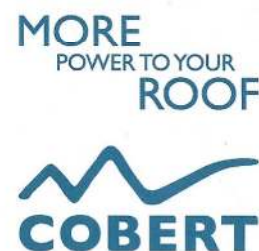




**CONSTRUIR**  
O jornal de negócios da indústria da Construção

www.construir.pt



Quinzenário - sai à sexta-feira - 7.50 euros

Director: Ricardo Batista

25 de Agosto de 2017 • Ano XIV • Número 347

## CONSTRUÇÃO

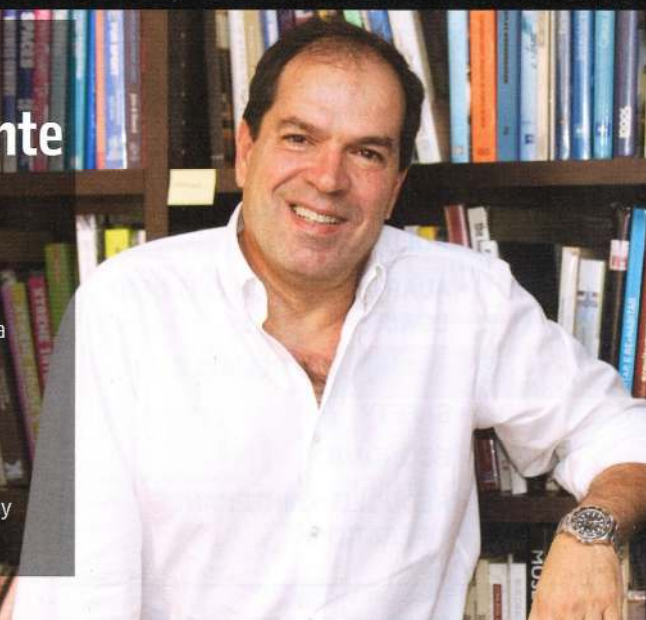
# Os milhões que prometem valorizar a ilha de Tavira

A obra agora anunciada pelo ministro do Ambiente e pela ministra do Mar, avaliada em 4,7 milhões de euros, prevê uma intervenção profunda na zona marítima e que inclui a construção do novo cais e da rampa varadouro na Ilha de Tavira, tem o objectivo de garantir melhores condições de segurança e conforto para o transporte de passageiros e para a descarga de veículos e resíduos. Na sessão na Câmara de Tavira, o ministro do Ambiente afirmou que “este é um projecto construído a três de uma forma serena e firme”, fazendo referência com Docapesca e Polis Litoral Ria Formosa **PÁG. 04**

## ARQUITECTURA

### “A Arquitectura não é tudo ao monte e fé em Deus”

Eduardo Capinha Lopes, foi o arquitecto escolhido pelo Grupo André Jordan, para dar corpo ao mais recente destino residencial pensado pelo Grupo. Em entrevista ao CONSTRUIR, Capinha Lopes enumera os grandes desafios e lições colocados pelo Lisbon Green Valley **PÁGS. 12-13**



## ESPECIAL

### Mercados Árabes

O que fazem as empresas portuguesas e o que pensam as empresas nacionais que actuam nos mercados árabes das oportunidades que ali existem. O potencial é grande, a aceitação da sua capacidade é grande, mas há questões, como o “mito” dos milhões que promete colocar em cima da mesa a equação: valerá a pena? O CONSTRUIR ajuda à discussão **PÁGS. 18-23**

## ENGENHARIA

### UC cria algoritmo para mitigar cheias

Investigadores da Universidade de Coimbra desenvolveram um algoritmo para gestão dos sistemas de drenagem para mitigar inundações em zonas urbanas **PÁGS. 10-11**

## IMOBILIÁRIO

### Mercado de escritórios em alta

Segundo o mais recente estudo realizado pela consultora Aguirre Newman, a área contratada de escritórios durante o mês de Julho voltou a registar valores superiores ao mês homólogo do ano anterior, com 9.235 m2 face a 7.334 m2 **PÁG. 15**

Membros:

**ABB**

**GEWISS**

**hager**

**JUNG**

**MORGADO & CA**  
MONTAGEM E INSTALAÇÃO

**Schneider Electric**

atec BIFASE CONSTRUIR ELECTRICISTA sisint

Eficiência Energética  
Controlo  
Conforto

Home & Building Automation

**KNX**  
EDIFÍCIOS INTELIGENTES

ASSOCIAÇÃO KNX PORTUGAL  
Informações: knx@knx.pt



constructed, even if paid. This idiosyncrasy that leads customers to be perpetually changing and giving up projects, not having a business plan or lacking objectivity. You need to know how to deal with this without losing your temper. I think that the biggest problem for the eastern companies to deal with the Middle East, and from Portuguese in particular, is the fascination. They think that the Arabs are very rich and are a bag without end. We Forget that, sometimes, the GDP of Spain is twice the Saudi Arabian. The Arab world is poor, very poor with their richness concentrated in a limited number of individuals of great power. And there are actually some countries, like Emirates, Kuwait, Qatar and Oman that have their GDP shared with small populations.

