

Garcia Garcia constrói hotel B&B em Famalicão

A Garcia Garcia foi a empresa escolhida para a construção do novo hotel B&B em Vila Nova de Famalicão. O edifício terá oito pisos, 98 quartos e a conclusão está prevista para o primeiro semestre deste ano. A B&B Hotels é uma cadeia de hotéis francesa, que conta já quatro unidades em Portugal – Lisboa, Braga, Felgueiras e Cantanhede –, estando outros hotéis em fase de projeto, construção e licenciamento.

CH Consulting promove vinho Madeira nos EUA

o IVBAM, instituto público responsável pela promoção do vinho, bordados e artesanato da Madeira, escolheu a CH Business Consulting para dinamizar uma campanha de marketing digital para promover o vinho Madeira nos Estados Unidos, principal mercado extracomunitário. O objetivo é aumentar a notoriedade do vinho Madeira e contribuir para o reforço das exportações neste importante mercado.

JOSÉ LUÍS REBELO, DIRETOR COMERCIAL DA BATIST MEDICAL PORTUGAL, CONSIDERA

Saúde exige produto de qualidade e serviço de proximidade fiável

Há menos de dois anos, o grupo checo de dispositivos médicos Batist Medical apostou em Portugal para sair da sua zona de conforto, a Europa Central, e expandir os seus negócios para Sul. Os resultados ultrapassaram as melhores expectativas. Mercê da capacidade instalada e do serviço ao cliente, as vendas da subsidiária portuguesa crescem a três dígitos em ano de pandemia.

José Luís Rebelo, diretor comercial da empresa e CEO da recém-criada Batist Medical Espanha, anuncia o lançamento, no primeiro trimestre de 2021, de uma nanomáscara, descartável e com propriedades equivalentes à de uma FFP2, que a marca fabricará na sua principal unidade, em ervenýKostelec, a pouco mais de 150 quilómetros de Praga.

“Vida Económica” – Como surge a aposta do grupo checo Batist Medical em Portugal?

José Luís Rebelo – Há mais de uma década que o grupo conhece o mercado português. Opera diretamente há cerca de dois anos, mas comercializa os seus produtos entre nós desde o início de 2008. Foi a primeira representada da Docworld, uma distribuidora de consumíveis hospitalares, descartáveis cirúrgicos e vestuário não estéril fundada por mim e por Pedro Amaral.

Na altura, era estratégico ficar com a representação da Batist Medical. A parceria foi-se estreitando, com a consolidação da marca no mercado nacional e a consolidação do projeto, que ganhou novos contornos com a criação da Docworld Espanha, em 2012. Foi aposta ganha!

As pessoas, dos dois lados, foram-se conhecendo melhor e o grupo acabou por adquirir 100% do capital da nossa empresa, no final de 2018, mantendo-nos a nós muito próximo da gestão. Eu fiquei como diretor comercial da subsidiária em Portugal e, mais recentemente, CEO da Batist Medical Espanha. O Pedro Amaral é administrador e CFO da Batist Medical Portugal.

Para além da excelência dos produtos Batist, o sucesso da Docworld foi determinado pelo risco que decidimos correr com a “sto-



“A nossa estratégia é de crescimento e de conquista de quota de mercado”, afirma José Luís Rebelo.

ckagem” de material de penso (compressas e ligaduras, sobretudo), logo após a criação da empresa e até 2011. O preço do algodão nos mercados internacionais estava em alta e a Docworld foi acumulando “stocks”, precavendo a eventual escalada do preço da matéria-prima. Com isso, pudemos servir clientes e, até, a concorrência. E sempre com condições muito competitivas, naquele contexto, compensando as dificuldades de aquisição de material de penso no estrangeiro. Os checos estavam atentos e terão ficado impressionados, julgo.

VE – Quais são os segmentos onde opera e os fatores de diferenciação?

JLR – A Batist Medical tem hoje uma resposta fiável e de qualidade, globalmente ajustada às necessidades dos principais operadores europeus do setor da saúde.

