

ID: 58822313

15-04-2015

EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

Dez empresas representam 93% das exportações de Viseu

Tal como a totalidade do País, o concelho de Viseu depende de um pequeno número de empresas para garantir quase todas as suas exportações de bens.

UISEU

RETRATO DO MUNICÍPIO

População residente

98.424



Homens **46.183**
Mulheres **52.241**

Desemprego

Registados pelo IEFP (Janeiro 2015)

Viseu
5.958

Portugal (Continente)
580.961

			Total
0-14 anos	7.431	7.223	14.654
15-24 anos	5.337	5.409	10.746
25-64 anos	25.657	28.666	54.323
65 e mais anos	7.758	10.943	18.701

Número de pensionistas

Total 24.694

Invalidez	1.726
Velhice	17.048
Sobrevivência	5.920

Alunos por grau de ensino

2012/13

Educação pré-escolar	2.411
1º Ciclo	4.103
2º Ciclo	2.387
3º Ciclo	3.800
Secundário	4.967
Ensino pós-secundário não superior	295
Ensino superior	5.230



Hotelaria

Total de estabelecimentos 17

Hotéis	10
Alojamento local	3
Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	4

Número de camas **1.559**



Veículos novos vendidos

por 1000 habitantes (2013)

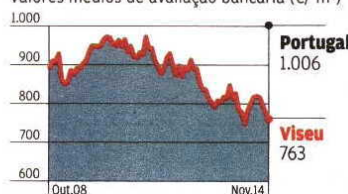
Viseu
9,4

Portugal (Continente)
10,44



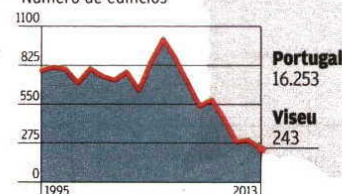
Quanto valem as casas

Valores médios de avaliação bancária (€/ m²)



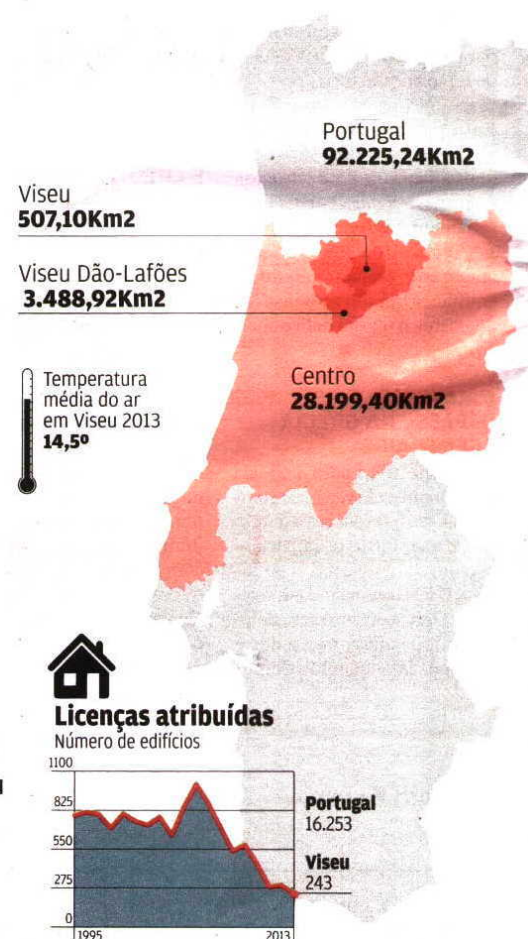
Licenças atribuídas

Número de edifícios



Caracterização da área

Usos do solo identificados nos PMOT (Planos Municipais do ordenamento do território) em hectares



NUNO AGUIAR
naguaiar@negocios.pt

São apenas dez empresas, mas representam quase todas as exportações feitas por Viseu em 2013. As maiores vendedoras do concelho pesam 93% no total das saídas de bens.

Nos últimos anos tornou-se um lugar comum dizer que Portugal de-

pende muito das suas grandes empresas para vender ao exterior. Sem Galp, TAP ou Autoeuropa, entre outras, as exportações portuguesas seriam muito inferiores. Segundo o INE, embora as grandes empresas representem 1,1% do tecido empresarial nacional, são responsáveis por 43% das exportações.

Neste aspecto, Viseu é o espelho do País. Os números fornecidos pela Informa DB ao Negócios mostram que as dez maiores exportadoras de Viseu venderam mais de 74 milhões de euros de bens em 2013. No seu todo, o concelho exportou cerca de

80 milhões, o que significa que essas dez empresas têm um peso de 93% no total vendido.

Se reduzirmos ainda mais o leque de empresas analisadas, é possível ainda verificar que as quatro maiores são responsáveis por 57% do total. São elas a Visabeira, Habidecor, JLS - Transportes Internacionais e Gouveia & Campos.

Viseu é ainda o espelho do país por outro motivo. Tal como Portugal, tem um défice da balança comercial de bens. Aliás, pelo menos desde 2005 que o tem. Segundo o Instituto Nacional de Estatística, o

concelho tinha um saldo negativo de 23 milhões de euros em 2013, não muito longe da média dos nove anos anteriores, de -33 milhões.

As duas maiores exportações de Viseu são máquinas, aparelhos e material eléctrico e matérias têxteis, ao passo que as maiores importações são animais vivos e produtos do reino animal e máquinas e aparelhos. Entre 2005 e 2013, tanto as exportações como as importações do concelho cresceram.

De longe, os animais vivos são o que mais contribui negativamente para o saldo comercial. ■



Como está a mudar o país das empresas

O Negócios continua à descoberta dos campeões nacionais, actuais e futuros. Depois de Braga, Coimbra, Guarda, Aveiro e Leiria, visitámos Viseu. A próxima paragem é Bragança.

Médicos

Por 1.000 habitantes (2013)



Enfermeiros

Por 1.000 habitantes (2013)



Farmácias e postos farmacêuticos móveis

Por 1.000 habitantes (2013)



Comércio internacional de bens

Em milhões de euros (2013)

PORTUGAL

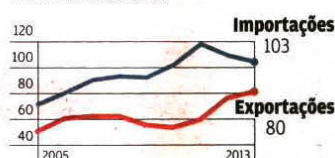
Exportações	47.266
Importações	56.906
Saldo	-9.640

Viseu

Exportações	80
Importações	103
Saldo	-23

Viseu importa mais do que exporta

Em milhões de euros



FORÇAS

Centralidade Viseu está no centro do país. É, por isso, acessível de vários pontos sem grandes viagens.

Ligações A A25 que faz a ligação a Aveiro e Vilar Formoso e a A24 liga a Vila Real e Chaves.

Qualidade de vida É referida por muitos empresários. Viseu é um bom concelho para fixar pessoas.

FRAQUEZAS

Rodovias Acessos a Viseu pecam pela falta de uma ligação sem portagens.

O IP3 é considerado um ponto negro.

Ferrovia Há queixas das ligações ferroviárias. O comboio passa em Mangualde e Nelas, mas não em Viseu.

Preço dos parques A autarquia diz que já reduziu, mas ouvem-se queixas sobre o preço dos parques industriais.

AMEAÇAS

Interioridade Apesar de central, Viseu não deixa de ser um concelho do interior do país.

Importações Apesar do concelho exportar 80 milhões de euros, há muitos bens que têm de entrar em Viseu.

Peso da Visabeira Se é positivo ter uma empresa como a Visabeira, é também um risco pela dependência.

OPORTUNIDADES

Investimento Autarquia garante que está a desbloquear projectos pendentes. Diz que a desmaterialização da relação com os municípios também ajuda.

População O concelho tem conseguido conquistar população e crescido a uma média de mil pessoas por ano.

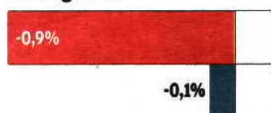
Exportações Tem uma das maiores empresas nacionais, a Visabeira.

E já tem exemplos de inovação.

Número de empresas 2.699

■ Viseu ■ Portugal

Variação do volume de negócios



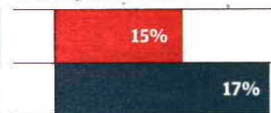
Variação do número de empregados



Variação das exportações



Peso das exportadoras



10 Maiores empresas

Por volume de negócios

	Volume de negócios (2013)	Idade (anos)	Nº de empregados
1 Viatel	120.696.346,56	24	205
2 Norte Aves	48.791.463,52	25	86
3 Ascendi	44.549.179,59	13	3
4 Lubridão	43.267.265,25	30	50
5 Visabeira	36.264.347,99	34	425
6 Coelho & Dias	33.498.933,86	34	137
7 Edvisa	29.883.949,91	24	133
8 JLS - Transportes Internacionais	23.156.750,81	25	231
9 Beiragás	20.449.038,69	16	24
10 Visabeira Pro	20.265.150,74	7	304

10 Maiores exportadoras

Valores em milhões de euros (2013)

	Exportações	Importações	Peso das exportações no volume de negócios (%)
Visabeira Pro	~12	~1	67,58
Habidecor	~10	~1	97,84
JLS - Transportes Internacionais	~10	~1	47,20
Gouveia & Campos	~8	~1	96,30
Viatel	~6	~1	6,53
Soima	~5	~1	82,85
Ename	~4	~1	94,05
Pavi-Metal	~3	~1	53,58
Marcovil	~2	~1	57,33
Palsystems	~2	~1	46,48

NOTA: A elaboração do "ranking" resulta da metodologia de análise da Informa D&B. A informação financeira considerada é baseada no balanço e demonstração de resultados individual e respectivos anexos financeiros publicados e existentes na base de dados Informa D&B. As empresas foram classificadas em 13 sectores de actividade, excluindo-se o sector financeiro e a Administração Pública, assim como as entidades sem empregados e as empresas off-shores. Foram excluídas as empresas que não publicaram ou disponibilizaram a informação necessária. São apenas consideradas as empresas que se encontram activas.

