



Suplemento comercial propriedade da “ilustre narrativa”



**BRICO** **MARCHÉ**

**NUNO TEIXEIRA**

Proprietário da loja Bricomarché do Pombal abre novo  
conceito no centro de Lisboa

**BREVEMENTE**  
NO ARCO DO CEGO



## A SUA CASA À SUA MEDIDA

**Desde 1979 a operar no mercado nacional, a insígnia Bricomarché do grupo Os Mosqueteiros, prepara-se para voltar a inovar com a abertura de um novo conceito de loja urbana, no Arco do Cego, mesmo no centro de Lisboa, apresentando uma proposta de valor única.**

Com foco no vetor da proximidade, aposta numa oferta de produtos e serviços orientada para a casa do seu cliente, desde as necessidades do dia a dia, a grandes projetos, com serviços como corte de madeira à medida, sala para workshops, uma área de showroom com um serviço de conceptualização e design de projetos à medida do seu cliente.

A insígnia apostou fortemente em touchpoints digitais ao longo de toda a loja e numa maior interação dos clientes com os especialistas, sempre disponíveis para ajudar a resolver grande parte das questões.

Com uma área de 1600m<sup>2</sup>, sobre 2 andares, os visitantes desta loja vão poder encontrar soluções mais técnicas, assim como áreas mais inspiradoras e de decoração, desde iluminação, casas de banho e cozinhas, ferramentas e acessórios, materiais de construção, tintas, madeiras e uma área Pet, para que ninguém da família fique de fora.

Este novo conceito de loja **Bricomarché**, abre já em Janeiro.

**BRICOMARCHÉ**

A sua casa, à sua medida

# Conteúdos



**Bricomarché p.4**

## **Bricomarché | 4**

Especialistas em Bricolage e Jardim

## **Change Business Brokers | 6**

Bringing Buyers and Sellers Together

## **Lince Capital | 7**

Stronger together

## **Benecar | 10**

Referência nacional no setor automóvel

## **Orivárzea | 13**

Orivárzea: a natureza do Arroz

## **ISCAL | 14**

Qualidade e Excelência do Ensino, Investigação e Desenvolvimento

## **Bluecover | 16**

Tecnologia baseada em localização

## **UHU | 17**

Cola tudo sobre tudo



**Lince Capital p.7**

## **Marginalarm | 18**

A nossa maior recompensa é o reconhecimento do nosso trabalho!

## **L'École Trilingue | 20**

Uma escola atenciosa, inclusiva e trilingue

## **MyTek | 22**

Sistemas informáticos à medida do cliente

## **Gestécnica e Metelo | 23**

Soluções transversais para a qualidade das empresas

## **PSYS | 24**

Esforço, dedicação e devoção para os nossos clientes

## **Triangularis | 25**

Reabilitamos o passado, construímos o futuro

## **Proquimia | 26**

Química transparente

## **2B Real Estate | 28**

Transparência no investimento imobiliário

## **Editorial**

2021 foi o ano que trouxe a esperança de voltarmos à “normalidade” e estabilidade que tanto desejamos no ano passado. Porém, continuamos num período de incertezas em que a agilidade e a determinação são vitais, não só para a sociedade em geral, mas também para os empresários. O planeamento de diversos cenários com ações de rápida resposta à mudança foi uma decisão fulcral para que as empresas continuassem a lidar com a imprevisibilidade liderada pela pandemia.

Não podemos acabar o ano sem salientar dois temas fundamentais e diferenciadores para os nossos empresários: o mundo digital e a sustentabilidade. No que diz respeito ao digital, sabemos que muitas empresas portuguesas sofreram com a instabilidade e, conseqüentemente, quebra de receitas. Porém, sabemos que da adversidade surge a oportunidade e foi assim que muitas empresas procuraram a expansão para o mercado online. A aposta no digital permitiu a criação de ferramentas essenciais para suportar a instabilidade provocada pela mudança. A sustentabilidade incentivada pelas empresas tem vindo a tomar rumo com um conjunto de ações adotadas, tendo sempre como pano de fundo o respeito pelo ambiente e pela sociedade, atuando de forma consciente e para garantir o seu futuro.

Para 2022 o desejo de “normalidade” mantém-se, mas os projetos para o futuro que conhecemos nesta edição mostram-se promissores e prevalecem a qualquer entrave.

A si, que nos acompanha, desejamos-lhe um Feliz Natal e um Próspero Ano Novo!

Raquel Gonçalves



qualidade & inovação

# Especialistas em Bricolage, Casa e Jardim

## Bricomarché

Ser dono de uma loja Bricomarché é pertencer ao Grupo Os Mosqueteiros, uma insígnia focada em bricolage e equipamentos para casa com a máxima preocupação na qualidade de atendimento e serviço. Nuno Teixeira é o responsável pela loja Bricomarché Pombal, mas em 2022 irá abraçar um dos maiores desafios: a inauguração da loja urbana Bricomarché no coração da Capital, um conceito único que foi desvendado nesta entrevista.



Nuno Teixeira, proprietário da loja Bricomarché do Pombal



### Como nasce a iniciativa de abrir uma loja Bricomarché?

A abertura de uma loja do Grupo é sempre um marco incontornável enquanto Mosqueteiro. A nível pessoal, é um desafio enorme que marca o meu percurso enquanto empresário, mas também um sentimento de gratidão ainda maior quando vemos o resultado da nossa dedicação. Nasce sobretudo da vontade e do empenho que temos em dar resposta ao que a comunidade procura. Graças ao esforço de uma equipa dedicada, proporcionamos os melhores serviços e produtos aos melhores preços para a comunidade local na área da bricolage, construção, jardim e pet-shop. Simultaneamente, estamos ainda a contribuir para a economia local e para a criação de postos de trabalho, fruto de um investimento para um projeto que é um sucesso desde a sua inauguração.

Para além disso, o facto de integrarmos um modelo de negócio de sucesso com excelentes resultados como o do Grupo os Mosqueteiros é um impulso

muito importante para nós. Adirir ao Grupo significa ter todo o apoio de uma estrutura organizacional integrada num grupo internacional, líder europeu no setor da distribuição, mas que ao mesmo tempo permite uma gestão autónoma das nossas lojas para que possamos dar resposta à comunidade local. Este fator de proximidade está no ADN de todas as insígnias do Grupo, e o Bricomarché de Pombal é mais um exemplo disso, estando sempre atentos às necessidades de quem nos visita para que queiram sempre voltar.

### Que tipo de serviços disponibilizam aos clientes?

O Bricomarché tem uma vasta oferta dentro cinco universos principais: decoração, construção, bricolage, jardim e produtos para animais. O nosso foco é sempre o cliente e daí a preocupação permanente em entregar o melhor binómio preço/qualidade, pelo que o melhor serviço continua a ser o nosso principal objetivo. Efetivamente, é no serviço, na qualidade e nos preços que a insígnia mais se distingue.



**Olhando para trás, que balanço faz de 2021? Quais foram os principais desafios?**

Não podemos esquecer que continuamos a viver numa situação de mercado que continua marcado pela pandemia e por restrições diversas fruto das medidas aplicadas. Felizmente podemos constatar que os nossos pontos de venda são reconhecidos como essenciais à economia do país e têm sabido responder às novas necessidades dos clientes, crescendo em vendas e conquistando quota de mercado.

Em 2020, já tínhamos assistido a um crescimento do volume de negócios – o Bricomarché do Pombal cresceu a dois dígitos – não só graças à capacidade de reinvenção da Insignia, mas também à dedicação dos nossos colaboradores e, obviamente, dos nossos clientes que continuaram connosco.

Durante este ano de 2021 conseguimos reforçar os nossos valores de proximidade e de especialista em bricolage e jardim, com uma estratégia de preços competitivos e produtos de qualidade, orientando a nossa oferta para responder de forma mais completa aos projetos dos nossos clientes, e é precisamente

por isso que nos diferenciamos dos restantes players do mercado.

**2022 irá ficar marcado pela inauguração de uma loja urbana no centro de Lisboa. O que vai trazer de novo ao mercado? Quais são as expectativas?**

A inauguração da nova loja Bricomarché no Arco do Cego é realmente um marco para a Insignia, mas também para mim enquanto aderente. Depois de ter adquirido a loja de Pombal em 2012 e inaugurado a loja da Marinha da Guia em 2019 - duas lojas de muito sucesso - abraço agora um novo desafio.

Esta loja urbana nasce no centro da capital e inaugura um novo conceito de Bricomarché Urbano, cujo grande objetivo é conquistar os clientes do centro das grandes cidades de Lisboa e Porto, que têm estado afastados, até agora, dos nossos planos de expansão.

Esta nova loja vai marcar pela diferença desde logo ao nível do lay-out, porque está dividida em dois pisos, o que que permite distinguir facilmente entre a compra técnica em livre serviço (no piso 0) e a compra de

projeto, com assistência e acompanhamento personalizado (no piso-1).

Naturalmente, haverá necessidade de uma adaptação das gamas disponíveis aos clientes que vivem no centro de Lisboa, mas continuamos a oferecer os cinco universos da Insignia: Decoração, Bricolage, Construção, Jardim e Pet-Shop.

Para responder às exigências dos clientes, vamos também reforçar os serviços disponíveis, seja ao nível das entregas, da instalação ou do click & collect, que se tornou uma necessidade mais premente nos centros urbanos, com a propagação do e-commerce durante os tempos de confinamento.

Aliás, a aposta da Insignia no

omnicanal será visível por toda a loja. Sentimos necessidade de complementar a nossa oferta física com a oferta digital, por isso vão existir vários postos de pesquisa com ecrãs digitais.

Isto, claro, sem descartar a aposta num atendimento mais profissional e personalizado, que apoie a compra do cliente e seja uma mais-valia enquanto serviço. A formação e qualidade das nossas equipas são uma das marcas mais fortes da insignia, e acreditamos que nos irá ajudar a conquistar a preferência deste target específico.

Vamos apostar também num mobiliário mais qualitativo, com a integração de elementos em madeira e o reforço da exposição dos produtos com teatrali-

zações mais qualitativas.

Sentimos que o cliente urbano valoriza esta parte da experiência em loja, da mesma forma que estamos a programar a organização de ateliers e outros eventos que acrescentem valor à visita.

Felizmente, esta loja surge num momento de renovação da marca Bricomarché, o que certamente trará um impulso muito positivo ao negócio.

Este é um grande desafio pessoal e uma responsabilidade enorme, mas com o apoio do Grupo e da equipa que abraçará comigo este projeto estou confiante de que será um sucesso e uma referência para outras lojas com o novo conceito Bricomarché Urbano.



# Bringing Buyers and Sellers Together

Fundada em 2012, a Change Business Brokers atua no mercado com o objetivo de prestar um serviço de consultoria numa forte base de confiança junto de empresários ou empreendedores que procurem comprar ou vender negócios. Entrevistamos o CEO Sérgio Ferreira que destaca o percurso da Change Business Brokers, os serviços que disponibilizam e por fim, a evolução do setor no mercado português.



Sérgio Ferreira, CEO

## Fale-nos do trajeto da Change Business Brokers.

A Change Business Brokers iniciou a sua atividade ainda em 2012 com a realização de avaliações imobiliárias e avaliações de determinação de valor de empresas.

Eu venho de um background ligado à Engenharia Civil e à Promoção Imobiliária. Como trabalhei muitos anos com promotores imobiliários que recorrentemente nos solicitavam a venda de alguns ativos, acabou por nascer este projeto.

