



NEGÓCIOS

Bricomarché vai investir 60 milhões na abertura de 20 novas lojas até 2030

PÁG. 9



VINHO

Periquita já vale mais de um terço das exportações da José Maria da Fonseca

PÁG. 12

FORA DA CAIXA

“Tarifas dos EUA podem ser grande condicionador do crescimento”, diz Paulo Macedo

PÁG. 8

Nº 830 Este caderno faz parte integrante do Diário de Notícias nº 57 057

Governo lança pacote das rendas em pleno apagão estatístico oficial sobre este mercado

PÁGS. 6-7



Arábia Saudita acelera plano para dominar mundo do futebol e do gaming com compra da EA

PÁGS. 14-15

“Chegou a hora de Portugal ser visto, não como o bom aluno, mas como o bom professor na energia”

NELSON LAGE
presidente da ADENE

PÁGS. 4-5



Quanto precisamos de ganhar para comprar um molho de brócolos?

MARGARIDA VAQUEIRO LOPES
 Editora-executiva

O cabaz de bens essenciais acompanhado pela DECO junta cerca de 40 produtos, desde hortícolas a laticínios e custa, atualmente, 241,97. São mais 54,27 (ou 28,7%) do que em janeiro de 2022, quando a associação de defesa do consumidor começou a acompanhar a sua evolução. No último ano, o aumento foi de 6%.

As rendas de casa, por seu lado, estão 4,1% mais caras do que no ano passado, e isto na média nacional – porque se formos a algumas cidades

como Lisboa e Porto, sabemos que os aumentos são muito superiores. No mesmo sentido, o preço das casas que estão no mercado para serem compradas aumentou 7,6%. Já os salários médios, em Portugal, cresceram menos de 3% entre o ano passado e este ano, quando olhamos para a sua evolução ajustada à inflação.

Não sei se está, caro leitor, a perceber onde quero chegar com estas contas fáceis – aquilo a que chamamos comumente de contas de merceeiro. O que quero dizer é que tudo aquilo que são considerados bens essenciais – alimentos, habitação... – estão mais caros e estão a deixar os portugueses em maus lençóis. Porque é que reforço esta mensagem, sobre a qual já escrevi na semana passada? Porque estamos quase a voltar novamente às urnas, desta

vez para escolher os nossos governantes locais, e parece-me que é boa ideia lembrar quais devem ser as nossas prioridades – e ver se elas têm respaldo nos programas eleitorais que nos colocam à frente. Há umas semanas, uma pessoa que, desde há pouco tempo, está ligada à política local, contava-me uma história muito curiosa: muitas regiões fora das grandes áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto debatem-se atualmente com falta de médicos e enfermeiros, por exemplo. Com as decisões centralizadas no Ministério da Saúde, as autarquias têm pouca margem de manobra para conquistar equipas que sirvam as suas necessidades, mas enquanto fazia telefonemas para vilas ou cidades do interior onde há vários casos de sucesso, percebeu algo simples: é possível atrair os profissionais certos se se derem os benefícios certos (e possíveis): primeiro, é preciso trabalhar em conjunto com as autarquias vizinhas para ganhar escala e poder contornar a confusão que são os concursos públicos e as tabelas salariais em que não é possível mexer – “os médicos preferem estar integrados numa equipa, mesmo que tenham de ir a dois centros de saúde” (a isto se chama humanidade); depois, coisas simples como oferecer habitação a renda acessível e vagas nas escolas públicas são grandes chamarizes de novos profissionais”.

E há interesse, perguntei? Claro!, responderam-me: sobretudo porque sair dos grandes centros urbanos permite sonhar com uma série de coisas que passaram a ser impossíveis em Lisboa ou no Porto:

ter uma casa decente a um preço comportável, constituir família, ter acesso a escolas públicas desde o infantário e não precisar de vender um órgão vital de cada vez que se quer ir almoçar ou jantar fora. Claro que a isto acresce o tempo que não se perde no caos das grandes cidades, que por norma se transforma também em gastos elevados em combustível, estacionamento e afins.

Quando falamos de descentralização, num país do tamanho do nosso, não precisamos de inventar a roda. Na verdade, só precisamos de políticas locais efetivas que sirvam os interesses específicos de cada população, garantindo que se consegue agregar valor ao que já existe, com pessoas que também têm vontade de sair dos meios mais urbanizados. As eleições que temos à porta voltam a ser uma boa oportunidade de vermos mudanças importantes no território, muitas delas fundamentais para evitar tragédias como incêndios de proporções dantescas – território ocupado é território bem cuidado; ausências de cuidados de saúde básico – mais gente a fazer pressão obriga a mais respostas de quem manda; desertificação; abandono, envelhecimento, deterioração do património... enfim.

Quando a DECO fala num aumento de 40% no preço de um molho de brócolos, está a mostrar problemas muito mais estruturais do que apenas o aumento concreto deste legume. Está a falar de um país que não sabe bem para que lado se há-de virar para conseguir encontrar alguma serenidade ao fim de quase 30 anos de crise(s).



As eleições que temos à porta voltam a ser uma boa oportunidade de vermos mudanças importantes no território, muitas delas fundamentais para evitar tragédias



JÁ NAS BANCAS

EDIÇÃO **SETEMBRO/OUTUBRO**



Com os homens de hoje,
pelos homens de amanhã.

“Chegou a hora de Portugal ser visto, não como o bom aluno, mas como o bom professor na energia”

NELSON LAGE Portugal conseguiu o improvável: passar de uma quota de 30% de renováveis para mais de 70%. O desafio agora é melhorar a rede, “o nosso calcanhar de Aquiles”, diz o presidente da ADENE.

TEXTO **CARLA AGUIAR** carlag@globalmediagroup.pt

“**A** ADENE teve um papel central na transição energética nacional”, um percurso que é visto lá fora como “notável” e “improvável”, desde que foi criada há 25 anos por António Guterres, diz o seu presidente. Nelson Lage define-se como “inquieto”, movido por missões e com vontade de deixar marca na energia. Sempre com renovadas atribuições, a ADENE prepara-se agora para lançar o Observatório Ibérico de Energia, ao mesmo tempo que vai reforçar a cooperação internacional com os PALOP, anunciou o líder da Agência de Energia. Porque “chegou a altura de deixar de ser o bom aluno e passar a ser o bom professor”. Afinal, temos “uma das maiores quotas de energia renovável a nível mundial”. Nelson Lage aponta, porém, desafios ao nível das redes e do armazenamento. “O nosso calcanhar de Aquiles é a rede elétrica”, admite. Mas confia nas 31 medidas do Governo para aumentar a resiliência face a um apagão.

Nestes 25 anos da ADENE, celebrados esta semana, o setor passou por grandes transformações. Quais são as que destaca?

Destacaria três grandes mudanças ou transformações, quer pelo seu impacto prático, quer pelas implicações futuras. A primeira foi o reforço do compromisso po-

lítico, com metas claras e ambiciosas inscritas na Lei de Bases do Clima e no PNEC 2030. Falamos de reduzir emissões em 55% até 2030 e em 90% até 2050. Aqui o maior desafio é que até 2030, mais de metade da energia que consumimos venha de fontes renováveis e que, no caso da eletricidade, essa proporção chegue a 93%. A segunda grande transformação foi o crescimento das energias renováveis e da eficiência energética. Fechámos as centrais a carvão e substituímos esta produção por renováveis, tornando o nosso sistema elétrico um dos mais limpos e com uma das maiores quotas de renováveis a nível mundial. A terceira mudança é mais recente, mas decisiva. Falo da modernização das redes através da digitalização e do desenvolvimento de smart grids que está a tornar o sistema mais fiável e preparado para integrar a produção renovável distribuída, ao mesmo tempo que permite uma participação mais ativa dos consumidores. É esta evolução que garante que a transição não é apenas produzir energia limpa, mas fazê-la chegar a todos com estabilidade e confiança.

De que forma estes novos processos estão e vão mudar o modo como vivemos, produzimos e trabalhamos?

A eficiência entrou em todo o lado, das casas aos carros elétri-

cos, da indústria à forma como usamos a água. As transformações em curso estão já a mudar a forma como vivemos, produzimos e trabalhamos, e vão acelerar ainda mais nos próximos anos. Hoje, já não dependemos tanto do petróleo e do gás como antes. A energia está a tornar-se mais verde, mais local e mais inteligente. Um cidadão pode poupar centenas de euros por ano apenas por mudar de fornecedor ou por fazer pequenas melhorias em casa, como trocar janelas, instalar painéis solares ou ajustar hábitos de consumo. Isto é o poder nas mãos das pessoas. Na economia, há setores inteiros a reinventar-se. A indústria está a investir em eficiência para ser mais competitiva. Os edifícios estão a tornar-se mais inteligentes, mais eficientes e também mais confortáveis. E os serviços energéticos estão a digitalizar-se, criando os chamados empregos verdes e uma maior proximidade entre consumidores e produtores de energia. O sucesso destas mudanças depende do Estado, a quem cabe acelerar a transição com políticas que não deixem ninguém para trás, mas também das empresas ao criarem modelos de negócio que apostem na inovação, eficiência e sustentabilidade, e dos cidadãos, que devem fazer escolhas mais informadas e assumir comportamen-



tos mais conscientes. Resumindo, política, formação, negócio e comportamento são pilares que se reforçam mutuamente, e quanto mais cedo os colocarmos em prática mais justa, rápida e eficaz será a transição.

Da perspetiva global que tem do setor, como situa Portugal no desenvolvimento do seu sistema energético, com vista à descarbonização, por exemplo?

“Contamos lançar o Observatório Ibérico de Energia, reforçar a cooperação com as autarquias e as agências de energia, e queremos ampliar a nossa cooperação internacional”.

