



MARTIAPE

50 ANOS DE TRADIÇÃO

ALIADA À INOVAÇÃO

PRÉMIOS IAPMEI

A DISTINÇÃO DAS MELHORES

VALOR Económico

NEGÓCIOS EM DESENVOLVIMENTO

PRÉMIOS IAPMEI



Sumário

- 2 Introdução
- 3 Martiape
- 4 Prazza – Princesa das Azáleas Têxteis
- 5 Workview
- 6 Inforstal – Instalação de Sistemas Informáticos
- 7 Galbilec – Serviços Globais de Projeto
- 8 Biokimica – Produtos de Higiene e Limpeza Profissional
- 9 Exaktus
- 10 Malhinas – Indústria de Malhas
- 11 IW – Construção, Decoração de Interiores e Equipamentos
- 12 | 13 Oliveirobra – Construções Metálicas
- 14 Farmácia D'arrábida
- 15 D'ar Saúde
- 16 Etigui – Etiquetas Guimarães
- 17 Jocolor
- 18 Margemfrio
- 19 JL Nogueira – Estudos e Montagens Elétricas
- 20 Isaac Pedroso – Transportes de Mercadorias
- 21 Laboratório de Análises Clínicas de Barcelos
- 22 Hortailérica
- 23 Vinihold | Barão de Vilar

Propriedade e Edição – Edimedia Lda.
Redação – Rua Gonçalo Cristovão 294 6º Andar,
4000-266 Porto

Distribuição Mensal Gratuita com o
Jornal de Notícias

Propriedade e Direitos – Todos os textos e fotografias são propriedade exclusiva do
Valor Económico e não podem ser totalmente ou parcialmente reproduzidos sem a
permissão prévia, e por escrito, do Valor Económico.



Rui Oliveira,
Diretor de Operações da Saint-Gobain Glass



CONFORTO E POUPANÇA DE ENERGIA COM AS SOLUÇÕES EM VIDRO DA SAINT-GOBAIN

O vidro apresenta múltiplas funções, como ser transparente para nos permitir ver e apreciar o exterior disfrutando o máximo possível da luz natural, como também melhorar o desempenho térmico dos edifícios, contribuindo para o conforto e poupança de energia.

Não nos podemos esquecer que o vidro representa em média cerca de 85% da superfície da janela ou vão envidraçado e é por isso fundamental fazer uma boa escolha, baseada em critérios objetivos, por forma a que a solução vá ao encontro da cada vez mais exigente regulamentação dos edifícios, das nossas necessidades de bem-estar, preocupações económicas e também consciência ambiental, permitindo uma poupança efetiva de energia.

Um dos vários critérios principais a ter em consideração na escolha do vidro é a componente térmica.

Para classificar um vidro quanto à sua capacidade de isolamento térmico utiliza-se o coeficiente de transmissão térmica, U_g , que se expressa em W/m^2K . Este indicador reflete o fluxo de calor que é gerado através do vidro devido à diferença de temperatura entre o interior e o exterior. Quanto mais baixo for o valor de U_g mais isolante é o vidro e menos desperdício energético haverá.

Para melhor exemplificar atentemos no seguinte: o vidro simples tem um valor U_g próximo de $6 W/m^2K$. Com este valor, os vidros são muito pouco isolantes pelo que rapidamente foram substituídos por vidros duplos.

Ainda assim, os vidros duplos de primeira geração – compostos por 2 vidros simples e uma câmara estanque entre os mesmos – apresentam um valor U_g de cerca de $3 W/m^2K$ pelo que continuam com baixa capacidade de isolamento! É aqui que aparece a grande evolução:

Os vidros duplos em que um dos vidros é um vidro com capa de baixa emissividade – na superfície do vidro é depositado um revestimento quase invisível à base de metais

nobres (capa) e que contribui significativamente para um isolamento térmico reforçado. Esta composição em conjunto com a câmara estanque e preenchida com um gás – sendo o Árgon o mais comum – permite-nos chegar a valores de U_g de $1,1 W/m^2K$ ou mesmo $1,0 W/m^2K$.

Este tipo de vidros é 6 vezes mais isolante do que o vidro simples que referimos anteriormente, e 3 vezes mais isolante do que o vidro duplo banal.

Ainda no que diz respeito ao comportamento térmico dos vidros deve ter-se em conta o efeito solar nos vidros ou, de forma mais simples, o fator solar – representado pela sigla g .

O fator solar (g) caracteriza os ganhos solares. Mede, portanto, a quantidade total de calor que atravessa o vidro face à quantidade de calor proveniente da incidência direta da radiação solar.

Este fator é particularmente importante quando tratamos de janelas ou vãos de grandes dimensões.

Uma escolha do tipo de vidro adequado permite controlar a entrada excessiva do calor evitando que o interior se torne desconfortável sem ter de recorrer à utilização massiva de ar condicionado e/ou à aplicação de estores ou persianas – limitadores da luz natural.

Também neste caso existem vidros com capas de controlo solar que permitem um efetivo controlo desta transferência de energia.

A escolha certa deverá ter em conta este balanço energético, o que é conseguido utilizando vidros isolantes com capas de baixa emissividade e/ou controle solar, sendo várias as soluções Climait® da Saint-Gobain Glass que respondem a estas necessidades.

Rui Oliveira, Diretor de Operações da
Saint-Gobain Glass

MARTIAPE

O calçado produzido pela Martiape é presença assídua em lojas de importantes cidades do mundo e, inclusive, é usado por várias figuras públicas.

A Martiape nasce em 2007, fruto da ideia e empreendedorismo do seu fundador, Manuel Silva, que completa este ano meio século de atividade no setor do calçado, onde trabalhou “sempre com as mãos na massa”.

Foi com apenas 22 anos que se iniciou neste mundo, e, após 34 anos a produzir para grandes clientes, para quem o preço e entrega de grandes quantidades era o mais importante, Manuel Silva criou a Martiape, focada na qualidade e na capacidade de produzir várias encomendas, vários modelos e pequenas quantidades, em simultâneo. “Senti a necessidade de fazer diferente e criar uma empresa capaz de dar resposta a valores mais importantes, na minha ótica, como a flexibilidade, excelência e competência. Quisemos também criar uma estrutura com condições para ter um leque de produtos alargado que respondesse às necessidades dos clientes internacionais, de modo que não tivessem de recorrer a mais ninguém. E foi a partir daqui que nos começámos a diferenciar das outras empresas.”

A Martiape é, assim, uma empresa com a capacidade de produzir sapatos de alta qualidade, respondendo a uma necessidade do cliente que precisa de encontrar parceiros capazes de solucionar os seus problemas de “sourcing” na categoria de produto calçado.

De resto, todos os atuais responsáveis da empre-



sa viveram, desde tenra idade, neste mundo do calçado: tanto a diretora financeira, Isabel Silva, como o diretor de produção, Pedro Silva, e o diretor comercial Eugénio Silva – filhos e sobrinho do fundador, respetivamente – tiveram a sua formação académica superior e depois regressaram a esta atividade, onde se mantêm há mais de 15 anos.

COMPETÊNCIA, RIGOR, AMBICÃO E PAIXÃO

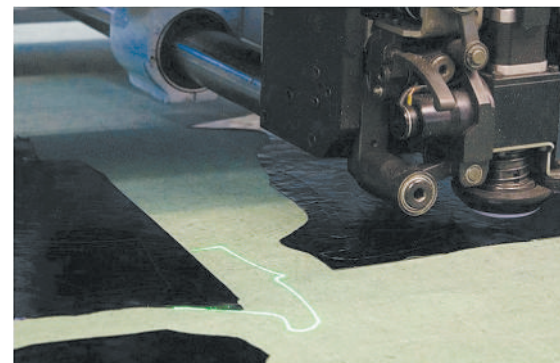
Uma das principais preocupações da Martiape sempre foi rodear-se das principais tecnologias produtivas de ponta. Para acomodar todos os equipamentos, começou com cerca de 2500 m2



de instalações, mas já tem atualmente outras duas unidades que somam mais 5 mil m2. “A organização foi pensada e está organizada para ser flexível, ter uma ‘set-up’ de desenvolvimento separado da produção e com os setores de corte, costura e montagem devidamente organizados para privilegiar a flexibilidade/qualidade.” Em média, são produzidos 1300 pares por dia.

Aliar a tradição e a inovação sempre foi a máxima seguida pela equipa para vingar num mercado tão competitivo. A competência, o rigor, a ambição e a paixão são os valores que guiam o trabalho desenvolvido pela empresa. Como já referido, a Martiape produz todo o tipo de calçado, desde casual, street wear, botas e sapatos mais clássicos – que se distinguem pelos acabamentos –, trabalhando com algumas das principais marcas contemporâneas no segmento médio/alto: “Sempre trabalhamos de forma muito próxima com os designers dos nossos clientes para materializar bem do ponto de vista técnico as suas ideias”, é esclarecido.

A Pregis, marca atual, jovem e técnica, criada pela Martiape, em 2017, surgiu para marcar a evolução como



empresa de produção de calçado, sendo um laboratório para novos produtos e materiais: “Esta foi a montra que mostrou aos clientes a nossa capacidade em termos de desenvolvimento e fabrico. Foi com ela que começamos a produzir sneakers mais técnicos que hoje representam mais de 50% da nossa produção”.

QUALIDADE ÍMPAR

A política de qualidade da Martiape segue os standards dos clientes e obedece a padrões exi-

gentes e a protocolos de procedimentos preventivos efetuados em todas as fases da produção.

Não admira, pois, que, como afirmam os empresários, que o seu calçado seja apresentado nas lojas com modelos que se tornam em bestsellers, cuja produção se repete por vários anos.

Em termos de clientes, a Martiape trabalha para países como Inglaterra, França, Suécia e EUA, e a fidelização é um ponto comum a todos eles: “O grau de satisfação mede-se por esta fidelização e pelo fato de sempre que um designer ou diretor muda de empresa ou marca, contacta-nos novamente com vista a iniciar parcerias. Quando isso acontece é o melhor sinal de que estamos a fazer algo de muito bom”, confessam. E acrescentam: “Sabemos que várias figuras públicas calçam os sapatos produzidos por nós, porque as marcas com quem trabalhamos fazem esse trabalho para promoção e divulgação e têm

pontos de venda em todas as capitais dos países mais importantes do mundo”.

Sendo os colaboradores parte importante do sucesso da empresa, aqueles são descritos como muito profissionais e capazes de lidar com a pressão.

Os responsáveis da Martiape fazem um balanço muito positivo do percurso da empresa, embora conscientes dos desafios futuros, que tentam antecipar através do planeamento e novas apostas: “Queremos continuar a apostar em condições que permitam aprofundar a flexibilidade da nossa oferta. E queremos ser, e estamos a trabalhar para isso, a solução integrada de ‘sourcing’ para a categoria de produto, calçado, para as principais marcas de moda internacional. Além disso, para continuar a seguir as tendências, que estão a ir para as botas e sapatos, queremos fazê-los tão confortáveis como os sneakers”.

Para concluir, os empresários deixam ainda uma mensagem às entidades competentes: “As empresas que efetuam parcerias internacionais, contribuindo para que a nossa economia nacional se internacionalize ainda mais, devam ser mais apoiadas”.





PRAZZA

PRINCESA DAS AZÁLEAS TÊXTEIS

“PROCURAMOS SER EXCECIONAIS”

Para a Prazza não basta ter sucesso. A sua meta é ser uma das melhores empresas no fabrico de têxteis. E tem-no conseguido, pois as suas peças estão presentes nas lojas mais distintas um pouco por todo o mundo e vestem, inclusive, muitas celebridades.

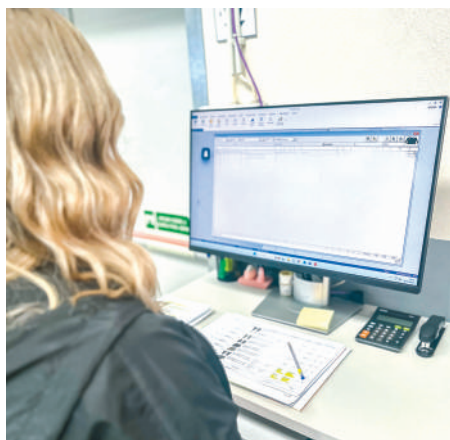
muito boas condições de trabalho, quer ao nível das infraestruturas, quer salariais e outros apoios. Apostamos também na formação contínua”, afirma D. Maria José.

TRANSPARÊNCIA, CONFIANÇA E QUALIDADE.

A qualidade e excelência no fabrico de têxtil é um valor imperativo na Prazza. Até porque a empresa direciona a sua atuação para um segmento alto, onde nada pode falhar. “Há um grau de exigência muito elevado, desde a qualidade exímia dos tecidos, dos acessórios e dos estampados, até ao processo produtivo”, é garantido.

A Prazza é uma empresa que gosta de surpreender os seus clientes. A partir dos desenhos recebidos da peça de vestuário tem a capacidade de desenvolver todas as tarefas e serviços necessários para a sua confecção. E quanto aos parceiros com os quais trabalha, são criteriosamente selecionados: “Temos tinturarias e malheiros que trabalham connosco há muito tempo e nos quais temos plena confiança”.

Reduzir o erro ao mínimo, cumprir os timings acordados e a flexibilidade são outros princípios



que não falham: “O controlo de qualidade interno é contínuo. Os prazos de entrega são impreterivelmente cumpridos e, muitas vezes, antecipados. Tanto fazemos produções de 100 peças como de 1000 peças. Ou se os clientes precisam, de repente, de um aumento de produção, por exemplo para reposi-



ção, quando determinada peça está a ser muito vendida, nós fazemos. Quando há coleções mais desafiantes, os clientes pedem-nos para fazer esse trabalho. Isso comprova a confiança que depositam em nós”.

“JÁ VESTIMOS MUITAS CELEBRIDADES”

A fidelização e o grau de satisfação dos clientes da Prazza são muito elevados. Estes recebem um atendimento personalizado e são acompa-



nhados em todas as fases do processo produtivo, pois são características da Prazza a transparência e confiança: “Os clientes mantêm-se connosco e até aumentam o volume de encomendas. Por isso, a maior parte deles chegou até nós através do passa-a-palavra”, confirma a empresária.

Para a equipa da Prazza, é motivo de grande orgulho saber que as suas peças vão estar um pouco por todo o mundo nas lojas mais conceituadas: “É frequente também serem usadas por celebridades”, revela a CEO da empresa.

Atenta à evolução do setor, a Prazza preza pela inovação, dinamismo e proatividade – o que assume a maior relevância num ramo extremamente competitivo –, estando sempre atenta às principais novidades e procurando estar um passo à frente do mercado.

