

"Nunca percas um cliente. Mantém-no sempre dentro de casa, porque um morto, mesmo depois de morto, são precisos quatro para o tirar de casa." - José Marques

"As crises ou dificuldades nas empresas são como as tempestades nas florestas: aquelas rabanadas de vento das tempestades servem para limpar os ramos velhos e secos das árvores e testar se as suas raízes estão bem agarradas à terra." - José Marques

"O crédito não se herda, faz-se." - José Marques

EDIÇÃO COMEMORATIVA DOS 110 ANOS



**110 anos**  
um legado na "arte"  
do saber fazer  
pág. 4

**A inovação**  
como opção  
estratégica  
pág. 7

**Cifial**  
o processo de  
design thinking  
pág. 8

**Nós somos**  
a Cifial  
pág. 10

**De Rio Meão  
para o mundo**

pág. 7

**110**

**1904  
2014**





# O espírito Cifial

Uma história com 110 anos é digna de ser contada e celebrada. A Cifial tornou-se uma referência no meio industrial português fruto da sua capacidade de adaptação às exigências do mercado, antecipando tendências e mantendo-se na vanguarda tecnológica. Os elevados padrões de qualidade fizeram da Cifial uma marca reconhecida internacionalmente, assente na “arte do saber fazer” acumulada ao longo de mais de um século.

Mas esta é também uma história de resiliência, de luta incansável contra as adversidades. Os tempos difíceis obrigaram a repensar a Cifial, e a encarar as mudanças necessárias com determinação e entusiasmo. Escolhemos sobreviver, arregaçar as mangas e avançar com um processo de reconversão, que já caminha por si, demonstrando o acerto do caminho encetado. Para além disso, assumimos um entendimento deste processo como uma oportunidade para repensarmos o modelo de negócio, ajustando-o à realidade. Foi o que fizemos na Cifial, com algumas dores, mas muita esperança de que estamos a apontar a uma empresa mais forte, mais competitiva e com capacidade para continuar a ser um farol neste sector.

Ao longo destes 110 anos, a Cifial apostou forte num posicionamento de mercado que lhe permitiu gozar de uma afirmação internacional, utilizando os melhores materiais e fazendo do design uma peça fundamental para o sucesso. Foi este traço distintivo que nos permitiu sobressair entre os nossos pares. Começámos cedo com a internacionalização. Já na década de 60 os produtos Cifial chegavam ao Norte de África, às ex colónias e mais tarde ao Médio Oriente. Mas o grande impulso acontecia em finais da década de 70 com a conquista dos EUA. Foi sem dúvida o marco mais assinalável do nosso percurso e que viria a ter um peso extraordinário no modelo de negócio até aos dias de hoje.

Este aniversário, mais do que olhar para um passado com muito mais glórias que fracassos, é, acima de tudo, uma forma de olhar o futuro e reflectir sobre os desafios que temos pela frente, desafios esses que, estamos certos, vamos vencer, criando uma empresa cada vez mais forte e adaptada às exigências do mundo actual.

Como é óbvio, este é também um momento para celebrar a massa de que são feitas as empresas, a sua maior riqueza. Falo, obviamente, dos recursos humanos, centenas ou milhares de homens e mulheres que ao longo destes 110 anos muito contribuíram, e continuam a contribuir, para que a Cifial continue viva. É impossível pensar uma empresa sem pessoas, elas são a base onde assentam as fundações, o apoio nas horas más, e os companheiros de celebração nos bons momentos. Este aniversário é também o reconhecimento dessa força motriz que moldou a Cifial.

Finalmente, permitam-me uma pequena nota pessoal. Esta é também uma história familiar. São 110 anos indissociáveis de nomes como o do meu avô, José Marques, ou do meu pai, Ludgero Marques. Nascemos na Cifial, corremos pelos corredores da Cifial, fomos cúmplices e embaixadores da Cifial. Agora noutra enquadramento e com a determinação e humildade necessária, assistimos com prazer à reconversão e à garantia da continuidade desta Grande Empresa confirmando que o Espírito “CIFIAL” prevaleceu! Não é um exercício nostálgico, como ficou dito, mas a história faz-se também de protagonistas, devemos ter orgulho e celebrar quem por cá passou.

**A Cifial está pronta para mais 110 anos. Esta é uma verdade incontornável.**

Luisa Marques

CIFIAL



1904 - 2014

Um pedaço de  
**HISTÓRIA**  
 Uma visão do  
**FUTURO**

# Pro gra ma

Do programa de iniciativas comemorativas do nosso 110º aniversário, destacamos:

#### **VISITAS À EMPRESA**

Visita de clientes, fornecedores, arquitectos, bancos, jornalistas e entidades com que a empresa se relaciona no seu quotidiano.

