

PME *Magazine*

Portugal.Mundo.Empresas

JULHO 2021 • TRIMESTRAL • EDIÇÃO 21

DIRETORA: MAFALDA MARQUES
PMEMAGAZINE.SAPO.PT

pmemagazine.sapo.pt



**Especial
ANOS**

Figura de destaque

5 anos

dedicados às PME portuguesas
21 edições, 19 entrevistados,
15 eventos de networking, 4
webtalks



Proteção e resiliência

Editar uma publicação em Portugal é um desafio e mantê-la viva durante cinco anos é ainda mais. Só a convicção de que estamos a contribuir para o tecido empresarial nos estimula a continuar. Em cinco anos, desafiámos empresários a partilhar o testemunho da sua experiência na missão de ajudar as PME a melhorar. Começámos com Salimo Abdula, presidente da CE-CPLP, sobre o potencial de crescimento das PME. Aprendemos tudo sobre motivação nas vendas com Beatriz Rubio da Remax Portugal e com os erros de gestão de Tim Vieira. Rita Nabeiro, da Adega Mayor, falou-nos de inconformismo e António Saraiva, da CIP, desmistificou a negociação salarial. Sandra Correia ensinou dicas de networking e José Avillez mostrou flexibilidade nos negócios. Isabel Neves afirmou o investimento dos business angels nas PME e Luís Araújo apresentou o país como a incubadora de negócios mundial. Álvaro Covões anteviu a crise na indústria dos eventos e Alexandre Fonseca e Paula Panarra enfatizaram a conectividade das PME. Miguel Pina Martins partilhou os desafios de internacionalização e Leonor Freitas ensinou a gerir uma empresa familiar no feminino. Paulo Pereira da Silva falou da inovação da Renova e depois veio a Covid-19 que confinou o país. Madalena Cascais Tomé da SIBS acelerou os pagamentos eletrónicos e Paulo Mateus Pinto da La Redoute desconstruiu o e-commerce nas PME. Vanda de Jesus ajudou a tornar Portugal Digital e Bernardo Correia do Google Portugal disponibilizou ferramentas digitais para todos. Este foi o alinhamento temático ao longo dos cinco anos. A todos os empresários entrevistados, um especial obrigado. A todos os leitores, subscritores e seguidores, um forte agradecimento. Por fim, um agradecimento especial a todos os colaboradores e parceiros que tornaram esta publicação possível. Juntos somos mais fortes.

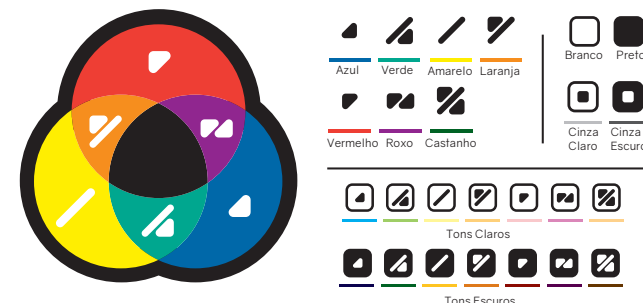
Continuação de boas leituras e bons negócios.



Texto:
Mafalda Marques
Diretora

ColorADD na PME Magazine

A PME Magazine conta com 15 grandes secções, que servem de guia estrutural para as temáticas abordadas. De forma a tornar a revista mais inclusiva, foi integrado nas secções o sistema de identificação de cores ColorADD. Assim, cada secção conta com uma cor diferente, identificada com um símbolo que permite a pessoas daltónicas identificarem as cores que estão a ver. Desenvolvido com base nas três cores primárias, representadas através de símbolos gráficos, o código ColorADD assenta num processo de associação lógica que permite ao daltónico, através do conceito da adição das cores, relacionar os símbolos e facilmente identificar toda a paleta de cores. O branco e o preto surgem para orientar as cores para as tonalidades claras e escuras.



DIRETORA: Mafalda Marques • **EDITORIA:** Ana Rita Justo • **REDAÇÃO:** João Carreira • **VÍDEO E FOTOGRAFIA:** Guilherme Mendes, NortFilmes e João Filipe Aguiar • **DESIGN GRÁFICO:** José Gregório Luís • **DIGITAL MANAGER:** Sofia Neves • **ESTATUTO EDITORIAL** (leia na íntegra em pmemagazine.sapo.pt) • **DIREÇÃO COMERCIAL** - Daniel Marques • **EMAIL:** publicidade@pmemagazine.com • **PROPRIEDADE:** Massive Media Lda. • **NIPC:** 510 676 855 • **MORADA DA SEDE DA ENTIDADE PROPRIETÁRIA/EDITOR:** Lisboa Biz - Av. Engenheiro Arantes e Oliveira, n.º 3 R/C - 1900-221 Lisboa • **REDAÇÃO:** Lisboa Biz - Av. Engenheiro Arantes e Oliveira, n.º 3 R/C - 1900-221 Lisboa • **TELEFONES:** 217 112 690 • **EMAIL:** info@pmemagazine.com • **N.º DE REGISTO NA ERC:** 126819 • **EDIÇÃO N.º:** 22 • **DEPÓSITO LEGAL N.º:** 427738/17 • **ISSN:** 2184-0903 • **TIRAGEM:** 1000 exemplares • **IMPRESSÃO:** Sprint - Zona Industrial Segulim, Rua José Pereira, Lote 3ª, 1685-635 Famões, Odivelas • **DISTRIBUIÇÃO:** por assinatura anual • **PERIODICIDADE:** Trimestral

5 anos de mudanças



“
À minha
passagem
o mundo pára!
Sou terrível!