Começámos por ajudar promotores a vender ativos imobiliários que, por sua vez, eram constituídos por empresas que

promoviam um projeto específico. O espírito de acompanhamento, de uma forma muito direta, com os clientes levou ao passa a palavra.

Foi um pouco pelo espírito de acompanhamento que tínhamos com os clientes, de uma forma muito direta. O passa a palavra começou a funcionar e começámos a receber alguns contactos de pessoas que desejavam vender as suas empresas ou precisavam de investimento para um determinado projeto, quer fosse, por exemplo, para internacionalização ou para desenvolvimento de um novo produto. Os contactos também surgiram em setores específicos da economia, cada vez mais amplos e diversos.

## Qual é o principal core business?

Hoje em dia, temos no nosso portefólio um conjunto diversificado de empresas. O nosso target são as pequenas e médias empresas em que nos contactam para venda em busca de um investimento para um projeto específico. O nosso core business é a consultoria para determinação de valor para empresas, cujos proprietários pretendam alienar uma parte da empresa ou a sua totalidade; pessoas que estão numa situação de pré-reforma; pessoas que simplesmente querem vender os seus negócios, porque desejam tomar um rumo de vida diferente, entre outro tipo de contactos.

## Para além da compra e venda, que outros serviços se destacam?

Realizamos serviços mais específicos de consultoria de gestão na área de Fusões e Aquisições. Ao longo do tempo fomos percebendo o que é mais importante e valorizado pelos investidores e já sabemos as questões que normalmente colocam quando pretendem adquirir uma empresa.

Criámos um sistema -

Change BRFS - Business Ready For Sale - uma consultoria que prestamos aos empresários com o sentido de melhorar as empresas em pontos específicos que sabemos que são importantes indicadores de gestão e que acrescentam mais valor à empresa na altura da venda. No fundo com este sistema acrescentamos valor.

Somos presentemente consultores com quatro valências distintas: Ricardo Soares - energia; Nuno Nobre - turismo, restauração e hospitality; João Pedro Barroca - angariação de fundos e eu próprio como avaliador e coordenador. Trabalhamos de forma independente, porque cada um tem a sua especialidade, mas juntos encontramos soluções para as necessidades específicas de cada cliente.

## Tendo em conta todas as condicionantes que vivemos e a procura pelo nosso país como oportunidade de investimento, como vê a evolução do mercado?

O mercado das Fusões e Aquisições nunca parou. Quando surgiu a pandemia houve uma quebra brutal, pois estávamos todos sem saber o que ia acon-

tecer nos primeiros meses.

Ao longo do ano de 2020, os negócios de fusões e aquisições ressurgiram e no final do ano atingiram-se valores praticamente iguais aos de pré-pandemia, pois apesar de serem menos negócios, eram de valor maior.

Já 2021 foi um ano quase “normalizado” em termos daquilo que era o expectável e com algum crescimento em setores específicos.

Em Portugal, acredito que irá haver uma mudança muito grande alavancada pelo lado da procura que é mais seletiva e mais exigente no que pretende adquirir.

Há muito dinamismo, muitas pessoas a fazer perguntas do que há no mercado para investir. O que é fundamental neste negócio, e é essa a nossa vantagem, é termos uma lista de compradores que sabemos que pretendem efetivamente investir. É uma área de negócio muito exigente. Por isso, pautamo-nos por manter uma cultura interna de muita seriedade, porque trabalhamos numa área muito sensível, desde a confiança dos empresários ao sigilo que temos de manter.

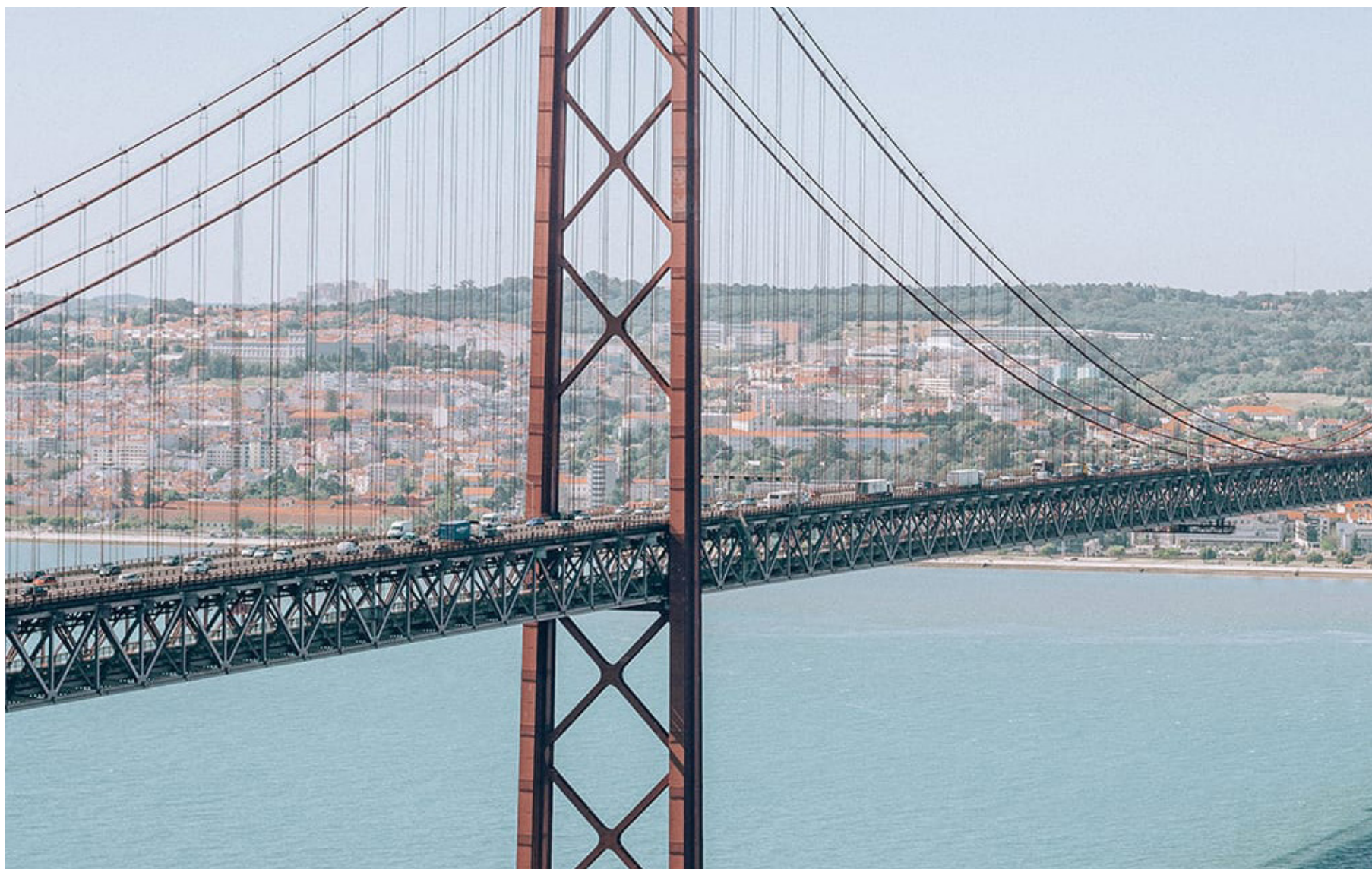


# Stronger Together

## Lince Capital

No mercado desde 2015 e com 17 colaboradores, a Lince Capital, SA detém como principais áreas de negócio a Gestão de Fundos de Capital de Risco e Fundos de Investimento. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, o CEO Vasco Pereira Coutinho descreve a empresa como uma organização de cariz familiar, com uma equipa multidisciplinar e que planeia elevar o nome Lince Capital pelo mundo fora.

Vasco Pereira Coutinho, CEO



**Começaria esta entrevista por nos contar o percurso da Lince Capital, SA.**

A Lince Capital, enquanto empresa, nasceu em 2015 mas só começou a funcionar em 2016.

A nossa equipa integra-se num grupo familiar, grupo esse que investiu ao longo de vários anos em diversos setores, daí a vasta experiência. O que eu resolvi fazer, em 2015, foi transferir essa experiência para a constituição de uma empresa e para a gestão de fundos que viéssemos a constituir, de forma a que a experiência fosse utilizada na gestão dos fundos e aplicação dos mesmos em oportunidades de negócio.

Olhando para trás, temos uma história como grupo familiar de vários anos de sucesso. Tivemos altos e baixos, como toda as pessoas têm mas a vida real é a escola. A maturidade é o que trazemos para a nossa Capital e de facto faz bastante diferença. Esse conhecimento é

o que trazemos para a constituição da empresa e para a gestão de fundos em si. O crescimento foi gradual e nos últimos anos mais acentuado.

**Como descreve uma equipa multidisciplinar como a vossa?**

Temos várias pessoas com um know-how em diferentes setores. Um exemplo são os próprios fundos em si em que cada fundo tem uma determinada estratégia desenhada e sempre que entramos numa área específica, trazemos conhecimento do exterior das áreas em que estamos a investir. Isso permite-nos ter opiniões diferentes e que sejam rebatidas com as nossas opiniões para que possamos tomar as decisões mais adequadas.

**Dentro da Gestão de Fundos, quais são as áreas de atuação?**

Quando lançamos o Fundo, lançamos com o propósito de entrar numa determinada estratégia e setor. Não procuramos ter fundos muito grandes, mas

sim mais pequenos para garantir que exista aplicação do dinheiro. Para cada fundo desenhamos uma estratégia. Estamos em vários setores, desde Healthcare, IT, Engenharia Industrial, Imobiliário, Hospitalidade. Em qualquer um destes setores entramos numa perspetiva de entrada no capital das empresas. Não precisamos de posições maioritárias, podem ser posições minoritárias mas gostamos de acompanhar de perto os nossos investimentos, gostamos de contribuir com o know-how interno. O objetivo é sempre tentar criar valor nos investimentos que fazemos.

**Como caracteriza o perfil das empresas em que investem?**

São empresas que embora possam estar numa fase mais complicada e precisem de apoio, mas o real valor da empresa e do produto está lá. Podemos olhar para startups, mais numa fase inicial ou numa altura de business angel's. São startups que têm ativos reais, ou seja, a empresa não tem só uma ideia mas sim um conjunto de ativos

que permitam que seja uma garantia extra ao investimento que fazemos.

Outro exemplo são empresas que já tenham historial de crescimento, que passaram fases difíceis e que tenham de se reinventar para poder continuar a crescer. Também temos casos de empresas que estão a nascer agora, têm boas ideias e precisam de capital para crescer, mas dentro delas já existe algum material desenvolvido.

No mercado estamos a viver um momento em que existem muitas empresas a precisar de apoio e nesse aspeto estamos disponíveis. Gostamos que nos apresentem os projetos e as oportunidades para que possamos analisar e eventualmente entrar nas empresas que precisam de apoio, para que possamos entrar no capital e apoiar no desenvolvimento da empresa. Esta é a nossa forma de estar, muito numa ótica de criar valor e fazer crescer.

**Que tipo de intervenções fazem nas empresas?**

Temos dois tipos de intervenções: passiva e ativa. Na passiva temos alguém, como se fosse um observador e temos algum controlo na atividade desenvolvida, pois temos que supervisionar o investimento e garantir o crescimento da empresa.

Na intervenção mais ativa, temos alguém na administração ou uma equipa mais vasta para estar na empresa, onde possamos contribuir para o dia a dia no desenvolvimento de novas áreas e produtos.

