

Entrevista com Cinclus – Planeamento e Gestão de Projectos SA

Miguel Braga da Cruz

Administrador

www.cinclus.pt

Com quality media press para Expresso / El economista

Quality Media Press – Quais os motivos que levaram à compra esta empresa?

R. – Foram motivos pessoais. Eu estava numa fase da minha vida profissional que precisava de novos desafios, já tinha fruto de uma experiência anterior e alguma experiência pessoal que me permitiu equacionar a hipótese do management buy-out com algum conforto. No âmbito de algumas notícias que foram publicadas na imprensa do lançamento da Sonae em bolsa e da venda de alguns activos não estratégicos, uma das empresas que tinha sido identificada como interessante era a Cinclus, fizemos a abordagem e concluímos o negócio com sucesso. A principal motivação foi pessoal para iniciar um projecto a longo prazo que permitisse criar alternativas.

Q. – No momento da compra da Cinclus qual o volume de facturação da empresa?

R. – A Cinclus no momento da compra era uma empresa que tinha no momento 90 pessoas a trabalhar e facturava cerca de 6 milhões de euros. A situação actual não é muito diferente. Nós adquirimos não os 100% da empresa, mas apenas 75% do capital, a Sonae mantém-se como nossa sócia minoritária. Em fase da presença que o grupo Sonae tinha na carteira de clientes achamos prudente manter uma ligação para que essa transição fosse feita de uma forma suave. Está prevista a saída da Sonae no acordo que estabelecemos. Nós em termos do negócio compramos apenas 80% do negócio, ou seja, havia um grupo de pessoas que trabalhavam na Cinclus que tinham sido originárias da Sonae SR e transferidas para a Cinclus das quais a Sonae não abriu mão, esse conjunto de pessoas regressaram para a Sonae. Significa que essas pessoas geravam cerca de 1 milhão de euros no volume de negócios da empresa, nós apenas compramos o que correspondia a 80% da empresa. Nós fizemos um esforço significativo na angariação de novos clientes no sentido da diversificação da carteira de clientes. O nosso primeiro ano de actividade foi focalizado fundamentalmente nas operações em Portugal. No momento da compra tínhamos como objectivo a internacionalização da empresa, mas o primeiro ano ficou estabelecido que nos focaríamos apenas no mercado nacional.

Q. – Neste primeiro ano os objectivos definidos estão a ser atingidos?

R. – Não, nós ultrapassamos os objectivos que tínhamos definido. Nós tínhamos estabelecido como objectivo para o primeiro ano termos um crescimento mais baixo do que aquele que tivemos e tivemos um

crescimento superior aos 20%. O volume de facturação este anos vai oscilar entre os 6,5 milhões de euros e os 6,7 milhões de euros, que significa um crescimento bastante significativo.

Q. – O que mudou na empresa?

R. – Mudou a orientação estratégica da empresa. É uma empresa que actua no mercado público e privado. O mercado privado tinha um maior peso que o mercado publico. Fruto das condições macroeconómicas instaladas e que surgiram, não nos podemos esquecer que a crise instalou-se. A orientação estratégica da Cinclus mudou no sentido de ser feita uma aposta significativa no mercado das obras públicas, sem perder a atenção no mercado das obras privadas. Estrategicamente no tínhamos duvidas que era importante aumentar a nossa presença no mercado das obras publicas. No primeiro ano, ao mesmo tempo da mudança de estratégia da empresa, tivemos também uma alteração muito profunda em termos de organização interna. A nível comercial reformulamos completamente a forma como eram abordadas as propostas ao nível das equipas, o que nos permite ter maior flexibilidade, ter uma maior apreensão da informação do mercado e aproximar a nossa organização dos clientes. Por outro lado iniciamos outros dois processos que consomem bastantes recursos que se prenderam com a actualização tecnológica da empresa. Investimos significativamente em TI, tecnologia de informação, quer em software e hardware. Neste momento estamos na 2 fase deste processo de actualização tecnológica que se prende com a reformulação dos processos. Vamos repensar tudo numa perspectiva de manter e aumentar o nosso nível de serviço, mas faze-lo com menores recursos consumidos e como maior eficiência.

