



ENTREVISTA



“Já estamos em negociação para aumentar o portefólio de empresas no grupo”

Na sequência da aquisição do Grupo Markttest pelo grupo suíço Ufenau, quisemos saber o que mudou na estrutura da empresa de estudos de mercado e quais os planos para o futuro. José Manuel Oliveira mantém-se como CEO e explicou ao M&P em que consiste o novo grupo Minerva Insights

PÁG 12



“Já estamos em negociação para aumentar o portefólio de empresas no grupo”



Texto Sónia Ramalho
Fotos DR

Na sequência da aquisição do Grupo Markttest pelo grupo suíço Ufenau, quisemos saber o que mudou na estrutura da empresa de estudos de mercado e quais os planos para o futuro. José Manuel Oliveira mantém-se como CEO e explicou ao M&P em que consiste o novo grupo Minerva Insights, os planos para a aquisição de novas empresas e a utilização da inteligência artificial e de software com machine learning nos estudos de mercado.



José Manuel Oliveira, CEO do Grupo Markttest e da Minerva Insights

São várias as mudanças em curso no Grupo Markttest na sequência do processo de aquisição levado a cabo pelo grupo suíço Ufenau, nomeadamente a entrada em cena do grupo Minerva Insights. José Manuel Oliveira antecipa ao M&P os próximos passos.

No final de 2022, o grupo suíço Ufenau adquiriu uma participação maioritária no Grupo Markttest. Na

prática, o que mudou na estrutura e organização da Markttest com esta aquisição?

No Grupo Markttest manteve-se tudo praticamente inalterado. A estrutura administrativa sofreu ligeiros ajustes em função da entrada de um novo acionista, mas a organização manteve-se, tendo sido reforçada a área financeira com a entrada de um novo CFO. O que está a mudar é a adaptação das equipas a novos parceiros, a novos métodos e, sobretudo, a



novas oportunidades decorrentes da criação do grupo Minerva Insights, que junta a experiência e o know-how de várias empresas do Grupo Markttest a outros players internacionais, que nos vão ajudar a crescer, a chegar a novas geografias e a robustecer a oferta que temos para colocar ao serviço do mercado.

Mantém-se como CEO do Grupo Markttest?

Sim, e acumulo essas funções com o cargo de CEO do novo grupo Minerva Insights, que integra as várias empresas do Grupo Markttest (Markttest, Markdata, TWA, MediaMonitor e Medialog), mais a Conecta RC, Amber Marketing e Salvetti & Lombart.

Em que consiste o Grupo Minerva Insights?

Nascido há poucos meses, resulta da união das empresas que referi, especializadas no setor de pesquisa de mercado, análise de dados e consultoria de inovação e que, juntas na Minerva Insights, combinam credenciais em diversos setores. Com esta integração, abrimos novos horizontes conjuntos para aproveitar e potenciar não apenas a tecnologia, mas a experiência e o conhecimento de mais de 350 profissionais para obter, analisar e converter grandes quantidades de dados de mercado, estruturados e não estruturados, em ferramentas estratégicas acionáveis. É um grupo que opera a nível nacional e internacional, com escritórios em Lisboa, Barcelona, Braga, Bragança e Madrid e uma delegação em Mumbai, e que congrega projetos em 79 países, na Europa, Ásia, América e África. Temos uma base muito boa a partir da qual pretendemos crescer.

O que o Grupo Markttest tem a ganhar com a associação à Minerva Insights?

Acima de tudo, ganhamos escala e complementaridade. Essa foi uma premissa evidente no racional desta operação. A integração no Grupo Minerva dá-nos acesso a todo um novo acervo de tecnologia, de conhecimento, bem como de novos mercados e clientes, que nos permite exponenciar tudo aquilo que já fazíamos de forma isolada. Esta junção de conhecimento, know-how e tecnologia torna-nos um player de referência à escala mundial.

Que objetivos que pretendem alcançar com a recente aquisição da Salvetti & Llombart?

“A integração no Grupo Minerva dá-nos acesso a todo um novo acervo de tecnologia, de conhecimento, bem como de novos mercados e clientes(...)”

