



EMPRESÁRIAS

ANO 16 - N.º 4 - 4º TRIMESTRE DE 2009 - DIRECTORA: MARIA TERESA D'AVILA - GRÁTIS

CALENDÁRIO DE FEIRAS

(Página 16)

Energias Alternativas

(Página 16)

Editorial

Mudam-
se os tem-
pos

(Página 2)

ÍNDICE

- 2 Editorial
- 4 Empreendedorismo e Inovação
- 5 Empreendedorismo e Turismo



Isabel Soares dos Santos, Sabine Blondeau, Maria Teresa d'Avila

**Câmara de Comércio
de Quebeque
Conselho Directivo Mundial
NEWWW
Nova Presidente Mundial**

(Página 8)



ISABEL SOARES DOS SANTOS

(Página 3)



Nada fazia prever que no decorrer do ano de 2009 fossem tão profundamente alteradas as circunstâncias económicas e de desenvolvimento do planeta. Quem previu a derrocada do sistema financeiro norte-americano, que acarretaria a derrocada de grande parte do mundo ocidental?

As pequenas e microempresas, sustentáculo das nossas economias de mercado, sofreram as consequências das intrincadas engenharias financeiras que, por largo tempo, compraram, venderam... bolinhas de sabão!

Deixando de lado a imagem simpática e enternecedora que tais bolinhas invocam, fica-nos na memória e na pele de tantos e tantas o desconforto, a amargura e, porque não dizê-lo, a falta de pão e agasalho que são presença em tantas casas nestes dias cinzentos e frios de Dezembro. Que o digam as estatísticas do Banco Alimentar, da Cáritas, das ONGs de solidariedade deste País que é o nosso.

Tudo parece tão negro e a Esperança... de férias.

Mas as empresárias são pessoas de engenho e arte. A atestá-lo alguns casos que vamos tomando conhecimento, até da "imigração" com armas e bagagens para países tão longe dos nossos roteiros como a misteriosa Índia.



Para quem fica, a certeza de que depois da tempestade virá sempre a bonança. Não sabemos quando, mas pedimos à Esperança que regresse.



Maria Teresa d'Avila

*Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades,
Muda-se o ser, muda-se a confiança;
Todo o mundo é composto de mudança,
Tomando sempre novas qualidades.*

*Continuamente vemos novidades,
Diferentes em tudo da esperança;
Do mal ficam as mágoas na lembrança,
E do bem, se algum houve, as saudades.*

*O tempo cobre o chão de verde manto,
Que já coberto foi de neve fria,
E em mim converte em choro o doce canto.*

*E, afora este mudar-se cada dia,
Outra mudança faz de mor espanto:
Que não se muda já como soía.
Luis de Camões*

Isabel Soares dos Santos



Isabel Soares dos Santos é desde 2007 a

**Directora Geral da
MyEvents**



Licenciada em Organização e Gestão de Operadores Turísticos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e diplomada em

Guest Service Management, Restaurant Brand e Theme Park Management pela University of Central Florida, apresenta significativa experiência em concepção e organização de eventos.

Membro da *International Association of Hispanic Meeting Professionals* – IAHP – desde Janeiro de 2008, Isabel Soares dos Santos é considerada **Certified Diversity Meeting Professional** – CDMP – uma das mais importantes certificações ao nível mundial na área da *Meeting Industry*.



A **MyEvents**, empresa inserida no Grupo Pessoas & Soluções, apresenta-se especialista na área da *Meeting Industry*. Organiza congressos, seminários, reuniões de ciclo, feiras, eventos formativos, actividades de *team building*, lançamentos de produtos e novas marcas, promoções e animações, entre outros.

No âmbito da MyEvents surge a marca especialista em Gestão de Hospedeiras e Promotores, Formação Especializada; Dinamização de Equipas de Venda; Comunicação em Público; Secretariado e Recepção e Assessoria de Imprensa.

A **EXCALIBUR** é outra empresa do Grupo Pessoas & Soluções dirigida



por Isabel Soares dos Santos especialista em Eventos Medievais, Festas Temáticas, entre outros.

A pensar nos eventos sociais, a **MyEvents** criou em 2008 a



especializada em organização de Casamentos, Baptizados, Aniversários e Festas Particulares, dispondo de um conjunto de serviços, produtos, técnicas e meios, por forma a realizar o seu evento de sonho.

Informações úteis: www.myevents.pt
www.eventoclick.com
www.casamentoclick.com

Pode tornar-se fã da MyEvents no Facebook!

