

Portuguesa Mercatus vence Grande Prémio na Gulfood



A Mercatus, empresa nacional especialista no fabrico de equipamentos de refrigeração profissional, venceu o prémio de melhor inovação em equipamento de cozinha profissional na Gulfood, feira do sector de hotelaria e restauração, que decorreu em finais de Fevereiro no Dubai, Emirados Árabes Unidos. Em causa está o armário Mercatus F1 Combi Tudo-em-Um, desenvolvido para as modernas cozinhas profissionais onde o espaço é

precioso. Para João Alves Dias, administrador da Mercatus, “o F1 Combi Tudo-em-Um provou ser o melhor da classe em inovação e excelência ao longo das sucessivas rondas de avaliação. No final conseguimos o desejado prémio de melhor inovação em equipamento de cozinha profissional face a competidores de nomeada. Estou muito orgulhoso por toda a equipa.» O prémio foi entregue a Rui Tavares, gestor de exportação da Mercatus,

por Keith Warren, presidente do Comité Técnico da EFCEM - Federação Europeia dos Fabricantes de Equipamento de Cozinhas Profissionais. De salientar que a Mercatus foi fundada em 1995 e que de acordo com a administração “é uma das 150 maiores exportadoras nacionais de bens transaccionáveis, com 95% da produção distribuída em mais de 40 países em todo o mundo”. <

Com três décadas de história, o crescimento da FN Hotelaria acompanha, lado a lado, o desenvolvimento da hotelaria e turismo no mundo. Nascida na Madeira, a FN Hotelaria já há uma década que se aventurou além do mar nacional. Agora, seguindo os passos da expansão geográfica, chega a vez do alargamento de competências.

FN Hotelaria

TEXTO: SARA CUNHA FERREIRA

“Soluções de confiança”

Especializada na concepção, instalação e manutenção de equipamentos para hotelaria e restauração – cozinhas, instalações de frio e lavandarias –, há dois anos aumentou as suas valências em sistemas AVAC, gestão de energia, consultoria, projecto, montagem e assistência técnica neste âmbito.



Rentokil Initial

Experts in the Essentials

A Solução Integrada de Higiene para o Seu Negócio

Ambius Saúde é ter um ambiente de trabalho que favoreça a actividade

Initial Medical Saúde é gerir os resíduos hospitalares sem trazer riscos para as pessoas e o meio ambiente

Initial Hygiene Saúde é fornecer serviços e produtos que assegurem uma higienização adequada

Rentokil Pest Control Saúde é desfrutar de ambientes livres de pragas

Contacte-nos e obtenha uma inspecção gratuita

808 24 24 12

Em entrevista à Turisver, João Abel de Freitas, director comercial da FN hotelaria, explicou que “ainda que a estrutura técnica tenha crescido um pouco para abraçar esta área de negócio, muita do nosso corpo técnico já tinha valências na área, porque há uns anos estivemos ligados a uma das principais empresas que existiam na Madeira nessa área – a FNAC”. Apesar de 85% do mercado desta empresa ser já externo à ilha da Madeira, disperso por Portugal continental, Argélia, Brasil, Cabo Verde, Marrocos, Senegal e Tunísia, para esta nova área João Abel de Freitas disse que “para já, será uma área a trabalhar fundamentalmente ao nível dos mercados regionais e eventualmente nacionais”. Com obra já demarcada nesta área para unidades na Madeira, restaurantes e até um lar de idosos, o responsável comercial considera que esta “tem sido uma forma de inovarmos não só na expansão geográfica, ao nível daquilo que era o core business da empresa, mas também no alargamento das competências e de uma nova área de negócio complementar em mercados mais próximos e onde temos uma presença física diária”.

LÍDERANÇA CÁ E ALÉM-MAR

Se na primeira fase de um projecto a

“FN hotelaria presta um serviço integrado desde a consultoria, desenvolvimento e resposta aos anseios dos clientes em relação à operação futura que pretendem desenvolver”, numa segunda fase “passamos pelo fornecimento e instalação e todo o serviço de pós-venda ao nível da manutenção e assistência técnica”. O mesmo se passa ao nível da internacionalização: “A empresa orgulha-se, numa primeira fase, de ter reforçado neste último ano a sua posição de liderança em todo o mercado nacional, e numa segunda fase, reforçar a sua presença internacional com o desenvolvimento de projectos em novos mercados”. Para transmitir a imagem de que “a satisfação do cliente é a medida do sucesso da FN Hotelaria”, a comemoração dos 30 anos marcou a viragem no logótipo e em toda a estratégia de comunicação em marketing. Agora, explica João Abel de Freitas, o novo logo “reflecte o que a empresa está a viver neste momento - as vivências e experiências em novos mercados -, daí que ao azul e laranja originais, que representam o calor e o frio, acresce o vermelho e outras cores amareladas e verdes que representam as preocupações ambientais e de eficiência energética, precisamente a nova área de negócio, e a internacionalização”. <