Paulo Coelho,
presidente do
Grupo Pecol

O valor acrescentado NACIONAL

Como pode a indústria portuguesa fazer face à concorrência asiática? Especializando-se e exportando, como mostra o exemplo nacional da Pecol que começou por Espanha

É preciso um carrinho de golfe eléctrico para Paulo Coelho nos mostrar o gigantesco complexo industrial de mais de cem mil metros quadrados da Pecol, em Águeda. A companhia fundada em 1983 é hoje um grupo de 11 empresas, incluindo uma *holding* e participações no estrangeiro. De Espanha, a Pecol expandiu-se para Itália, Angola e China. O grupo está no negócio dos sistemas de fixação (parafusos, vedantes, material de corte, ferramentas e equipamento de segurança), na gestão de resíduos, no ramo imobiliário e na criação de peças para a indústria automóvel - negócio inserido na Pecol 2 e que é a grande arma de exportações do grupo.

“Começámos inicialmente a distribuir parafusos, nos anos 80”, recorda Paulo Coelho, o líder da Pecol. Daí foi um passo natural para a criação de parafusos na indústria da madeira, iniciando uma trajectória de aumento constante do portefólio da empresa, que tem hoje em catálogo de mais

de 35 mil produtos. O grande desafio veio nos anos 1990, com a entrada em cena da China como grande potência industrial. “Chegámos à conclusão de que a nossa produção tinha de ser direccionada para clientes que valorizem a qualidade”, explica Paulo Coelho. “Começámos a utilizar as nossas máquinas para produzir peças para a indústria automóvel e a importar diversos materiais e ferramentas para diversificar a nossa oferta nas lojas de ferragens.”

Surge assim, em 2001, a Pecol II, fabricante de peças para a indústria automóvel com qualidade certificada e vendidas aos mais exigentes fornecedores de componentes auto do mundo. “Começámos então a desenvolver a parte industrial de uma forma mais forte”, conta Paulo Coelho. “Portugal começou a tornar-se pequeno e começámos a envolver-nos mais com o estrangeiro. Em boa hora o fizemos, tendo em conta a actual conjuntura.” Hoje, o fabrico destas peças é a grande

DESCOBRIR ESPANHA

Pontos fortes do mercado

- Mercado estável e maduro.
- Proximidade geográfica com Portugal.
- País membro da UE, com facilidades para o comércio e investimento.

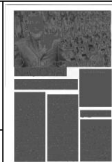
Principais desafios

- Conjuntura económica desfavorável.
- Preferência dos consumidores (famílias e empresas) por marcas nacionais.

força de exportações da Pecol. “Muitos carros têm peças Pecol”, orgulha-se Paulo Coelho.

PRESENÇA MUNDIAL A PARTIR DE ESPANHA

A expansão do negócio cedo passou fronteiras. Ainda nos anos 1990, a Pecol comprou a HERZA, em Espanha, já à altura a maior empresa ibérica de parafusos. A expansão no país vizinho não se ficou por aqui. Nos últimos três anos comprou várias empresas de pequena dimensão em diversas regiões de Espanha e juntou-as sob a insígnia ADA Fasteners. Dar esta dimensão ibérica ao Grupo foi aliás condição para a internacionalização. O passo seguinte foi a Itália, onde em 2009 foi adquirida a Euronavit, para estreitar relações



com os fabricantes automóveis italianos e franceses. Pelo meio, surgiu também a presença na China, através de uma empresa de *trading* que faz a ponte entre empresários de todo o mundo e fornecedores chineses, e um investimento em Angola, onde a Pecol criou a Locep que, além de comercializar os produtos do grupo no mercado angolano, está capacitada para a construção metálica e instalação de unidades industriais. Um negócio de elevado potencial num país que está a renovar por completo a sua capacidade produtiva.

Para Paulo Coelho, o segredo para o crescimento tem sido comprar empresas nos mercados que considera interessantes, em vez de criar estruturas de raiz. “Fica muito mais barato e temos sucesso garantido, na medida em que se trata de fazer replicar o nosso modelo de gestão”, justifica. “É mais rápido! Eu não posso investir no estrangeiro para só ter retorno daqui a cinco ou seis anos. Em cinco anos muda tudo, hoje os ciclos são mais curtos”, explica. “Portanto, o que defendo e aconselho é a compra de empresas locais.”