Q. – A internacionalização da empresa já está definida?

R. – A nossa expectativa é que já a tivéssemos conseguido concretizar. Devido à conjuntura macroeconómica que se sentiu, sentimos algum arrefecimento no mercado a nível internacional. Os mercados que nos estamos a focalizar correspondem a dois vectores, mercados com forte investimento público e investimento privado, porque são mercado que nós queremos actuar. Escolhemos mercados que cumprem esse requisito a Roménia, Argélia, Marrocos e Angola. Estamos a trabalhar os mercados em simultâneo, não sei em qual deles vamos concretizar oportunidades mais rapidamente. Estamos a dar os primeiros passos fora do “chapéu-de-chuva” do grupo Sonae, não podemos correr o risco de fazer investimentos que não tenham retorno. Um dos requisitos que tentamos estabelecer para que a internacionalização se concretizasse é que nós pudéssemos avançar para esses países com o conforto de termos ou um contrato na mão ou uma parceria estabelecida. Vários dos processos que nós estamos a tentar angariar nesses mercados são projectos com bastante dimensão. Há um mercado que nós olhamos sempre com algum interesse que é o mercado espanhol, não tanto por cumprir os requisitos mas por ser um mercado muito próximo. É natural que se comece a falar no mercado ibérico. Pensando na possibilidade de acompanharmos alguns dos nossos clientes que já se encontram no mercado espanhol é que olhamos para esse mercado com alguma atenção. Eu diria que o processo de internacionalização na Cinclus está em marcha, não podemos dizer que esteja concretizado.

Q. – Para entrar no mercado espanhol acredita que a melhor forma é através de parcerias?

R. – Dependendo do mercado, nós temos duas formas diferentes de actuar. Não conhecendo o mercado espanhol bem, imagino que exista um paralelo entre o mercado espanhol e o português ao nível da abordagem dos mercados. Ao nível do mercado privado se acompanharmos os nossos clientes, a estratégia vai depender fundamentalmente do nosso cliente, nós privilegiamos sempre os interesses do cliente, se a preferência não existir iremos trabalhar sozinhos com esse cliente. Tanto em Portugal como em Espanha nós quando abordamos um mercado tentamos sempre incluir elementos locais. Ao nível do mercado publico manifestamente que a nossa entrada no mercado faz-se por ligação a empresas locais.

Q. – Estão a notar alguma concorrência de empresas espanholas em Portugal?

R. – Confesso que não. As empresas espanholas que são nossas concorrentes e que aparecem no mercado são empresas que já se encontram em Portugal há algum tempo. Não tenho identificado novas entradas de empresas espanholas no nosso sector. No sector imobiliário sinto que tem havido algumas mudanças.

Q. – Onde gostaria de ver projectada a empresa dentro de 5 anos?

R. – É simples, no ano de 2012 eu espero que tenha consolidado fora de Portugal a posição que tenho neste momento em Portugal. Espero que a Cinclus tenha mais do que duplicado o seu volume de negócios, que tenha um volume de negócios fora de Portugal entre os 50% a 60% e que esteja pelo menos em 3 países diferentes. O que eu esperaria era que neste domínio nós tivéssemos em 3 países diferentes e com um volume de facturação que correspondesse ao dobro do que temos no aumento. Dentro de Portugal o crescimento a meu ver fazer-se-ia em termos orgânicos mas em novos mercados, ou seja, nós pretendemos abrir outras áreas de negócios mais ao nível da auditoria técnica, não descartamos a hipótese de crescer por aquisição de algumas empresas que fossem nossas complementares.

Q. – Existe algo que gostasse de referir nesta entrevista?

R. – No mercado espanhol, ou pensando um pouco no mercado ibérico, eu veria com grande interesse fazer uma parceria com empresas espanholas para dois mercados alvo. O mercado ferroviário, pensando no TGV, faria todo o sentido que nos associássemos a uma empresa espanhola que tivesse experiencia no mercado espanhol. O mesmo se aplicaria ao mercado dos centros comerciais pensando no mercado ibérico.