#### **EXPOSIÇÃO**

**“Um pedaço de História, uma visão de Futuro”**

Uma Exposição que passa pela nossa história e que nos aponta a visão do Futuro. Estarão também presentes os trabalhos a concurso do desafio à criatividade lançado na empresa.

#### **CONCERTO “110 sons”**

A realizar nas nossas instalações no dia 19 de novembro.

#### **A UNIVERSIDADE VEM À EMPRESA**

A Universidade de Engenharia vem às nossas instalações leccionar aulas práticas, in loco, para promover uma maior proximidade entre o mundo académico e a realidade empresarial.

#### **JANTAR CONVÍVIO**

Jantar convívio de colaboradores com a entrega dos prémios aos vencedores do desafio lançado à criatividade, e a distinção dos colaboradores com 25 e 40 anos de casa.

#### **TORNEIO DE FUTEBOL**

Com equipas de colaboradores.

#### **PROGRAMA DE VOLUNTARIADO**

Vamos ajudar quem precisa. Lançamento do Programa de Voluntariado empresarial. Instituições seleccionadas irão receber apoio dos voluntários da Cifial.

#### **BOLSA DE IDEIAS**

Lançamos um desafio aos colaboradores para apresentação de ideias que contribuam para a Redução de Custos, e para Ganhos de Eficiência, nas suas áreas de actuação dentro da empresa.





# 110 ano

## Um legado na “arte” do saber fazer

### A génese numa oficina

No início era uma simples oficina. Foi ali que nasceu o Centro Industrial de Ferragens Lda, propriedade de Alberto da Costa Reis, conhecido como “o Biscatão”. Está aqui a génese da Cifial. José Marques, que havia sido trabalhador da oficina entre 1920 e 1922 adquire, em 1944, a fábrica ao Banco Borges & Irmão, proprietário da mesma, à data, após um processo de falência. Nessa altura, a fábrica produzia fechos, fechaduras, dobradiças, cofres e mais um sem número de artefactos metálicos, utilizando ferramentas rudimentares, que podem, ainda hoje, ser vistas no museu da empresa.

Com uma grande inteligência, um espírito de sacrifício notável, uma forte capacidade de trabalho e uma perspicácia invulgar, José Marques foi evoluindo a fábrica, modernizando-a, criando as condições para o desenvolvimento e indicando o caminho para o futuro. Dedicou-se fortemente ao seu avanço e após uma primeira fase de reorganização industrial, a sua decisão foi dar alguns impulsos tecnológicos na empresa e acompanhá-los com uma maior e mais ampla agressividade comercial.

Os equipamentos eram diversificados, havendo um número importante de forjas, balancés e tornos de peito, acompanhados de bancadas de trabalho, equipadas com bigornas, limas e martelos. As condições de segurança eram poucas, os acidentes, principalmente com a linha de eixo, eram muito graves.

No que se refere ao desenvolvimento da tecnologia, pode dizer-se que nessa altura ela não fazia parte do vocabulário da serralharia, mas pode indicar-se como nota de muito relevo o desenvolvimento de algumas técnicas nos segredos das fechaduras e nestes os chamados de quatro e de duas entradas. Terá havido com certeza muita imaginação, que hoje se chamaria de investigação, mas nunca apoiada por suporte tecnológico.

“

**Não é fácil resumir 110 anos de história em meia dúzia de palavras. A Cifial viveu glórias e insucessos, como todas as empresas, mas o seu traço distintivo foi sempre a consistência com que se manteve à tona, apontando caminhos e perspectivando o futuro. Mas como em tudo na vida, a Cifial também teve um princípio. Dito de outra forma, é uma empresa orgulhosa do seu passado, confiante no presente e de olhos postos no que aí vem.**

”





## Um impulso de mudança

A necessidade de uma estratégia comercial mais agressiva, exigia que José Marques viajasse em acções comerciais para os países do Norte de África e para as então colónias, mercados que passaram a ter uma grande importância no desenvolvimento da empresa.

Em Angola e Moçambique, na sua primeira viagem, encontrou o seu amigo e ex-patrão, o Biscatão, que tinha sido o fundador da Cifial e que juntamente com o filho veio a ser agente para Angola dos produtos da empresa. Durante essa visita, José Marques teve um grande sucesso comercial e fez uma forte amizade com um vendedor alemão de nome Wandberg, da firma De Laporte de Wupertal, tendo aprendido imenso com as técnicas comerciais que este utilizava. Por cá havia dificuldades a superar. A empresa mantinha uma baixa preparação escolar dos seus trabalhadores, onde eram escassos os que tinham a quarta classe de escolaridade. Nessa altura estava em funcionamento o programa do Governo de educação de adultos, comprovando a grande dificuldade de recrutar trabalhadores com formação escolar.