Fonte: Informa D&B no retrato das empresas; INE e IEPF nos outros dados; Os anos variam consoante os indicadores; Infografia: Mateus Granado

Visabeira é "dona e senhora" de Viseu

Empresas do grupo Visabeira estão nos lugares cimeiros dos "rankings" das maiores empresas de Viseu, quer em volume de negócios (Viatel, de infra-estruturas de comunicações), quer em exportações (Visabeira Pro, de projectos). A Visabeira não quis, no entanto, falar com o Negócios para este trabalho de Viseu.



EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

Um tapete que voa de Viseu para qualquer parte do mundo

Quase toda a produção sai do país. Vai para as mais distintivas lojas, para hotéis ou iates ou, até, para clientes "únicos". A Habidecor, a segunda maior exportadora do concelho de Viseu, garante que envia "um único" tapete para qualquer lado.

ALEXANDRA MACHADO

amachado@negocios.pt

BRUNO SIMÃO

Fotografia

A bandeira chinesa agita-se, ao sabor do vento, ao lado das bandeiras europeia, portuguesa e belga. É a primeira mensagem de boas-vindas da Abyss & Habidecor, na sede em Viseu. Foi dia, aquele em que o Negócios visitou a empresa, de receber clientes do outro lado do Mundo. Os trabalhadores da Habidecor já se habituaram. No dia seguinte terão de trocar a bandeira da China pela do Reino Unido. Todos os dias há um ritual, pintado com cores diferentes. As cores do país-cliente ou potencial cliente.

Não se sabe se as cores das bandeiras inspiraram a Abyss & Habidecor. Mas é o mundo todo junto que se vê nas 60 cores que compõem a paleta da empresa. Os tapetes e atoa-lhados têm as cores do mundo e mais algumas. É para o mundo que seguem: 98% da produção da Habidecor & Abyss é para exportar.

Foi logo a pensar no mercado exterior que Celso de Lemos, viseense emigrado na Bélgica, criou a Habidecor. Um começo a lembrar as histórias de Silicon Valley, pouco vistas na indústria têxtil. Bastou uma máquina de costura numa garagem. Celso de Lemos fez o resto. E quis fazê-lo em Viseu. Hoje a Abyss & Habidecor é apenas um dos ramos do negócio que tem. Junta ao têxtil a hotelaria, a restauração e o vinho, do Dão.

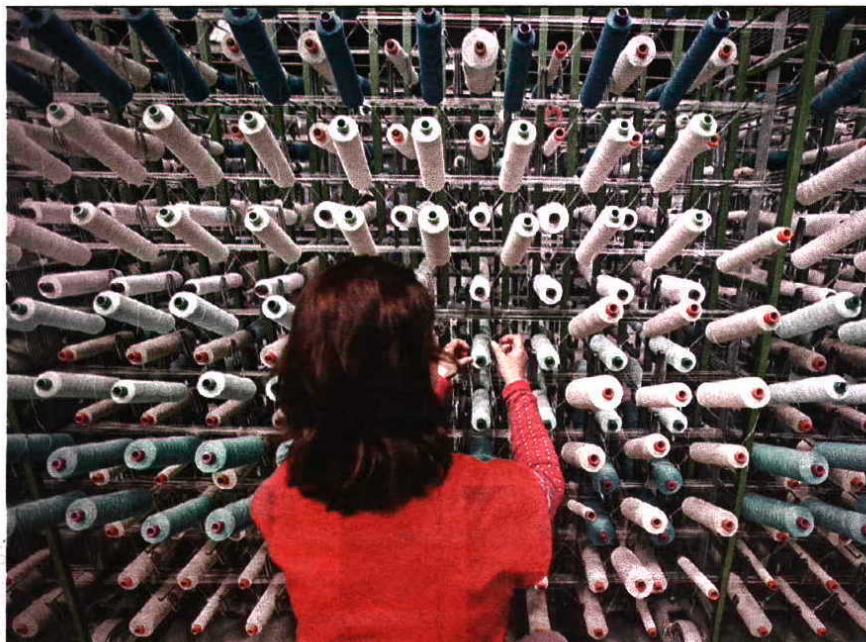
No têxtil vai arrancar com uma nova linha, a de lençóis, produzidos também na fábrica de Viseu, mas que terão a chancela do fundador: Celso de Lemos. Já estão no londrino Harrods e mantêm a filosofia aplicada à Habidecor (tapetes) e à Abyss (atola-lhados): produtos de gama alta.



"Os nossos clientes querem mais coisas ao mesmo nível", assegura Fernando Aires, que não deixa de recordar que as toalhas e tapetes foram considerados os melhores do mundo. Palavra do Wall Street Journal. O segredo é revelado. Ou melhor, os segredos. Começa pelas cores. O tingimento, feito nesta "casa", garante que as cores não são alteradas de lote para lote e que não desbotam. Oito a nove horas de tingimento, passando três a quatro horas no secador a 90 graus. Pode-se tingir seis a sete cores por dia. Os tapetes entram nos aparelhos de tinturaria, que tingem 50, 100 e 200 quilos, em cru, feitos pelas mãos hábeis de costureiras. "Esta

produção manual é, pelas suas próprias características, muito apreciada e procurada em todos os nossos mercados", assume Fernando Aires. O branco e o natural são, ainda assim, as cores mais procuradas.

Saem anualmente cerca de 166 mil tapetes desta fábrica. Alguns já feitos em máquinas industriais que permitem desenhos com até cinco cores. As colecções vão variando. E a cada produção o creel (suporte de cones de linhas) é carregado. Mãos mecanizadas vão acelerando na colocação dos canelais de fios. Sem engano. Ritmado. O fio, ou melhor o emaranhado de fios (o creel permite ter 4.080 canelais), é puxado. E assume,



Os tapetes da Habidecor são feitos à mão ("hand made") ou de forma industrial. Este último método permite criar outros desenhos e outras complexidades. A verificação de qualidade é feita ao pormenor (foto principal). A Habidecor faz parte do grupo Celso de Lemos que produz, ainda, atoalhados (Abyss) e, mais recentemente, lençóis.

no final, a forma de um tapete. O desenho é o que se queira. Fernando Aires vai elogiando o trabalho da empresa, para assumir que "todos os clientes são importantes". Vende no Harrods ou na Bloomingdale's, mas também equipa hotéis ou iates. Pode, ainda, produzir um tapete personalizado. "Enviamos um tapete para qualquer parte do mundo", assegura Fernando Aires.

É verdade que se paga. Aqui não se esconde que os tapetes e atoalhados são caros (uma visita ao Harrods mostra-nos o tapete mais barato por 139 euros). Mas a matéria-prima e a produção também. Os fios chegam, em particular, do Egito, que produz

um algodão de alta qualidade, de "casta" específica. A Abyss & Habidecor não quer outra. Para os tapetes, a matéria-prima chega, também, da Índia.

Este fio de algodão é o ponto de partida para os tapetes que, há muitos anos, começaram por ser em acrílico e distribuídos para armazenistas. Hoje a filosofia da empresa é outra. Não tem armazenistas. A sua marca, acredita, é distintiva e é essa que aparece nos tapetes e nos atoalhados. Neste dia, são chineses os clientes que vão passeando no "show room" junto da fábrica. No dia seguinte, serão ingleses. Mais um dia e a nacionalidade será outra. Mas só as bandeiras lá fora vão mudando. ■

11,7

**VOLUME
DE NEGÓCIOS**

A Habidecor facturou, em 2013, 11,7 milhões de euros, de acordo com os dados da Informa db.

98%

EXPORTAÇÕES

Do total da produção, 98% segue para o exterior. Os Estados Unidos são o maior mercado. Mas a empresa está em 61 países.

166

TAPETES

A empresa estima uma produção de 166 mil tapetes por ano e 500 mil atoalhados.

