

## Entrevista com Auto Sueco - Indústria e IDI

Fernando Martins Fernandes

Director

Com **quality media press** para El Economista / Expresso

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão editadas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica.

**Quality Media Press** - qual a necessidade de dividir a Auto Sueco por sectores?

R. - A necessidade de criar uma subdivisão já tinha aparecido há mais tempo, na prática já existia por causa das empresas industriais, e neste momento foi decidido para mais ser fácil coordenar as actividades industriais, todas elas estão viradas para a área do ambiente.

Q. - Neste momento qual a mais importante?

R. - Exclusivamente pertencente a Auto Sueco é a Biosave depois será a Soma. Um outro conjunto de empresas que é uma parceria com o investimento do fundo Caravela e por parte da Auto Sueco, que detêm 2/3 do capital investido, em duas empresas que faz exactamente o mesmo, que são contentores subterrâneos, uma em Espanha e outra em Portugal.

Q. - Qual o volume de facturação da Auto Sueco Industria e IDI?

R. - Pensamos que este ano devemos atingir 27 ou 28 milhões de euros.

Q. - O que significa o mercado ibérico para a empresa?

R. - A Auto Sueco só muito recentemente começou na área da indústria a pensar no mercado ibérico. Quando surgiu a hipótese de investir no projecto de contentores, considerou-se pela dimensão que havia nas empresas que estavam envolvidas nesse projecto. O facto de a empresa principal ser em Espanha é extremamente importante para vir a desenvolver uma actividade mais vasta relativamente à península ibérica. Quando começamos com a Soma, era exclusivamente para apoiar no início da sua actividade a montagem de camiões. Era um nicho de mercado na área do ambiente, a Soma passou a trabalhar quase exclusivamente a marca Volvo para a recolha de resíduos sólidos. Utilizou uma empresa que já existia para fazer a montagem dos Chassis dos camiões e autocarros Volvo. Foi convertendo a sua actividade até se centrar exclusivamente no fabrico de caixas de recolha de resíduos sólidos. Por volta de 1995 havia uma dupla faceta, porque a Soma era apenas um fabricante e havia uma empresa que comercializava. Isto não funcionava muito bem, o facto de um fabricante estar algo longe do cliente. Nesta altura estávamos só a trabalhar o mercado português. A empresa sofreu uma alteração estratégica em 1997, quando a Soma assumiu a responsabilidade do contacto com o cliente, criando a sua própria estrutura comercial. Reforçou o seu posicionamento líder de mercado em Portugal e começou a desenvolver estratégias para criar algo diferente e para alargar o seu leque de produtos. Foi crescendo com outros produtos, alguns montados, outros fabricados, mas sempre na óptica da

limpeza urbana ou nos equipamentos para a limpeza urbana. Continuou a desenvolver a sua principal actividade que era o fabrico de caixas para a recolha de resíduos sólidos. Depois, através da sua rede de comercialização foi tendo cada vez mais influencia junto dos seus clientes. Naturalmente que Portugal, sendo um país de pequena dimensão com cerca de 10 milhões de habitantes, não tem um potencial para este equipamento que os outros fabricantes europeus tem. Na óptica que temos que produzir mais de uma forma mais eficiente tornando a produção mais barata, nós precisamos, por outro lado, mais volume.

Q. - O volume foi um dos motivos de entrada no mercado espanhol?

R. - É uma das razões pela que queremos entrar no mercado espanhol, e noutros.

Q. - A partir de que momento tentaram entrar no mercado espanhol?

R. - Nós ainda estamos a começar. Tomamos esta decisão o ano passado. Preparamos do ponto de vista de produção, capacidade e meios para podermos responder à dimensão do mercado. Estamos a começar a dar os primeiros passos, os primeiros contactos, para podermos estar em Espanha.

Q. - Como entraram no mercado espanhol? Através de parcerias?

R. - Nós vamos entrar como empresa fornecedora, mas vamos ter parceiros locais. São culturas algo diferentes com

maneiras de trabalhar diferentes, são conhecimentos diferentes. É mais rápido se nós podermos associarmo-nos a alguém que esta no mercado, a nível da distribuição.

Q. - Quais são as vossas empresas de distribuição?

R. - Estamos em processo da escolha, de selecção. Temos varias empresas interessadas, mas estamos a promover uns contactos e de informação necessária para que possamos chegar a estabelecer os acordos definitivos com as empresas.

Q. - Quais as principais diferenças entre os dois mercados?

R. - Este tipo de actividade é muito afectado por pessoas que estão nos negócios e que tem uma forma de ver que as actividades são diferentes. Nós, por exemplo, sabemos que em Espanha são utilizados equipamentos de recolha lateral e em Portugal é quase inexistente. A uma grande dificuldade de se entender de um modo geral que a função do fabricante para este tipo de equipamento é poder fornecer equipamento que sejam bem adequados ao trabalho que tem que fazer. A lógica que é utilizada tem sido quase instável nos últimos 20 anos, os equipamentos que encontramos hoje são praticamente iguais, as mudanças tem sido feitas essencialmente em aspectos de segurança ou funcionalidade. Teremos de encontrar formas mais eficientes de poder fazer a recolha.

Q. - Da parte espanhola ainda persistem os velhos conceitos sobre Portugal? Os empresários espanhóis conhecem Portugal?

R. - Eu penso que de um modo geral conhecem. A questão é que em negocio o que vale é ser capaz, ser competente ou não ser. Qualquer pessoa que seja competente na sua actividade é conhecida em qualquer ponto do mundo e não há barreiras geográficas, nem barreiras de língua, não há nada. É uma questão de competência e de capacidade. Eu acho que o que se passa muitas vezes em Portugal, é que nós internamente não somos reconhecidos, a auto-estima portuguesa é muito baixa.

Q. - Que outros países estão nos vossos objectivos?

R. - Naturalmente que há mais alguns países em que pensamos que é possível terem espaço para nós. África continua a ser algo em que nós pensamos, Brasil também é outro país interessante para nós.

Q. - Quais os objectos para a Auto sueco Industrial para os próximos 5 anos?

R. - Espero poder contar que estamos presentes em 4 ou 5 países mais, que estamos facturando 3 a 4 vezes mais que neste momento. Nós temos que atingir determinado volume, temos que crescer bem ou não vamos conseguir atingir os nossos objectivos.

Q. - Quer acrescentar algo a esta entrevista?

R. - Para além da Soma que fabrica os equipamentos, a Biosave é uma empresa que surgiu há alguns anos na área do ambiente. Quando se efectuaram os primeiros estudos para se

investir na área do ambiente, o que nos pareceu como muito interessante foi a reciclagem de pneus. A Biosave foi a primeira empresa a fazer a reciclagem de pneus em Portugal. É um exemplo de tecnologia, desenvolvemos muita da tecnologia, conseguimos ultrapassar limites que considerávamos quase impossíveis na produção. Temos uma flexibilidade na produção de produtos muito grande, somos reconhecidos internacionalmente e exportamos para 4 continentes. É algo que tem um limite de dimensão, nós atingimos esse limite, não é útil crescermos mais em Portugal. A Biosave é um dos casos em que estamos seriamente a pensar para onde podemos ir, não é uma questão meramente geográfica, é uma questão que tem haver com legislações, com uma mudança de princípios de funcionamento, que em Portugal é boa. É uma empresa que como produtora tem o seu lugar, como empresa que detêm tecnologia e conhecimento para executar aquilo que faz, tem muito mais valor. Eu acho que o mercado ibérico é importante para nós portugueses, como também é importante para os espanhóis.