Portugal é hoje reconhecido como um dos países mais avançados na transição energética. Isso mesmo lembrou o diretor executivo da Agência Internacional de Energia, Fatih Birol, durante a Conferência dos 25 Anos da ADENE, quando afirmou que Portugal conseguiu o improvável, ao passar de 90% para 15% de energias fósseis e ao aumentar as renováveis de 30% para mais de 70%, reduzindo as emissões em 50%. Este percurso não aconteceu por acaso, foi feito de decisões políticas firmes e de investimentos consistentes. Temos uma das maiores quotas de eletricidade renovável do mundo. Estamos no bom caminho, mas como lembrou o subsecretário-geral da ONU, Jorge Moreira da Silva, há uma dimensão internacional que não podemos ignorar. O mundo precisa que Portugal esteja mais disponível para cooperar e exportar a sua energia. Daí a urgência em desenvolver as interligações, porque serão elas que vão permitir parcerias, apoiando a acelerando a transição energética. Até aqui Portugal



era visto como um bom aluno. Chegou a altura de sermos vistos como o bom professor.

Quais os pontos fortes do sistema português e do setor empresarial e os pontos fracos?

Vejo muitas mais-valias no nosso sistema, mas também pontos a melhorar. O nosso maior trunfo é termos sol, vento e água, e sabermos aproveitar esses recursos naturais com empresas inovadoras e com um pacto político que se mantém há várias décadas. Do lado dos desafios, há ainda pontos críticos. Precisamos mesmo de simplificar o licenciamento, porque sem processos mais ágeis não conseguiremos acelerar a transição. O nosso calcanhar de Aquiles continua a ser a rede elétrica. Precisamos de investir mais na sua modernização e no armazenamento, para evitar fragilidades como as que vimos no apagão. A dependência externa também pesa, sobretudo nos transportes e na indústria pesada, onde os fósseis ainda têm um peso relevante.

Como estamos a preparar-nos para tornar o sistema mais resi-

liente a um novo apagão?

O apagão foi um alerta para toda a Europa e deixou claro que a transição energética não avança sem redes modernas e inteligentes, capacidade de armazenamento e uma verdadeira cooperação entre os Estados-Membros. É urgente alinhar a ambição climática com infraestruturas robustas, porque há ainda limitações que travam este caminho. Portugal está a preparar-se e exemplo disso é o plano do Governo com mais de 30 medidas e investimentos em redes e baterias. Mas também há um papel para cada cidadão. Com o autoconsumo, as comunidades de energia e maior eficiência podemos tornar o sistema mais resiliente e menos dependente.

Qual o papel que a ADENE tem e teve no desenvolvimento de todo este ecossistema?

A ADENE tem um papel central. E até na informação em situações de emergência energética. Somos nós que fazemos a ponte entre a política pública e as pessoas e traduzimos objetivos em resultados concretos. Nestes 25 anos,

criámos sistemas de certificação e avaliação para edifícios, carros, equipamentos e água. Hoje coordenamos o Pacto de Autarcas, promovemos a literacia energética e apoiamos e formamos empresas e municípios. Nos últimos anos alargámos a nossa influência em áreas como a eficiência energética e hídrica, as energias renováveis, mas também a mobilidade, a economia circular e a ação climática. O nosso objetivo é colocar sempre o cidadão no centro. Explicamos, ajudamos e resolvemos. Damos respostas rápidas, simplificamos processos e garantimos que todos, desde o Estado, às empresas passando pelas autarquias e pelas famílias, tenham um papel ativo na construção de um futuro mais sustentável.

Quais são os serviços mais populares da ADENE? O simulador para verificar os preços de energia?

Mais do que termos serviços populares, interessa-nos que sejam úteis e que respondam às necessidades das pessoas. Se tivesse de destacar alguns, começava pelo Poupa Energia, que é um serviço digital muito procurado. Por exemplo, no segundo trimestre de 2025 contou com quase 27 mil simulações e mais de 22 mil visitas, que resultaram em 163 pedidos de mudança de comercializador, com uma poupança média de 143 euros por ano. Só no último ano já somou mais de 120 mil simulações. Destaco igualmente o casA+, com mais de 50 mil utilizadores a procurar informação de como podem melhorar a sua casa. A isto juntam-se as etiquetas do CLASSE+, onde já emitimos mais de 600 mil, e a classificação AQUA+, que avalia a eficiência hídrica dos edifícios. No terreno temos a Rede Espaços Energia, um serviço com balcões em todo o país. E há um ponto essencial nesta rede: a formação de técnicos. Já formámos 160 profissionais que estão no terreno a apoiar diretamente os cidadãos.

Que novas atribuições tem ganhado a Adene nos últimos anos?

Quando Portugal assumiu o compromisso da neutralidade climática, fê-lo com políticas integradas que são essenciais para descarbonizar, diversificar fontes e reforçar o papel estratégico do país. Foi neste plano das novas políticas públicas que a ADENE consolidou novas atribuições e ganhou um maior reconhecimento. Hoje somos uma agência

“O nosso calcanhar de Aquiles continua a ser a rede elétrica. Há que investir mais na modernização e armazenamento para evitar fragilidades como as que vimos no apagão.”

agregadora e um parceiro técnico de referência, apoiando a implementação do PNEC 2030, da Estratégia Nacional para o Combate à Pobreza Energética e do Plano de Poupança de Energia. Criámos a Rede Espaço Energia, reforçámos a formação profissional, apoiámos a renovação de edifícios, formámos técnicos especializados e coordenámos a transposição de diretivas europeias decisivas para o setor.

A literacia energética é outro pilar central do nosso trabalho, visível no crescimento da Rota da Energia. No combate à pobreza energética, lançámos o plano de ação até 2030 e o Observatório Nacional, que permitirá avaliar e monitorizar a realidade do país. E temos ainda investido em tecnologia, com destaque para o Mercado Voluntário de Carbono, ao mesmo tempo que damos suporte técnico a programas de incentivo como o PRR e o Fundo Ambiental.

É uma espécie de braço avançado do Ministério do Ambiente ou tem autonomia?

A ADENE é uma agência agregadora do setor e um parceiro ativo do Ministério do Ambiente. Trabalhamos em conjunto porque a transição energética e a sustentabilidade são um desígnio nacional e temos um papel central nesse processo. Mas somos independentes. Enquanto associação privada de utilidade pública, sem fins lucrativos e com gestão própria, temos autonomia, e essa independência é fundamental para sermos credíveis junto dos cidadãos e das empresas.

Quais as prioridades da Adene? E os grandes desafios do setor?

Ser uma agência cada vez mais digital, colaborativa e internacional, reforçando o seu papel como motor de uma transição energética justa e acelerada. Estamos focados na aplicação do novo quadro legal dos edifícios, na transposição da Diretiva de Eficiência Energética, no apoio às políticas de descarbonização e combate à pobreza energética e na promoção da produção descentralizada. Contamos lançar o Observatório Ibérico de Energia, reforçar a cooperação com as autarquias e as agências de energia, ao mesmo tempo que queremos ampliar a nossa cooperação internacional. O grande desafio das políticas energéticas é envolver empresas, academia, instituições e cidadãos. Só assim cumpriremos as metas de 2030 e 2050. A prioridade é clara e passa pela energia renovável mas com segurança, o que implica investir em armazenamento, digitalização e redes, sem esquecer a eficiência, porque a energia mais barata é a que não se consome.

Na conferência foi feito um apelo ao reforço da cooperação com os países em desenvolvimento, nomeadamente com os PALOP. Que projetos nesse domínio?

A nossa prioridade internacional é a Rota da Energia PALOP. Queremos levar a outras latitudes ferramentas que ajudem os cidadãos a viver melhor com menos energia. Vamos desenvolver ações de formação e educação em parceria com entidades locais, valorizando o conhecimento e a realidade de cada país. Em paralelo, estamos a preparar a entrada na Comissão Temática de Energia da CPLP, como observador consultivo, reforçando a cooperação com cidades e instituições lusófonas. E queremos ainda promover parcerias entre autarquias portuguesas e africanas, inspiradas no trabalho que já fazemos no Mediterrâneo, sempre numa lógica de diálogo e benefício para os dois lados.

E como vê o seu futuro, em final do mandato? O que o move e liga a esta área?

Sempre estive ligado à energia e não me imagino longe deste setor. O que me move é transformar a transição energética em algo real para as pessoas, na ADENE ou noutro lado, vou continuar ligado. Sou uma pessoa inquieta, movida pela vontade de fazer acontecer.

Governo lança pacote das rendas no meio de um apagão estatístico sobre o mercado de arrendamento

INE decidiu “suspender temporariamente” a divulgação das Estatísticas das Rendas da Habitação ao Nível Local” até ao final de março do próximo ano, “na sequência da receção de informação revista e de informação nova da Autoridade Tributária (AT) sobre contratos de arrendamento”.

TEXTO **LUÍS REIS RIBEIRO** luis.ribeiro@dn.pt

Na mesma semana em que o Instituto Nacional de Estatística decidiu suspender durante seis meses a publicação da maior e mais detalhada (e única) estatística nacional sobre valores das rendas e número de contratos celebrados em Portugal desagregados até níveis regionais e locais (municipais), o governo avançou com novas medidas para, segundo diz, tentar dinamizar o mercado e baixar o custo do arrendamento, um dos maiores problemas da habitação no País.

Problema: sem esta fonte crucial de informação, a mais completa e estrutural disponível, a monitorização dos efeitos das políticas só voltará a ser possível de forma integral daqui a meio ano, no final de março de 2026.

O governo e o país ficarão, assim, privados de um instrumento de avaliação fulcral (e o mais abrangente) do mercado de arrendamento e dependentes de outras fontes de informação que existem, como as fornecidas pelas empresas imobiliárias ou os dados internos administrativos (não públicos) coligidos pelo Fisco e pelas conservatórias que decorrem dos contratos que são celebrados, terminados ou modificados, por exemplo.

O INE publicou a 27 de junho aquela que será a última das “Es-

tatísticas das Rendas da Habitação ao Nível Local”, referentes ao primeiro trimestre. A próxima colheita será divulgada apenas a 27 de março de 2026. A decisão suspendeu com efeitos imediatos a divulgação da estatística que estava agendada para 26 de setembro passado. Isto foi um dia depois de o primeiro-ministro, Luís Montenegro, ter anunciado em conferência de imprensa, o referido pacote “Construir Portugal – Arrendamento e Simplificação”, que fica na tutela do ministro das Infraestruturas e da Habitação, Miguel Pinto Luz.

