



EDIÇÃO FEVEREIRO 2008 MALO CLINICS

NÚMERO 1 EM MEDICINA DENTÁRIA



A Malo Clinic é a maior clínica de implantologia e reabilitação oral fixa do mundo, bem como pólo internacional de excelência na formação avançada de profissionais de saúde oral – Malo Clinic Education. Líder na aplicação de implantes imediatos e próteses dentárias, foi fundada em 1995 por Paulo Malo, e, em 12 anos, adoptou um conceito clínico empresarial de sucesso, que levou à expansão internacional, criando centros próprios nos cinco continentes e dando origem ao Malo Clinic Health Group. Paulo Malo, presidente e CEO, diz que «teve uma caminhada modesta nos primeiros anos mas depois disparou completamente e neste momento é a maior clínica do mundo de reabilitação oral».

A sua sede, em Lisboa, reúne uma equipa de cerca de 350 colaboradores, que, fazendo uso de avançados meios tecnológicos, procuram garantir os melhores cuidados obedecendo a elevados padrões de qualidade. Com uma média anual de colocação de coroas na ordem das 30 mil unidades e seis mil unidades no que respei-



Paulo Malo

ta a implantes, a equipa da Malo Clinic já tratou mais de 40 mil pacientes, sendo que aproximadamente 60% dos casos complexos advêm do estrangeiro.

E qual o segredo do sucesso? «Muito trabalho, muita qualidade e inovação», responde Paulo Malo.

O Malo Clinic Health Group está em mais de 12 países espalhados pelos cinco continentes, através das várias empresas que o colocam

na liderança de diversas vertentes da Medicina Dentária (Clínica, Educacional e Laboratorial) e permitem já encarar a gestão de saúde como futuro a curto prazo. O investimento no projecto é avultado, contando já com várias empresas onde se destacam a Malo Clinic Advanced Oral Rehabilitation, Malo Clinic Health Care, Malo Clinic Education, Malo Clinic Ceramics, Malo Clinic Esthetics, Malo Clinic Cosmetics e Malo Clinic SPA's. Paulo Malo dedica-se ainda a outras áreas, como a produção e comercialização de vinhos, através da Malo Catralvos, e à agro-pecuária através da GMAP – Grupo Malo Agro-Pecuária. «O investimento total até hoje está na ordem dos 300 milhões de euros. Este ano, a marca cresceu cerca de 45% em Portugal, e estamos à espera de facturarmos 100 milhões em 2008», informa. A escolha dos países em que o Malo Clinic Health Group investe é feita com base em vários critérios, como localizações geográficas que permitam a presença em mercados estratégicos, parcerias locais, oportunidades de negócio que surgem e são analisadas pela gestão estratégica. Quanto à notoriedade da marca, está em constante crescimento, tendo grande força no meio em que a Malo Clinic opera. «A nível dos dentistas é bastante elevada, são poucos os que não conhecem a Malo Clinic. Na população em geral é menor, visto que também se trata de um fenómeno recente.»

O Malo Clinic Health Group é composto por empresas que partilham uma filosofia comum: a oferta de serviços de saúde premium, com forte especialização e profissionais com know-how elevado.

Incrementar a liderança em reabilitação oral é dos principais objectivos do grupo, assim como aumentar o investimento em I&D, que neste momento representa uma fatia de 10% do volume de negócios.



14^o capa
aniversário

14 casos de **sucesso**

**Nelo • Malo • Euronavy • Silvex • Impetus • Vicai-
ma • TemaHome • Tim.W.E. • OAT • Critical Softwa-
re • Frulact • Urbanos • Derovo • Luso Pirotecnia**

**NOTA: Todos os dados referidos nestes artigos – fac-
turação, volume de negócios, mercados de exportação,
etc – referem-se à data de publicação dos mesmos**

ID: 28344383

01-01-2010



14º

aniversário

14 casos de sucesso