O entusiasmo de José Marques pela indústria era evidente, mas também era notória a necessidade de colaboradores, o que veio a acontecer com a incorporação nos quadros da empresa do filho Nestor Marques, em 1954, que de uma forma evidente veio dar um impulso na modernização industrial e comercial da empresa.

A racionalização de processos produtivos, o estabelecimento de novos lay-outs, a elaboração de catálogos, a exploração de novos mercados e uma visão adequada do negócio tiveram em Nestor Marques um verdadeiro impulso para a mudança.

## Era uma vez na América

No final dos anos 60, quando terminou o condicionamento industrial então vigente, a Cifial adquiriu equipamento e tecnologia para a fundição injectada "Zamak", até então exclusivo de uma empresa concorrente. Uma nova etapa de modernização estava em marcha. A partir do início da década de 70 arrancou a introdução de uma nova engenharia na empresa, o recrutamento de quadros intermédios, provenientes das escolas industriais, e a aquisição de equipamento técnico espanhol, confirmando a empresa a sua vocação no fabrico e venda de ferragens para portas, fechaduras, puxadores, dobradiças, etc.

Foi também aqui que se deu o primeiro passo para a automatização da produção. Os contactos com clientes nos Estados Unidos da América, confirmaram as expectativas que se vinham prosseguindo, agora de forma menos tímida, e com mais confiança num mercado de maior dimensão e qualidade. Ajustou-se a produção e lutou-se para impressionar positivamente um novo cliente americano, através do desenvolvimento de uma fechadura com características inovadoras, que selaram um compromisso duradouro com esse cliente. A partir daí a empresa desinibiu-se e abalçou-se para outros produtos, iniciando definitivamente a conquista do mercado americano.



## A Casa Branca e o futuro

A associação à prestigiada marca americana Broadway Collection abriu novos horizontes à Cifial. Afinal, foi assim que se abriram as portas daquela que é talvez a moradia mais famosa do mundo, a Casa Branca. A residência do presidente dos Estados Unidos da América passava a abrir e a fechar torneiras pensadas em Rio Meão. Uma conquista enorme para uma empresa de um pequeno país. Mas não foi só. A residência de férias do habitualmente designado como o homem mais poderoso do mundo, Camp David, também se juntava ao portfólio da Cifial. Daí para a frente, já sob a liderança efectiva de Ludgero Marques, a empresa ganha músculo e transforma-se numa referência incontornável no panorama industrial português. Aperfeiçoaram-se tecnologias, recrutaram-se quadros altamente qualificados. Em 1998 é adquirido o departamento de torneiras da histórica fábrica Oliva, que seria instalada numa nova e moderna unidade, propositadamente construída para o efeito. A crise que no dealbar deste século se começou a fazer sentir, teve repercussões na Cifial. Foi preciso avançar com um processo de reestruturação para adaptar a empresa aos novos desafios. Não foi um processo sem dor, mas a verdade é que, 110 anos depois, a Cifial está aí, forte e confiante para um futuro risonho.



## Sabia que...



### C.I.F. a CIFIAL

O nome Yale era sinónimo de segurança quando se falava em fechaduras. A então C.I.F. produzia já produtos de grande qualidade, mas optou por criar uma associação fonética, que permitisse identificar as fechaduras portuguesas. Assim nasceu o nome Cifial.





# A Cifial é uma empresa reforçada e confiante no futuro

ponto do globo. Nessa altura estava fora de questão conseguir competir por preço. O que havia a fazer? “Racionalizar e definir de que modo era possível fazer a optimização dos nossos processos para estarmos à altura de encontrarmos um caminho diferente. Foi a tal reorganização em que deixamos de estar organizados industrialmente por produto. O grupo tinha três unidades de negócio, cada uma com a sua unidade industrial associada”, adianta Luísa Marques, frisando que “todas essas estruturas eram autónomas. Tivemos que pensar o que era possível fazer para aligeirar os custos associados a estas mega-estruturas. A ideia foi de que os processos não podiam ser orientados por produto. Unimos as tecnologias comuns para produzir produtos dos dois ramos de actividade - ferragens



moedas. Nem isso é compatível com a estrutura que temos”. É comum dizer-se que as pessoas são o melhor que as empresas têm.

Poder-se-á até considerar que hoje não faz sentido, que é necessário o outsourcing e aliviar as estruturas. Mas para estar ao nível da exigência dos clientes é preciso ter estas competências internas. No entender de Luísa Marques, “temos que saber fazer a interpretação daquilo que o cliente quer e dar resposta a isso. Trabalhamos com players que são referências mundiais, como nos Estados Unidos da América. Se lhes surge uma ideia, temos que ajudar a encontrar uma solução, em termos técnicos e de design. É um processo que não pode ser repartido ou perde-se o controlo”. E às vezes uma única referência pode demorar um ano a desenvolver. Isto exige uma contacto diário com o cliente. E esta é uma competência que distingue a Cifial. A empresa tem o conhecimento

As torneiras da Cifial tornaram-se famosas um pouco por todo o mundo, o mesmo mundo que em acelerada mudança colocou à prova o espírito de resiliência da empresa. A Comissão Executiva liderada por Luísa Marques, que conta ainda com Luís Rodrigues, Luís Marques e Tiago Bento, tem em mãos os destinos da Cifial e o desafio de a recolocar no lugar que sempre foi seu.