**A Lince Capital está regulamentada pela CMVM e pelas boas práticas de gestão de qualidade. Qual a importância de serem uma empresa certificada?**

Penso que devemos ser a única empresa de Capital de Risco com certificação e qualidade ISO 9001. Para além da supervisão da CMVM, que é fundamental para trazer o selo de qualidade certificado, gostamos de garantir que as boas práticas e maneiras de estar na gestão do dia a dia sejam garantidas e





seja transversal a toda a equipa. Nesse sentido, apostamos também na certificação ISO 9001 para que a qualidade da gestão esteja presente, o que para nós é muito importante.

Há um conjunto de normas que seguimos de forma a garantir que aquilo que levou os investidores a acreditarem em nós, quando for aplicado, o risco seja minimizado.

**De que forma pode um fundo estar qualificado para Golden Visa?**

Um fundo para ser qualificado para investidores Golden Visa tem de garantir que a nível de regulamentos de gestão seja claro e que, pelo menos, 60% do seu capital seja investido em empresas portuguesas.

A nossa intenção é que seja 100% investido em empresas portuguesas, porque é o mercado onde estamos inseridos, embora, no futuro, ambicionemos ter uma presença internacional. Investir 100% em Portugal, permite-nos qualificar todos os fundos que tenhamos

sobre gestão para Golden Visa.

Para os investidores Golden Visa, quando falam connosco e nos perguntam que fundos é que temos sobre gestão, temos um conjunto de fundos que podemos apresentar, cada um com a sua estratégia, setor e acabam por escolher consoante aquilo com que se identificam mais, e, por vezes, até investem em mais do que um.

**Quais são os fatores que vos tornam diferenciados no mercado?**

A forma como nos diferenciamos é o facto de termos uma capacidade de decisão muito curta, ou seja, rápida. Considero que somos extremamente bem organizados em termos de strategic making. A nível de apoio exterior, as pessoas que colaboram connosco na análise de oportunidades, são de excelentíssimo valor. Aliás, são fundamentais e ajudam-nos no processo de decisão.

O facto de termos fundos



Management System  
ISO 9001:2015



www.tuv.com  
ID 9000012187

mais pequenos demonstra a nossa diferenciação em quereremos fazer o investimento e aplicar o capital e não estamos focados em fundos de gestão demasiado grandes. O nosso objetivo é aplicar o capital, pegar nele e investi-lo e apoiarmo-nos mais no sucesso do ganho do que necessariamente no capital angariado, porque queremos que esse capital cresça.

Outro fator que nos diferencia é a seriedade acima de tudo, garantir que cumprimos com o que estamos a comprometer, cumprir na íntegra todos requisitos de qualidade, ética e conflito de interesses.

**O que espera alcançar com a Lince Capital até 2025?**

Olhando para o mercado in-

ternacional, quero que sejamos uma empresa portuguesa que faça a diferença e que passa a ser um nome de referência. Em 2025 gostava de estar nesse mercado, mesmo que seja uma presença menor.

Queremos ser uma referência no mercado, fazer o nosso trabalho o mais profissional possível e sermos diferenciadores. Temos estado na linha da frente na abordagem ao mercado, nomeadamente em vários aspetos como: fomos os primeiros a apresentar os fundos Golden Visa; na simplificação do processo de subscrição para investidor estrangeiro; incluímos a Interbolsa no processo de depósito de unidades de participação e queremos continuar na linha da frente.



# Referência nacional no setor automóvel

## Benecar

Fundada em 1991, a Benecar tem vindo a trilhar o seu percurso de uma forma segura e sólida que permite oferecer diversos serviços aos clientes. Nuno Grosa, Presidente da Benecar, conversou com a Revista Qualidade & Inovação sobre um marco tão importante: os 30 anos de vida da “Cidade do Automóvel”.



Nuno Grosa, presidente

**Intitulada de “Cidade do Automóvel”, com que objetivo nasceu a Benecar?**

A Benecar nasceu há 30 anos, em abril de 1991. O objetivo sempre passou por garantir a satisfação de quem nos procurava, oferecendo as melhores condições para a

compra de automóveis. Aqui compra um carro usado ou seminovo como se de um novo se tratasse! O conceito “Cidade do Automóvel” surgiu em 2019 com o objetivo de proporcionar uma experiência única e incomparável na compra de um novo carro, naquele que é um local único em Portugal, com uma

quantidade e variedade de viaturas como nunca se viu. Nesta experiência pode usufruir de, entre muitas outras atrações, de um café/restaurante “Paddock Caffé”, homenagens a pilotos de Fórmula 1 e uma exposição de clássicos!

**Que tipo de serviços apre-**

**sentam e que são uma mais valia para o cliente?**

Na Benecar, o cliente está sempre em primeiro lugar, não fosse a nossa principal missão proporcionar ao nosso cliente (enquanto ativo mais precioso) uma experiência única, inovadora e diferenciada, na compra de carro. Temos como ambição

conquistá-lo, fidelizá-lo e torná-lo representante de uma marca de prestígio que também lhe pertence. Para isso, temos um departamento comercial dedicado exclusivamente ao cliente, para o ajudar a encontrar o que precisa. Para facilitar e acelerar o processo de compra de viatura, temos um departamento dedi-



cado aos seguros auto e outro dedicado financiamentos auto (somos intermediários de crédito autorizados pelo Banco de Portugal), de forma a tornar todo este processo mais célere. Oferecemos ainda garantia total em todas as viaturas, tendo Oficinas próprias e um serviço de após-venda sempre pronto para responder a qualquer necessidade. Temos ainda a nossa rent-a-car (Be rent), que possibilita o serviço de aluguer de viaturas, de curta ou longa duração.

**Trabalham com simpatia e tratam os clientes como família. Como avaliam o papel da vossa equipa?**

A nossa equipa é composta por cerca de 200 profissionais, todos eles identificados com a empresa e, acima de tudo, identificados com o significado de Família Benecar. O ambiente familiar é reconhecido e todos aqueles que nos visitam acabam por entender isso e entrar na nossa Família.

**Num setor tão competitivo, como acompanham o avanço tecnológico do mercado?**

Desde cedo que acompanhamos o avanço tecnológico no setor automóvel. Em 2014 já tínhamos um call center dedicado única e exclusivamente à venda

de automóveis. Fomos também pioneiros, em 2017, na criação de um estúdio de fotos em sistema 360°. Também as nossas oficinas estão equipadas com os melhores equipamentos e tecnologia. A nossa equipa de I&D está também atenta a todas as movimentações do mercado. Além de tudo isso, temos uma equipa dedicada a criação e produção de conteúdos digitais, seja para redes sociais ou para exposição nas nossas instalações.

**Atualmente, existe uma crise no fornecimento de automóveis novos e seminovos. De que forma lidam com este entrave?**

De facto, é algo que tem dificultado regularmente o nosso stock. Ainda assim, temos uma enorme variedade de viaturas em exposição, conseguindo sempre responder da melhor forma ao que os clientes procuram. No entanto, é uma situação imprevisível e não sabemos até quando irá durar este entrave, mas vamos contar com as nossas fortes parcerias para dar a volta a esta situação.

**Estão a comemorar o 30º aniversário. Que balanço fazem de 30 anos de dedicação e profissionalismo?**

São isso mesmo, 30 anos de

dedicação ao cliente, que nos permite ter milhares de clientes fidelizados e que reconhecem o profissionalismo de toda a nossa equipa. São 30 anos de crescimento e inovação, apoiados por uma equipa de profissionais sólida e dedicada e pelos sorrisos e reconhecimento da parte de clientes satisfeitos.

O balanço é positivo e em crescendo, tal como tem sido o crescimento das nossas infraestruturas e do número de clientes fidelizados.

**O que espera alcançar para o futuro da Benecar?**

Pretendemos reforçar a marca, ano após ano, como referência nacional no setor automóvel.

A Benecar pretende continuar a satisfazer as necessidades de quem nos procura, ajudando aquele cliente a concretizar o sonho de comprar o seu primeiro carro ou aquela família que precisa de um novo automóvel. No fundo, a Benecar continuará a reger-se pelo mais importante, o cliente!



# Benecar®

Cidade do Automóvel



**Viva uma experiência única  
na compra do seu novo carro**

**2.000 Automóveis de Todas as marcas.**

ATRAÇÕES



*Paddock  
Café*



*Exposição  
de Clássicos*



*Homenagem  
Pilotos F1*

SERVIÇOS



*Intermediário  
de Crédito*



*Soluções Mobilidade  
para empresas*



*Oficina  
Recomendada*

 **Benedita (Centro do País)**  
 **+351 262 925 190**

[benecar.pt](http://benecar.pt)



# Orivárzea: a natureza do Arroz



Demonstração “Ordem da Cabidela” no “Congresso dos Cozinheiros 2021”

Sediada em Salvaterra de Magos, a Orivárzea conta com as mais conceituadas marcas de arroz portuguesas. Sabor, diversidade e qualidade são as características perfeitas para qualificar os produtos desta empresa. O diretor de marketing e da área comercial Filipe Ventura foi nosso entrevistado nesta edição para nos desvendar o mundo Orivárzea.

condições, o que significa também que o arroz não foi sujeito a tratamentos químicos agressivos. Para evitar essas infestações de uma forma natural, temos um equipamento que separa do ar livre o oxigénio, injetando, dentro da embalagem, os restantes gases presentes na atmosfera, ficando esta com um máximo de 5% de oxigénio, sendo desta forma muito difícil que o gorgulho ou outro possam eclodir e aparecer no arroz por não terem oxigénio.

**Manter a tradição não significa deixar de inovar. De que forma unem a inovação tecnológica com a diminuição da pegada ecológica?**

Na nossa história de apenas 24 anos, inovar de forma ecologicamente consciente tem sido sempre um dos nossos lemas, quer por sermos produtores e querermos preservar a fauna e flora que nos ajudam a produzir um arroz de excelência, quer por sentirmos ser uma obrigação de todos nós diminuir drasticamente tudo o que possa prejudicar o meio ambiente.

Nos nossos campos, ao longo dos últimos anos, com a evolução tecnológica, quer no alisamento das terras com a ajuda da tecnologia laser, quer na gestão das águas necessárias para manter a temperatura do arroz estável, foi possível reduzir os consumos de água e sermos muito mais eficientes. Igualmente na produção, produzimos em produção integrada e alguns hectares em regime biológico, garantindo de ambas as formas uma produção mais natural e amiga do ambiente.

No nosso processo fabril,

cerca de 30% da nossa energia gasta provém de painéis fotovoltaicos, e nos últimos anos conseguimos também reduzir os consumos energéticos em cerca de 20%, sobretudo com a aquisição de equipamentos mais eficientes, e sobretudo com a eliminação de um túnel de calor para agrupar os packs de embalagens. Esta alteração permitiu também a redução do desperdício e do consumo de plástico em 20%. Esperamos em breve ter um plástico 100% biodegradável, desde que permita a atmosfera protetora nas embalagens, para não termos de submeter o arroz a nenhum tratamento químico, como é usado em algumas fábricas.

**Que balanço faz deste ano e quais são os desafios preparados para 2022?**

A nossa ceifa é sempre no fim de cada ano, e por termos tido no fim de 2019 e no fim de 2020 uma quebra de produção superior a 20%, os anos seguintes a

essas produções (2020 e 2021) foram muito desafiantes. Para juntar a isto, tivemos e estamos ainda a ter a situação pandémica, o que nos levou também a ter elevadas quebras na restauração, onde somos um dos arrozes preferidos.

