



# Preto no Branco

IWA | Congresso Mundial da Água



Lisboa | Setembro | 2014

Novas tendências do sector e número recorde de participantes

**JANZGROUP**  
100 YEARS

**GRUPO JANZ** \* GABINETE DE COMUNICAÇÃO \* dezembro 2014 \* nº. 118



## VELHAS RECORDAÇÕES DA CHAMA DO NATAL



O Natal traz sempre à minha memória os tempos de criança no Alentejo, com esta noite passada à volta de uma grande fogueira, a ouvir os adultos contarem histórias que me deliciavam, a recordarem os que já ali não estavam e a recuarem as suas cadeiras até ao meio da sala, por não aguentarem tanto calor.

A única criança era eu. Nasci na noite de Natal, nunca tive outras crianças no meu aniversário, porque todas se encontravam em família como eu. Sempre senti, e ainda sinto alegria com mistura de nostalgia por ter nascido nesta noite, dez minutos antes das 12 badaladas. Esta noite, por mais que todos queiram, nunca foi minha, mas sim de Natal!



A ceia era sempre o habitual cabrito assado no forno, seguido das tradicionais iguarias de Natal, das quais sinto muitas saudades. Recordo muito especialmente as azevias de grão, a sericaia e o arroz doce, que nunca mais consegui comer iguais.

Às 10 horas da noite, depois de eu deixar as botas junto da lareira para os presentes, metiam-me na cama, e à meia-noite ia tudo à

missa do galo, exceto o meu pai, que era ateu e que tinha que ficar comigo. Os presentes só os via no dia de Natal, porque não havia noitada para a criança.

No regresso da missa, continuava a reunião em casa até alta madrugada, de volta das iguarias.



O almoço no dia de Natal, era o célebre peru, ou o galo capão. Para os que não souberem do tipo de galo que vos falo, tratava-se de um frango que era castrado e que passava a ser alimentado alarvemente para engordar bastante até ao Natal. Atingia o tamanho dum peru. A sua carne era deliciosa. Não estou certa de que se tenha perdido esta tradição.

Este animal, depois de castrado, ficava transformada num guerreiro. Não sei se era o espírito protetor que o movia se os complexos, o certo era que quando metido numa capoeira com galinhas e outros galos, aí daquele que se atrevesse a piscar o olho a alguma das suas companheiras. Talvez o velho ditado “há guerra na capoeira”, tenha nascido do comportamento pela aversão do galo capão aos outros galos e pela desordem que causava. Ele lá tinha as suas razões...!

Sei que estas recordações só chegarão aos leitores com mais idade e provincianos que passaram por vivências semelhantes. Aos alfacinhas, peço desculpa por esta enfadonha história, e é com imenso prazer que aqui vos deixo a todos, os votos de um FELIZ NATAL e que 2015 seja de grande prosperidade.

*Maria Antónia Baptista*





## CONGRESSO IWA



**João Janz, Administrador**

Realizou-se no passado mês de Setembro o **Congresso Anual da Associação Internacional da Água – IWA** e desta vez em Lisboa.



Este acontecimento representou uma enorme vitória para o sector da água uma vez que em 67 anos de existência das raízes da Associação, pois a IWA resultou do **IWSA** criado em 1947 e do **IAWQ** de 1965, foi a primeira vez que recebemos os congressistas em Portugal.

Tal ficou a dever-se ao trabalho intenso dos membros portugueses especialmente da **EPAL**, que permitiu trazer a Lisboa cerca de **5000 congressistas** o que certamente contribuiu para uma ajuda à nossa economia **embora tão pouco mencionado nos nossos média**.

Lamento imenso, porque estes eventos, sem dúvida, projetam Portugal no mundo. É uma das soluções para sairmos da crise, como todos desejamos.

Foi um acontecimento que colheu a presença de cerca de 10 000 visitantes, 5000 congressistas e 200 jornalistas de todo o mundo. Não foi um evento qualquer que não tivesse interesse nacional.

Em simultâneo com o Congresso realizou-se uma **exposição**, com os mais importantes “players” do sector cerca de **200**, onde decidimos estar presentes para evidenciar o **GRUPO JANZ** e apresentar o novo contador **JV600** com corpo em **compósito técnico**.



Esta presença foi evidenciada com um stand muito visitado por clientes e outros expositores, e até o nosso café acompanhado do pastelinho de nata teve enorme sucesso.



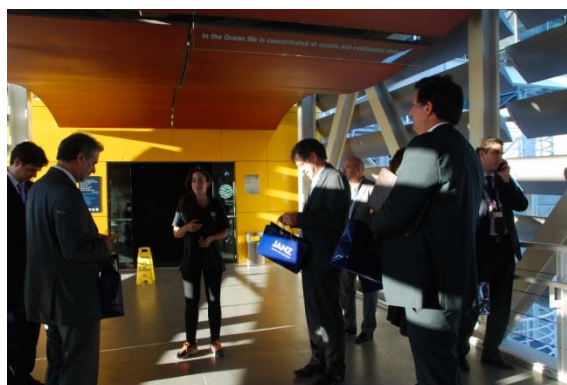
Aproveitamos também a oportunidade para juntar os nossos clientes ibéricos, a **Resopre a Contidra e a Janz CGF** num evento de lançamento do novo produto em que tivemos a possibilidade de visitar a nossa fábrica e numa sessão no auditório do Oceanário apresentar o nosso grupo empresarial, e finalmente em detalhe o **novo contador JV600**.



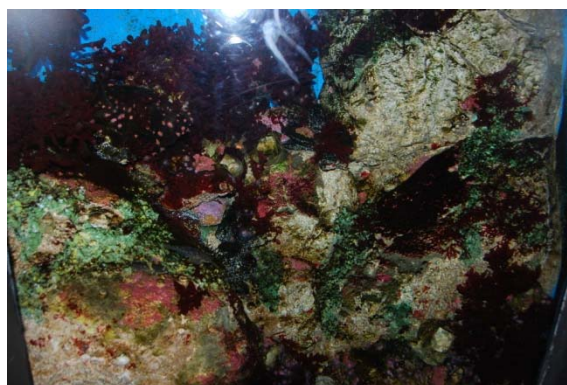
O Administrador Ricardo Lança Cordeiro, fez as apresentações, inclusive deste nosso novo produto.



Mostramos também aos nossos clientes e parceiros o magnífico oceanário que muito nos orgulha como portugueses.



No oceanário a visita foi guiada.



À noite um jantar de confraternização encerrou o evento o que segundo a opinião de vários clientes e parceiros foi um sucesso.