A empresária Isabel Soares dos Santos, sócia da Amap, participou activamente no Fórum Internacional de Empresárias, promovido pela AMEP em conjugação com a NEWWW.

Participou igualmente no Conselho Directivo Mundial da NEWWW. No passado mês de Outubro, na cidade Quebeque, momento em que se realizou a eleição para a nova Presidente Mundial



EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

A Rede PME Inovação “Cotec”

Apresentação do estudo:
 “Empreendedorismo e Inovação nas PME em Portugal: A Rede PME Inovação COTEC”



O ISCTE e a COTEC apresentaram os resultados do estudo “Empreendedorismo e Inovação nas PME em Portugal: A Rede PME Inovação COTEC”. Realizado pelo LINI (Lisbon Internet and Networks International Research Programme), este estudo procurou compreender o empreendedorismo e a inovação no seio das PME portuguesas.

De acordo com os resultados do estudo, no contexto das PME da Rede, o empreendedor inovador é um jovem adulto que cria a sua empresa por volta dos 30 anos (77,8%). Com habilitações ao nível do ensino superior, é alguém que começa por trabalhar por conta de outrem (75%) mas que acaba por avançar para o seu próprio projecto com vista, principalmente, à realização pessoal (76,7%).

No entanto, a criação bem sucedida da empresa não surge apenas da iniciativa e da capacidade de acção do indivíduo. Esta está estreitamente ligada aos factores de mercado, nomeadamente no que toca ao aproveitamento de oportunidades de negócio (43,3%) e às potencialidades das novas tecnologias (46,7%).

Para além de traçar o perfil do empreendedor e da cultura empreendedora, este estudo também se debruça sobre o perfil das empresas da Rede PME Inovação COTEC, bem como sobre a opinião dos líderes das PME acerca dos benefícios de pertencer à Rede. As principais vantagens enunciadas foram o estímulo à inovação (66,7%), o acesso a informação relevante (66,7%) e o maior reconhecimento social da empresa (63,3%). Também mereceram destaque a proximidade a outras *startups* e *spin-offs* (50%) e o melhor contacto com as inovações que surgem no seu sector de actividade (43,3%).

O estudo “Empreendedorismo e Inovação nas PME em Portugal: A Rede PME Inovação COTEC”, apresentado numa sessão que contou com a presença do Dr. Artur Santos Silva, Presidente da COTEC, e do Professor Luís Reto, Presidente do



ISCTE, foi coordenado pelos professores Gustavo Cardoso e Victor Roldão.



EMPREENDEDORISMO E TURISMO NA ERA DO CONHECIMENTO

Actualmente, valoriza-se muito o turismo como uma das melhores alternativas de desenvolvimento económico de municípios e países, enfatizando-se sobretudo o dinamismo e o potencial de crescimento que o sector apresenta a nível mundial; as vantagens dessa actividade residem no potencial de geração de emprego e rendimento a um custo relativamente baixo e ainda por ser uma indústria “sem chaminés”, relativamente pouco poluidora e com potencial para ajudar a preservar o meio ambiente. Mas o turismo não pode ser estimulado cegamente. Quando o turismo é desenvolvido sem se considerar devidamente o contexto em que opera e sem o adequado planeamento e adopção de acções estratégicas ajustadas a esse contexto, pode-se comprometer a sustentabilidade da actividade..

A "Era do Conhecimento"

A ‘globalização’, na escala e no contexto da modernidade tardia e de capitalismo desenfreado a que hoje se assiste, foi possibilitada por certas inovações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas, sobretudo no campo dos transportes, informática e comunicações de modo geral. A geração e disseminação acelerada de novas tecnologias nesses campos vem proporcionando um encurtamento ou “compressão” do tempo e distâncias entre lugares, tornando mais fácil e mais rápido o movimento de pessoas e uma enorme expansão na escala de produção, circulação e consumo de bens, informações e conhecimentos ao redor do mundo, caracterizando a chamada “Era do Conhecimento” em que vivemos.

Ao facilitar a circulação de ideias, produtos, know-how e capitais, a globalização torna a vida mais fácil para alguns. Todavia, nem todos são afectados da mesma forma pela globalização, em função das dife-

renças económicas, sociais e culturais pré-existentes.

A globalização exige concorrência, competitividade e cada vez mais modernização. Por ser um paradigma assente nesses elementos e no domínio de informações, saber e tecnologia, o acesso aos benefícios desse mundo globalizado é dificultado para a grande maioria da população, o que tem levado muitos lugares e pessoas a ficar marginalizados, reforçando a tendência à exclusão social e à competição.

