

**11**  
DEZEMBRO 2022

# #INPUT

REVISTA

DA ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PENAFIEL

## O IMPACTO DO SETOR DA MODA NA ECONOMIA DO CONCELHO DE PENAFIEL



**SETOR DA MODA IMPULSIONA  
CRESCIMENTO DE PENAFIEL**



**ANO DOURADO ENCERRA COM  
HOMENAGENS A ASSOCIADOS**



**ENTREGA DE CERTIFICADOS E  
DIPLOMAS DO CENTRO QUALIFICA**



## #INPUT

Revista da Associação Empresarial de Penafiel

Edição Nº 11

Trimestral

Dezembro de 2022

## COORDENAÇÃO EDITORIAL

Associação Empresarial de Penafiel

## EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Associação Empresarial de Penafiel

Rua D. António Ferreira Gomes, 1324  
4560-231 Penafiel

255 718 020

geral@aeopenafiel.pt

www.aeopenafiel.pt

## DESIGN E FOTOGRAFIA

Associação Empresarial de Penafiel

## IMPRESSÃO

Involgar Artes Gráficas

## TIRAGEM

5000 Exemplares / Distribuição Gratuita



“

*Não é a aparência, é a essência. Não é o dinheiro, é a educação. Não é a roupa, é a classe.*

Coco Chanel

”

## ÍNDICE

### INPUT DO COLUNÁVEL ..... #03

*Por Gio Rodrigues, Estilista*

### INPUT VESTUÁRIO E CALÇADO ..... #04

*Setor da Moda Impulsiona Crescimento de Penafiel*

### INPUT EVENTOS AEP ..... #07

*Gala dos 130 Anos da AEP*

### INPUT ECONÓMICO ..... #10

*Uma Questão de Moda(s)!*

### INPUT JURÍDICO ..... #12

*Trocas de Natal*

### INPUT CENTRO QUALIFICA ..... #13

*Cerimónia de Entrega de Certificados e Diplomas*

### INPUT FORMAÇÃO ..... #14

*Oferta Formativa AEP*

### INPUT ERASMUS + ..... #15

*Hackathon Nacional "Vamos parar os Incêndios"*

# INPUT

DO COLUNÁVEL

**GIO RODRIGUES**

*Estilista*



## DOS VESTIDOS DE NOIVA À LINGERIE

#03

Após 25 anos de carreira onde através de sonhos, de planos e conquistas e de uma resiliência que tão bem me caracterizam (traços que tão bem definem nosso nobre POVO PORTUGUÊS), encontrei em mim o objetivo de criar a marca GIO RODRIGUES, não só mais uma marca portuguesa, mas sim, um símbolo que através de uma personalidade forte, exclusiva e original, pudesse inspirar a concretização dos sonhos dos meus clientes.

A minha base de inspiração vai muito mais além: é o encontro entre a minha criação e o sonho dos meus seguidores/apreciadores e amigos, são momentos de conexão que de alguma forma me fascinam/arrebatam. Estes momentos contribuem para que a minha mente criativa consiga obedecer/idealizar, no sentido de conseguir encontrar a solução ideal para cada individualidade.

Quando se trata de realçar a beleza do corpo, o design que desenvolvo tem que ter uma linguagem e harmonia, para que a qualidade das minhas peças combinem com a exuberância, primazia e originalidade de quem as veste. Todos estes pormenores são bastante importantes para que todo este processo seja desenvolvido entre mim, os meus clientes e a minha equipa multidisciplinar: sempre preparada, motivada e formada e que tão bem sabe trabalhar com as matérias-primas escolhidas, quer sejam sedas naturais ou outros.

Dos vestidos de noiva à lingerie, da privacidade do meu Atelier até à infinidade dos meus sonhos, consegui ao longo dos anos encontrar soluções e reinventar-me para ir de encontro aos desejos dos meus clientes e público-alvo. E também, através destes inputs, fui construindo a minha "História" e a identidade da marca GIO RODRIGUES. Pois, de alguma forma, as exigências do mercado atual e da própria economia obrigaram-me a adaptar aos novos tempos.