O grande animador do jantar foi este mágico que nos baralhou a todos com o seu maquiavélico baralho de cartas. Costuma dizer-se: “mira mira português, quanto mais miras menos vês”. Assim foi!



Estamos confiantes de que fizemos o melhor pelos nossos clientes e parceiros.

## S U M Á R I O

- 2 RECORDAÇÕES ETERNAS DA CHAMA DO NATAL
- 3 CONGRESSO IWA
- 6 JANZ – REFORÇA POSIÇÃO NO MÉXICO
- 8 JANZ – MAQUINAÇÃO
- 9 CERTIFICAÇÃO DO SISTEMA DA QUALIDADE
- 10 ANÁLISE SWOT
- 13 RESOPARK – HOSPITAL GARCIA DE ORTA
- 14 DEPARTAMENTO DE MAQUINAÇÃO
- 17 RESOPARK – 5º. CONGRESSO IBÉRICO
- 18 MAKING-OF / IWA
- 21 BOAS FESTAS
- 22 A IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL
- 23 ALUNOS DA ASSOC. ESTER JANZ NO HOSP. DOS PEQUENINOS
- 24 CARTA PARA JESUS – ALUNOS DA ASSOC. ESTER JANZ
- 25 PORCO NO ESPETO
- 30 TESTES DE CICLISMO
- 31 JANTAR DE NATAL DA RESOPRE
- 35 CERCIA NA ASSOCIAÇÃO ESTER JANZ
- 36 PAI NATAL DA JUNTA DE FREGUESIA DE MARVILA NA A.E.J.
- 37 MAIS UMA INICIATIVA DO GRJA – GINÁSTICA
- 38 FESTA DE NATAL DO GRJA PARA FILHOS, NETOS DOS SÓCIOS
- 40 SABIA QUE...
- 41 GRUPO RECREATIVO JANZ E ASSOCIADOS – SEMPRE SOLIDÁRIO
- 42 AQUEDUTOS – Ontem e hoje (3)
- 44 RESOPRE – FORMAÇÃO CONTRA INCÊNDIOS
- 46 “O SILVA DESPEDE-SE”
- 47 FESTAS DE NATAL DAS CRIANÇAS DA ASSOCIAÇÃO ESTER JANZ
- 50 A.E.J. – ELEIÇÃO DOS CORPOS GERENTES PARA O PRÓXIMO QUADRIÊNIO
- 51 ABAZ DE NATAL PARA COLAB. DAS EMPRESAS DO GRUPO JANZ



## JANZ – REFORÇA POSIÇÃO NO MÉXICO



*Fonte: Câmara do Comércio*

### Estabelecido Acordo com o GRUPO DRÁGON



*Fonte: Diário de Notícias*

Integrada na **Visita Oficial ao México** do passado mês de Outubro, liderada pelo **Vice-Primeiro-Ministro, Dr. Paulo Portas**, acompanhado pelo **Ministro da Economia Dr. António Pires de Lima**, a **JANZ Contadores de Energia** assinou um Acordo com um dos maiores grupos industriais mexicanos, o **Grupo DRÁGON**.



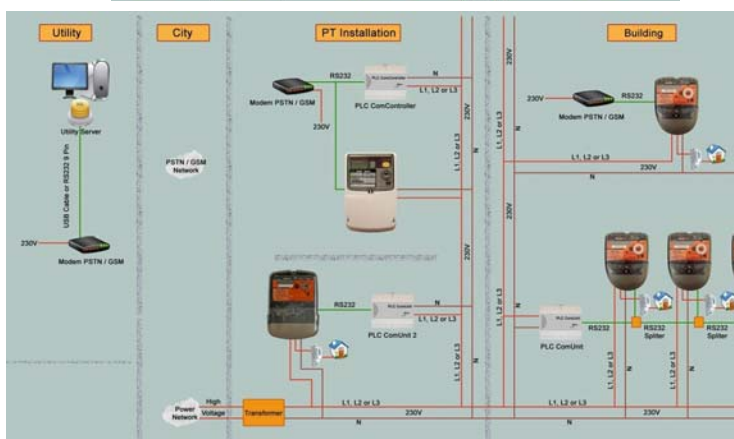
A **JANZ**, representada pelo Presidente do Conselho de Administração, Eng.º António Trigoso Papoila, integrou esta visita oficial, que contou com cerca de 50 empresários

portugueses, que teve como principal **objetivo** estreitar relações comerciais entre os dois países, impulsionando a concretização de acordos entre empresas portuguesas e mexicanas.

O **Acordo assinado entre a JANZ e o Grupo Drágon** visa dotar o mercado mexicano de soluções avançadas de Contagem e Gestão de Energia, através de um projeto a implementar nos próximos 10 anos, avaliado em algumas dezenas de milhões de euros, que permitirá à **JANZ** reafirmar-se como um dos principais parceiros para a implementação de Sistemas de Redes Inteligentes no continente americano.







O mercado mexicano tem uma dimensão muito considerável, sendo apontada por alguns como a 14ª maior economia do Mundo, com um PIB (Produto Interno Bruto) superior a 1 bilhão de USD, com 118 milhões de habitantes, numa área de 1964375 km<sup>2</sup>, com uma densidade populacional de 59 habitantes por Km, onde os registos de consumo médio de eletricidade rondam os 1801 Kwh per capita e com desafios aliciantes como é exemplo o registo de perdas na distribuição na ordem dos 15%.



A **JANZ** está fortemente empenhada em contribuir para o aumento de exportações entre Portugal e o México, que registaram no ano passado um aumento de 2,4% nos bens e serviços, bem como em ganhar um novo posicionamento que lhe permita relacionamentos com os principais países com que o México se relaciona.

A visão da **JANZ**, “**Ser uma Referência no Mercado Global de Contagem e Sistemas de Energia**”, continua a orientar a atuação da empresa na procura incessante de um crescimento sustentado e socialmente responsável.

## JANZ volta a concorrer aos Prémios EDPpartners na Categoria de Inovação

### Uma Revolução na Iluminação Pública



A **JANZ** - Contadores de Energia, concorreu novamente aos Prémios **EDPartners**, na **Categoria de Inovação**, com um conjunto alargado de serviços potenciados por novos desenvolvimentos na **EDP Box para Iluminação Pública**.

prémios  
**edpartners**

Este projeto permitiu a criação de valor na Iluminação Pública pelo desenvolvimento conjunto com a EDP de novos serviços potenciados pelas EDP Boxes IP que aumentam a flexibilidade, a automação, a gestão remota e que utilizando algoritmos avançados, otimizam a manutenção da infraestrutura bem como a deteção automática de avarias (ex. luminárias fundidas, consumos anormais ou eventuais fraudes).