SARS-CoV-2

”



Texto:
João Carreira
Fotografia:
D.R.

A PME Magazine celebra cinco anos nesta edição e abordou as figuras de capa que passaram pela nossa revista. Desta forma, foi possível fazer uma retrospectiva sobre o que mudou nos últimos tempos, ameaças, possibilidades/oportunidades, o que nos espera o futuro e, pasme-se, entrevistámos ainda o vírus SARS-CoV-2. Não acredita? Embarque connosco nesta viagem e venha descobrir quais as alterações. Transformação digital, coesão territorial, apoio às PME, alteração de hábitos de consumo, oportunidades em pandemia, inspiração feminina, futuro e solidariedade foram os temas mais abordados nas nossas entrevistas e aqui percebemos que existe uma preocupação muito grande das empresas e entidades em acompanhar a evolução tecnológica que nos permitiu “navegar” (se bem que em mares turbulentos), mais recentemente, na pandemia que nos assola.

Transformação digital

“A pandemia teve efeitos consideráveis na transformação digital das organizações, incluindo, também, nas PME: em meses, assistimos a um avanço tecnológico que seria expectável, em circunstâncias normais, em anos. Continuamos a ajudar as PME nesta jornada de transformação digital e é através da tecnologia que poderão disputar novas possibilidades e perspetivas, não só a nível nacional, mas sobretudo a uma escala global”, lembrou Paula Panarra, diretora geral da Microsoft Portugal.

E é esta a mudança que estamos a experienciar atualmente. Num tão curto espaço de tempo, tivemos que nos adaptar a viver grande parte do nosso tempo em casa e as ferramentas digitais tiveram, obrigatoriamente, que acompanhar este processo.

Para manter e até melhorar o funcionamento da economia nacional empresas como a Altice, Google ou SIBS foram cruciais. Madalena Cascais Tomé, CEO da SIBS refere a aposta numa “crescente transformação da economia rumo a uma sociedade mais digital, que melhore a transparência e garanta maior segurança de todos os utilizadores e uma maior produtividade das empresas em Portugal e restantes mercados em que estamos presentes. Temos o propósito de oferecer sempre os melhores serviços e os mais inovadores na área dos pagamentos, da digitalização e da segurança, nomeadamente às ►



“

É uma mudança tremenda em muito pouco tempo.

Bernardo Correia,
Country Manager
do Google Portugal.

”



Bernardo Correia, Country Manager do Google em Portugal

PME, que representam a esmagadora maioria do tecido empresarial português e com um peso inestimável para a economia, apoiando-as na sua atividade diária, e também no seu processo de transformação digital, na modernização e internacionalização dos seus negócios.”

Já Alexandre Fonseca, presidente executivo da Altice Portugal, reconhece “a importância da aplicação do conhecimento de forma personalizada e pessoal. Isto quer dizer soluções *tailor made* para empresas, por exemplo, mas também para o cliente particular”, enfatizando ainda que “esta transformação digital é um processo que passa naturalmente pelas empresas, mas que, através delas, chegará a toda a sociedade. E, deste modo, reforçamos o compro- ▶



“

As PME são a força motriz de Portugal.

António Saraiva,
Presidente da CIP

”

misso com o país, com as empresas nacionais e com os portugueses, e que em tudo está inerente ao que temos vindo a fazer enquanto empresa nos mais diversos segmentos.” O último entrevistado da PME Magazine, Bernardo Correia, *Country Manager* do Google Portugal lembra ainda que durante os tempos que atravessamos, os contributos mais importantes que a empresa poderia oferecer “seria sempre à volta de ferramentas digitais para ajudar as PME a manterem o negócio a funcionar mesmo no meio da disrupção”. Aqui, recorda programas como “o Google My Business, que permitiu a mais de 84 mil restaurantes e pequenas lojas informar clientes sobre novos horários e opções de compra em Portugal, ferramentas de trabalho remoto como o Google Meet, ferramentas para turismo como o Destination Finder ou o Hotel Insights, entre outras”. Portugal teve a sorte e a capacidade de ter empresas tecnológicas (e não só) que impulsionaram o país, mesmo em períodos incertos. E o apoio às PME foi ponto fulcral.

