

# negocios

ONLINE

MOBILE

LOGIN

Pesquisa



NOTÍCIAS NO MINUTO

COTAÇÕES

MERCADOS

ECONOMIA

EMPRESAS

ESPECIAIS

OPINIÃO

MULTIMÉDIA

PRIMEIRO

ASSINAR &gt;&gt;

PME BANCA &amp; FINANÇAS ENERGIA TECNOLOGIAS TELECOMUNICAÇÕES MEDIA

VER MAIS...

Home &gt; Empresas

## MAIS NOTÍCIAS

Herdade dos Outeiros Altos Um vinho "premium" para o mercado externo

Brio: A mercearia com o sabor de antigamente

Organii: O conceito 'bio' na cosmética

32 Senses Advanced Oral Care: Massagens no dentista

Gabriel Leite Mota: "Felicidade na gestão é como uma tecnologia de ponta"

Gestão e felicidade podem andar de mãos dadas

Histórias de empresas e pessoas que têm remado contra a maré

Espanha constitui consórcio para o TGV

Cada quilómetro da linha da Trafaria custa mais do dobro do TGV

Autoeuropa reduz em 20% a produção deste ano

VER MAIS NOTÍCIAS &gt;

## ÚLTIMAS

10:31

Herdade dos Outeiros Altos Um vinho "premium" para o mercado externo

10:28

Brio: A mercearia com o sabor de antigamente

10:24

Organii: O conceito 'bio' na cosmética

10:24

IVA de caixa mantém-se para valores de 500 mil euros

10:23

Preços do petróleo em queda antes da reunião da OPEP

10:15

32 Senses Advanced Oral Care: Massagens no dentista

10:09

## HERÓIS DA ECONOMIA

# Histórias de empresas e pessoas que têm remado contra a maré

30 Maio 2013, 10:00 por Jornal de Negócios | jng@negocios.pt

2 Gosto 3 Tweet 3 Share

**Da agricultura, passando pela indústria e pelos serviços, são várias as empresas e os empreendedores que têm conseguido superar adversidades e vingar. Conheça 20 casos de empresas de sucesso que o Negócios tem dado a conhecer nos últimos meses.**

### De Ermesinde para a Rússia "como se fossem pãezinhos quentes"

"Pão há-de sempre comer-se". Mantém-se actual o aforismo do fundador Laurindo Ferreira Lino, dito em tom de convencimento próprio nos anos 1950 ao aceitar o repto do irmão, que o desafiara a construir uma máquina para a sua padaria ali mesmo na fábrica de fundição e serralharia, em Ermesinde. O que não vislumbrou o avô do actual administrador, Manuel Braga Lino, foi que essa máxima seria aplicada em causa (leia-se negócio) própria na outrora tão mais distante União Soviética.

Apesar de a Felino só ter começado a vender para lá há dois anos, a Rússia já entrou no 'top 4' dos melhores destinos, que é liderado por Moçambique (onde um ex-vendedor se estabeleceu como importador da marca) e preenchido por Chile e Dinamarca. Actualmente esta fábrica sexagenária exporta para 44 mercados.



### Bruxelas dá prémio aos Douro Boys

O projecto Douro Boys, que reúne cinco produtores da região - Quinta do Vallado, Niepoort, Quinta do Crasto, Quinta do Vale Dona Maria, Quinta do Vale Meão - na promoção conjunta das suas marcas no exterior, mantendo cada grupo a sua independência e autonomia empresarial, ganhou no final de 2012 o Prémio Europeu de Promoção Empresarial da Comissão Europeia, na categoria "Apoio à internacionalização das empresas".

Com a vitória, a iniciativa Douro Boys deixou para trás outros cinco concorrentes, oriundos da Bélgica, Hungria, Lituânia, Malta e Eslováquia.

### Onebiz cria marca Acountia para acelerar internacionalização

O grupo Onebiz, focado no negócio de franquias em Portugal, decidiu mudar a marca Fiducial para Acountia,

Uma boa companhia é tudo na vida **tmn**

 Samsung GALAXY S4

€639,90

COMPRE JÁ >

Preço exclusivo online e limitado ao stock existente

10:09

Revolução nos documentos de transporte

10:06

O visionário

10:00

"Uma política fiscal atraente deve ser prioridade. Portugal tem de ser atractivo para o investimento"

10:00

Gabriel Leite Mota: "Felicidade na gestão é como uma tecnologia de ponta"

VER TODOS ▶

O grupo Onebiz, recuou no negócio de franquias em Portugal, acelerou mesmo a marca e passou para o exterior, numa altura em que a sua [aposta na internacionalização está a aumentar](#).