Os desafios para 2022, aparentemente são sobretudo a incerteza e dificuldade em planearmos ou prevermos. Temos a situação pandémica, mas neste momento a maior dúvida é nas entregas da matéria-prima e nos preços dos combustíveis. Matéria-prima, porque os nossos fornecedores de cartão, plástico, paletes, etc., estão a ter dificuldades em obter os materiais e incerteza nos preços que a vão obter. Os preços dos combustíveis também influenciam tudo.

Quanto ao nosso arroz, as perspetivas são boas. Terminamos há poucas semanas a nossa ceifa, e foi um ano bom, encaramos por isso o 2022 positivamente e com muita ambição.

**A**pelidado de “O genuíno e saboroso arroz de Portugal”, falemos da origem da Orivárzea.

A Orivarzea surge da união de dez orizicultores do Ribatejo (Lezíria Ribatejana), por forma a juntar conhecimentos, a ganhar dimensão/escala e a poder, desse modo, elevar o patamar de qualidade, quer na produção, quer à posteriori na transformação do arroz, ficando dessa forma os acionistas (obrigatoriamente orizicultores) com a capacidade de controlar todo o processo. Neste momento são 42 acionistas.

Todo o arroz comercializado pela Orivárzea, sob as nossas marcas Bom Sucesso e Belmonte, é produzido nos nossos terrenos, 100% da Lezíria Ribatejana, 100% Português, um arroz local, de proximidade, ao invés da grande maioria já comercializada no nosso país.

**No vosso portefólio consta uma vasta gama de produtos. Apresente-nos os diferentes tipos de arroz e respetivas marcas com o selo Orivárzea.** Em todo o mundo são produ-

zidos arrozes que se dividem em duas grandes famílias, os Japónica e os Índica. Nos arrozes “Japónica”, os que são mais comuns serem produzidos no sul da Europa, a Orivarzea produz arroz Carolino (variedade Ariete para a marca Bom Sucesso e Presto para a marca Belmonte), arroz para Risoto (variedade Ulisse) e arroz para Sushi (variedade Sfera R2). Na família dos Índica, produzimos Agulha (variedade Sprint para o Bom Sucesso e Cl-26 para a marca Belmonte), e Agulha Aromático (variedade Elettra R2).

Porque cada tipo de arroz tem diferentes tempos e características de cozedura, mesmo quando falamos de carolinos, embalamos cada marca e cada um dos tipos de arroz apenas com uma única variedade (monovarietal), para que possa manter sempre uma uniformidade e elevada qualidade.

Na nossa marca Bom Sucesso, evoluímos também no tipo de embalagem, para uma atmosfera protetora no interior da embalagem. O arroz, na sua produção, de uma forma natural, está sujeito a que apareça gorgulho ou outra praga, desde que seja submetido a determinadas



# Qualidade e Excelência do Ensino, Investigação e Desenvolvimento

## ISCAL

O Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL) conta com uma história de 262 anos marcada pela excelência, responsabilidade social e qualidade de ensino. Em entrevista à revista Qualidade & Inovação, Orlando Gomes, Presidente do ISCAL, partilha o legado deixado desde a Aula de Comércio, os cursos que o Instituto oferece, bem como a perspectiva de novas áreas de ensino para o futuro.



Orlando Costa Gomes, diretor

### Conte-nos brevemente a história do ISCAL.

Há 262 anos nasceu a Aula de Comércio, a génese do ISCAL que foi criada por Marquês de Pombal em 1759. Somos herdeiros de uma tradição que já vem da época dos Descobrimentos, altura em que era preciso haver um conjunto de pessoas formadas nas áreas de

comércio e contabilidade. Mais tarde, a Aula de Comércio deu origem ao Instituto Comercial de Lisboa desde o início do século XX até aos anos 70 e foi aí que a escola se converteu no atual Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL) ainda antes do nascimento dos institutos politécnicos. Quando os institutos politécnicos foram criados em Portugal, o ISCAL integrou o

Instituto Politécnico de Lisboa, no final dos anos 80.

Temos uma tradição que vai muito além daquilo que é a nossa Instituição. Para além do ISCAL, o Instituto Politécnico de Lisboa agrega mais sete escolas.

Atualmente estamos localizados no prédio da Avenida Miguel Bombarda e temos cerca de 3500 alunos, mais de 200 professores e mais de 30 funcionários.

### Quais são os cursos que fazem parte da oferta formativa?

Temos cinco licenciaturas que funcionam em regime diurno e pós-laboral: Contabilidade e Administração; Finanças Empresariais e Gestão; Solicitadoria; Comércio e Negócios Internacionais, a nossa licenciatura mais recente. Além disso, temos sete mestrados criados no pós-Bolo-

Ninguém conhecia as potencialidades do ensino online que agora passamos a ter. Houve uma mudança tremenda que se fez sentir no final do ano letivo 2019/2020. No ano passado tivemos a possibilidade de adquirir, para todas as salas, material de áudio e vídeo que permitiu ter aulas remotas.

nha: Contabilidade; Fiscalidade; Auditoria; Contabilidade e Gestão das Instituições Financeiras; Controlo de Gestão e Avaliação de Desempenho; Gestão e Empreendedorismo e Análise Financeira.

**Como correu a adaptação às aulas online?**

Em março de 2020 tivemos de ir todos para casa, mas fiquei muito satisfeito pela rápida adaptação dos professores e dos alunos. Ninguém conhecia as potencialidades do ensino online que agora passamos a ter. Houve uma mudança tremenda que se fez sentir no final do ano letivo 2019/2020. No ano passado tivemos a possibilidade de adquirir, para todas as salas, material de áudio e vídeo que permitiu ter aulas remotas.

Neste momento, a adesão às aulas presenciais é grande, mas damos a possibilidade de aulas online aos estudantes que por razões excecionais não possam comparecer presencialmente.

**Qual foi a principal mudança na área da contabi-**

**A curto prazo estão planeadas pós-graduações num conjunto de áreas. Propusemos que começassem no próximo ano integradas naquilo que vai ser a proposta do Instituto Politécnico no contexto do Plano de Recuperação e Resiliência.**

**lidade? E como descreve a evolução do ISCAL?**

A realidade mudou bastante, pois a noção que temos da contabilidade é uma perspetiva mais tradicional relacionada com o registo da atividade financeira das empresas. Porém, tudo o que seja necessário a este nível, hoje em dia está automatizado. A profissão mudou bastante.

No que diz respeito ao ISCAL, nos últimos anos, não temos tido dificuldades na angariação de alunos. Temos preenchido todas as vagas e as taxas de empregabilidade dos alunos, quando acabam o curso, são bastante elevadas. O nosso corpo docente também tem progredido muito em termos de qualificação, portanto podemos dar-nos por satisfeitos por este progresso nos últimos anos.

**Que tipo de parcerias desenvolvem com Instituições e Empresas?**

Privilegiamos o contacto com as Ordens e cada área tem uma Ordem associada, como por exemplo: Ordem dos Contabilistas Certificados; Ordem dos

Solicitadores, entre outras.

Temos imensos protocolos com múltiplas Instituições. Temos uma ligação na área de contabilidade muito privilegiada com as principais empresas de consultoria e auditoria que existem, nomeadamente multinacionais.

Existe uma diversificação da nossa atividade desde 2007, que nos levou para outros campos. Por exemplo, no nosso curso mais recente, Comércio e Negócios Internacionais, temos parcerias com associações profissionais da área.

Estas parcerias traduzem-se numa taxa de empregabilidade muito grande. Há quem opte por negócios próprios e negócios familiares, mas há empresas que recrutam um volume de alunos muito grande do ISCAL.

**O futuro reserva novas áreas de ensino para o vosso Instituto?**

A formação, a nível de mestrado, faz-nos falta e é possível que venhamos a propor isso, até para dar sequência às nossas licenciaturas mais recentes.

A curto prazo estão planeadas pós-graduações num conjunto de áreas. Propusemos que começassem no próximo ano integradas naquilo que vai ser a proposta do Instituto Politécnico no contexto do Plano de Recuperação e Resiliência. Um dos programas que está em causa é o financiamento de nova formação e formação pós-graduada. Queremos aproveitar isso para criar algo ao nível pós-graduado nas áreas de Contabilidade e Gestão.

Por fim e apesar de estarmos bem localizados no centro da cidade, o ISCAL irá mudar de instalações para um novo edifício localizado no campus de Benfica do Politécnico, onde já se encontram outras escolas do Instituto.

**LICENCIATURAS**  
**CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO**  
**GESTÃO**  
**FINANÇAS EMPRESARIAIS**  
**SOLICITADORIA**  
**COMÉRCIO E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**

**MESTRADOS**  
**PÓS-GRADUAÇÕES**

**ISCAL**

**ISCAL espera por ti!**

ENSINO SUPERIOR PÚBLICO

# Tecnologia baseada em localização **Bluecover**

Fundada em 2014, a Bluecover dedica-se ao desenvolvimento de serviços de geolocalização para diferentes setores de atividade. Nuno Duro dos Santos, sócio-fundador, esteve à conversa connosco para desvendar a história da empresa e os produtos que fazem a diferença na Bluecover.



Nuno Duro, CEO

**C**omo surge a ideia de criar a Bluecover? A Bluecover é uma empresa especializada em geolocalização. Criei a empresa com um sentido mais abrangente da

geolocalização, onde por exemplo um dos nossos primeiros produtos envolvia a deteção e localização de tacadas no golfe. Sou formado em Engenharia Informática e tenho um percurso muito associado ao desenvolvimento de software e

também de hardware. Quando criei a Bluecover foi numa perspectiva de desenvolvimento de produto de geolocalização (com base na utilização de dados e imagens de satélite), mas também prestar serviços de desenvolvimento. Hoje em dia, temos um conjunto de produtos globais. Não nos focamos diretamente no mercado português, apesar de termos alguns clientes em Portugal. Prestamos serviços de desenvolvimento de software, que está hoje muito associado a aplicações para telemóvel. Também fazemos desenvolvimento de hardware com a produção de pequenos circuitos de eletrónica aplicados em dispositivos de IoT (Internet das Coisas).

#### Qual o produto que faz a diferença na vossa empresa?

O nosso produto mais popular é um produto para levantamentos topográficos (GPS Waypoints). Temos cerca de 260 mil utilizadores a nível global. Este nosso produto tem duas vertentes: uma de alta precisão onde a aplicação mobile pode ligar-se a um recetor para fazer levantamentos topográficos ou podemos utilizar a localização que já vem embutida no tele-

móvel para fazer levantamentos de inspeções. Tipicamente, os nossos utilizadores são das áreas de agricultura, construção, infraestruturas e floresta.

Como somos especialistas em GPS, uma das coisas que fazemos no aeroporto de Lisboa é a monitorização dos sinais de GPS, utilizados pelos aviões, de forma a avaliar a qualidade do sinal na zona e detetar potenciais interferências.

#### Quais são as áreas de atividade onde mais aplicam os vossos produtos?

Trabalhamos com setores de mobilidade, aviação, entre outros. Porém, estamos mais focados na solução tecnológica do que nos setores.