Com a forte crise que abraçou o mundo e a pandemia que nos atacou inesperadamente, tive uma vez mais que fazer das fraquezas do momento, as forças de um futuro competitivo e próspero. Uma das estratégias passou pela internacionalização da marca GIO RODRIGUES para mercados como os Estados Unidos.

Esta foi uma das soluções encontradas e uma excelente aposta para o futuro e projeto de inovação da marca.

O uso e abuso de novos materiais, novas tendências e novas formas de comunicação, de alguma forma, foram os caminhos que entendi serem prioridade para combater e suavizar este momento, já de si bastante sensível. O mundo digital veio trazer uma nova "janela" de oportunidades únicas, poderosas e com resultados infundáveis, tanto nas vendas, como nas estratégias mais assertivas de forma a rentabilizar todo o meu processo de criação e de resultados finais.

Sinto que de alguma forma, todos precisamos cada vez mais de um incentivo criativo, de mentes abertas que ajudem o mundo a se desenvolver de uma forma cuidada, ecológica e de bom gosto.



## SETOR DA MODA IMPULSIONA CRESCIMENTO DE PENAFIEL

A época forte das compras no comércio local é por primazia a época de Natal. Mas, no concelho de Penafiel essa pode não ser a única altura do ano onde a força do comércio se demonstra. Há várias décadas que a centralidade da cidade de Penafiel se mostrou opção nos clientes do concelho e da região, seja ela do Tâmega e Sousa, seja da área metropolitana do Porto. Quem o garante são os empresários do setor da moda (vestuário e calçado) que sentem a força e o poder deste setor na economia local.

A “risca ao meio” sobejamente conhecida é também ela “rainha” no comércio, nomeadamente, na procura de produtos de qualidade na área da moda. Não há cerimónias sem que a escolha dos modelos não passe por Penafiel. Espaços que acompanham as tendências e que, acima de tudo, não descaram da qualidade.

A revista #Input falou com alguns empresários do setor que estão no centro histórico de Penafiel, mas também na periferia. É que o concelho tem oferta para todos, inclusive, nas freguesias com pequenos centros urbanos onde o comércio de rua vigora.

Cláudia Mendes, associada e representante do espaço Rori Kids na Vila de Abragão, considera que **“o comércio tradicional em Penafiel quer no centro da cidade, quer nas freguesias, tem vindo a melhorar e a cativar mais o público**

**seja de Penafiel como de arredores, pois apresenta um leque muito variado de comércio de qualidade para vários gostos”.**

Para a empresária, o facto de Penafiel estar em constante desenvolvimento, ajuda a chamar novos públicos. Acredita que a promoção turística atrai novos clientes que depois se tornam fiéis.



Para Daniel Paulo Bessa, das Galerias Dany, com mais de 50 anos de porta aberta no comércio de rua, “**dá para ver a evolução do comércio da cidade com alguma tranquilidade e orgulho. As lojas “de rua”, são assediadas constantemente para novos projetos**” e mesmo assim mantêm-se firmes.



Paulo Silva, da Sapataria Cristina, que há mais de três décadas vê crescer o comércio no centro histórico de Penafiel, acredita que Penafiel se mantém na vanguarda da região. “**O facto de a cidade ter muitos eventos, faz com que tenhamos muitos pontos altos ao longo do ano e que os clientes se mantenham fiéis, pois têm sempre bons motivos para voltar a Penafiel**”.



“

**A COLABORAÇÃO E DINAMIZAÇÃO ENTRE COMERCIANTES É FUNDAMENTAL PARA O DESENVOLVIMENTO E ECONOMIA LOCAL.**

”

Embora todos eles estejam confiantes no comércio de rua, sabem que a digitalização veio mexer com o negócio. Se por um lado a vertente online ajuda na venda direta, simples e rápida, por outro lado torna o cliente mais vulnerável, fácil de “trocar de loja”. Adicionalmente ainda há outro desafio, que é necessidade de contratar pessoas direcionadas para mundo digital. Paulo Silva diz que “**não é possível pensar no meu negócio todo online porque não tenho estrutura que permita ter uma pessoa dedicada ao serviço, pelo que iremos apostar sempre mais no contacto direto, pessoal e personalizado, como tem sido ao longo dos anos**”.