Preparar para participar devidamente desse processo implica, portanto, não apenas modernizar, produzir e estar preparado para competir a nível global, mas encontrar os meios para distribuição de rendimentos, dando prioridade à pessoa. Sociedades que não se preparam adequadamente para actuar sobre essas questões estratégicas e participar desse processo de forma mais competitiva, tendem a sofrer as consequências.

Todos esses processos e mudanças mediados pela globalização, estão também a contribuir para gerar mais instabilidade, acelerando a transformação de uma série de valores e estruturas ligadas ao trabalho (como as constantes mudanças nas exigências de qualificação profissional, tendência para actividades terciárias e redução do emprego, à família e outros aspectos da sociedade moderna que antes geravam quadros mais estáveis de referência para os indivíduos, o que tende a “descentrá-los” do seu lugar no mundo e de si mesmos.

Nesse contexto, a busca de identidade e de um sentimento de pertença, segurança e diferenciação a ela associado tornou-se uma das principais actividades dos indivíduos e das sociedades contemporâneas, representando uma das reacções mais típicas a esses processos aqui discutidos.

A globalização, portanto, transforma o mundo, impondo uma nova visão a todas as actividades, inclusive ao turismo.

Sem dúvida, as formas contemporâneas de turismo são um produto da chamada modernidade e como tal, a globalização, homogeneização e instabilidade que a modernidade e o capitalismo produzem, também abraçam os fluxos turísticos. Algumas das principais consequências deste processo sobre as motivações dos turistas e tendências de mercado no sector turístico merecem ser pontualizadas, já que compõem o contexto mais amplo que influencia o

EMPREENDEDORISMO E TURISMO

Na era do conhecimento

perfil e sucesso de gestão dos empreendimentos turísticos.

Motivações dos turistas e tendências de mercado no sector turístico

Os tempos recentes têm frequentemente sido caracterizados por uma rebelião crescente contra as diferentes formas de poluição, instabilidade, stress e outros problemas socioambientais negativos que tendem a incidir na modernidade e no presente da vida do homem contemporâneo e, paralelamente, por uma crescente nostalgia por um passado idealizado.

Muitas pessoas buscam solidão, privacidade e relacionamento pessoal, algo espiritual com o ambiente, seja ele físico ou construído. A busca de significado e autenticidade, através do consumo desse tipo de diferença, todavia, não costuma ser um problema para aqueles comprometidos com um turismo de tipo colectivo.

O turismo vem-se tornando mais acessível ao conjunto da população (em termos de classes, idades, minorias, etc), pelo menos nos países desenvolvidos. Por outro lado, depois da massificação de destinos e roteiros dos “pacotes turísticos” – viabilizada a partir de finais do século passado pelo aprimoramento dos meios de transporte (de início pelas auto-estradas, e pela aviação) e pela conquista da disponibilidade de tempo pelos trabalhadores com férias pagas – o turismo de massas, ao menos na Europa e nos Estados Unidos, passa hoje por uma retracção. Isso vem-se reflectindo num recuo da procura de pacotes padronizados, numa crescente segmentação de mercado e procura cada vez maior por roteiros turísticos considerados “exóticos” e/ou dirigidos a ambientes de grande interesse paisagístico-ecológico.

Nos países desenvolvidos, o aumento do nível de instrução de parcelas maiores da população e o interesse pela História, a arte e a cultura geral tem gerado grandes projectos integrando turismo e cultura e aumentando as possibilidades do turismo cultural.

Bens e equipamentos culturais tais como museus, galerias e centros culturais, costumam apresentar exposições permanentes e temporárias, com anexos com lojas, restaurantes, áreas de lazer, mais democratizados em termos de acesso e permanecem com boas taxas de frequência. Por outro lado, o turismo de negócios e a realização de grandes eventos tais como festivais, competições desportivas, congressos, convenções, também se tem difundido, catalisando grande número de turistas.

No contexto actual, marcado pela globalização, os destinos turísticos passam a concorrer não apenas internamente, mas cada vez mais como destinos mundiais. A globalização leva as empresas, entre elas as de turismo, a expandir os seus negócios em lugares diferentes e que se ligam por redes.

No entanto, o património de toda a humanidade encontra-se cada vez mais ameaçado de destruição, tanto pela deterioração normal, decorrente de factores naturais tais como inundações, erosões e inclemências do tempo em geral, como pelas mudanças provocadas pela acção do homem nas condições económicas, sócias e ambientais, que geram vários tipos de problemas e formas de poluição. Um desses factores de ameaça ao património seria exactamente o turismo.