Após os abalos dos últimos anos, a Cifial voltou aos trilhos. Que empresa encontramos agora? “É uma empresa orgulhosamente industrial, que passou por várias vitórias e soube aprender muito com os seus insucessos”, diz a presidente da Comissão Executiva, frisando que “hoje sente-se preparada e reforçada para um futuro bastante promissor”.

Mesmo no passado mais recente, e depois de grandes dificuldades que obrigaram a uma profunda reestruturação ao nível organizacional e financeiro, a empresa manteve a

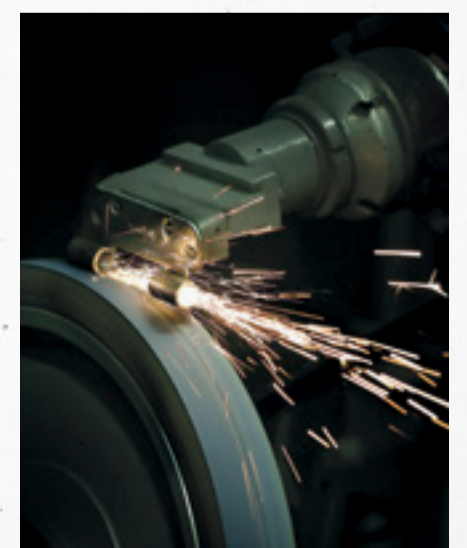
com Luísa Marques, “actualmente temos uma capacidade ímpar ao nível da investigação e desenvolvimento de produto. Fomos das primeiras empresas em Portugal, na área de torneiras e ferragens, a contratar designers. Já na década de 80 tínhamos a noção da importância desta área”. E esta é uma aposta contínua. “Corre no ADN da empresa essa aproximação ao design, mas para tudo poder ser sustentado e suportado há que ter uma base industrial fortíssima”, adianta Luísa Marques, lembrando que a Cifial “é especialista na área da fundição de latão. Temos todas as competências de transformação desse metal nobre e isso é um factor distintivo que nos afasta de muitos players e nos deixa bem posicionados para os desafios de futuro”.

A conjuntura económica adversa dos últimos anos também se fez sentir na Cifial, como bem salienta Luís Rodrigues. “Todas as crises nos fazem abanar, mas acho que a Cifial foi das primeiras empresas a sentir a crise em Portugal. Ao mesmo tempo, fomos dos primeiros a olhar para dentro e a perceber o que era preciso fazer. Iniciamos o nosso processo de reestruturação já em 2009 e isso fez-nos repensar o processo, a organização, e encontrar soluções para uma adaptação o mais rápida possível às mudanças do mercado”. E que caminhos de mudança foram seguidos para trazer a Cifial até ao 110º aniversário? A internacionalização era um facto importante desde a década de 70. A Cifial já não vive hoje sem uma forte presença nos mercados externos. Era claro que não mais ia ter volumes, grandes quantidades para clientes, porque em finais de 2008 há uma reorientação das agulhas dos clientes para outro

e torneiras. Fizemos três unidades onde se podem maquinar, lixar, polir e cromar, quer torneiras quer ferragens, ou seja, conseguimos uma optimização extraordinária quer ao nível de recursos humanos, de equipamentos, layouts, etc. Foi um ganho de eficiência muito grande”. A aposta na qualidade, em detrimento de uma luta desigual por preços baixos é o nicho de mercado que segurou e fez florescer de novo a Cifial.

Luís Marques considera que este era o único caminho, com o domínio de algumas tecnologias para conseguir uma evidente diferenciação. “Isto só é possível neste segmento de muita qualidade e valor acrescentado. Está fora de questão estar num segmento onde se trocam produtos por algumas

A Cifial orgulha-se desse património. Luísa Marques refere que é uma característica da Cifial ter sido sempre uma empresa-escola. Desenvolve os seus quadros e partilha o conhecimento. A empresa, sempre fez questão de criar condições para esse desenvolvimento. Para além disso, sustenta Luís Rodrigues, “temos uma necessidade constante de estar muito presentes junto das universidades e das entidades ligadas às pontes entre as empresas e as universidades. É fundamental estar sempre a acompanhar estes processos, e essa é mais uma marca distintiva da Cifial”. É que a Cifial comporta nas suas paredes todo o processo de produção. Desde o esquisso.



suficiente para validar se a solução é ou não viável em termos industriais. “Mantemo-nos competitivos com a



100 por cento uma competência industrial completamente vertical, não descuroou nenhum dos processos e tecnologias que tinha e hoje distingue-se no meio industrial. De acordo





dimensão certa, nem grandes, nem pequenos, Temos a dimensão perfeita para o mercado actual. E temos capacidade para aceder a requisitos especiais dos clientes. E isso é uma vantagem competitiva”, acrescenta Luís Rodrigues.