“Investimos constantemente em novas tecnologias. Para crescer é obrigatório esta aposta”, confirmam os responsáveis.

A empresa tem sempre tido uma trajetória ascendente de sucesso e brevemente vai modernizar e



alargar as suas instalações para acomodar maior capacidade de produção – para mais de três mil metros quadrados –, tendo em conta o número crescente de solicitações.

Embora seja uma empresa jovem, a Prazza já conquistou o prémio PME Excelência.

“As nossas perspetivas de futuro são muito otimistas. Esperamos crescer cerca de 25% o que, obviamente, irá levar à expansão da equipa”, rematam a CEO e D. Maria José.



WORKVIEW



Focados na expansão a nível nacional dos seus serviços e na satisfação dos clientes a Workview aposta permanentemente na melhoria contínua dos processos para chegar cada vez mais longe e a mais empresas a nível nacional.

A emergente vontade e o espírito empreendedor de Paulo Pereira, somados à escassez de serviços na área da saúde e segurança no trabalho em Fafe, foram a fórmula que levou ao nascimento da Workview, em 2005. Licenciado em Geologia do Ambiente e com duas pós-graduações, uma

“COLABORADORES SÃO UM PILAR BASILAR NO CRESCIMENTO DA ORGANIZAÇÃO”

E para acompanhar a expansão territorial, a equipa da Workview tem também vindo a crescer significativamente ao longo dos anos. Se no seu

é a base do sucesso das organizações e, por isso, é definido a cada ano um plano de formação interna dos quadros técnicos.

“O COMPROMISSO É A NOSSA BANDEIRA”

A aposta numa política de confiança, excelência e foco na satisfação dos clientes, o trabalho para garantir as melhores e mais inovadoras soluções, tendo em vista a melhoria da saúde e bem-estar dos trabalhadores, numa perspetiva de prevenção, foram princípios de atuação que conquistaram um reconhecimento sólido no mercado.



as melhores práticas do setor e desenvolvemos modelos de organização de serviços externos de SST, Consultoria e Formação, apoiados nas mais modernas tecnologias de formação e comunicação com o cliente”, afirma Paulo Pereira, que destaca algumas das certificações detidas



pela Workview: da Direção-Geral de Saúde, da Autoridade para as Condições do trabalho, da Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho e também da ISO 9001:2015, no âmbito da qualidade.

A Workview já foi alvo de diversas distinções, de destacar os prémios PME Líder e Excelência 2022.

As ambições futuras da Workview passam por crescer a nível nacional e pela possibilidade de aquisição ou fusão com outras empresas, pretendendo ainda diversificar os negócios nas áreas do Ambiente e da Saúde no Trabalho.

Quando questionado sobre o balanço destes quase 20 anos de atividade, Paulo Pereira não hesita em responder que é “extremamente positivo”: “Somos a prova, inequívoca-

em Higiene e Segurança e outra em Gestão, Paulo Pereira, natural da região de Fafe, sentiu que devia fazer algo pela sua cidade.

Mas se Fafe é o seu ponto de partida, a empresa “rapidamente diversificou a sua atividade” e hoje marca presença por todo o país, com 11 clínicas e 10 unidades móveis.

Especializados na atividade de prestação de serviços externos de Segurança e Saúde no Trabalho, Consultoria e Formação, Licenciamentos Ambientais, Estudos de Impacte Ambiental, e Estudos Técnicos muito específicos nas áreas da Saúde e Segurança, e Ambiente, a palavra diversidade reina no âmbito de atuação da Workview. Isto porque a empresa tem a capacidade de trabalhar desde pessoas individuais até entidades com mais de dez mil trabalhadores, públicas ou privadas, e tanto oferecem soluções ‘standard’, como outras mais ajustadas. “Inclusive, há clientes que nos desafiam para trabalharmos em parceria e ajustarmos as suas necessidades àqueles que são os pressupostos legais e organizacionais de cada entidade. Isso permite-nos evoluir, adaptar a nossa oferta de atividades”, confessa Paulo Pereira. É por isso que um dos lemas da Workview é “sempre perto de si na prevenção”, pois é com esse espírito de proximidade e parceria que trabalham em parceria com os clientes: “Os nossos clientes confiam em nós e sabem que oferecemos respostas imediatas e ajustadas à sua realidade”, é ainda reforçado.



início eram apenas quatro elementos, hoje contam com a colaboração de mais de 200 pessoas. Neste grupo constam Médicos de Medicina no trabalho, Enfermeiros, Técnicos de Cardiopneumologia, Técnicos de Segurança, Engenheiros Cívicos, Engenheiros do Ambiente, Gestores e uma equipa de Marketing e Comunicação.

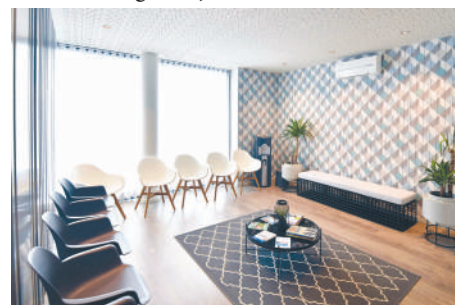
Os recursos humanos são para Paulo Pereira um pilar essencial para o sucesso da organização, que tem vindo a crescer anualmente, em termos percentuais, sempre na ordem dos dois dígitos: “Posso afirmar que fomos crescendo com base na entrega dos colaboradores, que aportaram um enorme conhecimento e demonstraram um inequívoco empenho em todas as tarefas. Isso permitiu-nos aumentar o nosso investimento e criar plataformas de trabalho”.

Espírito de equipa, responsabilidade, autonomia, respeito pelos clientes, seriedade e integridade, são valores partilhados por todos os membros da equipa.

Para o líder da Workview a formação contínua

Também o compromisso foi definido como a sua grande bandeira.

Por isso a organização conta com uma carteira



de clientes consistente e fidelizada e muitos dos seus mais antigos e primeiros clientes continuam a contar com o seu trabalho: “Realizamos vários inquéritos de satisfação, no sentido de mantermos elevados os nossos níveis de exigência e padrões de qualidade e recebemos um feedback muito positivo”, esclarece o empresário. E continua: “Apostamos na melhoria contínua do nosso sistema de qualidade. Para tal, utilizamos



ca, de que quando se acredita num projeto e nos dedicamos, o sucesso acaba por surgir. Sentimos uma tremenda felicidade pela dimensão interna e pelo reconhecimento externo que obtivemos”.



PERTO DE SI NA PREVENÇÃO!

www.workview.pt

INFORSTAL

INSTALAÇÃO DE SISTEMAS INFORMÁTICOS

A Inforstal nasce com o objetivo de fazer a diferença no mercado, mantendo o seu foco no cliente e visando a prestação de serviços de elevada qualidade, alicerçados numa experiência sólida de mais de três décadas.

Especializada na conceção e execução de projetos na área de infraestruturas de sistemas de informação, nomeadamente cablagem estruturada para sistemas e comunicação de dados, a “nova” Inforstal nasce em setembro de 2010. E dizemos nova porque esta tem origem numa empresa anterior com o mesmo nome, que estava há mais de 20 anos no mercado, e onde trabalhou o atual diretor-geral: “Integrei a entidade desde a sua fundação, em 1990, e quis recuperar a mesma designação quando fundei a minha própria empresa”, esclarece José Mário Silva.

“Acompanhei a evolução da área praticamente desde os seus primórdios, o que me conferiu conhecimentos profundos sobre este tipo de projetos”, adianta ainda.

A empresa, sediada em Rio Tinto e com escritórios em Sintra, dedica-se, em concreto, às redes estruturadas de fibra e cobre - privadas -, energia socorrida, ativos de rede, datacenter/salas técnicas, soluções de vídeo e áudio IP - e soluções de picking e automação de armazéns. Os projetos podem ser feitos de raiz ou através de remodelação de estruturas preexistentes. Numa lógica de continuidade do negócio anterior, a Inforstal funda a sua atuação na inovação tecnológica, no desenvolvimento de soluções de qualidade - tanto ao nível dos materiais, como do serviço - adequadas e customizadas para cada cliente. É deste modo que tem conquistado a confiança do cliente, que é “o ativo mais importante para a empresa”, confessa José Mário Silva. Esta confiança advém, essencialmente, do acompanhamento permanente e serviço de proximidade: “Todos os nossos clientes se sentem à vontade para nos contactar a qualquer momento e esclarecer ou solicitar o que for necessário. Estamos sempre disponíveis 24 horas por dia”.

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Além destes elementos, José Mário Silva sublinha outras características que considera serem diferenciadoras na sua empresa, nomeadamente o facto de não recorrerem a subcontratação e de apenas usarem ma-



teriais de qualidade e dos melhores fabricantes bem como o uso de equipamentos de teste devidamente calibrados pelo fabricante: “A perfeição dos serviços e qualidade dos produtos aplicados é essencial”, afirma o empresário.

“Destacamo-nos ainda pela análise profunda inicial que fazemos do projeto, o que faz toda a diferença para um seguimento e desenvolvimento estruturado do mesmo. Além disso, fazemos sempre questão de visitar previamente o local, antes mesmo da orçamentação. Quanto à preparação do projeto, esta é feita com detalhe e rigor”.

Outro pormenor a sublinhar é o facto de possuírem internamente um stock alargado de equipamentos mais utilizados nos projetos, o que lhes confere maior rapidez e celeridade de execução: “Somos rápidos no levantamento do projeto, na entrega da proposta financeira e ainda mais na marcação e realização dos serviços. Não falhamos nos timings”, é garantido.

Por trabalhar numa área que tem conhecido uma franca evolução tecnológica, a Inforstal leva a cabo uma investigação profunda sobre o que vai surgindo de novo. Para isso, é essencial o contacto mantido com os parceiros, dentro das várias áreas de negócio, que lhe vão fornecendo esses inputs e as certificações que fazem anualmente.

UMA EQUIPA UNIDA

Como não podia deixar de ser, a qualidade do serviço está diretamente interligada com a excelência dos recursos humanos: “A nossa equipa, composta por 17 elementos, dá-nos todas as garantias de um trabalho exímio. E temos todas as competências dentro de portas para sermos independentes”.

Além de contar com um grupo composto por colaboradores altamente

qualificados e especializados, que têm em vista o sucesso da empresa, a aposta na formação interna é constante. “Trabalhamos de forma unida e efetivamente em equipa. Por isso, quando recrutamos sabemos que os novos elementos facilmente se integram e são apoiados pelos restantes membros da equipa. Há muita partilha de informação entre todos e autorresponsabilização. Os trabalhadores sabem que podem construir uma carreira na Inforstal, não precisando de procurar outros caminhos profissionais para o fazer.”

A Inforstal é uma empresa, cujo a sua equipa possui diversas certificações dos diversos fabricantes com quem tem parcerias e, é registada na Anacom, e tem como princípio cumprir todas as normas ao mais ínfimo pormenor.

Na sua carteira de clientes, conta com os grandes grupos nacionais dos ramos alimentar, indústria, têxtil e agrícola - en-



tre outros -, a grande maioria líderes nos seus segmentos de mercado. O responsável deixa alguns exemplos: “Trabalhamos com a Endutex, Sebastião & Martins, Cordex, Flex2000, Sram, EDuarte, Primor, Cordoaria Oliveira Sá, The Fladgate Partnership e o Lidl”.

A Inforstal tem tido um crescimento considerável, em particular nos anos mais recentes, embora sempre de forma sustentada e ponderada, ao ponto de ter alcançado em 2022 o estatuto PME Excelência. “O nosso rigor financeiro e a projeção muito eficaz das nossas necessidades futuras têm sido fatores decisivos para a nosso êxito”, conclui José Mário Silva.

“QUEREMOS CONTINUAR A FAZER A DIFERENÇA NA VIDA DAS PESSOAS.”

GALBILEC

SOLUÇÕES GLOBAIS
DE PROJETO



Fundada em 2010 e sediada no Porto, a Galbilec apresenta as melhores referências nos serviços de Elaboração de Projeto de Arquitetura e Engenharia, Gestão e Fiscalização de Obras, Candidaturas a Fundos de Investimento, Estudos de Viabilidade Económico-Financeira, Processos de Contratação Pública e Gestão de Manutenção de Edifícios, em particular para as áreas social e da saúde, mas também do património, ambiente e urbanismo. O percurso de 13 anos de especialização nestes setores tem conferido à empresa a entrega de uma resposta muito mais apurada, por já conhecerem na perfeição as necessidades de cada um dos projetos.

Algumas das palavras de ordem da Galbilec são inovação, qualidade, disrupção e diferenciação. E foram estas características, aliadas ao facto de fazer realmente a diferença na qualidade de vida das pessoas com as quais se cruza, que fizeram a empresa destacar-se e crescer ainda mais nestes últimos quatro anos. José Figueiras,



diretor executivo da empresa, relata o que mudou.

Embora já se considerasse um prestador de serviços 360°, o posicionamento da entidade nos últimos quatro anos foi muito mais vincado como provedor de soluções, do que como simples prestadora de serviços: “Passámos a prestar os serviços de forma agregada e este foi o grande avanço do ponto de vista operacional no nosso posicionamento no mercado”, adianta.



garantir um acompanhamento próximo e permanente”.

CAPACIDADE DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS 360°

O desenho das soluções Galbilec focam-se na otimização e eficácia, o que obriga a uma prévia e profunda investigação para fazer a conexão entre a forma – geometria – e a função à qual está sujeita. O diretor-executivo exemplifica: “Para fazer um projeto para a área das demências, não basta cumprir o programa funcional, é preciso perceber como se vai adaptar às pessoas acolhidas. Não posso deixar de referir neste âmbito a nossa colaboração com a União das Misericórdias Portuguesas, que nos obriga a pensar nos projetos de forma muito mais ambiciosa

e a fazer reflexões constantes sobre a forma de pensar os projetos”, destaca. Para promover uma análise aprofundada de cada realidade e entender o que se pode adaptar melhor aos utentes – sejam crianças, idosos, ou pessoas com necessidades especiais –, mas também aos funcionários, a Galbilec tem parte da equipa técnica no “terreno” que acompanha de perto a execução das obras. É feita uma personalização muito aprofundada. “Os nossos projetos são todos exclusivos. Falamos também com os diretores técnicos que têm sempre uma visão muito própria do que é melhor para os seus utentes e quais as principais necessidades da instituição.” Por regra, e porque, “infelizmente”, muitas das pessoas que permanecem



nestas instituições, têm um elevado grau de dependência, a equipa da Galbilec privilegia o conforto e a funcionalidade dos espaços interiores. Durante a fase de execução, a Galbilec diferencia-se pelo acompanhamento e monitorização diários, através da equipa da gestão de obras: “Este acompanhamento faz parte do nosso serviço 360° e é importante porque um projeto nunca é estanque”, esclarece. Nos projetos hospitalares existe, segundo José Figueiras, uma clara diferença entre os objetivos dos setores público e privado: enquanto os líderes dos hospitais privados dão muita importância à experiência do cliente e ao ambiente do edifício, o setor público prefere a otimização de espaços para uma maior capacidade de resposta. Em qualquer caso, as regras para a realização de obras hospitalares são muito rigorosas.