Cláudia Mendes, que já é da segunda geração do espaço comercial, vê a digitalização como “**venda fácil quer para quem compra, quer para quem vende**”, no entanto percebe que “**podia ser feito mais para ajudar o comércio local para ser mais competitivo, nomeadamente havendo parcerias entre empresas complementares: transportadoras locais, site online comum a várias lojas, produtos digitais que apoiem os lojistas mais pequenos**”.



#06

Exemplo da necessidade da venda online foi a adaptação à pandemia, em que todos tiveram de se agilizar para manter as vendas. Com mais ou menos recursos, todos tiveram de utilizar os meios disponíveis. Agora que **“o pior já passou”**, os empresários consideram que devia ser pensada uma plataforma que apoie o comércio local e que seja partilhada, quer nos recursos quer no investimento. Para estes empresários, apesar das vendas terem melhorado, a verdade é que outros desafios terão pela frente, pelo que sentem ser importante haver apoio das entidades locais para promover e dinamizar constantemente o comércio local. Mais comércio local é sinónimo de mais riqueza, mais trabalho e mais desenvolvimento local.

**“O comércio é fundamental para a economia local, pois consegue movimentar muitas pessoas, quer para visitarem, atraídos pela vertente turística, quer pela vertente comercial. Todo esse movimento é muito positivo e proveitoso, a colaboração e dinamização entre comerciantes é fundamental para o desenvolvimento local”**, assume Cláudia Mendes à semelhança de Paulo Silva.



O resultado de Penafiel se manter na frente no que toca ao comércio, e em particular no setor da moda, deve-se ao esforço contínuo dos empresários em acompanharem a modernização e conforto no serviço.



**“Tem contribuído imenso o esforço das empresas na remodelação e qualidade/conforto dos espaços comerciais, bem como as infraestruturas, as promoções constantes da cidade, criadas pela autarquia e demais instituições, nos media nacionais”**, explica Daniel Paulo Bessa.

Para muitos a questão já não se trata de **“não haver trabalho, mas mais quem queira e saiba trabalhar neste ramo”**, sinal do impacto de empresas sólidas e saudáveis que querem crescer com qualidade. E o setor da moda continua a ser um dos mais fortes na movimentação dos clientes, que por impulso, necessidade ou por complemento, procuram diariamente estes espaços que também têm de se adaptar aos horários dos clientes, levando à necessidade de mais pessoas na empresa.

**“Penafiel está na moda”** é slogan para se manter na opinião dos três empresários que há várias décadas têm porta aberta para os milhares de pessoas que os procuram.

“

**O RESULTADO DE PENAFIEL SE MANTER NA FRENTE NO QUE TOCA AO COMÉRCIO, E EM PARTICULAR NO SETOR DA MODA, DEVE-SE AO ESFORÇO CONTÍNUO DOS EMPRESÁRIOS EM ACOMPANHAREM A MODERNIZAÇÃO E CONFORTO NO SERVIÇO.**

”

# INPUT

EVENTOS AEP

GALA DOS 130 ANOS AEP



## ANO DOURADO ENCERRA COM HOMENAGENS A ASSOCIADOS

O ano de 2022 foi um ano dourado para a Associação Empresarial de Penafiel (AEP), uma vez que celebrou 130 anos ao serviço dos empresários do concelho de Penafiel.

Ao longo do ano foram várias as iniciativas que assinalaram a data centenária, e várias foram as manifestações de homenagem de diversas entidades parceiras que, ano após ano, ajudaram a AEP a superar momentos difíceis e a fortalecer-se institucionalmente.

Não são muitas as instituições que chegam a uma data tão histórica até porque o trabalho para se alcançar estes números é muito árduo.

Muitos foram já os empresários associados que contribuí-

ram para este marco. Para além destes, 21 presidentes lideraram equipas que tornaram possível assinalar 130 anos da AEP.

No passado dia 25 de novembro, o Jantar Anual do Associado foi celebrado com alegria, respeito e acima de tudo com sentido de homenagem a todos aqueles que fazem com que AEP perdure no tempo.

A Quinta das Oliveiras, na Freguesia de Oldrões, foi palco desta celebração que contou com mais de 100 convidados e que aplaudiu os empresários vencedores da 3ª edição do Concurso Gastronómico “Petiscando” em Penafiel, bem como todos os associados homenageados pela ligação à instituição há mais de 10 e 25 anos.