Como a experiência mostra, o fenómeno do turismo pode ter impacto nas sociedades e patrimónios locais de diferentes formas e trazer como consequência tanto a degradação como a conservação e revitalização do património das regiões de destino.

Necessidades para o empreendedorismo no turismo

Uma das principais necessidades que se coloca actualmente está relacionada com a percepção ou consciência que o empresário da área tem em relação ao turismo e seus impactos a curto, médio e longo prazo.

Assim, para que o desenvolvimento do turismo não degrade o património, que é a base da sua própria existência, deve ser desenvolvido de forma equili-



brada e harmoniosa, respeitando os recursos físicos e socioculturais das regiões receptoras e, para tanto, não pode ser estimulado cegamente como muitas vezes tem acontecido no contexto actual de euforia com as possibilidades de resultados económicos que o sector oferece.

Sem dúvida, o planeamento adequado do uso dos recursos e do turismo em seu sentido amplo é o principal instrumento que se concebe para minimizar os seus impactos negativos e para maximizar os positivos, tendo portanto um papel importante no processo de sustentabilidade do turismo.

O planeamento deve contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo buscando a sua eficiência, qualidade e competitividade objectivando, simultaneamente, a geração de benefícios socioeconómicos para a região e a valorização e protecção do seu meio ambiente (natural e cultural).

A OMT define o turismo baseado no princípio da sustentabilidade como “aquele que satisfaz as necessidades dos turistas actuais e regiões receptoras, ao mesmo tempo que protege e abre oportunidades para o futuro. É concebido para levar ao domínio de todos os recursos de forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas, ao mesmo tempo que se mantém a integridade cultural, processos ecológicos essenciais, diversidade biológica e sistemas de apoio a vida” (OMT, 1998 : 21).

Do ponto de vista ambiental, o turismo deve ser planeado para que o seu desenvolvimento não gere sérios impactos ambientais e socioculturais adversos, que a qualidade ambiental da área seja mantida ou melhorada no seu todo, que os benefícios do turismo sejam amplamente disseminados na sociedade e que os níveis de satisfação dos turistas sejam sustentados.

O local turístico deve oferecer não apenas atractivos (que são o motivo principal das deslocações) mas todo um conjunto de serviços de apoio. A oferta turística, entendida como o somatório dos atractivos turísticos, dos serviços, equipamentos e facilidades turísticas (tais como transporte, meios de hospedagem, serviços de alimentação) e infra-estruturas de apoio (tais como vias de acesso, saneamento, rede de energia, comunicações), constitui a base da actividade turística, o “produto turístico” a ser oferecido no mercado.

Assim, um planeamento adequado do turismo irá requerer o conhecimento do ambiente alvo, o levan-

tamento e análise do conjunto dos recursos e dos factores de atracção da oferta e das tendências da procura, objectivando a identificação das limitações e potencialidades para um desenvolvimento sustentado dessa actividade e proposição de alternativas concretas de acção para esse fim.

É necessário pensar e avaliar um destino turístico como um todo, incluindo a comunidade local, nas suas peculiaridades e necessidades, respeitar a sua capacidade de carga, ou seja, o número de turistas e visitantes que o local e os seus recursos turísticos podem suportar sem prejuízo para a sociedade local e o seu património.

Além de apoio de organismos internacionais, há que se considerar realisticamente que pelo menos parte do custo de planeamento e de certas acções necessárias tenham que ser compartilhadas com sectores da sociedade local. Obviamente, é o segmento empresarial que a princípio pode e deve ter mais condições de investir nessa actividade, a despeito das suas dificuldades. Trata-se de um “investimento” e essa actividade pode dar um bom retorno, não só económico, mas social e ambiental, no sentido mais amplo. É necessário desenvolver um conceito de cidadania empresarial positiva, nesse sentido.

O planeamento deve envolver a comunidade local como um todo.

As universidades, em princípio, têm condições para prestar uma importante colaboração, pois podem fornecer assessoria no planeamento e treino para a mão-de-obra local, envolvendo estudantes – o que pode contribuir para baixar os custos do planeamento e acções necessárias e ajudar a viabilizar esses processos. Podem também propor e executar linhas de pesquisa que subsidiem o poder público, empresários do sector e comunidade em geral, para conceber e implementar uma gestão sustentável do turismo a nível macro e micro.

