



15 years of milestones and reinventions

In a world which knows so much diversity, it is more and more difficult to make a difference. With Cidália Campos (owner of DecorPrincesa), however, we can see that it is possible to preserve one's uniqueness and prosper at the same time.

In order for that to happen, Cidália Campos had strong family support and today she goes back to those memories to show her journey: "I came from a very small village in the county of Alcoutim. It was a place where there was nothing, so while I was there I only had access to the fourth grade. Then, I went to work in the countryside and later, I moved to a restaurant in Faro. Through this change, I saw what surrounded me and understood the need to progress in my studies". Before creating her own business in Almancil, the entrepreneur went through activities in the construction industry and also had the opportunity to work with the architect Vasco Vieira.

With these experiences and a degree in Corporate Marketing, Cidália Campos notices that she takes the lead in a mainly masculine field and, in this labour that gives "preference to men, to the detriment of women", she recognizes the importance of human relationships. Thus, the connection she establishes with her team, customers and suppliers has a very positive impact on everything she does. This year, DecorPrincesa has turned 15 years old and supplies a customized experience in the field of bathroom materials and accessories (bathtubs, washbasins, towel rails, floors, coatings, among many others).

Although her core business has always been the commerce of luxury materials, the professional has a partner that assembles and installs each product. This allows her to provide a

complete service which suits the style of every person: "We do not want make the difference based on price, but on quality and the way we communicate with people". Within this dynamic, she distinguishes three types of customers: "the premium", which chooses brands such as Bisazza or Porcelanosa; "the investor", who buys with great prudence; and "the resident" who seeks comfort and chooses each product on his own.

Obviously, DecorPrincesa is aware of the market and in some cases also relies on an outsourcing arrangement, involving an architect who develops alternatives for the washroom environment. In the future, it wishes to evolve even more in that direction and this implies not only a careful exhibition of the products, but also the possibility of benefiting from 3D technology. Therefore, the service, which has already shown signs of high quality, can still grow with increasing expertise.



15 anos de conquistas e reinvenções

Para que tal acontecesse, Cidália Campos teve um forte suporte familiar e hoje recorre às memórias para nos mostrar o seu trajeto: "Vim de uma terra muito pequena do concelho de Alcoutim. Era um meio onde não havia nada, por isso enquanto lá estive só tive acesso à quarta classe. Depois fui trabalhar para o campo e, mais tarde, mudei-me para um restaurante, em Faro. Nessa mudança, vi o que me rodeava e senti a necessidade de progredir nos estudos". Antes de criar o seu negócio, em Almancil, a empresária passou por atividades ligadas à construção e teve, inclusive, oportunidade de trabalhar com o arquiteto Vasco Vieira.

Com essas experiências e uma licenciatura em Marketing Empresarial, Cidália Campos percebe que lidera uma área predominantemente masculina e, nesse ambiente que dá "preferência ao homem, em detrimento da mulher", reconhece a importância das relações humanas. Os vínculos que constrói junto da sua equipa, clientes e fornecedores produzem um impacto muito positivo sobre tudo o que faz. Este ano, a DecorPrincesa completa 15 anos e oferece uma experiência personalizada no domínio dos materiais e acessórios para casas de banho (banheiras,

lavatórios, toalheiros, pavimentos, revestimentos, entre muitos outros).

Embora o seu core business tenha sido sempre a comercialização de materiais de luxo, Cidália Campos possui um parceiro que trata da montagem e instalação de todos os produtos. Isso permite proporcionar um serviço completo, que se ajusta ao estilo de cada um: "Não nos queremos distinguir pelo preço, mas sim pela qualidade e pela forma como comunicamos com as pessoas". Nesta dinâmica, distingue três tipos de clientes: "o premium", que escolhe marcas como Bisazza ou Porcelanosa; "o investidor", que compra com grande ponderação; e "o residente", que procura o conforto e escolhe individualmente os seus artigos.

Obviamente, a DecorPrincesa está atenta ao mercado e nalguns casos recorre ainda ao regime de outsourcing, no qual conta com uma arquiteta que desenvolve alternativas para o ambiente da casa de banho. No futuro, quer evoluir ainda mais nesse sentido e isso implica não só uma exposição cuidada dos produtos, mas também a possibilidade de vir a beneficiar da tecnologia 3D para que este serviço, que já deu sinais de alta qualidade, possa ainda crescer com maior especialização.



Decorprincesa - Materiais de Construção e Decoração Unipessoal Lda
Estrada Nacional 125 Pereiras de Cima • 8135-022 ALMANCIL
Tel.: 289 395 752 / 919 092 443 / 289 395 752

www.decorprincesa.com
decorprincesa@sapo.pt