**Prémio Público**  
1º. Campu's Caffé



**Prémio Júri**  
1º. Restaurante Rocha



**Prémio Júri**  
2º. Cantina do IPI



**Prémio Júri**  
3º. Plaza Grill

O discurso do presidente da Direção da AEP, Nuno Brochado, centrou-se na palavra Gratidão, que acabou por definir como homenagem a todos quantos se dedicam diariamente a esta instituição.

Foi com “gratidão” que cumprimentou todos os presentes e todos aqueles que têm feito história na AEP.

Ao presidente da Câmara Municipal de Penafiel, Antonino de Sousa, que marcou presença no evento, dirigiu palavras de agradecimento pela cooperação de ambas as instituições, que juntas têm conseguido dinamizar e apoiar os empresários do concelho. Mas mais, segundo Nuno Brochado, pode ainda ser feito.

Para o presidente da Direção da AEP, é **“certo que a nossa Associação já deixou de forma notória uma forte raiz identitária e uma ligação com o crescimento, desenvolvimento e dinâmica que Penafiel viu acontecer nos últimos 130 anos”**.

E foi a partir deste mote que realçou as conquistas da AEP nas muitas mudanças socioeconómicas que Penafiel atravessou ao longo deste centenário, nomeadamente, pela de um concelho com forte tradição rural e agrícola, para um concelho cada vez mais industrializado e mais virado para o sector terciário.

Exemplificando a sua opinião, Nuno Brochado, considerou que hoje o tecido económico e social do concelho de Penafiel não seria o mesmo sem o contributo da AEP, destacando os empresários do Comércio e dos Serviços como os setores que mais contribuíram para o progresso de Penafiel.



“

**A AEP APOIARÁ SEMPRE, ATRAVÉS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E DA PROMOÇÃO DOS PRODUTOS, O DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS.**

”

A título de exemplo, o presidente da Direção, apresentou dados da parceria com o IEFP desde 2015, com a submissão **“de 325 projetos de criação do próprio emprego que representam para a nossa região 5 Milhões e 600 mil euros em Investimento bem como de 550 postos de trabalho criados”**.

Neste seguimento, e claramente “orgulhoso” do caminho da instituição, lançou o repto ao presidente da Câmara Municipal de Penafiel para ser possível criar **“um espaço para coworking e incubação, uma vez que sabemos que é através da partilha de experiências e ideias, fomentando o networking e criando sinergias entre utilizadores e parceiros que a Penafiel Cidade de Serviços alavancará negócios”**.

Para Nuno Brochado, celebrar os 130 anos, é também renovar os objetivos e responsabilidades da instituição para com os empresários. **“Defender os interesses das empresas, promover a formação profissional de quadros e trabalhadores, divulgar e fomentar o uso das novas tecnologias, apoiar, através da prestação de serviços e da promoção dos produtos, o desenvolvimento das empresas”**.





No fecho do seu discurso, o presidente da Direção, endereçou uma palavra de apreço a todos os colaboradores da instituição, afirmando que a **“AEP é fruto do vosso trabalho e depende do vosso inegável contributo”**.

Seguiu-se após o discurso, as homenagens aos associados com ligação à AEP com 10 e 25 anos, bem como a Junta de Freguesia de Penafiel. A entidade foi homenageada pela colaboração ao longo de vários anos, quer seja pelas parcerias nos eventos, quer no apoio logístico e operacional de várias atividades da AEP. Uma entidade parceira que o presidente da Direção considerou **“de extrema importância para o desenvolvimento da freguesia e da própria AEP”**.



Antes do encerramento dos discursos, foi a vez de Paulo Vaz, administrador da Associação Empresarial de Portugal, dar os parabéns à AEP, não só pelos 130 anos, mas acima de tudo pelo exemplo de associativismo, de apoio aos empresários em várias áreas, realçando o extremo profissionalismo em vários projetos, nomeadamente na execução da formação-ação em empresas.



A noite de homenagens encerrou com o discurso do Presidente da Câmara Municipal de Penafiel, Antonino de Sousa, que considerou a AEP **“uma das mais relevantes instituições do concelho de Penafiel, num percurso muito importante às empresas e aos empresários Penafidelenses”**.