O sucesso do desenvolvimento do turismo passa pela qualidade dos serviços e investimentos realizados; um não caminha sem o outro.

Extractos de artigo de Nelson Quadros Vieira Filho e José Geraldo Fernandes de Araújo

Câmara de Comércio de Quebeque



UEBEQUE

Fundada em 1809, quando a cidade de Quebeque possuía 16 500 habitantes, a Câmara de Comércio de Quebeque é uma parte integrante do desenvolvimento do Quebeque e sua maior região. Eis os principais factos que marcaram a sua História.

Em 21 de Fevereiro de 1809, sete comerciantes reunidos no Hotel Union, Sainte-Anne, no Quebeque decidem seguir a sugestão dos comerciantes de Halifax e fundam o «Committee of Trade of Quebec».

Todos os esforços dos comerciantes de Quebeque tendem, na primeira metade do século XIX, para um único objectivo: fazer do Quebeque o centro de distribuição para o Alto e Baixo Canadá, dos produtos ingleses e das Antilhas. Como tal, a canalização do rio S. Lourenço para os Grandes Lagos é a ferramenta essencial que permitirá lutar contra a concorrência americana, assegurando simultaneamente o comércio entre os dois Canadás.

Até 1860, a construção naval, verdadeiro motor da economia do Quebeque, ocupa metade da mão de obra disponível. No entanto, o aumento dos custos provocado pela subida dos preços e os aumentos salariais, colocam os estaleiros de Quebeque em má posição. A Câmara é então chamada por diversas ocasiões para conciliar os primeiros conflitos laborais entre operários, comerciantes de madeira e construtores de navios.



200 Anos

Em 2008-2009, a Câmara de Comércio de Quebeque, a segunda mais antiga Câmara de comércio do Canadá, tendo sido a primeira a de Halifax, está a comemorar o seu bicentenário. Este período é um tempo de celebrações e comemorações que posicionam a Câmara e os seus parceiros a nível nacional e mesmo internacional. Além disso, a Câmara desfruta de um momento inesperado com as celebrações dos 400 anos da Cidade de Quebeque, que geram uma projecção a uma grande escala.

Para marcar o seu 200.º aniversário, a Câmara de Comércio de Quebeque apresentou três grandes projectos: uma obra comemorativa na praça do Marché-du-Vieux-Port, num espaço remodelado para esse efeito, uma obra relatando a História do Comércio de Quebeque, através da sua Câmara de Comércio, e uma grande festa de lançamento das festividades coincidindo com o congresso canadiano e da província das Câmaras de Comércio em Outubro de 2008.

Presidente da Câmara de Comércio de Quebeque



Os presidentes chegam ao seu lugar com as suas próprias prioridades e estratégias que lhes são queridas. Pela minha parte, sei que a próxima década vai trazer muitos desafios.

Os nossos economistas afirmam que a expansão das economias do saber e do sector industrial de ponta irá provocar um aumento na procura de trabalhadores qualificados para garantir a sua performance e crescimento. Assim, os negócios e a educação deverão continuar a trabalhar juntos para garantir a formação adequada dos jovens talentos. Além disso, medidas para atrair trabalhadores estrangeiros não devem ser excluídos a fim de atender às necessidades específicas.



UEBEQUE

NEWWW - Quebeque

Outubro 2009

Faltarão colaboradores! Estamos já a trabalhar sobre esta questão do ponto de vista qualitativo e quantitativo, mas teremos também falta de patrões!

Durante o meu mandato, vou fazer minha prioridade a diversidade. Precisamos ir ainda mais longe na inovação dos meios. É extremamente importante preparar a retomada do progresso. Precisamos de jovens empresários, precisamos de mais mulheres nos negócios, apenas 10% das mulheres estão no negócio e também necessitamos acolher pessoas especializadas de diferentes comunidades culturais.

Tudo o que descrevi, no actual contexto de eferescência, provocará uma enorme pressão para novos empregos em novos nichos. O sucesso desses projectos e o nosso crescimento baseia-se principalmente na nossa capacidade de demonstrar abertura para acolher estes jovens empreendedores, estas mulheres empresárias.

Como comunidade de negócios, teremos que dar provas de abertura para acolher pessoas provenientes de diferentes comunidades culturais. Precisamos de toda a riqueza desta diversidade para continuar o nosso crescimento regional.

