

Qi

qualidade & inovação

Suplemento comercial propriedade da "Ilustre Narrativa"



i m | g | a |

Invista com quem sabe
www.imga.pt

KimiMove®

Segundo ano
a brilhar!



2º ANO CONSECUTIVO



#OMOVIMENTO DIZ TUDO

  Conheça aqui o KimiMove



Vencedor na categoria
Suplemento Articular
para Animais

 KimiPharma
brings health to life

3990000056-V01



8 março

DIA INTERNACIONAL DA MULHER



Conteúdos

IMGA | 4

Fundos de Investimento

EuPago! | 8

Marca Cinco Estrelas 2023

KimiMove® | 9

Marca Cinco Estrelas 2023

Ok! Seguros | 10

*Marca Cinco Estrelas 2023
Marca Escolha Consumidor 2023*

Bricomarché | 12

Marca Cinco Estrelas 2023

Rainbow | 14

Marca Escolha Consumidor 2023

Procare Health | 16

Dia Internacional da Mulher 2023

Tartaruguita | 18

Marca Cinco Estrelas 2023

Prestarte | 20

Investimento em Arte

Statera | 21

Outsourcing e Contabilidade

Ledvance | 22

Eficiência Energético

Pi Turn | 25

Tecnologia & Qualidade

Urban Planning | 27

Real Estate Investments

Caixilar | 28

Indústria AEC

Bizaction | 30

Tecnologia & Qualidade

Mobit | 32

Equipamento Médico e Mobiliário Técnico

Abrigos e Decks | 35

Indústria AEC

Traço Invulgar | 36

Indústria AEC

ACO Ibérica | 38

Tecnologia ao Serviço da Água

Editorial

Mais uma edição da Revista Qualidade & Inovação que acaba de chegar às bancas.

Nesta edição fique a conhecer mais exemplos de empresas empreendedoras e capazes de aceitar com afincos os desafios provocados pela conjuntura económica atual assente na inflação. Dos mais diversos setores, conhecemos os rostos que fazem a diferença no nosso país, tendo por base novas tecnologias, novas ideias e novas linhas de negócio, sempre acompanhados pela motivação e perseverança.

"Tendências de consumo e satisfação do consumidor" é um dos temas em destaque desta edição. Para isso, contamos com a presença de algumas empresas galardoadas com o Prémio Cinco Estrelas que mereceram a confiança dos consumidores e que se destacaram em 2022 pelo trabalho e qualidade dos produtos e serviços. A Escolha do Consumidor é também um tema obrigatório que avalia as marcas com base nos consumidores portugueses e mostra o que de melhor se faz em Portugal.

Raquel Gonçalves

Independência e dimensão como pilares centrais

Sediada no coração da capital portuguesa, a IM Gestão de Ativos conta com um percurso pautado pelo sucessivo crescimento. Emanuel Silva, CEO da IMGA, foi nosso entrevistado nesta edição e explicou as soluções completas que apresentam aos diferentes tipos de clientes, os valores que fazem parte do ADN da empresa, revelando o que está reservado para 2023.





Como surgiu o mundo IM Gestão de Ativos?

A IM Gestão de Ativos - SGOIC SA, (IMGA) resultou da aquisição da totalidade do capital da Millennium Gestão de Ativos, em abril de 2015, por parte do Grupo CIMD, um dos maiores grupos independentes de consultoria, gestão de ativos e intermediação nos mercados financeiros e energéticos da Península Ibérica.

Criado na década de 80, o Grupo CIMD conta com mais de 350 profissionais distribuídos por 10 sociedades em Espanha, Portugal e Dubai, destacando-se pelo desenvolvimento de uma oferta de serviços diferenciadora e como um centro independente de competências, com um vasto conjunto de soluções e serviços disponíveis para os seus clientes.

O Grupo CIMD está presente no mercado português desde 1986, tendo na altura uma participação numa sociedade de direito local, a Servimédia, a qual era também detida, maioritariamente, por bancos portugueses.

No ano de 1999 o Grupo decidiu vender a sua posição nesta sociedade, ficando representado em Portugal sob a forma de sucursal de uma sociedade financeira de corretagem a partir de 2002.

Em 2014 o Grupo CIMD definiu a estratégia de avançar com a atividade de gestão de ativos e preparou toda a sua estrutura local para que, de forma autónoma e totalmente independente, pudesse desenvolver um projeto de consolidação local da atividade de gestão de fundos de investimento.

Este posicionamento permitiu assegurar um significativo crescimento ao longo dos últimos anos, sendo atualmente a maior sociedade gestora independente em Portugal, ocupando a segunda posição no mercado nacional com uma quota de mercado de 21.1% e um património sob gestão, à data de janeiro de 2023, de aproximadamente € 3.800M, distribuído por 30 fundos de investimento mobiliários colocados em mais de 200 mil clientes, distribuídos pelas oito entidades financeiras comercializadoras dos fundos da Sociedade.

Em 2023 estamos a lançar novos produtos que permitem dar alternativas interessantes em termos de investimento. É desta forma que temos ambição e queremos continuar a consolidar o nosso posicionamento no mercado, não esquecendo que somos a maior entidade gestora independente de fundos de investimento mobiliário em Portugal.

Que tipo de soluções trouxeram para o mercado de capitais e que atualmente são diferenciadoras?

A IMGA compreende no seu ADN o constante ajustamento da sua oferta à evolução dos mercados e com este racional tem promovido o alargamento da sua atividade em termos de produtos e serviços, dispersão geográfica da oferta e implementação de novos canais de distribuição.

Atualmente a IMGA desenvolve a sua atividade centrada em três áreas (i) gestão de fundos de investimento mobiliários a (ii) gestão de fundos de capital de risco e a (iii) Gestão de Organismos de Investimento Alternativos.

No âmbito dos fundos de investimento mobiliário a IMGA tem vindo a desenvolver diversos fundos diferenciadores, dos quais destacamos os fundos de Mercado Monetário denominados em euros e em dólares americanos, sendo atualmente os únicos fundos monetários existentes no mercado português.

Relativamente à categoria de Curto Prazo e Obrigações, a IMGA gere mais de € 1300M, (valores de janeiro) por nove fundos de investimento, cabendo uma especial referência ao Fundo IMGA Financial Bonds 3Y 2,25%, que se encontra em fase de subscrição (janeiro) e que tem vindo a reunir enorme interesse ao longo das últimas semanas.

Na vertente de ações destacamos o Fundo IMGA Ações Portugal, que tem vindo a ser crescentemente subscrito por investidores internacionais que utilizam este veículo de capitalização para efeitos de elegibilidade para o programa ARI (Golden Visa).

No que se refere ao segmento dos fundos Multiativos, a Sociedade gere mais de €1.100M, distribuídos em seis fundos de referência, sendo cinco deles sob a designação da IMGA (Defensivo, Conservador, Moderado, Dinâmico e Flexível) e um sob a designação do Banco EuroBic, o Fundo EuroBic

Seleção Top.

Cabe ainda destacar os fundos PPR, nos quais, temos dois fundos de referência com mais de 500M sob gestão (IMGA Poupança PPR e o IMGA PPR Investimento) e os fundos Ciclo de Vida lançados em conjunto com o comercializador Banco EuroBic.

Nos fundos de capital de risco, existem atualmente seis fundos em processo de subscrição, cabendo destacar o Fundo Silver Domus - Vida Sénior, FCR, com um montante previsto de subscrição de € 120M e uma duração de dez anos, que irá permitir investir em soluções de elevada qualidade e capacitação que desenvolverão competências, numa primeira fase, na Vida Sénior Assistida (ERPIS - Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas e UCCs - Unidades de Cuidados Continuados) e, numa segunda fase, na Vida Sénior Independente, Especializada e Domiciliária.

Relativamente aos Fundos Alternativos de Investimento, foi recentemente lançado o Fundo IMGA PME Flex que pretende desenvolver a proximidade entre os investidores e as empresas de pequena e média dimensão. Este primeiro Fundo procura promover investimentos de curto prazo em dívida das PME's, sendo que a IMGA adaptou a sua estrutura para seguir de forma recorrente a evolução da qualificação creditícia das PME's em que o Fundo irá investir, procurando diversificação e mitigação de riscos.

Sendo um Fundo ainda recente, em que as primeiras subscrições foram realizadas em janeiro de 2023, está a realizar atualmente os seus primeiros investimentos e em breve procurará promover a divulgação ativa desta nova e interessante solução de investimento de curto prazo.

A grande diferenciação está no nosso ADN que tem como princípio estar constantemente atento àquilo que é a evolução de mercado. Queremos ter os produtos certos no momento certo. Estamos sempre com a ideia e o objetivo de estender os nossos canais de distribuição que são, para nós, o ponto central, pois é assim que vamos auscultando as necessidades que existem no mercado e, com base nisso, temos uma equipa que está a trabalhar no desenvolvimento das melhores soluções.



Quais são os principais valores que a IMGA não abdica?

A IMGA desenvolve a sua atividade sob a égide da Independência, Inovação, Transparência, Compromisso e Diversificação, mantendo, a todo o momento, a sua visão de entidade especialista local com um alcance global dos seus investimentos.

Com uma equipa de 43 colaboradores amplamente especializados, a Sociedade baseia a gestão de ativos na procura das melhores soluções de investimento e reforma, considerando as diferentes classes de ativos para as diversas categorias de investidores e horizontes temporais.

Como promovem a responsabilidade social na vossa empresa?

A IMGA tem mantido desde sempre um forte compromisso com o tema da responsabilidade social, seguindo os princípios do seu próprio Grupo. Há mais de 18 anos celebramos anualmente o Dia Solidário, no qual doamos toda a faturação gerada para projetos sociais, tendo até à presente data sido doados mais de € 4,5M, financiando 268 projetos dedicados à investigação e infância.

Por outro lado, a IMGA é, desde 2021, participante do United Nations Global Compact, comprometendo-se a alinhar a sua estratégia de modo a adotar e promover na sua cultura e atividade diária os 10 Princípios do UN Global Compact em matéria de direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental e combate à corrupção.

A IMGA assumiu também o compromisso de contribuir para alcançar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos na Agenda 2030 da ONU e pretende aumentar e melhorar a transparência e comunicação destes temas, com a divulgação das ações realizadas e a avaliação dos

impactos gerados, através da publicação anual de relatórios de progresso (COP).

É um processo gradual mas é, sem dúvida, um importante passo na nossa estratégia de investimento responsável, procurando, através da participação e partilha de experiências, alinhar a nossa atuação com as melhores práticas internacionais em matéria de responsabilidade social, ambiental e económica e contribuir para um futuro mais sustentável.



De que forma a IMGA procura acrescentar valor ao património do investidor no seu dia a dia?

O processo de investimento da IMGA é orientado para a procura das melhores soluções, a cada momento, existindo uma estrutura de profissionais, amplamente especializada, que está focada em apresentar as melhores soluções que possam estar disponíveis nos mercados locais e internacionais, numa perspetiva de médio e longo prazo, sem descurar as alterações na perceção do risco.

É realizada uma avaliação sistemática e regular dos ativos em carteira e contrapartes, promovendo a constante adequação das carteiras aos objetivos de retorno/risco de cada cliente.

O nosso processo de investimento é estruturado, top

down e bottom up, sendo de destacar que as nossas decisões de investimento são 100% assentes em propostas de gestores e analistas, reforçando o nosso compromisso de total independência.

É sabido que o ano de 2022 foi particularmente difícil em termos de soluções de investimento, sendo que praticamente todas as classes de ativos registaram rendibilidades negativas, uma situação perfeitamente ímpar nos mercados financeiros, em termos históricos não temos memória de uma situação como a que foi vivida neste difícil ano.

Que projetos/objetivos estão planeados para 2023?

Desde logo o principal objetivo é o de recuperar rendibilidades das carteiras dos nossos clientes e investidores, continuando a seguir a evolução dos mercados e procurando atuar de forma diligente e consentânea com a leitura de investimento feita pelas equipas de gestão da IMGA.

Relativamente a novos projetos, a IMGA deverá desenvolver o plano estratégico estabelecido para o triénio de 2023-2025, o qual continua a apostar na consolidação da atividade de gestão de fundos de investimento mobiliário, de capital de risco e de investimentos alternativos.

É também intenção da IMGA avançar para o desenvolvimento de novas atividades, nomeadamente a gestão discricionária de patrimónios e o desenvolvimento de fundos de investimento imobiliário, os quais continuam a registar um importante crescimento no mercado português.

Em suma, olhamos sempre numa perspetiva a médio longo prazo e apresentamos como três grandes objetivos continuar a consolidar a nossa estrutura, manter a independência e continuar a crescer.

i | m | g | a |

Invista com quem sabe
www.imga.pt

Planeie hoje
o seu amanhã.

Conheça as Soluções de Poupança e Reforma IMGA

IMGA Poupança PPR/OICVM | IMGA Investimento PPR/OICVM

Millennium
bcp

ActivoBank
by Millennium

 **EuroBic**

 **CA**
Crédito Agrícola

BANCO
INVEST 

Best
Bank

 **Bison Bank**

Informação Fundamental ao Investidor e Prospeto, disponíveis em www.imga.pt, www.cmvm.pt e nos respetivos sites dos distribuidores
Para qualquer informação adicional, contacte-nos para o número de telefone 21 120 91 00, de segunda-feira a sexta-feira das 9h00 às 18h00



eupago

Liderança na área de pagamentos digitais

A Eupago é uma Instituição de Pagamento regulada pelo Banco de Portugal com as soluções certas para facilitar o dia a dia do seu negócio. Sendo a segurança e a qualidade do serviço as principais características, a empresa portuense quer continuar a oferecer aos clientes uma plataforma adaptada às necessidades de cada utilizador.

Para os nossos leitores que não conhecem, quem é a Eupago e que trabalho tem vindo a desenvolver?

A Eupago, é uma empresa 100% portuguesa que desenvolve soluções/software de pagamento para outras empresas.

O nosso trabalho consiste em providenciar soluções, que normalmente só estão ao alcance das empresas nacionais, a todos os empresários. Com isto sabemos que estamos a dar a possibilidade a negócios com potencial de conseguirem singrar no mercado e com isto dinamizar a economia. É com satisfação que sentimos que o temos feito com sucesso.

O nosso trabalho consiste em providenciar soluções, que normalmente só estão ao alcance das empresas nacionais, a todos os empresários. Com isto sabemos que estamos a dar a possibilidade de negócios com potencial consigam singrar no mercado e com isto dinamizar a economia. É com satisfação que sentimos que o temos feito com sucesso.

Como funciona a plataforma e que tipo

de tarifários oferecem aos clientes?

Sendo a Eupago uma empresa cujo principal mindset é ouvir as necessidades dos nossos clientes, a nossa plataforma direciona-se consoante as necessidades que nos chegam.

A nossa plataforma distingue-se por ser criada a pensar na facilidade de uso e de acesso. No backoffice da Eupago podem gerar pedidos de pagamento, enviar por e-mail ou criar um link para pagamento.

Uma potente API permite a ligação a software de terceiros. Connosco tudo é possível. Quanto aos tarifários, tentamos oferecer o melhor de dois mundos: Tarifas Fixas ou Mistas, deixamos que o cliente decida o que é melhor para ele.

O que simboliza serem reconhecidos com o Prémio Cinco Estrelas 2023 na categoria de Soluções de Pagamento para Empresas?