Fabricando a maior parte dos nossos dispositivos e soluções na Europa, cumprimos os requisitos e certificações europeus. Diferenciamos-nos, principalmente, pela qualidade dos produtos e pelo serviço ao cliente. Um exemplo: nos produtos a granel, como as compressas, o hospital que nos comprar 2500 unidades sabe que lhe iremos entregar 25 caixas, de 100 compressas cada, num único caixote. Este modo de embalar

e distribuir faz a diferença para quem está à frente do aprovisionamento de um hospital. Poupa tempo na contagem e facilita a verificação da encomenda.

Por outro lado, na nossa empresa o departamento comercial está organizado por famílias de produtos. O responsável de cada uma está capacitado para prestar um atendimento personalizado e aconselhar os clientes nos procedimentos mais eficazes ao longo de toda a cadeia logística, assim como na aplicação de cada produto. Mas temos flexibilidade para escutar e responder à medida

das necessidades dos nossos clientes.

Num mercado tão suscetível ao preço como este, e embora não possamos concorrer com produtores extracomunitários nesta matéria, consideramos que somos competitivos se for tida em consideração a relação preço/qualidade de acordo com os parâmetros europeus.

Nanomáscara será produzida a partir do primeiro trimestre de 2021

VE – Além da atividade de distribuição, está previsto haver em Portugal atividade de produção ou inovação?

JLR – As atividades de I&D estão cen-

tralizadas na casa-mãe, na República Checa, assim como a produção, aliás. Recentemente, foi feito um significativo investimento no fabrico de um novo tipo de máscara descartável, a nanomáscara. Iremos produzir 20 milhões de unidades por mês já a partir do primeiro trimestre de 2021.

É um projeto de investigação e inovação produtiva do grupo, que, graças à nanotecnologia, vai disponibilizar uma máscara com quatro camadas, aumentando o nível de proteção de quem as usa e das pessoas com quem estas convivem. Têm a eficácia de uma máscara com certificação europeia FFP2, mas são tão leves quanto as máscaras cirúrgicas convencionais, podendo ser usadas até oito horas. Aliam uma elevada eficácia em termos de segurança pessoal a um grau de conforto assinalável.

Quanto à produção, o grupo está numa fase de expansão e não põe de lado a possibilidade de adquirir empresas, já instaladas, noutros países, desde que aportem valor à nossa oferta. Saliento que, para além de Portugal e Espanha, o grupo tem subsidiárias na Alemanha, Polónia, Eslováquia e Hungria. No próximo ano, abrirá na Roménia.

VE – A operação em Portugal também envolve os mercados dos países lusófonos?

JLR – Para o grupo, a operação em Portugal tem escala ibérica. O mercado espanhol foi gerido, até há poucas semanas, a partir daqui. Mas, dado o seu elevado potencial de crescimento, já temos a trabalhar a Batist Medical Espanha, com sede em Madrid e da qual eu próprio sou o CEO.

Quanto aos países africanos de Língua Portuguesa, o grupo já exporta, a partir de Portugal, para Angola, Cabo Verde e Moçambique.

É também através da subsidiária portuguesa que os produtos Batist Medical chegam a Cuba, Chile, Costa Rica e Panamá.

VE – Tendo em conta o peso elevado do setor público da saúde em Portugal, existe uma grande concentração das compras de dispositivos médicos?

JLR – No nosso caso, o setor público representa 50% do volume de negócios da operação em Portugal e Espanha. A tendência, no entanto, é para que venham a aumentar as compras do setor privado, entre sistema nacional de saúde, grossistas e retalhistas de consumíveis hospitalares e produtos técnicos e grande distribuição. A nossa estratégia é de crescimento e de conquista de quota de mercado. Não iremos repetir 2020 sempre, em que estamos a crescer a três dígitos, naturalmente, mas temos equipa, produtos e uma proximidade com os agentes de mercado que nos permitem acalantar a ambição.