Por exemplo, nossa principal aplicação de levantamentos topográficos é genérica. Muitos dos utilizadores aplicam-na consoante o seu próprio processo. A aplicação converte os dados para os formatos SIG's standard e para os sistemas de coordenadas nacionais ou locais. Além disso, a aplicação é interoperável com alguns recetores profissionais de elevada precisão, obtendo o posicionamento preciso desses recetores. Conse-

guimos, ainda aumentar a flexibilidade dos utilizadores, dando a possibilidade de utilização dos nossos próprios recetores de alta precisão.

Por outro lado, quando fazemos um desenvolvimento à medida usamos o processo do cliente e a terminologia usada no seu setor de atuação.

#### Como vê a evolução da Bluecover?

Nestes dois últimos anos, com a pandemia, tivemos uma pequena contração, mas que permitiu dedicarmo-nos ao desenvolvimento de produto e fortalecer competências em aplicações móveis e IoT. É nesses desenvolvimentos, em particular nos novos produtos de alta precisão (recetores GISUY) que iremos apostar nos próximos dois anos.

Estamos a estudar a possibilidade de termos vários distribuidores para conseguirmos fazer uma produção em escala, reduzindo o tamanho do produto, e desta forma estender a comercialização global que está atualmente em curso.

A nossa motivação é tornar os utilizadores de smartphones em criadores de mapas de alta precisão.



#### GISUY Precision

Permite a utilizadores de smartphones tornarem-se criadores de mapas de precisão



# Cola tudo sobre tudo

A UHU tornou-se numa marca conhecida e acarinhada pelos portugueses, que nos acompanha em qualquer faixa etária. Em entrevista, José Luís Raposo, Diretor Geral da UHU Ibérica Adesivos Lda, destaca o percurso da marca em Portugal, os novos produtos e a respetiva sustentabilidade dos mesmos, que a tornam diferenciadora e única.



**E**stão no mercado português há mais de 20 anos. Como acompanham o desenvolvimento da marca em Portugal?

O grande desenvolvimento e sucesso que a marca tem tido em Portugal tem sido fruto duma permanente visão do mercado e da consequente estratégia aplicada. Sistemáticamente são detetadas oportunidades que procuramos colocar em marcha. São analisadas tendências de mercado e dimensões do mesmo. Os concorrentes são também alvo duma análise sempre que possível. A nossa forte presença no Retailo tem sido uma das ferramentas mais importantes e é o resultado do nosso desenvolvimento em todos os Canais de Distribuição: Canal Hiper/Supermercados (Papeleria e Bricolage), Canal Tradicional (Papeleria e Bricolage) e Canais Especialistas (Papeleria e Bricolage). Esta presença forte em todos os Canais garante-nos uma consistência, estabilidade e crescimento permanente, mesmo em tempos de

crise (a grande crise económica de 2010 a 2015 e a atual criada pela pandemia).



**Para além das tão conhecidas colas que fazem parte do vosso portfólio, que outras categorias estão associadas à UHU?**

Mercê do caminho que a marca UHU tem percorrido em Portugal, podemos afirmar que a mesma nos dias de hoje já é reconhecida muito para além da Colas.

Atualmente realçaria as se-

guintes categorias: Corretores e Fitas Adesivas na área da Papeleria e Produtos de Limpeza Profissional, Vedantes, Desumidificadores e Fitas Adesivas na área da Bricolage. Realço também o recente lançamento de uma outra marca do Grupo, por nós comercializada, Griffon que atua na Colagem, Fixação, Vedação e Lubrificação nos Canais Profissionais da Canalização para Construção, Piscinas e Rega.

**Que aspetos diferenciadores apresentam em relação aos restantes players do mercado?**

Os aspetos diferenciadores são a qualidade intrínseca dos produtos, a nossa política comercial coerente ao longo de todos estes anos e o grande nível de serviço que prestamos aos nossos clientes. E por clientes entendemos não somente o “Comércio”, mas também os próprios Consumidores. Cada vez mais apoiamos/informamos/comunicamos nas Redes Sociais e no Comércio Eletrónico, ou não fosse esta a grande tendência do momento atual e das gerações futuras.

**“We Care” é o programa de sustentabilidade adotado pelo Bolton Group. Quais são os pilares que sustentam o programa?**

Todo o programa assenta em objetivos de sustentabilidade permanentes e identificados para os próximos anos em toda a cadeia de produção: origem da Matérias Primas (muitas recicladas, principalmente embalagens), produção não poluente, aproveitamento total dos resíduos resultantes da mesma, utilização de energia verde na produção, isenção de matérias nocivas na composição dos produtos e diminuição de plásticos e desenvolvimento de produtos fáceis de aplicar/utilizar e seguros para o Consumidor. Especificamente na área Alimentar (o Bolton Group é o líder Europeu nas conservas de atum) existe um

programa de pescas sustentáveis (inclusive o grupo tem vários barcos de pesca). Recentemente comprou uma empresa nos EUA especialista e líder em conservas sustentáveis (curiosamente o dono e fundador é Português).

**Tendo em conta o panorama que vivemos, quais são as perspetivas para o futuro da UHU?**

As perspetivas são boas. Existem e sempre existirão crises no mercado criadas pelos mais diversos motivos. Mas as crises geram sempre oportunidades.

Realço que a Marca UHU está muito bem implementada em Portugal, é uma marca de confiança para o Consumidor e uma marca que se preocupa com o desenvolvimento positivo do mercado e a segurança na utilização dos produtos. Costumo dizer que somos uma marca que nasce no berço e nos acompanha até à terceira idade.

O dinamismo entretanto criado também será um bom alimento, sem dúvida, para as boas perspetivas futuras, independentemente das crises que possam vir a surgir!





## A COLAGEM DE SEMPRE, A PENSAR NO FUTURO!














www.uhu.pt





**UHU – cola tudo sobre tudo**

# A nossa maior recompensa é o reconhecimento do nosso trabalho!

## Marginalarm

Com a experiência do passado a construir no presente a Segurança do futuro, a Marginalarm Lda destaca-se no mercado pelo seu empenho, profissionalismo e qualidade que colocam em cada Projeto. A comemorar 10 anos no mercado, Cristina Loureiro e José Adelino Metelo são os rostos por trás de um projeto que se orgulha da evolução que têm proporcionado no setor da Segurança.



Equipa Marginalarm com José Adelino Metelo e Cristina Loureiro ao centro

**A** Marginalarm nasceu em 2011. O que vos levou a esta especialização?

**Cristina Loureiro:** Já trabalhava na área de segurança eletrónica há 20 anos, embora ligada à área financeira e administrativa. O José Adelino tem cerca de 42 anos de experiência na parte técnica e comercial em cargos de direção noutras empresas do setor. Perante uma involuntária situação comum de desemprego resolvemos unir forças com o know-how que tínhamos e iniciar o projeto Marginalarm.

Nascemos oficialmente em novembro de 2011 após apresentação do Projeto ao IEFP e o apoio da DNA Cascais. Em 2012 fomos distinguidos como Projeto Empreendedor por este mesmo organismo da Câmara Municipal de Cascais. Desde então, o percurso tem sido muito cauteloso e ponderado, mas sempre ascendente. Face a esse crescimento após duas mudanças de instalações optá-

mos por adquirir um espaço próprio com cerca de 250m<sup>2</sup> para podermos proporcionar uma resposta mais adaptada às exigências crescentes.

O facto de sermos uma empresa familiar é fator preponderante para o sucesso obtido, assente numa equipa talentosa, unida e forte, extremamente atenta às oportunidades, sempre disponível e apostada em tratar qualquer assunto com o máximo cuidado e competência.

### Qual é o core business da empresa?

**Cristina Loureiro:** Prestamos serviços em toda a área da Segurança Eletrónica existente no mercado nomeadamente, Sistemas de Detecção e Extinção de Incêndios, Sistemas de Videovigilância, Sistemas Anti-Intrusão e Roubo, Controlo de Acessos, Cofres, etc.

**José Adelino:** A Marginalarm tem uma abrangência praticamente total em sistemas e equipamentos de SCIE e Segurança Eletrónica muito para além daquilo que é mais vulgar na grande maioria das empresas do ramo, o nosso âmbito estende-se aos equipamentos e materiais de Portas e Compartimentação Corta-Fogo, Redes de Incêndio Armada, Desenfumagem, Pinturas Ignífugas, Iluminação de Emergência, Sinalética Fotoluminescente, Extintores, entre outros. Aliados a parceiros estratégicos e formalmente vinculados podemos apresentar propostas do tipo “chave na mão” desde o Projeto de SCIE até às Medidas de Autoproteção, passando pela instalação, implementação, assessoria técnica, e acompanhamento terminando na Manutenção Preventiva e Corretiva e naturalmente na

Assistência Técnica.

No fundo implementamos soluções diferenciadas de Segurança adaptadas a cada necessidade e circunstância.

A implementação da Plataforma Eletrónica de Assistência Técnica e Manutenção que temos em curso irá disponibilizar brevemente aos nossos clientes um Serviço Efetivo de Assistência e Piquete Técnico 24 Horas.

**Cristina Loureiro:** Somos cada vez mais procurados de forma voluntária por empresas Públicas e Privadas de grande dimensão e renome, nacionais e internacionais, devido ao prestígio que vamos obtendo, bem como a reconhecida qualidade dos nossos Equipamentos e Serviços. A Manutenção Contratual Preventiva e Corretiva é uma das nossas maiores apostas, uma vez que proporciona aos clientes uma total fiabilidade funcional e consequente redução nos custos associados a médio e longo prazo. Para nós, resulta numa programação de trabalhos atempadamente organizados/planeados e em plena satisfação pelo serviço prestado.

### O que vos diferencia num mercado cada vez mais exigente?

Dado que não possuímos qualquer estrutura Comercial organizada e efetiva, acreditamos que a diferença está numa sequência de procedimentos que se inicia no atendimento telefónico, passando pela pontualidade nas marcações/agendamentos, máxima transparência na apresentação das propostas, terminando obviamente na qualidade da prestação do serviço de implementação e pós-venda. Temos um elevadíssimo índice de reincidência/recomendação

de compra por parte dos nossos clientes o que demonstra uma evidente satisfação.

Outro elemento que consideramos diferenciador é a nossa abrangência aos mais diversos equipamentos, o que nos permite responder a um cliente que tenha equipamentos de várias marcas.

No fundo somos reconhecidos por disponibilizarmos um serviço de boa qualidade, quer em termos de apresentação da solução e instalação, quer em termos de serviço pós-venda. Apesar de respondermos a todo o tipo de solicitações temos inúmeras obras de acentuado relevo na Hotelaria, Indústria Fabril, Condomínios, Edifícios e organismos Públicos e Privados.

Também o facto de termos desde sempre apostado de forma absoluta em manter irrepreensíveis todos os processos Fiscais e Legais, Formação, Certificação e Credenciação obrigatórias, como a Certificação de Qualidade ISO/9001 que contribui decisivamente para uma gestão eficaz, excelente análise de resultados e introdução de melhorias contínuas.

### Quais são as vossas expectativas e estratégias para o futuro da Marginalarm? O futuro está de mãos dadas com a evolução tecnológica?

Sem dúvida! Porém em Portugal, a tecnologia não está já a ser tão utilizada como acontece noutros países da Europa neste setor, embora atualmente os clientes já pretendam soluções integradas mais avançadas. Talvez uma deficiente ou menor formação técnica possa estar a impedir esta evolução natural.

Existe por parte de algumas empresas apenas a preocupação



da obtenção dos requisitos legais inerentes á atividade em detrimento da Qualidade e aferição da formação obtida.