**How important can Portuguese companies be to these markets?**

That importance will always be residual due to the scale of Portuguese companies. I'm not saying that could not be is interesting to them. For

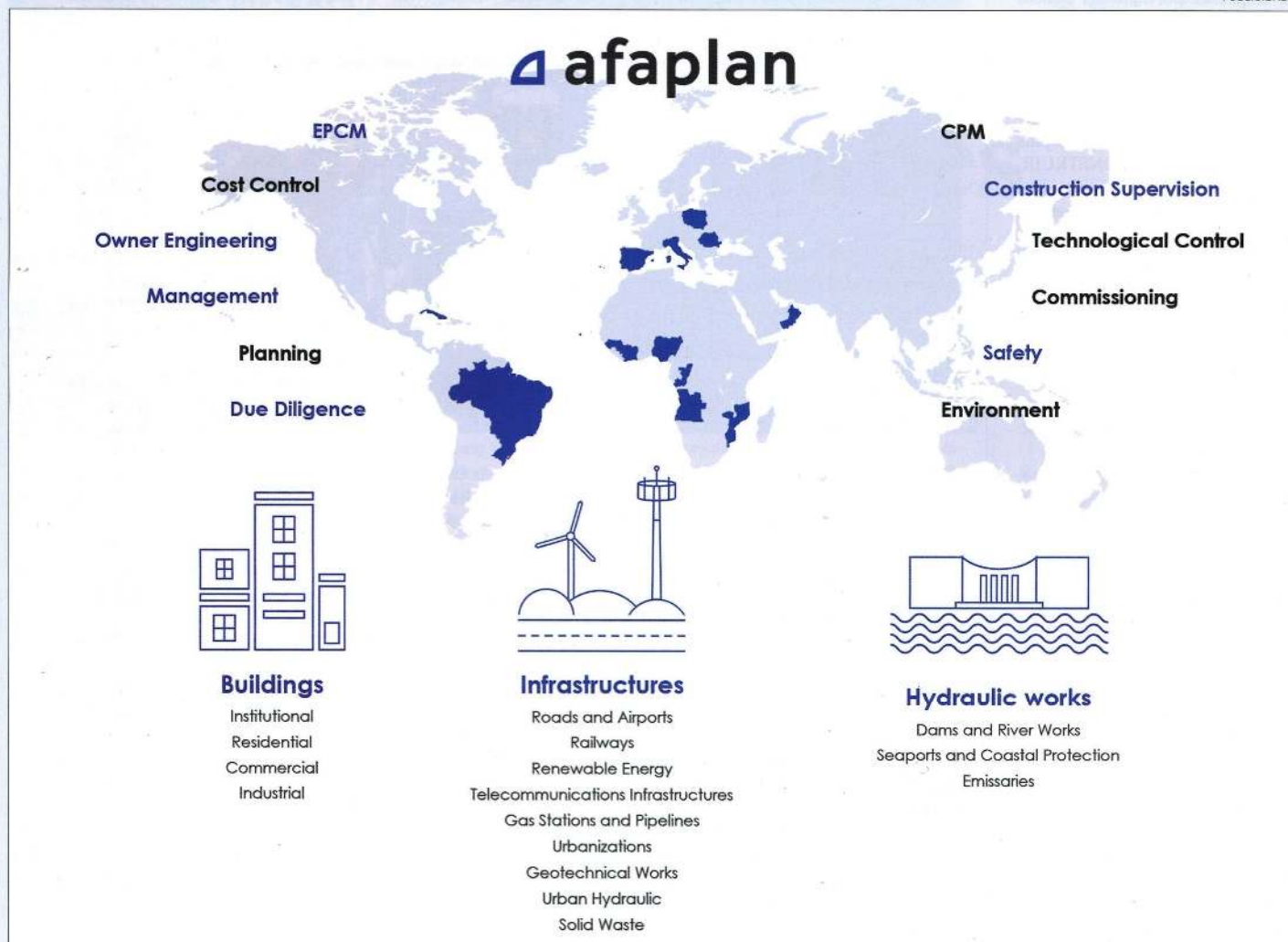


Promontorio, Qatar was the first country where we truly tested our response to the anglo-saxon demand and learned to work on an unprecedented scale. He also served

on a regional basis to act in other Arab countries, like Saudi Arabia, where we designed a tower of 70 floors for the oil company Aramco, which recently reached the top. We

regret that in these circumstances the Qatar cannot have this pivotal role for the region, but we hope that this political situation is temporary. ■

