula de sucesso tem dado frutos. *“A preocupação com a qualidade das matérias primas, como por exemplo o algodão, que é excelente e com um certo brilho, a durabilidade e a vivacidade das cores são fatores que nos diferenciam. Os jogadores também são vaidosos e gostam de vestir equipamentos que tenham cores bonitas e agradáveis”*.

Sozinha aos comandos desta empresa, Susana fez um pouco de tudo pelo negócio. *“Numa fase inicial fui eu que andei a fazer as vendas, numa perspectiva de proximidade com o cliente, mas por isso estive ausente da fabrica. Eu tento estar sempre presente, pratico um mercado antigo, de proximidade, de estar nos jantares de aniversário, ir aos jogos. Os meus fins de semana são destinados a isso”*. E então onde fica a mulher Susana Moreira? *“Nem sempre é fácil. Gerir tudo e ser uma mulher com família não é fácil. A família vem comigo, a minha filha e o meu marido vêm para aqui muitas vezes, acompanham-me. A minha filha com 18 anos acompanha-me aos jantares, aos jogos,... tenho esse apoio felizmente”*. Quanto a ser mulher e trabalhar num mundo tradicionalmente de homens, a empresária garante que *“no início isso dificultou as coisas. Felizmente já não é tanto, mas num meio maioritariamente de homens como o desporto é mais. No início não é fácil de acreditarem em nós. Hoje já me conhecem e já confiam. No início, quando entrava em alguns clubes, os dirigentes estranhavam, porque estavam à espera de homens. Faziam-me muitas perguntas, testavam... esta ainda é uma realidade em certos sítios”*.

Convicta de que, nos próximos anos, a Rakso vai conquistar cada vez mais mercado *“e continuar a crescer bem”*, a aposta mais recente de Susana vai para uma nova linha de roupa. *“Vamos criar uma linha casual, para o dia a dia, para os desportistas utilizarem durante a semana, mesmo fora dos treinos”*. Nesta, é claro, *“a qualidade e a diversidade de modelos”* não vão faltar. Na fábrica já se *“estudam novas matérias primas”* que podem resultar em ainda mais novidades.

Susana sabe que *“o caminho do empreendedorismo em Portugal não é fácil, mas temos de apostar, senão o país não anda para a frente”*. Terminamos a perguntar-lhe quando cresceu a sua empresa nestes últimos cinco anos. Susana é rápida na resposta. *“Ainda não parei para fazer contas, mas cresceu, cresceu muito”*. 



Cândido Costa,  
ex-jogador do Futebol  
Clube do Porto e atual  
comentarista desportivo  
da TVI, na Rakso



## Alma salgueirista resiste e persiste



*Clube centenário do Porto parecia ter perdido o rumo desde a insolvência e consequente extinção, mas a fénix vermelha conseguiu dar passos seguros rumo à estabilização. Sob a presidência de Gil Soares Almeida e já com o nome original recuperado, o Sport Comércio e Salgueiros aposta cada vez mais na formação, contando sempre com a simpatia da sociedade.*

Ao falar do Salgueiros é inevitável recuar até 2003, altura em que teve de sair do estádio Vidal Pinheiro – que foi comprado pela Metro do Porto para aí colocar uma estação –, começando a acumular dívidas ao fisco e segurança social, sendo que no ano seguinte já estava impedido de inscrever jogadores. Seguiu-se uma perda de infraestruturas; despromoção; extinção; renascimento; mudanças de nome (‘ressuscitou’ em 2008 como Sport Clube Salgueiros 08’, mas em 2015 cai o controverso 08’ da denominação), de emblema (passou da águia em cima de uma bola para uma fénix vermelha e depois voltou à águia, já em cima de uma bola com o dizer ‘1911’, ano em que surgiu) e de estatutos, tudo enquanto andaram com a ‘casa às costas’ durante 13 azarados anos.

A 8 de dezembro de 2018, precisamente no dia do 107.º aniversário do clube portuense, passam a treinar no Complexo Desportivo de Campanhã, que lhes foi cedido pela autarquia (uma promessa antiga que não tinha sido cumprida), ainda que a formação salgueirista já lá estivesse desde 2009. O acordo prolonga-se por 20 anos, com o compromisso do Sport Comércio e Salgueiros de investir cerca de 600 mil euros na remodelação das instalações.