Apoio às PME

António Saraiva, presidente da Confederação Empresarial de Portugal (CIP) refere-se às PME como “a força motriz do país”, pois estas “criam emprego, riqueza, inovação e são fundamentais para o dinamismo da nossa comunidade, um esforço que também é feito pelas grandes empresas.” Neste sentido, para o presidente, “o contributo da CIP é muito claro: identificar problemas, analisar as soluções com os nossos associados e falar e negociar com o governo de maneira a defender as melhores soluções para Portugal”, dizendo ainda que parte do seu trabalho é “dar visibilidade a este esforço realizado pelas empresas, realçando os méritos e as dificuldades estruturais que elas enfrentam no nosso país.” Já Tim Vieira, CEO da Special Edition (Africa) & Bravegeneration (Europe) e reconhecido investidor, diz que é importante trabalhar em “estreita colaboração com as PME para reduzir os seus custos, mas, mais importante ainda, direcionar os seus planos de negócios para garantir a sobrevivência atual e o potencial de crescimento futuro.”

Assim sendo, multinacionais como o Google e a Altice têm feito um esforço coletivo de modo a permitir o crescimento das PME, como relata o *Country Manager* do Google Portugal, Bernardo Correia: “A mim e ao Google Portugal, o que mais nos orgulha é contribuir ▶



“

Faremos deste desafio uma oportunidade de amadurecimento da atividade turística nacional.

Luís Araújo,
Presidente do Turismo
de Portugal

”



Há exatamente um ano, Madalena Cascais Tomé referiu que existe uma alteração abrupta naquilo que são os hábitos das pessoas em todas as suas dimensões, mas também na forma como compram, pagam, como, no fundo, satisfazem as suas necessidades do dia a dia.



“

Os últimos anos foram marcados por diversas alterações nos hábitos do consumidor nos mais diversos setores.

Madalena Cascais Tomé,
CEO da SIBS

”

decisivamente para o crescimento das competências digitais do tecido empresarial português e da população em geral. O nosso Atelier Digital já treinou mais de 100 mil pessoas aqui em Portugal, por exemplo. Ajudamos as PME a exportar com ferramentas específicas e *workshops* em parceria com a AICEP. E apoiamos as *startups* com programas como a Startup School ou o Indico Accelerator Program powered by Google for Startups.”

Já Alexandre Fonseca, CEO da Altice Portugal, lembra “a forte aposta estratégica da empresa e o seu ativo contributo para a aceleração do processo de transformação digital das PME, garantindo-lhes uma nova oportunidade para darem vida aos seus negócios, também através do *online*, aportando o *know-how*, a infraestrutura, a capacidade tecnológica e de inovação já reconhecidos.”

Contudo, nem só em Portugal as empresas estão a sofrer com a crise pandémica, pelo que Salimo Abdula, Presidente da Confederação Empresarial da CPLP, relata o papel de “mentor” para as empresas associadas, através das várias delegações, visando um “melhor ambiente de negócios”, pela busca de soluções para as adversidades provocadas pela pandemia. Relembrando, também, o apoio dado a nível de advocacia, no que diz respeito ao alívio no pagamento de impostos e obrigações e incentivos fiscais.

Voltando a Portugal e no que toca a um dos setores que tem sido muito afetado pela crise que se instalou, o turismo, o Presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo, recorda que já foram mantidos “mais de 33 mil postos de trabalho nesta indústria”, através da disponibilização de linhas de apoio e de financiamento, e “75 mil pessoas receberam formação online” com o intuito de fortalecer “a formação e capacitação do setor”.

“O Turismo de Portugal apoia as empresas do setor, garantindo-lhes mecanismos financeiros que promovam a sua capitalização, tendo em vista a sua sustentabilidade financeira, que agilizem a entrada de novos investidores e que incentivem processos de concentração que permitam ganhos de escala e de maior resiliência, assim como processos de internacionalização, alargando o espaço e os mercados de desenvolvimento. Do nosso lado, reforçamos o compromisso com a consolidação e sustentabilidade das empresas do setor, com renovadas apostas no acesso ao investimento, à capacitação, aos mercados e ao conhecimento”, concluiu. ▶



“

Não podemos ter vergonha ou medo, ou pensarmos que somos inferiores aos produtos que estão lá fora.

Tim Vieira,
CEO da Special
Edition (Africa) &
Bravegeneration (Europe)

”



A nova aposta de Tim Vieira é a BGA-Brave Generation Academy, um novo conceito de educação em regime híbrido que visa inovar os métodos de aprendizagem. O projeto está em curso com a escola Externato Carvalho Araújo, em Braga.

Coesão territorial

Outra das mudanças que temos vindo a observar e que os entrevistados da PME Magazine corroboraram é o aparecimento de novas empresas em todos os pontos do país, nomeadamente no interior. Ora, assim sendo, estas novas empresas geram emprego, atraem pessoas de volta para estas zonas, o que contribui diretamente para o crescimento das economias locais, afastando o cenário de desertificação do interior. Impõe-se a questão: o que despoletou este surgimento?

