



Perante a filosofia de “reparar em primeiro lugar”, a Carglass veio para Portugal com o propósito de oferecer uma solução que os clientes até à altura ainda não conheciam. Se, numa outra época, este mercado estava concentrado nos concessionários, hoje, através de relações sólidas com as principais seguradoras, a Carglass consegue proporcionar vínculos de proximidade muito fortes. “Percebemos que havia um espaço que ainda não tinha sido ocupado e apresentámos soluções inexistentes em Portugal, como foi o caso da reparação do vidro”, explica.

Apesar de a Carglass completar, este ano, 29 aniversários em Portugal, convém realçar que esta foi uma jornada que começou muito antes noutros locais. Atualmente, a sua imagem já está visível em 34 países e a sua gradual consolidação permitiu-lhe evoluir não só na componente técnica, “porque o Grupo tem um centro dedicado à investigação e desenvolvimento – a Belron Technical, que aperfeiçoa conhecimentos, produtos e ferramentas para ajudar a melhorar a produtividade e a segurança dos técnicos, sem causar danos aos carros”; como também na vertente da qualidade, já que, como diz, “os nossos colaboradores não são incentivados para fazer mais serviço. Eles são motivados pela satisfação ao cliente”.

Este negócio aponta o “customer love” como uma das principais métricas na avaliação do sucesso da empresa e, para melhor conhecer as expectativas de todos aqueles que recorrem aos seus serviços, a Carglass auxilia-se do NPS (Net Promoter Score) e, conforme realça, “neste segmento em que atuamos somos aqueles que possuem o NPS mais elevado a nível mundial. Para nós, é essencial termos o feedback do cliente porque é a única forma de melhorarmos”.

EVOLUÇÃO DO VIDRO

A segurança é, igualmente, um dos pontos importantes no capítulo automóvel, pois se outrora as técnicas utilizadas na substituição do vidro eram rudimentares, “podendo causar danos no exterior e interior do carro”; neste momento, para a substituição de um pára-brisas danificado por outro com a mesma qualidade do original, utilizam ferramentas exclusivas como o Ezi-wire, que “evita danos de carroçaria”. Esta facilidade em investir nos processos de substituição e reparação do vidro faz com que a Carglass se adapte

Apesar de a Carglass ter iniciado o seu trajeto em Portugal em 1989, a verdade é que o seu legado começou há mais de cem anos, na África do Sul. Hoje, Jorge Muñoz Cardoso apresenta-nos a empresa, que faz parte do Grupo Belron, e a forma como pretende evoluir.

Queremos fazer a diferença
na vida das pessoas



CARGLASS
MIBOS PARA VITURAS



CARGLASS
MIBOS PARA VITURAS



CARGLASS
MIBOS PARA VITURAS



CARGLASS
MIBOS PARA VITURAS

facilmente às possíveis vicissitudes do mercado. “Estamos constantemente a evoluir. Queremos fazer a diferença na vida das pessoas ao resolver os seus problemas com preocupação”, sublinha.

Estas soluções estão conectadas a um conjunto de detalhes, não fosse afinal o vidro assumir uma responsabilidade direta na segurança ativa e passiva do veículo. Antigamente, o vidro era apenas montado e apresentado no automóvel como se fosse uma parte independente do mesmo. Nos últimos anos, a imagem que temos sobre esse “espelho” mudou drasticamente, pois passou a desempenhar uma função estrutural. Muita desta mudança deu-se por fruto da evolução dos automóveis, que por razões estéticas e de segurança, alteraram a sua área envidraçada. “Muita gente desconhece que o vidro é uma das partes principais na estrutura do automóvel, mas quando os carros estão a ser produzidos, o vidro é essencial para minimizar o impacto de um

PORTUGAL: UM PAÍS MADURO

Como em todos os outros setores, o ramo automóvel guia-se por tendências. Jorge Muñoz Cardoso, em retrospectiva sobre o que já foi feito, percebe que “o cliente português já está educado para o especialista do vidro”. Claro que esta notoriedade só é possível através do know how que a marca foi conquistando ao longo do tempo e dos elos de proximidade que cultivou junto do cliente. E, neste ponto, o nosso entrevistado faz-nos um balanço: “Há cinco anos, tínhamos 25 agências espalhadas pelo país (essencialmente concentradas no litoral); hoje temos 67 espaços (espalhados pelo litoral e interior)”.

Pioneira no tipo de serviços que oferece, a Carglass sempre soube qual era o lugar que queria ocupar e hoje é junto das seguradoras que encontra os melhores parceiros: “Somos o único player do mercado



acidente”, esclarece o nosso interlocutor.

Tradicionalmente, os vidros aplicados nos automóveis cumpriam apenas a função de isolamento do habitáculo; atualmente, as marcas procuram também equipar os seus veículos com os mais avançados sistemas de assistência à condução: “Nos últimos anos, tem havido uma evolução muito grande”, refere. Desde o vidro laminado, até à tecnologia ADAS (Sistema Avançado de Apoio à Condução), “que é muito importante para a segurança dos passageiros”, passando também pelos que são produzidos para reduzir o peso do veículo automóvel, até o vidro que escurece, várias são as opções para os que querem circular com conforto. O facto de a Carglass utilizar vidro fabricado de acordo com o padrão OEM (Fabricante de Equipamento Original) também garante que a qualidade dos vidros utilizados nas substituições seja igual à dos vidros originais.

que trabalha com 100% das seguradoras e isso também fez com que mudássemos o nosso posicionamento, porque a Carglass não é uma mera empresa de vidros, mas sim uma empresa que está aqui para resolver os problemas dos seus clientes”.

Portugal torna-se, portanto, um local estimulante para a presença do Grupo Belron, e não será por acaso que a Carglass tenha conseguido, em apenas cinco anos, crescer mais de 70% o seu volume de vendas. Este progresso não passa somente pela expansão de agências, mas também pelas 270 pessoas que integram a equipa – pela oportunidade que elas têm de aprender, melhorar e desenvolver soft skills.

Perante estas ações de proximidade e ainda em consequência das tendências perspetivadas para o mercado dos seguros, Jorge Muñoz Cardoso diz não saber “o que o futuro reserva para a Carglass, mas garantidamente qu será risonho e de crescimento”.