



NUNO FERNANDES, DIRETOR DE OPERAÇÕES DO GRUPO AOC
E GERENTE DA AOC, SARL EM FRANÇA

Vocação internacional

UM GRUPO DE CARIZ FAMILIAR, com uma gestão empresarial rigorosa e de vocação internacional. Assim se pode definir o grupo AOC, uma empresa nacional do sector da construção, em franca expansão no mercado francês.

Que balanço faz dos 25 anos de atividade da empresa?

O balanço é extremamente positivo. Podemos afirmar que hoje o Grupo AOC é uma referência ao nível das PME portuguesas, mais concretamente das PME ligadas à construção. Apresenta-se como um dos maiores exportadores do distrito de Leiria, certificado segundo a norma ISO 9001, PME líder pelo terceiro ano consecutivo e com uma forte ligação aos seus clientes, fornecedores e parceiros.

Em que mercados estão presentes?

Nos últimos dois anos, para além do mercado nacional concentramo-nos no mercado francês e moçambicano onde já temos quadros de pessoal muito significativos. Contudo, nos últimos anos, e por força dos clientes, também executámos projetos em Israel, Suécia, Espanha e Colômbia.

Em França, estamos presentes através da filial AOC, Sarl, constituída em 2014 e detida a 100% pela empresa nacional. A AOC Sarl surge enquadrada nos planos de continuidade e expansão do grupo neste mercado e este ano estimamos um volume de negócios superior a 32 milhões de euros. Quanto a Moçambique, temos a sucursal Anibal de Oliveira Cristina Lda., Sucursal Mozambique. Para este mercado prevemos um volume de

negócios em 2016 superior a 15 milhões de euros, fruto dos contratos celebrados com os seus parceiros locais. Por isso, não podíamos estar mais contentes com os 25 anos da empresa, que continua a crescer de forma sustentada, com resultados positivos e clientes satisfeitos.

Quais as etapas decisivas no vosso percurso empresarial?

Existem na história da AOC dois períodos onde as decisões tomadas foram decisivas para o sucesso. O primeiro tem a ver com uma mudança estratégica do *core business*. O outro foi a decisão de internacionalização.

Como quase todas as PME de construção criadas no princípio da década de 90, o *core business* centrava-se na construção de habitação que estava em crescimento

acentuado nessa altura. Foi nessa altura, e com uma concorrência cada vez mais acentuada, que se decidiu enveredar pela área industrial. Esta mudança foi fundamental para a abertura da empresa a novos clientes, e num mercado menos concorrencial, o que permitiu um desenvolvimento rápido, mas consistente, num sector onde somos hoje uma referência internacional que já nos levou a realizar obras noutros mercados.

A segunda etapa mais marcante foi a decisão da internacionalização. A rápida reação à crise do mercado, no final de 2010, levou a que a empresa se redefinisse estrategicamente, procurando novos mercados, adaptando-se a novas realidades e exigências. Hoje, passados seis anos, colhemos os frutos desse investimento. Estamos devidamente implantados em dois mercados internacionais.

Qual é atualmente a área de negócio estratégica para a empresa?

A empresa dedica-se exclusivamente à construção de edifícios, sejam eles de habitação, serviços ou industriais. Temos tentado adaptar-nos ao mercado onde trabalhamos. Em Portugal, cerca de 80% do volume de negócios está ligado à indústria e aos serviços. Os restantes 20% à reabilitação. Em França, a habitação tem sido o principal mercado até este ano. No entanto, está previsto a entrada em força no sector industrial e de serviços. Em Moçambique, e também por força do mercado, as obras públicas e industriais são a principal atividade da empresa. Planeamos um investimento imobiliário na zona de Nampula, a norte de Moçambique.

Como tem sido a experiência do grupo no mercado francês?

Este ano, o mercado francês vai representar cerca de 50% do volume de faturação global do grupo (faturação superior a 32 milhões de euros). É por isso um mercado de enorme importância para esta empresa. Os nossos clientes reconhecem o nosso esforço e dedicação e, normalmente, estabelecem uma ligação com a nossa empresa que nos permite manter, e até mesmo aumentar, o volume de negócios.

Neste momento, não temos nenhum cliente em França para o qual não tenhamos voltado a trabalhar e pessoalmente considero isso muito positivo. Do ponto de vista económico, trata-se de um mercado muito exigente, com pouca abertura da banca, principalmente às PME portuguesas. Têm muitas exigências ao nível das garantias prestadas e por isso é um mercado onde apenas os melhores podem sobreviver.

Do ponto de vista socioeconómico, a França é uma das potências europeias, com uma enorme necessidade de construção ao nível de habitação e indústria. Por outro lado, tem uma política fiscal que fomenta o investimento na habita-

“

O mercado francês vai representar cerca de 50% do volume de faturação do grupo

”

ção como forma de desfiscalização dos investidores. Trata-se, por isso, de um mercado prioritário para a nossa empresa e no qual pretendemos manter o volume de negócios nos próximos anos.

Que planos de expansão tem para este mercado?

O plano passa por aumentarmos gradualmente a carteira de clientes no sector da habitação e penetrar na área industrial, onde acreditamos que podemos ser uma mais-valia pela experiência acumulada ao longo dos últimos 20 anos.

A realização de obras chave na mão é também uma ambição da empresa, já que é essa a principal atividade em Por-

tugal. Prezamos muito a qualidade do serviço prestado e a relação com o cliente, e é com estes vectores que pretendemos demarcar-nos neste mercado.

A entrada no mercado industrial e de serviços vai ser uma aposta muito grande da empresa. Acreditamos que pode ser fundamental para o desenvolvimento da nossa atividade naquele país e porque, ao mesmo tempo, nos permite desenvolver outros departamentos do grupo em Portugal, nomeadamente a metalomecânica, certificada de acordo com a norma EN1090, e que hoje já tem uma contribuição importante no volume de exportações globais do grupo.

Quais os planos em agenda para este ano?

Este ano pretende-se ser o ano da consolidação dos mercados estrangeiros onde nos encontramos, França e Moçambique e, ao mesmo tempo, o ano de reencontro com Portugal. Estamos a investir forte nestes três mercados, quer ao nível dos recursos humanos, equipamentos e processos.

Em França, estamos a garantir o aumento da quota de mercado, reforçando a nossa presença e notoriedade. O mercado começa a reconhecer a nossa marca. Em Moçambique, temos um projeto de investimento imobiliário em curso em Nampula que se iniciará este ano. Em Portugal, e porque apesar da conjuntura, continuamos a acreditar no mercado, estamos a desenvolver uma rede de contactos e a contratar técnicos que nos permitam estar na linha da frente. É o nosso mercado por excelência, onde somos mais conhecidos e, obviamente, que pretendemos tirar partido disso aumentando o nosso volume de negócios.

Perspetivas de crescimento para 2016

2016 será um ano de crescimento muito acentuado, com um volume de faturação muito perto dos 65 milhões de euros, mais do dobro do alcançado em 2015. Este aumento só é possível porque a empresa se manteve estruturada, mesmo em anos de menor volume de negócios, e porque os mercados acreditam no potencial da empresa e na qualidade dos serviços.