DIVERSIFICAR AS ÁREAS DE NEGÓCIO

Enquanto uma das empresas de maior referência nesta área, a Galbilec tem a sua assinatura em várias obras



emblemáticas. “Destaco o Centro de Investigação, Diagnóstico, Formação e Acompanhamento das Demências, em Riba de Ave. Este é um projeto pioneiro com dimensão significativa e que nos obrigou a fazer uma forte investigação. Também fizemos uma residência sénior em Pombal, que iniciámos antes do início da pandemia e ao qual tivemos de, posteriormente, ir fazendo alguns ajustes devido à COVID, sen-

Dedicada à prestação de serviços para a implementação de projetos nas áreas da saúde, social, património, urbanismo e ambiente, a Galbilec atua com um propósito muito bem definido: o de acrescentar valor aos projetos onde intervém, deixando uma marca de eficiência e qualidade nos serviços prestados, tendo como missão a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

do que as soluções pensadas para o espaço são específicas para aquela região. Em Braga, fizemos o Hospital Lusíadas e estamos agora a fazer a Requalificação do Edifício António Maria Santos da Cunha do antigo Hospital São Marcos, da Santa Casa da Misericórdia de Braga”, exemplifica o diretor executivo.

De sublinhar, como já referido, que a Galbilec atua em outras áreas de negócio, nomeadamente património – visando ajudar a salvaguardar o património histórico em Portugal –, o urbanismo e o ambiente – com alguns projetos na área de valorização de resíduos.

O seu crescimento particularmente acentuado nos anos mais recentes, e a renovação da conquista dos prémios PME Líder e Excelência, devem-se, segundo José Figueiras, à capacidade de gestão, de trabalho e de produção, estando os colaboradores no centro de todo o seu sucesso. “O ano passado conquistámos um quarto lugar no Great Place to Work. Sendo que era o nosso primeiro ano a concorrer, consideramos um resultado extremamente positivo. Para

nós, nada faz sentido se as nossas pessoas não se sentirem bem, por isso, promovemos a felicidade no trabalho como um dos nossos pilares primordiais”.

Continuar a inovar, diversificar as áreas de negócio e dar resposta às necessidades do mercado, são algumas apostas do futuro da Galbilec, que vai iniciar ainda este ano o projeto da sua Academia de Formação.

“SOMOS UMA REFERÊNCIA NESTA ÁREA”

BIOKIMICA

PRODUTOS DE HIGIENE
E LIMPEZA PROFISSIONAL



Uma das maiores referências na oferta de produtos e soluções integradas de higienização profissional, a Biokimica nasce da paixão e empreendedorismo de António Marinho por este setor, que foram transmitidos aos seus dois filhos, Bruno e Marco Marinho, que também fizeram questão de abraçar este negócio de família.

Dedicada à comercialização de produtos e soluções integradas de higienização profissional, a Biokimica nasce

O extremo profissionalismo, a atenção e proximidade ao cliente são três características do modo de trabalhar de António

Este modo de atuar da empresa tem vindo a conquistar uma longa lista de clientes fidelizados: “O nosso real interesse em analisar cuidadosamente aquilo que o cliente precisa e o acompanhamento feito antes, durante e após a venda, fazem toda a diferença. Efetivamente, não nos limitamos a vender o produto. Fazemos ainda uma análise da água utilizada e das temperaturas de lavagem, principalmente nas lavandarias, para tornar o processo mais eficaz e eficiente, tendo como base o Círculo de Sinner para obter os melhores resultados.”

“RESPONDEMOS ÀS NECESSIDADES DO PRESENTE, COM OS OLHOS POSTOS NO FUTURO”

Fruto da contínua vontade de inovar e melhorar nos processos, a Biokimica implementou o Sistema de Gestão da Qualidade segundo a norma NP EN ISO 9001:2015, que é uma mais valia para a consolidação no mercado, bem como para o desenvolvimento organizacional. Todos os seus produtos, depen-

não só para a redução de resíduos de plásticos, assim como para a redução de CO2.”

Fruto de mais de vinte anos de experiência no mercado, a empresa foi distinguida com o estatuto PME Líder, que é um selo de reputação criado pelo IAPMEI para distinguir o mérito das PME nacionais com desempenhos superiores. Mais recentemente, surge aquele que é o maior estatuto empresarial que uma PME pode obter, o estatuto de PME Excelência, que confere uma base de confiança e solidez da empresa distinguida. É um selo de reputação que traz maior visibilidade do desempenho anual e contributo para a economia nacional. Estes são atribuídos tendo por base as melhores notações de rating e indi-



em 2001 na cidade de Amarante.

António Marinho é o fundador e CEO da empresa. A sua determinação, persistência, honestidade e coragem têm feito a diferença no percurso da Biokimica. “Desde a abertura da empresa, a estratégia do nosso sucesso passou por criar e comercializar produtos de qualidade, sempre com a perspetiva e vontade de inovar”, esclarece o empresário. Também os seus filhos, Bruno e Marco Marinho, formados em gestão de negócios internacionais e marketing e comunicação empresarial, respetivamente, se juntaram ao negócio. E todos estes fatores têm levado a empresa a bom porto, já que mantém uma estratégia sólida e orientada para o crescimento e tornou-se uma das maiores referências na sua atividade.

“Comecei a trabalhar sozinho na minha garagem e com o contínuo crescimento da empresa houve a necessidade de, num espaço de quatro em quatro anos, mudar para instalações com maior área. No ano transato foi necessário dar um passo extra, investindo numa nova instalação com cerca de três mil m2 de área total”, adianta António Marinho.

OS MELHORES PRODUTOS E EQUIPAMENTOS DE LIMPEZA

A Biokimica está munida com os melhores produtos e equipamentos para as mais diversas áreas, respondendo às diferentes necessidades dos clientes dos vários setores: horeca e indústria alimentar, saúde, padarias e pastelarias, lavandarias, auto e indústria e agroalimentar, com produtos e soluções para a higiene e limpeza profissional dos mesmos

Marinho que foram transmitidos a toda a equipa, que neste momento conta com mais de uma dezena de colaboradores.

“Tradicionalmente, o que acontece é a utilização de dezenas de produtos para a limpeza e manutenção de um espaço. E nós conseguimos reduzir o leque de produtos de acordo com as necessidades de cada cliente, trazendo para as mesmas utilizações e finalidades, vantagens ambientais, gestão de espaço e stocks mais eficaz e, claro está, redução de custos. Para isso, fazemos um levantamento das necessidades do cliente, elaboramos um estudo e apresentamos uma solução adaptada à realidade de cada cliente. Damos também formação aos nossos clientes sobre métodos de limpeza e manipulação dos produtos, usando-os nos locais certos da forma correta. Após este período formativo, damos o devido acompanha-



mento aos clientes para nos assegurarmos que tudo está a ser devidamente utilizado”, explicam Bruno e Marco Marinho.



dendo do tipo de utilização, estão de acordo com as normas HACCP e registados na DGAV – Direção Geral da Alimentação e Veterinária e na DGS – Direção Geral de Saúde. A Biokimica encontra-se ainda registada no Infarmed como distribuidor de Dispositivos Médicos.

A sustentabilidade ambiental é também, cada vez mais, uma preocupação na Biokimica: “Estamos a optar, sempre que possível, por produtos mais ecológicos, com menos plástico e biodegradáveis, contribuindo



cadore económico-financeiros.

“Grande parte do mérito da empresa, deve-se ao empenho e profissionalismo da equipa, que trabalha diariamente para tornar a Biokimica, uma empresa de referência”, afirma António Marinho. Para continuar a estar um passo à frente do mercado, além da pesquisa permanente, a Biokimica marca presença nas mais importantes feiras internacionais do ramo.

O facto de trabalhar com as melhores marcas mundiais, também ajuda a que a equipa se mantenha atualizada: “Isso dá-nos a possibilidade de trazer em primeira mão para o mercado português as mais recentes novidades em produtos”.

O grande foco para o futuro da Biokimica continua a ser a aposta na qualidade: “Queremos continuar a melhorar e a crescer, estando sempre atentos à evolução do mercado, tendo como base a diferenciação e apostando em soluções adaptadas às necessidades dos clientes”, concluem os três líderes da empresa.



www.biokimica.pt

NA VANGUARDA DA IMPLANTOLOGIA

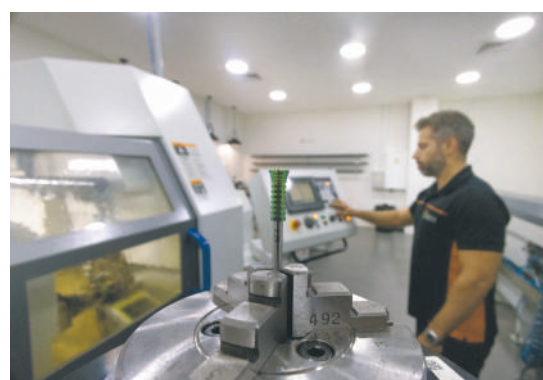
Tornar mais acessíveis os cuidados de saúde oral através da oferta de um leque de produtos compatíveis com outras soluções de mercado, conjugando excelência, rigor e qualidade, é a principal missão da Exaktus.

EXAKTUS

Foi em 2007 que Óscar Neves, fundador e CEO da Exaktus e empresário com experiência em diversos setores, iniciou atividade na área da comercialização de componentes protéticos compatíveis com a maioria das marcas de implantes dentários em nome individual. Foi no ano seguinte, após a sua equipa fechar um grande contrato com uma rede de clínicas, que o negócio em nome próprio se transforma na empresa, que é pioneira, em Portugal na comercialização de componentes protéticos para implantes dentários. “A implantologia estava a crescer a um ritmo alucinante e a procura por este tipo de produtos era muito grande. O problema é que eram demasiado caros e faltava uma empresa que vendesse produtos de igual qualidade, mas a preços manifestamente inferiores. Nós conseguimos esse objetivo”, introduz Óscar Neves. A Exaktus é, assim, uma empresa de capital 100% nacional cuja qualidade dos produtos e compatibilidade das soluções, aliadas aos baixos preços, lhe permitiram um crescimento



os equipamentos e produtos necessários no âmbito da reabilitação oral sobre implantes, desde os próprios implantes, alinhadores ortodônticos invisíveis, equipamentos, softwares, consumíveis para a fabricação dos dentes, brocas, equipamentos de profilaxia, produtos de medicina estética, branqueamentos, biomateriais e instrumentos. Como referido, a entidade garante fabrico de elevada qualidade, com preços muito competitivos, e em ambiente controlado, tal como esclarece o CEO: “A qualidade do fabrico dos nossos componentes é assegurada pelos tornos CNC



consolidado no mercado ibérico. Logo em 2009, tornou-se uma das maiores empresas no setor da medicina dentária em Portugal, ao estabelecer uma parceria estratégica com os atuais fornecedores e fabricantes dos dispositivos médicos que atualmente comercializa. “Temos tido uma evolução continua, a um ritmo alucinante. Começámos com 50 produtos e, atualmente, temos cerca de 12000”, adianta o responsável.

FABRICO DE ELEVADA QUALIDADE

Efetivamente, a Exaktus disponibiliza todos



de última geração, que possibilitam um micro fabrico excelente das peças. Além disso, temos elevado nível de controlo e inspeção durante a execução de todos os processos

produtivos, sendo a qualidade de cada uma das peças assegurada antes, durante e após o seu processo produtivo. De sublinhar ainda que dispomos de um ambiente com contagem de micropartículas suspensas no ar, denominadas de Sala Limpa ou Ambiente controlado”, descreve o líder. Neste momento, a empresa tem seis marcas próprias, que englobam produtos e serviços: Exaktus – Componentes compatíveis; Exaligner- Alinhadores ortodônticos invisíveis (uma marca portuguesa fabricante e certificada); Exakua- Profilaxia; Innova- Produtos de Medicina Estética; Exaktus Repairs- Assistência técnica; e, por fim, Exaktus Academy- Formação certificada.

Além dos produtos produzidos internamente, a Exaktus representa dezenas de marcas de renome, nacionais e internacionais.

A empresa sediada em Vila Nova de Gaia tem as instalações divididas em quatro espaços num raio de 200 metros, que totali-



zam cerca de 1600 metros quadrados de área. “Temos uma unidade fabril munida com os melhores e mais avançados equipamentos para o efeito.”

COMPATÍVEL CONSIGO!

O trabalho árduo e a dedicação, bem como a capacidade de adaptação às diferentes necessidades e realidades de cada cliente são valores apontados por Óscar Neves como algumas das maiores mais-valias da empresa que lidera: “Temos um know-how inigualável e temos as soluções e isso é o mais importante”. Esta excelência e empenho são garantidos

pela equipa especializada e multidisciplinar, que conta no seu seio com 12 comerciais que atuam por todo o território de Portugal Continental e Ilhas da Madeira e Açores. Os seus produtos são também comercializados além-fronteiras através de distribuidores e clientes em vários países europeus.

A aposta na formação do seu staff é outro dos seus pontos fortes: “Somos talvez das empresas da área que mais aposta na formação dos colaboradores e, por esse motivo, temos muita dificuldade em mantê-los. Somos constantemente ‘atacados’ pelas multinacionais da área. Atrevo-me mesmo



a dizer que não há nenhuma empresa do setor que não tenha um colaborador formado na Exaktus”.

A Exaktus tem uma carteira de clientes fidelizados quase na ordem dos 100%, que fazem questão de recomendar os seus serviços devido ao seu elevado grau de satisfação.

A Exaktus é uma empresa certificada a vários níveis, nomeadamente na atividade de distribuição por grosso e fabricante e ainda, desde 2011, possui certificação através do sistema de gestão de qualidade pelas ISO 9001 e desde 2022 o ISO 13485, enquanto distribuidor de dispositivos médicos. “As várias certificações que hoje temos, ajudam-nos a manter os padrões de qualidade em todos os departamentos”, afirma o empresário.

A Exaktus conquistou ainda os prémios PME Líder e Excelência 2022, galardões com os quais já foi agraciada em anos anteriores.