“O INE suspende temporariamente a divulgação das Estatísticas das Rendas da Habitação ao Nível Local do 2.º e do 3.º trimestres de 2025, na sequência da receção de informação revista e de informação nova da Autoridade Tributária (AT) sobre contratos de arrendamento”, confirmou o instituto ao DN.

O INE explica que “com estes novos fluxos de dados será possível a revisão metodológica desta operação estatística, com divulgação de novas séries de dados mais completos”.

“Dada a exigência do respetivo processamento/tratamento de dados, o INE planeia retomar esta divulgação com os resultados do 4.º trimestre de 2025 (e as séries completas revistas) em 27 de março de 2026.”

Porquê agora?

Segundo o INE, as Estatísticas das Rendas da Habitação ao Nível Local ficarão melhores e mais completas.

A decisão decorre de uma alteração legislativa muito relevante que entrou em vigor a 1 de agosto passado, que permite a quem arrenda poder comunicar à AT os contratos celebrados com os senhorios quando estes não o façam “atempadamente”. A medida pode ter o mérito de iluminar melhor um mercado que, além do problema dos valores exacerbados das rendas, assume altos graus de informalidade, com muitos casos de arrendamentos ilegais, não declarados.

Segundo o governo, a portaria n.º 106/2025/1, de 13 de março deste ano, vem regulamentar uma lei que já existia (de 2023).

De acordo com o diploma que entrou em vigor a 1 de agosto passado, “os locadores e sublocadores [os senhorios] têm a obrigação de comunicar à Autoridade Tributária e Aduaneira (AT) a celebração, alteração, ou cessação de contratos de arrendamento e subarrendamento, ou, no caso de promessa, da disponibilização do bem locado, nos termos e prazos previstos no artigo 60.º, n.os 1 e 2, do Código do Imposto do Selo (IS), através da Declaração Modelo 2 de IS, bem como proceder ao pagamento do imposto devido”.



LEONARDO NEGRÃO

A referida Lei n.º 56/2023, de 6 de outubro, “que aprovou medidas no âmbito da habitação, alterou o artigo 60.º do Código do IS, conferindo aos locatários e sublocatários a possibilidade de comunicarem os contratos de arrendamento,

subarrendamento e respetivas promessas, bem com as suas alterações e cessação, sempre que os locadores e sublocadores não cumpram a sua obrigação atempadamente (n.º 4 do artigo 60.º do Código do IS)”.

“Esta comunicação, facultativa para os locatários e sublocatários, visa permitir o cruzamento da informação com os dados constantes da Declaração Modelo 2 do IS”, explica a portaria assinada pela secretária de Estado dos Assuntos Fiscais, Cláudia Melo de Carvalho.

A Comunicação do Locatário ou Sublocatário (CLS) a enviar ao Fisco “é exclusivamente apresentada por transmissão eletrónica de dados, através do Portal das Finanças, após autenticação dos locatários ou sublocatários, de acordo com os procedimentos aí indicados”.

“O locatário ou sublocatário deve indicar o motivo da comuni-

O Governo tem dados internos da AT e dos registos que pode usar para monitorizar os primeiros resultados das novas medidas, até final de março.



cação, a qual deve ser acompanhada do contrato de arrendamento ou subarrendamento objeto da comunicação”, bem como dos documentos que comprovem os elementos comunicado” e, por cada contrato, “as respetivas alterações e cessação”.

É este manancial de nova informação na posse das Finanças que o INE vai agora incorporar para chegar a um retrato mais fiel da situação e das dinâmicas do mercado de arrendamento.

O pacote do governo

Na quinta-feira da semana passada (25 de setembro), o primeiro-ministro revelou “um conjunto de medidas na habitação”.

O Conselho de Ministros aprovou medidas como “redução da taxa de IVA para 6% na construção de habitações para venda até 648 mil euros ou, no caso de arrendamento, para rendas até

2.300 euros”, um regime fiscal que deve vigorar até 2029; “agravamento do Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis (IMT) na compra de habitações por cidadãos não residentes em Portugal, excluindo emigrantes”; “isenção do pagamento do adicional ao Imposto Municipal sobre Imóveis (AIMI) no caso de habitações colocadas para arrendamento até 2.300 euros”; “aumento das deduções em sede de IRS com rendas de habitação: 900 euros em 2026 e 1.000 euros em 2027”; “redução da taxa de IRS para senhorios que pratiquem rendas moderadas: de 25% para 10%”, entre outras medidas “num conjunto mais vasto de iniciativas na área da habitação, em articulação com o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) e com os objetivos de reforçar a oferta de habitação a preços acessíveis”, disse Luís Montenegro.

Renda moderada, novo conceito

Um dos termos que causou mais polémica foi a definição por parte do governo sobre o que é o valor de “renda moderada”, bem diferente da “acessível”.

O ministro Pinto Luz deu várias entrevistas em que contrariou a ideia de que o teto 2.300 euros é uma renda demasiado elevada, dando como exemplo a realidade que se vive em áreas de enorme pressão nos preços das casas, como Lisboa e Porto.

Em entrevista ao Eco, o governante disse mesmo que “acreditamos que, com os valores de mercado que hoje se praticam, com a renda até 2.300 euros, nós estamos a ir diretamente à classe média”. “Sou daqueles que continuam a acreditar que 5.750 euros de rendimento mensal para uma família portuguesa, estamos a falar de uma classe média. Só em Portugal é que é entendido esta família como uma família rica. Porque estamos a falar, de dois engenheiros, um professor e uma engenheira, dois médicos, dois enfermeiros, um enfermeiro e uma médica”.

Sem a estatística abrangente do INE, agora suspensa, a dúvida adensa-se.

Os últimos dados oficiais, referentes ao primeiro trimestre, indicam que o país está sob uma pressão histórica nos preços do arrendamento, com subidas de dois dígitos, especialmente pronunciadas nas grandes áreas urbanas, onde está concentrada a maior parte da população.

“No 1.º trimestre de 2025 (dados provisórios), a renda mediana dos 23.417 novos contratos de arrendamento em Portugal atingiu 8,22 euros por metro quadrado (m²)”, diz o INE. A mediana é o valor que está exatamente a meio da distribuição dos valores encontrados. Acima desta podemos encontrar, para a mesma região, preços muito mais elevados.

O INE indicou ainda que no primeiro trimestre deste ano, “verificou-se um aumento homólogo da renda mediana em 23 dos 24 municípios com mais de 100 mil habitantes, destacando-se Gondomar (24,4%) com a maior variação homóloga e Lisboa com a maior renda mediana (16 euros/m²), embora com uma taxa de variação homóloga (5,1%) inferior à nacional (10%). Braga (-0,9%) foi o único município a apresentar um decréscimo no valor da renda.



A evolução da identidade digital na Europa

À medida que a Europa se prepara para lançar a Carteira de Identidade Digital, a Mastercard está a apoiar a criação de um ecossistema assente na confiança, privacidade e facilidade de utilização, essencial para o futuro digital do continente.

Hoje, para abrir uma conta bancária, aceder a serviços públicos ou comprar online, é necessário verificar dados como idade ou localização — processos que deviam ser tão rápidos, simples e fiáveis como tocar num cartão para pagar, mas que, muitas vezes, continuam a ser lentos, complexos e invasivos. O impacto é claro: segundo a Agência da União Europeia para a Cibersegurança, o roubo de identidade representa mais de 40% da fraude online na Europa e, tendo como base um estudo recente, 60% dos cidadãos enfrentam dificuldades durante estas verificações, resultando em transações abandonadas e perda de confiança.

Para dar resposta, a União Europeia está a desenvolver a Carteira Europeia de Identidade Digital (EUDI). Até 2030, a Comissão Europeia (CE) prevê que 80% dos cidadãos da UE a possam utilizar em tarefas quotidianas, como assinar contratos, alugar um carro ou verificar a idade online. A EUDI será uma alternativa simples e segura à autenticação tradicional, centrada na privacidade e na experiência do utilizador.

A Mastercard acredita que a identidade digital deve ser tão natural e confiável quanto um pagamento. Por isso, participa em projetos financiados pela CE, como o NOBID, que definiu casos de uso em pagamentos, e o Consórcio WE BUILD, que reúne quase 200 parceiros para testar aplicações reais no setor bancário e financeiro. Com parceiros como a Lissi, está a trabalhar na tokenização de credenciais de pagamento para integração nas EUDI Wallets, apoiando um ecossistema interoperável e a harmonização da autenticação forte do cliente (SCA). O objetivo é permitir transações enriquecidas, combinando dados de pagamento com atributos verificados, como idade ou residência, garantindo que as credenciais Mastercard permaneçam acessíveis e confiáveis.