A verdade é que nos últimos anos, o mercado reduziu tanto que quando uma marca pretende desenvolver uma colecção, os níveis de colocação da mesma têm uma perspectiva muito menor. É difícil que uma grande estrutura aceda a esse desafio. A Cifial aceita ordens pequenas e médias e está disponível para customizar de acordo com os desejos do cliente. É um nicho de mercado muito exigente e estrategicamente é o lugar onde quer estar. A possibilidade de crescimento será, obrigatoriamente, assente noutra processo industrial, noutra estratégia. De momento, diz Luísa Marques, “a Cifial tem a estrutura certa e defendeu-se para isso”.

Como é óbvio, a velocidade a que o mundo se move obriga a que as empresas façam um esforço permanente de investimento tecnológico. Luísa Marques assegura que a Cifial tem conseguido interpretar essas necessidades e sempre que possível acompanha as exigências



tecnológicas. Foi pioneira, por exemplo, na instalação de uma máquina para o tratamento da superfície das peças, que lhes dá uma textura excepcional de resistência a vários factores. Avançou-se para este investimento como resposta a uma exigência dos clientes americanos. Isso também permitiu depois agarrar outras oportunidades no mercado e dar azo a uma investigação interna. Uma cadeia de ganhos.

Chegada aos 110 anos, a Cifial olha o futuro com determinação. O caminho tem tido os seus engulhos, mas o orgulho pela obra feita é notório.

Dos últimos anos, a Comissão Executiva guarda uma ideia de muito espírito de sacrifício, com uma dedicação enorme ao trabalho. O trabalho é feito por prazer. Só pode ser assim. Ao fim de tantos anos, tantos altos e baixos, tantos rochedos, a mudança só pode ter acontecido com muita dedicação. É por isso que há uma enorme confiança para agarrar os desafios do futuro.

# De Rio Meão para o mundo

Luís Marques é, na Cifial, o homem dos mercados. Não aqueles sem rosto de que se ouve falar nas notícias, mas sim daqueles bem identificados, onde a Cifial faz a sua história. O mais importante, e talvez o mais irónico, é o dos Estados Unidos da América. “É o maior mercado do mundo, o que mais facilmente se adapta às adversidades. É uma coisa que não temos nos outros países”, frisa Luís Marques, para quem a Europa é um continente antigo e algo enferrujado e demora muito na resposta aos problemas. Os americanos são pró-activos. Quando pressentem que algo está para acontecer começam logo à procura de formas de resolver o problema. Houve uma crise grave nos EUA, o subprime, que deu problemas a toda a gente, mas a verdade é que eles em dois anos deram a volta à questão. “É um mercado que está crescendo e vai manter-se assim”, acredita Luís Marques.

E que imagem acredita Luís Marques que os americanos têm da Cifial? “O passado da Cifial no país começa nos finais dos anos 70, com a marca Broadway. Esta prestigiada marca, referenciou a Cifial para a entrada em novos negócios. Neste momento, estamos bem implementados nos EUA e isso é uma garantia importante para a conquista de novas oportunidades.

Para os americanos é talvez a marca com a melhor relação qualidade/preço. Temos uma qualidade muito elevada a um preço muito razoável e com a dimensão ajustada à necessária customização exigida pelo cliente americano. É aí que podemos estar no mercado e alavancar o futuro. O facto de ser um produto português é valorizado. Afinal, eu estou no centro do mundo, onde se fazem as melhores torneiras do mundo. O centro do mundo é aqui Rio Meão”, atira com um sorriso.



Torneira da Linha Old Dominion fornecida para a Casa Branca

## A inovação como opção estratégica

A inovação e o design são processos que estão sempre na linha da frente quando se fala dos produtos Cifial. É o ponto de partida para o sucesso ou o fracasso. Luís Rodrigues é categórico quando afirma que, “a Cifial entende a inovação como uma opção estratégica no mercado, através da qualidade. Na Cifial fazemos uma aposta forte no design, algo que nos diferencia da concorrência. Somos vistos no mercado como a empresa neste sector com melhor value for money. É a nossa grande alavanca. Conseguimos ter qualidade e design a um preço competitivo”.

No entanto, a verdade é que todo este esforço de inovação sai caro. “Nem sempre é possível rentabilizar essa inovação, até porque em Portugal não há ninguém a fazer este produto com o tipo de encargos fixos que temos. O que tentamos fazer para os clientes que não são marca Cifial mas trabalham connosco, é tentar logo à partida acordar com o cliente um valor inicial como condição de arranque do processo, o que nos faz amortizar bastante o custo. Também aqui nos diferenciamos.