Sobre o futuro da empresa, Óscar Neves garante novas surpresas, mas prefere manter o sigilo sobre as mesmas.



A empresa Malhinhos iniciou a sua atividade há mais de duas décadas, foi criada por um grupo de amigos que decidiu lançar mãos à obra e aventurar-se num negócio, que na altura tinha pouca oferta em Barcelos, a produção em série de vestuário exterior para homem, senhora e criança. A atual direção da empresa é composta por Joaquim Costa, José Ferreira, Felismina Pereira e Carlos Ferreira. Há cerca de meia dúzia de anos,

nível internacional, temos clientes na França, Alemanha, Espanha, Suécia, Dinamarca e Reino Unido, entre outros.

A lista de clientes fidelizados da



KNOW-HOW

A equipa da Malhinhos, é neste momento composta por 71 elementos, a maior parte deles com uma já vasta experiência profissional. O fator humano é por isso decisivo para o sucesso da empresa, “temos uma excelente equipa de funcionários”. “Tentamos que todos e tudo funcione como uma equipa coesa, para obtermos os melhores resultados possíveis.” A nível de formação, uma grande parte é feita aqui na empresa, temos um processo contínuo, onde vamos adaptando as pessoas para todos os novos processos de produção, para obtermos sempre a melhor qualidade. Para determinados equipamentos, temos técnicos que têm que ter formação externa, e, por vezes até deslocarem-se ao estrangeiro.

A nível de investimentos, temos reinvestido a totalidade dos lucros na empresa, nomeadamente com a aquisição de um software específico para a conceção dos desenhos para as peças, foi um investimento avultado, mas que permitiu maior



a empresa passou por uma reestruturação, apostou mais na área comercial e na internacionalização “fomos à procura de novos mercados” e, felizmente o resultado tem sido muito positivo, “nos últimos quatro anos, aumentamos a faturação em cerca de 50%”, afirmam os líderes da empresa. Nem mesmo nestes últimos dois anos, muito difíceis por causa da pandemia, fizeram quebrar o crescimento, o bom desempenho e a vontade da perfeição, permitiu que tivéssemos sido premiados, nomeadamente com as distinções de PME Líder e PME Excelência.

A Malhinhos, fabrica um vasto leque de peças de vestuário, camisolos, casacos, vestidos, polos, calças, cachecóis, gorros, entre outros, num segmento médio/alto, artigos que têm um grande valor acrescentado, atendendo à qualidade das matérias primas utilizadas, e à qualidade do produto final. Trabalhamos com algumas marcas de referência a

Malhinhos, é extensa e facilmente se percebe porquê, como garantem os membros da direção,



a confiança no trabalho cá realizado, a qualidade dos produtos, o controle minucioso das produções, a rapidez e ajuda durante o desenvolvimento das amostras, a facilidade de comunicação que encontram aqui na empresa, o cuidado que temos na escolha dos nossos fornecedores, que são por nós escolhidos com muito rigor.



A Malhinhos é uma empresa dedicada à produção têxtil de exteriores, que tem capacidade de desenvolver todo o tipo de malhas e estruturas, desde as tecnicamente mais simples até às mais elaboradas, peças com jacquard, intársia, fully-fashion, entre muitas outras.

MALHINHAS

INDÚSTRIA DE MALHAS



rapidez e aperfeiçoamento do trabalho, limitar o erro e evitar algum desperdício de matérias primas, adquirimos também um novo equipamento de modelagem, que faz toda a diferença no trabalho diário, e, também a aquisição de novos e mais modernos equipamentos para a produção, já com as mais modernas tecnologias.

Vamos também iniciar agora a ampliação das nossas instalações. A empresa conta neste momento com uma área de trabalho de cerca de 2 000 metros quadrados, mas vamos duplicar esse espaço, para fazer face às necessidades laborais, ao aumento das encomendas e criar melhores condições sociais internas para todos os nossos colaboradores



“Queremos crescer sempre de uma forma sustentável, ter maior capacidade de resposta, chegar a mais clientes e mais países. O objetivo é criar melhores condições em termos de infraestruturas para termos mais capacidade de resposta e dar um

melhor ambiente de trabalho, quer aos clientes, quer a toda a nossa equipa.”

De ano para ano, a Malhinhos tenta melhorar a sua atuação, e superar expectativas, a todos os níveis, nas relações com clientes e fornecedores, na sua relação com os colaboradores, e uma preocupação cada vez maior com o meio ambiente, com as produções cada vez mais sustentáveis, tendo já as certificações GOTS, RWS e GRS.

IW

CONSTRUÇÃO, DECORAÇÃO DE INTERIORES E EQUIPAMENTOS

Fundada há dez anos, a IW é uma empresa localizada em Barcelos que se dedica ao desenvolvimento de



projetos e soluções integradas para espaços comerciais. Foram os conhecimentos e contactos que o seu fundador, José Tavares, tem junto do mercado da restauração (canal HORECA), que ditaram a sua criação.

Quanto aos serviços prestados, a IW concebe espaços comerciais e gere e realiza projetos de decoração de ambientes em centros comerciais, espaços residenciais e navios de cruzeiro, dando resposta a todas as fases de execução, desde a interpretação do esboço ou ideia inicial, até à instalação no local.

“Otimizamos todas as áreas de trabalho e fabricamos e fornecemos todo o mobiliário, objetos e acessórios de decoração para cada espaço, conciliando o design, conforto e funcionalidade. Tivemos de evoluir para a produção por falta de parceiros e, por isso, temos vindo, cada vez mais, a apostar em máquinas para nos tornarmos mais independentes. A nossa evolução vai sempre no sentido de nos tornarmos autónomos”, afirma o fundador.

Atualmente, a empresa conta, dentro de portas, com serralharia, carpintaria, trabalho de aço, ferro, pintura, soldadura, produzindo, nomeadamente, candeeiros em chapa, mesas



HÁ 10 ANOS A DAR VIDA ÀS SUAS IDEIAS

Empresa premiada como PME Líder e Excelência, a IW aproveitou as mais recentes inovações e tecnologias para transformar espaços comerciais, de forma totalmente personalizada, tornando-os funcionais, confortáveis, apelativos e autênticos.

de todos os formatos, prateleiras em aço polido, entre outros.

A IW projeta ainda e fabrica quiosques para marcas nas mais variadas áreas: desde a restauração, ótica, relojoarias e ourivesarias, tabacarias, livrarias, perfumarias, até espaços de cosmética, estética corporal e/ou de unhas.

EXPERIÊNCIA ÍMPAR

Seja qual for o tipo de espaço desenvolvido pela IW, uma coisa é certa: todos eles são exclusivos e pensados e concebidos completamente à medida de cada cliente. Para isso, conta com equipas de design, engenharia e arquitetura próprias e trabalha ainda com escritórios exteriores da sua plena confiança: “Esta aposta permite diferenciar-nos da concorrência logo na fase de projeto”.

Para José Tavares, a prestação de um serviço de qualidade e o cumprimento de prazos são aspetos fundamentais, dos quais não prescinde.

“Posso afirmar, sem falsas modéstias, que duvido que haja alguém que consiga pensar um espaço e um layout melhor do que eu o faço. Tudo isto fruto da minha experiência no canal HORECA, da nossa rapidez e da capacidade de fabricar equipamentos à medida. Conseguimos também analisar a funcionalidade dos espaços de forma muito eficaz e pertinente”,

relata o líder da IW.



relata o líder da IW.

Outro fator a destacar é que a entidade trabalha sem ter derrapagens orçamentais, sendo que o valor apresentado inicialmente ao cliente é imutável. E “se o cliente pretender algo mais além do que está definido no projeto, não fazemos nada sem o novo orçamento ser aprovado por ele”, garante. Desde o seu começo, a empresa tem trabalhado com várias lojas emblemáticas. O empre-

sário exemplifica: “Temos a Segafredo e a Delta como clientes de longa data. A Delta tem gabinete próprio de conceção de espaços, mas recorre muitas vezes aos nossos serviços devido à nossa celeridade.”



“TEMOS EM CADA CLIENTE UM AMIGO”

Por isso, José Tavares, recorre a uma lugar-comum para descrever a sua relação com os clien-



tes, mas que no seu caso encaixa que nem uma luva: “Eu tenho em cada cliente um amigo. Nunca tivemos problemas de nenhuma ordem com os

nossos clientes, nem a nível de pagamentos”.

A satisfação do cliente é uma constante na IW, contando com uma taxa de fidelização muito elevada e, até aos dias de hoje, nunca precisou ter nenhuma equipa comercial.

Já os projetos de referência são muitos e na impossibilidade de os referir todos, o responsável menciona o Café Corcel (Porto), a Pastelaria Tavi (Foz do Douro), as Fábricas da Nata (em Lisboa e no Porto), o HotelClip (Vila Nova de Gaia), várias lojas



nos aeroportos (Faro e Lisboa) – nomeadamente duas pastelarias Versalhes e o Paul (franchising francês) –, e lojas de cruzeiros, onde o rigor é exigido ao máximo: “Estarmos no topo desta exigência é um grande orgulho.”

A aposta no mercado internacional começou em 2014 e neste momento já representa uma fatia de cerca de 40 a 50% do seu volume de faturação. E a “tendência é crescer”, afirma: “Começámos por Espanha e já estamos também em Angola, Suíça e França, onde contamos com uma presença muito forte”.

José Tavares descreve a sua equipa como extraordinária. Quanto à equipa de produção, a IW tem vindo a formar trabalhadores polivalentes. José Tavares tem como meta, nos próximos anos, tornar a empresa completamente autó-

nomia, ou seja, não dependente de si. Outro objetivo é a mudança de instalações, porém lamenta a escassez de mão-de-obra: “Estamos a tentar aumentar a nossa capacidade produtiva, mas, infelizmente, a falta de recursos humanos está a impedir-nos de prosseguir com essa ambição”.





OLIVEIROBRA

CONSTRUÇÕES

Os valores da competência, excelência, entusiasmo e dedicação têm feito a Oliveirobra vingar no mercado e distingui-la.

A Oliveirobra surge no mercado a 10 de fevereiro de 2003 para atuar no ramo das construções metálicas, mais concretamente na área da montagem. O seu fundador é António Oliveira, que nos quatro anos antecedentes trabalhou como empresário em nome individual na mesma área, período esse onde adquire know-how, experiência e uma significativa carteira de clientes. O crescimento desse negócio levou-o a fundar a Oliveirobra, hoje sediada em Cabreiros, Braga, num espaço de 40 mil metros quadrados.

Em 2014, com o objetivo de continuar a expandir a empresa, António Oliveira vendeu parte da mesma a dois sócios, que vieram acrescentar mais valor ao negócio, com a inclusão do fabrico de estruturas metálicas: Orlando Sousa e Mário Reis.

Atualmente, a atividade principal da Oliveirobra é o fabrico e montagem de estruturas metálicas, aplicação de revestimentos metálicos e ainda de coberturas. Ao longo dos anos, a empresa tem-se também especializado nas serralharias: “Fazemos tudo o que é possível em estruturas metálicas, desde naves industriais, a edifícios, contentores, chassis, etc.”.

Nos tempos mais recentes, com o propósito de adicionar mais valor ao negócio, é feito o desenvolvimento de projetos e



modelação 3D: “Este departamento tem como principal missão a otimização e eficiência de cada projeto a realizar pela Oliveirobra, garantindo aos seus clientes um acompanhamento integral em todas

as fases de execução do seu projeto, desde a projeção até à concretização final, ou desde a transformação da matéria-prima até à sua edificação”, esclarece o empresário. E acrescenta: “É através deste departamento que tentamos também reduzir ao máximo os custos da obra e ver o que pode ser melhorado, pois é feito previamente ao seu arranque um planeamento minucioso”.

Esta organização rigorosa de todo o processo, inclusive ao nível dos materiais, permite também garantir o cumprimento dos prazos acordados. “Temos sempre o máximo de matérias-primas em stock e uma colaboradora encarregue da gestão dos mesmos. É importante ter esta capacidade pronta de resposta”, assume António Oliveira.

MÁXIMA LIBERDADE, MÁXIMA RESPONSABILIDADE

A união entre um serviço de excelência, os materiais de qualidade superior e o



uso das técnicas mais recentes de construção, representam os pilares essenciais onde é alicerçado todo o sucesso. Junta-se a isso, o facto de contar com um núcleo de profissionais experientes – num grupo de 44 colaboradores – desde engenheiros a chefes de equipa. “Dispomos de uma equipa experiente, o que faz toda a diferença. Quase todos os elementos foram formados internamente e adaptaram-se aos nossos valores e filosofia de trabalho: máxima liberdade, máxima responsabilidade. Todos fazem o seu melhor”, elogia.

É precisamente, com o intuito de manter um serviço de excelência, que a Oliveirobra



ROBRA

ES METÁLICAS

o, credibilidade são alguns dos fatores-chave que
uir-se como uma das empresas líderes no seu ramo.

aposta na formação contínua do seu staff, garantindo, assim, as técnicas mais inovadoras, através da utilização de metodologias modernas e atuais.

“Para mim, e restantes sócios, é muito importante o bem-estar dos nossos funcionários e valorizá-los. Gostamos que se sintam à vontade e sejam felizes a trabalhar connosco. Consideramo-nos uma grande família, pois além de passarmos muito tempos juntos, temos todos um excelente relacionamento. Acredito realmente que temos os melhores empregados do mundo. Todos os anos, parte dos lucros são distribuídos pela equipa.”

mia, quando o mercado se retraía e rece-ava investir, nós arriscámos e decidimos comprar equipamentos novos, no valor de cerca de 700 mil euros, para quando a atividade económica retomasse, estarmos preparados. Também já temos definido os investimentos que vamos fazer com os lucros que tivemos em 2022, à parte dos prémios que vamos distribuir por todos os funcionários”, esclarece o empresário.

Para além de todo o investimento em equipamentos e de uma menor dependência de terceiros, a entidade possui várias parcerias que lhe facilitam garantir sempre o melhor e mais completo serviço ao seu cliente, podendo dar resposta a trabalhos que incluam intervenção de construção civil, pladur, serviços elétricos, entre outros. Tudo isto possibilita um serviço chave-na-mão.

MATERIAIS E TÉCNICAS DE QUALIDADE SUPERIOR

Esta aposta em equipamentos com tecnologia de ponta permitem a

maior perfeição dos projetos e dos serviços prestados, uma maior rentabilidade e eficiência produtiva.