A Fiducial era a marca usada pelo grupo Onebiz na área de contabilidade e do aconselhamento de gestão em Portugal, tendo recebido várias propostas de "franchising" de países de língua oficial portuguesa. Contudo, os seus gestores foram obrigados a recusar todas as propostas, uma vez que o grupo não é detentor da marca.

Após alteração efectuada, a empresa está agora munida de "marca, sistema (know-how) e marketing para avançar rapidamente para Cabo Verde, Angola, Moçambique e Brasil", explica a empresa, sublinhando o percurso que pretende acelerar para fora de Portugal.



#### Uma rifa do ISCTE que já é internacional

Numa aula do ISCTE, o [professor rifa 10 projectos](#) para os alunos de gestão darem corpo em parceria com os estudantes de Faculdade de Ciências. Miguel Martins, com 20 anos à época, fica desolado. Sai-lhe um kit de ciência. Um kit de ciência? É isso que muda o mundo (pensou)? Não, não foi. Mas o que parecia um desastre, mudou a vida

de Miguel.

E o papel que há oito anos tirou de um chapéu, ganhou um nome: Science4You. Uma empresa de brinquedos científicos. Tudo com 1.125 euros de investimento inicial, que vende 1,4 milhões de euros, e tem dois escritórios, um em Espanha e outro em Inglaterra.

#### Ex-advogada faz tudo até ao altar: só não arranja o noivo

"Out of worries, Out of clichés, Out of money". É o lema da [recém-criada OUT LUX](#), que organiza casamentos "chave na mão", com promessas de originalidade e facturas "low cost". Tratam da cabeleireira, vestido, alianças, 'bouquet', decoração, 'catering', espaço e o mais que for preciso. Só não arranjamos noivo. "Nunca nos propuseram esse desafio. Quem sabe não está aí uma boa ideia de negócio", brinca a directora Sandra Abrantes, de 30 anos, até ao início deste ano integrava a equipa de Direito Imobiliário da conceituada PLMJ.

O 'pack' mais barato custa cinco mil euros; o mais caro ascende a 12.500 euros. O público-alvo, detalhou a empresária, é quem "não quer perder tempo a tratar dos 1.001 serviços que o casamento implica e prefere entregar a tarefa a uma terceira pessoa, imparcial, que não a mãe, a sogra ou a irmã".



#### Camisa "à medida" dos nórdicos

A ["Slägen&Zonen", que faz camisas à medida para homem](#), só começou em Março. Renato Braz, um dos três sócios - todos têm outros empregos e só o alfaiate João Paulo Rodrigues estava já nesta área -, contou que a ideia surgiu por "necessidade pessoal".

O modelo de negócio assenta num site que em breve estará disponível. A camisa (custa 120 euros) de produção 100% nacional chega ao corpo do cliente em três semanas. Os mercados do Norte da Europa são um objectivo e há um target definido: homem na faixa etária 30-45 anos, independente, elevado poder de compra e que gosta de vestir bem.

#### OLI exporta autoclismos para 50 países

A Oliveira & Irmão (OLI) fechou o exercício de 2012 com vendas de 43,3 milhões de euros, 80% das quais no estrangeiro. A última inovação da empresa portuguesa visa aproveitar a energia da água em movimento para activar as descargas.

Mora em Aveiro o segundo maior produtor europeu de autoclismos e componentes para autoclismos. Fundada em 1954, [a OLI tem uma produção anual de 154 milhões de unidades](#), que já chegam a mais de 50 países dos cinco continentes. As maiores taxas de crescimento lá fora aconteceram na Europa Central, no Médio Oriente e nos PALOP.

#### Professoras abrem lavandaria à Hollywood

Isilda Viana, 53 anos, dá aulas na Faculdade de Engenharia do Porto e andava "à procura de uma ideia", pois percebia que o gabinete de projecto na área da Engenharia Civil, que entretanto abandonou, "não estava muito saudável". Depois de uma carreira com o professora de línguas a alunos do ensino secundário, aos 60 anos Glória Santos ocupava o tempo livre da reforma antecipada a dar "uma mãozinha" num 'hostel' da cidade, onde os turistas e estudantes estrangeiros lhe perguntavam sem conseguir resposta onde podiam lavar a roupa.



os turistas e estudantes estrangeiros lhe perguntavam, sem conseguir resposta, onde podiam lavar a roupa. "Uma disse e outra apanhou", resumiu aquela que captou a ideia.

A 12 de Março [abriram uma lavandaria self-service](#) na rua da Conceição, em plena baixa portuense, "daquelas que as pessoas conhecem de ver nos filmes" de Hollywood.

