Grupo barraqueiro no top ten europeu

O Grupo Barraqueiro é um dos fundadores da European Passenger Transport Operators (EPTO), associação dos 10 maiores Grupos europeus no sector de transporte público de passageiros, que acaba de ser constituída em Londres.
A EPTO visa apoiar e promover a abertura do mercado dos transportes públicos no âmbito da União Europeia e implementar uma estrutura competitiva no sector.
A EPTO representa os interesses dos seus membros junto da Comissão Europeia e outras instituições relevantes, designadamente em matérias relacionadas com Legislação, Regulação e Política Fiscal.
A EPTO tem também como missão recolher e distribuir, no âmbito da associação, informações e estatísticas relevantes sobre o mercado e o sector, a legislação e políticas comunitárias.
Os membros fundadores da EPTO são: Arriva; Barraqueiro; Connexxion; First Group; Go-Ahead; Keolis; National Express; Stagecoach; Transdev; Veolia – Transport
A EPTO representa 9,1 Biliões de Passageiros, 10 mil Comboios, 100 mil Autocarros, 320 mil Trabalhadores.•

Sonae Sierra inicia renovação do Valecenter

A Sonae Sierra irá investir 18 milhões de euros na renovação do centro comercial Valecenter, adquirido em Abril de 2005. Com o final da primeira fase de renovação, o centro, localizado em Marcon, na região de Veneza, terá 14 novas lojas para além do hipermercado Carrefour.
A renovação do Valecenter enriquecerá a área de influência em cerca de 160.000 habitantes, passando a abranger 740.000 habitantes a uma distância de 40 minutos de automóvel. É também por este motivo que o parque de estacionamento será aumentado, passando a ter capacidade para 2.300 automóveis, que se juntam aos 1.200 da área Multiplex, adjacente ao centro.
O Valecenter está localizado numa área estratégica facilmente acessível, a 10 km da cidade de Mestre e a 8 km do aeroporto Marco Polo em Veneza, acessível pela autoestrada A14 Veneza – Trieste, e pela SP 40 de Marcon.•

Pedro Rebelo de Sousa eleito personalidade do ano no Brasil

O advogado Pedro Rebelo de Sousa integra a lista de personalidades do ano da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing (ADVB) do Brasil, no ano em que esta instituição celebra o seu 50º aniversário.
A lista é composta por empresários, personalidades e líderes de destaque, do âmbito político, económico e social brasileiro que contribuíram activamente para que a entidade fosse considerada um exemplo e referência nas técnicas de gestão de negócios, vendas e marketing no Brasil, permitindo assim, treino, reconhecimento e networking entre os profissionais que actuam no mercado nos mais diversos sectores da economia.
Além dos prémios, dos seminários, dos workshops e fóruns empresariais a ADVB oferece um calendário extenso de cursos regulares na área de marketing, vendas e responsabilidade social, além de cursos on-line e in company, específico para as necessidades de cada empresa, que formam 4.500 profissionais por ano e que fazem da ADVB a maior rede de negócios brasileira.
Este prémio é especialmente importante já que se insere no 50º aniversário da organização, uma das mais conceituadas no Continente sul-americano.
Pedro Rebelo de Sousa é managing partner da Simmons & Simmons Rebelo de Sousa, com uma longa carreira em território brasileiro e um dos advogados mais recomendados no nosso país.•

Netiqueta e Imagem Internacional

"A lógica, a postura e a hierarquia que marcam as relações do ambiente de trabalho, devem estar presentes nos e-mails entre colegas, clientes e funcionários"

Claudia Matarazzo

Hoje em dia, a utilização da Internet em qualquer negócio está a ser tão necessária como foi o telex e o telefone. Comunicar e desenvolver negócios está agora ao alcance de qualquer pessoa a partir de qualquer parte do mundo.
Em Portugal, mais de 80% das empresas já utilizam a Internet e praticamente a totalidade utiliza computadores, segundo dados recentes do INE.
Por exemplo, as empresas que desempenham papéis importantes na economia dependem cada vez mais da tecnologia digital. Bancos, indústria, empresas de serviços, utilizam, de forma crescente, tecnologias digitais na comunicação interna e externa, dado ser evidente que através delas se pode processar e transferir informação com mais rapidez.
O facto de se poder enviar uma mensagem numa fracção de segundos ou promover o negócio de uma empresa através de um website proporciona à empresa um grau de actualização e adaptação às novas tecnologias, que lhe abre portas, por sua vez, a infinitas possibilidades de negócios, a nível nacional e internacional.
Por outro lado, com a tendência actual para comunicarmos através da Internet, prevê-se que um maior número de quadros de empresas, utilize cada vez mais o e-mail, o Messenger, o Skype e os weblogs.
As oportunidades para as empresas nos mercados interno e externo são, sem margem de dúvidas, muito óbvias, mas os desafios e os riscos também.