**“Salgueiros da tradição. Tão velhinho e sempre novo.”**

Tem sido um processo longo e duro, especialmente para um clube que conta no seu histórico com 24 presenças na I Divisão e um honroso 5.º lugar na Liga, que valeu uma presença na Taça UEFA na época de 1990/91. Por ali passaram alguns nomes nacionais e estrangeiros bem reconhecidos, como Ricardo Sá Pinto, Deco, Moreira e Fehér.

Embora vocacionado para o futebol, o Salgueiros também tinha

resultados honrosos no polo aquático e andebol. Agora a equipa sénior de futebol disputa a Divisão de Elite da Associação de Futebol do Porto, ou seja, os distritais. Estão em 1.º lugar, sim, mas tem sido uma queda grande desde o início do milénio.

**“Tu vives no coração. Na alma do nosso povo.”**

Agora existe a ‘Casa do Salgueiros’ na rua Leonardo Coimbra, em Paranhos, o que já é uma vitória e um regresso à freguesia natal. São dois edifícios, outrora devolutos, onde os sócios, adeptos (e não só) se podem juntar, fazer refeições e confraternizar, bem como ver e viver tudo o que seja desporto do emblema vermelho. E também aí o clube sentiu o apoio da comunidade e das instituições.

**“O teu passado de glória. Sempre em nós está presente.”**

O Salgueiros impôs a condição de recuperar os edifícios e o Salgueiros cumpriu. Mas não esteve sozinho. “Foram os sócios que reabilitaram esta casa, com o apoio da sociedade. O facto de o Salgueiros ser de Paranhos e contar com uma enorme simpatia das pessoas, ajudou. Foi-se recuperando esta casa com o apoio de empresas da freguesia: ou dinheiro ou serviços”, frisa, acrescentando que essa era uma prioridade da atual direção. “Em 2014, quando chegámos [era vice na altura], o Salgueiros só tinha futebol sénior sob a sua gestão. A ambição era voltar a ter uma casa em Paranhos. Daí ser ‘Casa do Salgueiros’. E foi inaugurada a 8 de dezembro de 2016”, portanto no 105.º aniversário do “velhinho Salgueiros”.

Para tal muito contribuíram antigas glórias do emblema vermelho. “Os sócios deram a mão de obra, fizemos uma recolha de donativos e atletas como o Sá Pinto [cujo retrato está pintado



numa das paredes exteriores da 'Casa', o Albertino e o Moreira [que entrou aos dez anos e de lá saiu para a baliza do Benfica] contribuíram para a construção desta casa, até porque também vão acompanhando o clube”.

**“E a alegria da vitória. Até faz cantar a gente.”**

Só para se ter uma ideia de quão o clube tem sido prudente e seguro nos passos que dá, nos últimos anos, a 'Casa' será um importante complemento à formação salgueirista. “Vamos ter uma clínica na parte de baixo do edifício para a formação. Com apoio médico e pedopsicológico e dormitório. A Federação gostou da ideia e apoiou-nos. Com verbas próprias e o apoio da comunidade, acabámos por reabilitar o segundo edifício”, anuncia o responsável.

Para um clube que “ficou sem nada”, incluindo um terreno em Arca d'Água onde iria ser construído o novo estádio (já havia maquete de arquitetura e tudo, antes da insolvência), e que teve de andar 13 anos 'com a casa às costas', o facto de se preocupar com as bases é meio caminho para o regresso ao sucesso. “Uma das características que esta direção tem, e é o sentimento da alma salgueirista, é que vai a todas. Reabilitou este edifício. Soube estar a tempo”, assume Gil Soares Almeida, acrescentando que até conseguiram ter o boxe na Vidal Pinheiro.

O melhor é que esta 'Casa' também serve de agradecimento à comunidade. “A nível de logística estamos estáveis. Até temos mais que outros clubes. Temos uma sede social: bar, pavilhão, casa de formação - que queremos inaugurar agora em março - que era a nossa formação, mas que se vai abrir à sociedade, e temos o Complexo Desportivo de Campanhã”.

**“Salgueiros, meu Salgueiros. Ontem, hoje e sempre. Tu serás o mais bairrista.”**

Ponto logístico/financeiro da situação feito, avancemos para o desporto propriamente dito. Além do futebol sénior e de formação, a camisola vermelha estende-se a outras oito modalidades. “Numa 1.ª fase reativámos a secção de atletismo e

ativámos uma secção de bilhar (não é nada profissional). Depois temos paintball (fomos campeões regionais nos últimos anos. Este ano, por opção estratégica, não concorremos, porque é um desporto com algum peso económico); futebol de praia; futsal; boxe; futebol americano, que abrimos este ano; e running (há treinos uma vez por semana com a sociedade)”, enumera Gil Soares Almeida, preocupado em não se esquecer de nenhuma modalidade.