“Não temos receio do desconhecido ou de aceitar grandes projetos. Por isso já efetuámos trabalhos em países tão diferentes como a Jamaica, Angola, Moçambique, Gana, Espanha,

UMA EMPRESA PREMIADA A PENSAR NO FUTURO

A Oliveirobra não vê os seus clientes como temporários, procurando antes construir relações sólidas. Por isso, conta já com uma extensa carteira de clientes fidelizados aos seus serviços. “Quem faz a publicidade à nossa empresa é o cliente final. Por isso

temos consciência que é importante ganhar uma obra, mas é mais importante concluí-la com a sua satisfação”.

Todos os anos a Oliveirobra tem vindo a ser agraciada com novos prémios. O bom trabalho e desempenho da gerência e dos colaboradores, e consequente satisfação dos clientes e parcerias com os fornecedores, têm sido decisivos para este sucesso, confessa António Oliveira. Desde 2014, tem sido premiada com os prémios PME Líder e PME Excelência, do IAPMEI.

Continuar a investir em Investigação & Desenvolvimento, com o intuito de desenvolver novos produtos e técnicas, para ser cada vez mais diferenciadora, é uma das metas futuras da Oliveirobra.

Senegal, Estados Unidos, entre muitos outros. Com o esforço de todos, em equipa, tudo se consegue”, adianta António Oliveira sobre o percurso profissional da Oliveirobra.

Em 2022, designadamente, a Oliveirobra exportou muito para alguns países europeus, nomeadamente França, o que impulsionou a expansão e crescimento da empresa.

O extenso portefólio de obras realizadas pela Oliveirobra, pode ser consultado no site da empresa (www.oliveirobra.pt).



A Oliveirobra é também uma empresa que está constantemente a investir, tanto ao nível de equipamentos, como na criação de outras empresas. Isto para ter todas as valências e depender cada vez menos de terceiros, providenciar uma resposta imediata e de maior qualidade. No entanto, é de sublinhar, que as empresas do grupo também trabalham para terceiros: “É também isto que nos diferencia dos nossos principais concorrentes. Mesmo no início da pande-





UMA FARMÁCIA QUE NÃO TEM NADA A VER

FARMÁCIA D'ARRÁBIDA

A excelência no atendimento, aliada ao portefólio vasto de produtos, aos preços competitivos, à inovação e à disponibilidade permanente de uma equipa de profissionais especializada e dedicada, fazem da Farmácia d'Arrábida uma farmácia que se diferencia do restante setor.

Situada num dos centros comerciais mais emblemáticos da região do Grande Porto, o Arrábida Shopping, a Farmácia d'Arrábida foi fundada em 2010 por Vítor Valdez, sendo fruto da sua ambição e empreendedorismo. Embora não tenha o curso de farmácia, Vítor Valdez tinha trabalhado dez anos com a irmã, que é farmacêutica, e começou a nutrir uma enorme paixão pela área. Após nove anos de crescimento contínuo, as lojas do Arrábida Shopping, que incluem a Farmácia d'Arrábida, tiveram de fechar portas no início de 2020 devido à pandemia. Nesse contexto, Miguel Valdez, filho do fundador, decidiu abraçar este projeto, tomando as rédeas da empresa como atual CEO: “Trabalhava em consultoria, mas decidi aplicar os meus conhecimentos no negócio de família”, esclarece. Uma das iniciativas desenvolvidas foi a implementação de uma loja online, com serviço de entregas ao domicílio – que já se fazia com encomendas via telefone: “Neste momento já temos o nosso próprio we-



nal tornou-nos um player ibérico e, neste momento, conseguimos entregar qualquer produto dentro do prazo de, no máximo, 48 horas em quase qualquer ponto da Península Ibérica.”

HUMANIZAÇÃO DO SERVIÇO

Embora esta ideia fosse um projeto já em desenvolvimento, era um ca-

d'Arrábida dispõe de pelo menos oito soluções/alternativas para cada problema de saúde, oferecendo um vasto leque de produtos. “Arrisco-me a dizer que temos o maior portefólio de produtos em Portugal e com stock sempre disponível. Somos também líderes de mercado, nomeadamente, em puericultura. Por exemplo, descobrimos recentemente na Globo que somos a entidade com o maior catálogo disponível, mesmo à frente de grandes cadeias de supermercado.”

A Farmácia d'Arrábida conta ainda com uma parafarmácia, a Ortopedia d'Arrábida, também localizada no Arrábida Shopping, que dá continuidade à ampla diversidade de produtos e à excelência de atendimento.

Disponibilizam ainda um serviço de consultas – que podem ser marcadas online –, desde podologia, nutrição, gerontologia, enfermagem e consultas de acompanhamento do bebé e da grávida. A mais recente novidade é a consulta de amamentação, que acrescenta um valor inestimável ao setor de farmácia em Portugal e que torna esta farmácia, de facto, numa farmácia “que não tem nada a ver”.

COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

Para prosseguir cada vez melhor a sua missão de bem servir, são feitos investimentos internos frequentes. Neste momento, a Farmácia d'Arrábida está munida com um sistema robótico de excelência que em poucos segundos coloca o medicamento pedido no balcão para ser entregue ao cliente, o que valoriza o tempo do farmacêutico e otimiza o seu trabalho. Além disso, promove a celeridade no atendimento e a redução da margem de erro de logística e gestão corrente: “Esta é uma ajuda no atendimento, mas continuamos a privilegiar o pensamento humano, a troca de ideias e o contacto e proximidade,

pois existem muitos clientes fidelizados a determinados profissionais”, indica Miguel Valdez.

Contando com um robot de última tecnologia, único no Mundo no setor de farmácia, o serviço de Preparação Individualizada da Medicação ajuda lares e instituições a servir melhor os seus utentes. A farmácia alarga este ano, gratuitamente, o serviço para os clientes de balcão, ambicionando servir mais e melhor. E, por isso mesmo, a formação na Farmácia d'Arrábida é permanente, e acontece tanto através dos fornecedores, de outros especialistas da área da saúde – como enfermeiros e médicos –, como de coaching ao nível da semântica, linguagem, comunicação e empatia, pois são competências humanas basilares e “a maneira como interagimos é muito importante naquilo que é a perceção da mensagem”, justifica o CEO.

Com um horário de funcionamento das 9h00 às 23h00, sete dias por

expansão para acompanhar o crescimento do negócio, recentemente foi adquirida uma nova farmácia: a Farmácia d'Arrábida - Pinheiro Manso, na sequência de lógica de expansão da Farmácia d'Arrábida, localizada na cidade do Porto. Está também a ser criado um cartão de fidelização e um programa de farmacêuticos, cuidadores e de enfermeiros ao domicílio.

O reconhecimento do trabalho exímio prestado chegou com a distinção dos prémios, nomeadamente o



semana, a Farmácia d'Arrábida distingue-se ainda por oferecer preços muito competitivos.

Além da loja estar em constante

PME Excelência, do IAPMEI: “A partir do momento que conseguimos reunir uma equipa de excelência, que gosta do que faz, nada pode falhar”, afirma o responsável.

Engenheiro eletrotécnico de base, com mestrado em gestão, Miguel Valdez confessa que também já se apaixonou por esta área, e que o que mais o fascina é o facto de ser “um serviço democrático com muita qualidade, gratuito e que, ao mesmo tempo, é um negócio rentável”.



bsite, com um centro de distribuição em Arcozelo, e temos três viaturas a fazer entregas”, esclarece Miguel Valdez.

De notar que o website da Farmácia d'Arrábida (www.fda.pt) foi o projeto online de saúde que mais cresceu nos últimos 18 meses, servindo mais de dez mil clientes e faturando mais de dois milhões de euros anuais. “Este ganho de know-how operacio-

minho que a Farmácia d'Arrábida nunca tinha seguido devido à sua aposta no atendimento especializado, personalizado e de elevadíssima qualidade. “Sempre primámos pela excelência no atendimento, através de um serviço de proximidade.”

No que diz respeito aos serviços de farmácia tradicionais, como a comercialização de medicamentos e de produtos de saúde, a Farmácia



D'AR SAÚDE

“TOTALMENTE DEDICADOS AOS NOSSOS PACIENTES”

Há quase duas décadas na área da venda e aluguer de equipamentos para a apneia do sono e distúrbios respiratórios, a D'Ar Saúde está munida com colaboradores especializados e dotados de competências próprias, garantindo o máximo de qualidade.

Foi em 2006 que nasceu a D'Ar Saúde, uma empresa dedicada à venda e aluguer de equipamentos para a apneia do sono e distúrbios respiratórios. Alberto Nogueira, que fundou a empresa juntamente com três sócios, já trabalhava nesta área e acreditou que ao apostar no seu próprio negócio podia ser uma mais-valia e ajudar verdadeiramente quem sofre destes distúrbios.

Por isso, desde a sua criação, a D'Ar Saúde teve como missão diferenciar-se das ofertas existentes no mercado, estando munida com uma equipa com competências próprias para o desenvolvimento dos respetivos serviços, garantindo, sempre, o máximo de qualidade. A D'Ar Saúde atua a nível nacional, estando sediada em Alfena, em Valongo, tendo também já uma delegação em Coimbra, Viseu e em Lisboa.

Mas o que é a apneia do sono? Como é esclarecido, para quem ainda não está familiarizado com o termo, esta consiste na suspensão da respiração durante o sono. Estes episódios podem durar alguns segundos, após os quais é retomada a respiração normal, e ocorrem várias vezes durante o sono. Na maioria das vezes não são suficientes para despertar a pessoa, mas há uma alteração no padrão de sono, passando para um sono mais superficial. As manifestações da doença incluem



ATENDIMENTO PERMANENTE

A D'Ar Saúde trabalha com o Sistema Nacional de Saúde, a ADSE, Seguradoras e ainda doentes particulares. Quanto aos serviços prestados, a empresa vende online e aluga equipamentos para a apneia do sono e distúrbios respiratórios – para Portugal Continental e Ilhas –, e ainda comercializa online dispositivos.

O serviço da D'Ar Saúde prima essencialmente pela personalização e atenção e dedicação a cada cliente. “Sempre nos autoincumbimos com a missão de tratar bem as pessoas. Diria que nós humanizamos este trabalho”, afirma o empresário.



o ronco e como o sono não é repousante, fica uma sensação de noite mal passada ao despertar, assim como fadiga e sonolência durante o dia. De notar ainda que a apneia do sono pode afetar qualquer pessoa, em qualquer idade, até crianças. O tratamento eficaz da apneia do sono pode proporcionar um alívio dos sintomas comuns e melhorar os níveis de energia, a produtividade e o bem-estar geral da mente e do corpo. Se não for tratada, a apneia do sono pode levar a problemas graves de saúde.



Não menos importante é o facto de terem um serviço rápido e permanente de atendimento, que funciona 24 horas por dia, sete dias por semana: “Embora este não seja um ramo onde há as típicas urgências, a ansiedade e expectativa do doente aumenta conforme o tempo de espera e falta de resposta. E nós compreendemos as dificuldades de alguém que vive com este tipo de condições”.

Também a manutenção de todos os aparelhos comercializados é feita de forma preventiva e muito programada, sendo realizada logo a partir do quinto mês de utilização.

Por esta razão, a equipa da D'Ar Saúde faz um acompanhamento de proximidade junto de cada paciente, principalmente durante os primeiros tempos de uso dos seus aparelhos. Mais recentemente, a empresa apostou na telemonitorização

CONFIANÇA DO MERCADO.

É mantida “uma relação estreita com os médicos dos nossos pacientes, enviando, por exemplo, prontamente os relatórios e dados recolhidos, reforçando a confiança nos nossos serviços”, adianta o responsável.

A sua equipa, com cerca de 70 funcionários, é também um dos elementos que distingue a sua atuação e tem marcado pela diferença nomeadamente nesta atuação de proximidade. Por isso a aposta na formação é essencial: “Somos totalmente dedicados aos nossos pacientes, mas nem sempre é fácil encontrar recursos humanos com este perfil e com disponibilidade permanente. Por isso, apostamos tanto na formação. E os nossos técnicos só se tornam completamente autónomos após um ano connosco”.



também com essa finalidade: “Numa primeira fase, todos os aparelhos dos pacientes são monitorizados em permanência durante seis meses. De sublinhar ainda que damos formação a todos sobre como utilizar o aparelho”.

Desde o seu início, a D'Ar Saúde sempre fez questão de se rodear com profissionais licenciados em Cardiopneumologia.

A D'Ar Saúde prima pela busca pela excelência e esta característica diferencia-a dos seus principais concorrentes. E isto porque, como é explicado, “o objetivo é sempre melhorar, mesmo quando algo corre menos bem. Temos, portanto, o cuidado de corrigir e aprender com os erros. Somos também muito transparentes” na nossa atuação. Notável é o facto de a D'Ar Saúde ter sempre alcançado um crescimento anual na ordem dos dois dígitos e conquistado o prémio PME Excelência do IAPMEI. A confiança dos clientes tem sido essencial para este êxito, pois são um importante meio de divulgação dos seus serviços.



ETIGUI

ETIQUETAS GUIMARÃES

INOVAR E ACRESCENTAR VALOR

Dotada de uma vasta experiência em todo o tipo de etiquetas e na área gráfica, a Etigui prima pela aposta na qualidade da impressão e dos materiais utilizados, e trabalha diariamente com o foco em tornar o seu serviço cada vez melhor.



Com origem no sólido tecido empresarial da cidade de Guimarães, a Etigui foi fundada em novembro de 1991 por João Paulo Santos, que já somava dez anos de experiência na área. Foi o querer colocar em prática a sua visão de negócio que o motivou a criar a empresa. Rita Teixeira, filha do fundador, também já se juntou à empresa do progenitor, como diretora de qualidade e head of exports.

Com o core business centrado no desenvolvimento e produção de etiquetas e rótulos, a Etigui apostou também na área gráfica, produzindo produtos como pequenas caixas, cintas, expositores, entre muitos outros. “As etiquetas são um elemento importantíssimo de marketing das marcas, tendo não apenas uma função informativa, como apelativa, pois é através desta que o cliente tem o primeiro contacto com o produto”, esclarece João Paulo Santos. Em vez de se querer sobrepor à concorrência, a Etigui optou por criar uma competição saudável através de um sistema de parcerias, juntando-se a várias empresas do ramo para unirem esforços de acordo com aquilo que é o ponto forte de cada um. E este modo de atuar fez, desde logo, toda a diferença: “Esta era uma área muito individualista e a nossa intervenção impulsionou o networking entre as várias entidades, me-



QUALIDADE DA IMPRESSÃO E DOS MATERIAIS

A qualidade de impressão e do material são dois elementos dos quais a Etigui não abdica. Por isso, a sua equipa luta diariamente para que o seu serviço seja cada vez melhor. “O nosso foco nunca foi o preço. Quisemos trazer valor acrescentado para a etiquetagem e rotulagem. Em vez de produzi-las todas invariavelmente com o mesmo material e impressão,

destacam os dois responsáveis. É esta associação à qualidade que tem valido à empresa o ótimo feedback dos clientes. Já para não referir o facto de a maioria deles estarem fidelizados aos seus serviços. Além disso, a filosofia da entidade sempre passou por se adaptar às necessidades dos clientes.