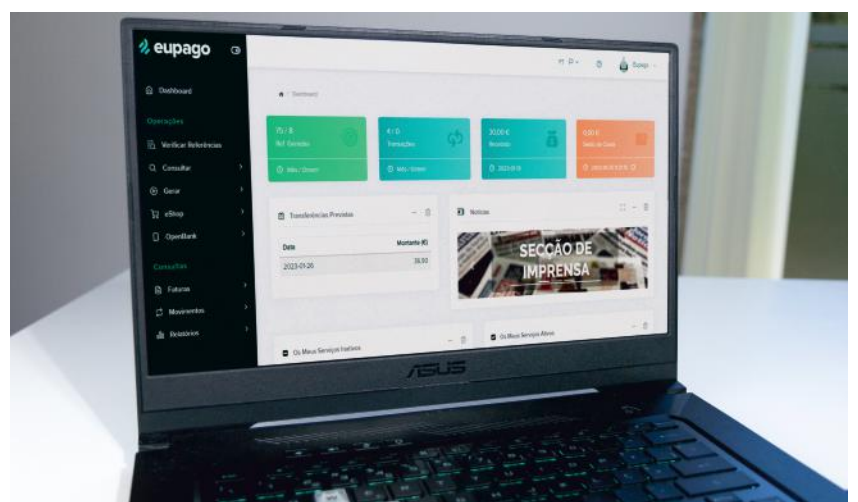
Simboliza que o cliché de que o Cliente tem sempre razão, está correto e ainda se aplica. É nos clientes que pensamos quando desenhamos as nossas soluções, e foram eles que nos colocaram como vencedores do

prémio 5 Estrelas. Queria aproveitar para agradecer a todos os comerciantes que nos elegeram, e também para agradecer a todos os colegas que tornaram isso possível. Só com uma grande equipa, focada também em ajudar o cliente é que o sonho se torna possível.

A pensar no futuro, que princípios fazem parte do desenvolvimento sustentável?

O desenvolvimento sustentável é um assunto que a Eupago tem levado muito a sério. No nosso modelo de trabalho, e sendo uma empresa essencialmente de desenvolvimento de software, temos o “Green coding” como principal medida para o desenvolvimento sustentável. A melhoria constante dos princípios lógicos e de arquitetura ajudam a reduzir o uso de energia e as emissões de gases de efeito estufa em toda a cadeia.

eupago.pt



KimiMove®

Inovação na medicina veterinária



Tendo como lema “Promover a saúde e melhorar a qualidade de vida da sociedade”, como afirmam o posicionamento da KimiPharma no mercado?

A KimiPharma é uma Companhia Portuguesa que apesar da sua juventude é líder na medicina veterinária em Portugal com forte expansão para Espanha. Como Companhia líder que somos, isso obriga-nos a oferecer ao mercado as mais inovadoras tecnologias e terapêuticas que contribuam para a saúde e bem-estar dos animais e do ecossistema/família que o rodeia. Focalizando-nos no Pet Care que tem sido o nosso trabalho nos 13 anos de existência e com base em tudo o que acabamos de referir, estamos a caminhar e a trabalhar em conjunto com o clínico para uma maior humanização da relação com os animais. A

KimiPharma tem procurado identificar áreas críticas, como por exemplo a patologia osteoarticular ou a saúde oral que, como sabemos é o princípio de muitas doenças, pelo que estamos a trabalhar não só em soluções que dão resposta a estas necessidades e neste momento possuímos mais de 20 opções terapêuticas que se estendem por várias áreas da medicina veterinária e também em soluções digitais como por exemplo APPs, que facilitem ao tutor manter os mesmos níveis de atenção que tinham durante a pandemia e que agora com o tempo mais limitado têm maior dificuldade. Salientamos que em Portugal mais de 50% dos lares possuem um animal.

A KimiPharma detém o KimiMove®. Em que consiste esta marca e que mais-valia traz para cães e gatos?

A companhia portuguesa KimiPharma é detentora da KimiMove® que tem como principal objetivo proporcionar qualidade de vida aos animais. Contamos com a presença desta marca merecedora do Prémio Cinco Estrelas e ficamos a conhecer ainda mais o trabalho que desenvolvem em que a prioridade passa pela sustentabilidade.

O KimiMove® é um dos grandes exemplos da contribuição da KimiPharma para uma melhor qualidade de vida animal e esta contribuição resulta das necessidades que fomos identificando através de um diálogo constante com a classe médica, procurando dar respostas eficazes e adequadas, razão pela qual KimiMove® é uma referência junto da classe veterinária. O KimiMove® encerra na sua gama um conjunto completo de soluções adequadas às necessidades clínicas dos animais, o que o tornaram uma marca Cinco Estrelas pelo segundo ano consecutivo, entre os consumidores de suplementos articulares para animais. O aumento na longevidade dos animais, resultante de uma maior humanização da relação com estes, leva a um incremento ou melhor diagnóstico das doenças articulares. A gama de KimiMove® tal como referido vem dar as respostas clínicas necessárias ao nível da condoproteção. Acima de tudo queremos animais em movimento e felizes, pelo que a contribuição de KimiMove® para este objetivo é extremamente relevante.

Reconhecidos com o Prémio Cinco Estrelas, pelo segundo ano consecutivo, na categoria “Suplemento articular para animais”, o que simboliza a atribuição deste prémio?

Este prémio atribuído à KimiMove® pelo segundo ano consecutivo, é resultado de todo o trabalho e investimento que temos feito ao longo destes 13 anos, trabalhando em conjunto com o médico veterinário, procurando sempre oferecer as melhores e mais adequadas respostas e a melhor qualidade a quem nos escolhe ou recomenda. Rigor no desenvolvimento dos nossos produtos é de elevada prioridade para nós.

Que objetivos futuros têm para o KimiMove® e para a KimiPharma, tendo em conta a responsabilidade social, sustentabilidade e bem-estar dos animais?

A sustentabilidade sempre fez e faz parte das nossas prioridades. É nosso objetivo que tudo o que fazemos ou produzimos, impacte positivamente na sociedade em que vivemos. A exemplo disso é a nossa unidade de produção em Vendas Novas que dá resposta aos mais restritos requisitos no que toca ao tratamento de resíduos. Neste ponto a KimiPharma procura contribuir para um futuro em que não só possamos viver todos em harmonia, como também com qualidade e de forma sustentável.

Para além de todo o trabalho técnico que temos desenvolvido, procuramos outras áreas onde possamos dar o nosso contributo. Por exemplo, em atividades de responsabilidade social. A título de exemplo e com a colaboração do nosso querido Ruy de Carvalho, já fizemos duas sessões de autógrafos com a oferta do livro “Naná O meu amor de quatro patas” pois, é sabido o amor que, quer o Ruy, quer a sua filha, têm pelos animais, sendo que ambos comungamos de um mesmo objetivo, o bem-estar do animal e a humanização desta relação.

Neste ponto, importa ainda referir a nossa contribuição, enquadrada nas atividades de responsabilidade social, prestada à Associação o Lobo. Os animais assumem cada vez mais um papel relevante e de proximidade na nossa sociedade, com maior evidência após a pandemia, o que torna o nosso trabalho crítico para um futuro melhor e de maior equilíbrio.



Um ok! renovado para simplificar a sua vida

Há 25 anos, a ok! seguros entrou no mercado de venda e gestão de seguros focada em tornar todos os processos mais simples para cada cliente. Numa entrevista concedida à Revista Qualidade & Inovação, Gonçalo Graça Santos, CEO da seguradora explica os planos disponibilizados aos clientes, destaca a importância dos prémios que receberam e revela os objetivos para 2023.

O que mudou com a transição do nome OK! teleseguros para ok! seguros?

Estamos no mercado há 25 anos, a inovar e a simplificar o processo de venda e gestão dos seguros, e sentimos que era o momento certo para capitalizar toda a nossa história, e património neste campo, com o lançamento de uma nova identidade visual e de um novo posicionamento que reforçasse os nossos valores de simplicidade, proximidade e liberdade de escolha.

O renaming assenta no aproveitamento do potencial do “ok!”, que traz consigo o poder de uma das expressões mais utilizadas e positivas do mundo e reforça a simplicidade como um dos valores intrínsecos à marca, bem como na eliminação do prefixo “tele”, com o objetivo de reposicionar a ok! como uma seguradora menos telefónica e mais digital, que coloca as novas tecnologias ao serviço dos clientes, para lhes oferecer uma maior autonomia e comodidade na gestão dos seus seguros.

Os valores da marca também são transmitidos através do novo logótipo. A sua forma circular remete para um botão digital de acesso imediato; o azul evolui para uma proposta mais eclética e digital, mas que honra o passado cromático da marca. Já o lettering, com a sua tipografia arredondada e em minúsculas,

confere à marca um lado mais emocional e dinâmico, reforçando a relação de proximidade que se pretende manter com os clientes.

A nova identidade da ok! seguros traz também consigo a renovação completa das suas plataformas digitais.

Temos um novo website, que comunica de uma forma mais simples, direta e transparente, com os nossos clientes, dando resposta imediata às suas dúvidas e necessidades.

Complementarmente, também os Simuladores, a Área de Cliente e a APP ok! seguros têm uma nova imagem e uma melhor experiência de utilização, com o objetivo de nos ajudar a cumprir o nosso propósito de prestar um serviço de excelência aos clientes que privilegiam soluções que lhes permitem gerir os seus seguros de uma forma mais autónoma e rápida.

Que tipo de planos têm para oferecer aos clientes e quais são as vantagens?

Procurando responder às principais necessidades dos nossos clientes, a oferta ok! é abrangente e está organizada em torno de três pilares essenciais do quotidiano: Mobilidade, Casa e Família.

A ok! seguros pretende estar presente em vários momentos da vida dos portugueses, com soluções de seguros para o carro, a moto, a

casa, a saúde e até mesmo para os momentos de lazer, com os seus produtos de viagem e biker.

As vantagens da oferta da ok! seguros assentam na possibilidade de personalização de seguros à medida de cada um, e de cada agregado familiar, e na acessibilidade e simplificação que as nossas plataformas digitais conferem aos processos de contratação e gestão de seguros. Distinguimo-nos também por termos uma oferta simples e transparente que desdramatiza todo o processo de compra de seguros.

É desta forma que conseguimos estar mais próximos dos nossos clientes, sobretudo nos momentos mais críticos em que mais precisam de nós.

O que simboliza serem reconhecidos com os Prémios Escolha do Consumidor e Cinco Estrelas atribuídos pelos consumidores?

Os consumidores portugueses voltaram a distinguir a ok! seguros com os Prémios “Escolha do Consumidor 2023” e “Cinco Estrelas 2023”, na categoria “Seguros Diretos”, pelo quinto e sexto anos consecutivos, respetivamente.

No estudo promovido pela Escolha do Consumidor, alcançamos as melhores avaliações na satisfação e na recomendação ou intenção de compra, obtendo a nota geral de satisfação de 83,42%. Os atributos mais

valorizados pelos consumidores portugueses foram a rapidez de resposta; a transparência e a disponibilidade do apoio ao cliente da ok! seguros.

Também no estudo desenvolvido pelo Prémio Cinco Estrelas 2023, obtivemos os melhores resultados em todos os atributos avaliados pelos consumidores e uma classificação global de 76%. O Prémio Cinco Estrelas é um sistema de avaliação que mede o grau de satisfação dos produtos, dos serviços e das marcas junto dos consumidores, tendo como critérios de avaliação variáveis que influenciam a sua decisão de compra, que passam pela Satisfação pela Experimentação, Relação Preço-Qualidade, Intenção de Compra ou Recomendação, Confiança na Marca e Inovação.

Estas distinções permitem-nos consolidar o nosso posicionamento de liderança entre as seguradoras diretas e indicam-nos que estamos no bom caminho. São um motivo de orgulho, mas também nos trazem um sentido de responsabilidade acrescido para continuarmos a fazer sempre mais e melhor e manter, ou até mesmo superar, o nível de serviço de excelência a que já habituamos os nossos clientes.

De que forma a inovação e a tecnologia estão presentes na ok! seguros?

A inovação faz parte do nosso ADN. Diferenciamo-nos, desde sempre, não só pela oferta de soluções simples e inovadoras, que visam simplificar a vida dos nossos clientes, mas também pela qualidade do nosso serviço.

Estamos focados no desenvolvimento de soluções que colocam a inovação tecnológica ao serviço dos nossos clientes e fomos pioneiros na disponibilização de vários produtos e serviços no mercado segurador português.

Um exemplo recente disso é a app AutoDigital, a primeira aplicação de vistorias digitais que foi desenvolvida com recurso a algoritmos de Inteligência Artificial e permite aos clientes realizar a vistoria ao seu veículo, onde e quando quiserem, sem terem de se deslocar a uma oficina.

Desta forma, contratar um seguro auto mais completo, com coberturas de danos próprios – que exige a realização prévia de uma vistoria – passou a ser um processo 100% digital, rápido e sem complicações.

Este projeto resulta da aposta da ok! seguros em tornar os processos mais simples, acessíveis e inovadores, com recurso às novas tecnologias, e mereceu o reconhecimento do Portugal Digital Awards 2022, na categoria de Best Future of Customer & Consumers Project, o que é mais um grande motivo de orgulho, que nos dá uma sensação de missão cumprida.

Quais são os maiores desafios e objetivos estipulados para 2023?

No seguimento do lançamento desta nova imagem de marca, temos objetivos ambiciosos para 2023, sobretudo no que toca ao crescimento da nossa carteira. Para suportar tudo isto, teremos ainda algumas novidades em 2023 que passarão pelo lançamento de novos produtos e de novas plataformas digitais que os suportam.

Para crescermos, temos como objetivo adquirir novos clientes é certo, mas sobretudo queremos aumentar o nosso envolvimento com os clientes atuais, melhorando cada vez mais o serviço que lhes prestamos e merecendo assim a sua confiança para terem ainda mais ramos de seguro connosco.



Gonçalo Graça Santos, CEO da ok! seguros, no evento do lançamento da nova marca.



Na cerimónia de entrega do Prémio Cinco Estrelas, que se realizou no dia 13 de fevereiro, no Teatro Politeama, a equipa ok! foi representada pela Marta d'Avila, pela Marta Vicente – Manager do Departamento de Marketing & Digital Experience, pela Sara Alturas e pela Patrícia Fonseca (parte da equipa de Marketing & Digital Experience).



Ana Vargas, Manager da Área Quality & Control, e a Diana Basílio, Manager do Gabinete Business Transformation, representaram a ok! seguros no evento de entrega do Prémio Escolha do Consumidor 2023, que se realizou no dia 11/01/2023, no Bingo do Belenenses.



Gonçalo Graça Santos, CEO da ok! seguros, e Luís Gonçalves, diretor do Departamento Analytics & Underwriting e coordenador do projeto da app AutoDigital, na entrega do Prémio.

BRICO MARCHÉ



“Essencial, Generalista e Especialista”

Com uma oferta alargada de produtos, no Bricomarché irá encontrar o essencial para a sua casa numa experiência única e adaptada às suas necessidades. Nesta edição da Revista Qualidade & Inovação temos a presença de Sérgio Ovelheiro, administrador do Bricomarché, insígnia que se instalou no mercado nacional há 24 anos e, pelo mérito das soluções que têm desenvolvido e das respetivas equipas, conta com a atribuição de mais um Prémio Cinco Estrelas.

Há mais de 20 anos no mercado português, como analisa o percurso e a evolução da insígnia Bricomarché em Portugal?

Ao longo destes 24 anos de presença em Portugal, o Bricomarché tem reforçado o seu posicionamento, contando atualmente com 51 pontos de venda espalhados pelo país. A título de exemplo, só em 2022, a insígnia abriu quatro novos postos de venda em diferentes regiões do país, traduzindo-se num investimento global de 12,7 milhões de euros.

Para este ano vamos manter a aposta de crescimento da insígnia com cinco novas aberturas acompanhadas por remodelações dos nossos mais antigos pontos de venda, trabalhando diariamente para garantir uma contínua satisfação dos nossos clientes.