**“Vive no peito da gente. Sempre a alma salgueirista.”**

Igualmente ciente que “o facto de não haver casa, as pessoas acabam por se dispersar”, esta direção tem tentado captar mais sócios, até porque já antes da insolvência eram números reduzidos. Agora são cerca de 1300. O objetivo é alargar esse leque.

Por isso, optaram pela proatividade, adaptando uma categoria de sócios, além do normal, do menor e do estudante. Agora existe o sócio amigo e basicamente trata-se de qualquer pessoa na comunidade que queira ajudar financeiramente o clube desta forma simbólica. “Pagam três euros por mês ou 30 euros por ano e têm todas as regalias de um sócio, exceto ir ao futebol (aí pagam o bilhete)”, esclarece.

E o que podemos esperar do futuro do Sport Comércio e Salgueiros, de “tradição vincada, no coração dos tripeiros? O desejo é chegar ao campeonato profissional de futebol o mais rápido possível, mas é um caminho árduo e deve ser sustentado. Não se devem cometer os erros do passado”.

Confiante que o estádio será construído em Arca d'Água, terreno que continua classificado como equipamento desportivo a nível de Plano Diretor Municipal, “daqui a quantos anos não sei, porque está na mão de privados desde a hasta pública”, Gil Soares Almeida recorre à história do Salgueiros para defender essa crença. “Temos uma história de resiliência. Fomos tantas vezes ao fundo, mas continuamos aqui. Se tiver de definir a alma salgueirista numa palavra é resiliência. Se tiver de definir em duas é amor resiliente”, remata.

**“Ser salgueirista afinal é ter alma do Norte.”** 



Rua S. Diniz, 92  
4250-433 Porto  
+351 223 165 978

# ARQUITETURA DO VIDRO

Muitos, e cada vez mais, são os projetos que têm ganho grandes prêmios da arquitetura mundial e que têm como principal material da sua construção o vidro. No entanto, construir em vidro não é uma moda de agora. Algumas das obras arquitetônicas de maior referência nesta área datam dos anos cinquenta. A eleger três das mais carismáticas seriam a Casa Farnsworth, de Mie Van Der Rohe, a Glass House, de Philip Johnson e a Casa de Vidro de Lina Bo Bardi.

A primeira, construída em Plano, Illinois, nos Estados Unidos, é um volume envidraçado que toma partido da integração com a paisagem, indo ao encontro do conceito miesiano de uma forte relação entre a casa e a natureza. A Glass House, hoje um museu-casa, localizado em New Canaan, no estado norte-americano de Connecticut, foi projetada em 1949 pelo arquiteto Philip Johnson para servir como residência própria. A sua principal característica é o uso intenso de vidro e aço e o grande aproveitamento da paisagem natural vizinha. A proporção, transparência e reflexo de luz natural, são vistas como um marco no desenvolvimento da arquitetura moderna e desta obra em particular.



Lina Bo Bardi, considerada um paradigma da arquitetura moderna brasileira, projetou com o seu marido, nos anos 40, a Casa de Vidro. No bairro do Morumbi, zona sul de São Paulo, nasce a obra, que se sustenta em vários pilares de altura considerável e que dialoga, também ela, com a paisagem envolvente do terreno de forma ímpar.

As três casas são marcadas pela transparência dos grandes panos de vidro e pela leveza de suas estruturas de aço. Foram projetadas quase simultaneamente e fazem prova de que as vantagens da utilização deste material na arquitetura, tais como a amplitude, a profundidade, o aproveitamento da luz natural e a envolvimento com a paisagem, eram já uma consciência dos arquitetos. 



## 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 de 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 equipamentos tecnologicamente muito avançados, 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 Ceval 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

**Distinguidos com o Estatuto PME Líder 2019, qual o próximo patamar a alcançar?**

É com muito orgulho que vemos esta empresa a ser distinguida várias vezes com esta distinção, bem como a posição no ranking das 1000 maiores PMS nacionais, em que em 2017 éramos a empresa 762, e em 2018 passámos para o lugar 492, uma subida que muito nos honra e demonstra a nossa forte e constante evolução, esperamos que no próximo ano com os dados de 2019, ainda seja melhor.

