



CONSTRUIR

O jornal de negócios da indústria da Construção

www.construir.pt

Projectista

motor de pesquisa de materiais de construção

www.projectista.pt



Quinzenário - sai à sexta-feira - 7.50 euros

Director: Ricardo Batista

19 de Junho de 2015 ■ Ano XI ■ Número 295

CONSTRUÇÃO

Vortal procura consolidar presença no Top 3 mundial

Em entrevista ao Construir, Rui Dias Ferreira explica a estratégia da empresa para se posicionar entre as principais plataformas mundiais de compras por via electrónica, garantindo a operação através de Portugal. A empresa, que garantiu recentemente um contrato na República Dominicana, aposta no crescimento tanto na Europa como na América Latina, respondendo aos desafios impostos pelas directivas de compras públicas **PÁG. 04-05**

ENGENHARIA

COBA com carteira de encomendas histórica

COBA regista, em 2014, "a maior carteira de encomendas da sua história" e um volume de facturação de 35 milhões de euros. Grupo português de engenharia ressaltou também o seu envolvimento em projectos de "grande dimensão e complexidade", com particular destaque para a área da hidroelectricidade **PÁGS. 08-10**

ESPECIAL

Janelas, Portas e Caixilharia

O período de crise que Portugal atravessou nos últimos anos (e cujos efeitos ainda se mantêm, apesar dos sinais de recuperação, obrigou as empresas a olhar com particular atenção para o que são as especificidades da Reabilitação Urbana. As prestações térmicas e acústicas fazem, por maioria de razões, parte da equação **PÁGS. 26-31**

IMOBILIÁRIO

APEMIP atesta desequilíbrios

Estudo promovido pela APEMIP sobre a evolução do mercado de arrendamento, entre 2011 e 2015 revela desequilíbrios entre oferta e procura **PÁG 18**

ARQUITECTURA

"O cliente está mais exigente e atento"

Nuno Porfírio, responsável pelo departamento de Arquitectura da A1V2 explica a estratégia de internacionalização da empresa e reflecte sobre as implicações da crise que afectou a economia nacional na prática da arquitectura **PÁG. 14-15**

www.anteprojectos.com.pt

ANTEPROJECTOS
Oportunidades de negócio na Construção

Entrevista

“Tentamos, o mais possível” que o cliente faça parte do processo criativo”

Em entrevista ao Construir, o responsável pelo departamento de arquitectura da A1V2 explica a importância o impacto da crise na exigência do cliente. Nuno Porfírio, secundado pela administradora da empresa, Maria José Vicente, explica ainda a importância dos mercados externos e a estratégia competitiva da A1V2 nesses mercados

Ricardo Batista
rbatista@construir.pt

Passado que está o primeiro semestre, que balanço fazem da vossa actividade?

Nuno Porfírio (NP): Tem sido muito positivo. É bastante positivo. A A1V2 está bastante voltada para os mercados externos e temos tido, com alguma sorte, a capacidade de escolher bons locais para investir, bons locais para podermos apresentar as nossas soluções formais, técnicas, e temos tido sucesso nessa abordagem. Posso adiantar que estamos agora também na Namíbia, com processos recentes. A Namíbia foi uma agradável surpresa. Estamos em Angola há já alguns anos, onde temos desenvolvido trabalho de porte relevante, não só na arquitectura e urbanismo, e aos poucos temos descoberto, através destes pólos avançados da empresa, novos mercados satélite a esses países onde estamos sediados. Tem sido uma experiência positiva.

O que se poderá antever até final do ano? É já possível perceber o que serão os próximos meses?

Sentimos que há uma maior capacidade para os nossos clientes privados estudarem melhor os processos. E nota-se o despertar de “algo”. Em Angola, por exemplo, estamos envolvidos num processo que, de repente, passou de um estado de quase paralisação para um ritmo de velocidade cruzado. Para nós isso foi algo estranho de início mas aos poucos vamos percebendo as vicissitudes dos mercados que, para todos os efeitos, são diferentes do mercado português. E nós temos de estar preparados para responder às características inerentes a cada um desses países, às suas culturas, às suas particularidades.



Departamento de Arquitectura e Urbanismo da A1V2

Da esquerda para a direita: Sérgio Caetano, Tiago Póvoa, Bruno Espinho, Nuno Rocha e Porfírio (Coordenador de Departamento), Diogo Pinheiro, Ricardo Barata, Rui Russo, António Rodrigues, Rui Pires, Mónica Garcia, Patrícia Ferreira, Tiago Brito, Eunice Ribeiro e Daniel Emídio

Olhando para o mercado interno, a que é que no seu entender se deve esta melhoria da dinâmica da procura a que temos assistido?

Penso que chegámos a um ponto de ruptura e há coisas que efectivamente tinham de sair do papel. Há coisas que têm de ser feitas, caso contrário vão requerer uma intervenção mais significativa caso se opte pelo prolongamento deste marasma. A conjuntura foi terrível mas surgem agora novos sinais. Estamos num ponto em que cada vez mais os clientes, mesmo os públicos, estão mais informados, têm acesso a informação que os torna mais conhecedores. Hoje o cliente questiona, não se deixa levar por uma opção apenas “porque sim”. Ele conhece, sabe o que foi feito na autarquia vizinha...