### Vista Alegre apostou em Piqué para seduzir Shakira... e a Colômbia

A Vista Alegre enviou um [serviço de porcelana para o futebolista do Barcelona Gerard Piqué](#), que namora e teve um filho com a cantora colombiana Shakira. Paulo Varela, vice-presidente do grupo Visabeira, que detém a marca, explicou que, com esta oferta conseguiu "matar dois coelhos com uma só cajadada". É que, além de o mercado espanhol ser o segundo mais importante - a seguir a Portugal - a Colômbia é uma das apostas mais recentes na internacionalização da fabricante nacional de porcelana.

A empresa de Ílhavo, que exporta dois terços da produção, já está presente no país de Shakira através de uma parceria com um retalhista local, que dispõe de duas lojas em Bogotá e Medellín. Na visita presidencial à Colômbia, a Vista Alegre assinou ainda um acordo com uma empresa local que distribuirá os seus produtos.



### Uma nova oportunidade na taberna

Na casa dos 30, com formação em Psicologia e Sociologia, Sofia Príncipe, Joana Conde e Teresa Domingues não esperaram pela iminente carta de despedimento do centro Novas Oportunidades em que davam formação e decidiram "mudar o rumo" das suas vidas.

Juntaram as poupanças e [abriram as portas da Taberna do Largo](#), fundindo uma mercearia, "winebar" e petisqueira onde outrora funcionou uma gráfica. Realizaram o investimento inicial sem recurso a créditos ou programas de incentivo: "Informámo-nos, mas iria ser mais burocracia ainda", revela uma das empreendedoras.

### Português criou "gin" envelhecido em barricas de Porto

Um importador de bebidas da Póvoa de Varzim apostou no lançamento de uma marca própria de "gin", única a nível mundial pela particularidade de estagiar durante um período mínimo de quatro meses em barricas que já foram usadas para "envelhecer" vinho do Porto. Miguel Camões, director da recém-criada "Portucale Premium Spirits", acredita na boa aceitação comercial de [um produto que está na moda](#) e que pode beneficiar da associação indirecta a uma das raras referências portuguesas com reconhecimento global.

O NAO - designação inspirada na palavra "nau" e adaptada para ser "foneticamente mais apetecível" - vai posicionar-se no segmento "premium". É um "gin" composto por botânicos portugueses, destilado em Inglaterra e que regressa a Portugal para o processo de envelhecimento no Douro.



### Sumol investe 8 milhões em Moçambique

A [Sumol+Compal inaugurou este mês em Moçambique](#) a sua primeira unidade industrial fora de Portugal. Adquirida em Março de 2012, a fábrica moçambicana representa um investimento de oito milhões de euros e marca o início da actividade industrial da empresa no continente africano, "uma das áreas prioritárias nos esforços de internacionalização da empresa", segundo o grupo.

Moçambique foi escolhido por "reunir as condições essenciais oferecidas a um investidor estrangeiro e pela sua posição geostratégica". A nova unidade terá uma capacidade de 30 milhões de litros anuais.

### Aníbal ganha obra de 13 milhões no banco central de Moçambique

O Grupo Aníbal Oliveira Cristina (AOC) ganhou no final do ano passado o concurso para a [construção da nova delegação do Banco de Moçambique, em Nampula, avaliada em 13 milhões de euros](#). O contrato, assinado em Outubro de 2012, prevê a entrega em 20 meses de um edifício de escritórios com quatro pisos e 5.200 metros quadrados, segundo revelou o director de produção da empresa, Nuno Fernandes, ao Negócios.

Já a decorrer, a obra será desenvolvida em parceria com uma PME de capitais moçambicanos. Sem quantificar, Nuno Fernandes frisou que "a escolha do parceiro é fundamental para tentar limitar o investimento inicial" em Moçambique, onde está a ser criada uma sucursal. Com o "braço" africano, o grupo leiriense quer "alavancar outras operações que surjam neste mercado".



### Cogumelos de Vila Flor ganham Europa

A Sousacamp está a concluir um investimento da ordem dos 90 milhões de euros, num ciclo de expansão iniciado em 2008, tornando-se no maior produtor europeu de cogumelos frescos. Sediada em Vila Flor, a empresa liderada por Artur Sousa conta ainda, em Portugal, com comunidades industriais em Mirandela, Vila Real e Paredes, e, em Espanha, nas localidades de Valência, Albacete e Barcelona.

A Sousacamp emprega mais de 600 pessoas, produz cerca de 15 milhões de quilos e a facturação ultrapassa os 30 milhões de euros. A aventura empresarial em Vila Flor começou em 1989.