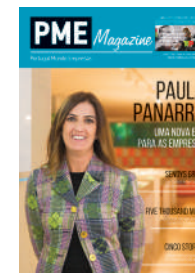
Na opinião de Alexandre Fonseca da Altice, estas entidades nascem “por terem já as mesmas oportunidades das empresas do resto do país, em particular dos grandes centros populacionais, onde o investimento e a inovação chegam de uma forma mais rápida”. Também Isabel Neves, *Managing Partner* na Star Busy, notou “uma fuga dos grandes centros urbanos, a procura pelo interior do país para aí se instalarem; maior mobilidade dos trabalhadores e novas formas de prestação do trabalho.” Já Tim Vieira remata que “apoiar o local está a tornar-se mais importante para os consumidores. A população está mais consciente de como as PME são importantes para a nossa economia, mas, infelizmente, ainda temos um longo caminho a percorrer”.

Alteração de hábitos de consumo

Mas talvez a mudança mais abrupta que demos conta foi a grande alteração de hábitos de consumo, num tão curto espaço de tempo. Foi o que aconteceu, por exemplo, com “os pagamentos eletrónicos e o comércio digital. As compras online mais que duplicaram (+106%) face ao mesmo período de 2019, portanto em pré-pandemia. No período antes do aparecimento do novo coronavírus, o comércio online representava apenas 10% do total das compras eletrónicas, sendo que este valor chegou a representar 18% em fevereiro de 2021 e, de acordo com os dados mais recentes, ronda agora os 14%”, refere Madalena Cascais Tomé, CEO da SIBS. Bernardo Correia concorda e dá-nos, também, alguns dados que sublinham a grande alteração na adoção das compras online por parte do consumidor e o correspondente aumento da oferta digital das empresas nacionais: “Antes da pandemia, segundo a Associação das Empresas e Profissionais da Economia Digital em Portugal (ACEPI), apenas 40% das empresas no ▶



De acordo com Paula Panarra, se há momento na história da economia do mundo em que o local e a dimensão do país não são relevantes é este, porque podem hoje nascer negócios de Portugal para o mundo.



“

A interação entre a empresa e as empresas mais inovadoras é, claramente, algo a promover no futuro, é isso que acelera a modernização das empresas portuguesas.

Paula Panarra,
diretora geral
da Microsoft Portugal

”

nosso país tinham uma presença digital, e agora esse número saltou para 60%. Já não é possível ignorar o comércio eletrónico e muitas empresas estão finalmente a descobrir que isso lhes permite também dar um salto de gigante (em termos de oportunidade, mas não em custos) para outros mercados.” Também Sandra Correia, empreendedora e mentora #oamorexiste afirma que a principal mudança foi que “o consumidor passou a comprar online. Em Portugal, não tínhamos essa cultura, mas no espaço de um ano fomos obrigados a isso, e hoje o digital é um dos principais canais de venda disponíveis e promissores.”

Já Paula Panarra, diretora geral da Microsoft Portugal, recorda o importante papel das *startups* portuguesas, pois são estas “que vão impulsionar o desenvolvimento da economia” no nosso país.

Diversidade e igualdade

A igualdade de género é outra das mudanças que vários dos nossos entrevistados abordaram. Tem-se vindo a notar uma alteração na mentalidade empresarial, mas também no que toca à sociedade em geral. Neste tema, Paula Panarra, afirma que “as empresas são mais bem sucedidas quando têm as equipas mais diversas. Equipas diversas significam diversidade em muitos aspetos: diversidade de *background*, de experiência, de género, diversidade etária. É muito importante que essa diversidade seja conseguida, porque é daí que vão nascer as melhores soluções dentro das empresas. Temos, hoje, a sair da faculdade cada vez mais mulheres e acredito que, no futuro, teremos cada vez mais mulheres também em carreiras de gestão e no topo das empresas, porque as empresas que têm maior diversidade vão ser, certamente, sempre as empresas mais bem sucedidas.” Também Isabel Neves, *Managing Partner* na Star Busy, recordou que “o caminho que temos, enquanto mulheres, para nos impormos não pode ser por radicalismos. Tem de ser trilhado pelo mérito e pela capacidade de estarmos ali. Estamos ali, não por ser mulher ou homem, mas porque temos talento, capacidade e mérito para estarmos, seja na política, seja na economia, no que for”.

Rita Nabeiro, diretora geral da Adega Mayor, confia-nos, igualmente, aquilo em que acredita: “Acredito que, seja homem, seja mulher, ambos temos qualidade e que cada um pode contribuir para o trabalho final e para o resultado final. Acima de tudo é na ►



“

O networking é, sem dúvida, o meio mais importante para o nosso crescimento empresarial.

