Guimarães, agora!

nº 2. Abril de 2019 preço 1€ periocidade mensal
director José Eduardo Guimarães

ECONOMIA
& PME'S

PME's Excelência
Distinguidas 41 empresas de Guimarães

Mais 33 em Março
Empresas reforçam capital social

Bilheteiras mais funcionais
ARRIVA muda imagem e serve melhor os clientes

Já transportou 150 mil passageiros
Eléctrico de Guimarães agrada a utentes

UM foi palco
Indústria 4.0 apresentado com pompa

Digitalização é aposta
JFA acaba com papel e assume automação

Feira na Alemanha
Vinho Verde mostra-se na ProWein

Têxtil não concorda com preços

Tratar águas residuais é muito caro

EDITORIAL

Guimarães, Cidade Universitária

VÍTOR OLIVEIRA
voliveiragmr@gmail.com

Até ao próximo dia 10 de maio, Guimarães recebe as fases finais dos Campeonatos Nacionais Universitários, uma organização da Associação Académica da Universidade do Minho, UMinho, Federação Académica do Desporto Universitário (FADU) e Câmara Municipal de Guimarães, que recebe em exclusivo, pela primeira vez, uma competição de âmbito nacional onde são apurados os melhores em oito modalidades diferentes que, por sua vez, vão garantir um lugar nos Campeonatos Europeus Universitários. Durante duas semanas, mais de 2 mil estudantes-atletas, de várias academias do país, ocupam as unidades hoteleiras em Guimarães, fruem e dinamizam a cidade, exploram os cantos e recantos da urbe histórica, conhecem as calçadas do Berço, estimando-se que, mais tarde, seduzidos pela cidade fundacional, possam cá regressar com as suas famílias. Esta não é, porém, mais uma convencional edição dos Campeonatos Nacionais Universitários. A Associação Académica da UMinho adicionou-lhe o conceito da sustentabilidade, em linha com a estratégia ambiental definida pelo Presidente do Município. Neste período de provas, os veículos utilizados serão elétricos e/ou híbridos, a reutilização de garrafas é condição fundamental, prevalecerá o incentivo à reciclagem, apenas será utilizada água da rede pública nas diferentes atividades desportivas e, com vista à obtenção de uma pegada ecológica neutra, será plantado um número de árvores equivalentes aos recursos ambientais consumidos. O evento terá mais de 12 espaços diferentes e ficará na memória não só pela questão das infraestruturas desportivas, mas também por todos os outros projetos em paralelo. Assinala-se, por isso, o significado para Guimarães da escolha para esta competição, o que permite a presença continuada de Guimarães nos principais eventos desportivos em Portugal – realidade que assume um especial significado no trabalho de cooperação para a internacionalização da Cidade Universitária, juntamente com o seu património, cultura, juventude, ciência e conhecimento. Através do desporto e da educação, damos a conhecer Guimarães enquanto concelho de afetos, de laços criados entre as suas gentes e com espírito empreendedor, que projeta o futuro com esperança, com projetos inovadores, como será a Escola-Hotel, em embrião no centro da cidade e que vai regenerar a zona da Cruz de Pedra numa parceria entre a Autarquia e o Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA). A Escola, independentemente do nível de ensino, é muito mais que o edificado – sendo esta também uma área muito reforçada pelo Município. É um ecossistema que deve fazer com que o aluno se sinta preparado para fazer parte da construção de uma sociedade de valores, daí também o permanente investimento da Câmara de Guimarães no setor da Educação, nas áreas artística, desportiva, ambiental, tecnológica ou de participação, contribuindo para a formação cívica e crescimento social dos nossos jovens, na diária missão de criarmos uma sociedade de relações democráticas e solidárias. É na escola, principal meio de aquisição de conhecimento e de desenvolvimento de competências, que os nossos filhos têm de obter as qualificações profissionais e pessoais que necessitam para construírem o seu futuro e de um Portugal melhor, mais desenvolvido e sustentável. Hoje, temos escolas com condições de excelência, modernas e renovadas nas suas infraestruturas, projetos inovadores, estando mais habilitadas para continuarem a formar, com rigor e exigência, as gerações do nosso concelho e do nosso país.

Investimento… nosso!

OUTRO PONTO DE VISTA…

JOSÉ EDUARDO GUIMARÃES
jeguimaraes@guimaraesagora.com

O mundo empresarial em Guimarães é bastante rico: pelo número de empresas, pelos sectores que sobrevivem, pelo número de trabalhadores que sua a camisola, por empresários quase sempre e todos responsáveis, pelos desafios que enfrentam no mundo das exportações, pelos projectos que alimentam, sonham e tornam realidade. Há muitos bons exemplos de gente que não quer apenas ganhar dinheiro e aceita correr riscos, investindo na modernização da sua estrutura, modernizando os seus equipamentos, jogando a bola para a frente sempre com a intenção de marcar golo. E o que tenho notado por este concelho dentro é que há muitas empresas a mudar o aspecto dos seus edifícios, conferindo-lhe uma imagem mais renovada; outros não deixam escapar as oportunidades proporcionadas pelos fundos europeus, no caso do Portugal 2020, forçando mudanças, alterando projectos, conquistando negócios, o que dá para pensar que o investimento em Guimarães está, na sua grande maioria, a ser feito por gente de cá da terra, facto que o torna duradouro e seguro, um sinal mais de que os empresários mais do que ninguém acreditam nas suas próprias organizações, e fazem-no com sentido de futuro. Acresce, também, a participação das mulheres na gestão e direcção das empresas, para além das que exercem funções especializadas, no design, na marketing, na direcção do pessoal, no sector financeiro. Uma evidência de que também pelo género, a direcção e gestão das empresas se altera e muda e acompanhando os sinais dos tempos, praticando os valores da igualdade de oportunidades e outros valores que distinguem as sociedades mais evoluídas. Outra evidência é a de que também nos níveis abaixo da administração, os homens e mulheres que trabalham especializam-se nas suas áreas, são excelentes vendedores, *markteers*, ganhando conhecimentos e experiências que enriquecem as empresas e tornando-se colaboradores imprescíndiveis delas. É esta a realidade do universo empresarial de Guimarães onde há muita gente com valor, gente que se esforça e empreende, gente que cria e gera riqueza, e contribui para a solidariedade e para a felicidade de muitos. São pessoas que devemos compreender e acarinhar, prescrutar, conhecer e reconhecer, de modo a que Guimarães enriqueça - e possa distribuir essa riqueza - já que o trabalho para além de fonte de rendimento é fonte de felicidade, espaço e caminho para a liberdade.

PROTAGONISTAS

JOAQUIM ALMEIDA
Empresário

Mostrou que o direito à indignação pode ser exercido, sem medos nem sofismas, quando os factos nos dão razão. Fê-lo em relação ao preço do tratamento de águas residuais, de forma simples mas efectiva, juntando à causa a Câmara Municipal e depois o governo, mais alguns colegas e quando assim é a razão acaba por ser justificar o comportamento.

ADEGA COOPERATIVA
Internacionalização em marcha

O Vinho Verde, pelo impulso da Adega Cooperativa de Guimarães, foi à feira alemã da ProWein dar um ar da sua graça, confirmando que, tal como outras empresas já o fazem, pode ser um produto para enriquecer o cardápio das exportações vimaranenses e contribuir para valorizar o produto acrescentando-lhe valor e reconhecimento.

EMPRESAS & EMPRESÁRIOS
Em crescimento

Os empresários vimaranenses no universo empresarial continuam os bons sinais do dinamismo económico, oriundo da população local. Há mais 33 novas empresas e o capital social de outras foi aumentado em 1,3 milhões de euros, o que pressupõe fé naquilo que se dirige e também um acreditar no futuro, sempre pronto a surpreender na economia.

MIGUEL MARTINS
Administrador da Sebastião & Martins SA

A FRASE "…"

Temos de acompanhar as mudanças e estar em constante investimento.

Nota-se que há uma chegada de gente nova e formada às empresas e disposta a aceitar os desafios da gestão empresarial, numa transicção quase sempre familiar, de pais para filhos, e que tende a seguir os bons exemplos dos seus ascendentes, também eles mestres da gestão feita à base do empirismo, muito realismo, com alguns laivos de solidariedade e muita responsabilidade. Estamos em crer que o futuro nos há-de dar razão e que os jovens que hoje administram as empresas, muitas delas cotadas e empregando muitos trabalhadores continuarão o seu caminho de êxito, trilhando um caminho de progresso, sem se deixar levar por outros interesses que não so de manter a sua organização saudável e com a responsabilidade social inerente e necessária.

Reforços de capital superiores a 1,3 milhões de euros

Há mais empresas (33) em Guimarães

Texto de: José Eduardo Guimarães

▶ Há mais 33 empresas em Guimarães, depois de Março deste ano. Este é o saldo que decorre das novas empresas criadas - 58 - e das que se dissolveram ou encerraram -19 - e das - 6 - que se encontram em liquidação.

A dinâmica empresarial em Guimarães, registou a criação de 58 novas empresas, no mês de Março. Em termos geográficos, essas empresas nasceram em 16 freguesias e uniões de freguesias, com destaque para Azurém e união das freguesias da cidade (Oliveira, S. Paio e S. Sebastião) onde se instalaram sete (7) empresas em cada território. Caldelas é a vila onde surgiram mais seis novas empresas. A periferia da cidade - Costa, Fermentes, Mesão Frio e Urgezes - é também local escolhido por 12 empresas (três para cada). Curiosamente no mundo rural é a união Atães/Rendufe com duas (2) que surge ao lado de vilas como Brito, Lordelo, Selho S. Jorge e Ponte.

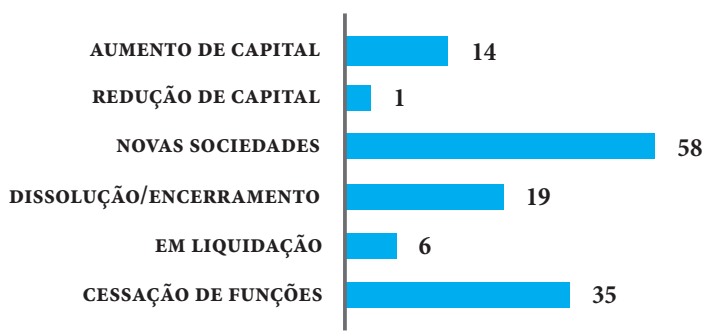
Regista-se, também, no tecido empresarial uma nova esperança e vontade de reforçar os capitais próprios das empresas. Em 14 delas, houve aumento de capital, num total de 1 335 598,60€. Os aumentos variam entre 335 e 450 mil euros. Curiosamente, no único caso de redução de capital o valor reduzido foi de 1 233 000 euros, observado na empresa ZT TWO Image, Comércio de Calçado, SA com sede na união de freguesias Atães/Rendufe, uma empresa ligada ao grupo Aldo Portugal, do ramo de comércio a retalho e que tinha um capital inicial de 3 milhões de euros e que é actualizado para 2 267 000 euros.

As empresas novas e criadas em Março deste ano, estão ligadas aos sectores do comércio (17), ao sector da saúde e prestação de serviços de clínica especializada (9) e ao sector de serviços. Mas há outras actividades principais das novas empresas: restauração (4), turismo, imobiliário e consultoria (9). Contabilidade, pastelaria, agricultura, têxtil e seguros também surgem nesta lista onde duas empresas do sector de confecções e outras duas da construção, com uma ligada ao agenciamento de futebolistas, pertencente ao ex-jogador do Vitória Ives Desmarets, o único sócio e gerente da Elitopportunity, com um capital social de 2 500 euros.

Finalmente, as novas empresas são maioritariamente sociedades por quotas (LDª) puras e tradicionais e 25 escolheram a modalidade *"Unipessoal Limitada"*.

Uma nota para uma sociedade cujo objecto é a compra e venda de participações sociais, outra ligada à consultoria na área do ambiente e energia, uma terceira na área dos serviços com o objecto de fiscalizar redes de água e saneamento. ■

O QUE MUDOU NAS EMPRESAS VIMARANENSES EM MARÇO DE 2019



AUMENTO DE CAPITAL (TOTAL) **1.335.598,60€**

NOVAS SOCIEDADES (POR FREGUESIAS)

Azurém (7), Oliveira, S. Paio e S. Sebastião (7), Creixomil (6), Caldelas (3), Costa (3), Fermentões (3), Mesão Frio (3), Urgezes (3), Atães e Rendufe (2), Brito (2), Lordelo (2), Ponte (2), Sande Vila Nova e Sande S. Clemente (2), Selho S. Jorge (2), Airão Stª. Maria, Airão S. João e Vermil (1), Aldão (1), Briteiros S. Salvador e Briteiros Stª. Leocádia (1), Candoso S. Tiago e Mascotelos (1), Gondar (1), Longos (1), Nespereira (1), Pinheiro (1), Selho S. Cristóvão (1), Serzedo e Calvos (1)

INFOGRAFIA: GUIMARÃESAGORA

VINHOS

Em Düsseldorf e na maior feira do mundo

Vinho verde de Guimarães mostra a sua *"tipicidade"* na Alemanha

Texto de: Nuno Rafael Gomes

▶ Pela sétima vez, a Adega Cooperativa de Guimarães (ACG) marcou presença na *"maior feira de vinhos do mundo"*, na Alemanha. O presidente da cooperativa assegura: *"A reacção aos vinhos continua em alta."*

Foi em Março passado que os vinhos de Guimarães aterraram em Düsseldorf, Alemanha, para se fazerem valer naquela que é a *"maior feira de vinhos do mundo"*. Quem o diz é Sequeira Braga, presidente da Adega Cooperativa de Guimarães (ACG), que realça a importância da ProWein, que vai na sua 25ª edição, neste mercado: *"É a possibilidade de encontrar o mundo inteiro dentro do meio: quem está a produzir e a vender e quem está a comprar."*

Pela sétima vez, a ACG viajou para a feira com um objectivo: promover o vinho verde. *"Estavam 42 produtores de vinho verde português num stand comum, mas todos debaixo da mesma estratégia"*, explica. Em três dias, tal como outras cooperativas, a ACG espalhou a palavra (e o sabor) do vinho vimaranense naquele que, para Sequeira Braga, é uma *"plataforma positiva e interessante para estabelecer contactos"*.