## JANZ – MAQUINAÇÃO

### Peças de Precisão para o Fabrico de Joalharia e Relojoaria



Engº. Francisco Matos  
Adjunto da Direção MAQ

Em 2014 a **JANZ-MAQ** começou a trabalhar para uma área da indústria que até aqui nos era desconhecida: Equipamentos para produção de Joalharia e Relojoaria.

Trata-se de uma atividade em que ainda muito trabalho é feito à mão utilizando ferramentas específicas e em que geralmente a precisão e sensibilidade são mais importantes que a quantidade e onde não é permitido falhar, pois um erro pode comprometer a qualidade de uma peça única que se pretende perfeita.



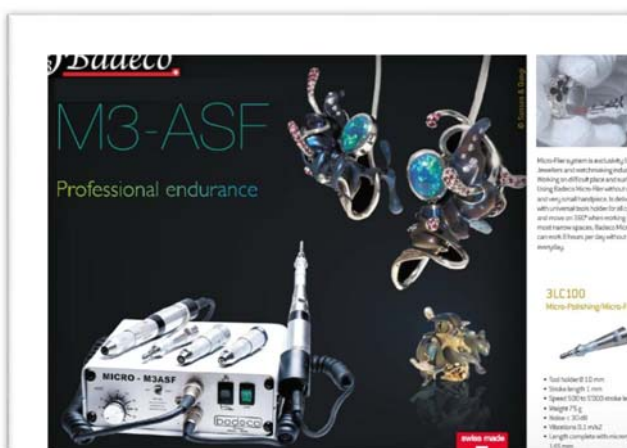
Aqui, o nosso novo parceiro é a **BADECO**, uma companhia sediada em Genéve na Suíça.

Fundada em 1945, curiosamente iniciou a sua atividade produzindo instrumentos dentários.

Mas o *know-how* que adquiriu no trabalho com pequenos motores, sistemas de aperto e micro ferramentas permitiu-lhe criar e lançar em 1968 uma linha própria linha de produtos para a joalharia e relojoaria (atividade muito importante na Suíça como todos sabemos).

Desde então tem-se dedicado com sucesso ao desenvolvimento deste tipo de equipamentos.

Hoje a **BADECO** é uma empresa de referência no seu mercado que pretende acima de tudo ser reconhecida pela fiabilidade, rigor e precisão dos seus produtos e que se orgulha de utilizar o termo “**Badeco Swiss Made**”.



É por isso o termos sido escolhidos para incluir a curta lista de fabricantes de componentes para os seus equipamentos.

É motivo de muita satisfação e de motivação para continuarmos a apostar na qualidade das peças que aqui produzimos.





## CERTIFICAÇÃO DO SISTEMA DA QUALIDADE



Uma empresa Certificada como a nossa é, de quando em vez, sujeita a Auditorias pela entidade certificadora, que no nosso caso é a Associação Portuguesa para a Certificação, **APCER**, afim de se confirmar a manutenção da Certificação do Sistema de Gestão da Qualidade implementado.



Em concreto os Auditores vêm verificar a continuação da compatibilidade do Sistema de Gestão da Qualidade instalado na empresa com a norma de referência **ISO9001:2008**.



Para realizar essa verificação os Auditores entrevistam pessoas e consultam documentos com registos. Registo de projeto, de produção, de inspeção, de planeamento, de compra, de venda, de expedição, etc. Alguns de nós já tivemos a oportunidade de ser entrevistados durante uma auditoria de Certificação e compreendemos bem a importância de efetuarmos registos do que fazemos, como fazemos e porque fazemos.

Nas nossas empresas, para além da Certificação pela **ISO9001:2008**, certificada pela **APCER**, existe a Certificação por outros referenciais e por outros organismos certificadores, como sejam, a **Directiva Europeia 2004/22/CE – MID (Measuring Instruments Directive)** certificada pela **SGS** no caso da **JANZ-CE** e pelo **CMI** no caso da **JANZ-CGF**, acontece também a Certificação por clientes tais como a **SENSUS**, a **Dupont** e a **Maddalena** e ainda a Acreditação do Sistema de Gestão da Qualidade dos Laboratórios segundo a **ISO17025:2005** pelo **IPAC**.

Como é evidente, chegar aqui não foi fácil mas o grupo de trabalho soube responder a mais este desafio e os primeiros passos estão dados.

Depois dos contactos iniciais e do envio das amostras que serviram para nos aprovar como fornecedores, já iniciámos a produção em série de alguns componentes que foram aprovados com distinção.

Esperamos agora alargar este negócio a mais peças e componentes e fortalecer uma relação que vai decerto reforçar o prestígio e reconhecimento da **JANZ** a quem e além fronteiras.

Assim sendo, todos nós temos um conhecimento de alguma forma seguro sobre o que é realmente importante ter num Sistema de Gestão da Qualidade pelo que, logicamente, os resultados em auditorias têm-se revelado bastante positivos. Portanto, olhar alguns anos para trás e recordar, visualizando todo o trabalho que foi desenvolvido desde 1984, ano no qual a empresa foi Certificada no seu Sistema de Gestão da Qualidade e chegar aos dias de hoje, é realmente motivo de orgulho.

**Face ao nível atingido a responsabilidade é grande, mas a sabedoria adquirida só a perderá quem não a guardar em registos formais.**

*Engº. Francisco Caetano  
Diretor Industrial*



## ANÁLISE SWOT



**Dr. Ricardo Ferreira**  
**Assessor da Administração**

O termo **SWOT** é uma sigla oriunda do idioma inglês e é um acrónimo de **Strength** (Forças), **Weaknesses** (Fraquezas), **Opportunities** (Oportunidades) e **Threats** (Ameaças).

A **Análise SWOT** (em português **Análise FOFA** ou **FFOA** - **F**orças, **F**raquezas, **O**portunidades e **A**meaças) é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usada como base o diagnóstico e planeamento estratégico de uma instituição ou empresa, mas podendo, devido à sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de um simples *blog* à gestão de um grande grupo multinacional.

Esta técnica foi desenvolvida pelo norte-americano Albert Humphrey (2/junho/1926 – 31/outubro/2005), que liderou um projeto de pesquisa na Universidade Californiana de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, usando dados das 500 maiores empresas publicados na revista *Fortune*.

A Análise SWOT é um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. O que se pretende é definir as relações existentes entre os pontos fortes e fracos da empresa com as tendências mais importantes que se verificam na envolvente global da empresa, seja ao nível do mercado global, do mercado específico, da conjuntura económica, das imposições legais, etc.

O modelo SWOT é também conhecido como o modelo de Harvard, já que a sua metodologia se baseia no modelo de Harvard.

