

Data: 2012/05/18 **CONSTRUIR - PRINCIPAL**

Título: Engenheiros estudam actividade internacional

Tema: Ordem dos Engenheiros

Periodicidade: Quinzenal

Âmbito: Especializada

Temática: Arquitectura/Construção

Imagem: 1/3

ENGENHARIA

OE discute exportação

A Ordem dos Engenheiros celebrou o Dia da Engenharia na Tektónica com a troca de experiências de empresas lusas no mercado internacional **PÁGS. 08-09**

Internacionalização



© Julien Eichinger - Fotolia.com

Engenheiros estudam actividade internacional

Engenheiros de várias das principais empresas do sector nacional da construção reuniram-se na Tektónica 2012 para encontrar estratégias de internacionalização e exportação da engenharia portuguesa. O escopo das intervenções foi alargado, dadas as várias áreas representadas. Contudo, a ideia de complementaridade entre empresas ficou no ar

Pedro Cristino

pcristino@construir.workmedia.pt

Com o objectivo de colocar na “montra” estratégias de internacionalização das empresas de engenharia nacionais, a Ordem dos Engenheiros (OE) aproveitou o Dia da Engenharia na Tektónica para realizar a conferência “A Engenharia Portuguesa no Mundo – Internacionalização e Exportação”. Com abertura a cargo do bastonário da Ordem dos Engenheiros, Carlos Matias Ramos, esta conferência moderada por Cristina Machado, presidente do Colégio de Engenharia Civil da OE, contou com a participação de representantes de várias áreas de engenharia – informática, mecânica, de materiais e civil – ligadas ao sector da construção que expuseram as

suas experiências no mercado externo.

O exemplo Apple

“Precisamos de internacionalizar as empresas sem confundir internacionalização com exportação, precisamos de ajudar a engenharia portuguesa a exportar-se para assim levarmos as empresas lá para fora” para que estas façam aquilo que sabem fazer melhor, começou por declarar António Sousa Correia, presidente do Colégio de Engenharia de Materiais da OE, apontando para o facto de que “muitas das exportações que fazemos” não serem exportações de valor, o que constitui, na sua óptica, um problema. Para António Sousa Correia, importa “fixar uma marca, ser detentor da mesma e conseguir, de alguma maneira, ter

o reconhecimento do trabalho de investigação e desenvolvimento até ao fim, até à componente de carácter não corpóreo do produto”. Como exemplo, o responsável da OE citou o iPhone, que considera “um telefone banal, com um sistema operativo avançado, que teve uma ruptura ao nível do design e, consequentemente, daquilo que é a percepção ao nível da qualidade de um produto”. Assim, e explicando que este telefone é o resultado de uma engenharia de qualidade que proporciona grandes margens ao fabricante – a Apple – urge perceber como se conseguirá, no sector nacional, atingir estas margens. “Um marketing sensacional, um desenvolvimento primoroso do produto e um suporte e um entrosamento muito bom entre a equipa de engenharia e a de marketing de

produto”, descreveu assim a empresa norte-americana. A necessidade de gerar valor, de estabelecer uma indústria com elevadas margens de rendimento tem de ser pensada com os engenheiros, segundo o presidente do Colégio de Engenharia de Materiais. “Temos que saber fazer o preço que for necessário e valorizar o produto naquilo que é intangível, naquilo que é conhecimento. Não estamos parados mas os americanos também não e os americanos na engenharia são muito práticos porque, ao contrário do que se faz na Europa, em que o Estado, de um lado, determina política e as empresas, do outro lado, tentam fazer dinheiro usando a política, nos Estados Unidos, o Estado é um cliente e é um promotor dos clientes e do mercado”, explicou António Sousa Cor-

Internacionalização

reia. "Todos sabemos que há oportunidades ao nível da sustentabilidade", continuou, explicando que, com o fim dos recursos actuais à vista, os engenheiros terão o desafio de encontrar novos materiais de substituição e novas soluções, ao mesmo tempo em que se pensa a sustentabilidade, com o "entrosamento das diversas indústrias e actividades". Neste sentido, foi apontado o exemplo da rede das universidades, que faz investigação de "primeiríssimo nível" mas que, na opinião de António Sousa Correia, não tem ainda o nível de entrosamento que seria desejável com as empresas.

Rede de know-how da Atkins

O director-geral da Atkins Portugal, Júlio Moita foi o último orador antes do encerramento da sessão. O engenheiro explicou a evolução deste grupo no sentido da exportação dos serviços. A Atkins começou como uma empresa "gerida por princípios britânicos com uma presença local em várias regiões do

planeta", começando a portar-se "não como uma multinacional, mas como uma empresa britânica". Segundo Júlio Moita, o desenvolvimento do mercado tornou "rapidamente perceptível que era necessário alterar a estratégia do grupo", no sentido de este agir como "uma empresa multinacional na qual o seu núcleo de escritórios no Reino Unido constituiria uma forte âncora do desenvolvimento da política internacional e, com isto, dá-se uma evolução dos procedimentos de funcionamento e da política estratégica do grupo", inserindo-se, nesta fase, a alteração da política de funcionamento da Atkins Portugal que consiste no chavão "Plan, Design, Enable". "Plan, no sentido em que o grupo quer posicionar-se a montante de qualquer decisão de investimento e, portanto, tem como uma das partes do seu core business desenvolver o conjunto dos estudos que permitam ao investidor aferir a possibilidade de realmente acreditar o seu investimento ou não", indicou o director-geral, explicando que se refe-

ria a estudos de viabilidade económica e estratégicos. "Design no âmbito em que temos as capacidades internas para desenvolver todos os estudos e projectos necessários à implementação desse investimento que o promotor quer fazer", referiu e, por fim, explicou o conceito de "enable": "queremos ser um parceiro e, nesse sentido, queremos acompanhar o cliente ou o promotor que vai investir num determinado produto até à sua implementação e, portanto, temos de continuar ao lado desses nossos clientes", para além dos estudos de viabilidade e de implementação. No caso da Atkins Portugal, Júlio Moita, explicou que, "até há alguns anos atrás", o grupo não tinha uma grande interacção entre as empresas locais e a casa-mãe. "Quando o grupo entendia que havia um mercado para apostar, criava uma empresa local, através de crescimento orgânico ou aquisição, e essa empresa tinha como único mercado de actuação precisamente o mercado onde tinha sido criada", revelou. Com a alteração da estratégia

do grupo, este conceito alterou-se "radicalmente". "O grupo tende a interagir com os diferentes escritórios locais espalhados pelo mundo, como uma rede de capacidade de prestação de serviços de engenharia e com isso tirar as mais-valias que cada escritório representa", afirmou Júlio Moita, explicando que existem escritórios em determinadas áreas geográficas com know-how muito avançado em alguns sectores, que não está presente noutras áreas geográficas. "A complementaridade entre as diversas áreas geográficas permite ao grupo prestar um serviço ao nível da consultoria de engenharia de valor relativamente acrescentado", concluiu. Neste sentido, surge a necessidade de criar um "relacionamento entre cada unidade de negócios do grupo e as demais unidades de negócio que constituem o universo da multinacional Atkins". Actualmente o grupo divide-se em regiões geográficas e entre sectores de negócio, estando a representação portuguesa relacionada com determinadas áreas de negócio. ■