Essa dinâmica tem ajudado ao crescimento das exportações da ACG. Em 2018, as vendas internacionais representaram *"30% da facturação"*. Por isso, os vinhos da adega - o Praça de S. Tiago e o Adega Cooperativa de Guimarães - já se fazem notar em pontos do globo tão distantes como *"o Japão, os Estados Unidos da América ou o Brasil"*, para além de circularem por países europeus como a Polónia, a Holanda e a Alemanha. *"A reacção aos vinhos continua em alta"*, adianta Sequeira Braga. *"Contudo, nunca perdemos de vista o mercado nacional, que tem mais peso."*

Mas o que torna o vinho verde português (e vimaranense) tão interessante? *"O vinho português destaca-se dos restantes vinhos do mundo muito por causa das nossas castas"*, começa por elucidar. *"O vinho verde destaca-se por ser único, não só porque trabalha com castas únicas, mas também pela sua tipicidade."* O que não costuma acontecer, na sua opinião, com os vinhos produzidos lá fora: *"Estão muito concentrados nas castas francesas."* No caso de Guimarães, *"a qualidade é interessante"*.

Tanto que, recorda Sequeira Braga, *"um casal de noivos brasileiros casou-se em Guimarães e disse à empresa de catering que o vinho tinha de ser o da ACG"*. No *"menu"* disponibilizado pela cooperativa, há quatro vinhos Praça de S. Tiago: branco, vinhão, espadeiro e branco reserva. O branco, tinto e rosé são as apostas para a marca com nome homónimo.

Através de programas comunitários, a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos

PROWEIN
Através desta feira os vinhos de Guimarães podem chegar a outros mercados exóticos.

Sequeira Braga satisfeito com os primeiros sinais para a internacionalização do vinho verde.

Verdes (CVRVV) ajuda na *"promoção da denominação de origem"* de cooperativas como a ACG. Para Sequeira Braga, *"tem havido apoios no que diz respeito à internacionalização"*. Contudo, este caminho tem sido de *"ajuda de agrupamento, mas não individual"*. Ainda assim, não nega *"a visibilidade que o vinho português tem no mundo"*. E o turismo também ajuda. *"Quem visita Portugal fá-lo por duas coisas: sol e vinho"*, aponta.

Quem visitar Guimarães à procura do vinho que por cá se faz, *"não o encontrará em qualquer supermercado"*. Pode comprá-lo directamente na Adega Cooperativa de Guimarães, situada em Santo Tirso de Prazins ou tentar a sua sorte nos restaurantes do concelho. E estes vinhos são medalhados: o espadeiro e o vinhão da Praça de S. Tiago foram considerados dois dos melhores vinhos de 2019 pela CVRVV, com uma classificação de honra, numa lista dominada pela casta Alvarinho. ■

"O vinho verde destaca-se por ser único, não só porque trabalha com castas únicas, mas também pela sua tipicidade."

"O vinho português destaca-se dos restantes vinhos do mundo muito por causa das nossas castas."

Mercado asiático em alta

O *"ProWein Business Report"* serve de barómetro para as tendências neste mercado. Mais de 2300 experts da indústria vinícola participaram no relatório, que aponta para algumas conclusões a médio prazo. Segundo os dados divulgados, referentes a 2018, a China é o mercado *"mais atractivo para exportações"*. No pódio, seguem-se-lhe o Japão e Hong Kong. Apesar da boa classificação, a China é também o mercado *"com maior risco"*. Os especialistas do vinho também consideraram que o *"maior potencial para novos mercados vinícolas nos próximos cinco anos"* concentram-se no continente asiático: Singapura, Taiwan, Emirados Árabes Unidos, Vietnam e Índia são os destinos mais mencionados. Ainda assim, a Europa marca presença neste top 5, com a República Checa em segundo lugar.

As questões políticas azedam o mercado - pelo menos é a conclusão relativamente ao Reino Unido. As ilhas britânicas representam *"o mercado menos atractivo"* no presente e futuro. O relatório não se centra apenas na questão do Brexit, mas também no *"crescente imposto sobre o álcool"*.

Portugal é o país mais procurado pelos vendedores que procuram *"expandir a sua gama de vinhos para novos países de origem"*. África do Sul e Argentina são outros dois pontos de interesse. ■

PME EXCELÊNCIA

Cerimónia de consagração decorreu em Braga

Em Guimarães há 41 PME de excelência - pelo menos até 2020

▶ A cerimónia das PME (pequenas e médias empresas) de excelência aconteceu em Braga, a 17 de Abril. Empresários vimaranenses não faltaram à celebração dos negócios *"verdadeiramente excelentes"*.

Texto de: Nuno Rafael Gomes

Fernando e Paula Barbosa vieram *"a correr"* para Braga. Os proprietários da GuimaBombas, sediada em Vermil, estavam a sentir, em primeira mão, os efeitos da greve dos motoristas de matérias perigosas, que colocou o país na reserva entre 16 e 18 de Abril. *"Tem sido muito duro, mas cá estamos"*, contava Paula. *"Não estamos relaxados"*, acrescentou Fernando. Contudo, estavam ali para *"receber um miminho"*: pela terceira vez, conquistaram o estatuto PME Excelência 2018.

A distinção, atribuída pelo IAPMEI (Agência para a Competitividade e Inovação) desde 2009, teve este ano lugar no Altice Fórum Braga, no dia 17. O primeiro-ministro, António Costa, esteve presente na entrega dos galardões, assim como Pedro Siza Vieira (ministro-Adjunto e da Economia) e João Neves, secretário de Estado da Economia. Ao todo, foram premiadas 2378 empresas.

Mas a GuimaBombas, de importação de bombas automedidoras, não foi a única empresa do concelho vimaranense presente na cerimónia. Longe disso: durante um ano, prazo de validade para esta classificação, 41 negócios de Guimarães são PME de excelência. E há algumas que dão provas de longevidade, assinalando este ano datas redondas. Um desses casos é a Sebastião e Martins, que há quase quatro décadas se destaca na fabricação de papel e de cartão canelados. Quem representou a empresa de Santo Tirso de Prazins foi Miguel Martins, um dos administradores. E esta não foi

São de vários sectores e são o espelho do dinamismo económico em Portugal.

> No final dos anos 90, o têxtil e o calçado eram os principais mercados. Depois, tivemos de apostar na indústria alimentar."

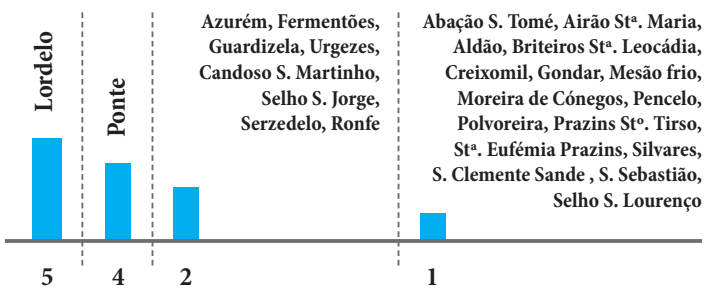
uma estreia: *"Já é o nosso oitavo ano consecutivo enquanto PME Excelência"*, referiu o administrador da empresa, que valida o seu título ano após ano desde 2011.

Um sinal da *"qualidade e serviço"* da firma, como apontou Miguel, num concelho onde não falta concorrência. *"No final dos anos 90, o têxtil e o calçado eram os principais mercados. Depois, tivemos de apostar na indústria alimentar"*, explicou. *"A entrada da China na Organização Mundial do Comércio"*, em 2001, colocou alguns obstáculos à Sebastião e Martins; contudo, esta é uma *"empresa que sempre deu lucro"*. Ainda assim, a empresa familiar não quer ficar parada no tempo. *"Temos de acompanhar as mudanças e estar em constante investimento"*, disse Miguel. *"Por isso, apostamos na evolução da maquinaria e automação, na área do IT* [tecnologia de informação] *e na reformação dos nossos funcionários"*, apontou ainda. ■

> "Apostamos na evolução da maquinaria e automação, na área do IT e na reformação dos nossos funcionários."

Empresas premiadas 2019

FREGUESIAS:



- A Fornecedora do Outeiro, Lda.
- A. P. Freitas, Lda.
- Aviário do Formal - Ovos e Derivados Unipessoal, Lda.
- Bolama Supermercados, Lda.
- Calsuave – Indústria de Calçado, Lda.
- Carlos Manuel Salgado da Costa, Lda.
- Carpintaria S. José de António Machado & Filhos, S.A.
- Confecções Monte Rode, Lda.
- Crispim Abreu & Cª., Lda.
- Cristêxtil - Confecção, Lda.
- Cutelarias Cristema, Lda.
- Danijo-Indústria de Confecção, Lda.
- Donaire Portugal - Manufacturas de Calçado, S.A.
- E.V.A. - Eléctrica da Varziela, S.A.
- Etigui, Etiquetas Guimarães Unipessoal, Lda.
- Fábrica de Etiquetas Silva, Lda.
- Fábrica de Tecidos do Carvalho, Lda.
- Farmavcastro, Lda.
- Francisco Vaz da Costa Marques, Filhos & Cª., S.A.
- Franova - Materiais de Construção Francisco Novais & Cª., Lda.
- Guimabombas - Importação de Bombas Automedidoras Lda.
- Herculanos, Sociedade de Investimentos Hoteleiros S.A.
- Hydracooling, Lda.
- Kiwi Greensun - Conservação e Comercialização de Frutas, S.A.
- Lumatex - Indústria Têxtil, Lda.
- Midouro - Sociedade Panificadora, Lda.
- N. V. E. - Engenharias, S.A.
- Neiperhome, S.A.
- Nevsta - Paper & Tecnology Lda.
- Padaria Pastelaria São Tomé de Abação Unipessoal, Lda.
- Paradigma Footwear, Lda.
- Pimba - Importação e Exportação de Vestuário, Lda.
- Polibras - Abrasivos e Polimento, S.A.
- Realfio-Têxteis, Lda.
- Roteiro Útil, Lda.
- Sebastião & Martins, S.A.
- Sociedade Têxtil Vital Marques Rodrigues, Filhos, Lda.
- Solinhas - Acabamento de Fios, Lda.
- Sportsuma Lda.
- Vercar - Sociedade Comercial de Alumínios, Lda.
- Xarmislar - Sociedade Têxtil, Lda.

PME EXCELÊNCIA

Guimarães já foi *"mais fértil"* para negócios

Quem também se encontrava pelo Altice Fórum Braga era António Silva. *"Sou o empregado mais responsável do Bolama"*, dizia, em tom de piada, o homem-forte da cadeia de supermercados. Na opinião de António, o Bolama é *"um bom primeiro emprego"* para os *"jovens da região"*. A julgar pelo que o sócio-gerente das lojas Bolama disse, muitos terão passado por lá desde 2010, o primeiro ano em que o Bolama foi considerado uma PME de excelência. No ano passado, a empresa investiu num centro logístico situado em Ronfe, de modo a apoiar a distribuição para todas as lojas. *"É tão grande quanto isto"*, exclamou, apontando para a área onde decorreu a cerimónia.

Lurdes Leite
(Fábrica de Etiquetas Silva, Lda.)

Fernando e Paula Barbosa
(Guimabombas - Importação de Bombas Automedidoras Lda.)

João Fertuzinhos e esposa
(Cutelarias Cristema, Lda.)
e Miguel Martins
(Sebastião & Martins SA)

António Silva, Carla Silva e Marisa Silva *(Supermados Bolama, Lda.)*

Guimarães é o 3º concelho do distrito com mais PME de excelência

No que diz respeito a distritos, Braga é o 4º com maior concentração de PME (10,9%), numa lista liderada por Lisboa, Porto e Aveiro. Tem 240 PME de excelência. O concelho bracarense foi o que mais contribuiu: do total, 61 situam-se nesse município. Seguem-se-lhe Barcelos, com 56, e Guimarães (41), a fechar o pódio, mas por pouco: em Famalicão, há 40 PME de excelência. Esposende, Fafe, Vila Verde e Vizela também são casa de algumas das empresas premiadas no certame.

Para António, não há *"negócios fáceis"*. Lurdes Leite partilhou a opinião, mas acrescentou: *"Guimarães já foi muito mais fértil para alguns negócios."* Neste caso, o têxtil. A chefe de vendas da Fábrica de Etiquetas Silva, de Lordelo, veio receber a distinção, que *"é sempre importante"*. Ainda que reconheça a perda de fulgor do tecido industrial têxtil na região, Lurdes ressalvou que a empresa tem conseguido *"bons resultados"* desde o início, em 1987.

Os bons resultados de negócios como os de Lurdes não são, para Pedro Siza Vieira, *"por acaso"*. O ministro-Adjunto e da Economia frisou: aquelas 2378 são *"verdadeiramente excelentes"*. O número é *"o maior desde o começo"*, tendo existido um aumento *"de 60% em quatro anos"*. Este conjunto de PME também apresenta o quadro de maior autonomia financeira *"de sempre"*. Para António Costa, essa autonomia é resultado de *"um casamento feliz entre bancos e empresas"*. O primeiro-ministro sublinhou que o *"país precisa de uma década"* em que exista convergência com os valores financeiros da União Europeia.

Do número total de negócios premiados, 604 são de média dimensão, ao passo que 122 são microempresas. A maior parte, 1652, são empresas de pequena dimensão. Num todo, as 2378 PME de excelência são responsáveis *"por um volume de negócios superior a 10 mil milhões de euros"* e por mais de 86 mil postos de trabalho. Indústria (30,2%), comércio (25,4%) e turismo (19,8%) são as áreas em que a maior parte das empresas se inserem. Em Guimarães, o caso é diferente. A indústria têxtil é líder: 16 empresas do concelho foram premiadas. Já o comércio, a retalho ou por grosso, é a área de actuação de 9 PME de excelência vimaranenses. Empresas de calçado, cutelaria, construção ou restauração também foram galardoadas. ■

Visitas AICEP ajudam à promoção do vestuário em Espanha

Tradesport e Pinker Moda nas empresas

Texto de: José Eduardo Guimarães

▸ A revista espanhola Tradesport, vai visitar empresas portuguesas fabricantes de vestuário e tecidos inovadores para a moda desporto, funcional e sustentável.