### Objetivos:

- efetuar uma síntese das análises internas e externas;
- identificar elementos chave para a gestão da empresa, o que implica estabelecer prioridades de atuação;
- preparar opções estratégicas: Riscos/Problemas a resolver;
- é ele que faz o diagnóstico da empresa. Fortalece os pontos positivos, indica quais os pontos a melhorar, mostra as possibilidades de crescimento, aumentando as oportunidades e alerta para eventuais riscos.



### Estas análises dividem-se em:

#### 1. Ambiente Interno

- **Strengths** - pontos fortes: vantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes.
- **Weaknesses** - pontos fracos: desvantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes.





**2. Ambiente Externo** (para a definição das oportunidade e ameaças é necessário visão e bom senso)

- **Opportunities** - oportunidades: aspetos positivos da envolvente com o potencial de fazer crescer a vantagem competitiva da empresa.
- **Threats** - ameaças: aspetos negativos da envolvente com o potencial de comprometer a vantagem competitiva da empresa.

Há também quem prefira a designação "oportunidades e riscos" à abordagem clássica de "oportunidades e ameaças".

O **Ambiente Interno** pode ser controlado pelos dirigentes da empresa, uma vez que ele é resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios membros da organização.

Desta forma, durante a análise, quando for percebido um ponto forte, ele deve ser ressaltado ao máximo; e quando for percebido um ponto fraco, a organização deve agir para controlá-lo ou, pelo menos, minimizar seu efeito.

Já o **Ambiente Externo** está totalmente fora do controle da organização. Mas, apesar de não poder controlá-lo, a empresa deve conhecê-lo e monitorá-lo com frequência de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças. Evitar ameaças nem sempre é possível, no entanto deve-se fazer um planeamento para enfrentá-las, minimizando os seus efeitos.

A combinação destes dois ambientes, interno e externo, e das suas variáveis, Forças e Fraquezas; Oportunidades e Ameaças, irá facilitar a análise e a procura para tomada de decisões na definição das estratégias de negócios, na qual devem participar todos os gestores de topo da empresa.

Finalmente, é necessário construir um quadro com estes quatro elementos: de um lado os Pontos Fortes e Fracos e do outro, as Oportunidades e Ameaças.

Em cada uma das intersecções do quadro deve a empresa colocar quais as sugestões relevantes.

Neste ponto, um reparo é importante: muitos gestores confundem oportunidades e pontos fortes ou ameaças e pontos fracos. É preciso ter presente que as oportunidades e as ameaças referem-se à envolvente externa, enquanto os pontos fortes e fracos têm a ver com a situação atual da empresa e decorrem, portanto, de uma análise interna.

**DIAGRAMA ou MATRIZ SWOT**

		Ambiente interno	
		Predominância de	
		Pontos fracos	Pontos fortes
Ambiente externo	Ameaças	Sobrevivência	Manutenção
	Oportunidades	Crescimento	Desenvolvimento

**Forças e Oportunidades** (Desenvolvimento) - Tirar o máximo partido dos pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades detetadas.

**Forças e Ameaças** (Manutenção) - Tirar o máximo partido dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detetadas.

**Fraquezas e Oportunidades** (Crescimento) - Desenvolver estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e que em simultâneo aproveitem as oportunidades detetadas.

**Fraquezas e Ameaças** (Sobrevivência) - As estratégias a adotar devem minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer face às ameaças.

O diagnóstico estratégico efetuado deve estar organizado em termos funcionais. É útil associar a cada ponto forte ou fraco um



departamento ou área da empresa, tipicamente as áreas funcionais são as seguintes:

- Produção
- Financeira
- Recursos Humanos
- Marketing / Comercial.

Como podemos verificar a matriz SWOT ajuda a empresa na tomada de decisão ao nível de poder maximizar as oportunidades do ambiente em torno dos pontos fortes da empresa e minimizar os pontos fracos e redução dos seus efeitos e das ameaças.

### Como transformar uma ameaça numa oportunidade?

Uma ameaça, portanto um fator externo, que pode vir a afetar o funcionamento da empresa, não é necessariamente uma má notícia. De facto, ele pode provocar o aparecimento de um novo ponto forte na empresa. Para isso, os gestores devem perceber como este novo facto (como por exemplo, imposições legais mais restritivas sobre os produtos vendidos pela empresa, guerra de preços, concorrência possuir um melhor acesso aos canais de distribuição, etc...) pode ser explorado pela empresa de modo a retirar um benefício real. O aparecimento de um novo produto ou serviço inovador por parte de um concorrente, tipicamente uma ameaça à quota de mercado, pode tornar-se num novo conjunto de capacidades da empresa. Normalmente são as empresas maiores que têm mais capacidade para reagir de forma positiva às constantes ameaças que se colocam. No entanto, muitas Pequenas e Médias Empresas (PME) também podem ganhar neste jogo. A empresa necessita de possuir as seguintes condições para que uma ameaça possa ser transformada em oportunidade:

- possuir visão estratégica para avaliar corretamente as ameaças como sendo oportunidades escondidas;

- possuir os recursos, financeiros, materiais e humanos para poder executar as alterações necessárias (por exemplo, o lançamento de um novo produto);
- finalmente, a empresa tem que reagir com rapidez. As empresas concorrentes podem também ter visto a oportunidade latente.

É possível dizer que as ameaças, em certos casos, não são mais do que oportunidades no futuro próximo. Assim, numa “nova” análise SWOT podemos substituir o fator “ameaças” (“*Threats*”) pelo fator “tempo” (“*Time*”). A componente temporal é cada vez mais importante na estratégia das empresas. Muitas das ameaças, tipicamente a entrada de produtos concorrentes melhores no mercado, podem ser equacionadas como uma avaliação de quando é que a empresa deve introduzir novos modelos dos produtos já existentes, sejam eles evoluções dos modelos atuais ou modelos substitutos.

A eliminação do fator ameaças do raciocínio estratégico leva a uma abordagem mais positiva mas também pró-ativa. As organizações empresariais devem, antes do mais, fazer um esforço para melhorar as suas competências. Só desta forma estarão aptas a tirar o máximo proveito das oportunidades que vão surgir. Tudo é uma questão de decidir qual é o *timing* mais apropriado (muito variável de setor para setor) para efetuar as alterações necessárias aos produtos, ou aos serviços, propostos pela empresa aos seus clientes.