Neste sentido, consideramos a evolução do Bricomarché em Portugal constante e positiva, tendo sempre como foco os nossos principais indicadores de negócios que se traduzem na aposta nos recursos humanos, para garantir a satisfação dos nossos consumidores e a sua consequente fidelização, a digitalização e a personalização dos serviços que prestamos diariamente a todos os portugueses.

Sendo o cliente cada vez mais exigente, como proporcionam nas vossas lojas

uma experiência de compra prática, fluida e eficaz?

O nosso foco perante os consumidores passa pela prestação de soluções personalizadas e adaptadas às suas necessidades específicas. Por isso mesmo, apostamos na formação dos nossos profissionais e no acompanhamento de

O Bricomarché, com atualmente 51 pontos de venda, é uma das insígnias do Grupo “Os Mosqueteiros” – que, também, integra o Intermarché e o Roady. Cada Bricomarché dispõe de áreas de venda entre os 1400 e os 3500 m2, podendo adotar formatos distintos: Essencial, Generalista e Especialista consoante a dimensão da superfície comercial. No interior as lojas Bricomarché estão divididas em cinco grandes áreas bem diferenciadas: Decoração, Bricolage, Construção, Jardim e Pet-shop. O Bricomarché possui um vasto leque de serviços ajustados às necessidades dos seus clientes, adotando uma política de preço, própria do Grupo – “qualidade e preços baixos em todos os produtos todo o ano”. A notoriedade do Bricomarché reflete-se no profissionalismo, personalização da venda e serviços.

todo o processo de compra – desde a instalação e montagem de produtos, financiamento, entregas ao domicílio ou assistência técnica. A par destas componentes, temos vindo a fazer um importante investimento na modernização do nosso site que oferece agora o serviço click & collect, de forma que os consumidores possam escolher e

encomendar, de forma rápida e acessível, os produtos que pretendem e façam a recolha em loja, facilitando assim a experiência de compra do cliente. Disponibilizamos ainda o Cartão Cliente Bricomarché, garantindo assim a fidelização de clientes através da atribuição de promoções exclusivas aos seus titulares.

Foram, pelo oitavo ano consecutivo, galardoados com o Prémio Cinco Estrelas na categoria “Lojas de Bricolage, Decoração e Jardim”. Que reflexo fazem desta distinção como reconhecimento do vosso trabalho?

A distinção que temos vindo a obter no Prémio Cinco Estrelas reflete o trabalho efetuado, diariamente e ao longo dos anos,

por todos os aderentes e suas equipas, que se dedicam à oferta dos melhores produtos e soluções para os portugueses. A atribuição deste Prémio é um excelente reconhecimento e valorização por parte dos nossos clientes, pelo que iremos continuar a trabalhar para corresponder às suas expectativas no que diz respeito aos seus níveis de satisfação.

Com dezenas de pontos de venda espalhados pelo país, quais são os próximos projetos para o futuro?

Como já mencionamos, para 2023 temos previstas cinco novas aberturas, que representarão um investimento de 14,6 milhões de euros que permitirá a criação de novos postos de trabalho e um impulso económico nas regiões, possibilitando a disponibilização dos nossos produtos e serviços a uma percentagem mais elevada da população.

Iremos reforçar o nosso conceito de loja que é declinado em três diferentes formatos – Essencial, Generalista e Especialista – em função do potencial de cada região.

Também pretendemos continuar a investir na modernização digital dos pontos de venda e na especialização das nossas equipas para vendermos projetos, serviços e soluções completas que respondam às reais necessidades dos nossos clientes.

A brilhar há 8 anos.



8º ANO CONSECUTIVO



Vencedor na Categoria
Lojas de Bricolage, Decoração e Jardim

Classificação Global | 74,40%

BRICO **MARCHÉ**

Poder fazer tudo Mais barato



SATISFAÇÃO



PREÇO
QUALIDADE



RECOMENDAÇÃO



CONFIANÇA
NA MARCA



INOVAÇÃO

Uma organização centrada nas pessoas



Há 29 anos no mercado português, a Rainbow tornou-se muito mais do que uma empresa que vende um produto dedicado à limpeza de casas. É uma empresa focada nas pessoas e no crescimento de todos os colaboradores. Nesta edição estivemos a conversar com Fernanda Alves, CEO da Rainbow Portugal & Catalunha, sobre o papel primordial que têm junto da equipa e dos clientes.

realizada a nível nacional durante um mês, sendo o valor total entregue por mim à instituição ou pessoa individual.

A Rainbow é muito mais do que um produto de excelência. Fale-nos mais sobre a sua organização.

Este é o meu 27º ano na Rainbow e encaro cada dia com ainda mais propósito e paixão do que nunca. A minha equipa sabe que pode contar comigo e eu sei que posso contar com eles. Quando se ama o se que faz e focamo-nos naquilo que é o nosso negócio, as PESSOAS, então tudo é possível. É por isso que adoro o nosso slogan que adotamos há vários anos “Eu amo o meu trabalho!”. Só podemos ser realmente bem-sucedidos se formos apaixonados pelo que fazemos e se soubermos o porquê de o estarmos a fazer.

Estamos num negócio de pessoas e quando estamos focados em ter uma equipa alinhada e unida com os objetivos individuais e coletivos, tudo é possível. Todos sabem qual é a nossa missão, visão e valores e com comunicação, colaboração, valorização e motivação fazemos acontecer.

Em 2022 aumentei o meu território Rainbow, por isso, juntamente com Portugal agora tenho a Catalunha e estamos todos entusiasmados por fazer isto acontecer. Com o apoio total de uma família profissional de 15 distribuidores, mais de 500 agentes autorizados e mais de 200 colaboradores em todo o país, temos hoje em dia uma organização vencedora onde cada um fez a sua parte para a Rainbow Portugal & Catalunha continuar a ser uma organização premiada e de sucesso.

Todos os dias trazemos uma Rainbow nas mãos e outra no coração, afinal o nosso negócio é muito especial.

Que projetos estão planeados para o futuro da Rainbow em Portugal?

Para o futuro da Rainbow Portugal & Catalunha queremos continuar a apostar num dos segredos para a longevidade do nosso negócio que é receber novas pessoas e abrir novos escritórios que integrem e completem a nossa equipa. Vamos continuar a criar o caminho para que os mais novos e os mais antigos possam melhorar e crescer no nosso negócio Rainbow e juntos chegemos a novas alturas, mantendo os pés firmes no chão e agarrando-nos ao nosso alicerce. Para muitos agentes e colaboradores a Rainbow é a sua segunda casa, portanto estamos comprometidos em continuar a criar uma atmosfera de apoio e evolução e realizar muitas atividades profissionais, motivacionais e voltadas para a família.

O nosso ADN é fazer a diferença na vida dos outros e fazemos isso todos os dias contribuindo para uma casa mais saudável com o nosso produto que é o único equipamento de limpeza e purificador de ar certificado e recomendado exclusivamente pela Fundação Portuguesa de Pulmão. Damos a Oportunidade a todos aqueles que querem melhorar a sua qualidade de vida e ter estabilidade financeira ao se juntarem à nossa equipa líder no mercado e sentirem que fazem parte do sucesso da organização, juntos como um só. Valorizamos os nossos mais de 350 mil clientes e a nossa prioridade é cuidar deles e procurar as melhores formas de os servirmos. Os nossos clientes voltam sempre para nós, seja para atualizar o seu modelo ou/e por o nosso produto passar de geração em geração. Por tudo isto quero agradecer-lhes porque também eles fazem parte do nosso sucesso e por ao longo dos anos termos construído uma reputação de confiança na nossa empresa, marca e produto.

A Rainbow foi distinguida com o prémio Escolha do Consumidor. Qual a importância deste reconhecimento para a empresa?

É com enorme gratidão que vemos a Rainbow a ser, pelo 7º ano consecutivo, a primeira escolha dos portugueses para a limpeza das suas casas e para a saúde das suas famílias. A confiança dos mais de 350 mil clientes no nosso produto e marca revela que continuamos a dar o nosso melhor para sermos uma referência de qualidade em tudo o que fazemos. O modelo Rainbow SRX foi lançado em Portugal no final de 2019 e uns meses depois estava a ser eleito Produto do Ano 2020 por se distinguir no mercado pela inovação das suas características, como por exemplo, as quatro velocidades, a facilidade de retirar o depósito de água, a força de sucção, o temporizador e os dez anos de garantia do motor e controlador.

Para além deste prémio, é imprescindível salientar o facto de termos ultrapassado o recorde mundial ao ganharmos pela 10ª vez o título anual e pela 81ª vez o título mensal de organização número um no mundo, entre mais de 80 países.

Enquanto organização consciente da responsabilidade social, que iniciativas têm promovido ao longo dos anos?

A nossa organização é socialmente responsável e preocupada em criar um impacto positivo na sociedade, o que faz com que desde sempre tenha promovido variadas iniciativas que contribuíram para a melhoria do bem-estar das pessoas e dos animais e para a preservação da natureza. Há três anos decidimos oficializar a nossa ajuda ao criar a Rainbow Solidária.

Nos últimos dois anos, doamos mais de 20.000 a pessoas individuais e a instituições como a Plataforma de Apoio aos Refugiados, a Associação Natureza Portugal, a Ajuda de Mãe, a Animalife e a Ajuda de Berço. As campanhas solidárias da Rainbow Portugal & Catalunha passam maioritariamente por doarmos 1 por cada demonstração qualificada

Fénix Lusitana, importadora exclusiva e representante da marca Rainbow em Portugal e na Catalunha



Fénix Lusitana (Escritório)
Fernanda Alves
Rua Quinta do Pinheiro, nº 16 2º B 2790-143 Carnaxide
Tel.: 211 389 147
info@rainbowportugal.com

Fénix Lusitana (Assistência Técnica)
Fernanda Alves
Rua Quinta do Pinheiro, nº 14 2790-143 Carnaxide
Tel.: 210 993 094
tecnica@fenixlusitana.com

15 Escritórios no Continente; 3 Escritórios nas Ilhas; 1 Escritório em Barcelona

Se necessitar de assistência para o seu equipamento ou tiver alguma dúvida sobre o funcionamento do mesmo entre em contacto connosco.



Rainbow Aveiro
Ana & Carlos Branco
Rua dos Ervideiros, nº 45
3800-639 Cacia, Aveiro
Tel.: 234031864*
rainbowaveiro.ac@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Beja
Valéria Rosa & Fernando Clemente
Av. Fialho de Almeida, nº 51
7800-395 Beja
Tel.: 284331293*
rainbowbeja.cr@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Braga
Vera & José Santos
Rua Fonte das Águas Férreas,
nº 80 4715-345 Braga
Tel.: 253465777* / 965014182**
rbbraga@rainbowbraga.com
Assistência Técnica



Rainbow Castelo Branco
Liliana e Nuno Malaquias
Av. Cidade de Zhuhai
nº 171 R/C Loja 1
6000-077 Castelo Branco
Tel.: 272325167* / 961402261**
direcao@castelobranco@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Évora
Teresa Alfaiate & Marco Leite
Rua Fernanda Seno, nº 27
R/C Esq. 7005-485 Évora
Tel.: 266706473* / 919500925**
rainbowevora@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Leiria
Ana Inverno & João Marques
Rua Florbela Espanca,
Armazém 301 A 2410-498 Leiria
Tel.: 244813375*
rainbowleiria@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Linda-a-Velha
Ana Inverno & João Marques
Largo da Lagoa, nº 7 G
2795-116 Linda-a-Velha
Tel.: 210963101* / 927329806**
info@rainbow-sd.pt
Assistência Técnica



Rainbow Madeira
Rui Miguel
Travessa das Precas, Pavilhão 9
Letra I, St.ª Quitéria
9020-251 Funchal
Tel.: 291224551* / 932308800**
rainbowmadeira@dima.pt
Assistência Técnica



Rainbow Maia
Graciosa Baptista
Rua Cegonha, nº 312
4470-269 Maia
Tel.: 229490060* / 939490060**
rainbowdouro@netcabo.pt
Assistência Técnica



Rainbow Matosinhos
Sara Cardoso & Martim Sousa
Rua Manuel Dias Fonseca, nº 144
4450-098 Matosinhos
Tel.: 910546195* / 964705397**
geral@rainbowmatosinhos.com
Assistência Técnica



Rainbow Odivelas
Duarte Salgueiro
Rua Augusto Alexandre Jorge,
nº 14 Loja B 2675-220 Odivelas
Tel.: 219849000* / 965100710**
geral@rainbowodivelas.com
Assistência Técnica



Rainbow Olhão
Liliana Mendes
Estrada Nacional 125
Bloco 13 Loja L 8700-172 Olhão
Tel.: 966909997**
rb.olhao@gmail.com



Rainbow Santarém
Domingos Matos & Luís Duran
Rua do Parque, lote 50 E
2135-211 Samora Correia
Tel.: 263652067* / 966444891**
geral@rainbow-santarém.pt
Assistência Técnica



Rainbow S. Miguel
Vera & José Santos
Rua Mãe de Deus, nº 48 J R/C
9500-321 Ponta Delgada
Tel.: 296717777* / 965014182**
rbpontadelgada@rainbowcores.com
Assistência Técnica



Rainbow Setúbal
Júlia & Jaime Elias
Rua Jaime Ferreira Dias,
nº 15 2815-776 Sobreda
Tel.: 212945570*
rainbowsetubal@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Terceira
Vera & José Santos
Rua Dr. Adriano Paim, nº 185
Cruzeiro - Vila das Lajes
9760-313 Praia da Vitória
Tel.: 295704777*
rbterceira@rainbowcores.com
Assistência Técnica



Rainbow Viana do Castelo
Elisabete & David Amorim
Avenida do Brasil, nº 331
4990-354 Ponte de Lima
Tel.: 258027950* / 919505186**
geral.rainbowviana@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Viseu
Marisa Santos & Hélder Rodrigues
Av. Dom Afonso Henriques
lote 180 R/C Esq. Frt.
3500-606 Viseu
Tel.: 232092438* / 914312674**
direcao.rainbowviseu@gmail.com
Assistência Técnica



Rainbow Barcelona
Ana Inverno & João Marques
Carrer de la Creativitat, 14
08850 Gavá, Barcelona
Tel.: +0034 613035257 / 927329806**
rainbowbarcelona@rainbow2you.com

VISITE O SITE OFICIAL DA RAINBOW
PORTUGAL & CATALUNHA



*chamada para a rede fixa nacional

**chamada para a rede móvel nacional

PROCARE HEALTH

“Atreve-te a cuidar(-te)”



A Procure Health é um laboratório farmacêutico focado e especializado na saúde da mulher através de produtos inovadores e naturais que proporcionam qualidade de vida. Miguel Coelho, *Country Manager*, concedeu-nos esta entrevista em que salienta a importância do Dia da Mulher, de ter uma equipa unida e sublinha o crescimento dos últimos anos.

identificamos. Procuramos preencher lacunas terapêuticas, mudar paradigmas de tratamento ou melhorar a eficácia e segurança dos tratamentos existentes.

Deste modo, temos soluções terapêuticas para as diversas fases da vida da mulher, principalmente nos grandes momentos, como são exemplos a decisão de ter um filho, a fase da menopausa ou assegurar o tratamento eficaz de infeções genitais.

Em cada ano que passa, olhamos sempre para o dia em que começámos e o percurso que fomos fazendo. Depois de chegarmos a Portugal enfrentámos uma pandemia que nos reteve em casa durante muito tempo e nos afetou profundamente. Fomos resilientes, tivemos o apoio incondicional dos nossos headquarters e ultrapassámos esse período sem deixar sequelas. O crescimento que registámos em 2021 e em especial em 2022 é o maior reconhecimento de que estamos a fazer bem o que fazemos.