A visita é organizada pela AICEP e as empresas interessadas devem inscrever-se até 15 de Maio, no caso de estar interessadas em receber os jornalistas daquela revista e observar o regulamento que esclarece que a visita far-se-á a seis ou oito empresas, sendo estas obrigadas a cumprir o programa elaborado, disponibilizar informação promocional, em inglês ou espanhol, bem como informação técnica sobre produtos, e fornecer fotografias e ouros materiais essenciais para a correcta promoção no mercado espanhol.

A visita de decorre de 3 a 5 de Junho sendo a inscrição on line gratuita, no site da AICEP.

A Tradesport é uma revista profissional de desporto, dirigida ao segmento B2B desta área, sendo o seu público, entre outros, marcas, cadeias de lojas, lojas e distribuidores de artigos de desporto. Com edição em papel e digital, cerca de 7.500 profissionais fazem *download* mensalmente da revista em pdf e 30.500 recebem, semanalmente, a sua *newsletter*.

Esta visita tem como principal objetivo promover a imagem de Portugal em Espanha, nos segmentos de desporto com maior valor acrescentado, através da divulgação da atual oferta portuguesa de vestuário técnico, de tecidos, de materiais e acabamentos inovadores, de confeção vertical, mostrando o potencial que pode ser oferecido às marcas na produção de vestuário e outros complementos têxteis de desporto com qualidade, sustentabilidade, funcionalidades e desenho inovador.

Nesta visita, as empresas do setor têxtil e da confeção com oferta para a área do desporto, têm a oportunidade de apresentar os seus produtos, tendo em vista a sua promoção em Espanha.

Mercado espanhol continua a ser importante para as exportações.

Espanha encontra-se no top 10 dos principais exportadores mundiais de vestuário, com vendas que a OMC estimou em 14.344,8 milhões de dólares.

Atualmente, exporta mais que países como França, Reino Unido ou Estados Unidos, e que economias emergentes como Indonésia, Camboja ou Paquistão, devido à internacionalização dos seus principais grupos económicos do setor.

Para Portugal, Espanha continua a ser o primeiro mercado de exportação de têxteis e de confeção.

PROMOÇÃO
Utilizando os meios de comunicação continua a dar créditos à imagem das empresas nacionais.

Apesar de ter descido, da 6ª para a 9ª posição, como fornecedor de moda para este mercado, tem-se verificado, no entanto, o aparecimento de novas marcas e operadores que procuram produtos diferenciados e com qualidades distintivas que Portugal tem para oferecer, podendo vir a ser bons parceiros a desenvolver no futuro próximo.

Atualmente, Espanha tem uma rede alargada de lojas de Moda Desporto (entre 4500 a 5000) e cerca de 15 centrais de compra especializadas neste segmento de mercado, que criam algumas marcas próprias, com capacidade para concorrer ao nível das grandes marcas e os operadores verticais internacionais deste setor.

Também a Pinker Moda, revista espanhola vai estar junto de empresas portuguesas, fabricantes de vestuário e tecidos inovadores no âmbito da moda funcional e eco sustentável, de 20 a 22 de Maio.

A Pinter Moda é uma revista profissional do têxtil e da moda, dirigida ao segmento B2B, sendo o seu público, entre outros, marcas espanholas de moda-vestuário (36%), cadeias de moda (35%), grossitas e distribuidores do sector (15%).

Com edição trimestral, em papel, e doze *newsletters*, *online*, por mês, o seu site Pinkermoda.com é acessível a qualquer dispositivo móvel.

Esta visita tem como principal objetivo promover a imagem de Portugal em Espanha, nos segmentos com maior valor acrescentado, através da divulgação da atual oferta portuguesa, ligada à inovação, de vestuário técnico, de materiais e acabamentos inovadores, de tecidos, de tecidos estampados e de confeção vertical, mostrando o potencial que pode ser oferecido às marcas na produção de coleções com qualidade, sustentabilidade e funcionalidades. ■

INDÚSTRIA 4.0

Portugal na rota de nova revolução industrial

O futuro chegou a Guimarães com o i4.0 - e *"estamos todos convocados"*

▶ O campus de Azurém da UM foi palco, no início do mês, para o lançamento da segunda fase do programa Indústria 4.0. O primeiro ministro esteve presente e ressalvou: *"Temos de pedalar mais do que os outros."*

Texto de: Nuno Rafael Gomes

Em cada um dos stands que se estendiam pelo átrio da Escola de Engenharia da Universidade do Minho (UM) havia conhecimento materializado em inovações tecnológicas. Afinal, o campus de Azurém acolheu, no dia 9 de Abril, um dois em um: a Feira da Indústria do Futuro e a apresentação da segunda fase do projecto nacional Indústria 4.0 (i.40). O primeiro-ministro presidiu ao lançamento do programa e lançou, no final da sua intervenção, o repto: *"Estamos todos convocados."*

Segundo António Costa, *"esta é a primeira revolução industrial em que Portugal pode partir na linha da frente"*, porque o desenvolvimento da indústria do futuro não depende da *"localização geográfica"* nem da *"matéria-prima"*, mas antes do *"conhecimento"*. Por isso, antes, o primeiro-ministro passou por todas as bancas das empresas presentes, ouviu as explicações dos

INDÚSTRIA 4.0

A visita do Primeiro-Ministro dinamizou a Feira da Indústria do Futuro.

> "Esta é a primeira revolução industrial em que Portugal pode partir na linha da frente."

seus representantes e experimentou as novidades que prometem acelerar a desenvolvimento das indústrias portuguesas.

Estes são exemplos que podem colocar Portugal *"no pelotão da Europa"* nesta corrida à digitalização da economia: é uma oportunidade para o país crescer *"sustentadamente"* ao longo da próxima década. *"Temos de pedalar mais do que os outros"*, disse António Costa.

É que Portugal não está, ainda, nesse pelotão. Segundo os dados apresentados por Jorge Portugal, director-geral da COTEC, só 25% das empresas portuguesas estão a acompanhar a revolução que a tecnologia impõe nas indústrias. Os números apontam para uma posição que se pretende melhorar: comparativamente com outros países da União Europeia, Portugal está a meio, já que 75% do *"tecido empresarial"* ainda precisa *"de suporte no processo de digitalização"*, referiu o director-geral da COTEC. Para inverter o cenário, é preciso *"fazer isto de forma muito mais massificada"*, afirmou Pedro Siza Vieira, ministro da economia. António Costa corroborou: *"Temos de dar escala e replicar para tornar os 25% na regra."*

Como? Através das 11 medidas, agrupadas em *"três linhas orientadoras"*: Generalizar, capacitar e assimilar. Estão previstos 600 milhões de euros para investimento nos próximos dois anos, que servirão para *"alcançar e envolver"* de mais de 20 mil empresas portuguesas, bem como a requalificação e formação de mais de 200 mil trabalhadores e o financiamento de mais de 350 *"projectos transformadores"*. Estas são linhas orientadoras que resultaram do trabalho do secretário de Estado da Indústria que lançou o programa i4.0, João Vasconcelos, que faleceu em Março passado. João Vasconcelos foi homenageado naquela tarde, tendo sido relembrado pelo *"optimismo contagiante e energia inesgotável"*, como referiu António Costa no início da sua intervenção.

Oportunidades para a *"geração mais qualificada de sempre"*

Por todo o edifício da Escola de Engenharia da UM havia jovens curiosos que olhavam atentamente para cada um dos projectos dispostos

INDÚSTRIA 4.0

nos stands. Outros escutavam atentamente cada uma das intervenções. O primeiro ministro falou para eles: o governo tem *"o dever de criar oportunidades para esta geração"*, a mais qualificada de sempre em Portugal. *"Têm todo o direito de exigir de se realizarem profissional e pessoalmente em Portugal"*, reforçou António Costa. Joana Coelho, 24 anos, e Diogo Constâncio, 23, são dois exemplos de jovens à espera de *"agarrar esta oportunidade"*.

Ambos apresentavam um demonstrador de visão computacional e de realidade aumentada a quem estivesse interessado (como o próprio primeiro ministro) e explicavam, detalhadamente, o trabalho desenvolvido pelo Centro de Computação Gráfica (CCG). A associação de investigação, desenvolvimento e consultoria foi fundada em 1993 e está instalada no campus de Azurém da UM.

> "Têm todo o direito de exigir de se realizarem profissional e pessoalmente em Portugal.

O produto apresentado permite simplificar *"todo o processo de fabricação de moldes"*. Ou seja, os *"óculos"* 4D de realidade aumentada detectam toda e qualquer falha no molde em causa, com *"alta precisão"*. E este é só um exemplo. Para Diogo, estudante no Mestrado em Engenharia Informática, as medidas apontadas pelo programa i4.0 podem *"ajudar a fixar jovens"* não só em Portugal, como também *"em Guimarães"*. Para além disso, e no caso da CCG, *"permite colaborar com empresas"*. Já Joana, engenheira técnica de desenvolvimento na empresa, acredita que o projecto i4.0 *"possibilita inovar mais"*, mas a jovem considera que, por cá, *"a revolução digital ainda não é tão grande"* como em outros pontos do globo.

Autarcas, industriais e autoridades entre os presentes.

Uma academia para a indústria vimaranense

Ainda assim, ambos reconhecem que a requalificação e formação de trabalhadores mais antigos das empresas portuguesas mostram *"interesse"*, para além de não existir *"muita disparidade"* entre conhecimentos. Os jovens ajudam, os mais velhos assimilam e reúnem conhecimentos: afinal, a passagem para a economia digital também se faz assim.

Guimarães quer fazer a sua parte neste processo. Foi acordada a parceria entre a Câmara Municipal de Guimarães, o Governo e a UM, que resulta no projecto I9G, que visa propulsionar a indústria 4.0 através de planos de inovação desenhados para as empresas do concelho. Essa mudança também passa pela transferência de conhecimento da universidade para as empresas - o que pode *"atrair e fixar"* talentos. O projecto conta em facilitar a logística e dinâmica de formação nas empresas através da Academia Industrial, que ficará situada em Pevidém. A sua criação representa um investimento de 200 milhões de euros.

Nesse processo de transição, o Shift 4.0 pode prestar uma preciosa ajuda. Desenvolvida pelo ISQ e promovida pelo IAPMEI, a ferramenta proporciona um autodiagnóstico às empresas *"de forma simples e automática"*. Assim, avalia-se o *"estado de maturidade digital"* do negócio e, de acordo com o resultado final, obtém-se *"um relatório com linhas orientadoras para melhorar o caminho a seguir rumo à indústria 4.0"*. ■

Um estado "2.0"?

Na apresentação da segunda fase do i4.0, três empresários que colocaram as suas empresas no patamar de *"maturidade digital"* nos últimos anos, houve uma frase que gerou algum barulho de fundo e risos contidos. Para Sónia Calado, administradora da DRT, uma empresa de Leiria que actua na área dos moldes, *"devíamos ter um Estado 4.0 e não 2.0, que é aquilo que temos"*. As intervenções dos membros do governo presentes só viriam depois, mas a empresária insistiu que, no que toca a decisões, o processo *"é muito lento"*. E isso pode comprometer o desenvolvimento de certos projectos das empresas: *"Quando se está um ano à espera da decisão, aquilo que era verdade no momento da candidatura já não o é no momento da implementação"*. Para Sónia Calado não existe uma política de proximidade do estado para com os empresários. *"Os órgãos de decisão deviam visitar as empresas e não avaliar as candidaturas só com base no que fica escrito"*, defendeu. Jorge Castro, da Artnovion, que participou no mesmo painel, concordou com a administradora da DRT. ■

32

PÁGINAS A CORES

10 000

EXEMPLARES

Guimarães, *agora!*

ANUNCIE AQUI:

+351 **93 117 39 15 | 96 986 11 82**

publicidade@guimaraesagora.com

www.guimaraesagora.com

TÊXTIL EM DESTAQUE

Edifícios para Academia da Indústria

A aquisição do antigo edifício fabril da empresa João Ribeiro da Cunha & Filhos Lda, para Academia da Indústria, só vai ser concretizada quando a Câmara Municipal de Guimarães puder contar com o apoio do governo. Domingos Bragança, anunciou na última sessão da Assembleia Municipal que espera concretizar com o governo um protocolo onde se definam claramente os apoios para o *"projecto de inovação de âmbito regional para o sector industrial de Guimarães"*, recentemente apresentado ao Ministério da Economia. Só desta forma, o Município poderá adquirir dois espaços - tecelagem e tinturaria têxtil - com uma área de 5700 m2, do conjunto de edifícios que estão na massa falida da empresa João Ribeiro da Cunha. Aliás, é da concretização deste negócio e da compra de parte dos edifícios pela Câmara que os trabalhadores poderão receber parte dos seus créditos neste processo de insolvência.

Desnivelamento de Silvares

Os concorrentes à empreitada lançada pelas Infraestruturas de Portugal, SA para a concretização da Via do Ave Park - onde se inclui o desnivelamento de Silvares, era conhecidos a 4 de Maio. Por anúncio publicado no Diário da República (II Série de 4 Abril de 2019), foi aberto o concurso para a obra de renovação hidráulica, cm um preço base de 3,5 milhões de euros.

Lençóis da Lameirinho no *"World Explorer"*

Na cerimónia de apresentação do *"World Explorer"* - o navio de cruzeiro, construído em Portugal, Mário Ferreira da empresa Mystics Cruises, deu a conhecer a preferência dada à Lameirinho, para o fornecimento dos lençóis e artigos têxteis, que farão parte dos adornos daquele excêntrico navio. A Lameirinho com o têxtil, a Vista Alegre com as loiças e os móveis de Paços de Ferreira são o trio de fornecedores de elementos de coração do *"World Explorer"*, cuja cerimónia agitou o *jet-set* de que a partir de Portugal, nasceria cruzeiros de luxo até à Antártida e ao Ártico.

Empresários foram ao Ministério do Ambiente

Preços da água são exorbitantes

Texto de: José Eduardo Guimarães

▶ Uma solução para diminuir o preço do tratamento das águas residuais pode estar a ser preparada nos gabinetes dos Ministros do Ambiente e da Economia.

Em 2ª feira de Páscoa, saíram da Câmara Municipal de Guimarães rumo ao Ministério do Ambiente, os empresários Joaquim Almeida (Têxteis JFA), Paulo Melo (Somelos e presidente da ATP), Paulo Sorrico (em representação da Lameirinho) e Ricardo Costa, vereador municipal para as actividades económicas.

Encontraram-se no Ministério do Ambiente, já da parte de tarde, com Matos Fernandes, ministro do Ambiente numa reunião em que estiveram o novo Secretário de Estado do Ambiente, João Ataíde, o presidente da Águas do Norte, José Luis Vale.