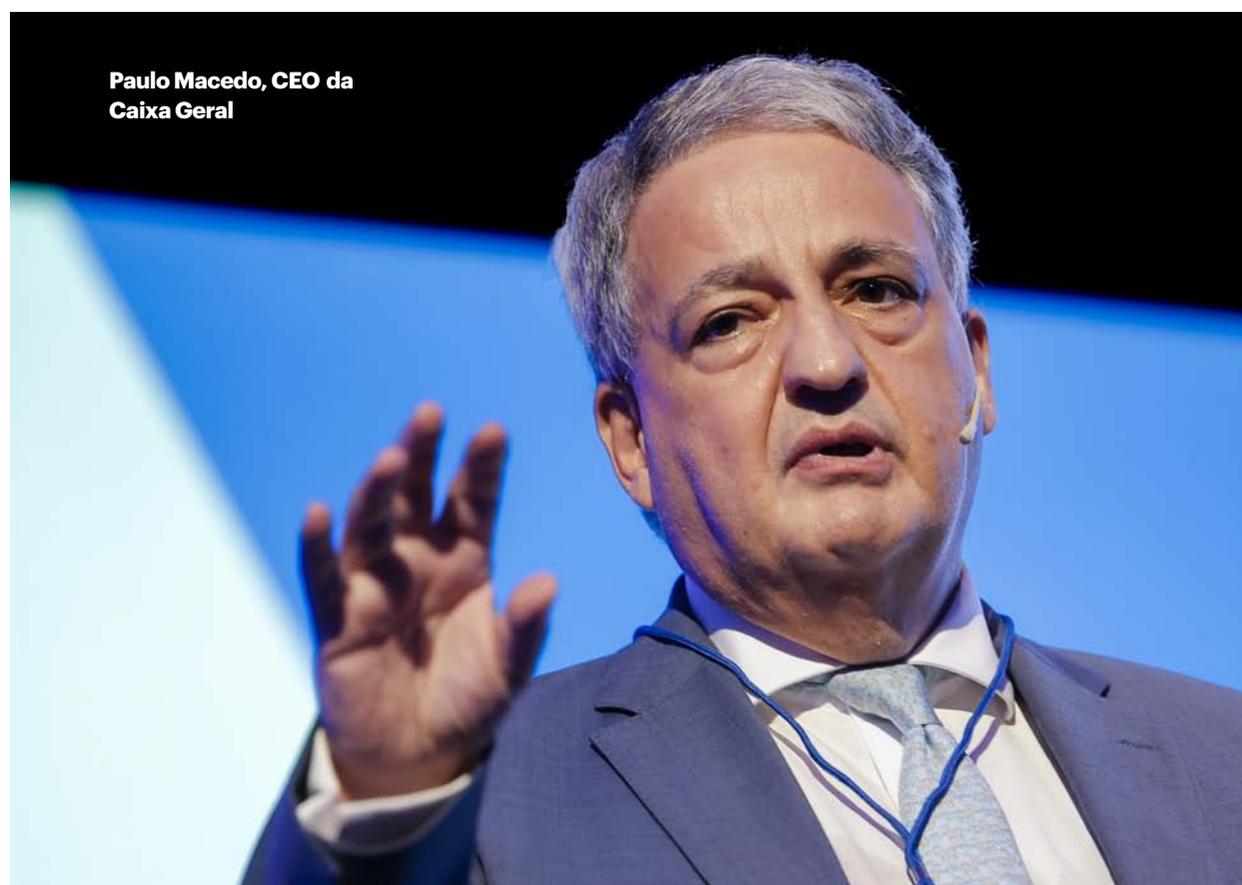
A nível internacional, a empresa contribui para a definição de normas através da EMVCo, da FIDO Alliance e da OpenWallet Foundation.

Na prática, já apoia milhares de milhões de transações digitais com o protocolo EMV3D Secure, atualizado em 2024 com a Verificação de Atributos de Identidade, que permite confirmar dados adicionais, como data de nascimento ou endereço, reforçando a segurança sem fricção.

O compromisso estende-se também a nível nacional. No Reino Unido, a Mastercard é certificada no Digital Identity and Attributes Trust Framework, cumprindo elevados padrões de segurança e consentimento. Além disso, pode integrar-se com a Gov.UK Wallet para facilitar a verificação de atributos de forma simples e segura.

Seja no acesso a serviços governamentais, na proteção contra fraude ou em compras online, a identidade digital estará em breve em todas as áreas da vida. O sucesso deste ecossistema depende de um fator essencial: a confiança. E é através de investimentos contínuos em biometria, deteção de fraude com IA e soluções de privacidade desde a origem que a Mastercard está a ajudar a Europa a liderar com segurança na era digital.

Vice-Presidente Executivo de Serviços da Mastercard Europa



Paulo Macedo, CEO da Caixa Geral



Gabriela Canavilhas, ex-ministra da Cultura



Jorge Rebelo de Almeida, CEO do Vila Galé

“Tarifas dos EUA podem ser um grande condicionador do crescimento”

No mais recente Encontro Fora da Caixa, em Beja, o CEO da Caixa Geral de Depósitos defendeu que políticas aduaneiras de Trump são um dos maiores desafios para as empresas por gerarem inflação e condicionarem o crescimento económico.

TEXTO **RUTE SIMÃO** rute.simao@dn.pt

Paulo Macedo defende que as tarifas aduaneiras impostas pelo presidente dos Estados Unidos a mais de 60 países são uma das principais ameaças à economia mundial.

O presidente da comissão executiva da caixa Geral de Depósitos (CGD), que falava esta quinta-feira, 2, na abertura da sessão ‘Encontros Fora da Caixa’, que decorre em Beja, subordinada ao tema ‘Patrimónios’, e que conta com o DN/DV como media partner, destacou as tarifas impostas pelos Estados Unidos como um dos principais desafios das alterações geopolíticas mundiais.

“As tarifas podem ser um grande condicionador do crescimento económico. Condicionam o

crescimento e geram inflação, trazem uma redução de margem a quem exporta e importa. Sabemos, também, que trazem uma importante receita, neste caso, aos Estados Unidos. Se estamos a discutir tarifas de 10% ou tarifas de 140%, a única certeza que temos é que as tarifas vieram para ficar enquanto os Estados Unidos tiverem uma dívida pública gigantesca como têm. E, portanto, não há uma questão temporária”, atestou.

O banqueiro refere que a economia mundial vive “uma era de mudança” desde janeiro de 2025. “É a partir daí que acontece um conjunto de implicações em termos de comércio mundial, em termos daquilo que são as alianças, os posicionamentos, aquilo que são as despesas públicas e os

“Se estamos a discutir tarifas de 10% ou tarifas de 140%, a única certeza que temos é que as tarifas vieram para ficar”, disse Paulo Macedo

posicionamentos das universidades. Não é apenas uma mudança, é uma mudança em termos de era”, afirmou.

O presidente do Vila Galé, Jorge Rebelo de Almeida, foi o keynote speaker na sessão. Na sua intervenção, o líder do segundo maior grupo hoteleiro português apontou o dedo ao vários decisores políticos sobre a degradação destes espaços nas grandes cidades do país.

“Os centros históricos são uma mais-valia turística tremenda, mas não é para estarem cheios de lojas turísticas e de bugangas”, salientou no evento, que tinha como tema os “Patrimónios”. O centro histórico, disse, “é aquilo que traz gente às cidades que, depois, vem ver uma realidade horrorosa. Em Portugal não ligamos

aos centros históricos. Não podemos só construir hotéis, pensões, airbnb. A primeira prioridade para um centro histórico ser atrativo, e para ter valor, é dar-lhe vida com, por exemplo, prédios para a habitação de jovens”, disse.

O presidente da Vila Galé lamentou a “adulteração” destes espaços vitais nos principais destinos turísticos do país. “Nem os turistas gostam daquilo. Quando um turista visita um país gosta de ver alguma autenticidade”, assegurou.

Para o gestor, “um país que não liga ao seu património histórico, acaba por perder a sua alma”.

Já a presidente da Fundação Ricardo Espírito Santo Silva e ex-ministra da Cultura, Gabriela Canavilhas, defendeu que o Governo deve ir mais longe nas medidas para a habitação alargando, por exemplo, a descida do IVA para 6% às obras de reabilitação e requalificação.

“O IVA a 6% na reabilitação deveria ser uma medida imediata”, vincou Gabriela Canavilhas.

Recorde-se que recentemente, o Conselho de Ministros aprovou, no âmbito da estratégia ‘Construir Portugal’, a redução da taxa de IVA para 6% na construção de habitações para venda até 648 mil euros ou, no caso de arrendamento, para rendas até 2300 euros, até regime fiscal vigorar até 2029.

Bricomarché vai investir 60 milhões na abertura de 20 novas lojas até 2030

Insígnia do grupo Os Mosqueteiros registou um crescimento de 9,5% no volume de negócios em 2024. Desempenho das lojas é justificada por um modelo de proximidade e pela aposta em soluções práticas e acessíveis. A gestão independente das unidades é também vista como um fator determinante para este desempenho.

TEXTO **SÓNIA SANTOS PEREIRA** sonia.s.pereira@dn.pt

O Bricomarché, marca do grupo Os Mosqueteiros, quer investir 60 milhões de euros na abertura de 20 novas lojas em Portugal até 2030. Este movimento de consolidação num mercado competitivo como o português deve-se à confiança no modelo de negócio. Segundo Paulo Alves, administrador da insígnia, “o que diferencia o Bricomarché é o modelo de proximidade e gestão independente”, que “garante respostas locais e uma relação de confiança”. A oferta num mesmo espaço de artigos de bricolage, decoração, jardim, animais e construção, “é um valor acrescentado face a operadores mais centralizados” e, nessa medida, “acreditamos que há espaço para crescer”, frisa o responsável.

O plano de crescimento integra também a remodelação e modernização progressiva das 60 lojas em operação. Segundo Paulo Alves, o objetivo é integrar um novo conceito em todas as unidades, projeto que implica um orçamento anual de 2,5 milhões de euros. Como explica, “iniciámos o processo de remodelação de lojas em 2019, evoluindo para diferentes formatos – Essencial, Generalista e Especialista - e investindo em serviços que valorizam a experiência de compra, como o Click & Collect e o Bati Drive”. Cada espaço é organizado em cinco setores, para facilitar “uma navegação intuitiva e uma resposta completa às necessidades” dos clientes, acrescenta.

Os 43 aderentes – empresários independentes, que detêm e di-

O Bricomarché está a reformular progressivamente as 60 lojas que explora em Portugal. Projeto implica um investimento anual de 2,5 milhões de euros.

rigem a sua loja ou lojas Bricomarché, e ocupam um cargo na estrutura a montante -, já manifestaram vontade de continuar esta evolução. Por isso, Paulo Alves prevê que “no curto prazo todas as lojas estejam sob o mesmo conceito”. Neste momento, contam-se mais de 30 espaços interencionados, sendo que cada adaptação significa um investimento médio de 350 mil.

Proximidade e independência Para o administrador, este modelo de gestão independente, “com empresários locais que conhecem de perto as suas comunidades, tem sido um fator determinante” para o desempenho e evolução da insígnia no país. Como sublinha, “a proximidade é um dos pilares do nosso suces-

so. Não estamos apenas perto em termos geográficos, conhecemos as pessoas, os seus projetos e expectativas” e “apresentamos soluções práticas e acessíveis”.