PERGUNTAS A FERNANDO AIRES

Administrador da Habidecor



“Dizem que somos os melhores tapetes do mundo”

O grupo Celso de Lemos vai lançar uma nova linha de produtos. São os lençóis que terão a marca Celso de Lemos. “Podemos dizer que ainda estamos em ensaios”, revela ao Negócios Fernando Aires, administrador da Habidecor & Abyss. O projecto já tinha sido noticiado pelo Negócios. O grupo aproveitou espaço na fábrica da Habidecor em Viseu, na zona industrial de Mundão, para instalar dois teares de lençóis e já admite comprar um terceiro. Tudo começou com o negócio de tapetes.

A Habidecor faz tapetes há mais de trinta anos. Quando entraram nos atoalhados?

Em 1997 começámos a fazer toa-lhas e tudo o que são atoalhados (roupões). Hoje temos uma gama de produtos na Ginado, em Tondela, com nome comercial Abyss. A Habidecor faz os tapetes. Tanto num caso, como no outro, os produtos são de qualidade muito alta. Temos uma gama de clientes, de cerca de quatro mil, e exportamos para mais de 60 países.

Em termos de exportação qual é o maior mercado?

Estados Unidos da América, mas a empresa exporta para 61 países dos cinco continentes. Dos principais mercados destacamos, além dos EUA, a Suíça, França, Reino Unido, Itália, Alemanha, Bélgica e Espanha. Estamos presentes em lojas e boutiques da especialidade e grandes armazenistas de todo o mundo, tais como Harrods (Reino Unido, Bloomingdale's (Estados Unidos da América), Lane Crawford (Hong Kong), El Corte Inglés (Espanha). As exportações representam 98% da produção.

No vestuário liga-se muito às

O grupo Celso de Lemos faz tapetes e atoalhados. Vai, agora, lançar-se nos lençóis.

marcas. Nos têxteis-lar também acontece isso?

Eu acho que sim. Eles é que dizem que somos os melhores tapetes do mundo. Não somos nós que dizemos. O conceito de moda também está presente todos os anos.

Porque se lançaram agora nos lençóis?

Os nossos clientes querem mais coisas. E nós lembrámo-nos de fazer lençóis.

Tudo o que seja têxtil-lar?

Tudo para a cama e depois poderão vir outras coisas, para a mesa...

Os lençóis vão ser agora lançados?

Vai ser colecção Celso de Lemos. E já está no Harrods.

Mas quando é que vai ser o lançamento?

Até ao final do ano.

Vai haver aumento do número de trabalhadores com a linha de lençóis?

Na Habidecor trabalham 135 pessoas e na Abyss, em Tondela, 50 pessoas. Muito provavelmente vamos registar um aumento devido ao crescimento dos lençóis.



EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

Quando o problema de uns é o negócio de outros

Se tem um computador da Asus, um projector BenQ ou uma multifunções Brother que se tenha avariado é muito provável que a Ename tenha feito a reparação. Será que encontrou a melhor equipa?

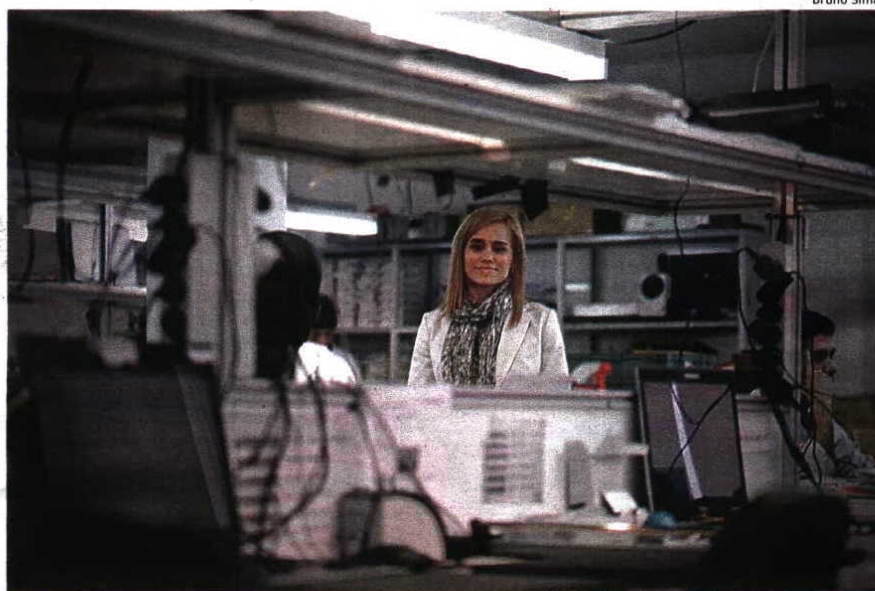
ALEXANDRA MACHADO
amachado@negocios.pt

Encontrou (EN) a (A) melhor (M) equipa (E). Quem o diz é o próprio nome da empresa. Ename. Mara Almeida, uma das fundadoras que, em 2000, se juntou a Rui Silva e a João Rocha para colmatar uma lacuna no mercado português, não esconde que o ano 2004 foi decisivo. A Ename esteve em todos os estádios do Euro a dar assistência técnica aos equipamentos da BenQ, uma das suas primeiras clientes no arranque e que ainda hoje se mantém na carteira.

Aquele 2004 abriu as portas de outros fabricantes de equipamentos electrónicos e tecnológicos, visível no aglomerado de caixas e equipamentos que mãos de técnicos vão reparando em Viseu. Um espaço que contrasta com a câmara limpa, onde se "tratam" componentes electrónicos, de forma mais cirúrgica.

A Asus é um dos grandes clientes da Ename. E entrou, precisamente, em 2004, no rescaldo do Euro. Hoje a Ename conta com cerca de 16 clientes. As ilhas de reparação estão divididas por marcas. E o trabalho é muito. Há picos. Mas a Ename trabalha com um objectivo: "o que entra hoje é para sair hoje". Nem sempre é possível. Os clientes não exigem esses prazos, mas cada vez mais querem contratualizar tempos de reparação mais curtos. E, claro, a preços mais baixos.

Há um ponto que a Ename não passa. Ainda assim Mara Almeida assume que é preciso, todos os dias, "boa gestão e optimização de todos os recursos". Simplifica ainda mais a ideia: "é preciso boa ginástica para se conseguir obter os resultados". A empresa é rentável. "Atravessámos esta crise forte e, em contra-ciclo, te-



Mara Almeida, co-fundadora da Ename, espera conseguir continuar a expandir a "sua" empresa.

mos tido crescimento do volume de negócios". A Ename tem uma facturação de pouco menos de cinco milhões de euros, sendo quase toda feita no exterior, em particular Espanha. Tem uma empresa já autónoma em França, onde trabalha com clientes que já conhece do mercado nacional. Mara Almeida não esconde o objectivo de expansão inter-

nacional. "Estamos muito optimistas" com os Estados Unidos ou África. Já houve outros mercados em vista, mas quando o momento não é o certo, não se avança.

Em Viseu, no Parque Industrial de Coimbrões, a Ename, sem logótipo na fachada, vai crescendo e tem espaço para expandir. Quando se pergunta sobre o futuro, Mara Almeida revela os desejos: "continuar a ser privilegiados para beneficiar deste tipo de crescimento, termos mais clientes e actuar em mais países".

Haverá também ambição para cativar novas indústrias (não apenas a informática). É isso que está a ser feito numa área que começou a reparar relógios. Um nicho que pode vir a ser explorado. São experiências. Como aquela em que se vê as impressoras a três dimensões que a Ename testa e concebe melhoramentos. São experiências que podem resultar em negócios. "Começa tudo por experiência, aceitamos, avaliamos e deixamos florir passo a passo". ■

Foi constituída no ano 2000. Hoje, a Ename, empresa de Viseu, tem 160 colaboradores.

“

Viseu é um dos melhores locais para florescer, para crescer e para construir uma empresa.

Atravessámos esta crise forte e em contra-ciclo. Temos tido crescimento do volume de negócio e resultados líquidos.

MARA ALMEIDA
Co-fundador e administradora da Ename

”

TOME NOTA

Componentes electrónicos tratados por tu

A Ename nasceu no ano 2000. Presta assistência pós-venda e faz as reparações. Mais conhecida pela electrónica de consumo e informática, garante que tudo o que tenha electrónica é consigo.

ENAME NASCEU PARA RESPONDER A LACUNA

Mara Almeida, Rui Silva e João Rocha trabalharam no ramo da informática. E perceberam que o mercado português tinha uma lacuna: não tinha cá assistência pós-venda. Os fabricantes tinham de enviar os seus equipamentos para fora de Portugal. Os três empreendedores juntaram-se e criaram a Ename, no ano 2000, com um objectivo: ter cobertura nacional.

PENSAMENTO INTERNACIONAL

Se o objectivo inicial era o mercado nacional - "não sabíamos se tínhamos pedalada para lá chegar" -, a expansão para o exterior tornou-se clara. O mercado nacional é pequeno, lembra Mara Almeida que recorda numa conferência ter ironizado dizendo que o limite era o planeta Terra. Em 2000 "batemos a algumas portas". Passados uns anos a BenQ e a Brother assinaram contratos com a Ename. Em 2004 a empresa fez a assistência a todos os equipamentos BenQ do Euro, que decorreu em Portugal. E conquistou mais clientes. Um dos maiores - dos cerca de 16 - é a Asus.