A delegação vimaranense, não veio de mãos a abanar. Para já, o Ministro do Ambiente reconheceu que os preços do tratamento de água são muito altos - cerca de 35% acima do custo real - e depois a solução que permitirá a possível baixa de preços, vai ser resolvida com a Águas do Norte - que detém a concessão - e a Tratave - empresa que explora o tratamento da água.

É com base no entendimento contratual entre a Águas do Norte e a Tratave que os preços foram subindo para satisfazer um plano de negócios e um *"project finance"* que não podem ser pagos pelas empresas têxteis.

Ora, só revendo o contrato de concessão que assinaram com o governo que Águas do Norte e Tratave podem intermediar a solução de baixa de preços e a sua estabilização para anos futuros. Jogadas as cartas importa saber quem vai dar os passos seguintes. Os empresários querem saber se o custo do tratamento de águas residuais vai continuar a afectar a competitividade dos têxteis, numa altura em que o mercado se retrai e a procura diminui, o que pode pôr em causa o pagamento de investimentos feitos pelas empresas. Em causa, está um sector importante para economia do país e para a região.

Ricardo Costa já apresentou o problema ao Ministro da Economia e agora o do Ambiente fica a saber que tem de ser parte da solução. Lembra que a Águas do Norte tem um volume próximo dos 15 milhões de euros apresentado lucros de 3,5 milhões e não pode ser o sector têxtil a solidarizar-se com os objectivos e metas da empresa.

O vereador entende que não se pode baixar os braços e manter a vigilância sobre os passos da Águas do Norte e da Tratave é algo que deve ser *"seguido"*. E se uma semana já passou depois da reunião, em Lisboa, nas próximas pode conhecer-se o que resultou, de prático.

Paulo Melo, administrador da Somelos e também presidente da ATP, entende que *"os governantes já conhecem a realidade deste assunto, dos valores em questão e do valor expressivo das exportações, e as empresas não podem continuar a pagar uma factura tão grande para o tratamento de água"*.

Reconhecendo que *"esta abordagem pelo Ministro do Ambiente foi importante"*, Paulo Melo concorda ao se pôr em cima da mesa *"de forma tão clara um custo operacional exorbitante"*, admite que ninguém pode baixar os braços até que algo de concreto se concretize. Deixa ainda uma palavra de apreço ao Município e ao vereador Ricardo Costa por se empenharem numa iniciativa *"louvável"* e mostrar *"o interesse da autarquia pelo sector têxtil."*

O director-geral da Tratave, Claudio Costa, sustenta que pratica preços fixados pela Águas do Norte. *"De acordo com o seu contrato, obriga-se a aplicar aos seus clientes o tarifário indicado pela sua concedente, a Águas do Norte"*, adiantando que as regras do seu cálculo decorrem do contrato de concessão assinado e que o Ministério do Ambiente conhece. ■

Todos reconhecem a importância do sector têxtil para a região.

© Rui Apolinário/ T jornal

Joaquim Almeida não teve receio de expressar a sua indignação

"Estamos sempre a reduzir aos custos e não podemos fazê-lo com o tratamento de água"

▶ Foi no início do ano que surgiu a indignação perante a tabela de preços praticado pela Tratave para tratar águas residuais.

Texto de: José Eduardo Guimarães

Quando a 17 de Janeiro deste ano, Joaquim Almeida, assumiu, sem qualquer receio, a indignação dos industriais têxteis sobre os preços praticados pela Tratave para tratamento de águas residuais, abriu as asas de um movimento que, quando é preciso, deve agitar a indignação sobre o que importa corrigir e mudar. Apesar de apoiado em quase silêncio absoluto pelos seus pares, o empresário não baixou os braços e seguiu uma cruzada que não quer apenas sua e à qual a Câmara Municipal aderiu. E que possa representar uma estimulo à união de empresas e empresários na defesa de interesses comuns. E pode ter ajudado a sensibilizar o governo para encarar este problema de frente.

Ao Jornal T, Joaquim Almeida mostrou a sua revolta com o aumento de 4,3% - superior à taxa de inflação - que afecta a competitividade do sector, perante ameaças de custos de contexto que desfavorecem as empresas nacionais.

"O nosso esforço de reduzir custos, que é constante, para manter a nossa competitividade, não podia ser posto em causa, por decisões administrativas tomadas em gabinetes", afirma justificando a tomada de posição e defendendo que para além de justa, merecia também uma apreciação e valorização, de quem às vezes não quer entender nem o contexto onde os empresários gerem as empresas, nem, muito menos, a importância do sector têxtil para a economia regional e nacional.

Este acelerar de indignação é explicado porque *"até agora o sector aproveitou bem as condições e as oportunidades do mercado"* para aguentar as taxas impostas. Mas o mercado está um pouco em baixa e os custos com o tratamento das águas residuais, não podem ser a gota de água que traga mais instabilidade aos preços que o sector têxtil pratica para se manter competitivo.

Joaquim Almeida iniciou uma cruzada que trará benefícios para as empresas têxteis.

> "O nosso esforço de reduzir custos, para manter a nossa competitividade, não podia ser posto em causa."

Sabendo que, afinal, o aumento dos preços do tratamento de águas residuais são alterados para que as Águas do Norte possam manter metas administrativas traçadas num plano de negócios que marca a sua sustentabilidade, sem cuidar de saber quem paga e quanto paga, Joaquim Almeida entende que *"o sector têxtil não deve ser a vítima desses objectivos"* e teme que *"haja mais aumentos em 2020"*.

Lamenta aquele empresário que se lhe dificulte *"a instalação de uma ETAR para fazer esses tratamentos, como já requereu"*, evidenciando que os organismos do Ministério da Economia que tutelam essa área *"encravem por tudo e por nada"* essas ETAR's que em tempos estimularam para serem construídas. Reconhecendo que neste caso particular da água há uma concorrência desleal, lembra que as empresas estudam todas as estratégias para manter os seus custos controlados, e Joaquim Almeida explica o que se passa com a energia. *"É o único custo que vamos controlando porque, dada a liberalização do mercado da energia, podemos negociar com qualquer empresa distribuidora, o melhor preço e neste caso temos sentido a baixa de custos"* - sustenta. Admite que outra solução de redução de custos de energia passa pela instalação de painéis solares de cerca de 1,5 milhões de euros, capaz de com um motor de auto-consumo, diminuir à factura energética.

Sobre a conjuntura actual, Joaquim Almeida nota sinais de retração do mercado, que afecta para já as pequenas empresas que prestam serviços às exportadoras, num cenário em há mais trabalho mas preços mais baixos. Admite que com o boom de anos anteriores, haja empresas em dificuldades por terem investido na base de um cenário económico mais favorável e adequado à necessidade de se tornarem mais competitivos e que agora têm dificuldades em pagar compras de equipamento ou aumentos na estrutura fabril. ■

> "Dada a liberalização do mercado da energia, podemos negociar com qualquer empresa distribuidora."

INOVAÇÃO EM PRODUTO

João Almeida, administrador da JFA

"Temos de propor ao mercado algo particular"

Texto de: Nuno Rafael Gomes

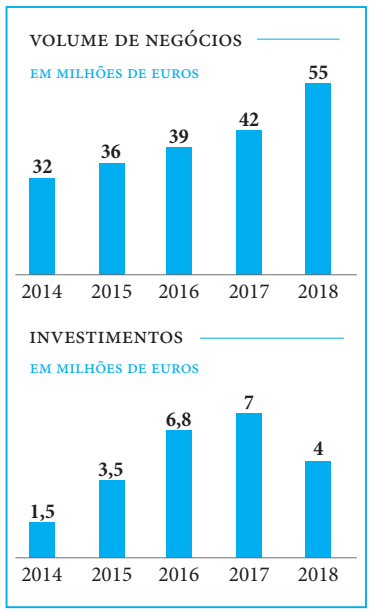
▶ O director do núcleo de fiação e tinturaria da JFA acompanha, há quase dez anos, o salto da empresa de têxteis para os mercados externos. E isso inclui o nascimento de fios inovadores e amigos do ambiente.

João Almeida é um homem ocupado. Sobe e desce as escadas da empresa rapidamente nos intervalos entre reuniões e recebe chamadas durante a conversa com o **Guimarães, agora!**. Nota-se que há um planeamento rigoroso no seu dia-a-dia. O jovem de 29 anos é o director do núcleo *"responsável pela fiação e tinturaria"* da J.F. Almeida (JFA), empresa do sector têxtil para o lar sediada em Moreira de Cónegos. A sua jornada no negócio de família começou há nove anos, logo depois de ter terminado a licenciatura em Gestão de Empresas. Mais tarde, reforçaria valências e conhecimentos com a pós-graduação em Finanças.

O escritório onde nos recebe é amplo e predominantemente branco, há blocos, canetas e uma calculadora na mesa. Mas também saltam à vista toques coloridos em cada canto. Cones de fios que parecem reluzir, peças de roupa em cabides ao fundo da sala - a decoração espelha o trabalho (e o sucesso). *"Os fios e a tinturaria representam 20% do volume de facturação geral"*, explica, acrescentando que a percentagem equivale a *"quase 10 milhões de euros"*. Os irmãos de João também dirigem os restantes núcleos (tecelagem e logística, para além do suporte à marca Mi Casa Es Tu Casa). O negócio já lhes corre nas veias. Juntos, procuram adaptar a empresa às necessidades do mercado actual, mas sem nunca esquecer quando tudo começou: 1979. A data assinala-se no largo painel que se ergue nas costas de João.

"Antigamente, esta empresa fazia um bocado de serviço de tinturaria, mas acabámos por ficar com excendentário de produção", relembra. *"Depois, começámos a importar fio e tínhamos aqui tudo. Assim, vendíamos o produto final ao cliente."* Mas não é só de importações que se tece esta história: procura-se vender *"lá fora"*. Até porque, como João aponta, *"o mercado nacional estava cheio e saturado"*. *"Procurámos outros mercados e fizemos feiras. Já passámos por Espanha, Itália, França, Letónia e Lituânia."* Só que a JFA, apesar *"dos produtos de qualidade"*, só apresentava *"fios com cor"*, para além dos concorrentes Turquia ou China, com preços *"muito competitivos"*.

Para atingir o objectivo de levar a marca a outros prados, a JFA adquiriu o *know-how* da Arco Têxtil e uma máquina de Space Dye (cuja tecnologia de tingimento pode ir até seis cores), que teve os dias contados: *"Parti a máquina toda e comprei uma nova."* Em 2014, regista-se a marca Papilio, que consiste num fio multicolorido. Mas, para aliciar potenciais clientes, foi necessário dar outro passo: não bastava mostrar cones com fios, mas sim peças finais. *"Juntei-me ao estilista*



A juventude já tem lugar na administração do grupo JFA.

> "O mercado nacional estava cheio e saturado. Procurámos outros mercados."

INOVAÇÃO EM PRODUTO

Luís de Carvalho porque os clientes não sabiam como o Papilio ficava na máquina e no tecido", refere.

Hoje, a venda de fios para terceiros representa cerca de 6,5 milhões de euros na facturação do grupo empresarial - apesar de este ser *"um nicho de mercado"*. *"É um produto com imensas mais-valias, para além de ser muito mais complexo de se produzir. Não é qualquer um que o faz."*

Moda também é sustentabilidade

O investimento tecnológico da JFA reflecte-se *"na maquinaria bem avançada"*. *"Também estamos a avançar na automação, se bem que, neste tipo de mercado, entra mais a semi-automação."* Depois dos dados referidos na apresentação da segunda fase do programa Indústria 4.0, que apontam para uma maturidade digital em apenas 25% das empresas portuguesas, importa questionar: em que pé se encontra a JFA nesta *"revolução digital"*? *"Estaremos, certamente, nesses 25%"*, assegura. E o mesmo se passa internamente. *"Vamos acabar com a 'papelada'. Comprámos um programa de 70 mil euros para simplificar processos logísticos ou de facturação, por exemplo"*, explica o *business manager*.

E se a redução da utilização de papel por parte da empresa reflecte as práticas ambientais que têm sido postas em curso um pouco por todo o lado, a moda segue o mesmo caminho. O fio 360 JFA dá a volta ao desperdício de matéria-prima: este é um produto que aproveita *"os desperdícios da tecelagem"*.

Depois, transforma-se em fio. É composto por 90% algodão e 10% poliéster totalmente reciclados e assenta *"na base da economia circular"*. *"Há uma necessidade de sustentabilidade, também, e o cliente procura evitar o desperdício"*, explica. *"É uma tendência millennial de procura de produtos mais 'verdes'"*. Para João, a questão ambiental aliada à moda está a deixar a sua marca no panorama têxtil nacional: *"Toda a gente procura isso em Portugal."* E a fiação da JFA *"tem certificados a nível ambiental"*, colocando a empresa *"num bom patamar"*. No que diz respeito aos costumes da clientela, é a *"internacional que adopta mais este pensamento ecológico."*

A moda vai ao encontro das demandas do consumidor (e do planeta), sem nunca esquecer o conforto. O problema pode ser o preço, mas, insiste João, *"é um produto de nicho"*. Tal como o iHeatex, um projecto comparticipado pelo Portugal 2020 que aposta nos felpos que *"aquecem e secam rapidamente"*. É um produto *"que pode custar mais 70% ou 80% que o normal e não é para grandes superfícies"*, indica. E porquê? *"É um produto de conforto diferente. A toalha de banho seca rapidamente, o robe aquece."* O director daquele núcleo da JFA não tem dúvidas: *"Se trabalharmos para os básicos, não vamos conseguir competir com o Bangladesh, Índia ou Paquistão. Temos de propor ao mercado algo particular."* Os produtos iHeatex, ainda em fase de desenvolvimento, têm uma bateria incorporada (que se quer mais pequena) e fios condutores. Por isso, existe uma parceria com o CITEVE (Centro Tecnológico Têxtil e Vestuário) e o CeNTI (*Centre of Nanotechnology and Smart Materials*).