É um exemplo deste objetivo de congregar na Minerva Insights um conjunto de operadores que se afirmaram como referências de qualidade em diferentes componentes do setor de estudos de mercado. A Salvetti & Llombart tem no currículo centenas de projetos realizados tanto para PME, como para grandes corporações com pegada internacional, bem como um crescimento sustentado desde a sua criação, aliás, tal como a Amber Marketing, a Conecta RC, que têm como mais-valia a capacidade de investigação e de produção de insights, fornecendo aos parceiros um elo entre pessoas, marcas e negócios. A forma como conseguem estar na vanguarda da atualização de metodologias e na absorção de novas tendências permite-lhes ter uma oferta de serviços de valor estratégico e transformacional com o objetivo de inspirar e construir marcas fortes,

Inteligência artificial aplicada aos estudos de mercado

Para José Manuel Oliveira, a inovação é uma pedra basilar no Grupo Markttest. “Já desenvolvemos software desde 1982, sendo a referência para análise de dados e planeamento de audiências no mercado nacional e internacional. Muito antes de existir o ChatGPT já utilizávamos software com machine learning e inteligência artificial para soluções de fusão de dados, previsão de audiência e reconhecimento de eventos de media”, garante. **YUMIAalytics Web** “É o mais poderoso software de business intelligence que vi e é um orgulho. É uma plataforma com user interface na web, que sintetiza a conjugação de todas as variáveis que enquadram o mercado, congrega múltiplos motores de cálculo, análises dinâmicas, dashboards e widgets que permitem analisar de forma tão fina quanto possível toda a big data, tanto com dados de mercado, dados externos ou dados propriedade do cliente, bem como outro tipo de dados como social media, o que permite calibrar em detalhe as nossas estratégias de mercado”. **IA e machine learning** “Temos polos de desenvolvimento tecnológico em Lisboa, Braga e Bragança, o que demonstra o crescimento do grupo nesta área e continuamos a desenvolver projetos com IA e machine learning não só na oferta de estudos e análise de dados, mas em diversos processos internos para tratamento de informação”.

negócios prósperos e organizações sustentáveis, tornando-se um fator de valor inestimável para os parceiros da Minerva Insights.

Estão previstas mais aquisições?

Sim, já que temos um objetivo claro de crescimento, tanto orgânico, como não orgânico, e já estamos em negociação para aumentar o portefólio de empresas no grupo, sendo as geografias com maior potencial para sustentar esse crescimento França, Inglaterra, Alemanha, Itália e Estados Unidos da América, mas ainda não posso revelar novidades nesse campo.

E o que está previsto para os próximos tempos para reforçar a posição do Grupo Markttest no mercado?

Numa primeira fase, queremos dar a conhecer ao mercado as novas empresas que formam o Grupo Minerva Insights, que contam com mais de 20 anos de experiência, com soluções de marketing intelligence, especializadas em market research e consultoria estratégica, havendo inclusive uma especialização em alguns setores nucleares, como na área de healthcare, com um painel da classe médica de grandes dimensões ou no setor de fast moving consumer goods, bebidas, entre outros. Este know-how, aliado ao portefólio do Grupo Markttest, possibilita ter estudos integrados ou com a mesma metodologia em diversas geografias.

Têm prevista a apresentação de novos estudos ao mercado? Em que áreas?

Estamos em constante desenvolvimento de novos estudos, metodologias e produção de insights. É algo que nos caracteriza, mesmo tendo estudos de referência em vários setores, como na avaliação do consumidor, avaliação da eficácia de campanhas publicitárias das marcas, perfil de audiência em vários meios e análise de investimentos publicitários, entre outros. Com a integração das novas empresas, estamos a preparar novidades para curto prazo, apostando em novas áreas como healthcare, e reforçar a capacidade em estudos qualitativos.

Quais os objetivos para 2024?

Numa palavra: evoluir. No fundo, queremos que o Grupo Minerva Insights e os seus profissionais continuem a evoluir, com o objetivo de nos estabelecermos como um player de referência à escala global no sector dos estudos de mercado. **M&P**