

Entrevista com Resopre

www.resopre.pt

Inês Janz Rodrigues

Com quality media press para Expresso / El Economista

Quality Media Press – Fale-nos um pouco da empresa a partir do momento em que ficou responsável pela gestão da empresa.

R. – Passei para a administração da Resopre em 2005. A Resopre é uma empresa familiar, dentro de um grupo de cariz industrial e portanto temos aqui questões de sucessores familiares. Quando a minha tia, que era a anterior administradora se reformou houve a necessidade de preencher o lugar. Eu já me encontrava a trabalhar no grupo.

Q. – Como se encontrava a empresa em 2005 quando tomou posse do cargo?

R. – A Resopre tem 42 anos de actividade, iniciou em 1966. A empresa já tem um longo histórico e uma presença no mercado e principalmente conhecida no mercado dos contadores da água, o core business do grupo. Nasceu para ser o braço comercial da fabrica Bruno Janz e contadores industriais para água da marca alemã Meinecke, por isso estávamos numa altura em que já tínhamos incorporado, em 2005 já existia diversos negócios para além dos contadores da água era a gestão do estacionamento, a questão do ambiente e do urbanismo.

Q. – A questão do ambiente está relacionada com o core business da empresa?

R. – Não, o core business é a parte da gestão de água, os contadores e a evolução tecnológica para a gestão de telemetria.

Q. – Qual o motivo que levou a empresa a entrar no sector do ambiente?

R. – O sector do ambiente é um sector em crescimento. Nos últimos 10 anos assistimos a mudanças profundas fruto dos planos estratégicos da União Europeia, e metas mundiais que tem que se atingir. É um sector que está em crescimento, a necessitar de novos produtos, equipamentos e novas soluções.

A Resopre, porque já trabalho no sector público, os seus clientes já são maioritariamente o sector público, começou por comercializar os chamados contentores de polietileno para a gestão de resíduos urbanos. Era um negócio que precisava de uma estratégia, de uma localização, uma orientação para acompanhar este crescimento. De 2005 ate agora foi isso que se fez, foi analisar o que é o mercado, o que éramos no mercado e o que pretendemos ser. Nós pretendemos ser lideres como somos na gestão do estacionamento na área dos contadores da água. Para atingir este objectivo precisamos de olhar para o nosso porte fólido de

produtos e soluções e perceber se eram adequadas e perceber se as soluções que nós tínhamos se enquadravam no mercado.

Q. – Acredita que o objectivo vai ser atingido brevemente?

R. – Neste momento em 2009 temos as ferramentas e o portefólio adequado para isso. Temos parceiros e alianças estratégicas fortes a nível dos produtos, cobrimos todas as necessidades que o mercado precisa de contentores de superfície e subterrâneos e soluções tecnológicas para aquilo que achamos que vai ser o futuro.

Q. – Está a referir-se a nível do mercado português?

R. – Nós temos parceiros a nível destes produtos nos contentores subterrâneos, é um parceiro nacional. São parcerias exclusivas onde temos uma relação muito próxima. Em Portugal nos contentores subterrâneos nós representamos a marca Aroxa.

Q. – O mercado internacional já está definido nos objectivos da empresa?

R. – Nós vamos em simultâneo trabalhar em relação à liderança. Não se atinge a liderança num ano, é um trabalho contínuo e perspectivamos que é a médio prazo. Em simultâneo estamos a pensar em alargar a outros mercados ligados aos Palop's. Com os nossos parceiros que são fabricantes internacionais já tivemos contactos prévios que não estão ligados a esses mercado.

Q. – Quais o mercado a que se refere?

R. – Principalmente Angola e Moçambique.

Q. – Já se encontram presentes nesses mercados?

R. – Vamos começar agora, já tenho algumas ideias, existem alguns contactos, tenho uma viagem agendada para exactamente perceber melhor esse mercado. Outro mercado potencial ligado um pouco aquilo que tem sido a expansão da Ians que é Venezuela. Neste sector do ambiente numa viagem que se efectuou a Venezuela e com acordos que estão a ser assinados a nível comercial. São mercados que estão a crescer muito.

Q. – Que relação tem com o mercado espanhol?

R. – Em relação ao mercado ibérico é possível. Devido a relação que temos com o fabricantes e sendo um deles a Plásticom que está muito presente em Espanha, nós temos aqui uma possibilidade de arranjar uma

parceria num produto específico, que é a recolhas do óleo alimentar. Há a possibilidade de nós vermos o mercado ibérico como um mercado não de risco, mas de oportunidade.

Q. – Há concorrência de empresas espanholas neste sector?

R. – Não tem interventores internacionais, incluindo os espanhóis, mas os principais são internacionais.

Q. – Como é que a empresa entro no negócio do urbanismo e na gestão do estacionamento?

R. – São linhas de negócio independentes. Surgiram porque a Resopre está muito bem implementada no sector publico. Se o cliente precisa de ter algo para a gestão de estacionamento, nós implementamos e foi crescendo dentro da empresa, primeiro como oportunidades de negócio. O urbanismo é uma ideia que surgiu devido a uma reformulação da estratégia. A nível do urbanismo nós fazemos a comercialização de equipamentos para parques infantis, de pavimentos e fazemos a instalação e manutenção desse tipo de equipamentos.

Q. – As parcerias entre empresas portuguesas e espanholas existem neste sector de actividade?

R. – Eu acho que cada vez mais há alianças que surgem entre empresa portuguesas e espanholas e que há uma apetência para o entendimento e para ver o mercado cada vez mais global. Noto que há alguma alteração, via-se o mercado espanhol como um mercado muito fechado com muitas dificuldades e hoje assiste-se a um entendimento e junção de sinergias entre os dois países.

Q. – No futuro da empresa acredita que vais existir mais parcerias com Espanha?

R. – Sim, a nível do ambiente e do urbanismo. Nós no urbanismo trabalhamos com duas empresas espanholas. Na nossa perspectiva não somos apenas uma empresa comercial, temos algum valor acrescentado nesta relação, há que inovar. Temos trabalhado com estes parceiros principalmente no segmento alto, na criatividade podemos ajudar.

Q. – Parcerias com empresas espanholas para entras nos mercados dos Palop's seriam uma vantagem?

R. – Sim, são parceiros fortes, muito bem implementados em Espanha. São fabricantes com renome e tem produtos de qualidade. Tudo isto é muito importante a juntar a nossa agressividade comercial.

Q. – Este sector encontrasse um pouco afastado da crise económica?

R. – Este ano nós vamos estar em contra ciclo, por questões históricas não duvido que vá ser diferentes de outros anos eleitorais e sempre um bom ano. Temos um plano de negócio orientado principalmente nesta

área do ambiente e do urbanismo, são áreas de negócio que em eleições autárquicas há mais projectos. Preocupa-me 2010 porque anos pós eleições são por natureza anos de quebra para quem está no sector público.

Q. – Quais os objectivos para os próximos anos?

R. – Concretizar estes projectos nestas áreas de negocio e ser uma referencia no mercado. Conseguir a manter a notoriedade, e obviamente o crescimento que esperamos atingir a médio prazo. Os mercado na áreas do ambiente são mercado em que podemos falar em um aumento entre os 14 a 15 milhões, poderia ser mais mas há vertentes de mercado que nós não dominamos. Estamos a falar de mercado que hoje em dia temos 10 a 12% mas podemos ter muito mais.