Não há uma confiança cega nem no que propõe nem no que lhe é proposto...

Precisamente. E isso é bom. Em parte, o cliente ao encomendar pode fazer também parte do processo enquanto crítico, enquanto analista. Massa crítica. Não são só os técnicos que desenvolvem o projecto, e que o fazem de uma forma mais técnica e conceptual, mas a proximidade do cliente traz, seguramente, mais valias. Na A1V2 tentamos, o mais possível, que o cliente seja parte do processo criativo. Sentimos que isso está a acontecer cada vez mais. Os clientes são mais exigentes e isso faz com que se mexam mais. Tenho sentido muito isso, sobretudo no Interior do País em autarquias de média dimensão, que lançam desafios aos projectistas através de concursos públicos ou de adjudicações

directas. E têm surgido programas interessantes e apelativos envoltos num contexto próprio desde logo porque pressupõe orçamentos mais apertados, o que se torna um desafio adicional para os projectistas.

Os últimos anos foram de cautela e de aperto, e que ainda hoje se sentem. De que modo vamos sair desta contingência e ultrapassar esse marasma, que teve claros efeitos na vossa actividade?

Acho que há alguns factores fundamentais. Desde logo a fusão entre os polos académicos e os municípios. Portugal consegue, de uma forma activa e prática, formar técnicos com altíssima qualidade de que é prova a quantidade de técnicos que encontramos em todo o Mundo, seja na nossa área ou não. Há uma reconhe-

cida capacidade científica e técnica. E depois há que perceber que tão cedo não voltaremos a ter o Estado e a administração pública no papel de “faz tudo”. Se esta conjuntura trouxe algo de mais positivo foi a capacidade de percebermos que é possível encontrar soluções equilibradas fundindo parceiros em relações “win-win”, onde todos ganham. E de muitas formas. Seja pela cedência de espaços, de licenças, benefícios em taxas, participações em meios académicos, autárquicos, existe uma multiplicidade de soluções que podem ser positivas. A componente académica tem um peso fortíssimo em muitas das nossas cidades que não apenas Lisboa, Porto ou Coimbra. Isso pode, e deve, ser melhor aproveitado. É importante perceber que sozinhos podemos andar para a frente mas andamos menos. Defendo que os ateliers e os gabinetes, quanto mais colaboradores tiverem, melhor são pois há mais massa crítica, há mais pensamento em torno de uma questão. Uma vantagem que a AIV2 tem é o facto de termos massa crítica multidisciplinar. Um arquitecto pode dialogar com outros técnicos e discute vários aspectos que não apenas a sua especialidade. Para mim já me choca quando apanho um projecto e percebo que aquele arquitecto, meu colega, não falou com o técnico de estruturas. Isso percebe-se na abordagem formal, no tipo de desenho, nos elementos específicos que apresenta. Percebe-se bem quando os arquitectos dialogam pouco e isso é menos positivo.

Qual é a expressão do mercado interno na vossa actividade, neste momento?

Ronda os 3%. E dizemos isso porque temos alguns trabalhos em fase final. De facto, 97% do trabalho é feito no mercado externo.

A estratégia passa por onde? Pelo crescimento nos mercados externos?

Há uma aposta que passa por reforçar o peso nos países onde estamos já sediados. Tentamos criar empresas de direito próprio local para que os nossos clientes sintam que estamos nesses mercados de forma séria e não apenas para lucrar de forma cega. É importante ter a consciência que isso faz com que possamos dar apoio a colaboradores locais, que conhecem muito melhor que nós os mercados, a legislação, o País em si, algo que por muito que nos esforcemos não dominaremos. E a própria cultura. Por exemplo, um País islâmico tem datas e celebrações muito próprias, além do

próprio sentido de ocupação do espaço, a intensidade do clima. E uma das formas de dominar isso tudo é recorrendo a colaboradores locais.

Ainda que sejam empresas e estruturas locais, que importância tem a estrutura em Portugal na vossa actividade internacional?

Maria José Vicente (MJV): Tem muita importância. Quando vamos para os outros países, o processo de investimento é pesado para qualquer empresa. Então, o que tentamos fazer, numa primeira abordagem nesses países e nos primeiros trabalhos que garantimos, é concentrar todo o trabalho em Portugal. Até por questões económicas. Enviar técnicos para esses países para elaborar projectos numa fase inicial é muito mais dispendioso. Tudo o que é projecto, nós tentamos concentrar aqui em Portugal, recorrendo aos técnicos portugueses. Além disso, há que perceber que é uma missão difícil encontrar mão-de-obra qualificada que consiga responder aos padrões de exigência a que estamos habituados, por exemplo, na Europa. A estrutura em Lisboa é, por isso, muito importante.

O que vos torna competitivos nos mercados onde actuam?