Esta colaboração que a Cifial tem com terceiros aporta um know-how muito grande. O trabalhar com estas marcas foi o nosso turning point. A empresa necessitou de se adaptar a uma nova forma de trabalhar porque os critérios de cada marca são muito diferentes dos da Cifial, mas esse foi um processo que a fez melhorar e a levou ao patamar onde agora está. Os clientes vêem a Cifial com confiança e credibilidade naquilo que faz”, referiu ainda Luís Rodrigues.





# O DESIGN COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE GESTÃO

## LIDERANÇA EM INOVAÇÃO DO DESIGN

Três pontos para gerir o design ou três pontos para guiar uma empresa centenária ao séc. 21?

- 1) DESIGN como uma "ferramenta" de posicionamento dos valores da empresa no mercado, na sociedade e nos anseios dos accionistas.
- 2) DESIGN como uma "lente" de análise das necessidades, sentimentos e comportamentos do consumidor.
- 3) DESIGN como um "processo" de construção de uma forte identidade corporativa através da formatação dos mercados, produtos, comunicação, ambientes e expectativas do cliente.

## O DESIGN PARA A MUDANÇA

A criação de um forte departamento interno de design, com ligações a Universidades e Institutos de Investigação, dinamizou fortemente a renovação da oferta em produtos da empresa e permitiu-lhe uma postura altamente pro-activa de intervenção no mercado.

A existência de uma pressão constante de desenvolvimento de novos produtos originais, sem descurar a análise e acompanhamento da concorrência, levou a que o time to market tenha vindo a diminuir continuamente.

## EXCELÊNCIA NA COORDENAÇÃO DO DESIGN

A colocação do Departamento de Design na dependência directa da Administração permitiu aumentar a sua operacionalidade, tirando partido da maior rapidez com que este é capaz de detectar e reagir às evoluções do mercado.

O Design pode, assim, participar de uma forma mais activa na definição das estratégias globais de produto e imagem coordenada da empresa. Os vectores Design de Comunicação e Design de Ambientes nos espaços em Feiras e Clientes são aplicados de forma concertada, construindo-se uma identidade forte que se reflecte no valor percebido dos produtos.

## DESEMPENHO ESTRATÉGICO

A utilização do Design é, para a CIFIAL, um dos principais vectores de mudança da organização que lhe tem permitido atingir os seus objectivos estratégicos.

Em tempos de grandes dificuldades económicas decorrentes da concorrência das economias emergentes, o design funciona como motor e porta-voz da mudança interna promovida para dar resposta aos desafios do mercado e da globalização.

Depois de iniciada a nova estruturação da empresa, a consolidação da nova imagem está conseguida e a renovação de gamas de produto está em franco desenvolvimento.

Os próximos seis meses permitirão fechar este ciclo com a conclusão da renovação dos suportes on-line, agora abordados numa perspectiva global para todas as filiais, e a conclusão da substituição de todos os produtos em fim de vida.



Finalista Japan 2009



Finalista Prémio Design Alemanha 2004



Finalista Prémio iF Alemanha 2004



Selo CTT Torneira Panda Portugal 2003



Prémio Reddot Essen, Alemanha 2002



Prémio Good Design Chicago, EUA 2002

DESIGN PLUS

Prémio Design Plus Frankfurt, Alemanha 2001



THE CHICAGO ATHENAEUM  
The Museum of Architecture and Design

"The Panda Single Lever Tap was selected by the Museum curators to be included in the GOOD DESIGN 1998 Exhibition and the Museum's Permanent Design Collection."