**Conclui-se que a Análise SWOT, ou seja a análise dos pontos fortes e fracos da empresa, das oportunidades e das ameaças, é um instrumento precioso para qualquer organização, não necessariamente uma empresa. Permite-lhe fazer o ponto da situação, com o grau de profundidade que pretende e construir uma grelha para as decisões estratégicas a tomar, no presente e no futuro.**

**Vídeo “Análise SWOT – A Origem”:**

<http://www.youtube.com/watch?v=mCoSvkIgcU>





## HOSPITAL GARCIA DE ORTA



Os lugares disponíveis nos parques de estacionamento do Hospital Garcia de Orta têm-se mostrado insuficientes devido ao constante aumento de utentes e número de colaboradores.

### A Resopark instalou neste Hospital o novo sistema Parkadvance

#### Descrição do Projecto



A **Resopark** em parceria com a **Empark** instalou no **Hospital Garcia de Orta em Almada** um sistema **WPS Parkadvance** que fará toda a gestão dos parques de estacionamento do Hospital.

Após várias soluções e estudos apresentados, o Hospital ampliou os espaços dedicados ao estacionamento para uma capacidade máxima de 1254 lugares, triplicando desta forma o anterior número de lugares destinado a utentes.

Outras medidas de melhoramento foram igualmente implementadas, nomeadamente um moderno sistema de gestão informatizado que permite uma utilização dinâmica dos lugares de estacionamento bem como melhoria a nível da sinalética e iluminação dos espaços.

O aumento da procura de estacionamento no seu interior tem resultando em grandes dificuldades de circulação e acessibilidade quer ao parques quer às zonas de urgência verificando-se permanentemente filas de espera nos diversos acessos; estacionamento de viaturas em cima dos passeios; obstrução das passagens de peões e veículos estacionados em segunda fila.

#### As soluções para estes problemas passaram essencialmente por:

- Aumento de lugares de estacionamento em locais estratégicos junto às principais entradas de modo a melhorar a acessibilidade e comodidade dos utentes.
- Melhoria das condições de circulação, otimizando o fluxo de veículos no seu interior.
- Melhoria do pavimento dos parques e outros espaços deteriorados.
- Tarifários a preços bonificados para os colaboradores e a preços de mercado para os utentes.

Com as obras realizadas os utentes e colaboradores passam a usufruir de melhores espaços; maior comodidade e segurança e fundamentalmente uma maior oferta nos lugares de estacionamento.



**RESOPARK**  
Especialistas em Mobilidade



## DEPARTAMENTO DE MAQUINAÇÃO



### VAMOS CONVERSAR

**Chefe. de Departº.: Engº. Aníbal Costa**

**Chefe de Secção: Paulo Gaspar**

### JANZ – GESTÃO E CONTAGEM DE FLUÍDOS, SA

**O “Preto no Branco”, nesta edição, decidiu tentar dar a conhecer aos seus leitores as funções deste Departamento no GRUPO JANZ.**

**Este Departamento foi criado de raiz, há quanto tempo, e porque razão?**

Este departamento nasceu da integração da empresa **JANZ - Mecânica de Precisão** na empresa **JANZ - Contagem e Gestão de Fluidos** em 2007.

Para falar do nascimento deste departamento temos necessariamente de falar do nascimento da empresa Mecânica de Precisão.

Com a cisão da **BRUNO JANZ** foi criada uma empresa que tinha como principal atividade o fabrico de moldes e peças de precisão que numa primeira fase eram para as empresas do **GRUPO JANZ**.

Esta nova empresa tentou entrar no mercado dos moldes, mas a nível mundial este mercado descobria a China como fornecedor. Quem estava no mercado passou por dificuldades e muitas empresas desta área fecharam.

Nesta conjuntura difícil não conseguimos entrar no mercado e esta área ficou dependente só do trabalho para o GRUPO. Relativamente às peças de precisão as coisas correram felizmente de maneira diferente.

Com a transição para o contador de eletricidade estático desapareceu um grande número de peças e criou um excedente de mão-de-obra e de máquinas que era imperioso ocupar com trabalho para outros clientes.

**Então, podem explicar o que se fabrica concretamente nesta área?**

Nesta área fabricamos essencialmente produtos para as indústrias: **Aeronáutica, Ótica, Médica e Automóvel.**

Para a indústria aeronáutica fazemos vários tipos de peças mas, as de maior quantidade são para serem integradas nos motores.

Para a indústria ótica as peças são para binóculos, microscópios, e máquinas fotográficas.

Para a indústria médica fazemos peças que são usadas na área dentária, não o implante, mas sim a peça que é cravada no osso.

**Então, foram estes novos produtos que entusiasmaram, e muito bem, a JANZ?**

No início todos nós sabíamos que com a nossa estrutura de custos não podíamos competir com as pequenas oficinas pelas peças que qualquer um poderia fazer. Isto levou a que optássemos por procurar trabalho com grau de dificuldade elevado. Hoje quase a totalidade das peças que fazemos têm um grau de exigência, quer em termos de tolerâncias, quer em qualidade superficial muito grande.

**Qual foi o primeiro projeto que levou a JANZ a lançar-se nesta área?**





As primeiras peças fabricadas para clientes fora do GRUPO, viemos a saber mais tarde, tinham como destino a Leica.

Mas este processo não estava a correr bem, porque quem tinha ganho a encomenda destas peças veio a verificar que não tinha condições para garantir a exigência solicitada, e já em desespero veio subcontratar-nos o trabalho, consequentemente quando este nos chegava já estava atrasado.

Outra coisa grave era quando o nosso preço era superior ao que o nosso cliente tinha contratado com a Leica. Aqui havia duas hipóteses: ou suportava o prejuízo ou ia pedir um aumento de preço.

É fácil de perceber que esta situação era insustentável por muito tempo, tínhamos de encontrar uma maneira de sair vencedores desta embrulhada. Queríamos a Leica como nosso cliente mas, este não sabia da nossa existência, pura e simplesmente, não podíamos aparecer a demonstrar o nosso interesse em ser seu fornecedor sem tirar partido do facto de eles já conhecerem o nosso trabalho.



*Algumas das Peças que fabricamos para a **Leica***

Solicitamos uma visita a **Leica** com o intuito de apresentar a empresa e disponibilizamo-nos para os receber e darmos a conhecer o nosso parque de

máquinas e os produtos que o GRUPO fabricava.

Fomos informados que naquela altura a **Leica** estava a ter abertura da casa mãe na Alemanha para procurar fornecedores nacionais, mas o único que tinham conseguido não estava a corresponder em termos de prazo e era pena porque a qualidade era bastante aceitável.

Ouvido isto, começamos a pensar que estávamos a marcar pontos, e era preciso darmos a conhecer quem realmente fazia as peças.

Agendada a visita só foi necessário garantirmos que na altura estaríamos a fazer determinadas peças e imaginar a cara de espanto quando durante a visita os senhores que estavam a avaliar da nossa capacidade para sermos seu fornecedor verem que estávamos a fabricar naquele dia duas peças para eles.