Em Portugal, a aposta mais recente está na criação da rede de lojas Casa dos Parafusos. A Pecol assumiu a loja histórica com esse nome na Baixa de Lisboa e aproveitou para renovar o conceito, oferecendo ao grande público uma gama completa de ferramentas e produtos de ferragens. “Para já estamos muito contentes com o negócio”, saúda o empresário. No mercado interno, os próximos anos serão dedicados à expansão desta rede, promovendo a marca Pecol – cuja relação antiga com o ciclismo nacional lhe tem trazido grande visibilidade junto dos consumidores. Mas, a atenção de Paulo Coelho vai cada vez mais para

A VOCAÇÃO IBÉRICA DO BCG

O Banco Caixa Geral é o rosto do Grupo Caixa em Espanha. Presente no mercado espanhol há 19 anos, a CGD é a sexta instituição financeira da Península Ibérica (em termos de activos, e de acordo com dados de Junho 2010), dispoñdo de uma ampla rede de 210 agências, 25 centros de empresas e uma rede de Banca Patrimonial (*private banking*) para apoiar na gestão do seu património. Beneficiando da presença do Banco Caixa Geral em Espanha, a CGD apresenta a oferta Ibérica – um conjunto de soluções integradas para as empresas com actividade em Portugal e Espanha. O Passaporte Ibérico é uma dessas alternativas e visa facilitar a realização de negócios nos dois mercados.

o exterior. O Brasil é um dos mercados que está a explorar e onde planeia entrar em breve – mais uma vez, com a compra de uma participação numa empresa local. Em Portugal, constata o empresário, “o mercado está lento e com tendência de quebra.” Por isso mesmo, “o sentido do nosso esforço é o mercado estrangeiro. A nossa focalização nos próximos anos vai ser solidificar as actividades lá fora.”

SEMPRE A CRESCER PARA O MUNDO

A aposta nos novos mercados está a dar bons frutos. Hoje, o grupo Pecol emprega perto de 500 colaboradores – cerca de metade dos quais fora de Portugal – e atinge uma facturação global da ordem dos 100 milhões de euros anuais, 55 por cento dos quais vindos

“PORTUGAL COMEÇOU A TORNAR-SE PEQUENO E COMEÇAMOS A ENVOLVER-NOS MAIS COM O ESTRANGEIRO. EM BOA HORA O FIZEMOS, TENDO EM CONTA A ACTUAL CONJUNTURA”

do estrangeiro. Além das participações na Europa, África e Ásia, a Pecol exporta para perto de 25 países, maioritariamente europeus. “Estamos sempre a crescer”, saúda Paulo Coelho. “O único ano em que baixámos foi 2008, com a crise internacional.” Só este ano a Pecol conta aumentar onze por cento a sua facturação, alavancada no negócio internacional. Como? Qualidade de serviço, capacidade de resposta às exigências dos clientes, e um conjunto de vantagens competitivas que fazem da Pecol uma empresa de referência no contexto europeu do nosso sector.

“Temos de ser excelentes, temos de nos transcender todos os dias”, sintetiza. “O estrangeiro valoriza muito a qualidade do serviço.” Tal robustez só é possível com um parceiro financeiro à altura. “Temos uma boa relação com a Caixa Geral de Depósitos”, congratula-se o líder da Pecol. “É um banco que reconhece o nosso trabalho e nos tem apoiado.” Em Espanha, em particular, o grupo Caixa tem sido um aliado poderoso para alavancar a dimensão ibérica da Pecol. “A Caixa tem feito um grande esforço para criar uma estrutura internacional”, saúda Paulo Coelho. “E tem feito um bom trabalho, principalmente em Espanha.” Aliás, sublinha o empresário, “este banco tem uma coisa boa para Portugal, que é a dimensão para os negócios. Porque neste momento os bancos, devido à crise, fogem dos negócios grandes como o diabo da cruz. E a Caixa é o único banco que ainda escuta as pessoas”. Apesar da conjuntura adversa, Paulo Coelho reconhece o trabalho da CGD. “Nesta crise, a Caixa foi o único que teve uma postura de não deixar as coisas fechar”, reconhece. “E isso é importante para a economia portuguesa.” ■