TRABALHAR OUTROS SECTORES

Se a Ename é mais conhecida pela assistência a equipamentos da electrónica de consumo, Mara Almeida garante que a empresa está preparada para outros voos noutros sectores. Indústria automóvel, indústria médica, sector bancário, "tudo, tudo o que envolva componentes electrónicos. É isto que fazemos. Estamos muito focados na electrónica, porque as parcerias são destes grandes fabricantes. Mas gostaríamos de alargar", assume a fundadora. Expandir está no vocabulário da Ename, quer a nível nacional para outros negócios, quer internacionalmente para outras geografias.

Os pintos que vivem com aquecimento central

A Norte Aves aliou o conhecimento empírico à tecnologia para criar 25 milhões de aves por ano. O bem-estar dos pintos é cada vez mais importante para esta empresa, uma das maiores no concelho de Viseu.

DAVID SANTIAGO

dsantiago@negocios.pt

Da ração ao modo de criação, passando pela produção e volume de negócios, a vida nos aviários da Norte Aves, fundada em 1989, é feita com base em rotinas.

A empresa fundada por António Moreira produz cerca de 25 milhões de frangos brancos e frangos do campo todos os anos. É esta a produção média há já 10 anos, contando para tal com perto de 400 pequenos produtores integrados espalhados pela zona centro do país e responsáveis pelo grosso da produção. São cerca de 600 os funcionários indirectos que contribuem para assegurar a produção aviária da Norte Aves, sector em que Portugal é auto-suficiente. A empresa emprega 80 funcioná-

rios directos, dos quais 10% são administrativos.

Em relação a planos para o futuro, o objectivo passa por manter o já habitual patamar de produção.

O Negócios visitou a principal exploração avícola da empresa, em Nelas, que tem capacidade para albergar 375 mil aves. Depois de um investimento de cinco milhões de euros, esta propriedade com três núcleos, de quatro pavilhões cada, garante que este aviário funciona de forma quase autónoma.

Apesar de designados como brancos, estes pintos surgem bem amarelos também graças à tecnologia de uma empresa da região. Temperatura, ventilação, humidade e amoníaco são ajustados automaticamente e em tempo real para assegurar as melhores condições de crescimento e o cada vez mais importante bem-estar animal.

Mas nem tudo é tecnologia e, por exemplo, a alimentação é feita somente com ração feita à base de mi-

lho e soja, afiança António Moreira que diz que a soja é toda importada tal como a maior parte do milho. O que "é uma pena porque o milho português é um dos melhores".

O acompanhamento humano não é descurado, até pela necessidade de confirmar se tudo decorre como estipulado. "É o conhecimento empírico associado à tecnologia", resume o fundador.

A vida destes pintos nas instalações de Nelas é curta – entre 32 e 42 dias desde que o pinto do dia (nascido no próprio dia) chega – mas com boas condições. O aquecimento central e a luz artificial, que se desliga as seis horas obrigatórias durante a noite para os pintos dormirem, visam garantir o necessário conforto animal e condições ideais de crescimento. Findo o ciclo de vida, os agora frangos seguem para os centros de abate, e o processo é retomado após 10 dias de intervalo de vazio sanitário para limpeza e desinfecção das instalações. ■

Bruno Simão



Com condições de vida reguladas electronicamente, os amarelos pintos brancos fazem da alimentação parte essencial do dia-a-dia.



EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

Têxtil do interior com cultura nórdica quer entrar no mercado do dólar

Criada em 1978, a Goucam é hoje uma das maiores exportadoras do concelho de Viseu e também uma importante empregadora na região.

DAVID SANTIAGO

dsantiago@negocios.pt

BRUNO SIMÃO

Fotografia

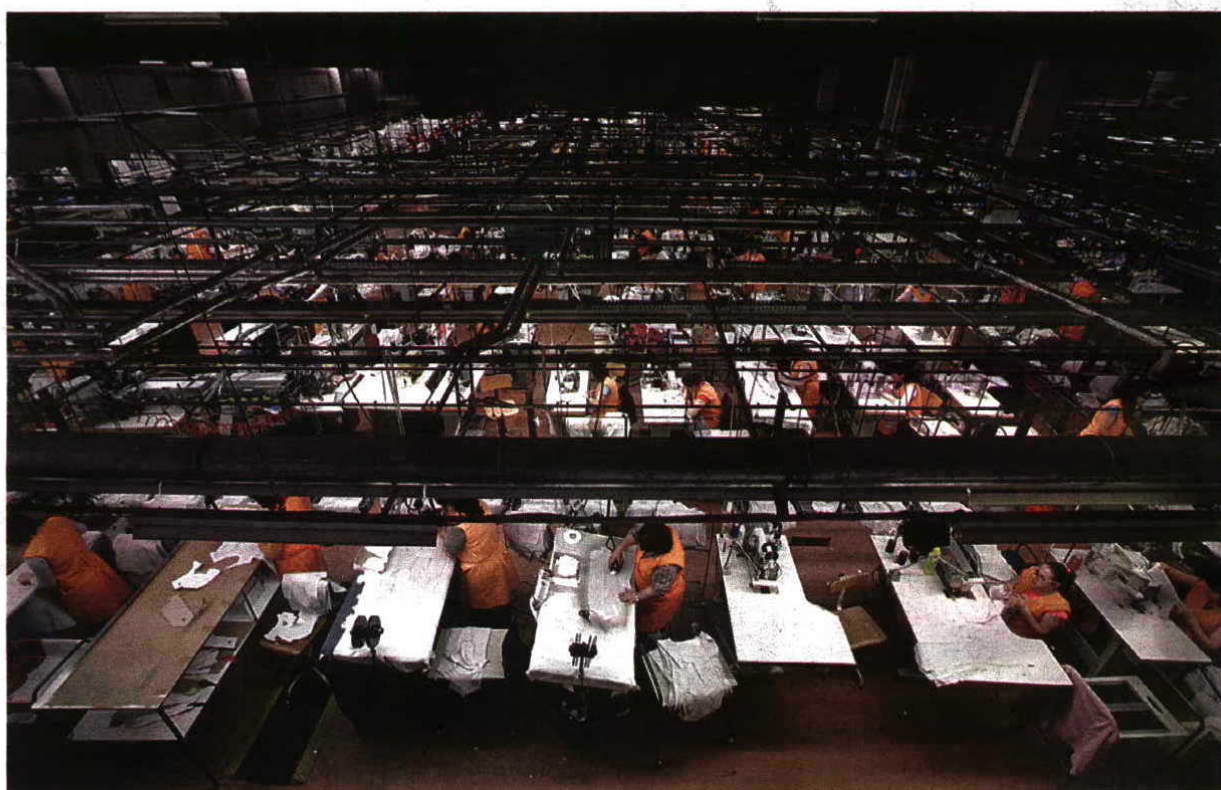
São 13h20, soa a campainha que alerta para o aproximar do fim da hora de almoço iniciada 50 minutos antes. Cerca de 200 costureiras vão ocupando os seus lugares, geometricamente alinhados ao longo dos 2.800 metros quadrados da unidade de confecção, de forma quase aleatória e descompassada até que, às 13h30, como na escola, dá o segundo toque que sinaliza a hora do regresso ao trabalho.

Na Gouveia & Campos (Goucam) a confecção faz-se ao ritmo de sons variados. As máquinas de costura junta-se o som vindo da rádio sintonizada na RFM. A contrastar com o frio deixado no exterior, o pormenor de cada ponto de costura é feito num clima quase tropical provocado pelo calor das prensas a vapor. Mesmo a propósito, agora é a também tropical Kizomba que marca a toada e anima as hostes.

De um lado calças e do outro casacos. Assim se divide a linha de produção de “vestuário em tecido exterior para homem e senhora”, explica José Carlos Castanheira, CEO da empresa.

Mesmo ao lado desta unidade, localizada no parque industrial de Coimbrões, está uma outra onde é feito o corte e armazenada a matéria-prima, por norma vinda de Itália porque certos clientes exigem um determinado padrão de qualidade. No entanto, “se pudermos comprar em Portugal fazemo-lo preferencialmente”, garante José Carlos Castanheira que lamenta que a produção têxtil em Portugal “tenha emagrecido muito apesar da recuperação que vem sendo feita nos últimos anos”.

Talvez por isso e apesar de concentrar toda a sua produção em Portugal, nas unidades de Viseu, Caste-



“

Importamos matéria-prima, muitas vezes devido a imposição dos nossos clientes, e porque a indústria têxtil em Portugal emagreceu muito apesar de estar a recuperar nos últimos anos.