Sandra Correia,
empreendedora
e mentora
#oamorexiste

”

Sandra Correia foi a fundadora da Pelcor, mas vendeu o negócio para se dedicar ao seu projeto “O Amor Existe” de mentoria empresarial e desenvolvimento pessoal.



Ainda estamos longe da igualdade de género. Quer queiramos quer não, todos nós falamos de igualdade mas não praticamos essa igualdade no dia a dia.

Sandra Correia, empreendedora
e mentora #oamorexiste



“

No caso das empresas, o que notei foi uma fuga dos grandes centros urbanos, a procura pelo interior do país para aí se instalarem.

Isabel Neves,
Managing Partner
na Star Busy

”

Há já um número crescente de *business angels* em Portugal, porém, não os suficientes para conseguirmos dar apoio a tantos projetos que aparecem, lembrou Isabel Neves em conversa com a PME Magazine.



conjugação e não na sobreposição de um ou de outro que há esse enriquecimento das empresas.” Felizmente, tem-se notado uma abertura de mentalidades no que diz respeito a oportunidades iguais para todos e esta é uma tendência crescente na grande maioria dos países, a nível mundial.

Oportunidades em pandemia

O que nos traz às oportunidades em crise, e é nos períodos mais complicados que, historicamente, a humanidade se reinventa.

Nestes tempos críticos, muitas foram as dificuldades, mas surgiram, também, novas oportunidades de negócio, de atividades e até de novas profissões, aliadas ao surgimento de novas tecnologias que levaram muitas empresas a expandirem-se para outros mercados e a alcançarem volumes de negócio nunca antes vistos.

Nestes anos, as empresas tiveram que inovar em todos os setores e viram também necessidade de expandir além-fronteiras, visto que as oportunidades deixaram de ter localização geográfica restrita ao país de origem das empresas. ▶



“

A nossa filosofia é a de adaptação face a situação pandémica, consideramos que devemos todos nos reinventar e seguir em frente.”

Salimo Abdula,
Presidente
da Confederação
Empresarial
da CPLP

”

Salimo Abdula, em entrevista à PME Magazine, diz que dentro de duas décadas podemos vir a ser das comunidades mais prósperas a liderar certos setores neste planeta.



“

Só vence quem tenta. Falhar não tem qualquer problema.

Miguel Pina Martins,
CEO da Science4You

”



Tal facto é corroborado pela diretora geral da Microsoft Portugal, Paula Panarra, que refere que “se há momento na história da economia do mundo em que o local e a dimensão do país não são relevantes é este, porque podem hoje nascer negócios de Portugal para o mundo.”

De acordo com Salimo Abdula, devido ao fator globalização vs migração digital, “hoje o consumidor está cada vez mais exigente, ele exige para além de qualidade, a rapidez e serviços de valor agregado, que lhe permita consumir menos tempo e ter menos custos logísticos ou operacionais.” “Nota-se uma enorme evolução devido aos modelos atuais associados ao mundo digital. Hoje é mais fácil promover ideias e conteúdos, pois o online está na mente do consumidor, como nunca

Miguel Pina Martins
é fundador e CEO da
Science4You. É licenciado
em Finanças, pelo ISCTE,
com mestrado de Gestão
na mesma instituição.

antes esteve”, escreve Miguel Pina Martins, CEO da Science4You. Finalmente, Tim Vieira, faz um reparo sobre um pensamento que, na sua visão, assola os portugueses: “Não podemos ter vergonha ou medo, ou pensarmos que somos inferiores aos produtos que estão lá fora. Em Portugal, antes pensavam que os produtos estrangeiros eram melhores e agora estamos a perceber que afinal estávamos errados e que o que temos cá é bom. E agora é elevar isso a um próximo passo, que é abrir mercados lá fora.”

Inovação

Todas as alterações que se deram nos últimos tempos obrigaram as empresas e entidades a reinventarem-se, pelo que daí surgiram muitas inovações e, também, parcerias, de modo a encontrarem oportunidades em consonância que beneficiassem ambas as partes. De acordo com Paula Panarra, “a interação entre uma empresa e outras mais inovadoras é, claramente, algo a promover no futuro, é isso que acelera a modernização das empresas portuguesas.”

Estas podem ser competitivas, mas “têm de o ser, também, de forma diferenciada”, lembrando que “as formas de trabalhar dos seus empregados e talvez a produtividade e a mobilidade tenham sido o principal fator de modernização nas PME.” Contudo, nem todas as empresas têm uma vertente digital intrínseca, aliás, em consonância com um estudo que Vanda de Jesus referiu em entrevista à PME Magazine, apenas uma em cada cinco empresas são altamente digitalizadas na Europa. Dados válidos para cerca de 60% das grandes empresas e 90% das PME. O trabalho a realizar ao nível das PME ainda é bastante grande. ▶



“

No caso do teletrabalho, sou uma verdadeira crédula de que nada vai voltar ao que era.