A Marginalarm, tem neste momento em mãos um projeto em fase muito avançada, de elevada envergadura e funcionalidade tecnológica, que ainda não podemos divulgar.

O nosso futuro irá continuar a passar pela formação contínua dos nossos quadros, uma seleção criteriosa de fornecedores com capacidade para prestarem apoio técnico, apresentarem novos equipamentos de superior qualidade e capazes de prestarem uma adequada e completa formação.

Sabemos que o futuro é cada vez mais tecnológico e estamos a prepararmo-nos para investir nesse campo. É fundamental

utilizar todos os recursos disponíveis no mercado, que nos permitam dar uma crescente oferta e qualidade de serviço, fazendo uso das novas tecnologias.

No dia 14 de Novembro de 2021 celebrámos 10 anos de atividade o que é para nós um enorme motivo de orgulho e satisfação. Temos a noção que nestes 10 anos que permanecemos no mercado a segurança já não é o que era, um pouco devido ao nosso contributo!

Um muito obrigado aos nossos colaboradores, parceiros e clientes por construírem conosco este caminho no qual desejamos continuar sempre juntos e a manter “A Sua margem de Segurança!”



**MARGINALARM**  
SERVIÇOS E SISTEMAS DE SEGURANÇA



**10 ANOS**  
A SEU LADO

## A SUA MARGEM DE SEGURANÇA...

✉ MARGINALARM@MARGINALARM.PT  
 📍 RUA DE SANTA LUZIA, Nº 326A  
 2775-739 CARCAVELOS  
 ☎ 218 011 592

 MARGINALARM LDA



# Uma escola atenciosa, inclusiva e trilingue

## L'École Trilingue

Situada no Restelo, a L'École Trilingue tem um conceito inovador de aprendizagem por imersão. Verónica Ferreira, diretora da escola, conversou connosco sobre os desafios e as mais-valias da aprendizagem através da experiência para que as crianças possam crescer num ambiente internacional, seguras e felizes.

**Qual é a missão da L'École Trilingue?**

A Escola Trilingue é uma estrutura escolar à escala humana onde alunos dos 2 aos 6 anos podem crescer, florescer e descobrir o mundo em francês, inglês e português.

A Escola Trilingue é baseada

no modelo educacional de aprendizagem por imersão num ambiente acolhedor e familiar.

A sua ambição é apoiar estudantes de todas as nacionalidades e origens na educação trilingue, aprovada pelo Ministério da Educação Nacional, Juventude e Desportos de França e certificada pelos Ministérios da Educação e Assuntos Sociais

de Portugal.

Uma escola atenciosa, inclusiva e trilingue, uma nova escola, cujo programa educacional é baseado nos programas nacionais franceses, mas que incorpora uma dimensão definitivamente cultural, o que permitirá aos alunos florescerem num ambiente internacional, multilingue, familiar e reconfortante.

**Apresentam um conceito pedagógico inovador centrado na aprendizagem por imersão. Em que consiste este conceito e quais são as mais-valias?**

Combinados com o ensino reforçado do português, o francês e o inglês são as duas principais línguas de aprendizagem. A sua utilização, em paridade horária,

por professores de língua materna, garante um domínio oral rápido.

A imersão linguística num ambiente escolar consiste em rodear o aluno de uma linguagem para que ele possa aprendê-la através da experiência.

Acima de tudo, trata-se de criar um "banho" auditivo e cultural e de associar-lhe ações.



A criança fará então associações entre o que ouve e o que vê. Pouco a pouco, estabelecerá ligações com os seus próprios referenciais.

Não se trata, portanto, de aprender apenas uma língua, mas de aprender numa língua.

Quanto mais jovem for a criança, mais eficaz será a imersão porque a criança está a iniciar a sua construção linguística.

As vantagens são várias:

- Criação de uma ligação emocional com uma língua;
- Amplificação da curiosidade intelectual;
- Adaptabilidade a diferentes ambientes;
- Abertura a diferentes culturas;
- Aumento da concentração;
- Melhoria da autoconfiança.

Na “L’École Trilingue”, apelamos aos falantes nativos, portadores de uma língua, mas também de uma cultura específica para otimizar esta imersão. As duas principais línguas de aprendizagem são o francês e o inglês. O português, por seu lado, é ensinado de forma reforçada de acordo com diferentes grupos de competência, quer para os alunos de língua materna quer para aqueles para os quais é uma língua adicional.

**Qual a razão da aposta nes-**

**tas três línguas? Ponderam acrescentar mais línguas para breve?**

Lisboa é uma cidade internacional em crescimento onde coexistem muitas línguas e culturas, é um ambiente propício à aprendizagem multilingue precoce.

O inglês, o francês e o português estão entre as línguas mais utilizadas no mundo: diplomacia, comércio, internet... O domínio destas três línguas é, portanto, um trunfo significativo para todos.

A L’École Trilingue do Restelo surgiu na continuidade do sucesso da sua irmã mais velha em Londres (L’École Bilingue), que desde 2004 forma alunos dos 3 aos 11 anos, sendo reconhecida pelas inspeções dos serviços educativos franceses e britânicos pela excelência do seu ensino.

**Têm como objetivo a expansão a nível nacional?**

De momento queremos centrar-nos na criação da estrutura do Restelo. O plano de desenvolvimento vai depender da procura.

**O que está reservado para o futuro da L’École Trilingue?**

O nosso foco é o bem-estar das crianças. Crianças seguras e felizes serão a nossa principal recompensa no futuro.



**l'école trilingue**  
lisboa restelo



Trilingual school  
for children 2-6 years old  
**Enroll today!**

École maternelle trilingue  
pour les enfants de 2 à 6 ans  
**Inscriptions ouvertes!**

Bem-vindos  
a l'École Trilingue!



Avenida do Restelo 21,  
1400-314 Lisboa  
(+351) 910 335 102

[www.lecoletrilingue.com](http://www.lecoletrilingue.com)

# Sistemas informáticos à medida do cliente

## MYTEK

Com mais de 20 anos de experiência no mercado da informática, Andreia Romão e Nuno Dias, embarcaram no projeto MyTek Sistemas Informáticos, em 2015. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, confessam que apostam no profissionalismo, experiência e integridade, como elementos fundamentais para desenvolverem soluções que se adaptam a cada cliente.

**C**omo surgiu a oportunidade de enveredar por esta área de negócio?

**Andreia Romão:**

Eu estava ligada à área financeira, na parte administrativa e o Nuno tinha começado por seguir economia e acabou por enveredar, profissionalmente, pela área informática.

Este projeto já estava pensado há algum tempo, até que em 2015 decidimos avançar com a empresa.

**Nuno Dias:** Quando criámos a MyTek, começámos a trabalhar na garagem da casa onde morávamos. Na altura, antes de constituirmos empresa, já fazia algumas reparações aos computadores dos amigos, mas

a nível particular. O desemprego e por já vir desta área, foi o que nos despertou, para avançarmos com o próprio negócio. Iniciámos com as ferramentas que já tínhamos, 15 anos de conhecimento, um computador, uma impressora, ferramenta própria e fomos à luta!

**Quem são os vossos principais clientes?**

Os nossos clientes, são empresas ligadas à hotelaria/restauração, IPSS, escolas, clínicas veterinárias, dentárias, de fisioterapia, entre outras, nunca esquecendo o cliente particular.

Uma percentagem é de pequena dimensão, é aquele cliente que está a começar, não tem grandes possibilidades financeiras e que precisa de apoio espe-

cializado. O que tentamos fazer é apresentar custos de mão de obra baixos. Tentamos ajudar o máximo possível.

É com grande orgulho que mantemos um protocolo com uma instituição da nossa freguesia, a ARESC. Este protocolo surgiu em 2020, juntamente com o confinamento, conhecendo bem o trabalho da ARESC e de forma a apoiar as famílias, decidimos oferecer o nosso trabalho na recuperação dos computadores avariados.

**Quais são os serviços que prestam ao cliente?**

Comercializamos equipamentos novos, recondicionados com garantia, fazemos reparação, manutenção e assistência técnica a equipamentos informáticos.



Andreia Romão e Nuno Dias, gestores

Comercializamos, igualmente, sistemas de videovigilância, alarmes, controlo de acessos, fechaduras inteligentes, pagers, consumíveis, entre outros.

Comercializamos software próprio, para apoiar a área da Hotelaria e Restauração, a nossa Linha MyT-Rest, dividida em várias Apps, nomeadamente Pedidos de Cozinha, Menu Digital, Ementa Digital e Pedidos de Take Away, disponíveis em telemóvel e tablet.

Do nosso parceiro principal, a SoftSolutions, comercializamos software para Gestão de Sócios, Assistências Técnicas, Gestão Comercial, Gestão de Condomínios e POS para Retail e Restauração. A partir do nosso site é possível verificar as soluções e, inclusive, fazer o download de uma versão 100% funcional para teste do software. De outros parceiros nacionais comercializamos software cloud e para Clínicas Médicas/Veterinárias.

**Que vantagens competitivas apresentam ao mercado?**

Personalização, honestidade, confiança e transparência, são as

principais vantagens. Preferimos não vender, a vender material sem qualidade. Temos soluções adequadas a cada cliente, por isso preferimos analisar caso a caso, ir de encontro ao cliente, ver o que tem e o que, realmente, precisa.

Para nós, MyTek, um negócio só é realmente bom, se for bom para as duas partes.

**O que esperam para o futuro da MyTek?**

Continuar a trabalhar afincadamente, para sermos um pouco melhores, cada dia que passa e possamos chegar mais longe e a mais pessoas.

Queremos inovar sempre mais e crescer!

Ambicionamos ter o nosso próprio espaço, para que nos permita criar mais postos de trabalho.

Não queremos ser apenas mais uma empresa de informática ou, até, a maior empresa de informática, queremos sim, ser a empresa de informática com maior qualidade e valores!



www.mytek.pt  
geral@mytek.pt

Votos de Boas Festas!

O Seu Sucesso  
é o Nosso Negócio!

Parceiro Oficial



PARCEIRO OFICIAL

# Soluções transversais para a qualidade das empresas

Lideradas por Bruno Matias e Jorge Metelo, a Gestécnica e a Metelo.com são duas empresas que se focam nas soluções de faturação, gestão de despesas e assinaturas eletrónicas. Em parceria, pretendem mostrar que a utilização destes softwares promovem mais rentabilidade e qualidade, não só para as empresas mas também para todos os funcionários.

**D**e que forma nasceu esta parceria entre a Gestécnica e a Metelo.com?

A Gestécnica existe desde 2001 e desde 2016 tem esta parceria com a Metelo.com. Trabalhamos tudo o que é faturação e contabilidade juntamente com um forte player de mercado que é a Sage. Aliamos consultoria com a parte técnica de desenvolvimento e temos vindo a reforçar e a criar soluções diferenciadoras e personalizadas.

Neste momento e fruto desta parceria, estamos focados na redução de papel nas empresas e na automação dos processos das mesmas. Essa redução de papel tem haver com duas aplicações que temos: gestão de despesas e recolha de assinatura digital com validade legal e uma terceira aplicação na automatização dos processos que é a possibilidade de integramos de forma automática

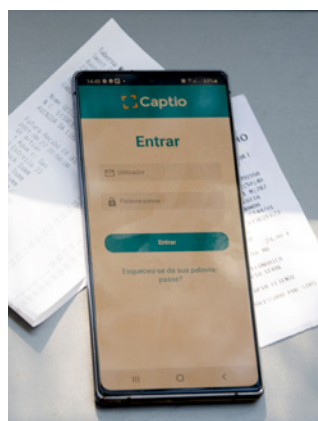
tudo o que são faturas de fornecedores e de clientes no software de contabilidade.