No dia 8 de março comemora-se o Dia Internacional da Mulher. Na sua opinião, e sendo a Procure Health focada no bem-estar das mulheres, qual a importância de continuarmos a celebrar este dia?

Não sendo um adepto fervoroso da celebração de datas, o facto de haver um dia dedicado à Mulher não pode passar despercebido para a Procure Health, cuja existência se deve à necessidade de desenvolver terapêuticas com um impacto na Saúde Feminina. Este dia foi criado para que se despertassem consciências quanto à ainda existência de diferenças de género na sociedade, com maior evidência nalgumas culturas, mas que no chamado mundo desenvolvido continuam a verificar-se de modo mais ou menos dissimulado.

Ao completarmos dez anos de existência num mundo em que já marcamos presença em mais de 70 países, temos a clara noção da nossa responsabilidade social. Neste contexto iniciámos um plano de comunicação, que denominamos “Dare to Care”, traduzido para “Atreve-te a cuidar(-te)”, que tem na sua essência a forma como nos relacionamos com a mulher, ao nível dos profissionais de saúde, das mulheres e das doentes, sendo que podem ser a mesma pessoa nas diversas vertentes. Assim, falaremos em investigação clínica e terapêutica, falaremos em formas de quebrar tabus sociais e falaremos em educação para a saúde, garantindo que cada mulher saiba lidar com o seu corpo e reconheça a importância de seguir as consultas de Ginecologia como rotina e não quando existam queixas.

Falamos de uma área que está em constante desenvolvimento e mutação. De que forma inovam para proporcionar tratamentos mais seguros às mulheres?

A forma como dirigimos a nossa investigação está diretamente relacionada com as necessidades que, enquanto observadores atentos e especialistas na saúde da mulher,

Qual o papel de uma equipa coesa numa área tão importante como a saúde feminina?

Ter uma equipa coesa é de crucial relevância em qualquer organização. Não quero cair no lugar-comum de dizer que a nossa prioridade são as pessoas que estão envolvidas no projeto Procure Health. Antes, convido a conhecerem-nos, falarem com cada um dos homens e mulheres que diariamente trabalham para ajudar a construir aquele que é já um parceiro estratégico nos cuidados e saúde femininos. A nossa estratégia depende da individualidade de cada pessoa. Temos objetivos comuns, partilhamos os mesmos valores, mas respeitamos as idiossincrasias de cada colaborador e bebemos dessa singularidade para enriquecer a diversidade da nossa organização. Não entendo uma organização num modelo que não este.

Março é também o mês de aniversário da Procure Health em Portugal. Que balanço fazem deste percurso e que desafios têm para o futuro?

Sem dúvida que tal não seria possível sem o reconhecimento por parte de profissionais de saúde e doentes da qualidade dos nossos produtos, mas é principalmente à minha equipa que agradeço que cada vitória que alcançamos e que celebramos intensamente.

Que projetos estão reservados para 2023?

Para futuro, continuaremos a alargar o nosso portfólio, abrangendo mais indicações terapêuticas. Por outro lado, continuaremos focados no nosso processo de globalização, disponibilizando as nossas marcas nos diversos continentes. Refiro também a área de investigação, a nível clínico, reforçando os produtos já existentes e alargando as suas indicações terapêuticas. Em relação a investigação científica, a nossa presença nos Estados Unidos permitirá consolidar a parceira que temos para o co-desenvolvimento de novas soluções no cancro do ovário, entre outros projetos que temos em curso.



Acompanhando a mulher
em todas as fases da sua vida.



Procare
Health
Naturally woman

Respostas PARA A
mulher de hoje

www.procarehealth.com.pt

Criação de valor sustentável

A Tartaruguita é uma loja online de puericultura que pretende ajudar todos os clientes a tomar as decisões mais importantes na hora certa e ao mesmo tempo simplificar com a escolha dos produtos mais adequados. Entrevistamos Susana Costa, Co-fundadora e Diretora Geral, que nos revelou os produtos diferenciadores que apresentam, a conquista de mais um prémio e ainda salientou os objetivos que querem conquistar em 2023.



Pelo segundo ano consecutivo venceram o prémio Cinco Estrelas na categoria “Loja online de Puericultura”. **Quão importante é este reconhecimento dos consumidores para a Tartaruguita?**

Valorizamos muito a opinião dos nossos clientes, por isso, é com muito agrado que recebemos esta distinção. Para nós, vencer este prémio é uma honra. Ele representa o reconhecimento do nosso empenho diário e é um enorme motivo de orgulho, mas também a confirmação de que estamos no caminho certo!

A puericultura é um mundo dedicado a tudo o que diz respeito ao desenvolvimento e bem-estar dos mais pequenos. Que produtos diferenciadores apresentam aos clientes?

Procuramos que os produtos que disponibilizamos aos nossos clientes sejam de elevada qualidade, produtos premium, diferenciados e recomendados por especialistas em desenvolvimento infantil com os quais trabalhamos em parceria.

Temos produtos facilitadores da introdução alimentar do bebé (em especial pela abordagem Baby-Led Weaning / Baby-Led Introduction to Solids), brinquedos menos convencionais, mas educativos, didáticos e que promovem a aquisição e desenvolvimento de competências, porta-bebés ergonómicos (babywearing), entre outros.

Em 2022, fruto da qualidade dos nossos serviços e da nossa presença no mercado, fomos convidados pela reconhecida e recomendada marca de porta-bebés Isara a lançar em parceria uma versão exclusiva e limitada da mochila ergonómica Isara The One, a Isara The One Cool Mint Linen.

Num mundo onde se fala cada vez mais de desenvolvimento sustentável, que ofertas têm na vossa loja online tendo por base a sustentabilidade como palavra de ordem?

Desde o início que, a par da qualidade, segurança e recomendação, procuramos ter produtos ecossustentáveis, como por exemplo, fraldas reutilizáveis / de pano, produtos de bambu, produtos fabricados a partir de desperdícios da cana-de-açúcar ou de resíduos naturais das colheitas de arroz, produtos de higiene pessoal reutilizáveis, entre outros.

Apesar de serem uma loja online, de que forma aconselham o cliente para que o mesmo seja assertivo nas suas escolhas?

Temos uma grande preocupação com a satisfação dos nossos clientes e isso passa também, de facto, pela assertividade das suas escolhas. Garantir um atendimento personalizado, através do qual todas as dúvidas são esclarecidas, diminui a probabilidade de escolhas inadequadas e, conseqüentemente, a necessidade de trocas ou devoluções. Nesse sentido, sempre que o cliente entende necessário, garantimos um serviço de aconselhamento e esclarecimento de qualquer dúvida em relação aos produtos comercializados. Mas, para além de todos os nossos canais de comunicação, através dos quais procuramos esclarecer, de forma célere, todas as questões que nos são colocadas, também é possível obter apoio especializado para a utilização de porta-bebés. Temos, portanto, dois serviços relacionados com o tema Babywearing: o aluguer de porta-bebés e a consultoria. Existem muitas opções de porta-bebés, mas o conforto é uma questão pessoal, cada corpo é único e não existe propriamente um porta-bebés que sirva a todos por igual, mesmo que o produto seja ergonómico e recomendado por especialistas. Por isso, a recomendação é sempre experimentar. No caso da consultoria, temos uma equipa de consultores que permite, atualmente, a opção de consulta online ou presencial (em Castelo Branco, Sintra e Leiria).

Sempre que possível, são ainda realizadas ações pontuais, nomeadamente durante a presença em feiras da especialidade.

Que novidades irão divulgar para 2023?

Em 2023 vamos continuar a trabalhar no âmbito da melhoria contínua dos nossos processos e serviços. Temos previstas algumas melhorias operacionais, nomeadamente com relação direta à experiência de compra, com introdução de novas ferramentas, automatismos e recursos que permitam aos nossos clientes uma maior facilidade de navegação no site.

Está também previsto um trabalho de reestruturação e dinamização de algumas parcerias estratégicas. Pretendemos parcerias mais coesas e eficientes, em benefício dos nossos clientes. Um trabalho já a decorrer, designadamente com as marcas que representamos, como é o caso da britânica Tidy Tot, de forma a prosperar e criar mais valor e no sentido de permitir que consigamos ser cada vez mais proativos com os nossos clientes.



www.tartaruguita.pt
info@tartaruguita.pt
91 067 38 62

(Chamada para rede móvel nacional)





Descubra mais em:
ledvance.pt/luminarias

A MÁ ILUMINAÇÃO DEIXA-O IRRITADO? MUDE PARA LUMINÁRIAS LEDVANCE

MAIS EFICIÊNCIA, MAIS POTÊNCIA E MAIS VARIEDADE

O consumo de energia e recursos são cada vez mais fatores importantes no setor profissional. Não tem com o que se preocupar, a LEDVANCE oferece-lhe um portefólio de luminárias mais vasto. Existem melhorias em termos de desempenho e eficiência incluindo uma série de novos produtos, oferecendo-lhe a si e aos seus clientes soluções convincentes para aplicações de escritório, indústria, estacionamentos, lojas e áreas urbanas – sustentáveis, económicas, funcionais e com uma elevada qualidade de luz.

Recomende a LEDVANCE como um forte parceiro aos seus clientes. ledvance.pt



LEDVANCE.PT



LEDVANCE



Financiamento sobre peças de arte

Situada em Lisboa, a Prestarte inicia atividade em 2014 e nasce de uma paixão dos seus fundadores por peças de arte antigas. Apesar de considerar um hobby, Joaquim Marques dos Santos, gerente da Prestarte, fala com emoção sobre a empresa e respetivos serviços dedicados à compra e venda de antiguidades, financiamento e consignação.

Qual o objetivo da fundação da Prestarte?

Estou reformado da atividade profissional desde 2012. Este negócio surgiu de uma iniciativa minha e de alguns colegas mas, por várias razões, foram saindo e hoje a Prestarte é uma sociedade familiar detida por mim e pela minha mulher. Nós sempre gostamos de antiguidades, não havia nada no mercado nesta área e decidimos arriscar.

O que esteve na origem desta empresa foi a criação de uma atividade que ocupasse parte do tempo disponível enquanto reformado. Depois de 52 anos de atividade profissional, passar dos 100% aos 0% seria muito complicado e decidi fazer esta transição com a nossa ideia através de uma atividade que não era prosseguida no mercado e incidia sobre coisas de que nós gostávamos: peças de arte e antiguidades.

Criamos a empresa em 2013 e iniciamos atividade em 2014. Temos uma colaboradora que nos dá apoio jurídico e outra colaboradora que faz o contacto com os clientes/avaliadores e mantém toda a atividade da empresa.

Quais são as principais soluções que disponibilizam aos clientes? Têm parcerias?

A principal atividade é a prestamista, com o financiamento de obras de arte.

Porém, prestamos outros serviços como o de receber peças à consignação e o de compra e venda de bens do mesmo género. Paralelamente, fazemos consultoria, mas com menos foco nesta solução.

Temos parcerias com avaliadores ligados às várias áreas, até porque tudo o que seja ouro, prata ou platina é obrigatório ter um avaliador certificado. Para além dos avaliadores, mantemos uma relação de parceria com as principais leiloeiras.

Que tipo de bens são elegíveis como garantia em penhor?

Os bens que estabelecemos como garantia são: Pintura, Joalharia (pratas antigas e relógios), Canetas de Coleção, Porcelana e Artes Decorativas, Arte Sacra, Esculturas e também Mobiliário de Autor.

Na sua opinião, quais são as vantagens de aprofundar esta área de negócio?

Se este negócio for desenvolvido para além da função económica que desempenha, é uma atividade muito rica para quem gosta disto, porque são analisados vários tipos de arte. É uma atividade multifacetada que devidamente desenvolvida pode ser uma atividade com interesse económico mas também cultural.

Para conhecerem mais sobre o nosso trabalho e esclarecerem todas as dúvidas, podem visitar o nosso site em www.prestarte.pt.



ALAMEDA DAS LINHAS DE TORRES, 152, E12
1750-149 LISBOA
Telefone: +351 217 505 032
Fax: +351 217 505 033
Email: geral@prestarte.pt
www.prestarte.pt

As empresas de Outsourcing nestas áreas já não deverão ser cinzentas.



A Contabilidade na História:

De relembrar sempre o pai da contabilidade, o matemático e filósofo Luca de Pacioli, que ao escrever a “Divina Proporção”, lançou os fundamentos do princípio das partidas dobradas, débito igual ao crédito (a proporção, a simetria).

Tal princípio está refletido na tapeçaria “O número” exposta no Tribunal de Contas, obra de Almada Negreiros.

Consultoria de gestão com foco no cliente

A Statera é uma empresa dedicada à prestação de serviços de apoio fiscal, consultoria e contabilidade. Tendo como pontos chave a proximidade e a exclusividade, apresentam uma carteira de clientes muito diversificada. Segundo o gestor e fundador Carlos Correia, a Statera tem uma equipa multidisciplinar para assegurar respostas às dúvidas e desafios que possam surgir em cada serviço.

Fale-nos do seu percurso profissional até fundar a Statera.

O meu percurso profissional foi feito ao inverso do que normalmente é feito nestas áreas. Fui formador enquanto tirava a licenciatura na área de contabilidade. Fui diretor financeiro na área dos automóveis e numa empresa de construção civil. Acabei por ingressar numa empresa, a Conceito, que agora é nossa concorrente. Ingressi nos quadros como Senior Manager onde tinha uma equipa associada. Esta oportunidade permitiu criar um know-how fabuloso.

Entretanto veio um novo desafio que começou em 2010 com a implementação do SNC em que a contabilidade teve de ser implementada e trabalhada de outra forma, mais virada para o relato, do que para o registo. Com isto, tivemos de pensar muito quais eram as nossas funções enquanto contabilistas e desde 2010 que o setor sofreu uma evolução extraordinária. A contabilidade começou a ter um papel importante e a ser vista de outra forma. Não era apenas para cumprir obrigações fiscais e isto obrigou-nos a inovar na forma de contabilizar. Apostamos em novas tecnologias, em que tudo é feito mais automaticamente e liberta-nos mais tempo para análise, o que permitiu minimizar o erro.

Em 2014 decidi autonomizar-me e fiz alguma formação. É importante referir que nestas áreas são também os próprios clientes que nos dão formação,

porque vamos aprendendo com os casos que aparecem e é essa a vantagem do outsourcing. Estamos todos os dias a aprender com os clientes e a utilizar o conhecimento de um para outro e de muitas áreas de negócio diferentes.

Para que tipo de clientes estão vocacionados e quais são os serviços que realizam e destacam no vosso dia a dia?

Estamos vocacionados para os clientes que nos dão rentabilidade.

Em termos de serviços, oferecemos a domiciliação e desse social a algumas empresas, o que faz todo o sentido porque algumas entidades tecnológicas não têm sede social e trabalham desde as habitações dos funcionários. Conseguimos também oferecer serviços de faturação aos nossos clientes para não terem de investir em programas de faturação. Nós emitimos faturação num prazo máximo de 24 horas. Outro serviço é a componente de consultoria em que fazemos avaliação de empresas.

De que forma colocam em prática o avanço tecnológico nos serviços que disponibilizam ao cliente?

O facto de termos os nossos documentos todos numa cloud e os clientes digitalizarem os documentos, permitiu-nos não sentirmos nenhum transtorno com a chegada da pandemia. Nessa altura, ajudamos todos os nossos clientes e reduzimos a percentagem das avenças de imediato. Os clientes que sobreviveram já nos deram retorno daquilo que lhes demos.

Com isto quero referir que, de certa forma, o avanço tecnológico já lá estava. E é para continuar, sendo eu formador, apostamos muito na formação e as pessoas estão constantemente atualizadas.