Mas também o serviço da Etigui é um dos seus importantes fatores de diferenciação. Nesse sentido, além de fazer um atendimento personalizado e manter uma relação de proximidade com os seus clientes, a empresa disponibiliza ainda o serviço de pós-venda e assegura a rastreabilidade dos seus produtos.

De destacar ainda a celeridade, a disponibilidade permanente e o facto de tudo fazerem para cumprir os compromissos assumidos: “Temos de nos esforçar ao máximo para conseguir cumprir o que ficou acordado, independentemente das contrariedades que possam surgir. Por isso, costumo dizer à minha equipa que a palavra impossível é proibida nesta empresa”, afirma o fundador. Mantendo-se sempre um passo à frente do mercado, a Etigui aposta nas mais recentes técnicas e tecnologias e procura constantemente novas formas de

alargar horizontes: “A transformação digital foi muito importante no nosso percurso, tendo melhorado a organização, simplificando todos os processos, entre muitas outras vantagens. Por isso decidimos reinvestir os lucros internamente para desenvolver a empresa. No futuro queremos apostar cada vez mais na digitalização e automatização de processos”, sublinha Rita Teixeira.

Neste momento a Etigui conta com uma equipa de 40 trabalhadores que recebem formação constante. Esta é uma empresa que se preocupa com os seus recursos humanos e que promove a felicidade no trabalho, tendo criado um departamento de gestão de pessoas. Por isso tem uma rotatividade de colaboradores tão baixa.

UMA EMPRESA BEM-SUCEDIDA

“Consideramos que somos uma empresa muito bem-sucedida”,

Etigui mudou-se para as atuais instalações em 2015, adaptando-as totalmente às suas necessidades.

A empresa tem expandido a sua dimensão exportadora e aprofundado a sua aposta no mercado internacional, tendo começado pelo mercado ibérico e inglês, mas estando agora em vários países do continente europeu e ainda do continente asiático e americano.

A Etigui trabalha com diversas marcas de referência e emblemáticas, de destacar a Billabong, a Nikin, a



Daily Paper, a Snurk, a Finnisterre, a Fullife, a Element, a Pukas, a MC2, a Decenio, a Zara, a Great Times, a Tiffosi, entre muitas outras, sendo também representante europeia da Pull In. A aposta na rotulagem fez com que a empresa passasse a



lhorando o desempenho de todos. Por exemplo, se um cliente nos pedir um serviço que não temos, nós subcontratamos, pois estamos rodeados de parceiros da nossa inteira confiança e com os quais partilhámos a mesma filosofia de trabalho”, analisa João Paulo Santos.

nós acrescentámos a serigrafia, criando um produto mais apelativo e com maior qualidade. Nunca fomos conformistas e sempre procurámos ter aquilo que os outros não têm. Também temos apostado mais recentemente nos produtos ecofriendly”,

admite sem falsas modestias João Paulo Santos. E tem toda a razão em afirmá-lo, já que a Etigui é uma das empresas de maior referência deste setor e já conquista há sete anos consecutivos o prémio PME Excelência. Com um crescimento sustentado, mas contínuo, desde a sua fundação, foi com a introdução da vertente gráfica que a Etigui conseguiu ainda um maior crescimento.

Considerando este crescimento, a



trabalhar também com o ramo industrial, metalúrgico, alimentar, entre outros, tendo diversificado o seu leque de clientes.

JOCOLOR

Na vanguarda do mercado no ramo da estampa têxtil, a Jocolor é composta por uma equipa apaixonada pelo trabalho que prima pela realização de um trabalho exímio e que supera as expectativas dos clientes mais exigentes.

Fundada em 1988, a Jocolor resulta da evolução de um negócio em nome individual preexistente, a Estamparia Têxtil João Carlos Campos Lopes da Cunha, aproveitando, por isso, desta experiência anterior no ramo.

Com o crescimento do seu pequeno negócio, João Carlos Campos Lopes da Cunha, que trabalha no ramo da estampa desde os 13 anos de idade, decidiu dar um passo em frente e criar a Jocolor, juntamente com a sua mulher, também ela sócia.

“Durante o meu vasto percurso, tive oportunidade de trabalhar na cozinha de cores e estive em várias multinacionais, o que me deu um conhecimento profundo sobre este trabalho. Portanto, foi muito fácil para mim ingressar no mercado com o meu próprio negócio”, confessa o empresário. Por esta razão, a Jocolor teve logo um crescimento acentuado e rápido e é uma das empresas mais competitivas e inovadoras no setor da estampa têxtil em Portugal. E mais do que isso: a Jocolor é, hoje, líder de mercado a nível nacional.

Mas o que faz em concreto esta empresa que está sediada em Joane, em V. Nova Famalicão? O core business da Jocolor foca-se nos serviços de produção e comercialização de estampa à peça.

A capacidade produtiva da Jocolor atinge as 16 cores e é direcionada para clientes nacionais e internacionais, sendo pautada pelos mais elevados



moderna e competitiva do país ainda este ano”, estima o responsável.

QUALIDADE, RAPIDEZ E VERSATILIDADE

A excelência, a excelente relação qualidade/preço, a rapidez, a ampla capacidade produtiva e a versatilidade são alguns dos principais trunfos



produções com matéria orgânica e/ou reciclado respetivamente. A certificação GOTS eleva os padrões da OCS para controlo ecológico (controlo químico) e desempenho social.”

Para se manter na vanguarda, a empresa fez questão de investir de forma constante em novas tecnologias e equipamentos de produção, que potenciem a qualidade do seu trabalho. “Sempre fomos uma empresa com lucros, o que nos conferiu poder financeiro para fazer esta aposta. Além disso, a nossa vasta experiência já nos permitiu, inclusive, participar no desenvolvimento de algumas máquinas. O facto de o negócio estar completamente informatizada é uma grande vantagem para nós, pois trabalhamos 24 horas por dia.”

Como diz João Carlos Campos Lopes da Cunha, a contínua formação dos recursos humanos, nomeadamente para manusear os novos equipamentos, é um desafio que a Jocolor enfrentou ao longo do seu percurso, mas que também tem também superado com sucesso, tendo, para, para tal, muito contribuído o know-how do fundador. Mas não só:

serviços: “Podemos afirmar com segurança que sempre que alguém tem algum projeto de relevo para desenvolver na área da estampa, vem procurar a nossa ajuda”.

A Jocolor tem uma das maiores capacidades produtivas a nível nacional e europeu, com números médios de produção na ordem das 200 mil peças por dia.

Como já foi referido, a Jocolor tem tido ao longo de todo o seu percurso um crescimento sustentado, mas contínuo, o que lhe valeu a conquista de vários prémios, nomeadamente o PME Líder e Excelência.



“Há um espírito de entajuda e partilha muito grande entre os membros seniores da equipa e os que estão cá há menos tempo”.

MODERNIDADE E INOVAÇÃO

A sua equipa conta já, neste momento, com uma centena de colaboradores, e, alguns deles, trabalham na Jocolor desde o primeiro minuto, o que comprova a sua satisfação em fazer deste projeto vencedor. Outro facto notável, é terem uma lista de clientes fidelizados praticamente na ordem dos 100%. O que é normal, se tivermos em conta que o trabalho da Jocolor supera as expectativas mesmo dos clientes mais exigentes, nomeadamente os grandes grupos internacionais que recorrem aos seus



Neste momento, a empresa está a preparar outras instalações desde raiz em exclusivo para a sublimação têxtil, num investimento de cerca de três milhões de euros.

“Temos boas perspetivas de continuarmos a crescer a médio e longo prazo”, conclui otimista João Carlos Campos Lopes da Cunha.



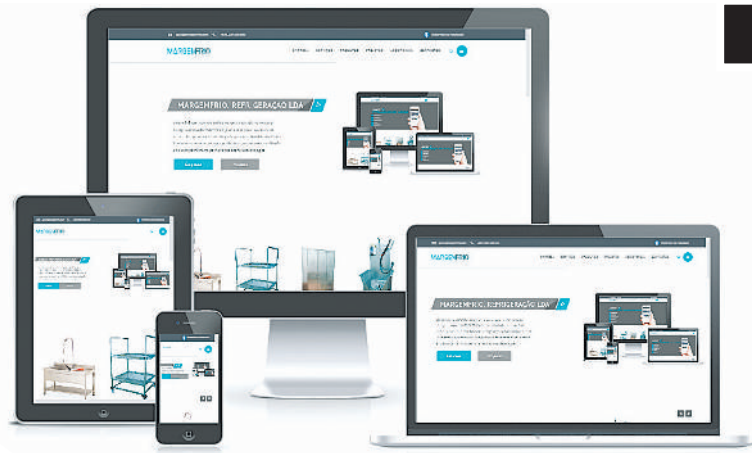
níveis de qualidade.

Em 2014, apostou também na área da sublimação, especializando-se nas soluções de sublimação têxtil em contínuo e localizado. Neste âmbito, a par da última geração de máquinas de sublimação, a Jocolor dispõe de software de perfis de cor, potenciando ao máximo o espectro de tonalidade de cada matéria têxtil.

“Ao alargarmos a nossa oferta de serviços, conseguimos solidificar ainda mais a nossa posição no mercado. E está a correr muito bem. Acredito que vamos ser a empresa de sublimação mais

da Jocolor. Ainda, a sua capacidade de resposta singular permite responder aos pedidos dos clientes de forma célere.

“De facto, a qualidade apresentada é uma das imagens de marca da entidade. Aqui, a seleção criteriosa das melhores matérias-primas é uma das suas principais bandeiras e faz toda a diferença. De sublinhar também que cumprimos escrupulosamente os cadernos de encargos das marcas solicitadas pelos nossos clientes. Quanto às certificações temos a ISO 9001 desde 2014, na gestão da qualidade, a OCS, RCS ao nível de



MARGEMFRIO

Dotada com uma equipa experiente, a Margemfrio é uma empresa que atua no ramo do frio e que tem vindo a distinguir-se pela sua atuação consistente e de excelência, trabalhando com as maiores empresas de restauração e distribuição que atuam em Portugal.

Desde 1986 que Nuno Sá engenheiro eletrotécnico, trabalha no ramo da refrigeração. Começou por ingressar como técnico numa empresa da qual acabou por se tornar sócio-gerente. Mas, após o encerramento da mesma, Nuno Sá decidiu, em 2015, dar seguimento ao negócio e fundou a Margemfrio. “Aproveitando o know-how existente, senti que valia a pena dar continuidade ao negócio, mas quis apostar noutro tipo de clientes: as grandes empresas e os grandes projetos. A maioria dos trabalhadores também continuou na nova equipa que formei.”

A Margemfrio presta, assim, serviços na área da refrigeração, equipamento hoteleiro e assistência técnica. Estes dividem-se entre a projeção e design dos mais variados projetos – à medida de cada empresa –, a agilização dos licenciamentos legalmente exigidos, a produção e fabrico dos mais variados equipamentos e respetiva montagem, o apoio pós-venda – nomeadamente quanto à implementação –, e a assistência técnica 24 horas, a qualquer instalação ou marca. Sediada no Porto, a vontade de querer estar mais próxima dos seus clientes le-



ESPECIALIZAÇÃO E KNOW-HOW

Esta especialização, aliada aos conhecimentos ímpares do setor, a experiência de mais de três décadas e a disponibilidade mostrada pela equipa, composta por 23 colaboradores, foram outros elementos decisivos para o êxito e crescimento da empresa: “A nossa equipa é multidisciplinar e intergeracional, o que traz dinamismo e troca de conhecimentos. Reforçar ainda que todos os nossos técnicos são especializados e têm formação certificada, nomeadamente no manuseamento de gases

car presença em obra”, sublinha Nuno Sá. Quando é necessário, a equipa trabalha em horário extralaboral, de modo a cumprir sempre os prazos acordados com o cliente: “Temos clientes que são muito exigentes com o cumprimento dos timings e nós respeitamos sempre isso”.

“Somos muito rigorosos com o nosso trabalho, pois temos noção que não se pode brincar no ramo alimentar que está diretamente ligado à saúde das pessoas. Por essa razão, apenas escolhemos os melhores equipamentos, que respeitem todas as normas exigidas, e tentamos perceber previamente qual o tipo de alimentos que vão ser mais colocados na câmara frigorífica para selecionar as mais apropriadas. E é para conseguirmos solucionar eventuais problemas que surjam sem causar danos para o cliente, que estamos disponíveis 24 horas por dia”, esclarece o empresário.

Somando a tudo o que já foi referido, esta é uma empresa cujos orçamentos não sofrem derrapagens. Ainda quanto à qualidade dos equipamentos, Nuno Sá esclarece que a nível de mecânica apenas compra a marcas conceituadas – normalmente a grupos italianos ou alemães, e por vezes a portugueses. “Acompanhamos as feiras a nível europeu para ir conhecendo as principais novidades de mercado.”

FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Elaborar projetos de forma que os clientes voltem a contactar a Margemfrio na próxima obra que tenham, é a forma de trabalhar da empresa. A entidade tem, de facto, um elevado grau de fidelização de clientes e este tem sido um dos principais motivos do seu crescimento: “Os clientes ficam descansados quando os projetos estão nas nossas mãos, pois sabem que vai correr tudo bem. E isso é o mais importante para eles”, diz Nuno Sá.

Por todas estas razões, a Margemfrio tem enraizado o seu nome no mercado, cada vez mais, como uma das maiores referências neste ramo.

“Um bom técnico de frio tem de saber trabalhar bem, não apenas com o fator frio, mas também com o fator humidade. E saber o frio e a humidades exatas que os diferentes produtos necessitam. É também pre-

ciso ter em conta a circulação de ar dentro da câmara frigorífica. Depois, é importante ter equipamentos cuja maneabilidade e limpeza sejam simples. Desde há uns tempos para cá, tem assumido cada vez mais importância a implementação de máquinas silenciosas e, por isso, temos apostado nelas”, explica o responsável.

De resto, outro ponto que a Margemfrio tem em consideração é aposta em produtos que potenciem consumos energéticos eficientes.