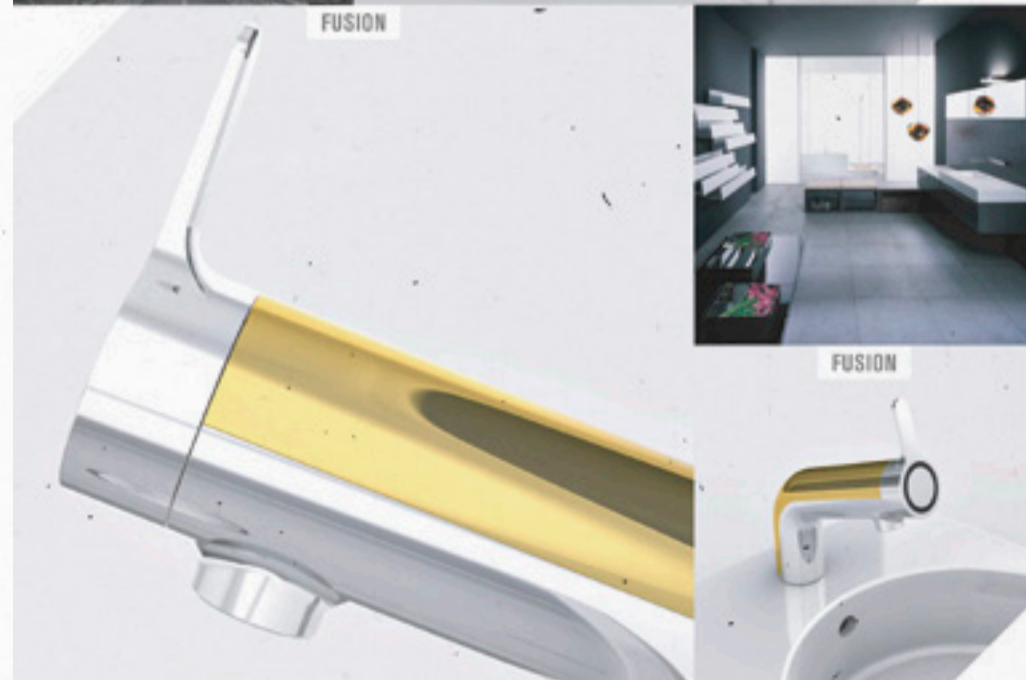
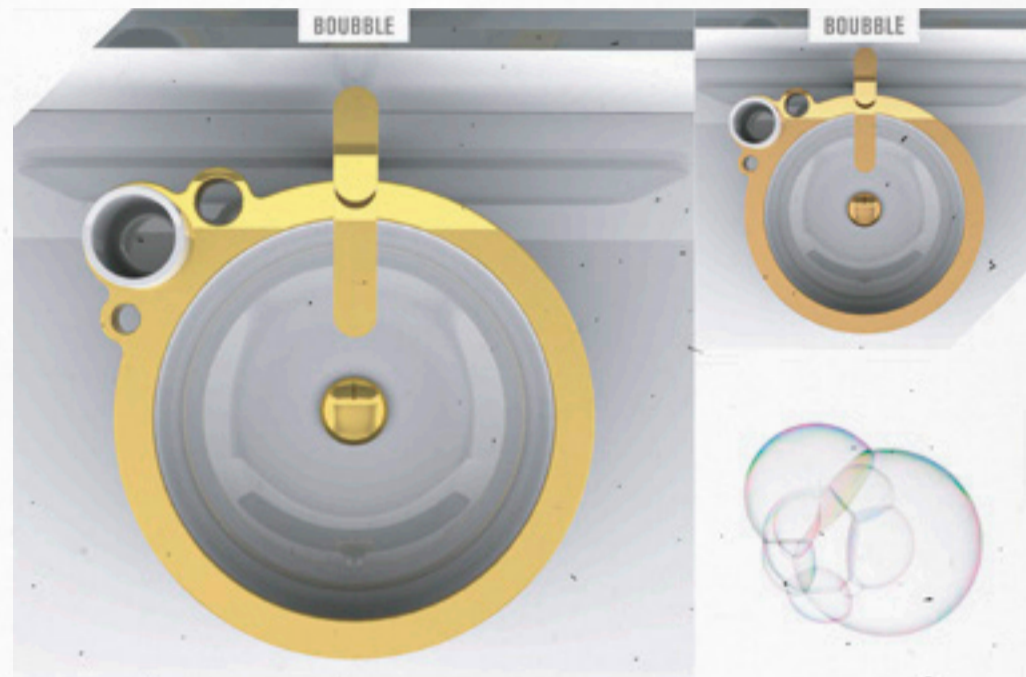
*Leonard M. Kleinicki*

