

CODIL - COSTA & DIAS, LDA.



Costa & Dias



"...a Codil pretende continuar a apostar nos mercados onde já tem uma posição estável e concentrar esforços no mercado europeu ..."

01.

A CODIL é uma empresa de referência no mercado ao nível da injeção e comercialização de utilidades domésticas em plástico. O que a distingue para que seja o melhor parceiro de uma empresa?

Estamos no mercado há mais de 35 anos, passámos por muitas mudanças e adaptações para podermos continuar competitivos tanto na comercialização de utilidades domésticas em plástico com a nossa própria marca, como para continuar a satisfazer os nossos clientes das restantes áreas de negócios. Rapidamente percebemos que para responder às exigências do mercado e atingir um nível confortável de qualidade, produtividade e rentabilidade, seria necessário investir na inovação e na modernização, não apenas em termos

de tecnologia, mas também ao nível da formação dos recursos humanos e dos métodos de trabalho.

Neste momento, podemos afirmar que a Codil oferece um leque alargado de competências e capacidades industriais, desde um departamento focado na investigação e desenvolvimento de produto, à robótica e automação, bem como ao domínio de processos inovadores como o IML (in-mould labelling) e IMD (in-mould decoration).

02.

Como se posiciona a CODIL ao nível da indústria 4.0?

Estamos atentos a esta nova "revolução industrial", no entanto a globalização dos mercados e a consequente concorrência, foi sempre encarada como uma força para a modernização tecnológica da empresa, reforçando a sua produtividade e competitividade ao longo dos tempos.

03.

Tendo a CODIL assumido a internacionalização como uma estratégia a seguir, que balanço faz e quais são os seus principais mercados e parceiros internacionais? Quais os novos mercados que pretende apostar?

A Codil posiciona-se como uma empresa global e a prova disso é que a exportação reflete 60% do nosso volume total de negócios.

Exportamos para os cinco continentes, sendo África o continente com maior volume transacionado, estando presente em mais de 20 países. No caso concreto de Moçambique, a Codil abriu uma filial por forma a conseguir dar resposta e facilitar a comunicação com os seus clientes.

Há 15 anos a Codil iniciou uma operação em Cuba, na altura uma aposta estratégica com o objetivo de dar a conhecer a marca e a empresa em todas as suas áreas de negócio. Neste momento, a Codil é já uma empresa com notoriedade e expressão no que respeita acessoria técnica e fornecimento de equipamentos.

Nos últimos 5 anos direcionamos esforços para o Médio Oriente, onde já temos uma quota de mercado bastante interessante na área das utilidades domésticas em plástico.

Nos próximos anos, a Codil pretende continuar a apostar nos mercados onde já tem uma posição estável e concentrar esforços no mercado europeu, sendo que este é também um mercado bastante exigente e com características muito próprias, no entanto estamos determinados a conquistar uma posição de relevância e destaque.

04.

A CODIL participou na edição de 2016 da FIHAV (Feira Internacional de Havana), missão empresarial organizada pela AIDA. Qual o balanço que faz da presença na FIHAV?

Como já foi referido, a Codil tem uma forte ligação com Cuba e o balanço da FIHAV só poderia ser positivo. Este tipo de missões empresariais são fundamentais para o sucesso das empresas portuguesas que aspiram pela sua internacionalização e crescimento.

05.

No seu entendimento qual o papel que as associações industriais deverão ter no âmbito da internacionalização e dinamização da economia da região?

Sente-se que nos últimos anos as associações industriais com quem a Codil coopera estão muito mais ativas e dinâmicas.

Todas as ajudas são bem-vindas e o caminho é definitivamente este, apoiar o tecido empresarial das PME. As pontes que as associações empresariais estabelecem são fundamentais, principalmente quando existem barreiras culturais e políticas.

06.

Na sua opinião quais os maiores desafios que o tecido empresarial português irá enfrentar no futuro?

A carga fiscal em Portugal continua a ter um peso muito grande na industria nacional.

A maior concorrência da Codil em todo o mundo vem dos países asiáticos, embora sejam produtos de qualidade inferior, mais recentemente surgiu a Turquia, com produtos com uma boa relação qualidade/preço.

Concorrer com países com governos que apoiam, incentivam e investem nas empresas produtoras e exportadoras torna-se cada vez mais uma tarefa árdua e determinante para quem resiste.

O maior desafio futuro do tecido empresarial português poderá ser "convencer" os jovens empreendedores que Portugal é um país com futuro, capaz de satisfazer as suas expectativas.

“Exportamos para os cinco continentes, sendo Africa o continente com maior volume transacionado, estando presente em mais de 20 países.”

07.

Recentemente tem-se assistido a um esforço por parte da sociedade em sensibilizar o tecido empresarial para a implementação de acções com vista a uma crescente utilização das práticas de responsabilidade social das empresas. Nesse sentido de que forma a responsabilidade social se materializa na CODIL?

A Codil apoia de forma discreta e sem pretensão várias associações locais e não só. O que agora chamam de “responsabilidade social” já a Codil pratica há vários anos. Não se trata de “semear para depois colher” mas sim de uma premissa desde sempre desenvolvida por esta empresa de cariz familiar.

08.

A CODIL é parceiro oficial da Re-food como surgiu esta parceria?

A Re-food tem necessidades específicas em termos de acondicionamento e transporte de bens alimentares, como a Codil produz embalagens próprias para esse efeito, criamos esta parceria que tem sido um sucesso por ajudar tantas pessoas.

Assim, desde o início de 2015 que a Codil tem o orgulho de pertencer a este movimento, fornecendo desde caixas alimentares (produzidas com matérias primas próprias para contacto com os alimentos) como cestos para transporte. Ainda em 2015, a Codil teve a honra de receber a visita de Hunter Halder, fundador deste projeto.

09.

Na qualidade de empresário/gestor, considera que a Responsabilidade Social Empresarial deverá ser considerada como um factor estrategicamente relevante na gestão das empresas?

O sucesso de uma empresa não se baseia somente na análise dos balanços e nos resultados, mas sim na preocupação com os colaboradores, com o seu meio social, com o futuro. A responsabilidade social empresarial não deve ser usada como promoção, deve ser um ato voluntário e altruísta.

10.

O que podemos esperar da CODIL num futuro próximo?

Da Codil poderão continuar a contar com profissionalismo, seriedade, responsabilidade, ambição e garra. Expandir de forma sustentada e estruturada as diferentes áreas de negócio, assente em pilares como trabalho de equipa, compromisso, qualidade e inovação, sempre com o objetivo de superar as expectativas dos seus clientes e parceiros de negócio. ■