### HOMENAGEADOS COM 10 ANOS DE FILIAÇÃO

Lurdes Manuela Moreira Ribeiro

Esonor, Lda

Gewiss Portugal

Grand Visão - Ana Paula Alves Azevedo Eugénio



### HOMENAGEADOS COM 25 ANOS DE FILIAÇÃO

Tubani - Préfabricados de Betão, Lda

José Luís Teixeira Coelho

Mário Eduardo Moreira Lopes



## UMA QUESTÃO DE MODA(S)!

A preferência dos consumidores, entre muitas outras variáveis, assenta quase sempre no dilema dicotómico entre os gostos e o preço.

E no que ao vestuário diz respeito, por força da exposição pública daquilo que vestimos, e que os outros apreciam, esse dilema ganha força.

Por isso a fileira da Indústria do Têxtil e Vestuário (ITV) é uma das mais suscetíveis à variação dos gostos do consumidor, não descurando o seu poder de compra, e que carece de uma constante atualização face à evolução dos mecanismos de mercado.

Dado que em menos de uma década a China conquistou quase metade da quota global do comércio têxtil e vestuário, numa estratégia assente em custos de produção para menos de 20% do valor unitário do preço de venda, inviabilizando uma concorrência assente primordialmente no custo, a ITV portuguesa teve de proceder a uma transformação estrutural que resultou num grande sucesso ao nível do mercado global.

Essa transformação imposta pelo mercado passou da competição pelo preço para a competição pelo valor, apostando na criatividade, no design e na moda; pela

aposta na construção de um modelo próprio sofisticado de private label, através do reforço da presença em feiras e eventos internacionais; e pelo desenvolvimento de uma estratégia coletiva, reforçando o cluster, de forma a aproveitar os apoios existentes para realizar investimentos de alto retorno, particularmente no domínio da capacitação do capital humano, da inovação tecnológica e da internacionalização.

Mas se por um lado esta transformação catapultou a ITV portuguesa para o topo das preferências dos consumidores europeus, por outro lado, a ITV passou a consumir excessivamente produtos químicos na produção e tratamento dos produtos, tornando-se na segunda indústria mais poluidora, obrigando-a a enveredar por uma nova transformação: a da sustentabilidade, desta vez num dilema dicotómico entre a ética e a estética.

E o que está em moda é precisamente, e que se exige a todos os agentes envolvidos – produtores e consumidores – é que no binómio produção/compra, o ambiente e o custo associados sejam as variáveis determinantes.

**Assim, o futuro impõe os seguintes desafios e recomendações para este setor, em geral, e para as empresas, em particular:**

*AS CONDIÇÕES ESTÃO CRIADAS PARA QUE A ITV (INDÚSTRIA DO TÊXTIL E VESTUÁRIO) PORTUGUESA CONTINUE ORGANIZADA E COM UMA CAPACIDADE DE SEDUÇÃO DOS CONSUMIDORES.*



1) Inovar processos para aumentar a rentabilidade das vendas, mudando as convencionais práticas de gestão, pensando estrategicamente o negócio numa perspetiva de médio-longo prazo.

2) Promover a diferenciação através do reforço da ligação ao sistema científico e tecnológico, permitindo assim aumentar as margens e com uma maior incorporação do serviço no valor final.

3) Apostar na terciarização da ITV, fazendo valer o know-how adquirido e não prescindir dos centros de decisão.

4) Apostar na capacitação dos recursos humanos para responder às necessidades de qualificação da mão de obra e de responsabilização socioeconómica.

5) Fomentar a digitalização de processos, produtivos e de controlo.

6) Apostar na internacionalização para elevar a rentabilidade dos negócios ganhando quotas de mercado.

7) Ganhar dimensão para não correrem o risco de se tornarem irrelevantes, dada a crescente exigência da competitividade à escala global, através do reforço do cluster, unindo forças para a criação de *lobby* pois este é sempre amplificado pela representatividade de quem o exerce, aproveitando e potenciando os apoios dos fundos comunitários, nomeadamente o PRR e Portugal 2030, priorizando investimentos na transição digital, na sustentabilidade, na economia circular e na eficiência energética.