Para o futuro, João aponta um grande objectivo, que dá continuidade ao que tem sido feito até agora: *"procurar novos mercados"*, como o da América do Sul. Para além disso, importa reforçar o europeu, que tem apresentado algumas dificuldades. *"O consumo de felpo baixou e muito por causa de problemas políticos e sociais. O Brexit, por exemplo. Ou então a greve dos coletes amarelos, em França. Como é que se vende quando as lojas em Paris estão fechadas ao Sábado?"* Os obstáculos não o demovem: o objectivo é abrir mais portas e olhar o futuro de frente. ■

"Há uma necessidade de sustentabilidade, e o cliente procura evitar o desperdício."

JFA coloca-se na frente da inovação em produto.

AGRICULTURA BIOLÓGICA

Espaço bonito, de qualidade e de diversidade

Na Mercearia do Zé cabe todo o *"Portugal biológico"*

Texto de: Nuno Rafael Gomes

▶ O Programa da Incubadora de Base Rural já deu frutos - e hortícolas, compotas e outros produtos *"cem por cento portugueses"*, todos presentes na loja de Carla Lemos. O estabelecimento abriu no início de Abril.

Quem por ali passa só não repara na Mercearia do Zé se não quiser. Há muitas cores por detrás da larga janela, que aguça a curiosidade, e onde também se lê o nome da loja. O melhor é entrar. Ao balcão espera-nos Carla Lemos, a proprietária da nova mercearia vimaranense, situada na Rua D. João I, nº 210. Há estantes onde as compotas de vários sabores, cujos jarros são coloridos e bem artesanais, assumem protagonismo. Os rebuçados e pirolitos envoltos em tons pastel também roubam o olhar, assim como os cestos com pão escuro e as cervejas em garrafas gordas. Depende do gosto. Mas os reis da loja são as frutas e os legumes. Carla assegura: *"É tudo cem por cento português, de pequenos produtores."*

Antes de abrir a Mercearia do Zé, a vimaranense de 46 anos trabalhava como administrativa. *"Já tinha ideias de fazer alguma coisa diferente, mas faltava a parte do conhecimento"*, explica. Surgindo a oportunidade, alavancou-se a vontade: *"Decidi mudar um pouco a minha vida."* É que Carla foi uma das participantes da Oficina do Empreendedor e Elaboração do Plano de Negócio, um projecto da Incubadora de Base Rural (IBR), um projecto destinado *"a jovens agricultores e empreendedores, residentes do concelho, desempregados e agricultores que se dediquem ao modo de produção biológico"*.

A sua mercearia colorida foi a primeira, entre todos os projectos, a saltar dos papéis para a realidade. Pelo caminho, foi aprendendo mais sobre o que a terra dá, os negócios que dela se geram e conhecendo as realidades dos pequenos produtores agrícolas (e não só) portugueses. *"Isto foi óptimo porque possibilitou-me perceber o fundo da questão, de perceber os produtos à parte biológica, para além de outros assuntos, como as certificações"*, resume. À teoria, juntou a prática. *"A IBR mostrou a realidade no terreno. Foi um trabalho de pesquisa muito intenso e deu para perceber as dificuldades que os produtores sentem, por exemplo."*

"Foi um trabalho de pesquisa muito intenso e deu para perceber as dificuldades que os produtores sentem."

AGRICULTURA BIOLÓGICA

Carla Lemos quis festejar a sua iniciativa de loja peculiar.

A *"pesquisa intensa"*, que refere mais do que uma vez durante a conversa com o **Guimarães, agora!**, reflecte-se um pouco por toda a loja. Há produtos de diversas regiões à espera de desafiar o palato de quem entra loja adentro. No balcão, uma pequena caixa da *"Pedaços de Cacau"*, marca de chocolate artesanal, representa Vila Nova de Gaia. A viagem de sabores pode levar-nos ainda ao pão de Penha Garcia, que traz a Beira Baixa a Guimarães, ou então a uma cerveja que é *"Mesmo Boa"*, de Melgaço (porque de lá já não vem só o Alvarinho). Mais? O azeite da Quinta da Fornalha leva-nos até Castro Marim, em Faro. Nos primeiros passos de um novo projecto de vida, Carla diz-se *"confiante"*: *"Tem tudo para correr bem!"* E os turistas já começam a aparecer e a comprar, bem como os portugueses, vimaranenses ou não. *"Se as pessoas disserem que a loja tem produtos diferentes, fico muito contente"*, diz.

Regressar às origens

Apesar da *"novidade"* inerente a alguns dos produtos expostos na Mercearia do Zé, Carla reconhece que, no fundo, existe um processo de redescoberta: *"É voltar às origens, aos sabores de antigamente."* Como o caso dos pêssegos *"que, hoje em dia, sabem tudo menos a pêssego"*. O mesmo acontece com a disponibilização de sacos em pano, feitos pela CERCIGUI (que também ficou encarregue dos aventais), para voltar a fazer lembrar o consumidor dos tempos anteriores à chegada em massa dos sacos de plástico aos mercados, pequenos ou grandes. *"Aviso sempre para voltarem a trazer o saco, porque não há necessidade de deixar de usá-lo."*

No meio de produtos biológicos e/ ou artesanais, e com clientes que falam outras línguas, há lembranças doces e com toque vimaranense para dar a provar o que é feito por cá: as passarinhas, em diferentes formas, que carregam anos de memórias açucaradas e uma tradição antiga. *"Quem as fornece é a Dona Cidália"*, conta Carla, que assegura já as ter apresentado ao seu filho. *"E já passou uma senhora por cá que levou algumas para as netas provarem"*, aponta, orgulhosa.

Porque importa conquistar as gerações mais novas: *"Os millennials são o nosso maior mercado, claramente."* Considera que *"os jovens estão a tentar"* adoptar modos de vida ambientalmente sustentáveis *"por todos os meios"*, e vê isso em todos os que visitam a mercearia: *"Se não for o português, é o estrangeiro, e ambos com a preocupação de comprarem biológico."* À consciência ecológica (uma moda que espera *"ter vindo para ficar"*) junta-se a necessidade de consumir *"alimentos saudáveis"*, que acabam por conquistar quem os prova pela primeira vez. Sim, porque se há coisa que podemos fazer na Mercearia do Zé é *"provar e depois decidir"* se queremos levar - para acabar com *"incertezas"* no acto de compra, como acontece nos supermercados.

A Mercearia do Zé é um estabelecimento peculiar e com produtos de qualidade.

> "Se formos a uma grande superfície, há muito mais produtos estrangeiros do que portugueses."

Pelas grandes superfícies também existem corredores recheados de produtos saudáveis e *"mais verdes"*, havendo também espaço para hortícolas e frutas biológicas. São mais caros, tais como os que existem na Mercearia do Zé, e não são para todos os bolsos. Mas podem vir a ser? *"Dificilmente. Se formos a uma grande superfície, há muito mais produtos estrangeiros do que portugueses"*, afirma. Por isso, e porque na loja só entra o que é totalmente português, *"há obstáculos que podem jogar"* contra negócios como este. Contudo, a concorrência não desmotiva Carla. Quer continuar a dizer às pessoas que *"biológico não é a mesma coisa que 'caseirinho'"*, a abrir a porta a quem quiser descobrir, repetir a experiência ou voltar uma e outra vez mais. Ao seu lado tem a cunhada Manuela Lemos, *"o braço direito"*, que também trabalha na loja. Juntas, já levam para as suas casas alguns produtos da loja - *"e os mais novos gostam"*.

Para os próximos tempos, Carla pretende investir em workshops de alimentação e beleza, com base no que vai tendo pela sua loja, de acordo com a estação. A organização de lanches e outras refeições vegetarianas não estão fora das apostas. Para já, importa *"fazer crescer a loja"* e passar à mensagem à cidade. Há uma viagem gastronómica bem guardada na Mercearia do Zé - e nem é preciso sair de Guimarães para a fazer. *"São todos bem-vindos."* ■

INOVAÇÃO TÊXTIL

Têxteis técnicos em evidência

Moda, futuro e tecnologia no iTechStyle Summit

Texto de: Nuno Rafael Gomes

▶ A terceira edição da cimeira dos têxteis técnicos levou a Leixões mais de 700 participantes. O prémio de Sustentabilidade foi para a dupla Sedacor e Têxteis Penedo, empresa de Mascotelos.

A terceira edição do iTechStyle Summit foi *"mais"* em tudo: houve um maior número de participantes internacionais, a abrangência dos temas abordados também cresceu e a interactividade seguiu o mesmo caminho. Tudo isto num encontro aconteceu no Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões, entre 2 e 4 de Abril. Falou-se de moda, digitalização, sustentabilidade e inovação (e tantos outros tópicos) dentro das curvas e contracurvas do edifício, cuja arquitectura tem tanto de desafiante quanto o futuro da indústria têxtil.

Não é recente a predominância da evolução tecnológica no que diz respeito às tendências da área; numa altura em que muito se fala da Indústria 4.0 (e sobre a qual poderá ler neste jornal), o iTechStyle Summit não falhou à chamada. Contudo, Braz Costa disse ser necessário fazer mais. Na intervenção que viria a encerrar o evento, o director-geral do CITEVE apontou que *"algumas das tecnologias"* apresentadas naqueles dias já o tinham sido *"há cinco anos"*. *"A criatividade portuguesa existe, mas ainda temos muito para aprender com quem sabe vender rápido as suas ideias e inovações"*, referiu.

Ainda assim, Braz Costa não poupou elogios à organização da iTechStyle Summit: *"Tive o gosto de ouvir vários dos nossos colegas não portugueses a dizer que, provavelmente, esta é a conferência ligada ao têxtil e vestuário mais bem organizada da Europa"*. Entre as *"dezenas de candidaturas"* apresentadas, apenas cinco foram premiadas - e um desses prémios é *"metade"* vimaranense.

Braz da Costa anima o iTechStyle têxtil.

"Mas ainda temos muito para aprender com quem sabe vender rápido as suas ideias e inovações."

"Provavelmente, esta é a conferência ligada ao têxtil e vestuário mais bem organizada da Europa."

A Têxteis Penedo, sediada em Mascotelos, uniu-se à Sedacor, que está *"entre os maiores produtores e distribuidores mundiais da indústria corticeira"*, como se lê no site da empresa. Ambas apresentaram almofadas e cortinas construídas com fio *cork-a-tex* (fio revestido com aditivos de cortiça): 80% de algodão e 20% de cortiça. Isso valeu-lhes a distinção na categoria de Sustentabilidade. A Têxteis Penedo, fundada em 1974, é uma empresa especialista *"na produção de têxteis-lar em Jacquard"*, o nome dado aos padrões complexos de entrelaçamento em tecelagem e em malharia.

Tecnologia, inovação e criatividade são importantes no produto têxtil que as empresas fabricam.

A indústria têxtil tende a dinamizar a sua inovação em produto de modo a garantir presença nos mercados internacionais.

Na categoria Tecidos, a malha *"com efeito barreira contra radiações electromagnéticas"* da LMA, empresa de Rebordões, Santo Tirso, foi a vencedora. Já o casaco inteligente Musgo valeu à Scorecode o prémio nos Produtos. O Musgo, controlado a partir de uma aplicação, recorre a fibras ópticas que reagem ao movimento do corpo, mudando a cor e intensidade da luz do casaco. O objectivo a redução de acidentes em situações de pouca luminosidade. Os melhores acessórios da terceira edição o iTechStyle Summit foram os dos Bordados Oliveira. A empresa de Tamel, em Barcelos, foi premiada pelo seu estampado com diversas técnicas de gravação. Por último, e na categoria Smart Textiles (têxteis inteligentes), a vitória sorriu à Addaptech. A *"companhia biomédica"* desenvolveu um sistema que, através de materiais têxteis, disponibiliza medidas exactas para a construção de próteses.

Nesta terceira edição do iTechStyle Summit, os sacos de materiais totalmente reutilizados da Riopele também tiveram o seu destaque. O projecto Tenowa, marca que dá nome ao tecido com que são feitos os sacos, foi um dos vencedores da conferência do ano anterior: arrecadaram o primeiro lugar na categoria Sustentabilidade. Para o próximo ano, ainda não se sabe se algum dos galardoados da iTechStyle Summit 2019 terá o mesmo lugar de destaque que o Tenowa. Contudo, há outras certezas: a cimeira dos têxteis volta a Leixões em 2020. E os participantes deste ano poderão ajudar no planeamento da quarta edição. O director-geral do CITEVE lançou o repto: *"A vossa opinião conta."* ■

Concorrência obriga a inovar

A Têxteis Penedo quer acabar com as úlceras de pressão

As úlceras de pressão, feridas que tendem a surgir em pessoas que estão imobilizadas, podem ter os dias contados. Pelo menos é o que o resguardo de colchão (ou de assento, para as cadeiras de rodas) da Têxteis Penedo pretende vir a fazer.

O produto, em fase de testes, está a ser desenvolvido através do projecto Active Rest. O resguardo é composto por sensores que medem *"valores de humidade, temperatura e pressão do corpo"*, como explicou Sandra Ventura, directora de Inovação da empresa. Assim, as zonas de pressão vão sendo alteradas, para evitar eventuais lesões. A representante da Têxteis Penedo apontou que a empresa espera ter o projecto finalizado em seis meses. ■

DIVERSOS

Nova loja em Mesão Frio

Style-out espaço de moda e marcas

▶ Há um novo espaço de moda em Guimarães, com produtos de qualidade que vão do calçar ao vestir.

Do empreendedorismo do casal Manuel Ribeiro e Natália Matos, nasceu mais uma empresa dedicada ao comércio de vestuário e calçado. Style-out é o nome que identifica o espaço visto desde a variante Fafe-Guimarães, pela sua imagem onde predominam o branco e preto. Para se aproximar do novo espaço pode fazê-lo por múltiplas direcções, conforme a sua origem, pois quem deixa estrada de Mesão Frio- Paço Vieira e segue na direcção de Aldão, Atães, Selho S. Lourenço e S. Torcato, a loja implanta-se logo no primeiro edifício de uma zona industrial (junto da estrada) e de uma zona de habitação (nas traseiras), num loteamento de Aldão de Cima.

É um espaço jovem com produtos para vários gostos.

É um espaço de alguma dimensão, e comercialmente de multimarca - pela variedade de artigos de marcas diferentes e distintas no mundo da moda; multiproduto porque junta calçado tradicional com ténis, roupa de senhora, e vestuário para homem e criança numa miscelânea de artigos que podem deixar qualquer cliente satisfeito, com as opções que oferece também na roupa mais informal.