Vanda de Jesus,
diretora executiva
do Portugal Digital

”

Vanda de Jesus
é a cara do Portugal
Digital, programa lançado
pelo governo para ser
o motor de transformação
digital do país.



Internacionalização

“É preciso estar constantemente a inovar!” Estas são as palavras de Miguel Pina Martins, CEO da Science4You, quando se refere ao tema da internacionalização, algo que muitos dos gestores empresariais ambicionam alcançar quando criam uma entidade. “O grande desafio é, realmente, conseguir internacionalizar e que a marca tenha uma presença lá fora. É onde se consegue ganhar escala, obviamente onde há mais concorrência e uma série de coisas que não há cá em Portugal, mas esse é o desafio e vai ser sempre o grande desafio, continuar a crescer internacionalmente e conseguir manter esta conquista do mercado”, relembra o CEO. Já Paulo Pereira da Silva, CEO da Renova, quando questionado onde gostaria de ver a marca daqui a cinco anos, responde com olhos postos numa perspetiva mundial: “Não sei. Não sei. Cinco anos é amanhã, mas vejo-a como uma marca com uma maior expressão global, de estar em mais países, mais mercados, mais geografias, dentro dos seus próprios valores, do seu território, da sua linguagem e com um crescimento geográfico e poder levar a nossa marca, aquilo que somos, a mais gente, em diferentes sítios do mundo. Gostei de ver na China as pessoas a cheirarem os nossos produtos, a tocarem nos produtos. Se calhar, há aqui mercado em que podemos trabalhar.”

Futuro

O que nos reserva o futuro, ninguém sabe, contudo, possível será realizar uma preparação para o que eventualmente poderá estar a chegar.

Neste sentido, será necessário apostar na formação, na inovação, na tecnologia e, principalmente, na sustentabilidade, que serão fundamentais para a retoma nos próximos anos e que nos irão distinguir dos concorrentes. As mensagens de esperança e positivismo para o futuro são muitas, Luís Araújo, por exemplo, afirma que “com o empenho de todos, públicos e privados, retomaremos a rota de crescimento e voltaremos aos resultados do passado”. O presidente do Turismo de Portugal diz que “a pandemia afetou o setor de uma forma brutal, mas temos de aproveitar esta paragem forçada para avaliar, ponderar e delinear estratégias”, algo que poderá ser ►



“

Falta em Portugal capacidade de as pessoas arriscarem e de criarem a sua própria empresa.

Paulo Pereira da Silva,
CEO da Renova

”

O CEO da Renova estimula muito a troca de ideias dentro das equipas, por forma a encontrar novos modelos de inovação.





“

As pessoas não estão numa empresa só para ganhar dinheiro, mas porque têm sentido de pertença.

Beatriz Rubio,
CEO da Remax Portugal

”

Beatriz Rubio, em entrevista, lembra que quem não está na mudança, não é capaz de ver que as pessoas precisam de mais. Muitas vezes esse mais não é só dinheiro.



“

Quando esgotamos o mercado, como é que podemos aumentar as nossas vendas? Juntando outro produto e vendendo a quem não gosta do nosso produto.

Álvaro Covões,
Fundador e diretor-geral
da Everything Is New

”

Álvaro Covões começou a Everything is New com uma pequena equipa de cinco pessoas, na altura da entrevista eram já 22.



“

Acreditamos que a atitude de respeito, de valorização e de aprendizagem contribui para o crescimento de todos.

Rita Nabeiro,
diretora geral
da Adega Mayor

”

Rita Nabeiro afirma, em entrevista à PME Magazine, que é necessário perceber em que é que somos fortes e como é que podemos potenciar mais essas nossas qualidades.



“

Uma PME tem de compreender que tem de saber expor-se, para saber expor-se tem de ter uma organização eficiente, tem de ter um foco para o cliente final extremo na sua organização.

Paulo Mateus Pinto,
CEO La Redoute Portugal

”

Paulo Mateus Pinto lembra que, para uma empresa ser eficiente, tem de ter um produto de qualidade, diferenciador ou não e, sobretudo, um serviço exímio, porque aquilo que as pessoas mais querem, muitas vezes, é um serviço de qualidade com um produto que venha corresponder àquilo que as pessoas querem.



“

Portugal precisa de empreendedores. Não é fácil criar uma empresa de sucesso, há muitos entraves, mas é possível.

José Avillez,
Chef

”

aplicado a todos os setores da economia nacional. Já na opinião de Paula Panarra, “tem de haver uma adaptação ao nível da gestão e lideranças das PME para acompanhar uma mudança na forma como os colaboradores trabalham, como otimizam as suas operações, como se relacionam com os seus clientes, ou até como devem desenvolver novos produtos e serviços.

É vital para a economia portuguesa que as PME acompanhem estes desenvolvimentos de forma a terem sucesso e competirem num mercado cada vez mais global e por um consumidor cada vez mais informado e exigente.”

