



Miguel Marques Pereira
Arquiteto, Director da Land Design, Focus Group
miguel.pereira@land-design.pt

O mercado argelino está em expansão, com uma enorme procura de serviços qualificados na área da construção civil, mas é igualmente um mercado complexo, muito burocratizado que implica um esforço adicional para as empresas portuguesas

ARGÉLIA - Um mar de oportunidades e de desafios

Num contexto adverso da economia portuguesa, a internacionalização e a exportação são palavras cada vez mais frequentes no léxico dos portugueses, de empresários ao poder político, passando pela população em geral. Ao longo dos últimos anos estas duas palavras passaram de desígnio a obsessão, a “tábua de salvação” de muitas empresas em Portugal, que viram a sua atividade contrair nos últimos anos.

As empresas de consultoria e projeto, motivadas por este “novo” desígnio nacional, e pela necessidade de manter a sua atividade, acabaram por se lançar também eles na aventura da internacionalização, de forma mais ou menos planeada e estruturada, procurando numa primeira fase os países lusófonos como destino preferencial. Depois da estabilização política, há cerca de uma década, a Argélia tem sido um dos destinos da internacionalização portuguesa, sobretudo nas áreas de construção e engenharia, tirando partido de uma economia com crescimento o acelerado, impulsionada pelo petróleo e pelo gaz, que contribuem para quase 90% do PIB, num país ainda em recuperação de uma guerra com grandes carências em equipamentos e infraestruturas.

Depois da fixação de grandes empresas de referencia do sector, é agora a vez das PME’s tentarem a sua sorte neste território, com a mesma motivação e empenhedorismo dos navegadores portugueses há cinco séculos atrás. No entanto, tal como os portugueses desse tempo, também os novos “descobridores” dos nossos tempos enfrentam desafios, que importa acautelar.

O mercado argelino está em expansão, com uma enorme procura de serviços qualificados na área da construção civil, mas é igualmente um mercado complexo, muito burocratizado que implica um esforço adicional para as empresas portuguesas. Ao contrário dos países dos PALOP em que a legislação é muito próxima (senão igual) à portuguesa, a Argélia tem um contexto legal complexo resultado do legado francófono combinado com muitas das regras da cultura árabe, condicionando a atividade económica sobretudo das empresas estrangeiras.

A adaptação técnica das empresas e quadros portugueses de arquitetura e engenharia é um desafio que coloca diariamente. Da obrigatoriedade da produção escrita em francês, ao distinto enquadramento regulamentar ao nível da arquitetura e engenharia, são vários os desafios e constrangimentos que se colocam aos gabinetes portugueses, que têm que rapidamente se adaptar a novos contextos regulamentares nem sempre óbvios de decifrar. Estes são ainda confrontados com a dificuldade de se registarem os seus técnicos nas organizações profissionais argelinas, obrigando necessariamente a parcerias com gabinetes locais, com capacidade por vezes questionável.

A fiscalidade, para além complexa é igualmente protecionista, contribuindo para a menor competitividade dos serviços prestados. O desafio passa necessariamente pelo ganho de competitividade na qualidade e inovação e não pela componente do preço onde dificilmente as empresas portuguesas conseguirão concorrer com as empresas argelinas.

A concorrência é de resto outro desafio emergente no mercado argelino. Após décadas de convulsão interna que afastaram grande parte das empresas estrangeiras do país, a estabilidade política, a disponibilidade de recursos e o agudizar da crise europeia levaram à mobilização dum surto de empresas de arquitetura e engenharia para este mercado, que concorrem de forma aberta e agressiva levando a uma queda significativa dos preços na última década.

Se por um lado os custos de contexto não são muito elevados, dado o custo de vida acessível, a verdade é que a morosidade e complexidade dos projetos acabam por condicionar a sua rentabilidade, estendendo-se frequentemente para além dos prazos estimados, e envolvendo na maior parte das vezes muitas alterações e revisões.

Num mercado competitivo e exigente, com um elevado grau de maturidade, as empresas portuguesas beneficiam de elevada credibilidade e do *know-how* acumulado nas últimas décadas em Portugal em grandes obras públicas e privadas para se diferenciarem, sendo no entanto um percurso difícil que obriga a um elevado investimento inicial sem retorno tangível na primeira fase da internacionalização.

Para assegurar o sucesso do processo de internacionalização (ou de exportação) neste mercado importa estar presente de forma constante, como de resto acontece em todos os mercados, mas neste em particular. As relações comerciais baseiam-se em relações de confiança e de parceria que só se conseguem e consolidam com uma presença diária neste mercado. Isto implica um esforço financeiro adicional para as empresas portuguesas que já passam por dificuldades de tesouraria, uma vez que este é um mercado que por vezes implica o investimento de alguns anos para que se consiga o *payback* desejado.

As parcerias com empresas locais já instaladas são assim uma forma eficiente de gerir esta dificuldade, permitindo reduzir o período de adaptação ao mercado de forma significativa e permitindo tirar partido de sinergias já instaladas no terreno que aceleram a atividade comercial, reduzindo custos de operação.

Este é um mercado cheio de oportunidades, com algumas vantagens óbvias face a outros mercados mais distantes, ou já mais explorados, mas é também um enorme desafio à capacidade das empresas portuguesas. A sustentabilidade da operação no mercado argelino, depende em grande medida da capacidade financeira das empresas para suportar os custos de arranque da operação e por outro lado da capacidade de apresentar continuamente serviços inovadores e de elevado valor acrescentado que possam ser concorrenciais num mercado globalizado como é o mercado argelino.