

TECNOLOGIAS

Nem calor nem frio param os quiosques da Partteam

Paulo Duarte



Miguel Soares ampliou as instalações da Partteam muito recentemente, para fazer face ao crescimento.

A Partteam fabrica 103 modelos diferentes de quiosques diferentes e já exporta para 30 países. Situada em Famalicão, começou por desenvolver sites e deu o salto para este negócio em 2003.

ALEXANDRA NORONHA
anoronha@negocios.pt

“Precisávamos de um produto que em termos de design provocasse o ‘uau’ das pessoas”. Miguel Soares não tem dúvidas. A Partteam, de Famalicão, conseguiu fabricar o “último grito” em quiosques electrónicos.

O Nomyu é uma espécie de telemóvel gigante, com um design cuidado e minimalista que é controlado por um “cérebro” que dá ordens e reduz a necessidade de intervenção externa. O fundador e sócio, Miguel Soares, diz que é o resultado “de 14 anos de experiência neste tipo de equipamento”. O Nomyu é o produto que a empresa “mais tempo levou a desenvolver, cerca de um ano e dois meses”. E que resiste às mais diversas condições atmosféricas “desde 40° negativos até 55° [celsius]”.

No início a empresa, fundada em 2000, tinha uma vocação bem diferente. “Fui contratado para uma sociedade de desenvolvimen-

to e produção de relógios de ponto. Depois decidi abrir a empresa, exactamente para trabalhar a área em que eu tinha estado, dos relógios de ponto. Mas logo nos primeiros tempos aquilo não correu muito bem”, conta Miguel Soares.

Ao fim de nove meses tinha vendido três sistemas e decidiu que era altura de reorientar o negócio. “Fiz um site para a empresa, que desencadeou uma série de interesses. Acho que estava bem feito para a altura. Hoje em dia é assustador”, realça o empresário

A empresa começou por estar mais virada para a parte “web”.

BARÓMETRO

PUBLICIDADE “OUTDOOR” TAMBÉM SOFREU

Evolução do investimento no mercado de suportes publicitários em 2013

O mercado de publicidade “outdoor”, para o qual a Partteam faz quiosques e mupis digitais multimédia, caiu de 2012 para 2013 em 0,9%, segundo um estudo da Carat, com dados MediaMonitor. O formato urbano recuou 5,1% ainda que tenha o maior investimento de todos, com 191 milhões no ano passado. Os centros comerciais desceram 5,1%.

	2012	2013	Varição
Mercado pub. outdoor	301	298	-0,9%
Centros comerciais	14,4	14,2	-1,2%
Formato urbano	201	191	-5,1%
MB/Digital/Painéis	18,1	24,3	34,3%

Fonte: Estudo da Carat, com dados MediaMonitor (preços de tabela); valores em milhões de euros

que, mais tarde, comprou a quota do sócio e passou a controlar a Partteam.

Durante alguns anos, o negócio da empresa foi orientado para a parte “web” e multimédia, até que descobriu o negócio dos quiosques electrónicos. “Havia uma única empresa em Portugal a comercializar esses produtos. O que fizemos foi ir ao estrangeiro e perceber quais as empresas que fabricavam esses produtos. Encontrei uma em Espanha que tinha alguns produtos nessa área e com a qual começamos a trabalhar”. Hoje, esses parceiros compram as soluções da Partteam. Entre os primeiros clientes da empresa estava, por exemplo, o Finibanco.

“Em 2003 começamos logo a trabalhar com os bancos. O Finibanco acabou por nos obrigar a encontrar uma solução de software segura. Não havia em Portugal, uma solução que permitisse fazer

essa protecção”. A empresa encontrou essa solução na Alemanha, que continua a usar, ainda que também já tenha soluções próprias.

“A partir daquele momento começamos a fabricar os nossos próprios modelos”, explica Miguel Soares. “Neste momento fazemos tudo, temos todas as valências e o processo é garantido ou desenhado por nós. Temos 103 quiosques diferentes, mupis, interactivos e de pagamento”, diz o empresário.

A Partteam facturou, em 2013, 2,4 milhões de euros e conta com 17 colaboradores, um número que pode crescer pontualmente para 25, em alturas de contratos de grande quantidade ou complexidade técnica.

A empresa já teve necessidade de alargar o espaço que ocupa, num investimento de cerca de 300 mil euros. “No ano passado 80% da facturação foi para fora”, conta Mi-



AS 3 LIÇÕES DO EMPRESÁRIO

Gostar, saber e aprender



[O Nomyu] pode estar nos exterior com condições atmosféricas muito drásticas, desde menos 40º negativos até 55º [celsius].

MIGUEL SOARES
Sócio fundador da Partteam

INOVAÇÃO É TRANSVERSAL

A inovação na Partteam não tem um departamento dedicado, mas é transversal a todos os trabalhadores da empresa. A sociedade trabalha com várias entidades da administração pública, banca e centros comerciais. Os fornecedores de materiais são nacionais e internacionais, bem como a concorrência, que se tem acentuado.



guel Soares, que salienta que a Partteam está presente em mais de 30 países.

“Temos é parceiros e distribuidores que vão trabalhando os nossos produtos. Com uma relação mais directa temos 10 países: Espanha, Itália, França, República Checa, Eslovénia, Chipre, Angola, Moçambique e agora Estados Unidos”, diz o empresário.

Entre as apostas de futuro da empresa conta-se a Roménia, o Canadá e Alemanha, que Miguel Soares reconhece não ser um mercado fácil. “Têm uma cultura proteccionista, com agentes comerciais, que nos outros países são empresas e não pessoas. Quando conseguimos entrar nos países eles fazem tudo localmente. Na Alemanha não”, explica. ■

É PRECISO GOSTAR

Miguel Soares diz que o essencial é gostar do que se faz. “Tem que se gostar daquilo em que se vai investir. É fundamental, porque ao fim de algum tempo, se se perceber que não se gosta, que não há prazer, mesmo que haja dinheiro, acaba por se abandonar o negócio. Isto é fundamental”, garante o empresário.

CONHECER O PRODUTO

O fundador da Partteam realça que há outra condição fundamental para ter sucesso num negócio. “O empresário precisa de conhecer muito bem o produto ou o serviço que vai vender senão não consegue fazer perceber às outras pessoas que aquele serviço é melhor que os outros”, diz Miguel Soares. “Hoje em dia está tudo mais ou menos inventado. Há muita concorrência. Temos que perceber o produto a 100%”, realça o empresário.

SEMPRE A APRENDER

Os novos empresários têm que estar sempre atentos e ter disponibilidade para aprender. “O conhecimento é contínuo. Não se pode esperar que o que sabemos é absoluto e que as coisas não mudam. A aprendizagem tem que ser constante”, realça Miguel Soares. E no mundo actual é essencial dominar as tecnologias, “para a divulgação, online, em motores de busca e, hoje em dia, as redes sociais. Têm um papel fundamental na divulgação da marca e do serviço”, explica Miguel Soares.