

Entrevista com Opway

Presidente

Jorge Grade Mendes

www.opway.pt

Com quality media press para Expresso / El economista

Quality Media Press – como esta a decorrer a actividade da empresa depois da fusão (Opca & Sopol)? Os objectivos propostos estão a ser atingidos, um ano depois?

R. – O processo de fusão é difícil estar concluído ao fim de 1 ano. O processo em termos de colocação das pessoas está encerrado, a integração das pessoas é um processo que se vai fazendo ao longo do tempo. A organização está definida, as pessoas estão nos sítios correctos, temos objectivos já com a organização, neste aspecto podemos dizer que a fusão foi um êxito, agora há que ir consolidando a empresa.

Q. – O mercado espanhol é importante? Está nos objectivos da empresa?

R. – Espanha para nós é tão importante que consideramos um mercado doméstico, nem sequer o consideramos internacional. Fizemos a aquisição de uma empresa espanhola onde temos a maioria do capital, temos 72% da empresa “Sarrión” sediada em Toledo. Estamos muito satisfeitos com esse investimento que fizemos, é uma empresa que factura mais ou menos 100 milhões de euros por ano, tem uma boa rentabilidade. Entramos também na área das concessões através dessa empresa, é um negócio que nos tem corrido muito bem.

Q. – Em que outros mercados estão presentes?

R. – Estamos em Angola, Moçambique, Argélia, México e no Brasil.

Q. – Também partilha da opinião que o mercado espanhol é proteccionista?

R. – A nossa entrada em Espanha foi muito tranquila, adquirimos um activo espanhol e estamos a actuar normalmente em Espanha.

Q. – Acredita que para entrar no mercado espanhol é preferível ter uma parceria?

R. – Acho que parte por aí, eu julgo que o grande segredo do mercado espanhol não será bem o proteccionismo, é mais um caso de mercado que é regulado, que tem regras e não proteccionista. O grande segredo foi sempre haver uma grande compatibilidade entre a procura e a oferta, o trabalho que havia para executar estava sempre em conformidade com a capacidade para o executar e assim torna-se difícil

acrescentar empresas, a única hipótese que existe é de adquirir uma empresa que já está no mercado e foi isso que nós fizemos. Em Portugal é diferente, todas as empresa que querem entram porque é um mercado sem regulação, é um mercado selvagem, nunca houve a preocupação por parte das entidades publicas de alimentar a capacidade existente do que tínhamos para fazer, ou há empresas a mais e trabalho a menos ou ao contrario. A nossa experiência no internacional nunca é de disputar capacidade é de comprar capacidade local.

Q. – Esta nos vossos objectivos continuar a comprar mais empresas em Espanha?

R. – Estamos atentos às oportunidades, apesar da crise surgem oportunidades, se surgirem não rejeitaremos essa oportunidade.

Q. – No mercado africano existem mercado mais importantes que outros?

R. – Neste momento os países emergentes são um refúgio para as empresas de construção. Angola sempre foi muito importante para nós e para os portugueses porque sempre houve ligações muito fortes. Angola é um bom mercado, é emergente. A procura no mercado angolano vai continuar, acredito que haja uma diminuição do ritmo de crescimento mas vai continuar a crescer. Angola ainda é um país que tem muita carência de infra-estruturas, para por a economia a funcionar ainda precisa de varias infra-estruturas que foram afectadas pela guerra. Acho que ainda vai continuar haver muitas oportunidades para as empresas portuguesas em Angola. Nós vamos querer aumentar a nossa capacidade no mercado angolano.

Q. – Devido a esta crise que se atravessa vai continuar com os mesmos objectivos?

R. – Os planos vão continuar a ser os mesmos com uma pequena nuance. Nós tínhamos quando iniciamos que o crescimento assentava no mercado doméstico, com as dificuldades que existem no mercado português nós mudamos um pouco a estratégia, determinamos que o mercado português não seja tão importante ou determinante para o crescimento e o resultado da empresa. Neste momento é muito difícil para as empresas portuguesas terem resultados positivos remuneráveis para a sua actividade, a saída para o internacional tem haver essencialmente com as margens de lucro. Espanha para nós continua a ser considerado como domestico, temos tido bons resultados da nossa actividade. Outro vector para a nossa internacionalização tem haver com as oportunidades que surjam como aconteceu com a Argélia, enquanto existirem oportunidades ataremos no local assim que acabarem sairemos. Dentro destas oportunidades surge os EUA.

Q. – O mercado ibérico é uma realidade ou é mais um conceito?

R. – Acho que é mais realidade do que já foi, ou seja, os portugueses e os espanhóis já não estão tão de costas voltadas como no passado. O grande erro de Portugal foi pensar durante muito tempo que o seu mercado domestico era só Portugal. Eu penso que é um caminho lento que se caminha no bom sentido.

Penso que devido a esta crise ibérica que os dois países se vão unir mais e mesmo em termos de representação vamos ter um peso muito superior do que individualmente. Penso que Portugal e Espanha vão consolidar estratégias não só a nível internacional como também para o desenvolvimento interno dos dois países. Vai existir uma maior integração em termos de negócios.