O *private label* da ITV portuguesa transformou-se numa importante estratégia que permite vender a capacidade de inovação, criatividade e respeito pelas preferências dos consumidores pela sustentabilidade e o aumento das expectativas face à responsabilidade social e ambiental das marcas de moda.

As condições estão criadas para que a ITV portuguesa continue organizada e com uma capacidade de sedução dos consumidores, mas todos os stakeholders deverão estar alinhados numa perspetiva integral e integrada de se posicionar perante estes novos valores.

Terão de o fazer imperativamente! Se não o conseguirem fazer, o setor será uma moda em desuso!





## TROCAS DE NATAL

Aproxima-se a época de Natal representando tal um aumento de compras pelos consumidores, nomeadamente para oferecer, e assim poderá haver lugar a pedidos de “trocas”.

A troca do produto, porque quem recebeu a prenda não gostou, ou já tem igual, não se confunde com troca por motivo de reclamação dentro do período de garantia, nem se confunde com o direito de devolução nas compras à distância fora do estabelecimento.

A troca de produto sem exercer qualquer direito previsto na Lei das Garantias [DL n.º 84/2021, ou na L. do Consumidor, Lei n.º 24/2014], radica nas condições que o comerciante esteja disposto a facultar ao cliente como política comercial.

A publicidade de condições de venda é uma obrigação de cada estabelecimento, razão pela qual, é sempre muito importante ter em local bem visível as regras de trocas dos produtos, assim como deverá constar das faturas e recibos (nomeadamente o prazo e condições básicas para troca).

É importante advertir o cliente, se for o caso, da necessidade de manter a embalagem, etiqueta e rotulagem original intacta, assim como o talão de compra ou factura, bem como informar se é possível trocar por coisa diferente, de valor igual, ou inferior, ou superior, tal como esclarecer se pode trocar por dinheiro ou por vale (e qual o prazo de validade do vale).

Como se referiu, a possibilidade de troca por vontade do consumidor, não se confunde com os direitos previstos na lei quanto à garantia que é concedida, o direito à garantia não pode ser retirado aos consumidores.

A garantia para bens móveis, desde 01/01/2022, é de 3 anos. Durante este período a pessoa pode utilizar o bem e, em caso de não conformidade do bem, o consumidor tem o direito à «reposição da conformidade», através da reparação ou da substituição do bem, à redução do preço e à resolução do contrato, estabelecendo-se as condições e requisitos aplicáveis para cada um destes meios.

Se a falta de conformidade se manifestar nos 30 dias após a disponibilização do produto (por exemplo o produto não serve ou não está apto para o fim desejado) o consumidor pode pedir a imediata substituição do bem ou resolver o contrato e pedir o reembolso, o qual tem de ser efectuado em 14 dias.

O tema é muito extenso mas importa referir que em certos casos o empresário pode recusar repor a conformidade dos bens.

Pode consultar o Decreto-Lei n.º 84/2021, e os casos em que é possível recusar a reposição da conformidade do bem, na seguinte ligação:

<https://files.dre.pt/1s/2021/10/20200/0000400029.pdf>

# INPUT

CENTRO QUALIFICA AEP

## CERIMÓNIA ANUAL DO CENTRO QUALIFICA AEP

# CERIMÓNIA DE ENTREGA DE CERTIFICADOS E DIPLOMAS DO CENTRO QUALIFICA DA AEP

O Auditório da Associação Empresarial de Penafiel (AEP) foi, mais uma vez, palco da entrega de certificados e diplomas do Centro Qualifica da AEP, no passado dia 6 de dezembro.

A cerimónia anual juntou cerca de 70 formandos dos 90 que, neste ano de 2022, concluíram com sucesso mais um nível de ensino. Este marco, alcançado por cada formando, só foi possível pela dedicação, empenho e muitas vezes sacrifícios de cada um. A equipa técnica do Centro Qualifica congratula-se pelo sentimento de dever cumprido junto de tantos jovens e adultos que lhes confiaram a missão de proporcionar o aumento das suas qualificações.

Como forma de partilha de experiência, foram ouvidos quatro formandos que expressaram a sua gratidão à equipa do Centro Qualifica pelo apoio e profissionalismo, e, acima de tudo, pelo incentivo e apoio para poderem alcançar mais e melhores resultados. A família de cada um não foi esquecida nos agradecimentos, uma vez que foram pilares fundamentais ao longo de todo o processo.