Quanto a alguns dos principais clientes da empresa que lidera, Nuno Sá sublinha a Ibersol – detentora de marcas como a Pizza Hut, KFC, Pans, Taco Bell, para os



quais fazem, quase em regime de exclusividade, todas as câmaras frigoríficas de Norte a Sul do país, o Pingo Doce, a Vitaminas, o Mercadona e a Sonae, entre muitos outros. A atuação consistente tem valido à empresa um crescimento sustentado, que se tem vindo a acentuar, em particular, nos anos mais recentes. Esse caminho trouxe também em 2022 a distinção com o prémio PME.



vou a empresa a abrir uma filial também em Lisboa, já que esta atua por todo o país.

Um dos primeiros pontos destacados por Nuno Sá, enquanto diferenciador da Margemfrio, é o facto de possuírem uma serralharia, contrariamente ao que acontece com a maioria dos seus concorrentes. “Nós somos mecânicos e somos serralheiros. Por isso, toda a pequena manutenção industrial que é necessária e que os outros não conseguem fazer, nós fazemos facilmente.”



fluorados, o que é fundamental. Apesar de tudo isto, e de manter plena confiança nos meus funcionários, não prescindo de mar-

“NÃO QUEREMOS SER MAIS UM. PRIMAMOS PELA DIFERENÇA”



A J.L. Nogueira é uma empresa de prestação de serviços de instalações elétricas de baixa e média tensão, telecomunicações (ITED, ITUR, redes estruturadas) e segurança (incêndio, intrusão, CCTV), sediada em Canelas (Vila Nova de Gaia), que nasce em 2011. José Lúcio Nogueira é o fundador

como objetivo ir ao encontro do que o cliente procura e às suas necessidades. Este é, como designa Lúcio Nogueira, “um trabalho de relojoaria”.

A equipa da J.L. Nogueira trabalha de forma bastante unida, sendo prova disso o facto de Lúcio Nogueira a apelidar de família. Este é um grupo de trabalhadores que se caracteriza pela

certos para fazer acontecer.”

De notar ainda que a empresa conta com vários departamentos especializados, nomeadamente o de engenharia e considera os recursos humanos o seu bem mais precioso, a formação interna dos colaboradores é frequente tal como a progressão de carreira.

Também a honestidade e a transparência têm feito a diferença na atuação da J.L. Nogueira. Por isso Lúcio Nogueira garante que nunca andou atrás de lucros. A sua maior preocupação sempre foi, antes, garantir a satisfação total de quem recorre aos seus serviços e confia no seu trabalho.

A busca constante pelo aperfeiçoamento e em servir cada vez melhor os seus parceiros e clientes levou a empresa a implementar um Sistema Integrado de Gestão da Qualidade, Ambiente e Segurança, que se encontra certificado desde 2021. Atualmente, a J.L. Nogueira tem em mãos um dos maiores projetos de iluminação a nível nacional. Ao longo dos anos a complexidade dos projetos foi aumentando, mas a capacidade de execução da empresa tem sido sempre exímia. No seu

portefólio constam vários projetos emblemáticos, como destaca Lúcio Nogueira, entre o Vintage House Hotel, “desafiante pela complexidade da construção”, o Armazém D, a



e líder da empresa, que soma mais de três décadas de experiência no setor das instalações elétricas. Foi precisamente, este know-how e a sua veia empreendedora que o impulsionaram a concretizar a ambição de ter o seu próprio negócio, “onde pudesse oferecer serviços com o nível de qualidade que desejava”. Mas também o empenho, confiança e a vontade de trabalhar de Lúcio Nogueira fizeram a diferença quando a J.L. Nogueira entrou no mercado, tendo conquistado alguns clientes que até hoje permanecem fiéis aos seus serviços. Esta encontra-se vocacionada para trabalhar nos diversos ramos como indústria, comércio, habitação, restauração/hotelaria, agrícola e hospitalar.

“Acredito muito nos meus projetos e no meu trabalho, isso é algo que transparece, se sente e que faz toda a diferença”, justifica o líder, mostrando que o trabalho árduo e a perseverança são qualidades essenciais para vingar no mundo dos negócios.

SOLUÇÕES PERSONALIZADAS

A J.L. Nogueira oferece soluções à medida de cada cliente, tendo sempre

especialização e experiência no setor da energia, que tem em comum os valores do rigor, ética, compromisso, integridade e profissionalismo. A melhoria contínua dos serviços é a sua missão.



“Sempre tive noção que para a empresa vingar, era necessário rodear-me de bons colaboradores, com boas ideias e que pudessem trazer valor acrescentado ao negócio. E, por isso, tenho construído uma equipa dedicada, na qual tenho plena confiança e posso delegar as mais variadas tarefas, pois sei que vão desempenhá-las tão bem como eu o faria. Estou rodeado dos talentos

JL NOGUEIRA

ESTUDOS E MONTAGENS ELÉTRICAS

Rigor, transparência, sentido de responsabilidade e know-how são alguns dos valores que fazem parte da filosofia de trabalho da J.L. Nogueira, uma empresa dedicada às instalações elétricas e telecomunicações com mais de dez anos no mercado.



sário acompanhar o mercado, através da visita a feiras nacionais e fazer investimentos frequentes. Tal como confirma o empresário, a J.L. Nogueira tem tido bastante sucesso. Com esse êxito, chega também maior responsabilidade, como afirma Lúcio Nogueira: “Quanto mais cresço, mais responsabilidade e compromisso social tenho, e tudo farei para não deixar ninguém ficar mal, desde clientes a colaboradores”.

A confiança dos fornecedores e clientes na empresa é “um dos seus bens mais preciosos”. Por isso, além da visibilidade do marketing e das plataformas digitais, o “passa-a-palavra” continua a ser a sua maior fonte de publicidade e angariação de clientes. Muitos deles nem pedem orçamento a mais nenhuma empresa.

Foi com orgulho que a J.L. Nogueira foi novamente agraciada em 2022 com o prémio PME Líder, pela qualidade do seu desempenho. Esta é a quinta

Clínica da Luz, um Call Centre na Boavista e outro em Matosinhos. De resto, a empresa tem ainda trabalhado com clientes de renome como o grupo Sonae, designadamente nos projetos de otimização e rentabilidade energé-



FUTURAS INSTALAÇÕES GRUPO JLN

tica, “muito aliciantes exigentes a nível de know-how e logística”.

SUCESSO E COMPROMISSO

“No nosso trabalho não temos fronteiras, por isso, apesar de estarmos sediados em Vila Nova de Gaia, trabalhamos por todo o país e mesmo além-fronteiras, quando os projetos de determinado cliente assim o exigem”, esclarece o responsável.

Sendo este um setor em desenvolvimento técnico permanente, é neces-

vez que a empresa o recebe. Ainda em 2022, a entidade recebeu relativamente a 2021 a distinção Empresa Certificada TOP 10+ e PME Excelência pela liderança no setor de atividade, excelência do desempenho e solidez financeira.

Neste momento a J.L. Nogueira está a expandir as suas instalações, com uma área de cerca de oito mil metros quadrados, em Coimbra, de modo a poder dar resposta ao aumento de solicitações e aos projetos de grandes dimensões que tem recebido.



Uma das maiores empresas de transporte de mercadorias da região, a Isaac Pedroso continua a honrar os valores base sobre os quais foi fundada há 70 anos, de seriedade, responsabilidade, sustentabilidade, profissionalismo e inovação, sendo uma empresa muito focada na satisfação do cliente e dos seus recursos humanos.

ISAAC PEDROSO

TRANSPORTES DE MERCADORIAS

Fruto de um negócio familiar de venda de azeite, o Grupo Isaac Pedroso é fundado em 1953, tendo em 1959 sido criado um espaço para venda de mercearias, produtos agrícolas, materiais de construção, ferragens e ferramentas. Já a Isaac Pedroso Transporte de Mercadorias é fundada em 1989, devido ao crescimento das empresas do grupo e consequente aumento das necessidades de apoio ao nível do transporte rodoviário de mercadorias.

“A Isaac Pedroso Transportes desenvolve-se de uma forma muito orgânica, já que inicialmente surge da necessidade de agilizar a atividade de revenda de materiais de construção, posteriormente da necessidade de prestar serviço aos nossos clientes, e com a confiança que foi gerando junto deles, foi alargando a sua área de atuação”, explica Sofia Pedroso, neta dos fundadores da empresa, atualmente localizada na Vila de Prado, e com instalações também em Tui, e em Irun, Espanha.

A atuação da Isaac Pedroso centra-se em empresas industriais, cujo valor acrescentado dos seus produtos, ou serviços, faça com que procurem uma eficácia vertical na cadeia de suprimentos. “Mais do que transportar a mercadoria do ponto A ao ponto B, munimo-nos de ferramentas que hoje nos permitem garantir um serviço



eficaz a quem nos procura. O nosso foco passa por ser o parceiro de confiança do departamento logístico das empresas que trabalham connosco, garantindo um acompanhamento completo desde o primeiro contacto. É com estes vetores que desde 2019 entramos numa incesante transformação digital”, é esclarecido.

A Isaac Pedroso Transportes está hoje totalmente comprometida com a melhoria da experiência do utilizador: “Sabemos que estamos no meio da supply chain, e que o nosso papel é notado sobretudo quando há roturas nas cadeias. Contudo as exigências dos nossos clientes são cada vez maiores. Olhamos por isso para a tecnologia como uma ferramenta indispensável, quer ao nível da telemática, quer ao nível administrativo.”

RESPONSABILIDADE, SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO

Estes são os valores basilares partilhados pelas empresas do Grupo Isaac Pedroso e, consequentemente, pelos 120 colaboradores que compõem a sua equipa. “A seriedade e o fazer tudo para honrar a nossa palavra, são, efetivamente, os valores que caracterizam a Isaac Pedroso. Esta forma de estar é o maior legado dos meus avós, que o meu pai faz questão de honrar todos os dias, e que deliberadamente é incutido a quem chega.”

Como refere Sofia, a Isaac Pedroso segue o que caracteriza de uma política motorista ‘friendly’. “Aqui todos contam, e o acompanhamento permanente é garantido. Há efetivamente uma gestão de proximidade, e as hierarquias esbatem-se”. A formação cons-

tante é também uma prioridade: “É importante ter em mente que são os motoristas que dão a cara junto dos nossos clientes, e dos clientes dos nossos clientes; são eles que lá estão, muitas vezes, a milhares de quilómetros de distância, em circunstâncias muitas vezes difíceis. Por isso, uma condição para ser operador na Isaac Pedroso é estar 24 horas disponível, já que este negócio não para e pode surgir uma necessidade a qualquer hora, seja para dar apoio ao cliente ou aos motoristas, em caso de imprevistos ou avarias”.

Esta é, efetivamente, uma empresa muito focada nas pessoas, e no seu desenvolvimento. E que sente orgulho em permitir construir carreiras. “Fazemos todos os esforços para que os nossos funcionários sintam que fazem parte do nosso crescimento, e se sintam satisfeitos. E a prova que isso acontece é que alguns já têm os filhos também a trabalhar connosco. Muitos deles, cresceram também connosco.”

TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL

A frota de mais de 100 veículos com idade média inferior a 3 anos é o reflexo da estratégia de crescimento sustentado da Isaac Pedroso, em consonância com o compromisso de minimizar o impacto ambiental da atividade de transporte. “Disponemos de uma diversidade de equipamentos, desde semirreboques: lona e lona mega, estrados, box, porta-contentores, banheiras e cisternas; até camiões rígidos: lona, e estrados com grua.”

Atualmente presente no mercado nacional, ibérico e

HÁ 70 ANOS A CONSTRUIR O PRESENTE



internacional, o grupo responde aos desafios logísticos em carga geral, completa e grupagem.

O transporte de polvorentos, alimentares, e não alimentares, e de ADR, ou mercadorias perigosas, são outros serviços mais recentemente prestados: “Olhamos para todas as necessidades dos nossos clientes como uma oportunidade de crescimento, pois é a partir das suas exigências que a nossa oferta vai aumentando.”

A agilidade na resposta ao cliente permitiu operar desde 2000 ao nível internacional, marcando presença habitual em países como Espanha, França, Holanda, Alemanha, Bélgica, Itália, Suíça, Áustria, Luxemburgo e Inglaterra.

A Isaac Pedroso dispõe hoje de uma rede de clientes muito alargada, confessa Sofia Pedroso, trabalhando com

grandes empresas, grupos nacionais e internacionais, o que tem vindo a ser refletido num crescimento sustentado ano após ano, valendo-lhe o prémio PME Excelência, dois anos consecutivos, mantendo o estatuto de PME Líder há mais de uma década.

Quanto ao futuro, Sofia adianta que passa pela aposta nos recursos, humanos e tecnológicos, na inovação e na melhoria contínua do serviço ao cliente. “A ideia é utilizar as ferramentas que temos à disposição e coloca-las ao serviço dos nossos clientes, transformando a experiência desde o primeiro contacto. A Isaac Pedroso está hoje focada em ser uma solução de futuro, com a seriedade que a caracteriza, não esquecendo todos a que trouxeram até aqui. Aqui todos contam, e é isso que faz a diferença.”



Há 44 anos no mercado, o Laboratório de Análises Clínicas de Barcelos tem vindo a crescer ao longo da sua atividade, não só ao nível do volume de negócios, como de utentes, acompanhando várias gerações.

LABORATÓRIO DE ANÁLISES CLÍNICAS DE BARCELOS



Fundado em 1979, o Laboratório de Análises Clínicas de Barcelos, também conhecido por Lac Barcelos - Mário Carvalho & Cª S.A., foi criado devido à falta de apoio laboratorial em Barcelos, o que obrigava os utentes a deslocarem-se até Braga para realizarem análises clínicas. “Esta lacuna no mercado, lançou a oportunidade de estabelecer o serviço,

São ainda realizadas Análises de Água, Anatomia Patológica, Controlo de Hipo-coagulados, Colheitas ao Domicílio, Testes Genéticos e Rastreio Pré-Natal.

“Também efetuamos análises a animais, mas em menor número, pois o nosso ‘core’ é a realização de Análises Clínicas com ênfase nas análises de ambulatório nos seres humanos. Temos também parcerias com outras empresas fora do concelho para realização de análises no âmbito da higiene e segurança no trabalho.”

Ao longo dos mais 40 anos de existência, este Laboratório tem apostado na dinamização, crescimento e melhoria dos serviços prestados, contando atualmente com duas unidades de colheita: uma de carácter estratégico, que se situa próxima do local do antigo Laboratório (Posto de Colheita), e outra de carácter produtivo, onde se encontra o Laboratório atual com equipamentos para a realização das análises onde também se efetuam colheitas de produtos biológicos.