Escusado será dizer que depois tivemos que lhes contar a história toda e que esta situação não tinha sido inocente.

Como resultado ganhamos o cliente que ainda hoje é um dos mais importantes.

**Isso foi excelente. O equipamento, segundo parece, é todo novo e muito sofisticado. Já agora, o pessoal já estava habilitado para trabalhar com ele?**



*Uma das máquinas que fabrica as peças para a **Leica***



Sim o equipamento é novo o que revela o esforço que a administração tem feito nos últimos anos para dotar a empresa de equipamento tecnologicamente avançado permitindo assim concorrermos a mais peças e cada vez mais exigentes.

Comprar máquinas não é garantia de retorno do investimento é necessário conseguirmos clientes que nos confiem as suas peças e é necessário pessoas habilitadas a trabalhar com elas.

Desde sempre que as empresas do **GRUPO JANZ** optam por formar os seus colaboradores proporcionando-lhes competências através de formações externas para aquisição de conhecimentos mais gerais e depois o processo é concluído no posto de trabalho onde o conhecimento específico é passado por colaboradores mais experientes na função.

Mas sem dúvida que a melhor formação é o empenho e dedicação que cada um mostra quando é chamado a executar cada tarefa.

#### **Qual o grau de satisfação do cliente?**

Os clientes fazem uma avaliação anual ou semestral com critérios específicos que vão desde a capacidade técnica, à qualidade, à resposta às reclamações, ao preço, ao cumprimento de prazos, etc. Quando submetidos a esta avaliação e os nossos clientes se mantêm fiéis há mais de dez anos é sinal que estamos a corresponder às suas expectativas.

#### **Muito bem. Quantas pessoas trabalham nesta área?**

Nesta área temos um total de vinte e nove pessoas sendo que seis não estão ligadas diretamente à produção.

#### **Têm ocupação para quantos turnos diários?**

Neste momento temos três turnos e é verdade que não estão perfeitamente equilibrados no que respeita à distribuição dos meios humanos, mas com a dedicação de todos temos conseguido habitualmente, manter todas as máquinas a trabalhar.

#### **Quais são as peças que os clientes mais solicitam?**

Normalmente os nossos clientes, embora possam ter mais que um fornecedor aprovado para determinada peça, são "fiéis" e, praticamente, compram sempre ao mesmo.

O que se nota é que cada vez mais, aumenta o número de referências com quantidades menores, níveis de qualidade elevados e prazos de entrega curtos.

#### **Alguma parte da produção desta área já se destina à exportação?**

Direta ou indiretamente mais de 80% do que fabricamos é para exportação, considerando aqui que o que vendemos por exemplo, para o cliente **Leica** é enviado por este, para a casa mãe na Alemanha.

#### **Quais são os objetivos que pretendem alcançar a curto, médio e longo prazo?**

Continuar a merecer a confiança dos nossos atuais e futuros clientes para podermos continuar a crescer de uma forma sustentada.

***O "Preto no Branco" concluiu que não é por falta de entusiasmo da vossa parte que os objetivos vão ficar aquém.***

***BOM, E MUITO TRABALHO!***





# 5º Congresso Ibérico de Estacionamento e Mobilidade



18 / 19 setembro 2014  
Fundação Champalimaud | Lisboa



*Uma vista do auditório da Fundação*

A Equipa da Resopark esteve presente no **5º Congresso Ibérico de Estacionamento e Mobilidade** que se realizou nos dias 18 e 19 de Setembro na **Fundação Champalimaud em Lisboa**.

O Congresso foi organizado pela **Anepe e ASEGGA** na semana da Mobilidade e foi o fórum privilegiado de apresentação e debate dos temas relacionados com este sector, quer a nível do Estacionamento, quer a nível da Mobilidade.

Teve um âmbito não só Ibérico como Lusófono e Hispânico envolvendo assim países de África, da América, contando também com a presença de Macau.

Como sempre a presença dos especialistas das principais empresas e dos decisores políticos foi um fator determinante na discussão da evolução tecnológica do sector e das novas formas de vivermos a Cidade.

No espaço de exposição puderam ser apreciadas as empresas de referência e as últimas inovações tecnológicas do sector.

Temas como “**A Cidade dos carros**”, “**A Cidade Inteligente**”, “**A Cidade dos Cidadãos**” e “**As Cidades do Futuro**” foram debatidos e discutidos ao longo de todo o Congresso.

Várias personalidades ilustres marcaram presença no evento tal como o Secretário de Estado do Turismo, Dr. Adolfo Mesquita Nunes e também o Secretário de Estado da Administração Interna, Dr. João Pinho de Almeida.

O Jantar oficial do Congresso decorreu na **Fundação Oriente**.

Patrícia Mota  
Gestora de Marketing



**RESOPARK**





## MAKING-OF / IWA



*Dra. Ana Vinagre*  
*Assistente de Gestão e Marketing*

Foi no ano de 2013 que a **Resopre, SA**, em parceria com a **JANZ- CGF,SA**, se inscreveu para o grande **Congresso Mundial da Água – IWA**.

Seria pela primeira vez que este Congresso iria ocorrer em Portugal, nomeadamente na cidade de Lisboa. Com data marcada para os dias 22 a 26 de Setembro de 2014, este seria um evento mundial que reuniria os maiores profissionais no sector das águas.

Tornava-se declaradamente incontornável a necessidade do **GRUPO JANZ**, reforçar a sua posição de líder de mercado, confirmando a sua presença no Congresso como expositor, não tão-somente com o intuito comercial mas também como apresentação de uma marca centenária - **JANZ**.

### O stand

**A idealização do stand tornou-se prioridade, estávamos em Janeiro do presente ano.**



Num stand com 36m<sup>2</sup>, localizado no pavilhão principal do Centro de Congressos de Lisboa, junto dos principais sponsors, o **GRUPO JANZ** marcou a sua presença.

O briefing estava pronto. Em detalhe delineou-se que a comunicação seria orientada para a marca **JANZ**, focando a experiência, a tradição, a confiança, o know-how e inovação, tendo como primícia associar os **100 anos de existência da JANZ à capacidade de olhar para o futuro**.

### Estabelecemos os objetivos principais:

- 1) *Incrementar a notoriedade nacional e internacional da marca **JANZ**;*
- 2) *Promover a imagem **JANZ** junto dos principais players do sector enquanto único fabricante nacional;*
- 3) *Evidenciar a vertente tecnológica da marca **JANZ**;*
- 4) *Enfoque na mensagem de "metering solutions experts";*
- 5) *Apresentar as empresas como partes do universo do **GRUPO JANZ**.*

Após variadíssimas reuniões surgiu o esboço do stand que pretendíamos. Com cores fortes e associadas à tradição (azul escuro) e a uma marca centenária (dourado) o nosso stand assumia destaque também pela tecnologia associada com a presença de um vídeo wall e um mupi, que comunicavam a história do **GRUPO JANZ** e os produtos da marca.