JOSÉ CARLOS CASTANHEIRA
CEO da Goucam

lo Branco e Arganil, a Goucam direcciona o grosso da sua actividade para o mercado externo. Em 2014, 96% da produção foi para a exportação num volume de negócios total superior a 11,3 milhões de euros. Estes números datam de 15 de Janeiro, dia em que as contas da Goucam têm de estar fechadas por exigência interna: “uma cultura nórdica numa empresa do sul da Europa”, regozija-se José Carlos Castanheira.

Apesar de contar em mais de 30 o número de clientes, os cinco principais representam mais de 80% do negócio. Um risco assumido pelo CEO da têxtil que prefere “trabalhar em profundidade quando considero um cliente interessante”.

Entre eles destacam-se grupos que se internacionalizaram muito

como é o caso do grupo espanhol Inditex, dono de marcas como a Zara ou a Massimo Dutti, ou ainda da STL (Carolina Herrera e a Purificación García).

Tendo em conta que a aposta no mercado interno não acontecerá “de maneira nenhuma”, o objectivo passa assim por continuar a apostar no exterior. José Carlos Castanheira considera que “o mercado nacional acaba por ser muito pequeno” e “com custos de investimento elevados”.

Objectivo é entrar no mercado do dólar

Mesmo tendo em conta que o volume de negócios da empresa cresceu 14,46% em 2014 face ao ano anterior, José Carlos Castanheira prevê que 2015 “vai ser um ano muito

“

Os clientes com quem nós queremos trabalhar é um cliente com alguma dimensão. A nossa ideia não é impormo-nos no mercado mas viver com o mercado.

JOSÉ CARLOS CASTANHEIRA
CEO da Goucam



À esquerda vê-se a linha de confecção de calças e casacos, que só depois passam para a parte dos acabamentos (fotografia do topo). Em cima, casacos e calças a caminho de ser devidamente protegidos por plásticos. Fim do processo, o vestuário está pronto a ir para a loja.

duro". Em causa está a acentuada desvalorização do euro face ao dólar e a forte queda do valor do petróleo. É por isso que já ficaria contente se conseguisse "manter o volume de negócios de 2014, porque 2015 vai ser um ano de adaptação e transição neste equilíbrio de mercados".

Apressurar o exercício deste ano está ainda o investimento de dois milhões de euros na nova unidade de corte que será inaugurada ali bem perto, em Rio de Loba. Esta nova infra-estrutura tratará do corte e armazenamento dos tecidos, permitindo quase duplicar a capacidade de corte da empresa. Porque apesar de por vezes se apoiar em pequenas empresas da zona centro para produzir peças que saiam da gama habitual, como saias, por exemplo, o corte é sempre feito pela

Goucarn. Depois do referido corte, confecção e acabamentos o vestuário é colocado dentro de plásticos e está pronto a seguir para as lojas.

Mas o objectivo passa por chegar a novos mercados, nomeadamente o mercado do dólar. "É [essa] a grande aposta", assevera o CEO da Goucarn que acredita que o mercado comunitário também é para continuar.

Estar no interior é um incentivo para a Goucarn dar o exemplo. É o caso do prémio de natalidade de um salário mínimo por nascimento atribuído aos funcionários e a presença de um médico quatro dias por semana nas instalações da empresa. "Estamos a fazer aquilo que o Estado devia fazer", garantem. ■

11,3

MILHÕES DE EUROS

A Goucarn registou no exercício de 2014 um volume de negócios de 11,3 milhões de euros.

2

MILHÕES DE EUROS

A empresa têxtil investiu dois milhões de euros na construção de uma nova infra-estrutura de corte e armazenamento.

“

Verifico que, de forma geral, [o euro fraco] está a ser um problema para a nossa indústria. Quem importa em dólares está com perdas enormes.

JOSÉ CARLOS CASTANHEIRA
CEO da Goucarn

PERGUNTAS A JOSÉ CARLOS CASTANHEIRA

CEO da Goucarn



“Não sinto nenhum peso da interioridade”

O líder da Goucarn não pretende apostar no mercado interno, antes reforçar a aposta no mercado externo.

A Goucarn é uma excepção no que diz respeito à produção têxtil em Viseu?

Somos praticamente os únicos. Sempre houve algumas empresas na zona centro, especialmente na região da Covilhã. Mas aqui não, vim parar aqui de pára-quebras e quando cheguei existia um pequeno negócio que foi crescendo.

Estar em Viseu é uma vantagem ou uma desvantagem?

É uma realidade. Por vezes, é preciso mostrar às pessoas a mais-valia e a sorte que têm de estar no interior.

Ser uma empresa que concentra toda a sua produção no interior é penalizador?

A nossa exportação é por via terrestre. Não sinto nenhum peso da interioridade.

Nesse caso, a descida do preço do petróleo tem um impacto positivo?

Tem algum nos custos do transporte, mas é marginal.

A criação de portagens na A25 implicou custos adicionais?

Quando queremos ter benefícios, tem de haver custos. É preferível uma A25 com portagens do que não a ter. É lógico que preferiria não ter portagens, mas também temos de entender que não podemos ter tudo gratuito.

Apesar de serem uma empresa exportadora, tencionam apostar no mercado interno?

Não, de maneira nenhuma. Acho que o mercado nacional ain-

Goucarn assume que não é rápido nem fácil abrir mercados onde ainda não está.

da não evoluiu.

Estão a fazer um esforço no sentido de diversificar os mercados de exportação?

Sim, é um esforço que tem de ser feito necessariamente e, nesta altura, já o temos vindo a fazer. Não está a ser tão fácil e tão rápido como seria desejável.

Porquê? Devido a que tipo de dificuldades?

Dificuldades de mercados porque não é rápido nem fácil abrir mercados onde não estávamos. Eu previa há algum tempo a desvalorização do euro e o fortalecimento do dólar. Esperava até que tivesse acontecido antes, mas não esperava que tivesse sido tão forte o impacto.

Isto pode ser benéfico para a Goucarn?

A médio prazo. Mas neste momento está a ser mais um contra porque ainda não temos clientes nos mercados de dólares. No mercado comunitário está a sacrificar-se a margem dos clientes que compram em euros para recuperar parte da margem que estão a perder ao comprar em dólares a fornecedores. Verifico que, de forma geral, esta situação está a ser um problema para a nossa indústria. Quem importa em dólares está com perdas enormes. ■

O smartphone gigante que quer continuar a crescer

A necessidade aguça o engenho e a percepção de que faltava informação urbana útil fez nascer o Tomi. De Viseu para o mundo é a ideia para o smartphone gigante que já está presente em meia centena de cidades.

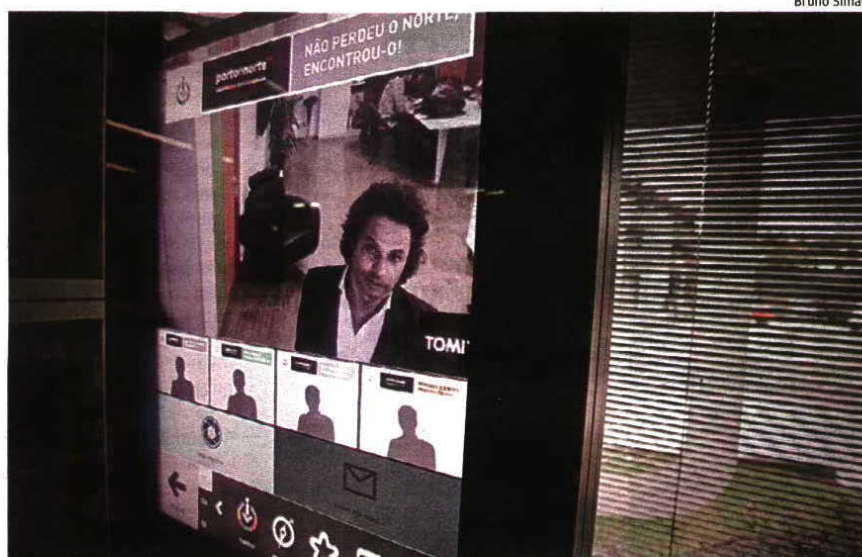
DAVID SANTIAGO
dsantiago@negocios.pt

“O primeiro smartphone gigante” equipado e “preparado para estar na rua” nasceu em Viseu. Obra da Tomi World, que idealizou e desenvolveu uma plataforma digital interactiva com o intuito de suprir uma “necessidade latente de informação urbana na rua”, explica José Agostinho, CEO da empresa.

O software foi totalmente desenvolvido por esta tecnológica viseense instalada num rés-do-chão próximo do centro da cidade. A partir de instalações bem distantes de um qualquer imaginário Google, sobressai a vontade de criar de cerca de uma vintena de funcionários que envoltos por fios e ecrãs vários actualizam, programam e monitorizam os Tomis espalhados pelo país. Porque enquanto ainda se sonha levar o Tomi até ao Brasil, Estados Unidos e Médio Oriente, este smartphone de 220 quilos já marca presença em 40 cidades do norte do país, duas cidades algarvias e em Lisboa.