No ano passado, exercício em que abriu mais quatro lojas, o Bricomarché registou uma faturação superior a 201 milhões de euros, o que representou um crescimento de 9,6% face a 2023. Este desempenho valeu cerca de 9,5% do volume de negócios do grupo Os Mosqueteiros em Portugal (exceptuando a atividade dos combustíveis), que ultrapassou os 2,1 mil milhões de euros.

Segundo Paulo Alves, todas as cinco áreas de atuação da insígnia “têm uma procura consistente”, embora tradicionalmente a bricolage, decoração e jardim assumam uma fatia mais relevante na faturação. O DIY (Do It Yourself ou “faça você mesmo”) registou um pico de vendas na pandemia, mas ainda hoje “vemos que os consumidores continuam a valorizar o ‘fazer em casa’ tanto por questões de poupança como pela experiência e prazer do bricolage”. É um mercado que estabilizou, mas que permanece sólido, frisa.

Combater a inflação

O negócio, como tantos outros, sofreu com o aumento dos custos de produção dos artigos, nomeadamente dos materiais de construção. Para reduzir o impacto da inflação nas vendas da marca, o Bricomarché apostou numa combinação de três fatores: “negociação com fornecedores, aposta em marca própria competitiva e eficiência operacional”. “Trabalhamos com processos auditados e indicadores de desempenho, o que garante qualidade, segurança e preços justos, protegendo ao máximo o consumidor face à inflação”, sublinha.

Paulo Alves lembra que este trabalho tem sido reconhecido externamente. O Bricomarché foi distinguido como Marca Recomendada na categoria de Obras, Bricolage e Jardim, distinção atribuída pelos consumidores através do Portal da Queixa, e, pelo segundo ano consecutivo, como A Melhor Loja de Portugal na categoria de Bricolage e Jardim. O Bricomarché está há 27 anos em Portugal e afirma-se como a maior rede nacional de lojas deste setor. No total da rede, é responsável por mais de mil postos de trabalho no país.

Paulo Alves,
administrador do
Bricomarché.





Hovione. “Estamos a contratar 200 a 300 pessoas todos os anos”.

Farmacêutica portuguesa abastece outras grandes marcas do setor, com uma estratégia de especialização em serviços específicos e com tecnologia de ponta. Nos serviços, a empresa tem vindo a crescer duas a vezes mais do que os 5 a 6% da média do mercado.

TEXTO **NUNO VINHA** nuno.vinha@dn.pt

A farmacêutica portuguesa Hovione está a crescer. E muito. Em pessoas, em receitas e em ambição. O grupo da família Villax, que tem fábricas em Portugal, Estados Unidos, Irlanda e Macau, especializou-se em fornecer produtos e serviços específicos a outras farmacêuticas e o plano está a correr bem.

“Temos estado a crescer, sobretudo nos serviços. Nos genéricos é estável, não se consegue crescer nos genéricos. Mas nos serviços [prestados a outras farmacêuticas] estamos a crescer entre 2 a 3 vezes aquilo que está crescer o mercado. Num período que agora chegou aos cinco anos”, explica ao DN Jean-Luc Herbeaux, CEO da empresa desde fevereiro de 2022.

A Hovione diz que optou por não seguir o caminho das vendas em volume, mas especializar-se, fazer bem e cobrar bem por tecnologia de ponta. “Temos tecnologias no portfólio que são diferenciadas. A nossa estratégia é baseada no que chamamos de plataforma. Nós não somos um supermercado. Eu não acredito em supermercados. Os supermercados não ganham muito dinheiro, têm margens muito pequenas”, assegura o CEO.

“Nós somos especializados. É uma das nossas maiores especialidades é a engenharia de partículas. Nós somos muito bons a fazer partículas que são funcionais. A maioria dos princípios ativos que se vê numa caixa de comprimidos – aquele nome químico muito grande – estão



“Acredito que a força de uma empresa está nos quadros de gestão médios. São eles que impulsionam a empresa”, sublinha o CEO, Jean-Luc Herbeaux

cada vez mais difíceis de dissolver em água”, explica.

Esse fenómeno acontece porque as moléculas que compõem os medicamentos são muito complexas. Portanto, quanto maior for a molécula menos solúvel é em água.

“E se você não consegue dissolvê-la em água, você não consegue processá-lo. Por isso, como o seu corpo é principalmente composto por água, o que acontece é que a droga sai do corpo sem fazer efeito”.

A tecnologia da Hovione consiste em dissolver o princípio ativo de um medicamento num sistema de polímeros, que é proprietário da empresa. É nesse sistema – que permite a “entrega” do princípio ativo no corpo do doente – que está o valor. A

Hovione não revela os números do seu crescimento em valores absolutos, mas “num mercado está a crescer 5 a 6% ao ano, nós estamos a crescer duas a três vezes isso”, salienta Jean-Luc Herbeaux.

O desafio agora, complementa o responsável, é precisamente a velocidade do crescimento. “A Hovione está a passar por uma aceleração de crescimento enorme. Enorme. E o crescimento é bom, toda a gente quer crescimento, mas o crescimento também é doloroso”, contrapõe o gestor.

E há, por isso, o medo de estar a dar um passo maior do que a perna? “Sim. As tecnologias que temos são extremamente facilitadoras para o pipeline das empresas farmacêuticas e a indústria farmacêutica está a chegar até nós com projetos muito grandes, que incluem novos ativos”.

A forma como a Hovione lida com isso passa por “muscular a equipa”.

“Uma coisa que fiz foi fortalecer a equipa de gestão. Eu acredito que a força de uma empresa está nos quadros de gestão médios. Os gestores médios é que impulsionam a empresa. A liderança sénior aponta a direção, gere o recrutamento e a estrutura, mas a força, o estômago da empresa, são os quadros gestores médios”, sublinha Jean-Lux Herbeaux.

Por outro lado, a Hovione internacionalizou-se, para poder aceder a fontes de talento diferentes. “A fonte de talento em Portugal é boa ao sair da universidade, mas para lá disso é um pouco fraca, porque é um país pequeno. E a indústria farmacêutica aqui não é assim tão forte, tem poucos players”.

A Hovione agora consegue ir buscar talento aos Estados Unidos, à Irlanda e ao resto da Europa. “A Irlanda é um lugar maravilhoso para as farmacêuticas. Mais de 100 mil profissionais trabalham nas pharmas da Irlanda. E agora estamos também a contratar em toda a Europa: temos processos de RH para contratar na França, na Alemanha, em Espanha e na Inglaterra”.

Ou seja, a equipa tem vindo a crescer. “Nos últimos anos, temos estado a trazer para a empresa entre 200 e 300 pessoas por ano, todos os anos. Agora somos 2500, globalmente”, conclui o CEO.

Maior vendedora de carros elétricos regista queda nas vendas pela primeira vez em cinco anos

A BYD, que superou as vendas da Tesla no ano passado, registou menos 2,1% de carros vendidos no terceiro trimestre do que em igual período do ano passado. Em setembro, o decréscimo foi mais acentuado.

TEXTO **TOMÁS GONÇALVES PEREIRA**

A chinesa BYD registou uma queda nas vendas no terceiro trimestre, a primeira desde 2020. A fabricante de carros elétricos deu mais um sinal de enfraquecimento do setor.

O número de carros vendidos recuou para 1,106 milhões entre julho e setembro, menos 2,1% do que no mesmo período do ano passado, o que significa o primeiro decréscimo em cinco anos.

Isto porque, desde o segundo trimestre de 2020 (fortemente marcado pelo início da pandemia), não se registava uma queda homóloga dos números de vendas da BYD. Em causa está um sinal que dá força à ideia de enfraquecimento do mercado.

O maior vendedor de carros elétricos do mundo (superou a Tesla em 2024) vê assim um pon-



to final na era de subidas contínuas, à medida que se intensifica a guerra de preços com as outras empresas do setor. De resto, a indústria encara fortes dificuldades, de tal modo que a BYD efetuou um corte de 16% nas expectativas de vendas em 2025, para 4,6 milhões de automóveis.

Setembro trouxe uma queda mais expressiva

A BYD entregou 393.060 carros no último mês do terceiro trimestre, o que significa um recuo de 6% face ao mesmo mês do ano passado. Trata-se por isso de um decréscimo mais forte do que no total do período em análise.

Cabaz alimentar. Há um produto hortícola que está quase 40% mais caro do que no início do ano

Um quilo de brócolos custa em média, 3,87 euros, mais 1,08 euros do que na primeira semana de 2025, revela a DECO PROteste. Apesar disso, custo do cabaz alimentar desceu 48 cêntimos na última semana

TEXTO **RUI FRIAS**

O preço dos brócolos disparou 39% desde o início do ano, tornando-se o produto que mais encareceu no cabaz alimentar da DECO PROteste. Um quilo deste hortícola custa agora, em média, 3,87 euros — mais 1,08 euros do que na primeira semana de 2025. Só na última semana, entre 24 de setembro e 1 de outubro, registou-se uma subida adicional de 12 cêntimos (3%).

Apesar de uma ligeira descida de 48 cêntimos na última semana, o cabaz alimentar monitorizado pela associação de defesa do consumidor continua entre os mais caros desde que o acompanhamento começou, em 2022, refere a DECO, em comunicado. Hoje custa 241,97 euros, quase seis eu-



ros (5,81) acima do valor de janeiro e mais 54,27 euros do que há quase quatro anos.

Além dos brócolos, outros produtos registaram aumentos ex-

pressivos ao longo deste ano de 2025: o café torrado moído subiu 29%, as laranjas 28% e os ovos também 28%. Já na última semana, as maiores variações percentuais verificaram-se na batata-vermelha (11%), nos medalhões de pescada (8%) e nos flocos de cereais (8%).

Como é calculado o preço do cabaz?

A DECO PROteste explica que desde janeiro de 2022 acompanha a evolução dos preços dos bens alimentares essenciais, analisando, todas as quartas-feiras, o custo total de um cabaz, com base nos preços recolhidos no dia anterior nos principais supermercados com loja online.