NP: Aquilo que nos torna mais competitivos, como referi, é o facto de podermos ter internamente praticamente todas as valências técnicas de projecto. Ao invés de estarmos a tentar comunicar com uma série de consultores externos espalhados pela cidade ou pelo País, conseguimos internamente resolver diversas situações mais rapidamente, com um custo controlado, em suma melhor. Muitas vezes quando temos técnicos alocados dispersamente é pouco viável. No fundo, ter uma equipa multidisciplinar é uma mais-valia e isso acaba por ter peso também em mercados mais globais.

Como se explica a aposta em Angola, Qatar, Marrocos, Argélia, Arábia Saudita e agora a Namíbia?

MJV: A aposta nessa prospecção começou em 2004, altura em que fui pela primeira vez a Angola. Pensei

que haveria, de facto, muito para fazer num País que tinha acabado de sair da guerra mas, por surpresa, percebi que já lá estavam empresas chinesas fortemente enraizadas. Em Angola, mercado pelo qual sou particularmente responsável, as empresas chinesas controlam muito os mercados. Para países que estão a sair de dificuldades, como era aquele caso, e embora tivesse petróleo não tinham know-how e maquinaria, os parceiros chineses aportam tudo e dão um forte empurrão no desenvolvimento desse país. Pretendia-se que não se fizesse bem, mas sobretudo que se avançasse na recuperação do País. Que se fizesse qualquer coisa. As estradas estavam intransitáveis, destruídas, não se conseguia fazer a viagem entre Luanda e o Lobito. Os chineses, nesse aspecto, desempenharam um papel relevante executando a obra, tratam do financiamento e fazem igualmente o projecto. Fazem tudo. Quanto a isto...é difícil nós conseguirmos posicionar. Tivemos sorte e começámos a trabalhar na área da fiscalização. Em Angola foi por onde começámos e lá continuamos. Temos levado a nossa estratégia a bom porto, já sabemos falar a linguagem deles. O Porto do Lobito é uma obra nossa, fizemos também o novo Aeroporto de Luanda que, com grande pena, foi alterado por uma empresa chinesa. Lá está, tendo eles o financiamento com esse poder nas mãos e com esta alteração no projecto acabaram por desvirtuar o estudo que nós fizemos e que conferia uma linha moderna para aquele espaço. A entrada num País marca qualquer visitante, seja VIP ou não.

NP: Foi um processo bastante interessante. Foram quatro anos de projecto com quase 100 colaboradores internos e externos alocados a este processo. Foi um desafio valente. O que é curioso é que muitos destes trabalhos vão ecoando e, felizmente para nós, pelas boas razões. Isso resulta em convites para fazer trabalhos de porte e escala semelhante mas em outros países. Foi daí que nasceu a oportunidade de trabalharmos na Namíbia.

Engenheira: Ganhámos a obra do

porto de Walvis Bay, obra prevista para dois anos que se deverá arrastar por mais algum tempo dadas as alterações que não tinham sido contempladas pelas autoridades portuárias. Claro está que atrás dessa obra virão outros trabalhos. A Namíbia é um país muito interessante. Tem uma organização muito marcada, sabem o que querem e reconhecem que o método de trabalho tem de existir. Isso é muito valorizado.

Como estão a lidar com as dificuldades orçamentais de Angola?

MJV: A crise em Angola teve efeitos muito nefastos. Grande parte dos pagamentos está suspensa e o lançamento de novas obras está muito condicionado. Ainda agora o presidente da República Angolana criou um Gabinete para a execução dos acessos ao novo aeroporto de Luanda, por via rodoviária e ferroviária. Estamos a falar de uma distância de 40km do centro da cidade e em termos de acessibilidades é muito complicado. A estrada de Catete é uma estrada com um tráfego imenso. Recentemente houve diligências das autoridades angolanas junto de chineses para a captação de investimento. O impacto foi muito grave, muito mau. A redução foi abrupta. E nem mesmo a proximidade das eleições, daqui a dois anos, está a trazer quais quer efeitos.

NP: Daí que, estrategicamente, optámos por estarem outros mercados para não dependermos de um único mercado. Esta estratégia seguida pela administração permitiu investir em vários mercados. Atendendo que há flutuações em todos eles, esta multiplicidade de geografias faz com que uns acabem por compensar, de alguma maneira, as quebras dos outros.

É expectável que novos mercados venham a ser adicionados?

MJV: Eu não tenho grande vontade. Novos mercados implica a contratação de mais técnicos, mais coordenação interna e mais técnicos expatriados. Se começarmos a abrir demasiado os braços, não conseguiremos abraçar nada. Temos de ser ponderados nessa decisão. Onde estamos, estamos bem.

NP: Mais vale darmos um passo do tamanho da nossa perna que estarmos a dar passos com pernas que não são as nossas. Além do mais, essa dispersão leva tempo e implica a exploração dos mercados, das oportunidades, a forma como se lida com os capitais, os investimentos necessários para enfrentar o primeiro ano. ■

“Aquilo que nos torna mais competitivos, é o facto de podermos ter internamente praticamente todas as valências técnicas de projecto”, diz Nuno Porfírio