Liliane LAVERDIÈRE

Presidente

Câmara de Comércio de Quebeque

Nota da Redacção: Liliane Laverdière é a primeira mulher Presidente em 200 anos de História da Câmara de Comércio de Quebeque



Reunião do

Conselho Directivo Mundial

A NEWWW—Network Entrepreneurial Women WorldWide, Associação de que a AMEP é membro fundador, reuniu-se de 30 de Setembro a 2 de Outubro na cidade de Quebeque, para mais uma reunião do Conselho Directivo Mundial.

A cidade de Quebeque foi escolhida pela Presidente Mundial, Christine Chauvet, em virtude de se estar a promover a criação de uma nova Associação Newww, desta vez no Canadá.

Estiveram presentes a Presidente da AMEP, Maria Teresa d'Avila, na qualidade de Vice-Presidente da NEWWW e a sócia AMEP Isabel Soares dos Santos.

Estiveram também presentes a Secretária Mundial Susan Chaires (E.U.A), Tesoureira Mundial Martine Joly (França) Beverly Inman-Ebel (E.U.A), Diane Thomson (Austrália) e Sabine Blondeau (Canadá).



Liliane Laverdière a presidir `reunião com o Conselho Mundial da NEWWW

Os trabalhos tiveram lugar nas instalações da Câmara de Comércio de Quebeque.

A Presidente da Câmara de Comércio, Liliane Laverdière, reuniu-se em reunião de trabalho com o Conselho Directivo Mundial, dando provas inequívocas de apoio à nova Associação NEWWW Canadá.



UEBEQUE

NEWWW - ELEIÇÕES

A agenda dos trabalhos do Conselho Mundial continha a menção à eleição da Presidente Mundial.

Atempadamente tinham sido apresentadas candidaturas à Presidência Mundial, conforme aos Estatutos da Associação. Assim, apresentaram-se a escrutínio as candidaturas de Beverly Inman-Ebel (E.U.A.) e de Maria Teresa d'Avila (Portugal—AMEP).

Após a apresentação por cada uma das candidatas do seu Programa de acção, procedeu-se à eleição por voto secreto. Foi eleita a nossa Presidente, Maria Teresa d'Avila, o que naturalmente é motivo de orgulho e grande satisfação para a AMEP, todas as sócias, as mulheres portuguesas e, naturalmente, para Portugal.



A nova Presidente Mundial a presidir ao Conselho Directivo, após a eleição.



Sabine Blondeau, Diane Thomson, Susan Chaires



A Presidente da Câmara de Comércio de Quebeque com a Presidente Mundial



Beverly Inman-Ebel, Maria Teresa d'Avila, Christine Chauvet



Comemorando a nova Direcção



UEBEQUE

Quebeque

Outubro 2009

O repouso do guerreiro...

O Canadá, país moderno mas extremamente apegado à sua História e tradições, é simultaneamente convite ao progresso e à tranquilidade.



Sabine Blondeau e seu marido acolheram as duas sócias AMEP num agradável convívio de fim de semana na sua casa, nos arredores da cidade de Quebeque.

Juntaram-se-lhes amigos do Clube Lions Laurentien, do qual faz parte e é Presidente o marido de Sabine, que deram as boas vindas à nossa Presidente, também este ano Presidente do Lions Clube Lisboa Mater, o mais antigo Clube Lions da Península Ibérica.



GAE

Gabinete de apoio ao empreendedorismo

O «Gabinete de Apoio ao Empreendedorismo» (GAE) funciona numa lógica de "Loja de Empresa", isto é, de um espaço de atendimento articulado e focalizado em torno de uma vasta gama de serviços, cada um deles apto a responder a pedidos específicos por parte da comunidade empreendedora e a prestar auxílio ao indivíduo que pretenda dar os primeiros passos em direcção à consolidação da sua ideia e na identificação dos serviços de apoio que melhor se adequam ao seu caso específico.

O GAE surge no âmbito do Programa de Acção para a Reabilitação Urbana do Morro da Sé e concretiza o propósito de reabilitar o território do Morro da Sé, co-financiado pelo QREN, no âmbito do Novo Norte - Programa Operacional Regional do Norte, com uma comparticipação do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional.

Objectivos:

- Promover e Apoiar o empreendedorismo
- Fomentar o Espírito Empresarial/Auto – Emprego
- Promover o desenvolvimento de competências e *know-how* empreendedor
- Dinamizar a criação de empresas/novos postos de trabalho
- Potenciar a instalação de empresas de serviços de proximidade
- Contribuir para o desenvolvimento económico local e regional

Competências

- **Atendimento Personalizado** à medida das necessidades do empreendedor e assegurado ao longo da implementação da iniciativa empresarial, através do acesso quer a informação pertinente e actualizada quer mediante um acompanhamento e apoio constantes o que permitirá ao empreendedor testar o seu negócio e adquirir os conhecimentos necessários à actividade empresarial.