A capital já conta mesmo com 38 Tomis (indoors e outdoors) distribuídos pelas ruas e estações de metro, naquela que é a “primeira grande rede urbana de informação interactiva, actualizada e disponível quando e onde é necessária”, afirma José Agostinho. O caso lisboeta é essencial para a estratégia de afirmação da empresa que pretendia “criar um ‘case’ que nos desse notoriedade e a credibilidade necessárias para nos lançarmos para o mercado externo”, explica o CEO.

Partindo de um investimento inicial de 1,5 milhões de euros, contando ainda com fundos do QREN,



Nas instalações da Tomi World não poderia faltar um Tomi. Aqui surge o CEO José Agostinho a tirar uma “selfie”.

a Tomi World, criada em 2011, alcançou um volume de negócios de quase 1,6 milhões de euros em 2014.

Todavia, José Agostinho prefere realçar o facto de que “as pessoas utilizam muito o Tomi”. Para confirmar esta ideia, cada Tomi contabiliza as interações, sendo que em Janeiro de 2015 os Tomis lisboetas registaram 700 mil interações. O ob-

jectivo passa por chegar às pessoas e é por isso que esta start-up exige um compromisso com cada cidade. De forma a garantir a disponibilização de programas customizados para cada cidade, a manutenção técnica e evolutiva da plataforma e a actualização de conteúdos. Os vectores principais do Tomi são as notícias de âmbito local, a agenda com o que for considerado relevante para a cidade, o directório de restaurantes, bares, cultura, etc, e informações sobre os transportes. Mesmo podendo ser feita pelos contratantes do serviço, a actualização dos conteúdos e o critério editorial são da responsabilidade da Tomi World.

Até mesmo a ameaça apresentada pelo vandalismo é contornada pelas características do Tomi de rua, que é “mais gordo”, tem alarme sonoro, vidro temperado e laminado, e ainda uma câmara de videovigilância opcional. E porque é um smartphone também permite tirar as famosas “selfies”. ■

“

A alimentação de conteúdos é feita remotamente e de forma geo-referenciada.

Basicamente o Tomi não tem curva de aprendizagem. É muito fácil aprender a trabalhar com o equipamento.

JOSÉ AGOSTINHO
CEO da Tomi World

”

**PERGUNTAS
A JOSÉ AGOSTINHO**
CEO da Tomi World

“Com informação desactualizada o nosso produto perde credibilidade”

Brasil e EUA são apostas para o futuro do Tomi, cuja lógica de investimento pressupõe um compromisso que se prolongue no tempo.

O próximo passo do Tomi é a internacionalização?

Já o temos vindo a fazer. Temos muitos contactos feitos e negociações em curso. Basicamente o próximo passo será a instalação de redes Tomi noutras cidades mundiais.

Têm algum mercado já definido?

Não propriamente. O Brasil claramente, porque é um mercado grande e com um efeito de escala fantástico. Outro é o dos Estados Unidos. Nós entendemos que depois de entrar num país conseguimos alargar o negócio com alguma facilidade. Isto porque acreditamos que causamos algum impacto.

Apesar de, por norma, negociarem com entidades públicas, também o fazem com privados?

Essencialmente com entidades públicas. A não ser que se trate de um concessionário de publicidade como é o caso da MOP (Multimédia Outdoors Portugal). Em Lisboa eles fizeram o investimento para que a cidade tenha o nosso serviço disponível. Em contrapartida fazem a exploração publicitária e daí garantem o retorno que lhes permite rentabilizar o investimento feito e sustentar a manutenção e assistência.

O investimento não se fica pela compra do Tomi?

Não, há uma compra e depois há a manutenção que fica sempre do nosso lado.

É um investimento perene?

É, mas é a única forma. A fórmula que encontramos exige um compromisso de actualização permanente. Porque se alguém encontrar um Tomi com informação desactualizada, o nosso produto perde credibilidade. ■

**1,6
MILHÕES DE EUROS**

Volume de negócios registado pela Tomi World em 2014. No entanto, o volume total de negócios adjudicados em 2014 foi de cerca de 3,6 milhões de euros.



Hungria quer comprar, Portugal quer vender

A Hungria tem 93 mil quilómetros quadrados e uma população de 10 milhões, dimensão que as empresas portuguesas conhecem. E onde podem aproveitar o crescimento da economia e das importações.

ALEXANDRA MACHADO
amachado@negocios.pt

A Hungria não tem costa marítima. Não vale a pena ir para o país vender artigos para a pesca. A Aicep (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal) recebeu, na Hungria, um pedido de ajuda de uma empresa de artigos para a pesca que queria exportar. A Hungria não é, portanto, um alvo. O exemplo permitiu a Joaquim Pimpão, director da Aicep na Hungria, enfatizar a relevância de se conhecer o país com o qual se quer fazer negócios.

Na Europa Central, não tem saída para o mar. É um mercado à dimensão de Portugal: quase 10 milhões de habitantes e 93 mil quilómetros quadrados. A economia está, no entanto, numa evolução diferente. Em 2014 cresceu 3,6%. As exportações aumentaram 3% e as importações 4%. Tem uma economia pequena, mas aberta. Portugal pode, por isso, aproveitar estas características, não esquecendo que os principais parceiros comerciais da Hungria são os países vizinhos e estados como a Alemanha. O que significa que as empresas portuguesas enfrentam muitos concorrentes neste mercado. Mas há nichos que se podem aproveitar.

Os sectores, actualmente, mais importantes nos negócios entre Portugal e a Hungria são equipamento eléctrico, veículos automóveis, químicos, mobiliário e artigos de borracha e matéria plástica. Mas há que considerar também as tecnologias, o agro-alimento (em particular o segmento gourmet, com, por exemplo, os vinhos), moda, cortiça e design. ■



A Hungria, cuja capital é Budapeste, tem dimensão semelhante a Portugal.

Exportações estão a aumentar

As exportações de Portugal para a Hungria estão a crescer. Ainda assim, o saldo comercial continua a ter o sinal menos. O que entra no país dos magiares a partir de Portugal tem, ainda assim, um grau médio-alto ao nível da intensidade tecnológica.

215
EXPORTAÇÕES
Em 2014, Portugal exportou para a Hungria 215 milhões de euros, o que significa uma subida de 20% face a 2013.

681
EXPORTADORES
Nos últimos dados da Aicep sobre relações bilaterais existiam 681 exportadores nacionais para a Hungria.

249
IMPORTAÇÕES
O crescimento das exportações ainda não permitiu superar o que Portugal compra à Hungria. Foram 249 milhões de euros.

30,1
MÁQUINAS
Dos produtos que Portugal vende para a Hungria, as máquinas e aparelhos são os que têm maior peso. Valem 30,1% das vendas.

5 DICAS Conselhos para investir na Hungria

Conhecer bem o mercado e visitá-lo várias vezes. Dicas para que as empresas possam ser bem sucedidas no mercado húngaro que - não esquecer - é um parceiro europeu de Portugal.

1. Visitar o mercado e preparar bem as reuniões não devia ser um conselho em particular para a Hungria, mas esta é uma dica que neste mercado faz ainda mais sentido, garante Joaquim Pimpão que não tem dúvidas em reforçar que neste mercado não gostam de reuniões marcadas à última hora. Preparar bem reuniões significa ter informação concreta para entregar. E sugere-se a criação de um breve dossier com apresentação, catálogo e preço.

2. O preço é ainda uma componente valorizada no mercado húngaro. É por isso que Joaquim Pimpão, nos critérios de competitividade das empresas portuguesas, fala de "preço, a seguir, o preço, e só depois a qualidade". Ainda assim admite-se que esta vertente está a escalar e a qualidade está a adquirir cada vez mais relevância. É igualmente importante que se cumpra os prazos e as qualidades acordadas.

3. A questão linguística é relevante. Por isso, uma empresa que queira fazer negócios na Hungria convém não descurar o idioma e, não falando húngaro, pode optar por ter um tradutor.

4. A pontualidade é valorizada na Hungria. Assim, não se atrase para as reuniões. E não improvise se não estiver bem preparado. Flexibilidade não é improvável.

5. Não se mantenha à distância. A visita ao mercado é importante e o contacto pessoal é preferível. É ainda aconselhável o acompanhamento do processo, não fique à espera e faça o "follow up" cuidadoso. "Se quer vender, seja activo e persistente", acrescenta Joaquim Pimpão, que dá outro conselho: convidar decisores húngaros a visitar a empresa em Portugal.

JOAQUIM PIMPÃO

Director da Aicep na Hungria

"Exportações poderão continuar a crescer"

Joaquim Pimpão, director da Aicep na Hungria, acredita que Portugal pode ter uma palavra a dizer nas importações daquele país.

Como se capta um mercado mais virado para a Alemanha e para países próximos?