**Estas funcionalidades podem estar integradas nos sistemas das empresas?**

Sim, temos funcionalidades mais específicas que nos permitem fazer a integração em qualquer sistema que a empresa já tenha. Exemplo disso é a gestão das despesas, ou seja, toda a gestão é feita via telemóvel, mesmo a própria autorização e validação das despesas, e depois é integrada no sistema que a empresa já utiliza.

Em relação às assinaturas digitais, mesmo existindo outras soluções no mercado, a solução da Validated ID com que trabalhamos tem algumas vantagens competitivas, quer no preço como no facto de todas as evidências das assinaturas ficarem registadas no documento PDF. Assim, deixam ao cliente toda a informação relativa ao documento assinado, sem obrigato-

riedade de ficar “preso” a um contrato para verificar a validade das assinaturas. Esta assinatura tem validade legal tanto tendo sido assinada presencialmente ou remotamente. Existe ainda a possibilidade de termos uma assinatura que pode ser estudada em termos de caligrafia.



**Qual é a dinâmica da aplicação de gestão de despesas? Quais as mais-valias da sua utilização?**

A aplicação funciona da seguinte maneira: tiramos uma



**Bruno Matias e Jorge Metelo**

fotografia ao talão, através do OCR é reconhecido o fornecedor, o valor, data e número do documento, posteriormente existe um fluxo de aprovação definido pelo cliente para autorizar o pagamento das despesas aos colaboradores. Nas soluções da Emburse Captio existem outras diversas facilidades, nomeadamente a gestão de cartões bancários dos colaboradores, pois temos uma aplicação que trabalha em conjunto com as despesas e que permite criar um cartão bancário à medida de cada colaborador. Todos os gastos que o colaborador tem e que são imputados pela própria empresa podem ser geridos pelo nosso software que faz a reconciliação automática com as despesas.

Através desta aplicação, um dos nossos clientes, conseguiu reduzir uma semana de trabalho em termos de lançamento de informação e outro conseguiu fazer pagamentos diários aos colaboradores.

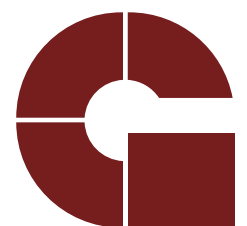
A grande mais-valia da gestão de empresas passa pela oferta de uma solução total ou específica para aquele processo ou atividade que o cliente tem alguma dificuldade em otimizar e nós temos a capacidade de integrar com qualquer software que o cliente esteja já a utilizar.

**O que têm reservado para o futuro desta parceria?**

O nosso futuro irá passar pelo alinhamento do digital e acabar, o máximo possível, com o papel.

A nossa expectativa é conseguimos implementar soluções para que isso aconteça. Queremos dar mais tempo de qualidade a quem está dentro dos processos, de forma a dedicarem-se ao nicho de mercado de cada empresa e otimizar processos e soluções. São essas soluções que nos dão garantia de funcionamento para aplicarmos o serviço no qual somos certificados e termos o conforto para dar ao cliente a solução final.

Por fim, vamos continuar a acrescentar às soluções o serviço e a configuração certa para cada uma das empresas com qualquer tipo de negócio.



**gestecnica.com**



**METELO  
INFORMÁTICA**

**m-metelo.pt**

# Não temos clientes, temos parceiros PSYS

Dedicada às Instalações Técnicas, a PSYS tem como principais parceiros os clientes. Pedro Gonçalves, um dos sócios-fundadores, conversou connosco sobre a abrangência de serviços que oferecem, a adaptação à pandemia e ainda desvendou novidades sobre o próximo projeto.



Pedro Gonçalves, Managing Partner & Co-Founder

**Q**uando decidiram criar a PSYS?

Sou formado em Engenharia Eletrotécnica e estou no mercado há quase 20 anos. Trabalhei em várias empresas de referência, nas quais fui adquirindo uma vasta experiência. Nessa altura, percebi que podia aplicar o meu know-how adquirido nas grandes empresas onde trabalhei, nomeadamente o conhecimento adquirido na conceção de hotéis e complexos desportivos para concebermos projetos adequados a cada cliente e às suas necessidades. Com a criação da marca PSYS,

em 2017, o objetivo passava por aplicar esses conhecimentos em zonas de engenharia, aparentemente, mais simples do dia a dia. Conseguimos aplicar muito do conhecimento adquirido, como é o caso da iluminação, energias alternativas, segurança, automação e gestão técnica centralizada. Percebemos que havia um nicho de mercado com falta de técnicos com know-how e experiência profunda nessa área, dificuldade essa que se mantém.

A partir daí, fomos desenvolvendo parcerias para podermos oferecer aos nossos clientes o conceito chave na mão. Os clientes trazem a ideia inicial, reunimos e coordenamos o

trabalho com a equipa permanente e, quando necessário, com a nossa carteira de consultores externos em outras áreas de engenharia seleccionados no decurso da nossa atividade e que dão garantia de manutenção dos padrões de exigência, competência e eficácia que temos na PSYS. Posteriormente, fazemos a integração e coordenação de todas as áreas no produto final.

**A BIM (Building Information Modeling) é uma das inovações no setor da construção. O que trás de novo esta ferramenta?**

Esta ferramenta é muito útil, porque permite antecipar os problemas que podemos ter na obra e na manutenção. Na obra, fazemos a verificação do espaço necessário para a sua implementação e instalação e na manutenção através do seu registo enquanto parte integrante do edifício. Com a BIM conseguimos registar cada equipamento e associar o plano de manutenção respetivo.

**A manutenção é um serviço essencial em todos os projetos que desenvolvem...**

A área da manutenção permite obter informação em termos de

operação sobre qual a melhor solução do binómio custo/benefício. Quando estamos na fase de desenvolvimento do projeto, “ouvimos” a manutenção para perceber a viabilidade da solução e quais os custos e dificuldades de manutenção. Por vezes, concluímos que inicialmente existe um investimento maior que futuramente irá compensar, quer pelos custos de manutenção, quer pela diminuição da pegada ecológica.

**Porque acreditam que a vossa empresa é uma escolha assertiva para quem vos procura?**

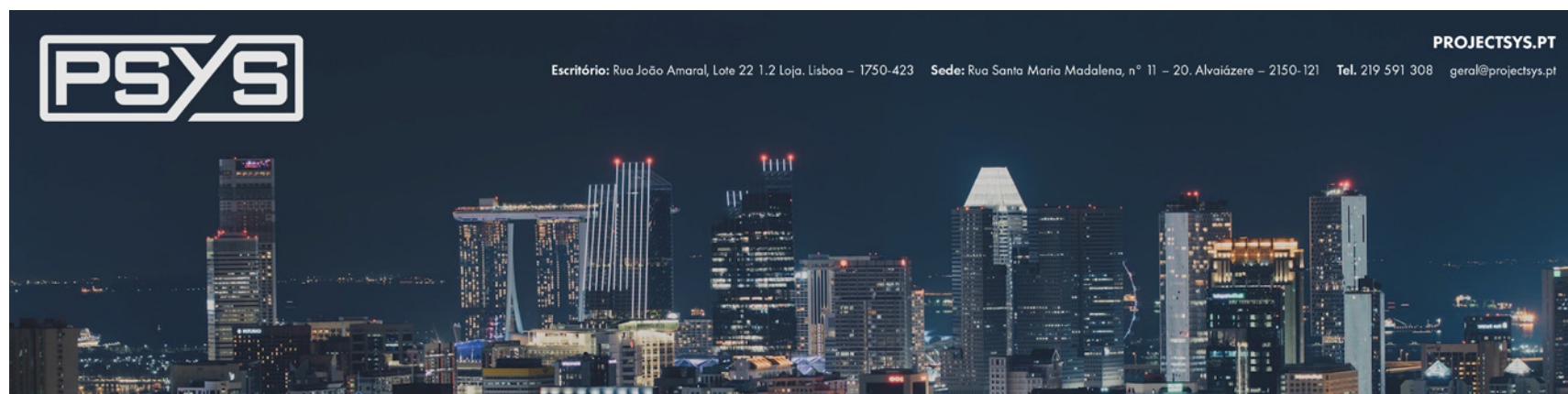
A nossa máxima é: “não temos clientes, temos parceiros”, ou seja, estamos cá para ajudar a atingir o objetivo, porque quem vem ter connosco sabe mais ou menos o que quer, mas depois faltam conhecimentos técnicos e aí entramos nós como parceiros da caminhada.

Somos muito focados na otimização dos nossos serviços e gostamos de transportar isso para os projetos. O nosso elemento diferenciador é a competência, o conhecimento e a experiência de mercado para conceção de uma solução de engenharia adaptada a cada parceiro de negócio. Não fazemos

dois projetos iguais, cada caso é um caso.

**Como foi a adaptação da PSYS à pandemia? Despertou-vos para novas ideias e oportunidades?**

A adaptação foi fácil, temos uma facilidade de mobilidade e trabalho remoto já desenvolvida no pré-pandemia. Há algum tempo que tínhamos uma ideia que vamos colocar em prática no início do próximo ano. Uma área dedicada aos edifícios e muito focada nos alojamentos locais. Este serviço para um nicho de mercado que estamos a montar consiste num serviço de manutenção nas diferentes vertentes: preditiva, preventiva e corretiva, com um pacote de horas em que os nossos técnicos vão visitar regularmente os espaços para fazer a manutenção preditiva e preventiva e, simultaneamente, o cliente terá um técnico disponível 24h para as situações corretivas. Acreditamos que este serviço de manutenção pode ser uma mais-valia para os alojamentos locais e conseqüentemente proporcionar, mesmo quando existe algum percalço, boas reviews aos espaços.





# Reabilitamos o passado, construimos o futuro

## Triangularis

Fundada em 2017, a Triangularis tem como core business a remodelação, reabilitação e construção de raiz. Em entrevista à Qualidade & Inovação, o CEO João Almeida, conversou connosco sobre o percurso profissional, aspetos diferenciadores para o sucesso da Triangularis e os objetivos para o futuro.



João Xavier Almeida, gestor

**C**onte-nos o seu percurso até chegar à Triangularis.

Tudo começou quando iniciei o curso de Segurança no Trabalho há 20 anos. Após terminar o curso, entrei numa empresa de pré-fabricados e comecei a trabalhar na área de Segurança no Trabalho onde desenvolvi todo o trabalho. Após passar por algumas empresas, surgiu a oportunidade de ir para Angola e sempre tive vontade de ter o meu próprio negócio e foi assim que decidi ir para Angola, em 2005. Nessa altura, nasceu a empresa e ao fim de 12 anos em Angola decidi regressar a Portugal.

Quando cheguei a Portugal criei a Triangularis, em 2017. Iniciamos a nossa atividade no mercado de remodelação e reabilitação de habitação. Para além de ser necessário um investimento menor, havia muita procura. Hoje em dia, para além destes serviços, realizamos obras de raiz. Tem sido um crescimento constante.

**Quais são os serviços que têm uma procura mais acentuada?**

A maior parte da faturação da nossa empresa centra-se na área de remodelação de habitação. Temos o exemplo de duas moradias, em Messines, que já existiam mas que deitamos tudo abaixo e só ficaram as paredes

exteriores. Todo o interior foi totalmente remodelado por nós.