Leonard M. Kleinicki / Design Center



Finalista do Prémio Europeu de Design 1997

# CIFIAL DESIGN





# IS A FORWARD THINKING







Nós





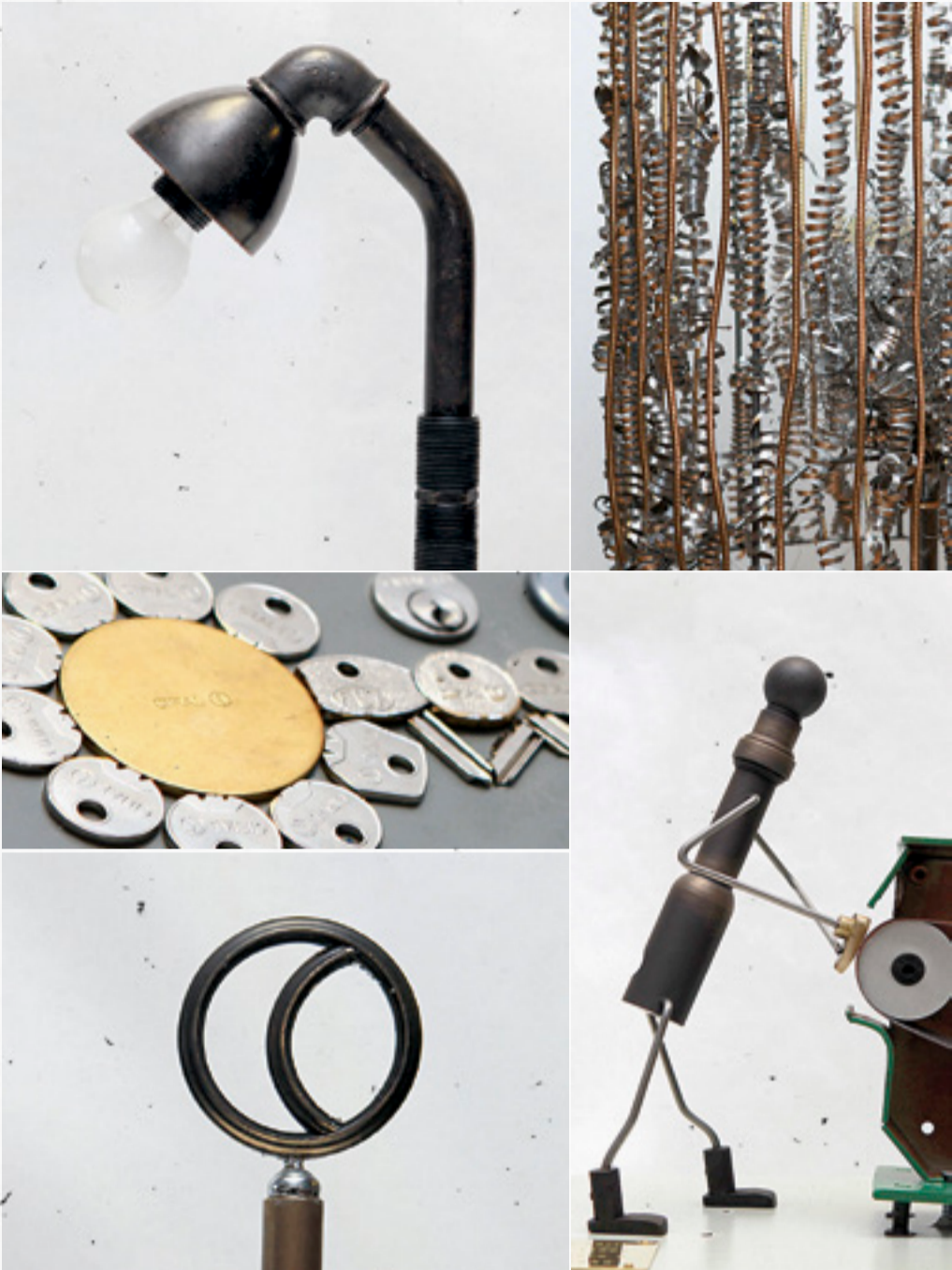
CIFIAL



1904  
2014

somos a Cifial





“Quando vou fazer um negócio, não o faço com o intuito de obter um lucro. Faço-o como um desafio ou uma disputa com outros que pretendem vender o que eu vendo. E o meu maior prazer é ganhar o desafio e ser recompensado pela vitória final, recebendo um prémio que outros chamam de lucro.” - José Marques

## Desafio à criatividade

O envolvimento dos colaboradores da Cifial na vida da empresa sempre foi uma realidade. O estímulo à criatividade e à vontade de superação tem merecido uma resposta entusiasta, motivando a família Cifial de forma extraordinária. À celebração destes 110 anos, não podiam faltar os recursos humanos e o desafio não podia ser mais original: a apresentação de uma criação artística, utilizando para o efeito produtos, materiais, monos ou resíduos existentes na Cifial. A resposta ultrapassou todas as expectativas, com os premiados a verem recompensada a imaginação e tempo despendido. Esta foi mais uma demonstração da força da Cifial, onde o espírito de equipa e a criatividade se assumem como as forças motrizes do sucesso.



## Perpetuar um legado

A história da Cifial é rica em momentos e realizações, que constituem motivo de orgulho para uma empresa. O núcleo museológico de que dispomos é o repositório de um caminho com mais de um século de trabalho árduo, repleto de sucessos marcantes. Denominado Sala Museu José Marques, o grande impulsionador da Cifial, pretende assumir-se como uma âncora do projecto de Turismo Industrial que já envolve outras unidades industriais da região, mostrando de forma simples, mas assertiva, um percurso ímpar neste sector em Portugal. Esta é uma forma de perpetuar no futuro aquilo que fizemos ao longo de 110 anos, mas sempre com os olhos postos nos desafios que temos pela frente. Até que este museu seja pequeno demais para as nossas conquistas.

# sala museu jose marques