Naturalmente não poderemos competir de "peito aberto" com a Alemanha, ou mesmo com outros países da Europa Central, nossos parceiros na União e vizinhos da Hungria. Mas há e haverá nichos de mercado que permitiram nos últimos anos uma evolução muito interessante para o fluxo das nossas exportações, e que, devido à abertura efectiva da economia húngara, permite-nos pensar e antever que as nossas exportações poderão continuar a crescer a um ritmo bem superior à dinâmica geral das importações húngaras.

Não haver intermediários é uma facilidade ou dificuldade para as empresas portuguesas?

A meu ver não é um constrangimento. Esta realidade deve mesmo ser encarada como uma vantagem potencial, pois assim as garantias e a segurança do negócio são diferentes e acrescidas.

Quais as principais precauções ao nível dos pagamentos?

As empresas portuguesas, sobretudo no início da operação, necessitam de alguma ousadia e ainda mais cautela. Com, por exemplo, a introdução no contrato comercial de uma cláusula que diga claramente que em caso de conflito se aplicará a caução e arbitragem da CCI - Câmara de Comércio Internacional, assim como enviar o produto quando a totalidade ou parte do montante da encomenda já foi debitada na conta bancária da empresa portuguesa.



EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

ANTÓNIO ALMEIDA HENRIQUES PRESIDENTE DA CÂMARA

“É errado andarmos a procurar fora o que está na proximidade”

Definiu o seu programa de governo para 10 anos. Ainda não chegou a meio do mandato para o qual foi eleito, mas garante que a estratégia está definida. A pensar nos fundos comunitários. Viseu quer mais empresas. Mas também mais pessoas.

ALEXANDRA MACHADO

amachado@negocios.pt

DAVID SANTIAGO

dsantiago@negocios.pt

Viseu quer entrar na antena dos investidores. Criou um gabinete de apoio, pretende duplicar a absorção de fundos comunitários e quer desmaterializar a relação com os municípios. Ainda assim as empresas queixam-se de burocracia. Almeida Henriques garante que já desbloqueou metade dos seis mil processos pendentes que estavam na Câmara quando assumiu a presidência, alguns com 20 anos.

Viseu é rotundas e a Visabeira?

Não, é muito mais do que isso. São dois mil anos de história e é o concelho que mais cresceu no interior, 20 mil pessoas nos últimos 20 anos. Obviamente, a Visabeira é um marco muito importante, talvez a principal âncora económica deste território.

Está quantificado o peso real da Visabeira para Viseu?

Representa quatro mil empregos no concelho. Só aqui na sede da Visabeira estão cerca de mil pessoas. Tem hoje operações em 30 países no mundo inteiro. E essas pessoas são formadas aqui em Viseu. Aliás, um dos projectos novos que a Visabeira tem é virado para a criação de uma Academia. Este concelho tem crescido a uma média de mil pessoas por ano.

Tem captado investimento novo?

Tentei desde logo criar um gabinete de apoio ao investidor, uma espécie de via rápida para qualquer investidor que aqui chegue. Além de novos investimentos, acompanha as empresas que já cá estão porque é errado andarmos a procurar fora coisas que estão na proximidade.



Bruno Simão

“Viseu tem hoje as infra-estruturas que muitas cidades ambicionariam.”

“Entendo que Viseu não teve, nos últimos anos, uma atitude muito pro-activa na captação de investimento.”

Isso é feito sob uma dinâmica local ou regional?

Obviamente faço uso de uma rede de contactos que trago da minha vida empresarial e enquanto governante.

É fundamental ter portas abertas em Lisboa?

Quem não tiver rede não funciona. Vou a Lisboa todas as semanas. É obrigatório. Não só para manter a rede de contactos, mas para ir colocando Viseu na antena do investimento.

Mas está longe de Lisboa.

Esta é uma cidade média do interior que se conseguir consolidar a po-

sição tem capacidade para a auto-sustentabilidade. Através da criação do gabinete do investidor, no Viseu Investe, estipulámos um código de investimento local, que tanto se adapta a um projecto de 75 mil euros como a um de dois milhões, levando em linha de conta o valor do investimento e os postos de trabalho. E que permite recuperar os impostos pagos no concelho durante um período de tempo.

Diminuem a receita do município?

Fazemo-los retornar sob a forma de apoios à criação de emprego. Mas é transparente.



PERFIL

O presidente especialista em PME

Natural do concelho de Viseu, António Almeida Henriques deixou a secretaria de Estado da Economia e Desenvolvimento Regional para se candidatar às autárquicas de 2013 pelo PSD.

Hoje, com 61 anos, casado e pai de três filhos, o advogado regressou às origens depois de ter passado vários anos como deputado, tendo ocupado o cargo de vice-presidente da bancada parlamentar laranja. O desenvolvimento regional e o tecido empresarial, nomeadamente as pequenas e médias empresas (PME), são áreas que domina. Foi, por exemplo, vice-presidente da CIP (Confederação da Indústria Portuguesa). Almeida Henriques acredita poder tirar partido da experiência empresarial para revitalizar a economia de Viseu de quem recebeu uma maioria absoluta.

Mas já captou investimento?

Há uma evolução. A Bizdirect e o hospital da CUF são resultado de uma dinâmica. Há muita coisa em "pipeline". Neste momento, tenho mais de 120 processos abertos. Mas tenho um princípio: só quando assino contrato, o torno público.

Apesar das estratégias intermunicipais, no investimento os municípios são concorrentes?

Se tiver a possibilidade de ajudar a potenciar outros concelhos não deixo de o fazer. Mas obviamente a minha preocupação será a de trazer investimento para Viseu, até porque entendo que Viseu não teve, nos últimos anos, uma atitude muito pró-activa na captação de investimento.

Está a criticar o seu antecessor?

Não, são opções. Os últimos anos foram muito pautados por uma lógica de investimento infra-estrutural.

Rotundas?

Felizmente, Viseu tem hoje as infra-estruturas que muitas cidades ambicionariam.

Mas em excesso?

Por acaso, acho que Viseu não tem nenhum elefante branco, ao contrário de muitos concelhos por esse país fora. Honra seja feita ao meu antecessor, que foi fazendo investimentos em infra-estruturas sem criar elefantes brancos.

Quanto espera captar de fundos comunitários?

O que defini no meu programa foi duplicar o volume de fundos comunitários absorvidos pelo território, que terá sido qualquer coisa como 300 a 400 milhões no anterior quadro. Não é relevante que seja o município a utilizá-los, mas podemos ajudar as nossas instituições e empresas a potenciar o acesso. ■

A ESTRATÉGIA

A grande aposta passa por afirmar Viseu pela qualidade de vida dos seus cidadãos

A câmara de Viseu quer garantir melhores acessibilidades, assim incrementando o fluxo turístico e facilitando o investimento. A qualidade de vida mediante o reforço da aposta na cultura e desporto é o grande objectivo de uma cidade que "quer ser a melhor para viver".

MELHORAR VÁRIAS ACESSIBILIDADES

A autarquia deposita "fortes expectativas" na concretização da ligação ferroviária Aveiro-Vilar Formoso, sendo Viseu ponto de paragem, com um troço Cacia-Viseu-Mangualde. Viseu beneficiará ainda da melhoria da linha da Beira Alta. A Câmara investiu 150 mil euros para conseguir ter um aeródromo regional, que poderá vir a ter linhas regulares, com a abertura do concurso para a concessão da ligação aérea Bragança-Vila Real-Viseu-Cascais-Portimão. Quanto às estradas, Almeida Henriques considera o IP3 um "ponto negro" para a região, um assunto que o edil acredita poder resolver-se sem o converter numa auto-estrada. E disso tem dado conta ao Governo central.

FIXAÇÃO DE PESSOAS NO CENTRO HISTÓRICO

A transformação da SRU (Sociedade de Reabilitação Urbana) num gestor do centro histórico enquadra-se no objectivo de levar pessoas para essa zona. Para conciliar a habitação com a animação nocturna desta zona, a autarquia lançou um programa de insonorização das casas. Estão também a ser reabilitados sete prédios para albergar casais jovens mediante uma "lógica de renda condicionada". Para melhorar a mobilidade, está prevista a construção de um parque de estacionamento com 250 lugares e um autocarro passará, de dez em dez minutos, no centro histórico.

CAPTAR TURISMO TAMBÉM PELA CULTURA

Colocar Viseu nos "city breaks" é a ideia, assegurando "um turismo cultural e de eventos" mas também "um turismo de natureza e urbano". Admitindo que a taxa de ocupação das mil camas de oferta "não é famosa", o autarca acredita poder captar turistas que queiram usufruir da gastronomia, do vinho do Dão ("estamos a assumir a nossa condição de cidade vinhateira") e da oferta cultural da cidade. Eventos como o Circo Eslavo, Concertos da Primavera, a programação do teatro Viriato e diversificar o público-alvo da Feira de São Mateus são apostas a continuar. "Temos dos melhores conservatórios do País", assegura Almeida Henriques, para quem Viseu tem um público "preparado para ouvir música". E o programa educativo pretende que, além de ouvir, todos os estudantes saibam, a prazo, tocar um instrumento.