Jorge Remondes
Docente de Economia Internacional no IPAM
Consultor/Formador PMEPortugal

Digo isto porque quando enviamos mensagens através da Internet, seja através do site, do e-mail ou de uma aplicação de conversação on-line, não nos podemos esquecer dos princípios do protocolo e da etiqueta, sobretudo quando os destinatários são pessoas de países distintos, de diferentes culturas e/ou religiões. O que está em causa é a imagem das pessoas, mas sobretudo a imagem corporativa das empresas. Por isso, devemo-nos acautelar, respeitar toda a gente e utilizar a Internet de forma inteligente.
Nesse sentido, o desenvolvimento da comunicação on-line originou a necessidade de se estabelecerem regras de utilização do e-mail, da World Wibe Web, dos weblogs, do MSN e do Skype, para que facilitem a comunicação e optimizem o uso das comunicações. Este conjunto de regras denomina-se por Netiqueta.
Comecemos por referir aquilo que não se deve fazer em weblogs disponíveis na Internet, e nesse sentido cito aqui REBECCA BLOOD que aconselha a "não atacar os outros. Não me refiro a expressar uma opinião diferente com respeito, mas sim agredir intencionalmente um destinatário. Por outro lado, não se deve responder a críticas duras em weblogs, e se se trata de um mal entendido é preferível enviar um e-mail ao destinatário explicando que o objectivo não era ofendê-lo. Outro aspecto importante tem que ver com o facto de, muitas vezes, se receberam e-mails sugerindo que se coloque um link no nosso weblog, ou pior ainda, que se faça um intercâmbio de links. Nunca se deve pedir um link." Na verdade, a iniciativa de colocar links num weblog deverá partir sempre do seu autor.
REBECCA BLOOD sugere ainda, para autores e editores de weblogs que se existir material on-line, deve-se incluir sempre um link quando se faz referência a esse material.
Registo aqui também algumas regras básicas para o uso correcto do e-mail:

• Colocar correctamente os dados do remetente no programa de correio electrónico;
• Redigir uma mensagem igual a uma carta normal, com cabeçalho, corpo e assinatura;
• Manter a privacidade nas mensagens pessoais. Devemo-nos lembrar que o conteúdo de um e-mail pode ser copiado;
• Rever o assunto e o destinatário dos e-mails para evitar possíveis equívocos.
• As assinaturas não devem ocupar mais de quatro linhas;
• Quando se responde a uma mensagem que, por sua vez, é resposta de outra, deixar somente a última resposta; caso contrário envia-se uma mensagem demasiada volumosa e desnecessária.
• Costuma ser desnecessário ao responder enviar saudações no início e final da mensagem;
• e-mails são muito práticos, mas não são a solução para todo o tipo de comunicação. Portanto, se um assunto for realmente importante, é melhor que seja resolvido em reuniões ou videoconferências. Se for longo, talvez o telefone ou o telemóvel sejam a melhor alternativa.

A etiqueta nas reuniões virtuais é outra área relevante no domínio na Netiqueta.
A JUST LEADER publicou recentemente algumas regras que devem ser utilizadas:
1. Não escrever em maiúsculas em softwares de conversação, como MSN ou o Skype;
2. Não enviar ficheiros em anexo demasiadamente pesados;
3. Em videoconferência deve-se manter a postura correcta e evitar ruídos (telefones, música, movimento de papéis);
4. Numa videoconferência devemo-nos preocupar com o vestuário, tal como o fazemos numa reunião normal;
5. Deve-se procurar não sair do ângulo de visão da câmara de filmar.•

Jorge Remondes
jremondes@ipam.pt