

## **Entrevista com Grupo Metal**

**Adriano Lourenço**

**Presidente**

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

**[www.grupometal.com](http://www.grupometal.com)**

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

R. – Esta empresa foi fundada depois do 25 de Abril. A empresa original foi a Apametal. Esta tem 25 anos. Eu comprei a Apametal em varias fases. O meu sócio original, a medida que foi desactivando a sua presença, foi vendendo-me partes da empresa. Depois acabei de comprar ao meus outros sócio a parte do condomínio. Como nós já tínhamos uma outra empresa que era a Tecnometal, como eu já tinha a Apametal surgiu a ideia de fundar o Grupo Metal. Depois disso foi tudo muito rápido, fundei a Tectometal e de seguida compramos equipamentos e fundamos a Totalmetal. As empresas têm nascido como complemento da actividade e das necessidades dos nossos clientes.

**Q. – Qual o volume de facturação do Grupo?**

R. – A Apametal é a empresa mãe em 2007 foi “PME líder”. Em 2007 facturamos um pouco acima dos 10 milhões de euros. Em 2008 facturamos 12 milhões de euros. A nossa tendência este ano é de não crescer, vamos tentar consolidar a nossa aquisição. Este ano não vamos perder quota de mercado mas sim de facturação.

**Q. – O Grupo trabalha com o mercado espanhol?**

R. – Estamos neste momento a criar uma parceria com uma empresa de Barcelona.

**Q. – O mercado português está a desenvolver-se de acordo com o crescimento da economia?**

R. – O mercado em que estou inserido está muito bem. Diversificamos toda a nossa produção e não nos concentramos num único produto. Se nos focalizarmos só num produto a quota de mercado é menor, temos que ter uma visão mais abrangente. Temos que verificar as necessidades que os nossos clientes têm para que eles não tenham a necessidade de ter 2 ou 3 fornecedores para a sua actividade. Actualmente tudo o que o nosso cliente necessita nós temos a capacidade de desenvolver.

**Q. – É um mercado que está em mudança?**

R. – Este mercado evolui muito em paralelo com o mercado da imagem corporativa. Normalmente nós trabalhamos com o nosso cliente final.

**Q. – Acredita que em Africa para o sector metalomecânico é uma boa oportunidade?**

R. – Sim, nós já temos essa experiência. No mercado angolano a Apametal está produzindo os nossos produtos que são instalados por empresas portuguesas na área da construção que estão no mercado angolano. Os nossos clientes são os clientes finais como o Millenium BCP, BES, Grupo Totta. Em Moçambique temos uma experiência que estamos começando a pouco tempo com uma parceria com uma empresa moçambicana, que derivou de nós termos ido a Moçambique fazer a mudança de imagem do Banco Millenium BCP que adquiriu um banco em Moçambique. Depois de verem o resultado fomos convidados por uma empresa moçambicana que está neste momento em grande desenvolvimento. Estamos numa parceria em que esperamos que com o tempo passemos a obter resultados positivos.

**Q. – Quais os projectos que gostaria de ver concretizados nos próximos 5 anos?**

R. – Em primeiro lugar gostaria de saber se estou cá, seria o primeiro ponto positivo. O segundo ponto a Apametal e o seu Grupo em toda a sua existência nunca teve empresas que baixassem o índice de facturação de ano para ano. Todos os anos o Grupo Metal tem tido crescimentos sustentados que tem originado a criação de postos de trabalho, riqueza e de contributo para o PIB português. Eu creio que esta é a nossa missão como empresários e como empresa. Ter empresas rentáveis em que os trabalhadores se sintam satisfeitos e que possamos contribuir para o nosso PIB para que a riqueza aumente. Há empresas que contribuem muito pouco quando geram grandes margens de lucro. A nossa ambição em primeiro lugar é o constante no aspecto da modernização da própria fabrica e da evolução de todos os seus produtos. Nós temos um carinho especial em que o cliente sinta que nós temos as 3 vertentes, que é qualidade, bom preço e que ele se sinta bem connosco. Se isto acontecer e mesmo com o mercado em dificuldade como temos sentido, temos que estar preparados para nos reestruturarmos ainda mais, equiparmo-nos, fazermos boas parcerias com o mercado ibérico. Vejo que o mercado tem boas condições dentro da Europa. Se os empresários tiverem uma visão ibérica estarão preparados para enfrentar a Europa. A nossa ambição é crescer mas não crescer desmesuradamente pelo lucro. O nosso Grupo nunca trabalhou pela facturação do lucro, temos apresentado sempre bons resultados, mas com respeito a todos os parceiros intervenientes. A crise torna-se em oportunidade de nos prepararmos para o futuro.

R. – O nosso sonho é que consigamos manter os índices que temos conquistado ao longo dos anos. O mercado hoje em dia está cada vez mais competitivo, mas ao mesmo tempo mais selectivo. Em 2014 certamente os clientes tem outro tipo de visão das empresas, vão estar ainda mais exigentes na selecção dos seus fornecedores. Nós estamos a apostar de ano para ano a nível da maquinaria, como a nível da formação dos nossos funcionários para que possamos responder aos desafios que de ano a ano surgem na nossa empresa. Hoje em dia o relacionamento com o cliente é o factor principal o sucesso em mantê-lo dentro da empresa. Existe muita oferta de produtos, mas não existe um bom serviço. Nós privilegiamos o

relacionamento directo com o cliente. O cliente hoje em dia gosta de sentir o apoio e ter respostas rápidas nas suas necessidades e é esse o segredo do nosso sucesso, temos uma grande dedicação. Aquele fornecedor que não conseguir dar esse contributo está excluído. É muito fácil entrar num cliente mas é muito difícil mantê-lo ao longo dos anos. Os nossos clientes são clientes de décadas. O nosso grande desafio é manter as necessidades do cliente satisfeitas a 100%. Existem novos mercados para captarmos mas de uma forma sustentada, nunca descorando aqueles que são a nossa carteira e sustentabilidade ao longo destes anos.