O seu *layout* evidencia um espaço dividido a preceito, pela disposição dos produtos, por áreas e secções, numa simplicidade marcada por elementos e estantes de ferro, com espelhos quanto baste para tornar agradável à vista os produtos expostos, a que se junta uma iluminação cuidada que torna a loja essencialmente bonita.

A Style Out apostou também numa equipa de colaboradores jovens, de ambos os sexos, para um atendimento eficaz e personalizado, de modo a que, quem visita simplesmente ou faça as suas compras, sinta o prazer de voltar. ■

Incubadora gera apoios

A incubadora Set.Up Guimarães foi acreditada pela RNI

Objectivo cumprido: a incubadora vimaranense foi qualificada pela Rede Nacional de Incubadoras (RNI). Esta conquista significa que a Set.Up Guimarães pode vir a beneficiar de medidas governamentais de apoio a startups ao abrigo do programa Portugal 2020, por exemplo. Mas não só: vales de incubação como o StartUP Visa, do IAPMEI, também ajudam os estrangeiros *"que pretendam desenvolver um projecto de empreendedorismo e/ou inovação em Portugal"*, tendo em vista a concessão do visto de residência ou autorização de residência.

A Set.Up Guimarães ajuda, no total, 25 empresas, que estão incubadas nos seus polos - LabPac (para a área criativa), TecPark (tecnologia) e Pev Factory (voltada para a indústria).

Já foram criados 96 postos de trabalho através da Set.Up, que procura *"fomentar o empreendedorismo e ideias inovadoras na região"*, lê-se no site da incubadora. Os espaços da Set. Up são geridos pelo Município de Guimarães.

A incubadora apresenta às empresas embrionárias um *"ambiente protegido"*, onde existe uma série *"de serviços aos quais não teriam acesso de outra forma"*, como se lê no site do projecto *"Guimarães Marca"*. Ainda assim, *"os empreendedores não têm total conhecimento dos incentivos financeiros e fiscais, aplicáveis às startups, a que podem concorrer"*. ■

BREVES

Cutipol chega à Noruega (e debaixo de água)

Chama-se Under e é um restaurante onde se pode jantar a cinco metros de profundidade. Abriu em Abril e está esgotado até ao final do Verão. Fica em Baly, uma estância turística a oito horas de comboio de Oslo, e promete uma experiência gastronómica e intelectual. Caso o visite, fique a saber que o faqueiro escolhido para o restaurante é de origem portuguesa. O *"Moon Matte Copper"*, da Cutipol, é *"um talher*

com um design diferenciador e que transporta para a mesa a elegância no gesto da mão", avança a empresa de cutelaria. Uma *"aliança perfeita"* entre o produto da Cutipol e o restaurante. ■

Em Junho, a FEFI vai falar de *"empreendedorismo feminino no Minho"*

A Feira de Empreendedorismo Feminino Intercultural (FEFI) decorre nos dias 1 e 2 de junho no Instituto de Design de Guimarães. Este ano, o foco é mostrar a força e o carisma das mulheres empreendedoras do Minho. Procura-se ainda acelerar os seus negócios, evidenciando micro e pequenas e médias

AICEP aposta no aumento das exportações

Portugal Exporta: uma plataforma online para todos os sectores

▶ A AICEP apresentou, em Aveiro, a plataforma que quer ajudar empresários de vários sectores a incrementar os valores de exportação. Para já, a aposta recai no sector do calçado, mas prevê-se que abarque todos os sectores.

Há uma nova plataforma para o crescimento das exportações de diversas empresas portuguesas. Chama-se Portugal Exporta e é a aposta da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal) para a digitalização dos mercados. A plataforma foi apresentada a 15 de Abril, em Aveiro. Luís Castro Henriques, presidente da AICEP, afirmou na apresentação do Portugal Exporta que o objectivo é fazer com que as exportações *"representem 50% do Produto Interno Bruto* [PIB]*"*.

A Portugal Exporta agrupa, para já, toda a informação relacionada com o sector do calçado. Assim, a plataforma digital pretende ainda *"melhorar a qualidade do serviço prestado pela AICEP"*. Depois, está prevista a inserção do sector têxtil nas bases de dados. Servindo-se das vantagens da inteligência artificial, a Portugal Exporta possibilita correspondências entre empresas e oportunidades de negócios no estrangeiro. A meta é mesmo a inclusão de todos os sectores, *"dependendo da cadência imposta pelo tempo necessário ao carregamento da informação"*. Este é um investimento de um milhão de euros da AICEP, que contou com a ajuda do Sistema de Apoio à Modernização Administrativa (com três milhões de euros). Na apresentação da plataforma, Luís Castro Henriques afirmou que a transição digital em marcha dentro da AICEP *"foi pensada e trabalhada para e com as empresas"*, garantindo, por isso, *"um impacto positivo"* e resultados que ajudarão ao crescimento na exportação. Tudo isto estará disponível em aplicações para *smartphones* ou no site com o mesmo nome.

A Portugal Exporta pode ainda informar e aconselhar os empresários de modo a que a exportação dos produtos cresça. Na apresentação da plataforma esteve ainda o ministro dos Negócios Estrangeiros, Augusto Santos Silva. Os secretários de Estado da Internacionalização e da Modernização Administrativa, Eurico Brilhante Dias e Luís Goes Pinheiro, respectivamente, também marcaram presença. ■

Depois do calçado será o têxtil a incluir-se nesta plataforma.

empresas através da venda de bens e serviços. O evento é organizado pela Associação Adoro Ser Mulher, em parceria com a Divisão do Desenvolvimento Económico do município. Mais informações disponíveis no site. ■

Ballet Rosa focada no mercado chinês

A empresa de desenho e confecção de fatos de ballet não faz por menos: para além de ter vestido as bailarinas do Ballet Nacional da China para uma sessão fotográfica, abrirá uma loja no Taobao, plataforma de comércio online. Os objectivos da Ballet Rosa passam ainda por *"quintuplicar, num prazo de quatro anos, as vendas no gigantesco mercado chinês"*. A empresa, fundada em 2010 por Luís Guimarães e Adão Coelho, exporta hoje *"95% da sua produção para um total de 23 países"*. O principal mercado situa-se nos Estados Unidos, mas a China tem subido no ranking, ocupando o quarto lugar nos locais mais importantes para a exportação da Ballet Rosa. ■

EMPRESAS & SERVIÇOS

Bilheteira da central de camionagem remodelada

Arriva muda *"imagem"* para servir melhor os utentes

Texto de: José Eduardo Guimarães

▶ A Arriva tem a melhor bilheteira do país, depois das transformações feitas, com um investimento de 65 mil euros, na central de camionagem de Guimarães.

Ana Lopes, responsável operacional dos *"Urbanos"* em Guimarães, explica porque é que a Arriva, quase em final de concessão, optou por cuidar da sua imagem junto dos clientes e trabalhadores, renovando a bilheteira de Guimarães que desde 11 de Abril tem um novo ar, uma nova configuração interna e uma outra imagem externa.

Reconhecendo que a ideia não é a nova, a sua implementação é, no entanto, recente por resultar de uma necessidade de nesta área a empresa ter uma estratégia para eliminar *"gorduras e desperdícios"*, adoptando a metodologia LEAN (ver caixa ao lado) capaz de optimizar o processo produtivo e melhorar o ambiente de trabalho.

De uma assentada, a Arriva, conseguiu com que a bilheteira da central de camionagem respondesse às necessidades dos trabalhadores (bilheteiros e motoristas) e pudesse melhorar o atendimento ao cliente.

Com este *"choque"* de modernização, por dentro e por fora, a empresa melhorou a sua imagem externa e internamente proporcionou outras condições no ambiente de trabalho. Quem percorre a galeria da central de camionagem nota o que é da Arriva e o que é de outras empresas de transportes.

Ao nível do atendimento, o colaborador mantém sempre o olhar sobre o cliente, não lhe virando as costas - como até agora - também porque os processos de trabalho evoluíram no sentido de melhorar a postura e atenção, beneficiando das condições ergonómicas ali imple-

360
COLABORADORES
No universo da Arriva

Bilheteira modernizada em altura de renovação de passes de idosos com melhores condições.

Ana Lopes e Carlos Costa especializaram-se na inovação e modernização dos transportes.

mentadas. A bilheteira da central tem uma novidade: o utente dos transportes urbanos tem agora um espaço para poder ter um tratamento personalizado, mais atencioso, diferenciador e independente, de modo a apresentar os seus problemas e reclamações com um mínimo de discrição. E até a entrega das encomendas passou a ter um balcão único, sem perturbar quem quer comprar bilhetes ou adquirir passes.

Justifica a responsável operacional dos *"Urbanos"*, Ana Lopes, de que só por isto, a bilheteira é *"das melhores do país"* - qualificação que faz com convicção e conhecimento.

Mas há mais: a Arriva quis satisfazer os seus colaboradores- motoristas (260 num universo de 360 trabalhadores) com uma *"nova área"* para o descanso entre percursos que apesar de pequena, se adequa ao espaço total que a empresa tem na central de camionagem. E que serve também de vestiário.

Há uma sala para acções de formação de curta duração e para um pequeno grupo de trabalhadores, um espaço para descanso com televisão, bar e sofás, onde a temperatura é constante, de modo a garantir conforto.

Todo o *layout* da bilheteira - que se quis como espaço multifunções na parte operacional da empresa - aumentou o conforto, colocando-se no chão uma nova alcatifa industrial, depois reduzindo à altura o *"pé-direito"* original, baixando-o para um nível capaz de diminuir o fosso existente, que desfigurava as instalações e lhe reduzia também o conforto, aumentando a luminosidade e clareza das salas e outras dependências pelo branco utilizado na sua pintura.

Manuel de Oliveira deixa obra na Arriva ao fim de 19 anos de gestão.

O novo *layout* da bilheteira produziu impactos positivos quer nos colaboradores quer nos clientes e tem agora, também, um écran onde é possível ver os horários das chegadas e partidas dos autocarros, com visibilidade e de boa leitura.

Os valores da Arriva estão agora vincados nas portas da bilheteira - locais de passagem onde permitem leitura fácil e permanente - de modo a que sejam atingimos, todos os dias, os propósitos da empresa.

Com sede em Guimarães, a Arriva vai também preocupar-se com os restantes balcões de atendimento, em Braga, Famalicão, e Fafe aproveitando a experiência adquirida e optando por começar nas bilheteiras instaladas nas centrais de camionagem sem pôr de parte alguns *"quiosques"* espalhados na cidade - Alameda e Triângulo Comercial - cuja viabilidade de implantação também está a ser estudada.

O esforço de renovação de imagem vai continuar, porque a empresa quer passar a imagem de uma empresa moderna que se adequa aos desafios e quer estar no mercado para servir bem os seus clientes. Aliás, este esforço no âmbito da imagem, passará também por prestar mais informações - e rapidamente - aos seus clientes ao nível dos novos passes, dos horários e carreiras, reduzindo desperdícios e apostando no digital, em novas soluções de comunicação. Também no fardamento, a Arriva quer sulcar novos caminhos. ■

Tecnologias

A Arriva tem vindo a implementar a digitalização da bilheteira e processo de compra de bilhetes e passes. O sistema *data-car* tem cumprido essa função mas a empresa quer ir sempre mais longe do que a implementação já feita com os cartões *"contact less"* com as viagens pré-pagas. Admite-se que com a nova concessão surjam mais novidades porque as viagens com passes podem aumentar dada a descida do preço destes que estão a ser subsidiados pelo governo. Um passe de 17 euros actual terá um custo de apenas 7 euros, para os utentes da CP. ■

EMPRESAS & SERVIÇOS

Um ano depois já transportou mais de 150 mil utentes

"Eléctrico" tem resposta positiva

▶ O *"Eléctrico"* de Guimarães já andou mais de 50 mil kms e transportou mais de 150 mil passageiros. Apesar de alguns problemas derivados do processo de carregamento e de ser um autocarro dos mais compridos, a sua utilização e uso trás resultados positivos.

Apresentado há um ano (29 Março 2018), o autocarro movido a energia eléctrica, o primeiro a ser posto em circulação, em Portugal, completa um ano de circulação em Maio próximo. Ao serviço da Arriva e dos transportes urbanos, completou 50 mil kms e, segundo Carlos Costa, engenheiro de electrónica industrial, responsável pela sua gestão, a resposta que tem dado é positiva, apesar dos constrangimentos que são notórios ao nível do processo de carregamento (das baterias) e da mobilidade pelas ruas da cidade, por se tratar de uma viatura comprida, com 12 metros.

Até ao momento, admitem os responsáveis da Arriva, que o *"Eléctrico"* ja "*poupou algumas toneladas de CO2, com poupanças evidentes no consumo de energia*", e com influência no meio ambiente. O autocarro é monitorizado por uma *"app"* sabendo-se à distância, por onde passa, se está parado, quando deve carregar entre outras coisas.

Carlos Costa, afirma que *"os clientes têm gostado deste modelo de autocarro"*, o que vem demonstrar que um autocarro 100% eléctrico, tem futuro assegurado nos circuitos de transporte urbanos. E com a Caetano Bus, a empresa que o produziu, estão já a ser estudadas as alterações ao modelo de modo a aumentar a sua autonomia, corrigindo o *"equivoco"* provocado pela não correspondência das baterias à sua função. Por isso, há já sinais de que as próximas baterias terão de ter maior capacidade para uma circulação com mais kms, apesar de tal alteração ter um custo extra de cerca de 100 mil euros. E assim também se poder utilizar o ar condicionado sem constrangimentos. Mas à medida que o tempo passa, os responsáveis da empresa acreditam que - tal como aconteceu com os telemóveis - o preço das baterias sejam inferiores em cerca de 50% e tenham o dobro da capacidade.

Actualmente, o *"Eléctrico"* circula entre as 7 e as 12h, carrega durante pouco mais de uma hora, e volta a transportar clientes entre as 14 e 20 horas. Ou seja, faz cerca de 200 km em dois períodos do dia com o senão de ter de recarregar baterias na central de camionagem, onde tem o seu carregador.

Para quem conduz o *"Eléctrico"* nota algumas diferenças: não sente o cheiro das emissões de C02 que uma viatura a gasóleo provoca, é mais silencioso, o desempenho do motor é mais fiável, há mais conforto, a duração da viagem está dentro dos parâmetros normais. E por isso, a Arriva e a Câmara Municipal estão de acordo de que este era o autocarro ideal para fazer o percurso da linha da cidade. Uma linha importante nos *"Urbanos"* que tem crescido bastante, pelo sua utilização por um cada vez maior número de clientes e pela sua ligação à estação de comboios.