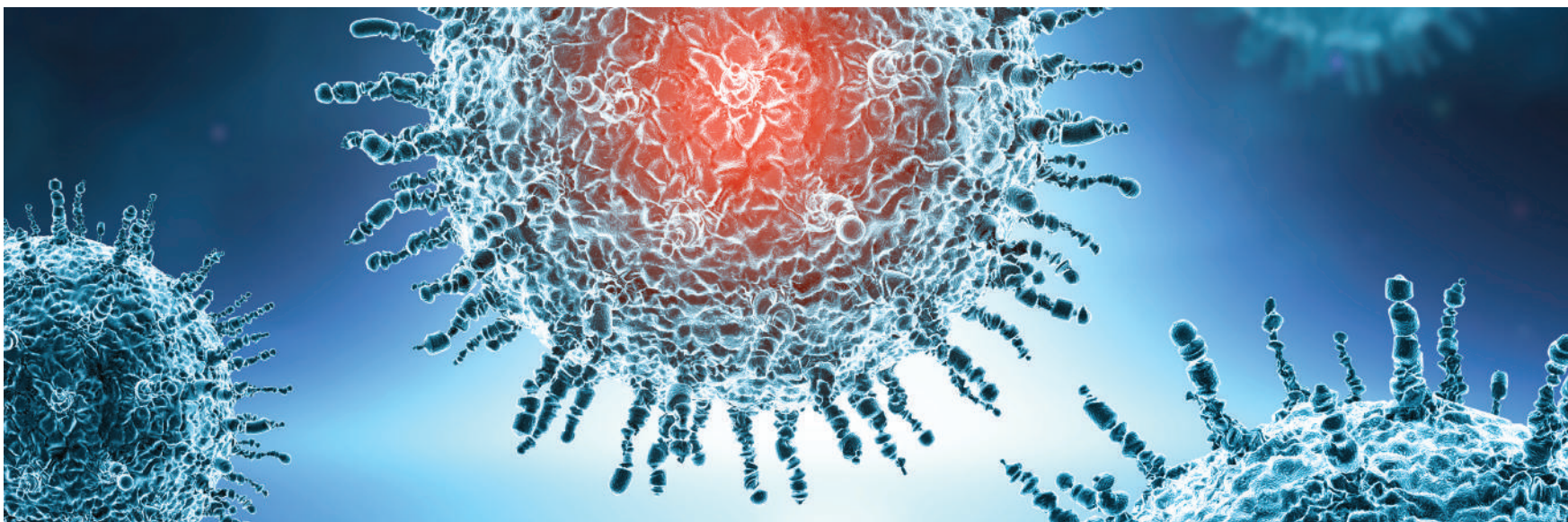
Solidariedade

Pegando no exemplo do Chef José Avillez que, afirmando que “é muito difícil gerir em tempos de incerteza”, distribuiu refeições à Junta de Freguesia de Santa Maria Maior e da Misericórdia e estabeleceu novas parcerias com outras empresas, recordamos que a solidariedade em momentos de crise, por vezes, pode fazer a diferença, não só a um nível empresarial, mas também pessoal. ▶





A pandemia que assolou o mundo afetou não só as pequenas economias, como as grandes potências económicas.



SARS-CoV-2, Covid-19 para os amigos

É o elemento incontornável dos últimos tempos. O vírus SARS-CoV-2 galgou fronteiras e não olhou a idades, nem géneros, causando muito transtorno no panorama profissional, mas, mais do que tudo, no panorama pessoal.

Numa perspetiva mais descontraída, fomos entrevistá-lo, (com todas as proteções e mais algumas), na pessoa de António Lopes, o Humorista Gourmet.

Tendo já sido figura de capa da PME Magazine, e por termos uma certa afinidade com o mesmo, chamar-lhe-emos Covid-19, que se refere à experiência de ter sido capa da revista como “contagante”, esperando que “muita gente tenha colocado as mãozinhas na revista, e até que tenha passado de mão em mão muitas vezes”. “Tenho também a esperança, que para virar de página tenham lambido o dedo. Assim chego mais rápido a toda a gente”, concluiu. Quando questionámos a Covid-19 sobre que contributos considera ter dado para as PME portuguesas diz, (sem papas na língua): “O meu contributo foi deveras importante, senão “tossamos”, as PME tiveram

uma redução no número de empregados a trabalhar, logo pagam menos ordenados, o que significa poupança. O trabalho foi feito a partir de casa, o que resultou em mais poupança na eletricidade, na água e papel higiénico, daí as pessoas terem comprado muito papel para ter em casa.”

Contudo, afirma que falhou na ajuda às PME, mas que esse “era o plano”, lembrando, ainda assim, que tem tentado “estar em todo o lado”, pois “cada vez que tentam abrir, eu ataco, quando o processo parece que está quase a terminar, eu mudo de cara, eles chamam-lhe variante, eu chamo-me valente”, termina.