Como avaliam o fator crescimento da Statera?

A evolução foi constante com uma carteira de clientes assente na proximidade, trabalhando a equipa com 38 nacionalidades diferentes. No entanto, não temos a pretensão de crescimento desmesurado, porque se crescermos muito seremos iguais aos outros e já não teremos o fator de distinção. O que eu procuro é ter pessoas muito próximas e dedicadas. Temos pessoas que conhecem a nossa forma de trabalhar e isso permite-nos estar confiantes. Sabemos que com o nosso ritmo de trabalho, não podemos estar sempre a crescer, pois há um limite. O que oferecemos é o princípio da liberdade com responsabilidade e isso tem resultado com a nossa equipa.



CONSULTORIA DE GESTÃO
Palacete da Quinta dos Ulmeiros,
Alameda das Linhas de Torres, n. 152, Piso 1, E7
1750-149 Lisboa
Telf. 21 752 44 99
Statera - Consultoria de Gestão, Lda.



LEDVANCE



Uma start up aliada à experiência centenária

Com sede em Munique, a Ledvance é uma multinacional no setor da iluminação. O nascimento desta empresa dá-se com a separação do negócio de iluminação geral da OSRAM em 2016. O General Manager/CEO, Mário Barata, foi nosso entrevistado e salientou o percurso notório da marca, os prémios consecutivos enquanto melhor fornecedor na categoria de iluminação, o trabalho diferenciador e destaca a ambição de continuar a crescer no futuro.

Existe uma longa história até chegar à Ledvance. Quais são os principais marcos históricos que permitiram crescer dia após dia?

A empresa tem 92 anos de história e teve início em 1931 com a criação da sociedade luso-francesa ENAE, que em 1933 conta com a primeira fábrica de lâmpadas em Portugal (produção da marca Lumiar). Em 1960, a ENAE passa a ser adquirida pela OSRAM e pela Siemens e dá-se o início da produção com a marca OSRAM em Portugal.

Em 1979, a OSRAM tem uma nova designação social: OSRAM - Empresa de Aparelhagem Eléctrica, Lda e nesse ano, a OSRAM e a Lumiar têm comercialização conjunta. Anos mais tarde, em 1988, dá-se o encerramento da fábrica em Portugal e a OSRAM assume-se como empresa meramente comercial. Em 1999, a empresa obteve a certificação no Sistema de Gestão de Qualidade pela norma EN ISO 9002.

Em 2001, encerram o armazém em Portugal e criam o Centro de Distribuição em Madrid, com entrega de material em 24 horas.

Em 2003, a OSRAM assume a responsabilidade pela comercialização dos inovadores Opto Semiconductors e em 2006 comemora 75 anos de presença no nosso país.

Já em 2016, com a separação do negócio de iluminação geral, nasce a atual Ledvance que em 2020 se tornou na primeira empresa a receber o certificado VDE para o sistema HCL (Human Centric Lighting). Para o mesmo sistema, também foi galardoada com o prémio German Innovation Award.

Por fim, em nove edições dos prémios AGEFE, a Ledvance foi distinguida sete vezes pela secção de grossistas/distribuidores de material eléctrico da AGEFE, na categoria de Iluminação como o melhor fornecedor.



Em que consiste o myLedvance?

O myLedvance é um portal de consultas onde todos os clientes podem fazer encomendas e verificar o stock e histórico de cada um. Só têm de estar diretamente registados na Ledvance e usufruir de inúmeras vantagens.

Como avalia o mercado da iluminação nos últimos anos?

O mercado da iluminação mudou muito. A mudança de fonte de luz tradicional para fonte de luz LED foi uma revolução em termos de tecnologia, mas ainda há um longo caminho a percorrer.

Há uma parte muito significativa de lâmpadas tradicionais que este ano, entre fevereiro e setembro, vão ser banidas do mercado europeu pelas diretivas europeias que regulamentam a utilização de substâncias como o mercúrio, bem como a ineficiência energética. Isto quer dizer que existem diversas oportunidades de substituição no mercado de iluminação. É nesse mercado que pensamos e estamos na linha da frente. Estamos a investir cada vez mais nesta área de projeto. O projeto, em 2023, já valerá 30% do nosso objetivo anual e daí esta nossa grande aposta.

Como se procede a customização?

Por exemplo, quando temos um projeto em que o arquiteto tenha pensado numa solução diferente daquilo que disponibilizamos no nosso portfólio, tentamos ver com ele qual é a viabilidade em termos técnicos da mesma. Se vimos que há viabilidade técnica e que as coisas podem avançar, contactamos o nosso departamento específico desta área e tentamos fazer um projeto chave na mão e customizado.

Dentro da Ledvance, somos dos países que mais projetos tem para fazer soluções customizadas. É sempre um desafio.

Isso exige uma competência técnica por parte dos colaboradores...

A Ledvance, no meu ponto de vista, tem as melhores equipas de projeto de iluminação em Portugal. Apesar de ser a minha opinião, é também aquilo que os clientes nos transmitem. É desta forma que nos classificam como o melhor parceiro de iluminação, o que é muito gratificante para a Ledvance.

Estar na linha da frente significa ser diferente no mercado. Em que aspetos são diferentes dos demais players?

Quando somos avaliados no prémio da nossa Associação, os clientes têm vários parâmetros como a margem dos nossos produtos que lhes permite estarem no mercado, o serviço e a fidelização. Para nós, são alguns pontos diferenciadores, sendo que o serviço é a nossa grande mais-valia.

Todos os valores como a capacidade de estar presente, de responder, de fazer o projeto, do acompanhamento, do pós projeto são uma mais-valia que nem todos têm e que nos diferencia da concorrência.

Que tipo de soluções de iluminação oferecem e que acrescentam valor às instituições públicas e privadas?

Destaco como principais soluções tudo o que seja soluções LED de baixo consumo; aposta na Eficiência Energética; soluções sustentáveis; Human Centric Lighting (B2B); Sun@home (B2C) e Smart Home.

Quais são os pilares em que assenta a Ledvance?

A nossa missão assenta em quatro pilares:

Winning Together - como uma equipa coesa e juntamente com os nossos clientes formamos parcerias fortes;

Breaking New Ground - desbravamos novos caminhos no sentido da inovação, com novos produtos, novos mercados e novas formas de pensar;

Striving for Excellence - tem tudo o que fazemos procuramos a excelência nos produtos, nos processos e soluções.

Dentro do vosso portfólio, quais são os projetos mais emblemáticos e desafiantes?

Temos vários projetos mas podemos destacar a fachada do Diário Notícias em Lisboa, os supermercados E. Leclerc de Lousada e de Santa Maria da Feira, a Fachada do Teatro Jordão em Guimarães, a iluminação nos apartamentos na Infinity Tower, os carregadores dos Veículos Elétricos Pesados em parceria com a Siemens e, por último, a iluminação Pública em Angola (Província de Benguela e Lobango).

Em resumo, destacamos os produtos de qualidade que abrangem todas as áreas: industry, shopping, office, hospitality e street lighting.

O que projetam para o futuro da Ledvance? Como serão os próximos anos?

Eu penso e espero que os próximos três anos sejam anos fortes para a iluminação com todas estas novas tecnologias. A eficiência energética e a sustentabilidade estão em todo o lado.

Estamos a fazer uma experiência piloto no Leste Europeu com soluções fotovoltaicas. Começamos com luminárias solares que não precisam de ligação à rede elétrica. Estamos a fazer essa experiência em dois países que, se correr bem, estenderemos ao resto da Europa com painéis solares e conversores, ou seja, tudo o que esteja ligado a painéis solares, pois é algo que está em franco crescimento e desenvolvimento.

Fazemos muitos eventos e campanhas com clientes e temos como objetivo continuar a investir na área de branding edition para dar a conhecer ainda mais o papel da Ledvance no mercado.

Por fim, não podemos deixar de inovar pelo valor que acrescentamos ao mercado, até porque não nos podemos esquecer que somos uma start up com mais de 100 anos de experiência na área de iluminação e é isso que nos move.





Valorização dos altos padrões éticos

A Pi-Turn é uma consultora especialista na melhoria, inovação e reengenharia de negócios e indústrias que envolvem organizações com operações, estruturas e recursos complexos. Tendo por mote que *Perfection is the enemy of improvement*, tem como objetivo alcançar ecossistemas corporativos eficientes com lucros financeiros sustentáveis e de longo prazo, sem sacrificar os padrões éticos. Paulo Fernandes, CEO da Pi-Turn, realça a importância de ter uma equipe de recursos humanos eficiente e competente e motivada, essencial para o sucesso Empresarial e o Crescimento Financeiro.

A Pi-Turn resulta de um percurso profissional bastante qualificado por parte do seu fundador. Fale-nos mais sobre esse percurso até conquistar a atual Pi-Turn.

Eu iniciei o meu percurso profissional como oficial contratado do Exército no Comando da Logística. Chefeei a secção de fardamento e material. Estive como oficial contratado durante oito anos tendo elaborado vários projetos interessantes que foram desenvolvidos na ótica de conseguirmos uma poupança orçamental e respetiva evolução dos fardamentos/equipamentos em uso. Quando concluí a minha licenciatura em Engenharia Mecânica e, após a conclusão dos respetivos projetos resolvi sair.

Entretanto entrei na área automóvel e estive durante quatro anos num importador no departamento do comportamento do produto / assistência técnica Pós-venda, ou seja, na área de Garantias, Homologações, Campanhas Técnicas, Literatura Técnica, Ferramenta Específica iniciando a minha carreira no ramo automóvel.

Ao fim de quatro anos achei que tinha de abraçar novos desafios e entrei na **JMAC - Japanese Management Association Consultants**. Com os meus mentores,

redesenhamos um projeto para um cliente Europeu de melhoria contínua nos concessionários do ramo automóvel. Iniciámos a implementação em alguns mercados a nível europeu começando eu o projeto em Portugal, mais precisamente Évora, e com sucesso. No entanto, e como em todos os processos, vamos conhecendo a melhor forma de apreender as melhores práticas e pelas **Lessons-Learned** melhorar futuras implementações. O conceito de implementação muito focado no passo a passo, que resulta, demora algum tempo a ter o retorno pretendido. Na altura, achei que a mudança teria de ser um pouco mais radical e fui criando artifícios e formas de interagir com as equipas em que colocava todos a trabalharem em conjunto no projeto, o que fez com que o ganho fosse muito mais rápido. Isto levou a que começasse a fazer consultoria em mercados como Inglaterra, Holanda, Bélgica, Espanha, Itália, Alemanha e Portugal. Posteriormente, a JMAC sugeriu abriremos as nossas próprias empresas e aí nasceu a Pi-Turn. O "PI" de 3.14, ou seja, o número infinito sempre a rodar. Também criei, juntamente com dois colegas, o que chamo de **BRT - Business Reengineering and Transformation**, desenvolvido para grupos em larga escala, mas que também pode ser aplicado a qualquer organização onde se consegue atingir a verdadeira economia de escala. O primeiro teste foi feito em 2014 com um grupo holandês com 23 operações todas executadas ao mesmo tempo.



Houve uma redução de cerca de 70% de dias de consultoria com inversão do negócio, da mentalidade dos recursos e obtenção de lucros significados, o que é ótimo para o cliente. BRT é Melhor, Mais Rápido e Mais Barato. da mentalidade dos recursos e obtenção de lucros significados, o que é ótimo para o cliente. **BRT** é Melhor, Mais Rápido e Mais Barato.

A aplicação dos conceitos e melhorias são desenhadas em conjunto *Efficiency-by-Design* e orientadas pelo consultor de acordo com o - *management* - para evitar conflitos e extrair todas as mais-valias da operação.

Que valências estão incluídas nos vossos serviços de consultoria?

Existem vários processos e algumas fases obrigatórias para validar a sintonia com o cliente porque necessariamente é *taylormade*, mas fazemos, por exemplo, *coaching* aos decisores de topo: diretores gerais, financeiros, operacionais (de como podem melhorar o negócio) porque a transformação inicia-se no topo. Os números têm uma importância indiscutível, mas têm uma relação intrínseca com a parte operacional. Criamos vários sistemas de controlo, por exemplo um sistema de reuniões com o CEO em que o mesmo só necessita de estar “oito horas” por mês disponível para o negócio; normalmente tem outras atividades correlacionadas à função. Outro sistema tem a ver com o que aprendemos; por experiência nenhum lucro empresarial é duradouro se as medidas não forem implementadas de forma sustentável e eticamente corretas. Todos os recursos participam na melhoria e acreditamos que as *Ground-People*, como pilar das empresas, são os ativos mais valiosos necessários para compreender o que pode ser melhorado e como o executar. Numa das formações iniciais que dou, apelidada de *ready for change*, costumo perguntar se os colaboradores se conhecem pessoalmente e mais de 50% não se conhece apesar de trabalharem juntos, por vezes, há dezenas de anos. Com ferramentas digitais, o fortalecimento da equipa fará crescer um grupo de colaboradores com respeito mútuo e a trabalhar em conjunto. Delegamos, transferimos, alteramos, adaptamos e criamos competências e responsabilidades das equipas *In-House* com diferentes aptidões para sustentar e perseguir diariamente a constantemente melhoria contínua de todas as operações do negócio, de forma a focarem-se numa missão comum e partilhada orientados para a visão da empresa

Na consultoria empresarial trabalham com diversas ferramentas. Quais são as principais ferramentas que não dispensam?

Transferimos a competência do produto criando ferramentas *taylormade* feitas à medida do cliente, porque todos os projetos são personalizados. As ferramentas disponíveis para Operações, Finanças, RH e Gestão são fundamentais para a Pi-Turn ao nível da consultoria. Uma das coisas que a Pi-Turn faz é pensar “fora da caixa”. Nós não temos de inventar a roda, pois ela já existe. Temos de colocá-la a andar mais depressa para ter o rendimento necessário.

Apesar de trabalharem com vários mercados, qual é o que mais se destaca nos últimos anos?

Os meus últimos anos de trabalho, 85% têm sido na Holanda que é um mercado que não sofre de crise financeira com reais ajudas à economia e com pleno emprego. É um mercado, que culturalmente, quando vê vantagens nas propostas de melhoria e eventuais *up-grades* que vamos fazendo. Não há risco, ou seja, testam e investem. A Pi-TURN tem resultados positivos comprovados em diversos ambientes corporativos na Europa; prevemos resultados tangíveis e definimos metas realistas e, desfrutando de uma taxa de ROI (Retorno sobre o investimento) de 99,8% dos resultados devidamente documentados. Quando investem veem o sucesso e investem mais, o que cria uma relação de confiança com os *players* e torna mais fácil a implementação e a sustentabilidade da mesma.

Como se resolvem os problemas de comunicação dentro de uma empresa?

A comunicação não é diálogo, mas sim real entendimento entre interlocutores. A comunicação, *de per si*, está ligada normalmente aos recursos humanos, mas também à própria organização nos steps para conseguir chegar ao cliente final. Essa otimização é avaliada no estudo da avaliação inicial. Essa avaliação inicial dar-nos-á o *status* atual, do que está a ser feito, sem críticas, porque se estão a laborar é porque estão a fazer algo positivo de certeza. É também verificar a parte financeira, operacional, logística, armazém, recursos humanos, ou seja, tudo o que está ligado ao *corporate* da empresa que necessita de *IM-Information Management* dos processos/sistemas. Para criar o *Business Case*, ou seja, para onde podemos e queremos ir a ligação de todos estes elementos é essencial pois deve-se ter uma visão global e não sectária pois todos são “as rodas dentadas” que fazem a empresa funcionar. Não introduzimos 300 indicadores de negócio, mas sim os indicadores necessários para conseguir controlar o negócio, a que eu chamo dos “Sete Magníficos”. Se estivermos focados em sete indicadores, existem ações reais com o necessário acompanhamento para a melhoria e, quando estiverem no nível que queremos, podemos introduzir outros.