50 MIL KM'S
A rodar sem problemas nas ruas da cidade

Carlos Costa, admite que mesmo e apesar de a opção pelo *"Eléctrico"* representar um forte investimento, a verdade é que após 2021 - e com resulta das obrigações da nova concessão, a rede em Guimarães vai contemplar exclusivamente mais viaturas (45) deste género, para uma rota com mais linhas novas e linhas com dois sentido e com mais horários.

Ninguém esperará por certo que com a adjudicação da nova concessão, a cidade e o concelho sejam inundados de autocarros desta classe porque haverá sempre um tempo para que o novo concessionário possa implementar uma nova frota. O que também não será o indicado pois levará por certo a que, no processo de envelhecimento, os autocarros atinjam o mesmo limite de idade e a mesma degradação ao mesmo tempo.

Todos sabem, que em 2021, haverá um investimento brutal em viaturas eléctricas, para corresponder ao alargamento das redes e dos corredores de transporte, para o qual a Câmara prevê um investimento de cerca de 2,4 milhões por ano.

O *"Eléctrico"* continua, a ser no horizonte dos transportes urbanos de passageiros a melhor opção. Até porque as alternativas parecem estar a anos luz de distância. As previsões do governo aponta para que apenas 7% das necessidades sejam cobertas por autocarros a hidrogénio até 2030.

Para o director de operações, tráfego e manutenção de viaturas da Arriva, Carlos Costa, a opção pelo gás natural também poderia ser equacionada, como o foi em Braga, Porto e Lisboa. Mas a rede de distribuição desta fonte de energia não está devidamente implementada nas regiões do país para ser equacionada também pela inexistência de redes de carregamento.

Houve em tempos conversas com a Câmara para uma rede de gás natural que servisse os camiões do lixo mas os problemas de manutenção também não ajudaram ao desenvolvimento desta opção. E por se ter como certo que a opção pelo gás natural é *"pior"* que a opção actual pelo diesel. ■

***"Eléctrico"* a primeira aposta na defesa do ambiente.**

Qualificação pode suscitar alguma controvérsia

Reconhecimento de *"lojas históricas"* traz vantagens para empresários

▶ Acordo entre a Câmara Municipal de Guimarães (CMG) e empresa de consultoria em ordenamento do território prevê o reconhecimento e protecção do comércio local.

Uma *"aposta na valorização do comércio local"*. É desta forma que a Câmara de Guimarães apresenta, via nota de imprensa, o contrato celebrado com a Globspot, empresa de consultoria em ordenamento do território. O intuito é classificar estabelecimentos que sejam reconhecidos como *"loja histórica"*. Para tal, entram em consideração a *"antiguidade e notoriedade, assim como a relevância dos valores funcionais e imateriais, arquitectónicos e decorativos"* que os estabelecimentos possuam.

A iniciativa da CMG e da Globspot vai ao encontro da Lei 42/2017, publicada em Diário da República, que prevê um *"regime de reconhecimento e protecção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local"*. Assim, os empresários poderão beneficiar de *"várias vantagens"*, como o congelamento dos arrendamentos por cinco anos. Na mesma nota de imprensa, a CMG faz notar que, para o efeito, consideram-se *"estabelecimentos a funcionar em rés-do-chão e que não estejam integrados em galerias ou centros comerciais"*.

Há lojas que desapareceram e que hoje podiam enquadrar-se neste estatuto.

Esta classificação está prevista para o mês de Setembro. Aos empresários *"que venham a ser contactados pela empresa [Globpsot]"* é solicitada disponibilidade para *"uma entrevista de 10 a 15 minutos"*. Excepcionalmente, *"associações culturais, desportivas e recreativas, ou outras"* poderão vir a beneficiar da iniciativa - mas, nestes casos, terá de ser realizada uma candidatura, a submeter no site da Globspot. Estabelecimentos de comércio a retalho, cafés, restaurantes e outros negócios que reúnam as condições para usufruir deste incentivo serão visitados pelos técnicos contratados, que estarão *"devidamente identificados"*. ■

Comércio internacional anima empresas

Traços Singelos focada na exportação

A Traços Singelos quer alargar fronteiras. As roupas de cama e acolchoados da empresa de têxteis para o lar, situada em Vila Nova de Sande, tem para 2019 um grande objectivo: chegar ao *"meio milhão de euros na exportação"*.

Os produtos da Traços Singelos encontram-se em algumas das cadeias de hipermercados em Portugal, mas a aposta no estrangeiro já se fez notar: Marrocos, Angola e Espanha já conhecem a marca. E se o foco é a expansão, também se diversifica a oferta: a Traços Singelos apresentou, em Frankfurt, *"a primera colecção da sua marca própria"*, a Inspiring. Em declarações, a fundadora da empresa, Fátima Silva, explicou a estratégia da empresa. *"Materiais nobres, bordados"* ou *"novas técnicas de fingimento"* ajudam a *"evidenciar a boa qualidade"* da produção. ■

TÊXTEIS DO FUTURO

Em Frankfurt de 14 a 17 de Maio

O viver urbano na cidade do futuro na *"Techtextil and Texprocess"*

▶ A utilização do têxtil na arquitectura e modo de viver as cidades do futuro, são excitante desafio da feira que se realiza na Alemanha.

Tearfil, Têxteis Penedo, Inovafil, Coltec, Endutex são algumas empresas da região e de Guimarães que vão marcar na feira *"Techtextil and Texprocess"*, em Frankfurt am Main, a partir de 14 de Maio. Acresce a presença, de centros tecnológicos da região como o Citeve e o Centi- Centro para a Nanotecnologia e Smart Materials.

Mas há mais empresas de Guimarães, há procura de novidades que este tipo de oferece e das vantagens que pode abrir ao nível de equipamento, soluções de produto, design e incorporação de tecnologia.

A *"Techtextil and Texprocess"* conta com 1800 expositores, sendo que lá estarão mais de 47500 decisões de outras empresas que a visitam na procura de novidades em produtos têxteis incorporados com tecnologias bem com novos processos de fabricação de produtos. No fundo, todos os que vão e participam na feira são técnicos e experts em têxteis técnicos.

A aplicação dos têxteis em outras áreas estará em evidência nesta feira.

Como espaço para inovação e descoberta de novidades (*highlits*) em 2019, *"Techtextil and Texprocess"* oferece outros atractivos como uma competição entre estudantes de arquitectura têxtil, onde vão apresentar *"estruturas para uma nova construção têxtil"* precisamente na área do *"techtextil"* onde também disputarão prémios para as novas ideias apresentadas nos seus trabalhos com base nos materiais usados. Os prémios abrangem as áreas de micro e macro arquitectura, inovação de materiais, ambiente e ecologia.

Estes trabalhos vão submeter as propostas e novidades no contexto de vida urbana da cidade do futuro 'Urban Living – City of the Future'. No fundo, pretendem-se soluções e propostas para o a utilização do têxtil também em soluções de arquitectura, roupa, modo de viver e saúde numa sociedade incrivelmente urbanizada.

A Têxteis Penedo não deixará de apresentar as suas soluções inovadoras em tecidos, a Inovafil produz fibras sintéticas através de processos naturais e artificiais e Coltec aposta nos tecidos e malhas laminados respiráveis e impermeáveis para têxteis-lar e vestuário técnico.

Todas as empresas participam na feira com produtos que podem satisfazer públicos do futuro, tendo em conta a previsão da ONU de que 70% das pessoas vão viver e ter um estilo de vida de um habitat metropolitano e de meia-idade em 2050. Esta teoria coloca novos desafios para a forma de viver e para a mobilidade cujos conceitos terão de ser vistos e revistos de modo a perceber como as pessoas podem viver nestes espaços superpovoados, como é que se processará o abastecimento de alimentos e como se organizarão os serviços de saúde.

Com a colaboração do *"Creative#olland"*, o identificador das indústrias criativas da Holanda, será exibido nesta feira um espaço da vida na cidade do futuro, um evento especial, que andará Frankfurt e a Messe nos mais de 500 m3 de um dos *hall* do imenso pavilhão de exposições. ■

Guimarães, agora!

FICHA TÉCNICA
EDITOR E DIRECTOR.: José Eduardo Guimarães
DESIGN.: Eduardo André

PROPRIEDADE.: Crónicaprazível Unipessoal, Lda. | CONTRIBUINTE Nº.: 514 766 026
CAPITAL SOCIAL.: 1000 euros | GERENTE E DETENTOR DO CAPITAL SOCIAL.: Eduardo A. Guimarães

SEDE ADMINISTRAÇÃO, REDACÇÃO E EDITOR.: Rua Dª. Maria Faria Ramos, 452 São Torcato 4800-881 Guimarães

PUBLICIDADE/ASSINATURAS.: publicidade@guimaraesagora.com
+351 93 117 39 15

COLABORAM NESTE NÚMERO.: Alberto Martins, Álvaro Oliveira, Carlos Fonseca, Nuno Rafael Gomes, Paulo Castelo Branco, Raúl Rocha e Vítor Oliveira.

IMPRESSÃO.: UniPress - Vila Nova Gaia
DEPÓSITO LEGAL Nº.: 453168/19
REGISTO NA ERC Nº.: 127 216
TIRAGEM.: 10 000 exemplares

OPINIÃO

Paulo Castelo Branco
Arquitecto
pcastbranco@gmail.com

Arquitetura e Moralidade

A moralidade aprofunda o conteúdo da experiência arquitetónica. Mas a arquitetura, por sua vez, amplia o escopo da nossa moralidade. *Geoffrey Scott, A Arquitetura do Humanismo (1914)*

Uma *"enfase historicista no progresso e na superioridade da novidade chegou perto de minar, por um lado, a nossa apreciação do génio imaginativo do indivíduo e, por outro, a importância da tradição artística"* disse o historiador David Watkin no seu Morality and Architecture em 1977, no estertor de um modernismo decadente.
Hoje, a complexidade e os rápidos avanços e recuos do processo histórico, colocam a responsabilidade do indivíduo, do arquitecto, no rigor intelectual da sua obra e na autoconsciência das suas insuficiências – ele não é mais o redentor da sociedade (como entre as duas Grandes Guerras), nem o promotor do frio funcionalismo; a História, enquanto manancial de conhecimento e convulsões dramáticas, coloca-o numa encruzilhada entre cultura local e influências internacionais globalizadas (ou da moda) ou, se preferirmos, entre uma certa tradição encantatória (efabulada) e uma determinada *novidade glamorosa - um proto futurismo.*
Numa vertigem relativista, aparentemente paradoxal (em que a dimensão economicista não é irrelevante), onde reside a quintessência do ser arquiteto? Na cultura, no espírito critico, na liberdade responsável?
O que clama a sociedade?
Algumas obras tem um valor estético e urbanístico notáveis – veja-se o caso de museus e auditórios superlativos à dimensão utilitária – o Guggenheim, promotor da própria regeneração urbana de Bilbau, a casa da Música, redentora da Boavista no Porto ou, mais perto, o

> O comportamento de uma sociedade pouco preparada que, amiúde, usa a arquitectura apenas para construir e não para *"edificar"*...

Centro Internacional das Artes José de Guimarães que deu um luminoso folego ao antigo Mercado Municipal...todos estes edifícios, como muitos outros, libertos dos cânones ortodoxos, elevam-se pela novidade que resulta de uma aprofundada busca intelectual, no método e na criatividade. Estas novidades são progresso!
Ao mesmo tempo, as nossas cidades históricas, tão apetecíveis à gula do mercado, mascaram-se literalmente num *fachadismo de pseudo-reabilitação* que ofende os elementares Princípios tão bem sintetizados pelo filósofo Karsten Harries - *"Desde o início, a arquitetura tinha uma função ética, ajudando a articular e até mesmo estabelecer o ethos do homem – o nosso uso da palavra "edificar" ainda sugere a relação entre construção e ética".*
Talvez a *"verdade"* de antanho fosse património de apenas alguns mas, o verdadeiro conhecimento tende hoje a fazer substituir-se por uma discutível informação subordinando a Ética a frias e desajustadas regras...
Afirma Norberg-Schulz: a preparação dos arquitetos é insatisfatória! Não ousando contrariar o grande teórico/arquitecto, acrescento apenas que a essa insuficiência podemos adicionar o comportamento de uma sociedade pouco preparada que, amiúde, usa a arquitetura apenas para construir e não para *"edificar"*. Outras vezes, amplia o escopo da nossa moralidade e promove o próprio sonho!

OPINIÃO

Raúl Rocha
Engenheiro

Empresários *versus* homens públicos

Nos balanços de abril, quarenta e cinco anos depois, olhamos pouco para a sociedade local. Portugal libertou-se com a democracia, a descolonização, o desenvolvimento. E Guimarães? Naturalmente que também aqui chegou a democracia política e social. O ensino para todos, o serviço nacional de saúde, as gerações seguintes que já não foram à guerra. Veio a requalificação patrimonial e com ela a cidade da cultura e do conhecimento que a universidade nos proporcionou.
Mas no plano do desenvolvimento económico não há tantas certezas. Antes de abril, Guimarães já era na perceção popular referência no Portugal industrial. Aqui se localizavam as grandes empresas da têxtil, várias, do calçado – a emblemática *"campeão português"*-, das cutelarias, também a ALFA, de capital público, na metalurgia.
Eram escolas de formação para novos investidores que ganhavam a sua *"carta de alforria"* passando de trabalhadores para empresários. Essa transição era o principal elevador social.
Se África ainda era um importante mercado, já a Europa, com os acordos da EFTA, começava a ser o mais rentável. Viajantes e Pracistas percorriam o país, África, e as ilhas, mas já iam à Europa.
O perfil das empresas mudou. Acabaram gigantes – como a COELIMA – milhares de trabalhadores – e ficou um universo de micro, pequenas, médias, desconhecidas do comum

> Eram escolas de formação para novos investidores que ganhavam a sua *"carta de alforria"* passando de trabalhadores para empresários...

dos vimaranenses, com os empresários a trabalhar nelas, sem tempo e vontade de emergir como *"notáveis"* da terra na política, nas associações sociais e desportivas. Deixaram de ser os *"senhores"* que ocupavam as cadeiras da vereação municipal, as presidências do Vitória ou da *"Casa dos Pobres"*.
Se nos anos 60 do século passado, todos conseguiam indicar com facilidade dez/vinte dos principais empresários da terra, hoje, em qualquer inquérito de rua, poucos conseguirão indicar mais que os dedos de uma mão.
Diminuiu a robustez do nosso tecido industrial?
Não. Às centenas de fábricas de há 50 anos sucederam milhares hoje. A revolução tecnológica levou da indústria para os serviços grande parte do emprego, mas Guimarães mantém uma maioria no setor industrial. Este modernizou-se ao primeiro nível do desenvolvimento tecnológico, a mais-valia criada per capita aumentou de forma exponencial, com grande crescimento do produto.
O que justifica então a perceção popular que já não somos a riqueza produtiva de outrora?
Só há uma resposta: O refúgio dos empresários nas empresas e o seu desaparecimento de protagonismo na vida pública local.