Aproveitando todo o espaço amplo pensou-se na colocação de uma parede curva, com a palavra **JANZ** em relevo e em grande escala, simbolizando a fluidez e envolvimento que tanto nos identifica como **GRUPO**.

Não foram esquecidos os marcos históricos das empresas do **GRUPO** que tiveram grande destaque impressos no suporte do mupi.



### O estacionamento

Como suporte ao stand foi ainda idealizado o estacionamento correspondente. Queríamos garantir que todo o cliente que nos visitasse levasse consigo a marca **JANZ** e que, de alguma forma, esta fosse visível por todo o congresso. Neste âmbito, foram criados sacos com a marca **JANZ** - "metering solutions experts" com as mesmas cores adotadas no stand.



Foram ainda produzidas capas comerciais que serviram para colocar as fichas técnicas e catálogos dos produtos. Saliento que foram distribuídas fichas e catálogos, em papel e em CD'S, traduzidas em três línguas: Português, Inglês e Espanhol, mencionando cada representante da marca: **Resopre, Janz-CGF e Conthidra**, respetivamente.



Como gift optámos por distribuir uma ampulheta de banho, fazendo presente umas das diretrizes sociais do universo de todas as empresas do Grupo JANZ - a responsabilidade ambiental e social.



Foi ainda idealizado um convite em formato digital e interativo com o objetivo de informar todos os nossos clientes da nossa presença no **Congresso Mundial – IWA**.



No decorrer da organização do congresso e à medida que as diretrizes foram ganhando vida surgiu a necessidade de realizar um evento particular para os maiores clientes das empresas que se dedicam à gestão de águas:

### A visita à fábrica

Achámos que fazia todo o sentido organizar, primeiramente, uma visita à fábrica **JANZ-CGF**.

Esta visita não só pretendia dar a conhecer ao cliente o espaço onde o produto é produzido mas também todas as fases do processo de produção que fazem do produto **JANZ** uma marca de qualidade e confiança.

Dar a conhecer ainda que, apesar da marca **JANZ** ser uma marca centenária, esta conseguiu evoluir com a era da tecnologia associada.





### A apresentação

A apresentação teve lugar no Oceanário de Lisboa no dia 23 de Setembro e contou com a presença de 50 clientes.

As guidelines desta apresentação basearam-se sobretudo na comemoração centenária do **GRUPO JANZ** e no lançamento do contador em compósito - JV600.

Foram realizadas inúmeras reuniões entre os departamentos comerciais das três empresas do GRUPO de forma a coordenar todos os conteúdos da apresentação.

Foi um processo bastante trabalhoso, desde a recolha de toda a informação institucional, à ideia original de relacionar a abertura da apresentação, o lançamento do produto ao fecho da apresentação, a própria apresentação em duas línguas, os conteúdos técnicos do produto, os enfoques comerciais, a escolha de imagens, até o design de toda a prestação, etc, etc...

Dado ao facto de termos clientes portugueses e espanhóis convidados foi necessário realizar todos os suportes complementares, bem como a própria apresentação, em duas línguas diferentes.

Como oradores principais desta apresentação tivemos a colaboração do Administrador da **JANZ- CGF, SA** – **Ricardo Cordeiro** e o **Director Comercial da Conthidra** – **Agustín Moreno**.

Contámos ainda com a presença dos vários administradores e gerentes representando assim cada empresa do **GRUPO JANZ**.

### O jantar

Após a apresentação decorrida no Oceanário de Lisboa foi ainda organizado um jantar que decorreu na “**Casa da Comida**”. Foram criados convites personalizados para o evento:



Este jantar foi pensado com o objetivo de criar uma relação mais próxima com o cliente num ambiente mais descontraído e informal.



Para contribuir para esse objetivo, decidimos contratar um mágico que criaria momentos de grande divertimento e alegria.





### Os media

Em termo de publicidade nos media foram traçados dois objetivos:

- 1) anúncio de presença do **GRUPO JANZ** no **Congresso Mundial da Água**;
- 2) Publicação do lançamento de produto – novo contador em compósito – **JV600**.

Os objetivos foram atingidos através da publicação de dois anúncios na revista mais lida por profissionais do sector das águas. A revista **Água & Ambiente** é uma revista mensal, especializada na comunicação de matérias sobre negócios do ambiente e energia.

O **GRUPO JANZ** marcou assim a sua presença na edição especial **IWA**, uma edição em formato bilingue (Português/Inglês) que foi distribuída durante a realização do congresso e ainda na edição de Outubro através do anúncio de lançamento do **JV600**.

Saliento ainda que foi realizada, no âmbito do congresso **IWA**, uma entrevista à **Dra. Inês Janz Rodrigues** – administradora da **Resopre** – que aproveitou para falar um pouco do **GRUPO JANZ** e da sua atividade enquanto especialista centenário na área de gestão de águas.

Na edição de Outubro, foi ainda publicada uma notícia que fazia referência ao lançamento do novo contador **JANZ**, mencionando as suas características diferenciadoras.

### Os agradecimentos

Por fim enviou-se os agradecimentos aos que nos visitaram o stand e aos que estiveram presentes neste nosso evento particular.



## BOAS FESTAS

Os Conselhos de Administração das empresas do **GRUPO JANZ**, desejam a todos os seus colaboradores, fornecedores, clientes, amigos e suas famílias, um Feliz Natal e um Novo Ano com bastante prosperidade.

Na sua qualidade de timoneiros do grande barco que comandam com toda a sua tripulação, estão confiantes no futuro, porque estão certos de que todos, como sempre, vão remar no mesmo sentido para que o porto seja alcançado.

Embora com algumas dificuldades, o **GRUPO JANZ** sempre foi, e será uma grande equipa no alcance dos seus objetivos.



## A IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL



### **Gilberto Alexandre – Serviço de Enfermagem**

A constante evolução tecnológica e científica leva a que surjam diariamente novos paradigmas de conhecimento, novas ideias e ideais. Tudo isto obriga a que os conhecimentos científicos existentes tenham que acompanhar esta evolução.

Onde cada dia parecem surgir novas problemáticas para a saúde, novas patologias até então desconhecidas, torna quase que obrigatório que os profissionais de saúde se mantenham embebidos por estes novos conhecimentos, de forma a saberem lidar com os mesmos e preservarem a saúde e vida humana.

