

# “Não há tectos” promete surpresas sem limites

O projecto nasceu em 2008, no grande Porto, e começa agora a estender-se ao território nacional. A expansão para Espanha e Inglaterra também está nos horizontes da empresa fundada por uma engenheira civil



© Lars Christensen - Fotolia.com

Fátima Valente

/// fvalente@publituris.workmedia.pt

Chama-se “Não há tectos” e é a mais nova empresa de experiências no mercado. Tem sede no Grande Porto, em Leça da Palmeira, mas curiosamente, a maior parte dos clientes é da região de Lisboa. “Talvez pelo facto de as pessoas já conhecerem o conceito e sentirem confiança”, justifica Sónia Gomes, engenheira civil de formação e mentora do projecto. Sem qualquer ligação ao turismo, Sónia Gomes decide criar a empresa por motivos pessoais. Mãe de dois filhos, a responsável queria uma maior flexibilidade de horários e como sempre gostou de fazer surpresas e dar presentes especiais, juntou o útil ao agradável e fundou a “Não há tectos” em Abril de 2008. O primeiro passo foi estabelecer contactos com os fornecedores, através de

uma “selecção criteriosa dos parceiros”. Sónia Gomes aproveitou ainda os conhecimentos do mundo da construção para criar alguns pacotes de experiências. “Um pouco inspirados no “Querido mudei a casa”, criámos a experiência “Há obras”, conta, explicando que a proposta consiste numa “pequena intervenção surpresa na casa de alguém, em colaboração com quem oferece a surpresa”. É nessa linha que a responsável, adepta confessa de “a vida é bela”, demarca a “Não há tectos” de outras empresas de experiências já com provas dadas no mercado. Além desta inovação, e das experiências mais comuns no turismo, como os hotéis e Spas, ainda no campo do turismo, a “Não há tectos” foi pioneira ao estabele-

## A empresa quer ter pontos de venda física e estreitar o relacionamento com o trade

cer uma parceria com o Autódromo do Algarve para a realização da “Táxi Experience”. O pacote incide no aluguer do carro e piloto profissional do Autódromo, pois “só assim se consegue tirar a máxima performance do carro e tirar o máximo partido do circuito”. A condução de um Ferrari no Autódromo do Algarve é, curiosamente, uma das três experiências mais vendidas na “Não há tectos”, a par dos voos acrobáticos, bastante procurados pelos clientes de Lisboa, e do pacote “Spa para dois com alojamento”.

Quanto aos segmentos de mercado em que opera, Sónia Gomes salienta que as “experiências da “Não há tectos” podem ser adaptadas a empresas, com acções de team building e prémios e incentivos para os colaboradores”, e que também são para grupos, além de estarem à altura das ocasiões especiais como “despedidas de solteiro ou festas de aniversário”. Uma das experiências de aniversário para crianças tem como cenário um barco à vela e o jogo da caça ao tesouro, revela: “É interessante porque além do aspecto lúdico, do bolo de aniversário e do lanche, as crianças têm um primeiro contacto com o mundo do desporto”.

## MADEIRA EM 2010

A funcionar com uma equipa de

seis pessoas, por enquanto a empresa vende apenas através do site ([www.naohatectos.com](http://www.naohatectos.com)), mas o objectivo é chegar aos centros comerciais até ao Natal. “Actualmente conseguimos dar um acompanhamento completo, desde as reservas no parceiro para a experiência em causa, até à concretização dos pedidos especiais dos clientes. Mas queremos ter um ponto de venda física”, declara Sónia Gomes, antecipando que está em aberto se será só no Porto ou se vão entrar também em Lisboa ainda este ano. A responsável da “Não há tectos” diz ainda estar em negociações com operadores e agentes para desenvolver pacotes com um valor definido. “Os dois veículos de venda – loja e trade – são importantes. Temos de agarrar as oportunidades”, acrescenta.

Quanto às vendas em 2009, Sónia Gomes prefere não avançar cenários: “Fizemos uma travessia no deserto.

O site ficou pronto em Julho deste ano e primeiro desenvolvemos as parcerias para depois passarmos à produção de conteúdos”. O próximo passo é a extensão da actividade à Madeira, talvez em Janeiro/ Fevereiro de 2010, onde já estabeleceram contacto com empresas de animação turística, com programas de mergulho, passeios de barco, etc. A seguir virá a internacionalização, a começar por Espanha, e mais tarde Inglaterra. “Espanha é um passo natural pela proximidade. Já temos vários contactos na Galiza, nomeadamente com empresas na área do parapente.

E Inglaterra surge também naturalmente porque muitas experiências têm origem lá. Uma das que estaríamos interessados em contratar seria a condução de Fórmula 1, por exemplo”. ■

# Kuoni reestrutura grupo

Adaptar a estrutura ao serviço e ao cliente e reduzir custos é o plano de reestruturação que o grupo Kuoni está a desenvolver. Iniciado no princípio deste ano, este processo permite que o grupo crie duas regiões de mercado (Norte e Sul) e uma outra vocacionada para Contratação e

Produto. Enquanto isso, o departamento de Destinos manter-se-á na divisão global. Em comunicado da empresa é explicado que este novo modelo de organização vai “estar focado no marketing e vendas, e na eficiência da contratação e produto, de modo a conseguir-se uma

redução substancial de custos”. Assim, a região Norte incluirá os mercados da Grã-Bretanha, Suécia, Noruega, Dinamarca, Benelux e Rússia, além de companhia Novair e de um complexo de férias. A Sul serão tratados os mercados suíço, francês, italiano, espanhol e outros países asiáti-

cos. É ainda através deste novo modelo que o grupo assiste a alterações no corpo administrativo, com Leif Vase Larsen e Stefan Leser a dirigirem os mercados Norte e Sul, respectivamente; e com Rolf Schafroth a acumular funções de director de Contratação e Produto com a

actual função de responsável pelo departamento de Destinos. Estes três profissionais responderão ao CEO, Peter Rothwell, e ao CFO Max Katz.

Recorde-se que no primeiro semestre deste ano, a Kuoni anunciava uma quebra de 21% no seu volume de negócios, tendo procedido a algumas alterações no funcionamento da empresa, nomeadamente ao corte de horas de trabalho de forma a evitar despedimentos. ■ LC