- **Sessões Informativas e de Desenvolvimento de Competências** que propiciem a partilha de ideias, experiências e competências, bem como o envolvimento e reflexão estratégica/criativa *dos e entre* a classe empreendedora, mediante a realização de iniciativas destinadas à sensibilização junto do grande público, à apresentação de conceitos básicos voltados para o empreendedorismo e para o acto de empreender através da dinamização de sessões de Informação a Empreendedores e de workshops de desenvolvimento de competências transversais, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento de saberes e competências empreendedoras.

Funcionamento do Serviço

O GAE está aberto ao público de segunda a sexta-feira, das 9h00 às 17h00 - A inscrição para atendimento com os Técnicos termina **30min** antes da hora de encerramento. Os utentes poderão contactar o GAE através do telefone 223 392 360 ou por correio electrónico gae@cdp.portodigital.pt.





ENERGIAS

Energias Alternativas

Energia eólica



“Faço o apelo a todas as pessoas do mundo que pressionem os líderes locais a, se ainda não o fizeram, comprar carros “verdes”, construir instalações ecológicas e comprar energia renovável, como a energia eólica ou solar. As nossas acções podem determinar se seremos um acidente na guerra de um planeta habitável para gerações futuras”
Leonardo DiCaprio

A energia eólica oferece uma alternativa viável e económica a centrais convencionais em muitas áreas do país. O vento é um combustível limpo; as quintas eólicas não produzem nenhum ar ou poluição de água porque nenhum combustível é queimado. As desvantagens ambientais mais sérias para as máquinas eólicas podem ser o seu efeito negativo em populações de pássaros selvagens e o impacto visual na paisagem. Para alguns, as pás brilhantes dos moinhos de vento no horizonte são uma mancha branca; para outros, são uma bela alternativa às centrais convencionais

A Biomassa

A energia da biomassa está a aliciar o interesse entre cientistas, responsáveis políticos e agricultores, na sua procura de energias alternativas renováveis e limpas.

O que é a biomassa?

Biomassa é o termo genérico da matéria viva – plantas, animais, fungos, bactérias. No seu conjunto, a biomassa da Terra representa um enorme armazém de energia. Calcula-se que um oitavo da biomassa produzida anualmente podia satisfazer toda a procura corrente de energia para a Humanidade. E, uma vez que a biomassa pode voltar a crescer, é um recurso potencialmente renovável.

Um dos aspectos mais apelativos da energia da biomassa é que não contribui para o aumento do efeito de estufa, desde que a biomassa seja colhida de forma sustentável. Carvão, gás, petróleo e outros combustíveis fósseis – os principais culpados do efeito de estufa – não se qualificam como biomassa, apesar de derivarem de material vivo. Tempo requerido para a formação destes

combustíveis – milhões de anos – significa que não se podem considerar como renováveis.

Extraír energia da biomassa é uma prática antiga, datando dos tempos em que as pessoas queimavam lenha para obter calor e luz. Mas só porque a ideia é antiga não significa que não haja a possibilidade de novas tecnologias. Os cientistas estão constantemente a encontrar novas maneiras cada vez mais eficazes de extraír energia da biomassa, a um ponto tal que agora começa a ser tomada seriamente como uma opção de energia futura.

“A política energética deverá ser derivada da política ambiental no futuro.”

Timothy Wirth

A energia geotérmica



"Geotérmico" vem das palavras gregas geo (terra) e therme (calor). Deste modo, geotérmico significa calor terrestre.

O interior da nossa terra - como o sol - fornece a energia de calor da natureza. Este calor - a energia geotérmica - produz o calor e a energia que podemos usar sem poluir o ambiente.

O calor geotérmico forma-se da consolidação ígnea da Terra de pó e gás há mais de 4 mil milhões de anos. No núcleo de terra - 4,000 milhas de profundidade - as temperaturas podem ultrapassar os 9,000 graus F.

O calor do núcleo da terra flui continuamente para o exterior. Transfere (conduz) o *manto* à camada circundante de rocha. Quando as temperaturas e as pressões ficam suficientemente altas, parte da rocha do manto funde-se, tornando-se magma. Então, por ser mais leve (menos densa) do que a rocha circundante, o *magma sobe, movendo-se lentamente para cima, em direção à crosta da terra, transportando o calor do interior.*

Muitas vezes o magma permanece abaixo da crosta da terra, aquecendo as rochas próximas e água (- às vezes tão quente como 700 graus F. Um pouco desta água geotérmica quente viaja de volta à superfície por faltas e fendas e chega à superfície da terra como *termas* ou *gêiseres*, mas a maior parte fica no subsolo profundo, presa em fendas e rocha porosa. Esta colecção natural de água quente é chamada de *reservatório geotérmico*.