QUALIDADE DE VIDA NOS PORMENORES

Almeida Henriques não poupa nos elogios ao civismo dos viseenses que não atiram lixo para o chão nem retiram uma flor dos jardins, o que contribui para atestar a qualidade de vida. Também o desporto é um vector importante para um concelho que conta com três mil atletas federados. Além da continuada aposta na saúde, que permite que Viseu esteja a criar "uma espécie de 'cluster' da saúde", o programa Viseu Sénior garante que 2.200 pessoas tenham aulas de ginástica e hidroginástica três vezes por semana durante 11 meses do ano. "Queremos ser a melhor cidade para viver", diz o autarca.

FUNDOS EUROPEUS

Centro com 2,15 mil milhões

No envelope para 2014-2020, de um total de 25 mil milhões de euros, Portugal terá 7,7 mil milhões alocados aos programas regionais. Dessa parcela, a segunda maior fatia, de 2,15 mil milhões, é para o Centro. As empresas podem, também, candidatar-se aos programas temáticos.

1. Centro tem nove eixos de investimento

O programa do Centro tem nove eixos: Investigação, desenvolvimento e inovação (Ideias); Competitividade e internacionalização (Competir) com 38% dos fundos; Potencial humano (Aprender); Empregabilidade (Empregar e Convergir); Coesão social e territorial (Aproximar e Convergir); Sustentabilidade dos recursos (Sustentar); Sustentabilidade dos territórios (Conservar); Capacitação das entidades regionais (Capacitar); e Reforço da rede urbana (Cidades).

2. Fazer registo online no Balcão 2020

Foi criado o Balcão 2020, plataforma electrónica que permite ao empresário candidatar os seus projectos. O Balcão 2020 exige autenticação através do cartão do cidadão, da "chave móvel digital" ou de outra forma de certificação digital. A partir da plataforma poderá actualizar os dados, submeter candidaturas e consultar o estado da candidatura.

3. Ter capacidade de tesouraria

As empresas que se candidatem precisam de ter capacidade de tesouraria, pois a lógica do Portugal 2020 é de cofinanciamento e reembolso de despesa. As regras estabelecem como requisito que as empresas têm de revelar "uma situação económico-financeira equilibrada" e "ter capacidade de financiamento da operação".



EDIÇÃO ESPECIAL NEGÓCIOS É PORTUGAL

Terra de guerreiros Viseu é o coração cultural do centro do País

A Viseu faz-se um conjunto de ligações. A Viseu liga-se Viriato. A Viseu liga-se D. Duarte. A Viseu liga-se a lenda do rei D. Ramiro. É história. Mas é também cultura. O Teatro Viriato é uma referência na cultura do interior. Viseu é também terra de uma das maiores empresas do país.

PESSOAS

Bruno Simão



FERNANDO NUNES

É figura incontornável de Viseu. A Visabeira, fundada nos anos 80, é o principal empregador privado do concelho e é a empresa que mais factura e que mais exporta de Viseu. Fernando Nunes é dono da Visabeira, que fundou com o irmão. Não dá entrevistas. Conhece-se pouco deste engenheiro, formado na África do Sul.

PAULO RIBEIRO

Não é viseense (nasceu em Lisboa), mas o seu nome está ligado a Viseu, em particular ao Teatro Viriato, onde a sua companhia de dança é residente. Paulo Ribeiro, coreógrafo, é director do Teatro Viriato, onde regressou em 2006, depois de ter passado pelo Ballet Gulbenkian.



Pedro Elias



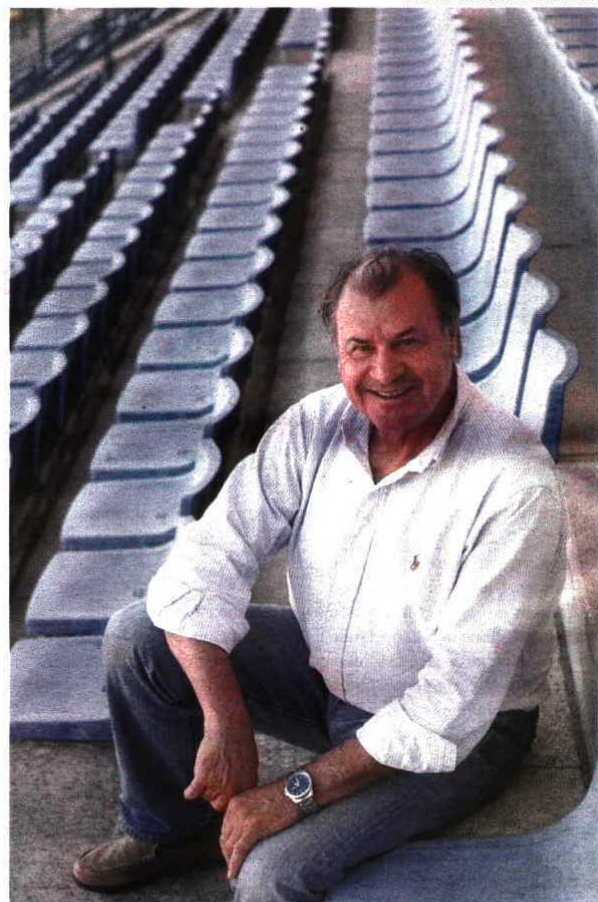
CARLOS LOPES

O atleta foi medalha de ouro na maratona dos Jogos Olímpicos de Los Angeles, em 1984, depois de ter conquistado a prata nos 10 mil metros nas olimpíadas de Montreal em 1976. Diz que o atletismo surgiu por acaso. Aos 16 anos correu, pela primeira vez, uma São Silvestre. Ficou em segundo. em 67, foi recrutado pelo Sporting, onde encontrou Mário Moniz Pereira. Tem 68 anos.

ANTÓNIO CORREIA DE CAMPOS

Foi ministro da Saúde em dois governos (de António Guterres, primeiro, e de José Sócrates, depois). É licenciado em Direito, e mestre em saúde pública. E professor catedrático. Passou pelo Parlamento nacional e europeu. Continua a ser uma referência na saúde.

Marilene Alves/Correio da Manhã





Bruno Simão



CAVA DE VIRIATO

Começou a ser denominado Cava do Viriato no século XVI. Antes disso era simplesmente Cava. É um monumento única na Europa, diz Almeida Henriques. A Cava do Viriato foi, segundo se lê na sua descrição, cidade-acompanhamento da época islâmica. Tem a forma octogonal, o que foi aprovado pela Câmara para o seu novo logótipo.

Bruno Simão



PATRIMÓNIO

Bruno Simão



Bruno Simão

SÉ CATEDRAL DE VISEU

A base arquitectónica da Catedral remonta aos séculos XIII-XIV, em estilo Românico-Gótico: Mas arrastou-se a construção por vários séculos. Na antiga Torre do Cartório, hoje designada Torre do Relógio, pode ler-se o vocabulário românico. A outra torre, a dos Sinos, foi reedificada, já que a original ruíu num temporal em 1635, altura em que também o frontispício manuelino soçobrou. Segundo as informações disponibilizadas pela autarquia viseense, o corpo central da Sé Catedral passou, então, a ter assinatura do arquitecto João Moreno, nome ligado a Salamanca. Adjacente à Torre dos Sinos encontra-se o Museu de Grão Vasco, o antigo Paço dos Três Escalões, onde se pode ver um conjunto de pinturas de retábulo proveniente da Catedral e de igrejas da região, da autoria de Vasco Fernandes, o Grão Vasco.



TEATRO VIRIATO

Fundado em 1883, só mais tarde adopta o nome em honra de Viriato, o chefe dos Lusitanos. Encerra em 1960, mas acabará por reabrir após 38 anos de inactividade. Em 1986, a Câmara aprova a aquisição do prédio, para a 8 de Maio de 1998 ser feita a inauguração oficial. No ano seguinte, inicia-se a primeira temporada da nova vida do Teatro Viriato, com "Raízes Rurais, Paixões Urbanas" de Ricardo Pais.

PAINEL DE AZULEJOS

Um painel de tintas azuladas, fabricado em Gaia, enquadra a Praça do Rossio, onde se encontra a Câmara Municipal de Viseu. "Joaquim Lopes (1886 - 1956) soube captar neste friso azulejar a vivência própria da cidade e das suas gentes num tempo em que se vivia gostosamente", lê-se na descrição do painel no "site" da autarquia.

ID: 58822313

15-04-2015



Bruno Simão

Os fios fazem tapetes. A Habidecor é a segunda maior exportadora de Viseu. Vende para lojas de marca internacional, hotéis ou iates.

De Viseu para o mundo saem tapetes e “smartphones” gigantes



Fomos à terra dos guerreiros descobrir os novos campeões da economia portuguesa | Visitámos empresas que vendem para o mundo, de tapetes a pintos | Entrevistámos o presidente da Câmara

ESPECIAL 4 a 17