A sessão solene, em que esteve presente o Presidente da Direção da AEP, Nuno Brochado, contou com a representação de várias entidades públicas, nomeadamente, o Vereador com o pelouro da Educação da Câmara Municipal de Penafiel, Rodrigo Lopes, o diretor do Centro de Emprego de Penafiel, Sousa Pinto e o Presidente da Junta de Freguesia de Penafiel, Carlos Leão Barbosa, que destacaram a competência da AEP nos vários domínios em que atua.

Na sua intervenção, o coordenador da equipa do Centro Qualifica, Durval Ferreira, destacou o profissionalismo da equipa que tem acompanhado jovens e adultos a obterem mais qualificações, muitas das vezes, adaptando-se às necessidades dos formandos, e numa constante adaptação às circunstâncias globais, dado que grande parte dos cinco anos de funcionamento do Centro



ocorreu em contexto de pandemia, cumprindo-se, ainda assim, todos os objetivos a que estavam propostos, sem que houvesse necessidade de reduzir as metas contratualizadas, referindo que **“Estamos em fase final da operação do Centro Qualifica. A 31 de Dezembro próximo termina esta jornada. Estamos aqui, disponíveis, ansiosos e confiantes para que nos permitam continuar a trabalhar por mais alguns anos”**, garantiu Durval Ferreira, endereçando um compromisso público à ANQEP de que **“cá estaremos nos próximos anos para continuar a merecer a vossa confiança e para tudo fazer para apresentar resultados que elevem as qualificações formais da população portuguesa”**, concluiu.

No final, um lanche convívio onde todos puderam celebrar um marco importante nas suas vidas, junto dos profissionais que os acompanharam nesta jornada. Numa noite de conquistas e alegrias, a animação ficou a cargo do músico Hélio Ribeiro que cativou toda a plateia.

## CURSOS DE FORMAÇÃO MODULAR CERTIFICADA COM INSCRIÇÕES ABERTAS. INÍCIO EM JANEIRO

A Formação Modular Certificada permite atualizar e aperfeiçoar os conhecimentos teóricos e práticos da população portuguesa adulta, bem como elevar os seus níveis de habilitação escolar e profissional, com vista a uma (re)inserção ou progressão no mercado de trabalho.

Estes cursos destinam-se a ativos empregados e desempregados (há menos de 1 ano) com habilitações iguais ou superiores ao 12º ano.



### FOLHA DE CÁLCULO

Formação Presencial // Duração: 50h  
Apoios até **195,86€**



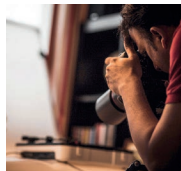
### LEGISLAÇÃO COMERCIAL

Formação Presencial // Duração: 25h  
Apoios até **97,93€**



### COACHING E COMUNICAÇÃO

Formação à Distância // Duração: 25h  
Apoios até **80,41€**



### TECNOLOGIAS DE FOTOGRAFIA E VIDEO

Formação Presencial // Duração: 50h  
Apoios até **195,86€**



### LÍNGUA GESTUAL

Formação à Distância // Duração: 25h  
Apoios até **80,41€**

Os formandos têm direito a alguns apoios, nomeadamente, a uma **Bolsa de Formação (Desempregados)** e ao **Subsídio de Alimentação e Transporte (Empregados/Desempregados)**.

Inscrições em: [www.aepenafiel.pt](http://www.aepenafiel.pt) / 255 718 020 (\*6) / 918 212 667

## CURSOS DE FORMAÇÃO NÃO FINANCIADA COM INÍCIO EM JANEIRO

A Formação Não Financiada vem dar resposta a quem procura uma especialização em determinada área e são cursos de curta duração com custos financeiros para os participantes. *Inscrições em: [www.aepenafiel.pt](http://www.aepenafiel.pt) / 255 718 020 (\*6) / 918 212 667*