TRIBUNA LIVRE

OPINIÃO

Álvaro Oliveira
Advogado

Educação política

Atualmente existe uma disciplina no ensino básico que se chama de Educação e Cidadania. Aqui os alunos dos 5º ao 9º ano aprendem sobre ecologia e a sensibilidade ao meio ambiente, práticas comportamentais tão diversificadas como *bullying*, o respeito pela religião e etnia de cada um, respeito pelas pessoas com mobilidade reduzida, bem como, orientação sexual, e outras atualidades do quotidiano que rodeiam o meio ambiente em que se vive.
A disciplina em questão é bastante interessante pois faz falta que a nossa juventude tenha visões e perspetivas tão diferenciadas do Mundo em que vivemos.
Contudo, na minha modesta opinião esta disciplina poderia ser mais abrangente e debater temas como Política e Economia.
Hoje em dia, a nossa juventude está completamente alheia ao fenómeno político e não é sequer incentivada a explorar esta área em todas as suas facetas, nomeadamente, a importância do voto, o valor da democracia e as suas fragilidades.
Há dias, a propósito do 25 de Abril, uma televisão andou a fazer entrevistas de rua e a perguntar aos jovens o que é que se sabiam sobre o que significava aquela data, bem como, sobre algumas figuras da revolução dos cravos e, se o resultado desse inquérito não fosse tão triste, certamente entrava nos livros do anedotário nacional.
À pergunta, *"que data se comemora no 25 de Abril?"*, as respostas são tão díspares como a óbvia *"não faço ideia!"* até a que *"foi a queda da monarquia"* ou *"foi quando Salazar foi para o Governo"*.
O disparate é tanto que até qualquer fervoroso lutador pelos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos se põe a pensar: *"e esta gente vota..."*
Pois vota, claro que vota e tem o direito de votar, e o seu voto é igual a todos os outros
Hoje em dia há uma autêntica iletracia em tudo em que envolve o fenómeno político. Saber quais são os poderes dos órgãos de soberania, em que consiste o projeto europeu e a sua importância, entre todos os outros aspetos, nomeadamente, da importância da política no nosso dia-a-dia.
A consciencialização do valor do voto de cada um é muito importante. A falta de consciência popular, os problemas sociais causados em função da má escolha e de representantes sem qualquer preparação no poder, as fragilidades da democracia, os populismos, são temas que deviam estar na ordem do dia e serem debatidos.
Como se deve ensinar que, ao longo dos anos diversas mudanças ocorreram em relação ao direito ao voto. Entre elas, por meio de revoltas e muita luta por parte do povo, o sufrágio passou a integrar o direito subjetivo de praticamente todos.
Entretanto, com o tempo, a política foi banalizada, as pessoas orgulham-se em dizer: *"Não gosto de política"*, os cidadãos não dão valor ao poder que possuem nas suas mãos, o poder de decidir o futuro de seu país, por meio do voto, da participação popular nas decisões importantes, não entendendo o verdadeiro valor desse instrumento jurídico de caráter público.
Pelo que é imperativo que, ao invés de se preocuparem unicamente em conectar os nossos jovens à Internet, deve-se incentivar que se conectem com a política.

> A política foi banalizada, as pessoas orgulham-se em dizer: *"Não gosto de política"*, os cidadãos não dão valor ao poder que possuem...

OPINIÃO

Alberto Martins
Empresário
albertocmartins@sapo.pt

+ Empreendedor

Nos dias que correm ser empreendedor é um enorme desafio. Quem sonha em ter um negócio sabe que começar do zero é uma jornada repleta de desafios. As maiores dificuldades para o empreendedor surgem da falta de experiência ou de conhecimento específico sobre a vastidão de temas que envolvem uma organização, desde a conceção à teia burocrática do sistema fiscal português. Nos meios rurais ou semi-urbanos como é o caso de São Torcato, as dificuldades de começar são ainda maiores, uma vez que não existe o acesso às oportunidades dos grandes centros urbanos, onde se concentram os grandes grupos empresariais e onde as sinergias são mais acessíveis.
É neste contexto de dificuldades que nasceu a ideia de criar o projeto São Torcato + empreendedor. Este conjunto de ideias agregado num só projeto, visa fundamentalmente dinamizar e promover o empreendedorismo na Vila de São Torcato. Parte de uma visão que pretendo para a Vila de São Torcato de dinamismo e de crescimento, populacional e de fixação das melhores ideias e projetos de negócio. A Vila de São Torcato é uma das mais importantes do concelho de Guimarães e a criação de emprego e fixação de pessoas é vital para inverter esta tendência acentuada de perda de população nesta área do concelho de Guimarães. Neste sentido elenco apenas três das medidas que considero mais importantes deste projecto:

> A criação de emprego e fixação de pessoas é vital para inverter esta tendência acentuada de perda de população nesta área do concelho...

- Apoio ao registo de criação de empresas na hora ou associação na hora, pedido de certificados de admissibilidade e registo de marcas na hora;

- Centralização e disponibilização de informação sobre espaços disponíveis na vila para a instalação de indústria ou comércio;

- Trabalhar na criação do programa São Torcato marca, utilizando a mais-valia do nome desta vila e do seu santo na valorização e alavancagem que pode trazer a projetos em diversas áreas como por exemplo o turismo;

Estou certo que estamos perante uma das principais medidas já tomadas na valorização e dinamização da Vila de São Torcato tentado chegar ao maior número possível de projetos e ideias e ajudar a colocar em prática, para o futuro que São Torcato merece, uma Vila de Futuro e com futuro.

TRIBUNA LIVRE

OPINIÃO

Carlos Fonseca

carlosdafonseca.ga@gmail.com

Reflexões sobre a Cidade

tradição e inovação

(...) O Paraíso, a Idade de Ouro do futuro, não pode existir e sem uma economia que garanta a liberdade. (...)
Agostinho da Silva, Textos Pedagógicos, Vol. II, 2002

A importância do trabalho manual para o desenvolvimento da inteligência e da aprendizagem é, há muito um dado comprovado, sendo uma das premissas base de métodos pedagógicos inovadores como Montessori ou Waldorf, cujos princípios se baseiam no trabalho com as mãos como veículo de inteligência por isso, essencial ao trabalho intelectual. Vários estudos já demonstraram que muitas qualidades e capacidades vitais que absorvemos pelo trabalho manual se vão perdendo à medida que avançamos para a especialização, conduzindo a uma estrutura fracturada e hierarquizada do mundo laboral. Hoje, com o quadro ambiental que se apresenta é a agenda económica europeia que impõe valores de uma *"economia circular"* (conceito chavão para modelos seculares!) baseada na sustentabilidade, autenticidade, durabilidade e excelência da produção, qualidades do trabalho manual - valores que integram também os 17 objectivos da Agenda 2030 da ONU para o Desenvolvimento Sustentável.

Nesta perspectiva, *"quem sabe fazer"* ocupa um papel determinante na cadeia económica entre a tradição e a inovação, o pensar e o fazer, o local e o global. Por isso, este é o momento de pensar a artesania (nas sua acepção global, de vertentes múltiplas) direccionada para o futuro - ao invés de por ela ter um sentimento nostálgico ou passadista – enquanto motor para a criação de uma nova e renovada cultura, de excelência. O elevado valor da tradição para a renovação e o desenvolvimento do design de producto e da arquitectura, vem sendo reconhecido já desde o século passado, em vários países e por várias áreas onde, à melhor artesania se juntou o melhor design, tecnologia, estética e funcionalidade originando negócios inovadores, permitindo a projecção de marcas e productos internacionalmente – como a Iittala (vidros, na Finlândia), Carl Hansen & Son (mobiliário, na Dinamarca), Auro, Claytec, Biofa (tintas, ceras, vernizes e outros revestimentos biológicos e naturais, na Alemanha), Tradical (argamassas de cal produzida em Portugal com cânhamo, em Inglaterra), Fetdeterra (blocos de terra, em Espanha). Nestas empresas, a inovação aliada à preservação do saber tradicional, das aptidões humanas, do conhecimento dos materiais, das cores, das técnicas e métodos de produção – foi essencial para a valorização da identidade e promoção da excelência e autenticidade dos productos. Por cá, o *boom* turístico trouxe o investimento nos centros históricos com a implementação de unidades de alojamento, precipitando a sua rápida transformação. O conhecimento tradicional que ainda há poucos anos era aplicado na sua reconstrução – e que foi determinante na classificação de Guimarães a Património Mundial pela Unesco, em 2001- tem sido desvalorizado, e cada vez mais assistimos à aplicação de materiais dasapropriados, inorgânios e estanques, como tintas plásticas, mdf, pladur, capotto, roofmate e outros, em substituição dos materiais orgânicos tradicionais como madeira, argamassas à base de cal aérea, etc. privando-nos da excelência da sua salubridade, respirabilidade e qualidade - contribuindo para o aparecimento de edifícios que, tanto na aparência como na essência, são descaracterizados. Neste ponto, a responsabilidade dos municípios é acrescida uma vez que os edifícios de promoção municipal deveriam constituir exemplos de boas práticas de construção, para quem quer bem fazer. Vivemos portanto um momento favorável para, alicerçados na experiência de longos anos e no *know how* dos nossos melhores operários e artesãos (estucadores, entalhadores, marceneiros, carpinteiros, etc.), darmos um passo em frente, com a integração tecnológica, desenvolvendo e testando novos materiais e modelos (estabelecendo parcerias com as universidades) para que o conhecimento e a tradição continuem vivos e actuais com a integração de novos materiais, orgânicos, duráveis, sustentáveis e compatíveis connosco.

> Darmos um passo em frente, com a integração tecnológica, desenvolvendo e testando novos materiais e modelos... “”

Este posicionamento poderá, à semelhança dos exemplos citados dar origem a pequenas e médias empresas na área da construção mas também poderá animar outras áreas como o vestuário, o design do producto, etc. Enquanto muita da nossa qualificada mão de obra/artesania é *"aproveitada"* por agentes internacionais (neste momento, o conhecido designer de sapatos francês Christian Louboutin lança uma edição limitada de malas com tecelagens e tecidos *handmade in* Portugal destinadas ao mercado de luxo - com vídeo promocional realizado na Pousada de Santa Marinha da Costa), cabe-nos encontrar os nossos próprios valores protegendo-os dos efeitos negativos provocados por esta aceleração e, decidir se pretendem-os ser apenas *"executantes"* (como os nossos melhores artesãos ceramistas que hoje vêem a sua criatividade estrangulada por grandes grupos económicos do sector turístico moldando diariamente tal qual máquinas, centenas de miniaturas de galos de Barcelos para serem vendidos aos turistas) ou se daremos um passo em frente na valorização da nossa cultura e tradição como factor de inovação, passando de uma economia dos mais fortes e da competição, para uma economia da cultura, do conhecimento, da diversidade e da cooperação. Talvez seja este o caminho para alcançar a economia da liberdade de que nos falava Agostinho da Silva.

30€

ASSINATURA ANUAL

guimaraesagora.com

geral@guimaraesagora.com

+351 96 986 11 82
+351 93 117 39 15

ESTATUTO EDITORIAL:

"Guimarães, agora!" é um jornal mensal que se edita em formato de papel, uma vez por mês; a sua edição online e em formato digital terá actualizações constantes em função da actualidade. Assume-se como jornal independente e livre.

A procura da verdade e o relato que dela faz é subordinada aos factos, nunca permitindo qualquer condicionamento da informação que veicula por interesses partidários e económicos ou lógica de grupo, sendo responsável apenas para com os seus leitores.

"Guimarães, agora!" nem se inspira em qualquer religião, nem assume uma orientação política e partidária, independentemente do seu próprio olhar sobre Guimarães e região, o país e o mundo.

"Guimarães, agora!" orienta-se pelo princípio da dignidade da pessoa humana e pelos valores da democracia, da liberdade e do pluralismo.

A liberdade estará no centro das suas preocupações e a defesa de uma sociedade aberta, com instituições respeitadoras da lei e dos direitos individuais será escopo da sua acção. Acreditamos que o desenvolvimento harmonioso tem de ser inclusivo e não discriminatório.

"Guimarães, agora!" quer contribuir para uma opinião pública informada e interveniente, valorizando a irreverência e a inovação, a controvérsia e a discussão franca e sem complexos ou tabus.

"Guimarães, agora!" será um jornal para um público de todos os meios sociais e de todas as profissões. E procurará fórmulas atrativas, inovadoras e pertinentes de apresentação da informação, mas dispensando o sensacionalismo.

"Guimarães, agora!" estará na linha da frente do processo de mudanças tecnológicas e relacionais, sempre atento à inovação e promovendo a interação com os seus leitores.

"Guimarães, agora!" tem um compromisso assumido com o cumprimento da lei de imprensa e outras e com o respeito absoluto do Código Deontológico dos jornalistas que se compromete a cumprir. E acredita na boa fé dos seus leitores.

Guimarães, agora!

CONTINUÁMOS A USAR O ANTIGO ACORDO ORTOGRÁFICO NA REDACÇÃO DOS TEXTOS JORNALÍSTICOS.

HORÁRIO:

Todos os dias das 10h às 20h

253 171 387
938 250 045

www.style-out.com

MULHER ✦ HOMEM ✦ MENINA ✦ MENINO

CALÇADO ✦ ROUPA ✦ ACESSÓRIOS ✦ ROUPA INTERIOR

MORADA:
Rua Alberto Fernandes nº 213
Mesão Frio 4810-218 Guimarães

CORREIO ELETRÓNICO:
geral@style-out.com
encomendas@style-out.com