“Tudo mudou desde a minha chegada, e nada vai ficar igual quando terminar, se terminar! Máscaras, gel, vacinas, podem tentar tudo, mas se não tiverem juízo na ‘tola’, estão tramados”, avisa.

Esta foi a entrevista possível com aquele que consideramos ser o maior agente de mudança, forçada, é certo, dos últimos tempos. Obrigou-nos a mudar perspetivas, adaptarmo-nos, mas foi também através disso que surgiram oportunidades e que houve uma evolução em vários aspetos, nomeadamente no que ao mundo digital diz respeito. ►

A data de edição da revista, o vírus SARS-CoV-2, infetou já 187 milhões de pessoas em todo o mundo.



“

Penso que a minha experiência pode vir a inspirar outras mulheres de que nós somos sempre capazes de fazer mais do que aquilo que pensamos. Que não há trabalho para homens ou mulheres, há sim as pessoas certas para os sítios certos.

Leonor Freitas,
Sócia gerente
na Ermelinda Freitas

”



Quando cheguei, sabia que não sabia e isso fez toda a diferença, porque fui à procura de pessoas que soubessem para ajudar-me.

Leonor Freitas,
sócia gerente na Ermelinda Freitas



“

Esta transformação digital é um processo que passa pelas empresas, mas que, através delas, chegará a toda a sociedade.

Alexandre Fonseca,
presidente executivo
da Altice Portugal

”



Alexandre Fonseca lembrou em entrevista à PME Magazine que, apesar de sermos adeptos de tecnologia, temos quase um terço da população portuguesa que nunca usou um computador.

5 anos de mudanças

Foram cinco anos de alterações profundas na sociedade, nas empresas, na forma de estar, de conviver, de viver, que acabaram por surgir devido a várias questões, mas, maioritariamente, devido à pandemia que assolou o mundo e nos obrigou a alterar tudo. Prova provada é que o ser humano é um animal com uma capacidade de adaptação nata e deste ‘teste’ surgiram inúmeras oportunidades, inovações, novas formas de trabalhar e, grande parte delas, irão manter-se daqui para a frente.

Acreditamos que o futuro seja risonho e que venham mais cinco anos de PME Magazine, agradecendo as palavras de Tim Vieira:

“Penso que a PME Magazine desempenha um papel vital ao dar voz ao setor das PME, que é a espinha dorsal da economia portuguesa, pagando 80% dos impostos e empregando 85% da mão-de-obra.” ●

FIQUE POR DENTRO DE TODOS OS NEGÓCIOS EM 2021!
Assinatura anual: **39,90€**



5 Especial ANOS

GRUPO EAD

A LIDERANÇA DOS TRÊS
CEOs DO SETOR DE
GESTÃO DOCUMENTAL

5 ANOS DE MUDANÇAS
ENTREVISTA AS FIGURAS
DE CAPA DAS 20 EDIÇÕES
DA PME MAGAZINE

IAPMEI
PRESIDENTE DO
IAPMEI FALA SOBRE
RECUPERAÇÃO
E CRESCIMENTO

FIGURA DE CAPA



A PME Magazine celebra o seu 5.º aniversário e, para celebrar este momento, apresenta uma seleção de figuras de capa das 20 edições da revista. A seleção foi feita por uma equipa de especialistas e reflete a diversidade e a inovação do setor empresarial português.

Esta seleção de figuras de capa representa a diversidade e a inovação do setor empresarial português. Desde líderes de grandes empresas a empreendedores locais, estas figuras de capa refletem a evolução da PME Magazine ao longo dos anos.

Esta seleção de figuras de capa representa a diversidade e a inovação do setor empresarial português. Desde líderes de grandes empresas a empreendedores locais, estas figuras de capa refletem a evolução da PME Magazine ao longo dos anos.

5 anos de mudanças



A PME Magazine celebra o seu 5.º aniversário e, para celebrar este momento, apresenta uma seleção de figuras de capa das 20 edições da revista. A seleção foi feita por uma equipa de especialistas e reflete a diversidade e a inovação do setor empresarial português.

Esta seleção de figuras de capa representa a diversidade e a inovação do setor empresarial português. Desde líderes de grandes empresas a empreendedores locais, estas figuras de capa refletem a evolução da PME Magazine ao longo dos anos.



Esta seleção de figuras de capa representa a diversidade e a inovação do setor empresarial português. Desde líderes de grandes empresas a empreendedores locais, estas figuras de capa refletem a evolução da PME Magazine ao longo dos anos.

Esta seleção de figuras de capa representa a diversidade e a inovação do setor empresarial português. Desde líderes de grandes empresas a empreendedores locais, estas figuras de capa refletem a evolução da PME Magazine ao longo dos anos.

FIQUE POR DENTRO
DE TODOS OS **NEGÓCIOS**
EM 2022!

ASSINATURA ANUAL
39,95€



ASSINE EM:
pmemagazine.sapo.pt/assinatura



pmemagazine.sapo.pt