**Que perspetivas têm para o ano de 2020? E no setor vidreiro em Portugal?**

As nossas perspetivas para 2020, são de confiança e contínuo crescimento, mas o contexto europeu com a saída do Reino Unido, da União Europeia, pode abrandar visto as empresas portuguesas terem legítimas dúvidas como ficarão as taxas aduaneiras no futuro, nos produtos Vidro na entrada deste país. 

.....

*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.*

=====





# "O vidro está na moda"

www.comvidro.pt

*Uma empresa familiar, sediada em Oliveira do Bairro, mas que desenvolve trabalhos em toda a zona centro do país. A Comvidro, hoje liderada por Arminda Mota, dedica-se à transformação e aplicação de vidro em habitações ou zonas comerciais.*



A Comvidro é uma empresa sediada em Oliveira do Bairro que se dedica ao comércio e montagem de vidros. Arminda Mota é quem hoje está ao leme desta empresa que foi um projeto do seu marido.

"O Mário nunca tinha trabalhado nesta área antes, o vidro era uma novidade para nós", começa por nos contar. "Começamos numa loja pequenina e depois passamos para um pavilhão". Mais tarde, quando "tudo se tornou pequeno para o volume de trabalho, construímos estas instalações" onde a Comvidro está até hoje. "Desde 2006 que é aqui que fazemos todas transformações de vidro e organizamos as aplicações em casas e lojas".

A empresa, especializada em vidro temperado e laminado, reconhece que "o mercado tem vindo a alterar-se, muito por causa das questões climáticas. O vidro está na moda, mas não é só pela questão estética. É também pela questão de aproveitamento de recursos. O vidro é um material que pode ser reciclado e novamente utilizado", esclarece-nos Arminda.



Para lá de transformarem e aplicarem vidro, a Comvidro faz também "vendas para a indústria do mobiliário". A empresa trabalha sobretudo "o mercado nacional, na área do centro do país, em concreto as regiões de Aveiro, Águeda, Mira, Coimbra, Cantanhede... é aí que temos a maioria dos nossos trabalhos".

A empresa que completa 30 anos em abril tem crescido muito nos últimos anos e Arminda não tem dúvidas de que o grande impulsionador foi o seu marido. "Ele era um lutador, e queria crescer. Quando abriu aqui a zona industrial, construímos este pavilhão. Nessa altura ainda era tudo feito à mão, descarregamos o vidro à mão. Agora temos máquinas que eram impensáveis há uns anos". Essa evolução tecnológica traduz-se num aumento de volume de trabalho, o que faz a Comvidro querer crescer ainda mais. "Já adquirimos o lote ao lado aqui da fábrica, para aumentarmos as instalações".

Atualmente na Comvidro trabalham 14 funcionários. "O trabalho com o vidro é muito técnico e por isso é difícil encontrar mão de obra qualificada", adianta Arminda. Para impulsionarem o negócio, os dois filhos do casal "gerem as três equipas de montagem na rua, todos os dias".



Luciana Nunes é funcionária da Comvidro há 16 anos e acredita que o segredo deste sucesso é trabalhar-se nesta empresa como "numa verdadeira família. Temos uma equipa sólida e a maioria dos funcionários têm muitos anos de casa". Luciana relembra que em 2005, quando chegou à empresa, "todos os documentos/orçamentos eram feitos à mão, mas a Comvidro soube evoluir, acompanhar os tempos e dar as melhores respostas aos clientes".

Para Arminda o segredo é outro. "É preciso gostar-se do que se faz. E nós gostamos muito. Não nos vemos sem isto. Venho para cá todos os dias, acompanhar os funcionários no trabalho, é indispensável", concluiu Arminda. E deve ter razão, que o sucesso da Comvidro disso faz prova. 

# XX ROTA

DA LAMPREIA E DA VITELA

SEVER DO VOUGA  
14 DE MARÇO A 12 DE ABRIL'20



Município de  
**SEVER DO VOUGA**



**Turismo  
Centro  
Portugal**  
Um país  
dentro de Portugal

## **Santo Tirso**

Rua Sousa Trepa, 56  
4780-554 Santo Tirso

## **Bom Sucesso**

Praça do Bom Sucesso, 132  
4200-132 Porto

## **Porto Baixa**

Rua Rodrigues Sampaio, 115  
4000-425 Porto

## **NorteShopping**

Rua Sara Afonso, n.º 105-117  
4460-841 Senhora Da Hora



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