De acordo com Fonseca, P. (2008), o sucesso das empresas depende de conteúdos de trabalho ricos e recursos humanos qualificados (Lopes, coord., 1998; Kovács, 1999; Parente, 2003).

Para serem competitivas, estas têm de valorizar o processo da aprendizagem contínua, enquanto componente indispensável à mudança organizacional. A capacidade de aprendizagem surge assim, como uma vantagem competitiva.

Face às novas exigências de mercado, emerge uma nova mentalidade, em que o paradigma clássico, assente na formação inicial/contínua, tem vindo a ser substituído pela nova conceção de aprendizagem ao longo da vida, em que a valorização dos RH no posto de trabalho ocupa o lugar cimeiro (Kovács, 2002;2005; Duarte, 2006).

Ainda segundo o mesmo autor, a formação profissional mais eficaz, é a que se mostra orientada para o desenvolvimento de competências e se direciona na procura de soluções e adaptação de projetos.

É, por isso, fundamental que as empresas disponham de capacidade interna para a mudança organizacional, implementem tecnologias e apostem no processo de aprendizagem ao longo da vida (Gama, 1997; Alves, N. 1998; Covita, 2002; Kovács, 2006; Lemos, 2006).

Posto isto, torna-se fulcral que todos os profissionais se mantenham em constante atualização de conhecimentos técnicos e científicos.

***A Enfermagem não foge à regra, e é também uma área onde os conhecimentos e práticas diárias estão em constante atualização.***

Torna-se portanto essencial frequentar formações/cursos pertinentes que permitam consolidar, atualizar ou aumentar os níveis de conhecimento.

Até à data sempre me foi possibilitado frequentar cursos/formações de alta especialização técnica e científica, e por isso muito agradeço à Sr.<sup>a</sup> D.<sup>a</sup> Teresa Janz Guerra por este facto.

Estas participações têm-me permitido sobretudo melhorar a prática diária, onde os grandes beneficiados são os colaboradores do nosso **GRUPO JANZ**.

De entre algumas formações frequentadas nomeio por exemplo: *Suporte Avançado de Vida Cardiovascular de Adulto, Suporte Avançado de Vida Pediátrico, Internacional Trauma Life Support (Curso de Emergência e Trauma), Electrocardiografia para Enfermeiros, Suporte Imediato de Vida com Desfibrilhador Automático Externo, Emergências Pediátricas em Cuidados de Saúde Primários e em fase de conclusão o Mestrado em Saúde Pública, vertente Promoção e Proteção da Saúde.*

Frequentar os mesmos, permitem manter-me atualizado e capacitado para agir tanto em situações emergentes, como em promoção e proteção da saúde dos colaboradores de todo o **GRUPO JANZ** e crianças da **Associação Ester Janz**.





## ALUNOS DA ASSOCIAÇÃO ESTER JANZ VISITARAM O HOSPITAL DOS PEQUENINOS



Os Alunos da Faculdade de Medicina de Lisboa, dentro das comemorações do centenário da Associação de Estudantes integraram visitas de crianças de várias escolas e instituições, para consultas às suas bonecas e bonecos, tendo para isso montado um hospital, na Cantina da Faculdade onde nada faltou para que as crianças se relacionassem com diversas áreas dum hospital, com os respetivos tratamentos, assim como tiveram oportunidade de lidarem de perto com as batas brancas. É muito importante, como sabemos.

Aqui estão todas as especialidades do hospital a que os bonecos e bonecas doentes puderam acorrer, onde foi explicado às crianças como se procede em cada situação de doença e ao mesmo tempo foi-lhes dada a oportunidade de participarem em todos os tratamentos que lhes foram aplicados.

Aqui temos alguns exemplos:



As crianças, à chegada foram recebidas com muitas canções, bastante do seu agrado, porque todos as sabiam de cor, e uma longa aula de dança, animada por duas alegres e brincalhonas jovens estudantes.



Dentista, injeções, análises, ventilação respiratória, TAC, sala de cirurgias, e todas as restantes especialidades, foram exercitadas pelas crianças. Por este ato de admirável atenção às crianças, a **Associação Ester Janz**, deixa aqui o seu enorme agradecimento, e só lhes pede que **REPITAM!**





## **CARTA PARA JESUS** **ENVIADA POR ALUNOS DA ASSOCIAÇÃO ESTER JANZ**

**Querido Jesus,**

Nós somos os alunos Finalistas da **Associação Ester Janz** e sabemos que o Natal é tempo de magia e que celebra o Teu nascimento, a família reúne-se e tudo está enfeitado e iluminado. Pena é que muitas crianças como nós, velhinhos e doentes não tenham Natal, estão sós e abandonadas nas ruas. Queremos que cuides deles como Tu cuidas de nós.

Mas para nós, Natal também significa presentes e na verdade até nos temos esforçado muito este ano porque é um ano muito difícil. Apesar da crise, neste ano queríamos receber aquele presente especial que Tu já deves saber qual é! Mas, acima de tudo e como já somos crescidos, também pensamos muito nas crianças ao nosso lado que não têm ninguém, assim como nos velhinhos e doentes. Por isso, queríamos-Te pedir que ajudes as pessoas a entenderem-se, a amarem-se, a serem amigas do próximo, a partilharem e a gostarem umas das outras. Só assim, a amarmos de verdade, o mundo melhorará porque todos somos irmãos, então o mundo inteiro é uma família e até o **Senhor** é nosso parente...

Esperemos que gostes da nossa cartinha e queremos prometer-Te que seremos umas crianças melhores, mais sensíveis, mais amigas e solidárias. Desejamos também que os adultos deem mais carinho às crianças e aos velhinhos, mais atenção aos que estão doentes, muitas vezes estão esquecidos por este mundo fora e também que não despertem raiva, inveja e rancor.

Desejamos-Te, do fundo dos nossos corações, um **Feliz Aniversário e a todas as pessoas um abençoado Natal 2014 e que sejamos anjos na vida de alguém!**

Um abraço e um beijinho dos alunos Finalistas com muito amor! ☺

**Realizado pelos Alunos e Prof.<sup>a</sup> Ana Isabel**

**GRUPO JANZ \* GABINETE DE COMUNICAÇÃO \* dezembro 2014 \* nº. 118**

Av. Infante D. Henrique, 286 – 1950 – 421 Lisboa – Telef. 218316000

**Coordenação de Maria Antónia Baptista – e-mail: [abaptista@cg.janz.pt](mailto:abaptista@cg.janz.pt)**

Distribuição gratuita por todos os Colaboradores das empresas do **GRUPO JANZ**, várias entidades e Organismos Oficiais