A visão além do ecrã

Bruno Borges

CEO da iServices

Fundada em 2011, a iServices tornou-se líder de mercado em Portugal no setor da reparação e recondicionamento de dispositivos tecnológicos. À frente do projeto desde o primeiro dia está Bruno Borges, CEO da empresa, cuja visão empreendedora e foco na excelência operacional transformaram a marca numa referência nacional e internacional. Com mais de 100 lojas espalhadas por Portugal, Espanha, França, Bélgica e, em breve, também na Holanda, a iServices continua a expandir-se com um modelo de negócio assente em qualidade, inovação e proximidade ao cliente.

A trajetória de Bruno Borges é marcada por uma clara vocação para a criação de soluções orientadas para o mercado. Licenciado em Gestão Hoteleira, iniciou o seu percurso como empreendedor ao fundar a PeopleLikeUs, uma consultora especializada no setor bancário. **"Sempre fui movido por uma forte vontade de criar soluções e responder a necessidades reais do mercado",** afirma. Foi essa mesma motivação que, em 2011, o levou a identificar uma lacuna no setor tecnológico em Portugal e a fundar a iServices. A primeira loja foi aberta no Parque das Nações, em Lisboa, com o objetivo de disponibilizar um serviço de reparação tecnológica multimarcas, rápido e fiável.

Atualmente, passados mais de 14 anos, a iServices apresenta um impressionante percurso de crescimento. A empresa opera exclusivamente com lojas próprias, o que lhe permite controlar rigorosamente a experiência do cliente e garantir padrões de qualidade consistentes. **"Estabelecemos processos operacionais muito sólidos e investimos numa equipa altamente especializada"**, destaca o CEO.

Para Bruno Borges, o sucesso da marca deve-se a uma combinação de fatores estratégicos. **"Desde o início, a nossa prioridade foi sempre o cliente — oferecer um serviço de excelência, com qualidade, transparência e rapidez."** A capaci-

Loja de Lyon, França

> **“Crescer de forma rápida e sustentada exige uma base operacional muito sólida, processos bem definidos e, acima de tudo, uma equipa alinhada com os valores da marca”**

Loja na Rue Saint-Dominique, Paris, França

Loja na Rue Neuve, Brouckère, Bélgica

dade de escuta ativa do mercado foi outra peça-chave no crescimento. A marca soube adaptar-se às necessidades dos consumidores, inovando não só na oferta de serviços, mas também na criação de linhas próprias de produtos e na forma como comunica.

Neste contexto, a sustentabilidade assumiu um papel central. A iServices foi pioneira na oferta de garantias vitalícias e na implementação de um laboratório móvel. Mais recentemente, tornou-se neutra em carbono nas emissões diretas (âmbito 1 e 2), cumprindo as normas do *Greenhouse Gas Protocol*. **“A sustentabilidade não é uma tendência, é uma responsabilidade”**, sublinha.

No entanto, a caminhada até à liderança não esteve isenta de obstáculos. O crescimento acelerado da empresa obrigou a uma preocupação constante com a escalabilidade sem perda de qualidade. **“Crescer de forma rápida e sustentada exige uma base operacional muito sólida, processos bem definidos e, acima de tudo, uma equipa alinhada com os valores da marca.”** A pandemia da COVID-19 trouxe novos desafios, exigindo uma rápida adaptação aos canais digitais e ajustes logísticos. Bruno Borges destaca que, mesmo em períodos de incerteza, o foco esteve sempre em proteger as pessoas e assegurar a continuidade do serviço.

O modelo de expansão internacional da iServices segue a mesma lógica de excelência operacional e proximidade. Com presença consolidada em cidades como Paris e Bruxelas, a marca pretende continuar a crescer em novos mercados estratégicos. **“O nosso foco tem sido entrar em mercados onde identificamos uma clara oportunidade para oferecer um serviço diferenciado”**, explica, referindo que a aposta na digitalização dos serviços é uma prioridade para aproximar ainda mais a marca dos consumidores internacionais.

A inovação é encarada como um motor essencial para o crescimento. Num setor altamente dinâmico, onde a tecnologia e os comportamentos dos consumidores mudam rapidamente, a empresa aposta fortemente na partilha interna de ideias, na formação contínua e na agilidade organizacional. **“Reinventarmo-nos é parte da nossa cultura”,** resume o CEO.

Bruno Borges acredita que a liderança deve refletir-se na cultura da organização. Desde o início, promoveu uma cultura assente em valores como a confiança, o compromisso e a excelência, criando um ambiente onde as equipas se sentem valorizadas e desafiadas. **“O verdadeiro crescimento acontece quando se dá autonomia com responsabilidade”,** afirma. Esta abordagem permi-

Loja na Rue du Commerce, Paris, França

Loja em Schuman (Le quartier européen), Bruxelas, Bélgica

tiu desenvolver lideranças intermédias fortes e uma equipa coesa, hoje com mais de 500 colaboradores.

Sobre o futuro, antecipa cinco anos de forte expansão. Em 2025, a empresa prevê abrir cerca de 100 novas lojas, mantendo o modelo de lojas próprias. A diversificação da oferta também faz parte da estratégia, com a inclusão de novas categorias de produto, como consolas de jogos e outros dispositivos tecnológicos. **"Queremos ser cada vez mais uma solução completa no universo da tecnologia circular",** afirma.

O compromisso com a sustentabilidade continuará a nortear o percurso da empresa, que pretende posicionar-se como um agente ativo na transformação do consumo tecnológico. Para o CEO da iServices, **"reparar, reutilizar e recondicionar"** deve deixar de ser a exceção para se tornar a norma.

Com um plano de crescimento ambicioso e uma equipa comprometida, a iServices caminha para consolidar a sua posição de referência global. A liderança de Bruno Borges, marcada por uma visão estratégica clara e por uma cultura de excelência e inovação, continuará a ser determinante nesse trajeto. ●

"O nosso foco tem sido entrar em mercados onde identificamos uma clara oportunidade para oferecer um serviço diferenciado"