



MALO CLINIC

Sucesso no mercado tailandês

A presença da MALO CLINIC na Tailândia resulta de uma parceria com o grupo tailandês Smile Republic Group, iniciada em fevereiro de 2016. A empresa portuguesa reconhecida internacionalmente pelas soluções inovadoras que desenvolveu no campo da medicina dentária, designadamente a nível da implantologia, está presente em seis continentes, surgindo a Tailândia como uma aposta estratégica pelo seu posicionamento geográfico e consequente proximidade a mercados de grande potencial para a internacionalização da MALO CLINIC.

Reconhecida internacionalmente pela sua dimensão no campo da medicina dentária, a MALO CLINIC tem o seu *core business* na implantologia. Foi nessa área que, para encontrar uma solução para os desdentados totais, problema que afeta uma percentagem significativa da população mundial, o seu presidente e fundador,

Paulo Malo, desenvolveu uma solução inovadora: o MALO CLINIC Protocol, constituído por um protocolo cirúrgico (All-on-4®), um protocolo próstético (MALO CLINIC Bridge) e um protocolo de manutenção. Esta solução tornou possível a reabilitação de desdentados totais num só dia e sem necessidade de enxerto ósseo, através da coloca-

ção de apenas quatro implantes de titânio em cada maxilar.

A notoriedade e a credibilidade adquiridas pela MALO CLINIC ao longo dos seus mais de 20 anos de existência contribuíram para um bem-sucedido processo de internacionalização da marca no Sudoeste Asiático. O enorme êxito alcançado na China, onde tem 19 clínicas, no Japão (duas clínicas) e na Austrália (cinco clínicas) levou a um crescente interesse no estabelecimento de parcerias estratégicas com a MALO CLINIC por parte de muitos dos principais grupos do setor da saúde baseados naquela região do globo.

Um deles foi o Smile Republic Group, operador de referência na área da saúde dentária na Tailândia e detentor de oito clínicas, com quem a MALO CLINIC estabeleceu uma *joint-venture*, de forma a disponibilizar neste mercado o MALO CLINIC Protocol e outras técnicas e práticas de relevo desenvolvidas e implementadas pelo MALO CLINIC a nível mundial.

Esta parceria foi iniciada em fevereiro de 2016 e, desde essa data, a MALO CLINIC tem cooperado ativamente com o Smile Republic Group, assegurando o melhor tratamento para os pacientes, com enfoque permanente na excelência dos serviços médicos prestados e no atendimento diferenciado.

De acordo com a MALO CLINIC, a aposta neste mercado prende-se com o facto de a Tailândia ser, atualmente, o epicentro estratégico do Sudeste Asiático, alcançando países como Myanmar, Camboja, Malásia, Singapura e Vietname. Esta posição geográfica é reforçada pela proximidade às potências económicas da região: Índia, China e Austrália.

A Tailândia está entre os dez países mais dinâmicos daquela zona do planeta, com planos de investimento consideráveis para os próximos anos, nos quais os cuidados de saúde serão um dos setores contemplados.



PAULO MALO E BOB WONGTIRAPORN

Ao nível do setor da medicina dentária, a Tailândia é também um dos principais destinos do turismo de saúde na região. Um dos principais catalisadores de crescimento nessa área ao longo dos últimos anos tem sido o binómio preço versus qualidade do tratamento.

“Este panorama justifica a presença de uma marca de dimensão mundial como a nossa que, com a sua reconhecida qualidade, disponibiliza a todos os pacientes serviços médicos de excelência, assegurando tratamentos a um preço competitivo face aos praticados nos países de origem”, refere a MALO CLINIC.

No que respeita à abordagem ao mercado tailandês, a MALO CLINIC aponta que uma das grandes vantagens diz respeito *“à cultura tailandesa e, em particular, à simpatia e empatia na-*

tural que os tailandeses demonstram. Contudo, trata-se de um povo que recebe a mudança, necessitando de algum tempo para se adaptar a novas realidades e procedimentos.”

Presente nos seis continentes, a MALO CLINIC é hoje apontada como uma referência mundial na medicina dentária, destacando-se pela elevada qualidade do seu corpo clínico, pela quantidade e complexidade dos casos clínicos realizados e pela sua relevância no turismo médico. A vertente da formação é outra das grandes apostas da MALO CLINIC, com mais de dez mil profissionais formados nos diversos centros educacionais. A solidariedade social foi desde sempre uma preocupação bem patente no relacionamento com as comunidades em que a MALO CLINIC se insere. ●

www.maloclinics.com



PASSION4WINE

Vinhos únicos num mercado com muito potencial

Vinhos únicos e com uma interessante relação qualidade-preço podem marcar a diferença num mercado com o potencial que a Tailândia apresenta. A Passion4Wines tem vindo a abrir o caminho nesse sentido, colocando e promovendo, através da realização de várias ações, vinhos de todas as regiões do nosso país. Ana Isabel Miranda, sócio-gerente da empresa, relata, na primeira pessoa, a experiência e as expectativas da P4W no mercado tailandês.

“A Passion4Wine, Portuguese Wines, Lda. é uma pequena empresa portuguesa dedicada ao comércio de vinhos exclusivamente portugueses nos mercados asiáticos. Com produtores cuidadosamente selecionados de entre todas as regiões do país, a empresa fundada em 2013 é constituída por três sócios.

O nosso principal objetivo é dar a conhecer os vinhos portugueses além-fronteiras, dando oportunidades de expansão aos pequenos produtores com pouca capacidade de exportação. A escolha