Assim, o dinamismo é essencial neste negócio. Evoluímos e a seguir pensamos qual o próximo passo a dar. Não há crescimento infinito, há crescimento sustentado. O importante é que haja evolução.

Ter uma equipa motivada é meio caminho para o sucesso do negócio. Qual o papel que a Pi-Turn tem para manter este espírito com os seus consultores?

Do meu ponto de vista, é essencial manter os funcionários motivados. A verdadeira envolvimento nas soluções de melhoria e a real transformação de métodos e rotinas para um trabalho *Smarter not Harder*. Quero que eles sintam que estão a fazer algo para a empresa e para benefício próprio. Para isso, também introduzimos/sugerimos prémios de produtividade e com isso tem de haver um retorno. Assim, conseguimos fazer com que a evolução seja ainda maior e mais rápida.

A consultoria, nas mais diversas áreas de negócio, deve ser pensada para cada cliente. Nesse sentido, como funciona cada projeto na Pi-Turn?

Aqui, cada projeto é sempre feito à medida do cliente. Dizemos sempre que não existem dois projetos iguais. Aplicamos os três P's: Produto, Pessoa e Processo e obrigatoriamente entendemos a cultura da empresa sabendo qual é a missão e a visão.

Começamos o processo pela avaliação inicial do cliente. Isto é aplicado não só no ramo automóvel, mas também em qualquer sistema produtivo. Aprendemos que em qualquer empresa, independentemente do tamanho ou do ramo de atividade, existem duas questões principais que exigem aperfeiçoamento constante: a organização da própria empresa e a comunicação dentro da empresa. Se resolvermos 50% dessas duas questões, teremos um potencial crescimento de 50%!

É importante sublinhar que entramos na operação de qualquer negócio e a partir daí desenhamos a solução para cada cliente. A nossa aproximação ao negócio é partir da teoria, demonstração de que é possível obter os resultados, pôr as pessoas a fazer, acompanhamento da evolução e melhoria contínua. É desta forma que podemos afirmar que a valorização dos altos padrões éticos e a confidencialidade de dados do cliente são essenciais para a Pi-Turn. O respeito mútuo é muito importante e temos sempre uma perspetiva independente num aporte presencial.





CAIXILAR

**Feche as portas ao Mundo
e abra as janelas à **Vida****

www.caixilar.pt

No mercado há 33 anos somos especialistas em obras de caixilharia de Alumínio minimalista e maximalista de Alta Performance.



#no more plastic
#save the planet
#nature #sustainability



Crescimento, Alcance e Sustentabilidade

Especializada no desenvolvimento de soluções urbanas, a Urban Planning & Solutions apresenta serviços à medida de cada cliente. Ana Rita Vicente e Inês Carvalho são os rostos deste projeto de sucesso. Nesta entrevista afirmam como foi criada e pensada a UP, salientam a importância de desenhar soluções para cada tipo de cliente e ainda revelam que a internacionalização poderá ser um dos próximos passos.

Expliquem como nasceu o mundo UP.

O mundo UP nasceu de um sonho conjunto meu e da Ana Rita. Na verdade, surgiu de uma pequena acendalha de esperança de que, o sonho urbano (seja de uma casa de família, seja de um investimento particular) possa estar ao alcance de qualquer um, sem que o peso da burocracia e de outros custos de contexto o possam esmorecer ou possam impedir esse sonho.

Acreditamos profundamente que não existe problema que não tenha solução e que a solução não tem de ser desmedida ou inalcançável pelos derivados custos de contexto.

O urbanismo é um importante pilar de cultura de qualquer civilização, está enraizado nos seus alicerces históricos e tem expressão em valores fundamentais da nossa sociedade.

Nessa medida, nada melhor do que nascer, como nasceu a UP, num berço jurídico-urbanístico, sob ímpeto de quem tem o cliente em primeiro lugar, de quem chama a si, os interesses dos outros como seus, pois pode fazer toda a diferença!

E foi assim... num desejo de ir mais longe, de desafiar o

problema e alcançar não uma qualquer solução, mas sim a melhor solução, a solução que é personalizada e customizada na mais justa e completa medida - "tailored", que criámos a UP. Hoje alicerçada numa equipa multidisciplinar, que nos permite desenvolver o processo urbano, na sua globalidade, em regime chave na mão. Sem desperdícios, sem mais burocracias e com menores custos de contexto... tornando os sonhos numa realidade!

Que tipo de soluções diferenciadoras dão a conhecer ao mercado?

Devendo sinalizar as nossas soluções como diferenciadoras num contexto de mercado, então destacaríamos que a diferença chave está no processo de criação e desenvolvimento por nós adotado, onde, com economia de escala, conjugamos várias áreas de especialidade, incluindo a especialidade tangente da dimensão jurídico-urbanística e onde o cliente faz parte intrínseca da equipa e assim, do próprio processo.

A UP conjuga num só processo as diversas áreas de especialidade de atuação dentro de qualquer processo ou procedimento urbanístico, conseguindo assim obter melhores resultados, mais rápidos e com menores custos para o Cliente.

Não distinguimos processos por grau de importância, para

nós todos são importantes e num processo, todas as fases têm a mesma prioridade, sentindo uma enorme satisfação em oferecer e dizer que a solução diferenciadora está no Cliente.

Fazendo aqui um juízo de prognose póstuma, concluímos que todos os projetos onde tivemos intervenção são diferenciadores porque, na verdade, não tivemos duas soluções iguais e acarinhamos cada um dos nossos projetos!

Que objetivos esperam alcançar nos próximos 2 anos?

Destaco três palavras de ordem:

CRESCIMENTO - ALCANCE - SUSTENTABILIDADE
Acreditamos que, em qualquer ramo o crescimento deve ser uma constante e, na UP definimos objetivos ambiciosos para os próximos 2 anos, com possível internacionalização na nossa atividade. Com o nosso crescimento, queremos abraçar mais projetos e mais sonhos, fazendo destes uma realidade. O que nos comprometemos a alcançar é que, o crescimento se mantenha de forma sustentada e sempre fiel aos nossos princípios fundamentais que são, incontornáveis.

Com olhos no futuro, não nos vamos, contudo, distrair da importância do presente!



URBAN PLANNING & SOLUTIONS
AS NOSSAS SOLUÇÕES, À SUA MEDIDA

LISBOA
AVENIDA DO BRASIL, N°43 - 8°ESQUERDO
1700-062 LISBOA



 WWW.A-UP.PT  INFO@A-UP.PT  (+351) 218 437 285
chamada para rede fixa nacional

“Trabalhar com Futuro, pelo Futuro e para o Futuro”

Cuf Almada

Como surgiu o mundo Caixilar?

A CAIXILAR, empresa do grupo SERTEP, foi criada em 1990 pela mão do seu atual sócio-gerente Armando Ribeiro com o intuito de fabricar sistemas de caixilharia de alumínio de qualidade a preços acessíveis. Reza a história que enquanto trabalhava a produzir candeeiros na sua própria casa verificou que o frio e a humidade que sentia vinham em grande parte das janelas e decidiu trocar as então existentes de madeira por umas novíssimas de alumínio. Cedo entendeu que as empresas que existiam ou com quem se cruzou apenas se preocupavam em “fechar o buraco” não olhando a própria concepção do espaço, a diferença de materiais tais como a própria liga ou a necessidade de utilização de acessórios adequados e na totalidade. Foi quando ganhou experiência a “consertar” as novíssimas janelas, que na realidade ainda eram piores que as anteriores de madeira que percebeu que o mercado da caixilharia tinha pouca qualidade e havia margem e necessidade para mudar esse paradigma e tornar as casas das pessoas um lugar melhor e mais saudável para habitar. Como a sua formação de base era de desenhador industrial mecânico, depois de alguns meses de estudo e de experiência no mercado acreditou no projecto e lançou-se como empresa limitada na Pontinha. A sua seriedade, o know-how que tinha e que foi aprendendo com os seus colaboradores foram granjeando a confiança e a recomendação do mercado.

No ano de 2001, e já com a ajuda do seu irmão Mário a empresa realiza um forte investimento em meios técnicos e

humanos, potenciando a melhoria da qualidade dos seus serviços e uma aceitação por parte de empresas de construção civil de renome. Em 2003, a empresa foi mais longe atraindo diversos mercados internacionais, tais como França, Angola e Cabo Verde, contando já com uma significativa quota destes mercados.

No início de 2008, a CAIXILAR é a primeira empresa de caixilharia em Portugal a receber a Certificação de Serviço, necessária ao cumprimento da legislação em vigor referente à marcação CE, e com cariz de obrigatoriedade desde Fevereiro de 2009.

Estes desenvolvimentos permitiram a formação de sinergias e a colaboração de uma equipa dedicada e experiente, possibilitando a oferta de uma Garantia de Qualidade. Hoje, com mais de 20.000 clientes, a CAIXILAR ganhou notoriedade, tornando-se referência na escolha de caixilharia para as obras de Alta Performance.

Que tipo de soluções trouxeram para o mercado e que hoje em dia são diferenciadoras?

As nossas soluções são diferenciadoras porque concebemos a solução adequada ao espaço e garantimos o apoio permanente na sua implementação. Vivemos na era da Arquitectura orgânica onde se pretende que os espaços estejam em perfeita simbiose com o seu entorno. Os novos sistemas de caixilharia minimalistas ou até os “invisíveis” que se fundem com as paredes e o chão da casa dando primazia a entrada do exterior para o interior são soluções elegantes, simplistas mas que requerem muito trabalho de levantamento e preparação

Há mais de 30 anos no mercado, a Caixilar apresenta as mais diversas soluções em caixilharia de alumínio que se tornaram referências no setor nacional. Nesta edição, contamos com a participação de Armando Ribeiro, CEO da Caixilar, e ficamos a conhecer a evolução da empresa, as soluções que oferecem ao cliente, a forma como aplicam a eficiência energética e a sustentabilidade diariamente, não esquecendo os objetivos e desafios para 2023.



Moradia Belas Clube de Campo



Aldeia dos Capuchos + Hotel Meliã – Almada

quer do local onde serão integradas quer das próprias para que funcionem na perfeição e sejam duradouras. A utilização cada vez mais de painéis de vidro duplos e triplos de grandes dimensões, pesados, requerem um trabalho adicional de cálculo e de aplicação devido ao risco e funcionalidades acrescidas. Para além desses sistemas, como nos especializamos em obras de Alta Performance temos desenvolvido trabalhos de beleza singular a pedido dos clientes como sejam uma sala de meditação em vidro, uma ponte suspensa para passar do quarto para a biblioteca, uma fachada colada, sem alumínio, cabines à prova de bala ou quartos de pânico, jardins de inverno únicos ou até portas em pedra!

Como diz um nosso cliente: “Posso sempre contar com a expertise e a loucura do Armando para tornar reais as minhas ambições surreais!”.

A necessidade cria o engenho e nós estamos aptos a “engenhá-lo”.

Por que valores se rege a Caixilar?

Na CAIXILAR queremos deixar Legado. A nossa missão é trabalhar com Futuro, pelo Futuro e para o Futuro.

Os valores que nos regem são:

QUALIDADE E SEGURANÇA - são efetuados levantamentos técnicos e cálculos dimensionais para que o conjunto dos vários materiais a utilizar respondam às mais elevadas exigências de Qualidade e Desempenho.

TECNOLOGIA E DESIGN - trabalhamos para o Futuro com tudo o que tal implica. Seleccionamos criteriosamente os fornecedores com quem trabalhamos privilegiando qualidade, tecnologia e últimas tendências de Design.

GARANTIA EFETIVA - trabalhamos com Futuro pelo que para nós a Garantia não é apenas um serviço de após venda. O respeito pelo cumprimento do serviço acordado é para nós um valor. Prometemos e cumprimos!

RESPEITO PELA TERRA - trabalhamos pelo Futuro pelo que queremos ser uma empresa que apesar de consumir recursos naturais o faça de maneira sustentável.

Qual a importância da responsabilidade social para a vossa empresa?

Uma empresa é antes de mais um organismo vivo inserido na sua comunidade pelo que a Caixilar, nos últimos 33 anos tem apoiado várias causas que vão desde doações a instituições de solidariedade social

locais ou nacionais, patrocínio de equipas de futebol internas ou da região onde estamos sediados, patrocínio a artistas e festas do concelho ou ainda recebendo estagiários que ajudamos a preparar para o mercado de trabalho.

Sabemos que a sustentabilidade passa pela conquista diária de uma maior eficiência energética. De que forma a Caixilar procura integrar no seu dia-a-dia a sustentabilidade e a eficiência energética?

Quando falamos em sustentabilidade falamos em empresas economicamente e socialmente responsáveis que operam sem colocar em causa o bem-estar das gerações vindouras. Essa é a razão principal pela qual a Caixilar deixou de produzir PVC e apenas se dedica desde há uns anos a esta parte de obras em Alumínio, um recurso praticamente ilimitado no planeta e com pouco impacto na sua exploração. Para além disso, tratamos todos os nossos fornecedores como pares dando primazia a uma relação duradoura e de confiança honrando os nossos compromissos financeiros e pessoais.



Especificamente em termos de eficiência energética, para além do óbvio impacto que as soluções de caixilharia tem na diminuição do consumo energético para os nossos clientes, nós próprios mudamos as nossas instalações para umas mais recentes, mais eficientes e onde futuramente iremos instalar painéis solares no telhado para resolver grande parte do nosso consumo energético para produzir. Estamos paulatinamente a mudar a nossa frota para veículos elétricos, menos poluentes e o nosso processo produtivo assenta sobretudo na mão-de-obra especializada garantindo assim empregos, poupança de energia e uma maior personalização no produto final.

Internamente, reciclamos todos os desperdícios que produzimos, entendo que o lixo de um departamento pode ser uma riqueza para outro ou para outra entidade.

Administrativamente organizamo-nos por processos informáticos reduzindo assim o consumo de papel, tinteiros e tempo e minimizando também os erros e desperdícios consequentes de recursos. A pandemia, em termos de organização do trabalho também provocou mudanças significativas no departamento comercial cujos benefícios em termos de eficiência energética se traduzem numa melhoria que devemos manter, evoluímos para o número mínimo de deslocamentos para levantamento de necessidades e medidas privilegiando, sempre que possível, vídeo-chamadas e emails.

Conversamos, idealizamos, projetamos ou apoiamos projetos elaborando desenhos, lista de materiais e forma de instalação para as soluções minimalistas das moradias enviando tudo embalado e catalogado para

instalar. Tem corrido muito bem!

A eficiência energética está na ordem do dia e nós temos de inovar, não há outra forma.

Iniciamos um novo ano. Que projetos esperam alcançar em 2023?

A pandemia trouxe-nos muita incerteza mas sobretudo uma nova visão de bem-estar e de trabalho para as pessoas que revolucionou a forma como respondemos ao mercado.

Em termos de RH é cada vez mais importante respeitar a dicotomia trabalho/família para que seja possível manter os profissionais da área felizes, produtivos e enraizados.

Por outro lado, grande parte dos clientes passa hoje também muito mais tempo em suas casas, seja a trabalhar ou em lazer, dando muita importância ao bem-estar e à estética. É neste sentido que temos vindo a aperfeiçoar as soluções minimalistas com ruptura térmica que permitem grandes poupanças de energia e um bem-estar notório no ambiente, aliadas a uma quase imperceptibilidade no espaço, trazendo o ambiente de fora para dentro sem esforço, sem

insectos e sem temperaturas desagradáveis. O local torna-se fluido, agradável, vivido.