E as perspetivas continuam a ser de crescimento, sempre com a melhoria da qualidade do serviço prestado como meta.



aposta na inovação e num serviço de excelência, são alguns dos principais fatores que distinguem a atuação deste Laboratório de referência em Barcelos. “A proximidade com o utente e com o clínico com o objetivo de garantir resultados rápidos e fidedignos é de interesse mútuo para resolução do propósito das análises.”

Também a rapidez, nomeadamente a possibilidade de entregar resultados urgentes, é outra das suas grandes mais-valias. “O facto de termos Laboratório no mesmo local da colheita permite otimizar o tempo e garantir resultados céleres. Dispomos também de equipamentos em duplicado, caso haja uma avaria.” Os 20 colaboradores que compõem a equipa regem a sua atividade profissional pelos princípios da simpatia, profissionalismo e segurança. “Temos licenciados em todas as áreas,

desde Farmacêuticos Especialistas, Técnicos de Análises Clínicas a Administrativos com competências atestadas. Apostamos na formação contínua dos nossos quadros porque os avanços tecnológicos são constantes e a equipa tem que estar preparada para os desafios propostos pela administração.”

Também para se manterem a par das principais inovações no setor, participam ativamente em congressos.

De destacar ainda que o Laboratório foi recentemente distinguido com os prémios PME Líder e Excelência.

Questionados quanto à evolução do setor, os responsáveis revelam que este vai ter exames mais específicos, com a descoberta de novos marcadores para as doenças e com nova tecnologia que permite determinar com rigor patologias. Também a técnica de RT-PCR (cadeia polimerase reversa – tempo real), que ficou disponível na maior parte dos laboratórios em 2020-2022 devido à COVID, é indicada como uma mais-valia para determinação de outras patologias importantes para o utente.

Já o futuro do Laboratório, passa por adquirir novas valências e diversificar a área de atuação. E justificam: “Estamos muito expostos à atividade única e o setor laboratorial está em constante ameaça por parte do Governo, uma vez que o nosso protocolo é convencionado e, como tal,



oferecendo aos utentes maior comodidade e resultados mais céleres”, é esclarecido.

A atuação do Laboratório de Análises Clínicas de Barcelos centra-se na realização de análises clínicas nas valências de Hematologia, Bioquímica, Microbiologia, Imunologia, Endocrino-



APOSTA NO AUTOCONSUMO ENERGÉTICO

Sendo as necessidades energéticas de qualquer empresa cruciais para o seu desenvolvimento operacional e económico, o Laboratório apostou em 2019 na implementação de 108 painéis fotovoltaicos com uma capacidade máxima instalada de 35.145kWp, num investi-

mento que rondou os 20 mil euros. Estes vão garantir, mesmo em dias nublados, um nível de confiança energética sustentável de acordo com a atividade desenvolvida. “Neste momento procuramos soluções eólicas uma vez que essas garantem produção contínua.”

logia Laboratorial, Estudo Funcional Metabolitos Órgãos e Sistemas, Monitorização Fármacos, Toxicologia Clínica, Genética e Biologia Molecular, cumprindo os requisitos da norma “Normas para o Laboratório Clínico” e “NP EN ISO 9001:2015”.

RIGOR, COMUNICAÇÃO, PROXIMIDADE E TRANSPARÊNCIA

O rigor técnico, a transparência e a comunicação clínica próxima e direta com o utente, além da



pode ser extinto assim que acharem conveniente. No entanto, todos nós sabemos que os parceiros convencionados são de extrema necessidade, uma vez que o setor público não abrange área geográfica suficiente para que o utente não saia lesado. Tentar cada vez mais a proximidade do utente é essencial para garantir o seu conforto e segurança.”

DA TERRA, COM FRESCURA!



HORTAIBÉRICA

Frescura, qualidade, sabor e origem 100% nacional são os adjetivos que melhor descrevem os produtos hortícolas da Hortaibérica.

Situada na Póvoa de Varzim, a Hortaibérica é uma empresa fundada em 2007 que aproveita a fertilidade da terra e o privilégio do clima do Litoral Norte de Portugal, onde está localizada, já que esta é uma região de excelência para o cultivo de produtos hortícolas de elevada qualidade. Paulo Martins e Liliana Amorim, marido e mulher, são os fundadores e líderes do negócio. No seu arranque, a empresa começou por exportar o que produzia para o Norte de Espanha. Com o aumento das solicitações, passou a comercializar também produtos que adquiria a outros produtores. “As características do solo e do clima fazem toda a diferença na produção hortícola. E a Póvoa de Varzim é, precisamente, conhecida pelos seus solos férteis e pelo clima propício para produzir vegetais de qualidade. Não é por acaso que no estrangeiro os produtos hortícolas nacionais se destacam. No Norte de Espanha, por exemplo, quase só são vendidos tomates e alfaces de origem portuguesa”, começa por esclarecer Paulo Martins.

PRODUTOS DE QUALIDADE, 100% NACIONAIS

Atualmente, a Hortaibérica já trabalha também para países como França, Alemanha, Polónia, Itália, Inglaterra, Suíça e Holanda: “Quando nos era solicitado um produto, nós procurámos as melhores parcerias, das melhores regiões, para



enviarmos para exportação. O ADN da empresa é mesmo esse: vender produtos com a máxima qualidade e todo o sabor português”, adianta o empresário.

No seu leque de produtos, a empresa contempla as alfaces frisada, lisa e roxa, os tomates de cacho, coração, redondo e chucha, as curgetes, as batatas-doces, os alhos francês, os pepinos, os pimentos verdes e vermelhos, as cebolas, os nabos, as couves-coração e as couves lombarda, os brócolos. Além da qualidade, sabor e frescura, a Hortaibérica está munida com dinâmicas eficazes na produção e comercialização de vegetais frescos, fazendo convergir os mais elevados critérios de preservação ambiental e segurança alimentar com o rigor

exigido nos mercados nacionais e europeus. Não é por acaso que tem recebido a melhor aceitação possível dos seus produtos no mercado externo: “O feedback dos clientes internacionais é sempre extremamente positivo. O nosso único problema, às vezes, é não termos mais quantidade para enviar, pois se tivéssemos, conseguíamos vender tudo”, confessa. De resto, como diz Paulo Martins, todos os anos a empresa faz novos investimentos e apostas para melhorar a produção e a qualidade dos seus produtos. Para que isto seja possível, todos os lucros são impreterivelmente reinvestidos internamente.

O CAMINHO DO SUCESSO

“Muitos clientes ainda olham ao preço, em detrimento da qualidade”, lamenta o empresário. Mas não é o caso dos clientes da Hortaibérica, que reconhecem a qualidade acima do custo do produto e, por isso, tanto valorizam a empresa: “Temos muitos clientes fidelizados aos nossos serviços, pois confiam cegamente nos nossos produtos. E nós nunca falhamos. A aceitação dos nossos produtos foi



a grande chave do nosso êxito”, considera o empresário.

Quanto aos clientes de referência da Hortaibérica são de destacar as principais cadeias de supermercados presentes em Portugal, como o Mercadona – para o qual fornecem alfaces, couve coração e tomates –, o Continente e a Makro. A empresa fornece ainda os mercados abastecedores em Braga, no Porto e Barcelos. “Os produtos são colhidos e embalados nas pri-



meiras horas da manhã para serem entregues nas lojas, mercados e supermercados com a maior frescura possível.”

Já ao nível do transporte, a Hortaibérica tem viaturas próprias – com todas as condições de refrigeração – e também trabalha com outros transportadores.

A Hortaibérica tem tido um crescimento do volume de negócios muito acentuado, em particular nos últimos quatro anos. Foi por isso que recentemente se mudou para novas instalações, onde está atualmente, e conta com um espaço de 1700 metros quadrados no total, só para armazenagem: “Tratamos internamente da separação e lavagem dos produtos, da etiquetagem e, nalguns



casos, do embalamento. Para esta tarefa fizemos um forte investimento em equipamentos”.

E o trabalho árduo e total dedicação têm sido decisivos para este sucesso. Além dos proprietários, também o trabalho da equipa composta por dez elementos tem sido valioso.

A Hortaibérica tem vindo a receber consecutivamente os prémios PME Líder e PME Excelência, e o ano passado não foi exceção.

Continuar o caminho percorrido até agora, sem-



pre focados na qualidade, é o desejo de Paulo Martins para o futuro da sua empresa.



Fruto da experiência e paixão de 14 gerações da mesma família pela produção e comercialização de vinho, a empresa Vinihold nasce com uma vantagem inigualável no mercado, e, apesar da tradição que lhe é intrínseca, tem percorrido um percurso pioneiro e inovador.

VINIHOLD

BARÃO DE VILAR



Falar sobre a história da família Van Zeller é falar sobre parte da história da comercialização dos vinhos portugueses, com destaque para o Vinho do Porto, negócio ao qual está ligada há 14 gerações – há mais de 400 anos e ininterruptamente desde 1620.

É desse saber e tradição centenários que nascem a Vinihold e a Barão de Vilar, Vinhos SA – título atribuído à família.

A Vinihold, fundada em 1998, é uma empresa de comercialização de vinhos, que tem como participada a Barão de Vilar, SA fundada em 1996, produtora de vinho do Porto e Douro. As duas empresas foram fundadas por Fernando e Álvaro Van Zeller, sendo o primeiro formado em gestão e marketing e o segundo em agronomia e enologia.

A empresa – Barão de Vilar, Vinhos SA – tem neste momento em curso um processo de alteração da sua denominação institucional recuperando o nome familiar. “Esta é uma transformação que já está a ser realizada”, adianta Fernando Van Zeller.

DE PORTUGAL PARA O MUNDO

Desde a sua criação, o grande foco do grupo tem sido a exportação, levando um pouco por todo o mundo aquilo que de melhor o nosso país tem para oferecer ao nível dos vinhos.

“Com o boom de turismo que Portugal tem tido nos últimos anos, os vinhos nacionais começam a ter mais visibilidade no estrangeiro e são cada vez mais requisitados pelas maiores empresas exportadoras mundiais, estando mais presentes em lojas, restaurantes e supermercados de referência. Isto à parte do Vinho do Porto, que já era muito requisitado e representa cerca de 30% em valor da exportação de vinhos portugueses”, é esclarecido.

Uma das principais estratégias do grupo



foi a aposta na qualidade dos vinhos produzidos, na Barão de Vilar, Vinhos SA, e nas parcerias com produtores de referência das regiões do Vinho Verde, Dão, Setúbal e do Alentejo, através da Vinihold.

Mais do que simplesmente comercializar vinhos, a Vinihold procurou, desde o seu início,



apresentar vinhos que realmente agradassem aos clientes. E é isso que tem conseguido fazer, com muita perseverança e dedicação. “Perceber o que os clientes queriam foi um marco importantíssimo. Adaptámo-nos ao que era pretendido, quer em estilo de vinho, quer de imagem. Não vendemos mais do mesmo. E esse tem sido um dos fatores mais relevantes do nosso crescimento”, informa Fernando Van Zeller. Atualmente, a empresa conta com uma carteira de vinhos diversificados: “Juntámo-nos a parceiros de referência destas regiões, mas que estivessem dispostos a trabalhar os vinhos de maneira a ajustá-los mais ao gosto do público internacional, nomeadamente tornando-os mais macios e leves”.

Em 2021, a Barão de Vilar, Vinhos SA foi o sétimo maior exportador de Porto em volume e o sexto em valor. Os seus principais destinos de exportação são os países da Europa consumidores e não produtores de vinho, nomeadamente Reino Unido, Alemanha, Bélgica, Holanda, Suécia, Áustria, República Checa, Estados Unidos e Canadá.

A empresa tem vindo a construir um stock considerável de vinhos premium Portos e Douro DOC.

“Através desta entidade, abrimos uma ‘Fine Wine Division’, sobretudo baseada em vinhos do Porto mais velhos e vinhos do Douro reservas e grandes reservas. E a nossa estratégia, nos tempos mais recentes, tem sido o foco nesta ‘Fine Wine Division’, ou seja, vinhos premium. Outra coisa que começámos a fazer já há mais de 15 anos, e no qual fomos pioneiros, foi o lançamento de garrafas com packaging e formatos especiais e muito inovadores. Tentamos inovar nesse sentido, pois o design e a imagem assumem cada vez mais importância.”

O grupo apresentou um crescimento muito positivo nos últimos três anos, alicerçado entre outros fatores na construção de raiz de um moderno centro de engarrafamento e de logística.

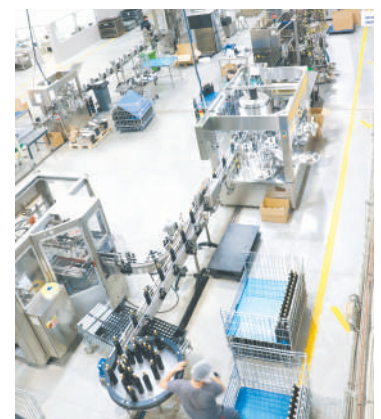
A Vinihold detém os seus escritórios e sede ad-

ministrativa no Porto e um centro logístico em Serzedo, Vila Nova Gaia.



A Barão de Vilar, Vinhos SA detém um centro de engarrafamento e logística em Pedroso, Vila Nova de Gaia; Adeegas em Santa Comba da Vilariça e na Régua; Um armazém de estágio e envelhecimento de Vinho do Porto no Pocinho; E várias vinhas localizadas no Douro, principalmente no Douro Superior.

Em 2023, segundo Fernando Van Zeller, o



grupo espera ter o melhor ano de sempre em termos de faturação com um peso acrescido das vendas no mercado nacional, sem prejuízo de manutenção das posições exportadoras já alcançadas.

VINHOS PREMIADOS

Além dos prémios empresariais recebidos pelo grupo, como o PME Excelência do IA-PMEI, também os vinhos do grupo têm sido distinguidos a nível nacional e internacional. Dos mais de 30 prémios arrecadados entre 2022 e 2023, destacam-se, por exemplo, o prémio Escolha do Mercado 2022, no Concurso Brancos de Portugal, na categoria Grandes Escolhas com o Kaputt Branco. O Maynard's

40 anos recebeu duplamente o prémio Grande Gold nos concursos Berliner Wein Trophy e Asia Wein Trophy. O ZOM Coleção 2016 foi galardoado com o prémio Gold no Concurso 9.º Festival Vinhos do Douro Superior e o ZOM Coleção 2014 com o prémio Gold no Vinalies Internationales 2023. Já o Feuerherd's Colheita 1963 valeu o Prémio Prestígio pela Revista Paixão pelo Vinho.



Materiais e serviços para construção e mercados industriais