USO DE ENERGIA GEOTÉRMICA

Hoje em dia perfuramos poços nos reservatórios geotérmicos para trazer a água quente à superfície. Os geólogos, geoquímicos, perfuradores e engenheiros fazem explorações e testes para localizar áreas subterrâneas que contêm esta água geotérmica, de forma a sabermos onde perfurar poços de produção geotérmicos. Então, assim que a água quente e/ou vapor viaja dos poços até à superfície, podem ser usados para gerar a *electricidade em centrais geotérmicas ou para a energia para usos não-eléctricos*.

GERAÇÃO DE ELECTRICIDADE

Em centrais geotérmicas, o vapor, calor ou água quente de reservatórios geotérmicos fornecem a energia que move os geradores de turbina e produz a electricidade. A água geotérmica usada é depois devolvida ao reservatório através de um poço de injeção, para ser reaquecida, manter a pressão, e sustentar o reservatório.

In *Portal de Energias Alternativas*

A

PELO

Não receies chegar-te à frente



A AMEP conta contigo!



Envie as suas sugestões, fotografias, notícias que serão objecto da nossa melhor atenção.

Se tiver necessidade de saber algo sobre financiamentos, apoios, informações, etc., não hesite em contactar-nos para a morada existente na Ficha Técnica deste jornal.

Ficamos a aguardar as suas questões.



AMEP

**Associação das Mulheres
Empresárias em Portugal**

R. Vale de Santa Rita, 121 - 1º
2765-293 ESTORIL

CALENDÁRIOS FEIRAS

1º Trimestre 2010



IVULGAÇÃO



Feira Internacional de Lisboa
ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL PORTUGUESA
CCI / CÂMARA COMÉRCIO E INDÚSTRIA

JANEIRO

08 - 10 EXPONOIVOS Feira de Serviços e Preparativos para o Casamento (centro de Congressos de Lisboa)

13 - 17 BTL Feira Internacional de Turismo

FEVEREIRO

03 - 07 NAUTICAMPO

26 - 28 PRO-DIGIT@L 5º Salão Internacional de Impressão, Imagem, Comunicação Digital e Têxtil Promocional

MARÇO

10 - 13 FUTURÁLIA Salão de Oferta Educativa, Formação e Emprego

11 - 14 PAPERGIFT & DECO- Salão Internacional de Papelaria, Escritório, Brinde e Decoração

EMPRESARIAS

SIM, quero continuar a receber esta revista

Opinião sobre a revista: _____

SIM, quero ser contactada para me tornar membro da AMEP

Nome: _____

Empresa: _____

Morada: _____

Código Postal: _____

EMPRESARIAS

CALENDÁRIOS FEIRAS

1º Trimestre 2010



IVULGAÇÃO



JANEIRO

De 15 a 17 **EXPONOIVOS** - Feira de Serviços e Preparativos para o Casamento

De 16 a 17 **EXPOSIÇÃO CANINA** - Exposição Canina Internacional do Norte

De 21 a 24 **MUNDIAL DE ORNITOLOGIA**

De 28 a 31 **INTERDECORAÇÃO** - Casa, Hotelaria, Decoração e Brinde

MARÇO

De 2 a 6 **EXPORT HOME** - Mobiliário, Iluminação e Artigos de Casa para Exportação

De 20 a 28 **EXPONOR INHOUSE** - Salão da Casa ao Jardim - Mobiliário, Decoração, Iluminação e Piscinas

De 25 a 28 **IMOBITUR** - Salão Imobiliário do Porto



- FICHA TÉCNICA -

Propriedade/Edição/Impressão: AMEP - Associação das Mulheres Empresárias em Portugal NIPC: 502918500 Directora: Maria Teresa d'Avila Design e Artes Gráficas: E. Dias Periodicidade: Trimestral Tiragem: 5.000 Exemplares Registo: 117972 Depósito Legal: 76978/94 Morada: R. Vale de Santa Rita, 121 - 1º - 2765-293 ESTORIL - t 21 467 87 60 - f 21 145 49 46 - e amep@netcabo.pt - www.amep.pt - Grátis