### Investimento recorde de 30 milhões em proteína do tremçoço

É o maior investimento de sempre num projecto de biotecnologia em Portugal. A Converde aplicou 30 milhões de euros para produzir em Cantanhede um novo fungicida feito a partir de uma proteína obtida do extracto do tremçoço. Os 21 colaboradores já contratados - mais de metade com formação superior - começaram a trabalhar no final de Março, a tempo de entregar a primeira encomenda em Abril nos Estados Unidos.

Até ao final do ano, a fábrica deverá facturar perto de quatro milhões de euros. Além dos três promotores, o projecto reuniu quatro investidores - PromotorSGPS, F.Ramada Investimentos, ChangePartners SCR (Fundos) e Espírito Santo Ventures-, que suportaram 12,5 milhões de euros. Igual montante foi garantido através do QREN e os restantes cinco milhões pelo BES.



### Dar a luz de Rio Tinto a Nova Iorque

Foi um arranque de 2013 "luminoso" para a Delightfull. A marca de Rio Tinto, Gondomar, fez a iluminação do "lobby" do histórico hotel Paramount, localizado em Times Square, foi contratada para fornecer 12 candeeiros para a nova loja central nova-iorquina da Massimo Dutti, na 5.ª Avenida, e ainda fechou acordo com a Minotti para integrar o catálogo e também expor as suas peças no "showroom" desta famosa marca italiana, na Madison Avenue.

Estes projectos contribuíram para a duplicação da facturação no primeiro trimestre para 600 mil euros, face aos três primeiros meses de 2012.

### Mecwide abre capital à Inter-Risco e vai para Moçambique

Internacionalizar e diversificar. São estas as duas prioridades da Mecwide, empresa de metalomecânica de Barcelos que abriu o seu capital ao fundo Inter-Risco II, do BPI, segundo adiantou ao Negócios, Carlos Palhares, CEO da empresa. "Já assinámos. A Inter-Risco ficou com 51% do capital e eu mantenho 49%", adiantou o responsável. "A nossa intenção é desenvolver actividade de fabrico em Portugal e Moçambique".

O investimento previsto para os dois países pode ascender aos cinco milhões de euros, explicou Carlos Falhares. Em cima da mesa está a construção de uma unidade industrial em Moçambique. O responsável não quis adiantar quanto é que a Inter-Risco II investiu na posição de 51%. A Mecwide quer ainda adquirir uma empresa, que poderá ser maior do que a metalomecânica de Barcelos.



### Lavoro ataca a América com chuteiras

A fabricante portuguesa de calçado Lavoro, que gera no estrangeiro 90% das suas vendas de 15 milhões de euros, lançou duas novas chuteiras em parceria com o FC Porto. O jogador James Rodriguez, entretanto vendido ao Mónaco, foi o rosto promocional para conquistar a América Latina.

A ICC - Indústria e Comércio de Calçado, que produz as marcas Lavoro, No Risk e Portcal, garante que é um dos 10 maiores produtores europeus de calçado profissional. Exporta para 30 mercados (Alemanha, Escandinávia, Benelux e Suíça são os principais). A meta é facturar 25 milhões de euros anuais dentro de cinco anos.

### Rações para cães e gatos querem dar de comer no Oriente

Até 2015, se a "curva de crescimento for 'normal', Portugal deverá ser a parte mais pequena na facturação" da Naturea, que já exporta para outros 10 países. A pensar num futuro além-Europa, a marca de alimentação para cães e gatos concebida pela equipa liderada por Raul Abraão já imprime em 20 línguas as etiquetas dos sacos

caes e gatos concebida pela equipa liderada por Raul Abraão já imprime em 20 linguas as etiquetas dos sacos de rações. Em 2010, e depois de "oito anos de aprendizagem" - como qualifica Raul Abraão o tempo que trabalhou como representante de outra marca de comida para animais domésticos -, o gestor decidiu criar a marca Naturea.

A prioridade da companhia era a Europa, mas já há negociações com outras partes do mundo, explica Pedro Carlos. Hong Kong, Singapura e Japão são apontados como possibilidades para novos mercados.



#### Duplicar produção de tomates

O grupo de transformação de tomate Sugalidal quer duplicar nos próximos cinco anos a sua capacidade de produção, para um milhão de toneladas. Para atingir esta meta, a companhia nascida, em 2007, da fusão entre a Sugai (controlada pelo grupo Sogepoc) e da Idal (antiga filial da Heinz), assume que está olhar, também, para localizações fora de Portugal, segundo António Franco Jorge, presidente executivo da SGPS agro-alimentar.

"Em cinco a seis anos", recorda o CEO da Sogepoc, o grupo passou de uma capacidade possível de "140 mil até 600 mil toneladas", tendo investido 20 milhões de euros.