Em termos de gestão, atualmente com as incertezas políticas, de saúde e económicas e a instabilidade de mercados e investidores, projetar a micro prazo é não uma realidade mas uma necessidade já que a capacidade de resposta a imprevistos tem de ser muito maior e isso só se consegue gerindo e prevenindo. É por isso que o know-how, a capacidade instaladas e a segurança financeira são hoje em dia tão importantes numa organização e sobretudo numa empresa da área da construção civil onde escasseiam bons profissionais e onde a solidez de uma empresa hoje é muitas vezes a insolvência do amanhã.

A caixilharia é parte integrante de uma casa e requer um investimento considerável pelo que é muito importante decidir em consciência para ambas as partes.

A actualidade do Mundo com os desafios do rescaldo da pandemia, a guerra na Ucrânia, o aumento das taxas diretoras, as restrições às importações, a falta de materiais, a falta de capital humano tornam 2023 um ano particularmente desafiante para a nossa área onde aquilo que conhecíamos já não é suficiente para a tomada de decisões. Contudo, tendo uma carteira considerável já de encomendas, uma reputação forte no mercado que faz com que 90% da nossa faturação seja por recomendação e uma gestão cuidadosa estamos confiantes que iremos manter a faturação do ano anterior e melhorar a nossa prestação e qualidade dos nossos serviços como já é nosso apanágio. “Hoje melhor que ontem amanhã melhor que hoje!”

Compromisso com o cliente

Sediada na Venda do Pinheiro, a BIZACTION instalou-se no mercado nacional em 2007 como especialista na prestação de serviços para Eventos. Mais tarde, em 2020 e fruto da pandemia, nasce a PurO2 com a oferta de aparelhos de purificação e esterilização de ar. Conversamos com o CEO, Hugo Pedroso, que nos contou a história da empresa, os desafios diários e realçou o crescimento acompanhado pela inovação e diferenciação.

Como surgiu a oportunidade de criar a BIZACTION?

A BIZACTION foi criada em 2007 e nasceu focada para a indústria dos eventos, do cinema e da publicidade. Atualmente é também proprietária da PurO2.

Sou licenciado em Estatística e Gestão de Informação mas na faculdade estava sempre muito ligado aos eventos e à publicidade e a partir daí veio a ideia da criação da BIZACTION. Na altura, foi uma sociedade criada por mim e por uns amigos. Tínhamos a mais-valia de eu ser uma pessoa do meio e eles da parte da logística de transporte.

Geralmente as produtoras não têm os meios de produção para fazer um filme, e recorrem a empresas como a BIZACTION que possuem esses meios como, tendas, mesas, cadeiras, WC portáteis, Viaturas Make-up, rádios etc, através do aluguer de equipamentos.

Esta prestação de serviços com o passar do tempo teve especial incidência e crescimento na área da radiocomunicação, fomos abrindo novos horizontes para outras áreas, conquistando clientes noutros sectores que são consumidores desses mesmos produtos. Os eventos independentemente da sua dimensão necessitam de comunicar com qualidade durante a sua realização, e os Promotores e Produtores de Eventos de parceiros confiáveis como a BIZACTION que cumprem com as exigências.

Hoje em dia, consideramo-nos especialistas em sistemas rádio pelo nosso conhecimento, pela qualidade de serviço prestado, pela tecnologia e pelos meios que temos à disposição dos nossos clientes.

Somos uma organização que está centrada na criação de mais-valia para os seus clientes.

A inovação e busca contínua de soluções mais eficientes e tecnologicamente mais avançadas, a procura da melhoria contínua, a capacidade de adaptação às especificidades de cada parceiro, a rápida capacidade de resposta, a Integridade e respeito dos compromissos assumidos com os nossos parceiros, torna-nos diferentes e a meu ver únicos.

Atualmente, quais são os principais serviços que desenvolvem?

Desde 2007 que temos estes serviços: Prestação de serviços para eventos, criação de eventos e aluguer de equipamentos. Neste momento, o nosso foco são serviços para eventos e queremos continuar a apostar muito na parte da radiocomunicação.

Já somos parceiros de grandes empresas a nível nacional nessa área. Temos eventos como Fórmula 1, Moto GP, festivais de verão, eventos corporativos e não corporativos. Queremos estar nos eventos e apoiar todos os clientes com as nossas valências.

O nosso nome é Bizaction - Eficiência e Complementaridade Empresarial, ou seja, queremos ser complementares ao nosso cliente, ao nosso parceiro e estamos lá para servir da melhor forma possível.

Anteriormente referiu que a BIZACTION é proprietária da PurO2. Porque decidiu criar este novo negócio?

Em 2020 apareceu a pandemia e começamos a receber e-mails de eventos adiados e cancelados. Forçosamente tivemos a nossa estrutura parada. Como pessoa proativa, não gosto de estar parado e procurei por um produto com uma marca que fosse completamente diferente da BIZACTION. A partir daí, desenvolvemos a PurO2 dedicada a aparelhos de purificação e esterilização de ar com tecnologia ultravioleta UV-C.

Hugo Pedroso
CEO

Existem muitos purificadores de ar no mercado com base em filtros HEPA mas nós utilizamos a luz ultravioleta para eliminar o vírus. As máquinas não necessitam de tanta manutenção, comparando com máquinas HEPA, o seu consumo é reduzido e conseguimos uma taxa de eliminação de vírus de comprovado em testes laboratoriais. Os vírus e bactérias acumulam-se nos filtros das máquinas HEPA e nós entendemos que queríamos desenvolver o purificador e esterilizador, que elimina o agente patogénico em vez de o reter em filtros.

Temos um parceiro que produz as máquinas e já contamos com cinco modelos diferentes e outro modelo para viaturas. É um produto devidamente testado e permite estar a trabalhar 24h por dia sem que exista qualquer problema com o ser humano que está ao lado da máquina.

Durante dois anos focamo-nos na PurO2 e continuamos a trabalhar na divulgação deste projeto, até porque estamos contentes com o resultado pela extrema eficácia do produto.

Estamos sempre a evoluir. Vamos continuar a atualizar a gama de produtos e há novidades para este ano com alterações de design das máquinas. No nosso site estão disponíveis todas as informações - <https://www.puro2.pt>

Como analisa a evolução da BIZACTION nos próximos dois anos?

Vínhamos de um crescimento constante até 2019 e depois tivemos dois anos complicados tendo como fator a pandemia.

Acreditamos que a BIZACTION vai continuar a crescer, porque tiramos da pandemia aquilo que ela nos podia dar que era o tempo para estar à procura de novos produtos, ou seja, a BIZACTION neste período de pandemia, dentro destes serviços - rádio, comunicação e telecomunicação, investiu muito em sistemas e redes onde não há limitação geográfica. Nestes sistemas temos

cobertura ilimitada, conseguimos falar em tempo real para os pontos que queremos, sem a limitação de uma rede radio convencional, com a mais valia de conseguirmos apresentar nesse mesmo sistema uma central de despacho com geo-localização. É um sistema que estamos a divulgar ainda aos nossos clientes mas é uma mais-valia que temos em relação aos nossos concorrentes. Apesar desta aposta nos novos sistemas, não queremos desfazer a parte do rádio convencional que é insubstituível. É a única ferramenta que nunca vai falhar, porque não depende de uma infraestrutura para trabalhar. Porém, também temos de nos modernizar.

A nossa perspetiva para daqui a dois anos é de crescimento, tanto na PurO2 como na BIZACTION. A BIZACTION tem algumas representações de marcas com as quais trabalhamos e o nosso foco sempre foi a prestação de serviços e de aluguer. Este ano vamos à procura de novos clientes que procuram outras soluções, diferentes modalidades, lançar novos produtos, novas soluções de serviço e aluguer.

Num breve resumo, o que é que os clientes podem esperar da BIZACTION e da PurO2?

Aquilo que mais procuramos ter é compromisso, disponibilidade e qualidade. É a nossa forma de estar no mercado. Ainda trabalhamos com o nosso cliente nº1 e isso dá-me motivação, porque sei que ele continua a acreditar em nós.

Com isto queremos mostrar que estamos disponíveis para os nossos clientes 24h, sempre com a mesma dedicação e empenho em cada serviço prestado.

Gostamos de ir em busca de novas soluções, pois é muito importante para não ficarmos ultrapassados. Queremos ser reconhecidos pelos nossos clientes como um exemplo e pela qualidade de serviço.



PUR O₂
CRIAMOS AMBIENTES SAUDÁVEIS

ELIMINA 99,99% dos vírus e bactérias

Aluguer ou venda EQUIPAMENTOS

MODELO D-5

Bizaction

EFICIÊNCIA E COMPLEMENTARIDADE EMPRESARIAL

"Comercializamos e

da esquerda para a direita:

Arlindo Lopes (Dep. Comercial), Maria Barros (Artilife- e commerce), Inês Machado (design de Produto) e Pedro Machado (Administrador)

No mercado desde 2012 e com uma alargada experiência na área da saúde, a Mobit fabrica soluções de mobiliário técnico na área da logística e distribui vários equipamentos médicos. Fruto da evolução do negócio, criaram a Artilife, uma loja online de produtos para cuidados em casa. A Revista Qualidade & Inovação esteve à conversa com alguns dos elementos da equipa Mobit e Artilife para conhecer o trabalho altamente qualificado que têm vindo a desenvolver nas áreas de intervenção hospitalar, clínica, residencial e lares.

De que forma surgiu a Mobit no mercado nacional?

Comecei a trabalhar numa multinacional da área da saúde em 1979. Tive o privilégio de trabalhar com muita gente com quem aprendi muito e que me deu as bases para em 1991, depois de sair, constituir uma empresa na área da ortopedia de venda de implantes. Estivemos nesse mercado até 2012. Fomos inovadores, introduzimos muitas tecnologias no mercado, estivemos sempre muito à frente, sempre à procura de novas soluções e com o objetivo de não comercializar aquilo que os outros comercializavam.

Em 2012, motivado pelas alterações globais dos mercados, a empresa não resistiu. Estivemos cerca de dois anos quase parados e em 2014 decidimos que tínhamos de voltar à atividade. Escolhemos um nicho de mercado que já conhecia, o mercado da logística hospitalar. Assim nasce a MOBIT fabricante de mobiliário técnico e dispositivos médicos. Um nome forte e fácil de assimilar.

Quando falamos de logística falamos de todos os equipamentos que servem para armazenar ou transportar materiais dentro do hospital (dispositivos médicos, medicamentos, roupa, etc.. Temos móveis e carros multifuncionais para todas as áreas, quer seja para a farmácia, internamentos, bloco operatório, rouparia, limpeza e esterilização.

Na MOBIT produzimos e criamos os nossos próprios produtos. Desenhamos os nossos moldes para podermos ter produto próprio e desenvolver toda a gama de produtos que temos e outras que estão em projeto. Temos produção própria garante-nos que o futuro só dependerá de nós e da nossa capacidade de evoluir e acompanhar o mercado.

Temos crescido de forma sustentável, muito suportados no mercado privado até 2018 e a partir desse ano começamos a caminhar para o mercado público. Ainda sobre a nossa evolução, tínhamos pensado iniciar a internacionalização em 2022 mas a pandemia veio alterar os planos. Ainda assim, temos projetado entrar no mercado internacional em 2024.

Quem são os principais clientes?

Os nossos principais clientes são todas as unidades hospitalares ou de apoio clínico, lares de terceira idade, residências, ou seja, tudo quanto tenha medicamentos e dispositivos médicos nós estamos lá. Utilizamos todo o conhecimento para ajudar a desenvolver soluções em estreita colaboração com os nossos clientes.

Em todos os setores existem pontos diferenciadores que destacam algumas empresas num mercado competitivo. Quais são as grandes mais-valias da Mobit em relação aos restantes players?

A nossa grande mais-valia é, sem dúvida, o nosso design. Fizemos uma grande pesquisa e os perfis que utilizamos foram todos desenhados pela nossa equipa. Os carros, por exemplo, são feitos em alumínio com materiais leves, nobres e ao mesmo tempo versáteis.

Nós conseguimos produzir/fabricar e customizar o produto adaptando-o assim às necessidades do cliente, projetamos e apresentamos as nossas soluções em 2D e 3D. Se necessário também fazemos protótipos.

Outra diferenciação é o trabalho em equipa. Fazemos o levantamento das necessidades do cliente indo ao terreno, ouvimos o que os clientes necessitam, projetamos e apresentamos as nossas soluções, tanto em Portugal Continental como nas Ilhas e sempre em estreita ligação entre a área comercial, projeto, fabrico e montagem.

O apoio pós-venda ao cliente é muito importante. A satisfação com que o nosso cliente aceita os nossos projetos tem sido o garante da sua confiança e continuidade.

Em suma, as grandes vantagens são sermos muito versáteis, trabalharmos em equipa e em parceria com o nosso cliente, somos flexíveis com o cliente nas alterações que o mesmo pretende, temos know-how adquirido ao longo de anos e apresentamos soluções com muita otimização de espaço e trabalho. 5 anos e há soluções em que temos visões diferentes.

adaptamo-nos ao cliente"

Em que consiste a marca IMOBIT?

A IMOBIT é o futuro. Consiste em aplicar novas tecnologias de informação ao equipamento e queremos introduzir isso em alguns dos nossos produtos. Estamos com um projeto de um carro específico e queremos que esse carro seja autónomo em termos de prestação de informação. É algo que não existe no mercado e por isso será patenteado.

Estamos a iniciar os primeiros passos, mas sabemos que é um produto único e muito abrangente a clínicas, hospitais e residências, porque vai ao encontro das necessidades do mercado.

Para além da Mobit têm a Artilife enquanto loja online. Falem-nos deste projeto.

A Artilife é a marca da Mobit direcionada para o retalho, na comercialização de produtos ortopédicos e mobiliário geriátrico para clientes particulares ou lares de idosos. Funciona no mundo digital e é daí que vêm grande parte dos clientes. Estamos localizados na região de Lisboa, no entanto servimos todo o país.

Um dos grandes diferenciais da Artilife é a capacidade de assistência técnica com equipa especializada in-house. A parte da entrega também é um grande ponto diferenciador por parte dos nossos técnicos que explicam como tudo funciona no momento da entrega, o que humaniza muito o negócio.

Uma das grandes apostas da Artilife é a capacidade de entregar projetos chave na mão a instituições, sejam residências, ou centros de dia, privados ou públicos. Estes projetos assentam num fornecimento 360 graus, desde os produtos de quarto como camas articuladas, colchões ortopédicos, almofadas ergonómicas, a mobiliário geriátrico para áreas de estar ou lazer, ajudas técnicas, banheiras para banho assistido, palamenta e decoração. Este modelo permite que os nossos clientes tenham de lidar com apenas um fornecedor para garantir grande parte dos seus equipamentos, que para além de proporcionar economias de escala para os clientes, também torna o processo de gestão dos equipamentos (garantias, avarias, assistências) muito mais prático, pois têm de lidar com apenas um fornecedor.

O que esperam alcançar no futuro?

Esperamos alcançar a internacionalização da MOBIT e ainda vamos aumentar as nossas instalações.

Queremos continuar a manter e servir os nossos clientes, queremos aumentar o número de novos clientes aumentando a nossa penetração no mercado Português. Temos uma nova gama de produtos para sair este ano relacionada com carros de assistência e apoio mais pequenos e mais simples.

A internacionalização é fundamental para este projeto. Estamos a ultimar pequenas melhorias nos nossos produtos para nos apresentarmos no mercado internacional com muita qualidade.