OPINIÃO
Nuno Botelho



O tempo para fazer reformas é agora

Há muito que a classe empresarial portuguesa reclama por reformas de fundo no país, que promovam a produtividade, atraiam investimento e, em última instância, se traduzam numa economia mais competitiva. Em tempos normais, essa reivindicação seria sempre oportuna, atendendo aos nossos problemas de base. Mas num quadro global marcado pela instabilidade, pelas guerras políticas e comerciais, e pela forte concorrência, a urgência reformista é total.

Foi esse o motivo que me levou a subscrever a carta aberta da Business Roundtable Portugal (BRP), cujo conteúdo reflete um sentido de premência e aponta, entre outras medidas prioritárias, para a necessidade de simplificarmos o nosso regime fiscal e termos uma justiça administrativa e tributária mais ágil e resoluta. Falamos de entraves estruturais, que desincentivam o investimento, bloqueiam o mercado de trabalho e geram instabilidade na gestão das empresas.

Mais do que medidas pontuais, os decisores políticos precisam de compreender que a nossa economia carece de um choque estrutural. De seguir um caminho de diferenciação e inovação, que não é compatível com a inércia e o situacionismo com que temos vivido nos últimos 25 anos — pelo menos. O país tem de aproveitar as suas vantagens competitivas — como o talento, a localização, a segurança, a diáspora, a língua, entre outras — e cumprir o potencial de crescimento que dispõe. Para isso, tem de decidir com coragem e reformar com ambição.

O timing desta posição da BRP não é um acaso. Visa abrir o debate sobre o Orçamento do Estado para 2026, projetando a hipótese de ver refletidas no documento algumas das propostas enunciadas, sobretudo as de natureza fiscal. A realidade é que, nas últimas três décadas, não tivemos um quadro parlamentar tão favorável às preocupações das empresas como o atual. E essa é uma oportunidade que existe e não pode ser ignorada pelos partidos do centro-direita, que devem agir em coerência com o que inscrevem nos respetivos programas eleitorais.

As reformas são difíceis, mas necessárias. O pior que pode acontecer à nossa economia é ter mais uma década adiada, sem ambição e com crescimentos insignificantes. Portugal tem todas as condições para que isso não aconteça, mas o tempo das decisões certas é este. Amanhã, pode ser tarde demais.

Presidente da Associação Comercial do Porto

O país tem de aproveitar as suas vantagens competitivas e cumprir o potencial de crescimento que dispõe.



A empresa, cuja liderança já está na sétima geração, e se mantém totalmente nas mãos da família do fundador, criou inclusivamente A Confraria da Periquita

“prestígio conquistado ao longo dos anos. Este símbolo é um selo de honra e autenticidade, que liga passado e presente, transmitindo confiança e orgulho em ser um ícone português”, referiu fonte oficial da JMF aquando do anúncio da nova imagem.

A empresa, cuja liderança já está na sétima geração, e se mantém totalmente nas mãos da família do fundador, criou inclusivamente A Confraria da Periquita, que junta personalidades de 14 países, com o objetivo de criar uma espécie de rede internacional de embaixadores da marca. Um movimento curioso, que remonta aos primórdios da comercialização de vinho, quando o marketing mais forte era aquele que era, efetivamente, feito pessoa-a-pessoa. Para uma marca como a Periquita, esta continua a ser uma importante forma de atuação, sobretudo longe de Portugal e dos mercados da saudade – aqueles onde, por norma, estão emigrantes nacionais.

Sendo um vinho de pouca complexidade e de uma casta muito típica do nosso país, torna-se facilmente apreciável por uma gama alargada de consumidores que procuram acima de tudo consistência e uma boa relação preço-qualidade quando escolhem uma referência para levar para a mesa. Ao manter-se fiel às uvas nacionais, nomeadamente ao Castelão, cuja popularidade cresceu graças ao esforço daquela região vitivinícola, a Periquita é também um símbolo da Península de Setúbal, tanto em Portugal como no resto dos mercados para onde exporta.

Aos 175 anos, Periquita vale um terço das exportações da JMF

O vinho de mesa mais antigo de Portugal celebrou um aniversário redondo de olhos postos no futuro. A marca representa 35% das vendas da José Maria da Fonseca e um terço das suas exportações

TEXTO **MARGARIDA VAQUEIRO LOPES** margarida.lopes@dn.pt

Foi em ambiente de festa e homenagem que a José Maria da Fonseca (JMF) celebrou os 175 anos do Periquita, o vinho emblemático da empresa, que é também a mais antiga referência entre os vinhos de mesa nacionais. A caminho de dois séculos de história, o Periquita continua a conquistar apreciadores em todo o mundo, com o Brasil, a Suécia, a Noruega, a Itália, e Canadá e os Estados Unidos da América entre os principais mercados externos. Para fora das fronteiras de Portugal, a JMF envia um terço da produção de 4 milhões de garrafas que produz anualmente. Um valor que se torna particularmente relevante, numa altura em que as vendas se mantêm

constantes com um peso de 35% do volume total de vendas do grupo, segundo esclarece fonte oficial da JMF ao Dinheiro Vivo.

“O Periquita representa um património cultural e histórico, um testemunho vivo da nossa vitivinicultura e da visão do nosso fundador”, realçava na última terça-feira, 30 de setembro, durante um evento de celebração, António Maria Soares Franco, administrador da JMF. “Não é apenas vinho, é sinónimo inovação, consistência e paixão”, referiu o responsável da empresa num espaço onde se juntaram centenas de clientes, amigos da marca, jornalistas e críticos de vinho. “Hoje brindamos ao passado e ao futuro, mantendo o compromisso inabalável

Numa marca que a JMF gosta de apelar como “Portugal engarrafado”, o Periquita foi colocando a casta Castelão no léxico dos consumidores.

com a excelência e a sustentabilidade”, adiantou.

Numa marca que a JMF gosta de apelar como “Portugal engarrafado”, o Periquita foi colocando a casta Castelão no léxico dos consumidores. Aliás, na Península de Setúbal, este tipo de uvas foi e continua a ser, por alguns, ainda conhecido pelo nome Periquita – passa a Periquita no Algarve, na Bairrada e no Alentejo, segundo nos conta o livro *Wine Grapes*, uma enciclopédia de castas escrito por Jancis Robinson, Julia Harding e José Vouillamoz.

Recentemente, a marca foi também alvo de um rebranding que dá particular destaque ao brasão da Ordem da Torre e Espada, numa clara alusão à “nobreza da nossa história” e ao



Verão foi benéfico para a economia nacional

LEONARDO NEGRÃO

Portugueses gastam mais este verão. Consumos em jogos e casinos dispararam quase 300%

A economia nacional foi fortemente impulsionada pelo consumo dos portugueses, este verão. Dados da Reduniq mostram alterações significativas nos hábitos

TEXTO **MARGARIDA VAQUEIRO LOPES** margarida.lopes@dn.pt

Mais transações, um ticket médio ligeiramente menor que no verão passado e uma alteração profunda nas atividades onde está alocado o consumo dos turistas, este ano. Em resumo, são estas as principais conclusões permitidas pelos dados recolhidos pela Reduniq, que no seu habitual relatório anual analisa a evolução dos pagamentos registados por cartão na sua rede de aceitação de pagamentos.

A faturação geral de Portugal aumentou 9,99% no verão de 2025. Os portugueses ganharam protagonismo, com um contributo 13,56% superior ao do ano passado.

“Estes números revelam que os portugueses foram a grande força do consumo no verão, mas também revelam mudanças relevantes nos padrões de gasto, com alguns setores a surpreender pela positiva e outros a refletirem maior contenção. O Reduniq Insights permite às empresas perceber estas tendências e ajustar-se rapidamente às novas realidades do mercado”, explica Tiago

Oom, Diretor Comercial da UNI-CRE, num comunicado enviado às redações esta quinta-feira, 2 de outubro.

Sem surpresas, foi o Algarve que registou o mais elevado ticket médio (43 euros), mas o Centro do país garantiu o pódio quando se fala em aumento de faturação: cresceu 16,45%. Ainda mais impressionante são os dados chegados do setor dos casinos e salas de jogos: o consumo disparou 296,9% durante o verão, com as gasoleiras a ocupar o segundo lugar na lista dos lugares onde o consumo foi mais elevado (cresceu 43,7%). Por outro lado, o consumo na hotelaria e atividades turísticas deslizou 7,11% - ainda que a restauração tenha registado um aumento de 5,45%.

No entanto, durante o verão os turistas continuaram a acorrer em força aos supermercados: o crescimento do consumo no retalho (hipers e supermercados) cresceu 10,85%.

Mas apesar do crescimento do consumo entre os portugueses, os turistas estrangeiros continuaram a dar um forte contributo para a eco-

nomia nacional. Os franceses e os irlandeses destacam-se entre os que mais gastaram, com um peso de 15,91% e 14,29%, respetivamente - mas mercados como Inglaterra, Brasil, Alemanha e EUA continuaram a marcar posição entre os que mais gastam.

Nota ainda para os gastos médios, onde os irlandeses foram reis e senhores este ano, com um ticket médio de 131,12 euros, “muito acima da média geral”, nota a Reduniq no seu relatório. Os norte-americanos, em segundo lugar, registaram um ticket médio de 64,70 euros, um valor 6,44% abaixo do registado no ano passado.

Apesar de o Algarve ter registado o ticket médio mais elevado, foi o Centro a região mais dinâmica, com o número de transações a subir mais de 15% e a faturação a aumentar 16,45%. Crescimentos similares registaram as regiões do Alentejo e do Norte, o que parece refletir o sucesso dos esforços que têm estado a ser empreendidos pelas respetivas autoridades turísticas para tirar do sul o interesse em época estival.