**Têm parcerias com outras empresas ligadas ao setor?**

Trabalhamos em parceria com muitas empresas que fazem exatamente a mesma coisa do que nós, quer sejam maiores ou mais pequenas. Se em alguma situação não conseguimos ou não temos possibilidades para resolver, temos parceiros que nos ajudam e apoiam nesse sentido, nomeadamente engenheiros, arquitetos, fornecedores, entre outros.

**O que torna o vosso trabalho diferente no mercado?**

Existem vários aspetos que fazem a diferença como é o caso da transparência, da relação de

proximidade com o cliente e a seriedade com que trabalhamos.

Os nossos clientes podem contar com a experiência de muitos anos da nossa equipa e até já ganhamos obras pela confiança e credibilidade dos funcionários.

Temos clientes que se tornaram amigos da casa e é por isso que digo que não há barreira entre o empreiteiro, o dono de obra e o cliente, pois primamos pelo contacto. Para nós, a melhor publicidade será sempre ter um cliente satisfeito.

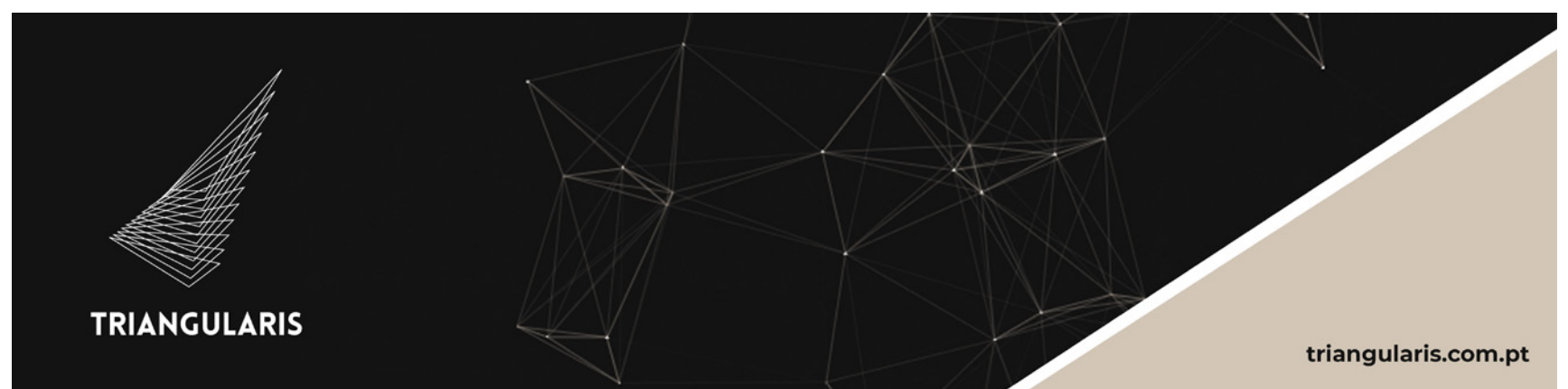
**Quais são os próximos objetivos que ambiciona conquistar?**

Pretendemos estar num patamar que permita solidificar o nome

da Triangularis a nível nacional e com isso angariar mais clientes. Atuamos num mercado de médio/alto luxo, que é um mercado constante, sem quebras significativas.

Posteriormente, ambicionamos entrar no mercado internacional onde se privilegia o aquecimento das casas e a otimização do espaço, ou seja, uma visão diferente do mercado português.

Queremos crescer, mas sempre mantendo esta postura de ligação com o cliente, porque é isso que nos faz crescer.



TRIANGULARIS

triangularis.com.pt

# Química transparente

## Proquimia

O grupo Proquimia nasce em 1971 como uma empresa familiar, próxima dos clientes e com soluções transparentes. O diretor da Proquimia em Portugal, António Rodrigo, conversou com a revista Qualidade & Inovação sobre os desafios do setor, a aposta cada vez mais acentuada na sustentabilidade ambiental, nunca esquecendo o que está reservado para o futuro da empresa.



António Rodrigo, diretor

**C**omo caracteriza a Proquimia? Somos uma multinacional de cariz familiar e já estamos em mais de 20 países, de forma direta e indireta. Em Portugal come-

çamos os negócios, de forma indireta, em 1998. Porém, em 2005 formamos uma empresa portuguesa que pertence ao grupo Proquimia. Portanto, como empresa portuguesa estamos no mercado desde 2005.

Eu entrei em 2006, numa

fase em que o principal objetivo era desenvolver o negócio, em Portugal, à imagem daquilo que temos na Proquimia Espanha e no resto do grupo. A partir daí, desenvolvemos as principais áreas de negócio da empresa: Unidade de Higiene e Unidade

de Tecnologia e Química, áreas em que temos feito o nosso caminho até hoje.

**Quais são as áreas em que atuam?**

Na Unidade de Tecnologia e Química estamos a falar de tra-

tamentos de superfícies, transporte, manutenção industrial e tratamento de águas industriais (caldeiras e torres de refrigeração).

A unidade de Higiene apresenta duas grandes divisões: Institucional, ou seja, o canal

Uma das grandes apostas para o futuro é a tecnologia IoT em que controlamos à distância equipamentos de grandes clientes para evitar que exista descontrolo no processo. Esta tecnologia vai permitir oferecer aos clientes mais e melhores serviços sustentáveis.

Horeca (hotéis, restaurantes, empresas de limpeza) e Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas (ERPI), e depois temos a Divisão Alimentar que vai desde a pecuária até à indústria alimentar transformadora (lacticínios, carnes, vegetais, conservas, bebidas).

**Um dos valores da Proquimia é a aposta na sustentabilidade ambiental. De que forma estão presentes os três R's - Reduzir, Reutilizar e Reciclar?**

Desde que entrei no grupo que encontrei no ADN uma grande componente de sustentabilidade ambiental. Os três R's estão sempre presentes no desenvolvimento de novos produtos, soluções e divulgação. Tentamos ao máximo reduzir a quantidade de matérias primas e plástico que colocamos no mercado.

Em relação à reciclagem, já começamos a ver muita tecnologia e muito investimento nas empresas, ou seja, a economia circular. Aquilo que antes era um subproduto, hoje em dia é

uma matéria-prima, um recurso para entrar no circuito de valor da empresa.

O que pretendemos até 2025 é que todas as embalagens da Proquimia tenham a quantidade máxima possível de plástico recuperado (PCR). Estamos a fazer um caminho para mudar todas as embalagens.

**Como vê a evolução do grupo Proquimia?**

O grupo Proquimia tem como objetivo, nos países onde está, ter um forte crescimento. Em Espanha, estamos no top 3 das empresas e nos outros países também queremos chegar ao top 3.

Em Portugal, a pandemia veio atrasar o projeto que tínhamos em 2019, um forte crescimento da cota de mercado que tínhamos em Portugal com este modelo de negócio da sustentabilidade ambiental.

A evolução deste mercado e da Proquimia vai ser apostar, cada vez mais, nos três R's: menor quantidade de plástico

possível; bolsas hidrossolúveis; chegar ao mercado com plástico que seja 100% reciclado e 100% reciclável para não colocar novo plástico no planeta e apostar nos IoT's.

É por isso que nos definimos como "Química transparente", pois não temos nada a esconder ao mercado e aos clientes e queremos que o nosso único foco seja a equipa e a qualidade da mesma, bem como a criação de valores para o cliente.

**O que está reservado para o futuro da vossa empresa?**

Uma das grandes apostas para o futuro é a tecnologia IoT em que controlamos à distância equipamentos de grandes clientes para evitar que exista descontrolo no processo. Esta tecnologia vai permitir oferecer aos clientes mais e melhores serviços sustentáveis.

Estamos também a apostar muito na formação dos nossos clientes. Qualquer cliente Proquimia pode aceder ao seu plano de formação via MyPro-

quimia.

Como pretendemos a liderança na satisfação do cliente, é muito importante o contínuo crescimento das competências das pessoas, melhoria dos processos internos e contínuo aprendizagem e gestão do conhecimento da empresa.



# Transparência no investimento imobiliário

## 2B Real Estate

Pautada pela qualidade e transparência junto dos seus investidores e clientes, a 2B Real Estate tem como principal core business o investimento imobiliário. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, Hugo Lopes, um dos sócios-gerentes da 2B Real Estate, fala-nos sobre os pontos-chave que definem a essência da empresa.



Hugo Lopes, sócio fundador

### **C**omo define a essência da 2B Real Estate?

Em 2017, foi o ano em que fundamos a 2B Real Estate e nos focamos a 100% no investimento imobiliário e na mediação imobiliária.

Apesar do investimento imobiliário ser a nossa prioridade,

decidimos criar um departamento de construção e remodelação. Este departamento tornou possível alargar a nossa equipa, responder com maior qualidade no tipo de serviço que disponibilizámos, garantir o cumprimento de prazos pré-estabelecidos nos nossos projetos e ao mesmo tempo tornar os investimentos mais rentáveis.

### Como descreve a vossa evolução no mercado?

Desde o momento em que iniciámos neste setor, temos sentido uma procura crescente, transversal a todos os serviços que disponibilizámos - mediação, construção e remodelação. A satisfação dos nossos clientes leva-nos a querer continuar investir, ir mais longe e acrescentar

valor naquilo que fazemos.

### Quais são as mais-valias que trouxeram para o mercado?

Acredito que a principal mais-valia da nossa empresa passa pela transparência com que lidamos com os nossos clientes e na forma como abraçamos todos os projetos em que estamos envolvidos. Privilegiamos um





contacto e acompanhamento permanente com os nossos clientes, tentando corresponder da melhor forma às necessidades e expectativas de cada um.

Temos investido maioritariamente na Margem Sul (Almada e Setúbal), sendo 90% dos nossos clientes, nacionais. Os projetos mais recentes são moradias e prédios, também estes na Margem Sul do Tejo, área onde se tem verificado uma procura muito significativa, assim como em toda a zona periférica de Lisboa.

No nosso ponto de vista, a aposta na Margem Sul deve-se, essencialmente, aos preços mais atrativos e competitivos. Acreditamos que, a longo prazo, torna-se-á um mercado com maior capacidade de valorização.

**Quais são os fatores que fazem a diferença na 2B Real Estate?**

A qualidade do nosso trabalho aliada à credibilidade e à confiança das pessoas fala por si.

**Certamente que o futuro será traçado por novos investimentos imobiliários. Porém, quais são os próximos passos a serem concretizados?**

Estamos a construir um site totalmente diferente, já com as vertentes da empresa divididas e com algumas especificidades em relação à procura de imóveis para aquisição, nunca deixando qualquer imóvel sem uma proposta formal. Contamos que esteja disponível ainda no mês de dezembro.

Pretendemos também alargar o nosso alcance ao nível da construção e remodelação, possibilitando disponibilizar estes serviços para o público em geral. No site [www.2bgrupo.pt](http://www.2bgrupo.pt) irá constar toda a informação necessária para pedidos de orçamento ou através do número 96 453 00 40.

# LEIA, VIVA INSPIRE

Estamos focados no seu negócio

*Boas Festas!*

**Qi**

qualidade & inovação

# NOVA APP RUBIS GÁS

## Encomendar gás de forma fácil? Está na sua mão.



APROVEITE  
**OFERTAS  
EXCLUSIVAS**  
NA APP



DESCARREGUE JÁ



**LINCE** \ Capital



**Apresente-nos o seu projeto**

**+351 211 372 000 \**

**[www.lince-capital.com](http://www.lince-capital.com)**