PUBLICIDADE





## “Se formos competentes, teremos mais chances de ser bem sucedidos”

Ao CONSTRUIR, os responsáveis da Afaplan lamentam a falta de portugueses “que abracem os desafios e estejam dispostos” a sair da zona de conforto. Contudo, destacam as capacidades das empresas portuguesas, que se destacam pelo seu know-how e capacidade de adaptação a qualquer realidade

*To CONSTRUIR, responsables from Afaplan regrets the lack of Portuguese willing to "embrace the challenges and be able to leave the confort zone. However, they emphasize the capabilities of Portuguese companies, who stand out for their know-how and ability to adapt to any situation*

**Ricardo Batista**  
rbatista@construir.pt

“**S**ó entendendo o que localmente move as culturas e a forma como se realizam negócios, poderá interessar aos mercados que nos são estranhos”. É desta forma que os responsáveis da Afaplan destacam a importância que as empresas portuguesas podem ter em mercados competitivos como os mercados árabes, sabendo-se que há, de facto, uma grande facilidade de integração e entendimento das vontades e interesses quer da parte das empresas quer dos clientes. Ao CONSTRUIR, os responsáveis da empresa especializada no planeamento e gestão de projecto asseguram que “não temos a ambição de ocupar ou mudar a cultura e a arte de bem fazer, própria de cada local, e por isso somos normalmente, especialmente bem-vindos. Se aliadas a estas características formos competentes e contribuintes positivos, teremos, com certeza, possibilidades de ser competitivos”.

A experiência de trabalhar presencialmente e por muito tempo em mercados como o Brasil e Cuba na América, Angola, Moçambique, Cabo Verde, Congo, Costa do Marfim e Benim em África, Portugal, Itália, Polónia e Roménia na Europa permite que a Afaplan tenha um conhecimento multicultural e um know-how diversificados, seja de entendimento de diferentes tipos de sensibilidades, seja de integração, partilha de vontades e formas de resolver, “que muito contribui para que os mercados nos vejam como parceiros positivos e úteis”. A este respeito, garantem que as empresas portuguesas “podem conquistar tanto os investidores que querem investir local-

mente, como investidores locais que querem investir no estrangeiro”. “Aí, se soubermos ser úteis e contribuintes positivos para os negócios desses investidores, rapidamente ganharemos a sua confiança e os interessaremos. Para nós, todos os investimentos são interessantes desde que neles possamos ser úteis e parceiros”, acrescentam.

### Desafios

Por maior que seja a capacidade de integração ímpar das empresas e profissionais portugueses, há desafios que importa acautelar por parte de quem pretende avançar com uma estratégia internacional, qualquer que seja o mercado de destino. Em relação aos mercados dos paí-

ses árabes, os responsáveis da Afaplan lamentam a falta de portugueses “que abracem os desafios e estejam dispostos – somos um país pequeno e muito confortável e por isso temos imensa dificuldade de recrutar pessoas que queiram aceitar desafios que os retirem da sua zona de conforto – e falta-nos a capacidade financeira, importante para ultrapassar os primeiros tempos de integração e de conquista de mercado. As empresas portuguesas que se queiram internacionalizar são e serão sempre pescadoras de portugueses e de investidores interessados”. A este propósito, reiteram a perspectiva de que somos um “país pequeno” e, portanto, “com pouca capacidade de sermos players im-

portantes em mercados que ainda por cima conhecemos mal, e por isso só uma grande humildade e uma forte vontade de servir nos pode tornar interessantes e com isso ganhar importância em qualquer mercado. Aliás, tem sido dessa forma que ao longo dos séculos os portugueses se têm tornado importantes nos diversos mercados por esse mundo fora”.

*“Only understanding what locally moves the cultures and the way they do business, may be interesting to the markets where we are strangers”. This is the way the leaders of Afaplan underline the importance that Portuguese companies may have in competitive*



pixabay.com



markets as the Arab markets, knowing that there is, in fact, a great capacity of integration and understanding the desires and interests both from the companies or the customers. Talking to CONSTRUIR, the leaders of the company specialized in planning and project management ensures that "we do not have the ambition to occupy or change the culture and the best way to do proper from each site and, therefore, we are normally, welcome. If combined with these characteristics we act as responsible professionals and positive contributors, we will have, for sure, chances to be competitiveness".