Henrique Valente

análise
de mercado

Olhos na FED

A semana nos mercados financeiros ficou marcada pelo contraste entre incertezas políticas e confiança dos investidores. Em Washington, o impasse entre republicanos e democratas levou à primeira paralisação do governo em sete anos, suspendendo serviços públicos e ameaçando atrasar a divulgação de dados económicos cruciais, incluindo o relatório de emprego desta sexta-feira. Apesar do simbolismo e do potencial impacto, os mercados reagiram com relativa tranquilidade. A perceção dominante é de que a paralisação será temporária e não altera, para já, a trajetória esperada da economia. O foco dos investidores manteve-se nas perspetivas de política monetária. A Reserva Federal continua no centro das atenções, com as probabilidades de cortes de taxas a aumentarem após a divulgação de dados mais fracos no mercado de trabalho privado. A narrativa que prevalece é a de que a Fed terá espaço para realizar mais dois cortes ainda este ano, dando suporte adicional aos ativos de risco. O movimento em baixa nas yields das obrigações do Tesouro refletiu essa leitura, ajudando a sustentar os índices acionistas.

Nos Estados Unidos, os mercados de ações prolongaram a sua trajetória ascendente, com o S&P 500 e o Nasdaq a atingirem novos máximos. O impulso veio sobretudo dos setores de saúde e tecnologia, que continuam a captar fluxos relevantes de capital. Esta valorização levanta, no entanto, a questão de até que ponto os investidores estarão a subestimar riscos políticos e macroeconómicos, favorecendo a narrativa de cortes de taxas em detrimento de um escrutínio mais profundo sobre a evolução da atividade económica.

Na Europa, o sentimento também foi positivo. O DAX alemão registou ganhos consistentes ao longo da semana, apoiado pelo bom desempenho das farmacêuticas e das tecnológicas, bem como pela expectativa de maior flexibilidade orçamental por parte de Berlim. Esta possível mudança de postura fiscal alimenta algum otimismo quanto à capacidade da Alemanha em estimular a economia, num momento em que a região continua a evidenciar fragilidade macroeconómica. O contraste entre uma Europa que procura estabilizar e uns EUA que aparentam resiliência, mesmo perante turbulência política, ajuda a explicar a maior procura relativa por ativos norte-americanos. No plano global, os mercados mantiveram um apetite elevado por risco, mas continuam a pairar incertezas que podem ganhar relevância nas próximas semanas. A geopolítica permanece um fator de potencial instabilidade, com conflitos no Médio Oriente, na Ucrânia e tensões em torno de Taiwan a constituírem riscos latentes. Além disso, a evolução do preço do petróleo e de outras matérias-primas pode voltar a influenciar as expectativas de inflação e, consequentemente, a trajetória da política monetária.

Arábia Saudita acelera plano para dominar mundo do futebol e do gaming com compra da EA

Movimentos do Public Investment Fund (PIF) mostram a aposta saudita em diversificar receitas para além do petróleo, com investimentos que vão do futebol aos direitos televisivos e aos videojogos.

TEXTO **NUNO TIBIRIÇA** nuno.tibirica@dn.pt

Quando atletas como Fabinho, Kanté, Mahrez, Mané e, especialmente, Cristiano Ronaldo e Neymar trocaram o protagonismo das grandes ligas europeias pelo futebol da Arábia Saudita, o governo local dava um recado claro ao mundo: tinham chegado para ser um novo player no ecossistema futebolístico.

Desde então, impulsionado pelo Public Investment Fund, popularmente conhecido pela sigla PIF, os sauditas têm mostrado cada vez mais que querem ditar as regras e causar impacto no futebol dentro e fora de campo. Na última segunda-feira, 29 de setembro, o PIF deu mais uma prova de que os 'petrodólares' chegaram para comandar a forma como a banda toca.

O fundo presidido pelo líder saudita Mohamed Bin Salman anunciou que é uma das partes envolvidas na aquisição de uma das mais importantes marcas de 'gaming' do mundo: a poderosa Electronic Arts — também conhecida pela sigla EA — responsável por videojogos que marcaram gerações em redor do mundo.

The Sims, Battlefield, Medal of Honor, Need for Speed e Mass Effect são alguns exemplos de títulos lançados pela empresa, consolidada como pioneira no mercado do gaming nas últimas décadas —

foi fundada em 1982. Isso sem contar, é claro, os populares simuladores desportivos desenvolvidos pela EA, entre eles o UFC (luta), o NBA Live (basquete), o Madden NFL (futebol americano) e... o EA FC (antigo FIFA), o principal jogo de futebol do mundo, que desde 2013 conta com a Saudi Pro League fielmente representada.

O valor do negócio espantou a audiência: o acordo foi fechado por nada menos que 55 mil milhões de dólares, cerca de 47 mil milhões de euros. Mais do que os números, chamaram atenção os investidores envolvidos: além do PIF, o regresso da EA ao estatuto de empresa privada — estava cotada em bolsa desde 1989 — contou também com a participação da Silver Lake, fundo que controla parte das operações do TikTok nos EUA, e da Affinity Partners, empresa fundada por Jared Kushner, genro de Donald Trump.

Parcerias à parte, a operação dá continuidade aos movimentos feitos fora de campo pelo PIF em investimentos ligados ao futebol como um todo. Ao mesmo tempo que reforça os principais clubes sauditas (Al Hilal, Al Ittihad, Al Nassr e Al Ahli) com craques de classe mundial — não só os já mencionados, mas também recentemente João Félix, Kingsley Coman, Mateo Retegui e Darwin Núñez — o fundo estreita relações com a FIFA e com entidades e em-

presas de grande poder no Ocidente.

Um dos exemplos mais claros dessa aproximação com a entidade máxima do futebol ocorreu em junho de 2025.

Diversificar receitas — e o sportswashing

Nas flash interviews da primeira edição do Mundial de Clubes da FIFA disputado em novo formato, nos Estados Unidos, os atletas concediam entrevistas em frente ao conhecido banner com os patrocinadores do torneio. Entre marcas e entidades, uma sigla chamava atenção: PIF. O motivo para o fundo saudita estar sempre presente durante o torneio — inédito e vencido pelo Chelsea, que bateu o PSG por 3-0 na final — explica-se se voltarmos ao final do ano anterior.

Em dezembro de 2024, a DAZN, empresa de streaming britânica fundada em 2017 com a premissa de se tornar na "Netflix dos desportos" e que atualmente opera em 200 mercados, adquiriu os direitos de transmissão do novo torneio por 1.000 milhões de dólares. Pouco tempo depois, em fevereiro de 2025, a Surj Sports Investment, unidade de investimentos desportivos do PIF, anunciou a compra de 10% da DAZN pelo mesmo valor.

De acordo com comunicado divulgado à época, a parceria vi-



sava "fortalecer a Arábia Saudita como um mercado líder em investimentos desportivos, ao mesmo tempo em que capitaliza o crescimento significativo da demanda por transmissões desportivas de alta qualidade".

A aquisição também representou uma tentativa do PIF de colo-

car a DAZN a competir diretamente com a rival beIN Sports, broadcaster do Qatar com forte presença no Médio Oriente.

Nesse intervalo, os sauditas conquistaram uma das vitórias mais desejadas por Mohamed Bin Salman: a de sediar o Mundial de seleções da FIFA em 2034. O Reino foi o único a apresentar uma candidatura e anunciou investimentos que tornavam quase impossível qualquer concorrência. Serão cerca de 26 mil milhões de dólares investidos pelo Governo saudita em infraestruturas, incluindo a construção de 15 estádios modernos em cidades como Riade, Jidá, Khobar, Abha e a cidade futurística de Neom, projetada para ser um dos grandes centros turísticos do país.

O interesse saudita no futebol, portanto, revela uma estratégia clara: diversificar as receitas do país para além do petróleo. Atrair turistas é uma das principais missões, e o futebol pode ter papel central nesse objetivo. Não por

O valor do negócio pela EA, que além do PIF ainda envolveu as empresas Silver Lake e Affinity Partners ronda os 55 mil milhões de dólares.



acaso, Cristiano Ronaldo — no país desde 2022 — é hoje um dos rostos da campanha para atrair 150 milhões de visitantes por ano até 2030. “Vim pelo futebol, fiquei para descobrir mais” é o mote da ação do governo saudita protagonizada pelo astro português que, de acordo com a revista Forbes, arrecadou 245 milhões de euros entre salários e outros rendimentos na Arábia Saudita.

Para diversas ONGs e parte significativa dos media internacionais, no entanto, as campanhas e investimentos do governo saudita no futebol têm outro nome: sportswashing, ou a tentativa de Bin Salman de melhorar a reputação do país — marcada por denúncias de violações de direitos humanos — através do desporto mais popular do mundo.

E-sports: alvo antigo dos sauditas

Retomando o tema dos videojogos, investir em e-sports não é novidade para os sauditas. Mesmo antes da aquisição junto à Sil-

ver Lake e à Affinity Partners, o PIF já detinha 10% da principal empresa do setor. De acordo com a Bloomberg News, o fundo aplicou cerca de 30 mil milhões de dólares na indústria nos últimos anos, promovendo inclusive alguns dos maiores eventos de e-sports do mundo. O Mundial da modalidade, por exemplo, foi disputado em Riade este ano, reunindo milhares de jogadores e adeptos de diferentes países. Foram ao todo 25 modalidades contempladas — entre elas Counter-Strike, Dota, EA FC e Free Fire — e uma premiação recorde de 70 milhões de dólares. Em 2027, quando entra em vigor o contrato entre EA e PIF anunciado esta semana, a capital saudita receberá também a primeira edição dos Jogos Olímpicos de E-Sports.

Para reforçar essa aposta, o governo saudita inaugurou em 2024, em Riade, a cidade de Qiddiya, uma arena de 500 mil m² projetada para ser a maior referência mundial em turismo e

competições de e-sports. Cabe lembrar ainda que, além da EA, o PIF já detém uma participação minoritária na Nintendo, outra gigante do setor.

Grandes craques na liga doméstica, direitos de transmissão de competições globais e domínio crescente no universo dos videojogos — agora consolidado com a aquisição da EA FC, o principal game de futebol do mundo. Aliás, curiosamente, desde 2024 o jogo já não leva o nome FIFA: após a separação entre a entidade máxima do futebol e a Electronic Arts, passou a ser lançado como EAFC.