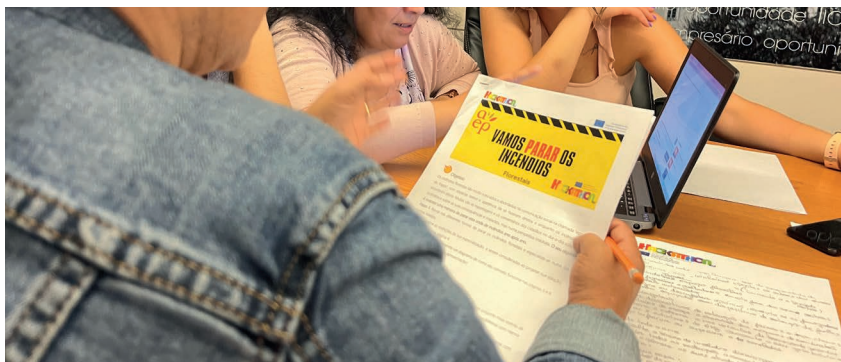
### AGENTE E CORRETOR DE SEGUROS OU MEDIADOR DE RESSEGUROS (RAMOS VIDA E RAMOS NÃO VIDA)

Formação Presencial  
Duração: 132h  
Horário: Pós-Laboral (20h - 23h)  
Preço Geral: **495,00€**



### FORMAÇÃO PEDAGÓGICA INICIAL DE FORMADORES B-LEARNING

Acesso ao CCP  
Duração: 90h  
Horário: Pós-Laboral (20h - 23h)  
Preço Geral: **130,00€**



## DECORREU NA AEP O HACKATHON NACIONAL “VAMOS PARAR OS INCÊNDIOS”

No dia 16 de setembro, decorreu na sede da Associação Empresarial de Penafiel, Rua do Paço, o Hackathon nacional com o tema “Vamos Parar os Incêndios”, o qual contou com duas turmas da AEP de Educação e Formação de Adultos.

Após uma receção de boas vindas a todos presentes, Vítor Sousa, formando da AEP do Sistema de Aprendizagem, apresentou a temática dos incêndios na perspetiva dos jovens portugueses, abordando o conceito em geral, os tipos de incêndio e as origens dos mesmos.

Posteriormente, foi apresentado a temática do Hackathon, começando pelos incêndios florestais que foram muito noticiados e abordados na comunicação social na chamada “época de fogos” e as suas consequências e impactos. Foi lançado o desafio de idealizar uma maneira de parar esta onda de incêndios ano após ano e, assim, evitar essas consequências e impactos. Nesta fase, os formandos foram orientados para refletirem nas diferentes formas de parar os incêndios florestais, explorarem as restrições para criarem uma Solução.

Após esta fase, foram criados grupos de trabalho que começaram por efetuar pesquisas e construir uma solução. Na parta da tarde, as equipas continuaram os seus trabalhos, concluíram as pesquisas e terminaram a construção da sua ideia. Aí começou a preparação do Discurso com apoio a uma apresentação eletrónica.

Já na última fase do Hackathon, cada equipa apresentou e defendeu a sua Solução ao Júri que era constituído pelo

senhor José Silva, comandante do Bombeiros Voluntários de Penafiel, a Dr<sup>a</sup>. Ana Costa, coordenadora dos cursos EFA da AEP e a Dr<sup>a</sup> Carla Ferraz, formadora. Terminadas as apresentações, o Júri deliberou e nomeou a solução vencedora. Claro que houve prémio para o grupo vencedor e lembranças para todos.

Os formandos, durante esta atividade, foram encorajados a desenvolver competências transversais e competências-chave como competências digitais, inovação, pensamento crítico, resolução de problemas e aprender a aprender.

A próxima etapa deste projeto é a participação de 5 formandos da AEP num Hackathon internacional que decorrerá em Itália no mês de março do próximo ano.

Todos os resultados do projeto estão disponíveis em: <https://erasmusplus.itis.biella.it/hackathon/>.

As notícias do projeto encontram-se na página do Facebook: <https://www.facebook.com/EU-Hackathon>



sentir  penafiel

 penafiel *activa*  
e.m.

 FREGUESIA DE  
PENAFIEL

 a'ep  
ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PENAFIEL



# Penafiel 2022 Cidade Natal

Onde a magia acontece!

Mercadinho de natal

Pai Natal

Carrossel

Animação de Rua

Música

