



A REVISTA DA ASSOCIAÇÃO DAS
MULHERES EMPRESÁRIAS EM PORTUGAL

newww

EMPRESÁRIAS

ANO 16 - N.º 4 - 4º TRIMESTRE DE 2009 - FKTGEVQTC < "OCTKC" VGTGRÁTIS 0

CALENDÁRIO DE FEIRAS

f l D z [] b U ' % * t

Energias
Alternativas

f l D z [] b U ' % * t



@ 0 0 0

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

f l D z [] b U ' & t

f l D z [] b U ' ,

Editorial

**Mudam-
se os tem-
pos**

f l D z [] b U ' & t

ÍNDICE

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



ISABEL SOARES DOS SANTOS

f l D z [] b U ' t



Nada fazia prever que no decorrer do ano de 2009 fossem tão profundamente alteradas as circunstâncias económicas de desenvolvimento do planeta. Quem previu a derrocada do sistema financeiro-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, compra-



Maria Teresa d'Avila

Deixando de lado a imagem simpática e enternecedora que tais bolinhas invocam, ficamos 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.

u

férias.

Mas as empresárias são pessoas de engenho e arte. A atestam alguns casos que vamos 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.

Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades,

Mudase o ser, muda 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 cada dia,

Outra mudança faz de mor espanto:

Que não se muda já como soía.

Luis de Camões

Isabel Soares dos Santos

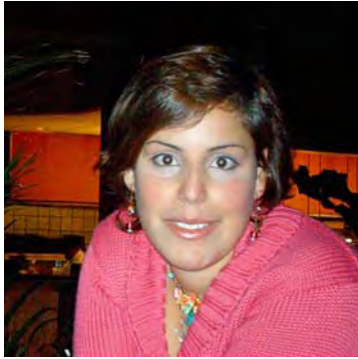


Isabel Soares dos Santos é desde 2007 a

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

Directora Geral da

MyEvents



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

A pensar nos eventos sociais 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.

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

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

Pode tornar-se fã da MyEvents no Facebook!

Membro da *International Association of Hispanic Meeting Professionals* IAHP desde Janeiro de



Meeting Industry

2008, Isabel Soares dos Santos é considerada *Certified Diversity Meeting Professional* CDMP uma das mais importantes certificações ao nível mundial na área da

® ® ® ®

A empresária Isabel Soares dos Santos, sócia da Amep, 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



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

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



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

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 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 relativa-

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, podem comprometer a sustentabilidade da actividade.

A "Era do Conhecimento"

idade 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

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, caracterizam-nos.

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.

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

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 diferentes formas de poluição, instabilidade, stress e outros problemas socioambientais negativos que tendem a incidir na modernidade e no presente vida do homem contemporâneo e, paralelamente por uma crescente nostalgia por um passado idealizado.

Muitas pessoas buscam solidão, privacidade e enriquecimento pessoal, algo espiritual com o ambiente, seja ele físico ou construído. A busca de significado, 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 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 viabilizada a

partir de finais do século passado pelo aprimoramento dos meios de transporte (de início pelas 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 reflectindo num recuo da procura por pacotes padronizados, numa crescente segmentação de mercado e procura cada vez maior por rotei-

a ambientes de grande interesse paisagístico e 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 levado do grandes projectos integrando turismo e cultura 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 como 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 e 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.

Do 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 destruído exactamente o turismo.

Como a experiência mostra, o fenómeno do turismo pode ter impacto nas sociedades e patrimónios 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, 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 ciência, 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 das necessidades dos turistas actuais e regiões receptoras, ao mesmo tempo que protege e abre oportunidades para o futuro. É concebido para levar a cabo o 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

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 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 estruturas de apoio (tais como vias de acesso, saneamento, rede de energia, comunicações), constitui a base da acção no mercado.

Assim, um planeamento adequado do turismo irá requerer o conhecimento do ambiente alvo, o levantamento 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 sustentável 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, as 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 uma actividade que 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 em 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 que podem 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, empresas do sector e comunidade em geral, para conceber e implementar uma gestão sustentável do turismo a nível macro e micro.

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

Câmara de Comércio de Quebeque

200 Anos



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, Saint-Arme, 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.



Em 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 200º 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.

NEWWW - Quebeque

Outubro 2009



UEBEQUE

7

Reunião do

Conselho Directivo Mundial

trabalhar sobre esta questão do ponto de vista qualitativo e quantitativo, mas teremos também falta de padrões!

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 precisamos acolher pessoas especializadas de diferentes comunidades culturais.

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

Como comunidade de negócios, teremos que provar a 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



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

Estiveram presentes a Presidente da AMEP, 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 Hahn (E.U.A), Diane Thomson (Austrália) e Sabine Blondeau



Liliane Laverdière a presidir a reunião do 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 para o escrutínio as candidaturas de Beverly Inman (Presidente da 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, Sabine Blondeau, 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 Quebecue com a Presidente Mundial



Beverly Inman, Christine Chauvet



Comemorando a nova Direcção



Quebeque

Outubro 2009

O repouso do guerreiro...

mente apegado à sua História e tradições 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 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 Club de 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 Empreendedorismo" 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 às 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 constante 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 *entre* a classe empreendedora, mediante a realização de iniciativas destinadas à sensibilização junto do grande público, a 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 territoriais é obrigatória 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 Alternativas

Energia eólica



*õ H c ± q " q " c r g n q " c " v q f c u " c u " r g u
pressionem os líderes locais a, se ainda não o fizera-
ram, 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 poderia 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 são 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. Esta calor energia geotérmica produz o calor e a energia que podemos usar sem poluir o ambiente.

O calor geotérmico forma 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 calor à camada circundante de rocha. Quando as temperaturas e as pressões ficam suficientemente altas parte da rocha do manto funde tornando-se magma. Então, por ser mais leve (menos densa) do que a rocha circundante, magmas 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°F). Um pouco desta água geotérmica quente viaja de volta à superfície por fendas 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 *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 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.

do 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.

RSF
AUTORIZADO PELO
CENTRO SERVIÇO
NACIONAL

NÃO CARECE
DE SELO
dctombos

AMEP
**Associação das Mulheres
Empresárias em Portugal**
R. Vale de Santa Rita, 121 - 1º
2765-293 ESTORIL

CALENDÁRIOS FEIRAS

% , ' H f] a Y g h f Y ' & \$ % \$

D

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	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

EMPRESÁRIAS

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: _____

CALENDÁRIOS FEIRAS

% , ' H f] a Y g h f Y ' & \$ % \$

D

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 - 5 g g c W J U , - c ' X U g ' A i
sárias 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 - A21 467 87 60 - * 21 145 49 46 -
amep@netcabo.pt - www.amep.pt - ; f z h] g