

*Entrevista com Construtora Ferraria*

*Com quality media press para LA VANGUARDIA & Expresso*

*António Pereira Névoa*

*Presidente del Consejo de Administración*

Primeiro gostaríamos de lhe colocar algumas perguntas enquanto Presidente do Conselho de Administração da Construtora Ferraria e depois entrar mais em detalhe noutros pontos. Se nos esquecermos de referir alguns, por favor lembre-nos no final da entrevista.

*Quality Media Press - Fale-nos um pouco da empresa.*

R. - Esta empresa é uma sociedade anónima. Tem uma estrutura accionista que assenta nos quadros da empresa. Não há grandes accionistas, todos eles são pessoas interessadas directamente no projecto.

*Q. - Desde o início a empresa esteve neste sector ou foi evoluindo ao longo do tempo?*

R. - Desde a primeira hora que a actividade principal da empresa são as feiras. Esta empresa tem uma história de 28 anos. Na década de 80 foi líder de mercado. Todas as empresas têm o seu ciclo de vida. A actual administração que a comprou e que a projectou novamente para o lugar que hoje ocupa. Eu estou desde o início da segunda fase da empresa. A empresa no mercado nacional já tinha alguma notoriedade, com a entrada dos novos accionistas deu-se uma alma nova, uma cultura nova, um enquadramento novo.

*Q. - Em que ano adquiriram esta empresa?*

R. Esta empresa foi adquirida em 1996.

*Q. - Quais as dificuldades que encontraram para iniciarem o relançamento da empresa?*

R. - A primeira dificuldade foi de facto interno. Não tinha haver com o mercado, mas com o estado em que a empresa chegou, deixou de ser competitiva, não se modernizou. Naturalmente entrou em decadência, mas existia o valor residual, um potencial que foi aproveitado. Um dos pontos fortes que a empresa tinha era a imagem perante os seus clientes. A empresa sempre foi muito bem vista perante os seus clientes.

*Q. - Como pode explicar que um dos pontos altos da empresa deu-se na mesma altura em que Portugal estava em crise?*

R. - É evidente que nem tudo nas crises é negativo. As dificuldades que muitas vezes surgem também deixam aberturas para se criarem projectos de sucesso. É verdade que o país entrou numa crise profunda, mas havia sectores em que continuaram livres, o país não desapareceu, não morreu. Com algumas dificuldades externas envolventes foi possível fazer um trabalho de novo e perceber que há que trabalhar mais, ser mais dedicado, ser mais informado, tem que se modernizar, formar as pessoas. As condicionantes são adversas mas há um potencial. Penso que no momento em que quase todas as empresas caíam no desânimo, nós adoptamos uma estratégia diferente.

*Q. - Que resultados espera para o ano de 2006?*

R. - Nós fizemos um orçamento para o ano. Neste momento vamos com uma taxa de execução do orçamento de 80%, atingiremos todos os nossos objectivos. A empresa vai apresentar um crescimento da ordem dos 24% no volume de negócios e ao mesmo tempo todos os outros indicadores também acompanham.

*Q. - Qual o volume de negócios da empresa?*

R. - Aproximadamente 18 milhões de euros.

*Q. - Na vossa estratégia inclui só clientes portugueses?*

R. - A nossa estratégia não é de facto só Portugal. Para podermos ter respondido de uma forma eficaz ao mercado nacional, nós tivemos que fazer investimentos não só físicos como também humanos. A partir do momento e no mercado como o das feiras que é muito exigente, todos teremos a tendência de definir a nossa actividade como a mais complexa. Penso que neste mercado das feiras é um mercado um pouco a parte dos outros sectores porque engloba uma logística muito complexa. A nossa estratégia foi elaborada para responder às necessidades nacionais, tivemos que criar uma estrutura e ficamos preparados para competir além fronteiras. Foi a partir daí que começamos a internacionalizarmo-nos. Hoje em 2006 tem no mercado externo mais de 50% do seu volume de negócios. Não descuidamos o mercado nacional.

*Q. - Quantos trabalhadores têm a empresa neste momento?*

R. - Nós temos 130 pessoas no quadro permanente da empresa. Depois temos nalguns sectores pessoas que são subcontratados por determinados períodos.

*Q. - O que inclui o mercado externo?*

R. - Todas as feiras feitas fora de Portugal, quer para clientes portugueses ou não. Chamamos mercado nacional às feiras que são realizadas em Portugal.

*Q. - Quais as diferenças e dificuldades entre o mercado português e o mercado espanhol?*

R. - No mercado espanhol não tivemos qualquer tipo de dificuldade. Trabalhar em Espanha para nós é como trabalhar em Portugal. É evidente que tivemos que fazer algumas adaptações, as exigências dos parques de exposições em Espanha são diferentes dos parques em Portugal. Nós já conquistamos uma grande credibilidade em Espanha. É de realçar que nós já aprendemos muito com a nossa digressão pelo mundo. O mercado espanhol representa neste momento cerca de 12% da nossa facturação, mas nós temos uma expressão no 4 continentes. A Europa representa 80% da nossa internacionalização, depois na América do Norte, Ásia, Rússia.

*Q. - Angola representa uma oportunidade para a empresa?*

R. - Sim. Nós fizemos em Angola um stand de referência, o da Galp Energia. Há efectivamente grandes oportunidades em Angola. É um país com grandes potencialidades. Neste momento 2006/2007 ainda não é a nossa prioridade, estamos no terreno, mas ainda estamos numa fase de observação. Nós queremos ter um crescimento sustentável. Neste sector não há muitas empresas, nós somos uma empresa de referência no sector, mas não deixamos de ser uma pequena empresa.

*Q. - Qual o potencial do mercado espanhol em termos percentuais nos próximos 5 anos?*

R. - Estou convencido que a tendência será de pelo menos duplicar esta quota de mercado. Iremos atingir esse crescimento à custa das parcerias em Espanha.

*Q. - Já existem algumas parcerias?*

R. - Já temos algumas parcerias.

*Q. - Como analisa a situação económica de Portugal? Já está numa fase de ascensão?*

R. - Eu penso que há sinais de recuperação. Acho que já foi ultrapassado aquele clima de pessimismo. Os empresários hoje acreditam que é possível e estão a dar o seu contributo. Não há espera de subsídios e de ajudas que conseguimos construir um projecto consistente e de sucesso. Os empresários adoptaram uma consciência completamente diferente, começaram a olhar para as pessoas como os activos das empresas. A nossa empresa é um exemplo de sucesso. Estamos de facto no bom caminho do pessimismo para o realismo.

*Q. - Desde que iniciaram na empresa em 1996, qual o momento em que tem mais orgulho do trabalho realizado pela empresa?*

R. - Nós ficamos com alguns trabalhadores da empresa que eram detidos como os responsáveis pelo insucesso da empresa. O maior orgulho é que nós construámos um projecto viável, sério, com as antigas pessoas e que estão satisfeitas. Foi um grande desafio mostrar aos trabalhadores que eles tinham que vestir a camisola da empresa. Hoje temos um conjunto de trabalhadores que nos merecem todo o respeito porque são eles os principais responsáveis pela boa imagem da empresa.