Em 2024 vamos estar na área da exportação, preferencialmente Norte de África, Médio Oriente e América do Sul. A par disto, ambicionamos marcar presença nas feiras internacionais do setor.

Tudo isto assente num crescimento sustentado com qualidade.



mobit

MOBILÁRIO E EQUIPAMENTO MÉDICO



AO SERVIÇO DA SAÚDE



www.mobit.pt

Situada em Milharado, concelho de Mafra, a Abrigos e Decks foi criada em 2009 pelas mãos do fundador Saulo Santos e, neste momento, conta com 300 projetos completos. Estão direcionados para a carpintaria e apresentam as mais diversas soluções à medida do cliente, tendo sempre presente a qualidade do serviço.

“Tornamos real cada projeto”

Quando iniciou atividade na Abrigo & Decks? Esteve sempre ligado à área da carpintaria?

Tudo começou quando a minha filha queria uma casa de madeira para brincar e eu em vez de comprar decidi produzir uma de raiz. Quando os meus amigos e familiares viram a casa disseram que deveria colocar à venda e passado uns dias foi o que eu fiz. A partir daí, o meu trabalho nessa área, começou em 2008. Entretanto emigrei e fui trabalhar para a Suíça na parte da jardinagem. Em 2009 decidi regressar a Portugal e estabeleci-me por conta própria. Apesar de ter começado como um hobby, em 2014 dediquei-me a 100% à atividade e estabeleci-me por conta própria para fazer nascer a Abrigos & Decks.

Quais são os serviços/soluções que desenvolvem?

Apresentamos várias soluções para carpintaria exterior, tendo como matéria nobre a madeira.

Construímos pérgolas, telheiros, decks, abrigos de jardim, vedações e fazemos remodelações. Consideramos que ver um simples pormenor em madeira no exterior é o suficiente para destacar e realçar a casa. Todo o nosso trabalho vai permitir o embelezamento dos espaços exteriores dos nossos clientes, tendo sempre como principal objetivo a qualidade dos nossos produtos e equipamentos, bem como a satisfação do cliente quando vê o resultado final.

O que vos diferencia no mercado?

Sem dúvida que o que nos diferencia são três pontos fundamentais como a apresentação, o resultado final e a assistência que damos ao cliente.

Outra diferenciação é o facto de querermos estar sempre presentes na escolha do cliente e aconselhá-lo da melhor forma possível dando as nossas sugestões sobre o que resulta melhor num determinado espaço.

Por fim, outra vantagem são os projetos 3D em que o cliente vê praticamente o resultado final e consegue ter noção de como vai ficar. A reação tem sido sempre positiva e ficam bastante surpreendidos com o resultado.

Que tipo de parcerias apresenta a Abrigos e Decks?

As parcerias existem para complementar o nosso trabalho, porque só fazemos a parte da madeira e se o cliente tiver, por exemplo, interesse em fechar em vidro no telheiro nós temos um parceiro para isso e assim garantimos uma solução à medida e completa.

Outra parceria está direcionada para as marcas que utilizamos. Sabemos que com certas marcas temos a segurança e a garantia do trabalho e por isso preferimos apostar na qualidade dos materiais. O cliente pode não ver isso de imediato mas ao longo dos anos irá notar diferença.

Têm algum investimento tecnológico que gostariam de fazer?

Neste momento, temos todo o tipo de equipamentos necessários para desenvolvermos o nosso trabalho. No entanto, estamos a ponderar e a analisar o comportamento deste ano para investirmos numa fresadora CNC que trará mais rapidez para o nosso dia a dia.

O que idealizam alcançar em 2023?

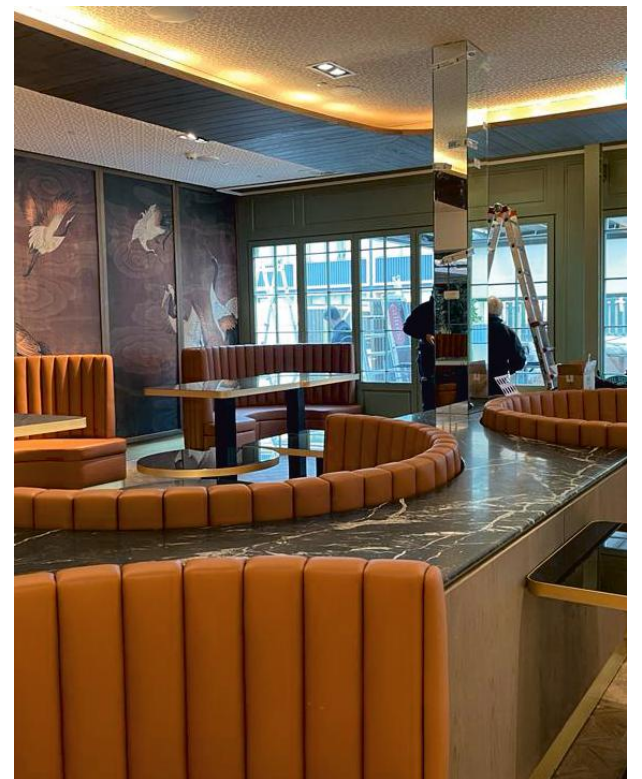
No ano passado comecei a fazer trabalhos em França e estamos a evoluir bastante nesse mercado, mais propriamente no sul de França. Neste momento temos um parceiro e em termos de instalações poderá ser um investimento para o futuro que iremos realizar a curto prazo.

Em Portugal, estamos a pensar na construção de Mobile Homes em madeira. Já estamos a testar uma e estamos a ponderar fazer uma de raiz, mas sempre à base de madeira.



Aliar exigência à experiência

Situada em Pêro Pinheiro, concelho de Sintra, a Traço Invulgar foi fundada em 2010. Nuno Rita é o gerente desta empresa inserida no setor das mármore e granitos. Falou com a Revista Qualidade & Inovação sobre a evolução do negócio, as áreas de atuação e salienta o que os torna num player diferenciado no mercado.



Quando foi fundada a Traço Invulgar?

O meu sogro já trabalhava no setor das rochas ornamentais desde os 17 anos e abriu a sua própria empresa há 35 anos. Já a minha experiência no setor iniciou-se há 12 anos e entretanto fundamos a Traço Invulgar, no concelho de Sintra, em 2010. O meu sogro é um dos pilares da empresa, pois não nos podemos esquecer que é um especialista na matéria das pedras. Para melhorar a qualidade dos nossos serviços, investimos em novos equipamentos mais sofisticados. Na altura, havia alguma procura de trabalho para esse tipo de equipamentos e nós tínhamos de recorrer a parceiros com timings mais controlados e, por vezes, os nossos clientes tinham uma margem de espera mais reduzida. Para contornar o problema, decidimos fazer esse investimento no final de 2016, início de 2017.

Quais são os principais tipos de rochas que utilizam nos vossos serviços?

Trabalhamos com todo o tipo de rochas, entre elas:

mármore, calcários, granitos, travertinos, onyx e compactos (matéria prima feita com resina). Utilizamos muito a pedra Lioz que é extraída na nossa localidade, em Pêro Pinheiro. Apesar de termos vários fornecedores locais, neste momento estamos a importar mármore da Turquia, muito utilizado na zona de Lisboa e Cascais para cozinhas, casas de banho e pavimentos. A principal diferença em relação ao mármore português é que tem um padrão mais uniforme.

Para além do mercado português, trabalham com o mercado internacional?

Sim, trabalhamos com países como Suíça e França, inclusive portugueses que têm empresas lá. Apesar da pandemia ter contribuído para o abrandamento do número de encomendas, continuamos a fazer envios para Paris, Saint Tropez e Genebra.

Como define o cliente da Traço Invulgar?

O nosso principal cliente é, sem dúvida, o construtor. Apesar disso, também trabalhamos com alguns gabinetes de arquitetura e empresas que fazem remodelações

O que vos torna numa empresa única face à concorrência?

O que nos diferencia é podermos contactar diretamente com os donos das obras. Fazemos questão de irmos diretamente ao local e falarmos pessoalmente com os responsáveis e com os engenheiros de obra para perceber o ponto de situação da obra e podermos colaborar em conjunto. Acreditamos que a nossa simpatia e o nosso profissionalismo fazem a diferença. Estamos sempre prontos para ajudar, mesmo quando aparece alguma adversidade, pois a nossa principal preocupação é termos uma rápida resposta para os nossos clientes.

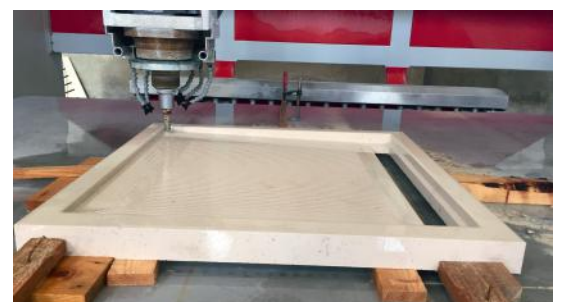
Como avaliam 2022 e o que esperam para este ano?

O ano passado foi um dos nossos melhores anos em termos de faturação em que tivemos muito trabalho. Queremos continuar a prestar o melhor serviço aos nossos clientes, sempre com a qualidade e com o profissionalismo a que os habituamos. Cada vez temos mais certezas de que temos os clientes certos a trabalhar connosco e queremos mantê-los.



TRAÇO INVULGAR, LDA

2715-006 Pêro Pinheiro
Telf. /fax: 00351 21 9623905
www.tracoinvulgar.com
tracoinvulgar@gmail.com



Água, um elemento essencial



A ACO Iberia instalou-se em Portugal enquanto distribuidora autónoma do Grupo ACO, considerado líder mundial em tecnologia de gestão da água. Todas as soluções são concebidas e implementadas a pensar num recurso tão imprescindível: a água. Nesta entrevista ficamos a conhecer os desafios diários da equipa ACO Iberia para cuidar da água.



Novo showroom da empresa no Porto, recentemente inaugurado

Enquanto líder mundial em tecnologia de drenagem, fale-nos sobre o percurso da ACO IBERIA.

ACO Iberia é uma empresa industrial fundada em 1998. A sua sede situa-se em Maçanet de la Selva (Girona, Espanha), e conta com escritórios de vendas em Madrid, Porto e Lisboa. Conta com duas divisões: ACO Remosa, para o fabrico e distribuição de soluções de poliéster reforçado com fibra de vidro (PRFV) para a separação, purificação e reutilização de água doméstica e industrial; e ACO Engineering, o serviço de consultoria e engenharia dedicado à avaliação, concepção e planeamento de instalações de gestão e tratamento de água para projectos novos ou já existentes. Do nosso departamento ACO Service oferecemos aos instaladores e gestores de manutenção serviços de consultoria técnica, auditoria, arranque, limpeza, manutenção e substituição de peças originais.

ACO Iberia e as suas divisões empregam 140 pessoas, alcançando um volume de negócios de mais de 30 milhões de euros em 2022 e distribui também as suas soluções na Colômbia, Chile, Peru e Brasil, países onde conta com filial própria e unidade de produção no Brasil. ACO Iberia é a filial na Península Ibérica do Grupo ACO; uma empresa familiar de origem alemã, presente em 50 países de todo o mundo, com um total de 39 unidades de produção nos cinco continentes. Com uma equipa humana de mais de 5.200 pessoas, o Grupo gerou um volume de negócios superior a 1.000 milhões de euros em 2021.

“We care for water” é o vosso slogan. De que forma implementam este lema no dia a dia da empresa e nas ações de todos os colaboradores?

A água é um recurso vital para as pessoas e para o nosso planeta. Na ACO trabalhamos para a gerir eficientemente e devolvê-la limpa ao meio ambiente, para que nos possa ser devolvida através do ciclo hidrológico natural. Concebemos soluções, fabricamos produtos e instalamos sistemas que recolhem a água da chuva e as águas residuais,

limpam-nas, retêm-nas e permitem a sua reutilização. Tudo para que culturas, cidades, indústrias, lares e pessoas continuem a ter acesso a este recurso essencial: a água.

Que produtos têm desenvolvido e merecem a atenção dos mercados nacional e internacional?

Como fabricante líder em soluções para a gestão e o tratamento da água, a ACO organiza os seus diferentes produtos sob o conceito "ACO WaterCycle" e distingue quatro fases:



- Collect, em que são recolhidas as águas da chuva, águas de superfície ou outros líquidos produzidos, por exemplo, em ambientes industriais. Para esta etapa do ciclo da água, a empresa oferece soluções de drenagem utilizando sumidouros ou canais de drenagem fabricados em betão polímero, aço inoxidável e plástico.

- Clean, nesta fase a água é tratada através de processos integrados que podem ser manuais, químicos ou biológicos para que a água resultante possa ser descarregada para o sistema de esgotos público nas melhores condições ou armazenada para sua posterior reutilização.

- Hold, em que a água é armazenada e retida mediante bacias de tempestade ou válvulas que permitem a sua



canalização para a rede de esgotos geral ou para sua reutilização, sempre de forma controlada. Este tipo de solução também ajuda a proteger e dar segurança a ambientes urbanos, rurais e naturais perante situações climáticas extremas, tais como chuvas fortes, inundações ou no manuseamento de líquidos críticos.

- Reuse, nesta fase incluem-se sistemas que permitem bombear, transportar e reutilizar a água para sua reciclagem. Bombas, estações de bombagem e reservatórios transferem a água previamente recolhida, tratada e controlada para os sistemas e circuitos de águas planeados para sua reutilização

De 7 a 9 de março decorre a feira internacional Smagua 2023 que vai continuar com a participação da ACO. Quais são as novidades que irão apresentar no evento e que são diferentes dos restantes produtos que existem no mercado?

Este ano na Smagua, apresentaremos inovações técnicas que abordam todas as fases do ciclo da água. A ACO irá ocupar o stand C/D. 1-8, localizado no pavilhão 3. Lá serão expostas as últimas inovações em equipamento e tecnologias aplicadas ao ciclo da água. Durante o evento, haverá também conferências técnicas de interesse para o sector onde apresentaremos estudos de caso no nosso stand com a participação de engenheiros e técnicos. Além disso, oferecemos sessões técnicas para explicar os nossos últimos desenvolvimentos.



Cuidamos da água

para cuidar de pessoas

Tecnologia ao serviço da água

A água é um recurso vital para as pessoas e para o nosso planeta. Na ACO trabalhamos para a gerir eficientemente e devolvê-la limpa ao meio ambiente, para que nos possa ser devolvida através do ciclo hidrológico natural. Na ACO Iberia e na ACO Remosa concebemos soluções, fabricamos produtos e instalamos sistemas que recolhem a água da chuva e as águas residuais, limpam-nas, retêm-nas e permitem a sua reutilização. Do nosso departamento ACO Service oferecemos aos instaladores

e gestores de manutenção serviços de consultoria técnica, auditoria, arranque, limpeza, manutenção e substituição de peças originais. E na ACO Engineering, a nossa divisão de consultoria e engenharia, desenvolvemos e executamos projectos tanto no sector industrial como doméstico, utilizando a nossa inovação tecnológica e experiência aplicada em centenas de instalações. Tudo para que culturas, cidades, indústrias, lares e pessoas continuem a ter acesso a este recurso essencial: a água.

smagua

Stand C/D. 1-8, Pavilhão 3

ACO. we care for water





O mundo está a mudar. E a ok! seguros também.

Chegamos ainda mais próximos, simples e acessíveis.

Uma ok! com uma nova cara e que traz consigo o poder de uma das expressões mais utilizadas e positivas do mundo!

Porque por mais que o mundo mude, a ok! seguros vai estar sempre ao lado de quem se quer sentir seguro.



mude também em ok.pt

A ok! seguros é uma marca da Via Directa
Companhia de Seguros S.A., registada na ASF sob o nº 1142.