A julgar pela relação cada vez mais estreita entre Arábia Saudita e a entidade presidida por Gianni Infantino, não seria de estranhar uma reconciliação futura entre EA e FIFA, trazendo de volta o nome pelo qual o jogo foi conhecido por mais de duas décadas. Se os sauditas assim quiserem, o caminho será ainda mais curto.

nuno.tibirica@dn.pt



Orçamento para investir e crescer

Já começa a ser um hábito! Portugal registou um excedente orçamental de 1,9% do PIB no 2.º trimestre de 2025, o que permite alimentar a expectativa de que será cumprida a meta governamental de 0,3% para todo o ano. Continuamos, pois, a demonstrar rigor orçamental e a consolidar as contas públicas, algo que não fazíamos no passado. Depois dos infaustos anos da crise da dívida, o país parece ter aprendido a lição e a sustentabilidade financeira do Estado tornou-se um princípio indeclinável. Naturalmente, o excedente não deve ser feito à custa do aumento da receita mas sim da contenção da despesa. Dito isto, o excedente orçamental não deve ser encarado como um fim em si mesmo. Ou seja, tem efetivamente de servir para dinamizar a economia e, desta forma, produzir externalidades positivas na vida das empresas e das famílias. É também crucial que os excedentes não sejam alcançados com prejuízo do investimento público, penalizando a qualidade e abrangência dos serviços do Estado, o bem-estar social e o desenvolvimento do país. Os excedentes não podem significar oportunidades perdidas de investimento estrutural e de crescimento económico. Depois de muitos anos de estagnação económica, apesar de Portugal registar taxas de crescimento da sua economia, urge superar esse crescimento de forma a consolidar o nosso trajeto de convergência com os parceiros europeus. Mas, para crescermos sustentadamente, em particular num contexto internacional difícil, é absolutamente necessário investir mais e melhor. Como salientava recentemente Augusto Mateus, “Portugal tem um nível de investimento que é cerca de 20% inferior ao que tinha na viragem do século.” O antigo ministro da Economia aponta a fiscalidade como uma das causas, sublinhando que temos a “tributação do lucro mais elevada da Europa.” Ora, isto dificulta a retenção de capital pelas empresas e retira recursos ao investimento. O Estado deve, pois, tributar os lucros distribuídos e não o capital que é reinvestido na empresa. Os lucros não seriam sujeitos a tributação se permanecessem retidos nas empresas, permitindo a capitalização das mesmas e estimulando o investimento. Não é uma fatalidade crescer pouquinho. Como é reconhecido por instâncias internacionais, Portugal ainda está longe de esgotar o seu potencial de crescimento. Ora, materializar esse potencial implica muito mais investimento. Por isso, o próximo Orçamento do Estado tem de ter como objetivo primordial o crescimento económico alavancado quer por investimento público, que não pode cingir-se aos fundos comunitários, quer por investimento privado, que deve ser estimulado com um quadro administrativo, laboral e fiscal mais favorável à atividade das empresas. Percebo a prudência do Conselho das Finanças Públicas, mas o nosso caminho deve ser investir e crescer.

*O artigo completo pode ser lido no site do Dinheiro Vivo

Presidente da CIP – Confederação Empresarial de Portugal

No mundo do desporto, todos os caminhos vão dar ao Ruanda

Apesar de governar um dos países mais pobres do mundo, o regime do presidente Paul Kagame aposta milhões em patrocínios a Arsenal, PSG e outros e quer organizar Grande Prémio de Fórmula 1

TEXTO **JOÃO ALMEIDA MOREIRA** geral@dinheirovivo.pt

O que une Arsenal, Paris Saint-Germain, Atlético Madrid e Bayern, quatro dos mais poderosos clubes de futebol do planeta? Onde estiveram, no fim de semana passado, Tadej Pogacar, Remco Evenepoel e o resto da quase totalidade da elite do ciclismo mundial? Para onde NBA e Fórmula 1, mega marcas do basquetebol e do automobilismo, respetivamente, planeiam expandir-se nos próximos anos? A resposta à primeira, à segunda e à terceira pergunta é a mesma: Ruanda.

Outra pergunta se impõe, portanto: como o 144º país do mundo em área, 76º em população, 170º no PIB per capita, 159º na tabela do IDH e cenário de trágicos conflitos entre tutsis e hutus ainda no final do século passado, apresenta este furor pelo patrocínio de marcas desportivas e pela organização de eventos desportivos como um Grande Prémio em África, 32 anos depois de Kyalami, na África do Sul?

Segundo o governo do presidente Paul Kagame, no poder desde 2000, a corrida ao ouro desportivo é resultado de um plano meticuloso para incentivar investimentos, atrair visitantes, consolidar o país como uma potência africana no desporto global e na tecnologia.

Segundo a Human Rights Watch e outras organizações internacionais de direitos humanos, no entanto, trata-se de sportswashing, isto é, uma operação cosmética que visa utilizar o glamour do desporto de alta competição para encobrir misérias autoritárias e falta de liberdades do regime.

“Lamento que esse investimento não seja gasto em educação e agricultura, onde 80% da população trabalha, ou na

35

Milhões de euros que o Ruanda gasta por ano nos patrocínios do Arsenal, do PSG, do Atlético Madrid e do Bayern

159

Posição do país africano, um dos menores do continente, no ranking IDH, que mede o desenvolvimento humano

26

Os milhões de dólares investidos pelo governo ruandês na construção e melhoramento da Kigali Sports City

construção de infraestruturas para todo o país e sim apenas nalgumas áreas da capital e em locais turísticos”, disse Victoire Ingabire, membro da oposição ruandesa que passou anos na prisão por motivos políticos, à versão internacional do jornal espanhol El País. “Porque o governo pede empréstimos para financiar estes investimentos, enquanto nas áreas rurais as

pessoas continuam a viver em extrema pobreza?”, pergunta a ativista.

Só no acordo de patrocínio por três anos com o Arsenal, o governo do Ruanda gastou 30 milhões de libras, cerca de 35 milhões de euros. Com o PSG e o Atlético são 10 milhões de euros por ano. E com o Bayern, cinco. Todos eles cedem espaço nas camisolas, calções ou publicidade estática dos estádios para a frase “Visit Rwanda”.

Clare Akamanzi, ex-CEO do Conselho de Desenvolvimento de Ruanda e agora diretora da NBA África, escreveu, entretanto, um artigo no jornal The East Africa, onde argumenta que os patrocínios nos clubes de futebol europeus geraram “mais de 150 milhões de dólares em valor de media conquistado”, uma métrica para calcular o sucesso de ações de uma marca. Para ela, “investir no desporto tem um impacto real na vida do povo ruandês” porque “já contribuiu para que o país recebesse mais de um milhão de visitantes por ano”.

Os dedos, entretanto, estão apontados também para os clubes e desportos que se deixam patrocinar por governos de países que não cumprem mínimos democráticos, tal como se apontaram para Cristiano Ronaldo ou Lionel Messi, o primeiro jogador do Al-Nassr, de Riade, e o segundo embaixador do turismo em Jedá, cidades na Arábia Saudita.

Entretanto, já está em construção a Kigali Sports City, uma instalação multiuso que combina desporto, entretenimento, hospitalidade e empreendedorismo na capital do Ruanda orçada em 26 milhões de dólares que alberga a BK Arena, o renovado Estádio Amahoro e agora o Zaria Court para a prática de desportos de elite.

OPINIÃO
Sandra
Fazenda
de Almeida



Quando o SNS e os privados tiverem de falar a mesma língua digital

Imagine que estamos em 2030. Chega a uma urgência na Covilhã, mas o médico que o/a recebe não o/a conhece. Em segundos, no computador à sua frente, aparecem o resumo clínico: uma cirurgia feita num hospital privado, as análises laboratoriais prescritas pelo seu médico de família, a medicação regular que levantou na farmácia na semana passada. Tudo integrado, sem que lhe peçam para repetir exames ou contar pela décima vez a sua história clínica.

Parece ficção científica? É simplesmente o futuro que a Europa já calendarizou. O ‘Espaço Europeu de Dados da Saúde’, aprovado em março deste ano, estabelece regras e prazos obrigatórios: até 2029, todos os Estados-Membros terão de assegurar a troca uniforme de resumos clínicos e prescrições eletrónicas; até 2031, juntar-se-ão exames de imagiologia, resultados laboratoriais e relatórios de alta. Pela primeira vez, existe um guião que impõe ao SNS e ao setor privado a necessidade de falar uma língua digital comum.

Este é o ponto decisivo. Em Portugal, já fizemos avanços relevantes: a prescrição eletrónica, os portais de utente, os registos clínicos hospitalares. Mas são ilhas tecnológicas. Cada entidade fala o seu “dialeto digital”, sem garantia de que a informação chegue a quem dela precisa no momento certo. O regulamento europeu vem acabar com esta fragmentação. Impõe formatos harmonizados, certificação de software e a ligação a infraestruturas comuns como o MyHealth@EU.

A boa notícia é que não partimos do zero. A mais recente versão da app SNS24 é prova de que sabemos inovar: hoje já permite agendar consultas ou teleconsultas, consultar resultados, aceder a informação de saúde pessoal e ter canais diretos com profissionais do SNS. É um sinal claro de que estamos no caminho certo, mesmo antes da grande engrenagem europeia entrar em ação.

Prova disso é o debate que a APDC promoveu recentemente, intitulado “GovTech Saúde: Inovação Digital no SNS”, que reuniu representantes da SPMS, da ACSS, do INFARMED e da ULS Coimbra. Nele discutiu-se como reforçar a confiança, a inovação e, sobretudo, a interoperabilidade no setor. A mensagem foi clara: não basta tecnologia — são necessárias regras comuns e partilha responsável de dados. É essa visão que agora a Europa transformou em lei.

O impacto da interoperabilidade será claro: confiança para os cidadãos, eficiência para os profissionais e novos horizontes para a ciência e as políticas públicas. A Europa já marcou o calendário — em 2030 os nossos dados de saúde terão de estar integrados e acessíveis. A nova app SNS24 mostra que sabemos inovar; falta agora alinhar tudo numa única língua digital. Interoperabilidade não é promessa: é obrigação.

Diretora-executiva da APDC