The experience of working for a long time in markets such as Brazil and Cuba in Latin America, Angola, Mozambique, Cabo Verde, Congo, Ivory Coast and Benin in Africa, Portugal, Italy, Poland and Romania in Europe allows Afaplan to have a multicultural knowledge and a diverse know-how, and be able to understand different types of sensitivities, integration, sharing of wills and ways of solving. "Those who contributes to the markets see



us as positive and useful partners." In this respect, they ensure that Portuguese companies "can conquer both investors who want to invest locally, as local investors who want to invest abroad". "Then, if we are useful and positive contributors to the business of these investors, quickly we will gain their trust and their respect. For us,

all investments are interesting since they can be good and we can be partners," they add.

### Challenges

With the ability to integrate unique businesses from portuguese professionals and companies, there are challenges that that should be aware by those who want to move

forward to an international strategy, whatever the destination market. In relation to the markets of Arab countries, the leaders of the Afaplan regret the lack of Portuguese "who embrace the challenges and are willing - We are a small country and very comfortable and is extremely difficult to recruit people who want to accept challenges that derive from their comfort zone - and the lack the financial capacity, important to overcome the early stages of integration and of conquest of the market. The Portuguese companies who want to internationalize are and always will be fishers of portuguese and investors". In this regard, the reinforce the view that we are a "small country" and, therefore, "with low capacity to be important players in markets which have also know evil, and therefore only a great humility and a strong desire to serve can make us interesting and with it gain importance in any market. Indeed, it has been that way that over the centuries the Portuguese have become important in several markets around the world". ■

# CARLDORA pisca o olho aos mercados árabes

A CARLDORA, especialista no desenho, Construção e montagem de sistemas de cofragem, Andaimos, Escoramentos, Entivações de Valas e Estruturas Especiais para todos os trabalhos civis e públicos está atenta aos mercados árabes e promove as suas soluções voltadas para projectos de infra-estruturas rodoviárias, saneamento, infra-estruturas hidráulicas e marítimas como viadutos, túneis, galerias, tanques de água, barragens, portos, com prática em 27 países

## Construir

www.construir.pt

A CARLDORA é uma empresa portuguesa com mais de 40 anos de história, especializada no desenho, Construção e montagem de sistemas de cofragem, Andaimos, Escoramentos, Entivações de Valas e Estruturas Especiais para todos os trabalhos civis e públicos. Os nossos produtos são utilizados por todo o Mundo em projectos de infra-estruturas rodoviárias, saneamento, infra-estruturas hidráulicas e marítimas como viadutos, túneis, galerias, tanques de água, barragens, portos, com prática em 27 países. Focados em permanência no aumento da funcionalidade, versatilidade e polivalência das nossas

soluções, o nosso Gabinete técnico de engenharia e assistência em montagens estuda e desenvolve projectos para os nossos clientes com base em modelos 2D e 3D, em qualquer tipo de Construção para que as montagens decorram sem qualquer complexidade, dificuldade e de modo a que os equipamentos possam ser explorados ao máximo em futuros novos projectos.

A simplicidade dos nossos sistemas isenta mão-de-obra especializada e suas montagens são muito mais rápidas.

Através de um processo de fabrico completamente autónomo, a partir das matérias-primas e graças ao sistema de gestão de qualidade implementado, conferimos aos nossos produtos maior precisão,

segurança e durabilidade, tornando-os, a médio prazo, de longe os mais económicos.

CARLDORA is a Portuguese company with more than 40 years of history, specialized in the design, manufacture and assembly of FORMWORK SYSTEMS, SCAFFOLDINGS, SHORING'S, TRENCH-LINING AND SPECIAL STRUCTURES FOR ALL CIVIL AND PUBLIC WORKS.

Our products are applied worldwide in the major projects of Roads, Sewages, Hydraulics and Maritimes Infrastructures, such as Viaducts, Tunnels, Galleries, Water tanks, Dams, Ports, currently already in 27 countries.

Constantly focused on the increase

of the functionality, versatility and polyvalence of our solutions, our technical office of engineering and assistance in assemblies, studies and develops the projects of our clients in 2D or 3D, for any type of construction work, so that the assemblies are carried out with no difficulty and that the equipment is maximally reused in future projects. The simplicity of our systems exempt specialized hand labor and their assemblies are greatly the quickest. Through a completely autonomous manufacturing, from the raw materials and a quality management system implemented, we provide to our products higher precision, safety and durability, becoming them, at medium term, by far the most economic. ■