



O mercado nacional da consultoria empresarial ainda tem uma vasta margem de crescimento, na opinião de Nuno Nazaré.

Empresa francesa consolida presença em Portugal

Alma Consulting garante redução de custos às empresas

A consultoria operacional, no ramo específico da redução de custos, é ainda muito recente e com uma dimensão reduzida em Portugal. A Alma Consulting, de origem francesa, quer afirmar-se no mercado nacional. Nuno Nazaré, “innovation manager” da empresa, considera que se está numa fase de crescimento e de afirmação do sector, pelo que haverá que aproveitar as oportunidades que se colocam.

Vida Económica – Ainda se fala pouco da consultoria operacional no nosso país. Qual a actual situação do mercado?

Nuno Nazaré – É um mercado, em grande parte, ainda dominado por empresas de dimensão reduzida, o que pode indiciar uma dificuldade em passar para as empresas o conceito e as potencialidades que são oferecidas. Trata-se de um conceito abrangente, tendo como pano de fundo a optimização de processos de negócio de uma empresa, através de várias intervenções, como redução de custos, optimização de processos, integração e implementação de tecnologias de informação. As empresas olham cada vez mais para a redução de custos operacionais como uma forma de manterem as suas margens, estas mais esbatidas. É interessante verificar que algumas das consultoras internacionais, mesmo as associadas à consultoria estratégica, têm diversificado a sua oferta neste âmbito.

VE – Sendo um mercado recente, é lícito que ainda se coloquem alguns problemas.

NN – É ainda recente e com uma dimensão reduzida em Portugal. Está-se ainda numa fase de crescimento e afirmação do sector. Uma de as principais dificuldades sentidas no terreno é o facto das empresas estarem pouco informadas sobre a questão da redução de custos. Ainda se associa a melhoria do desempenho apenas ao aumento das receitas, descurando-se a vertente dos gastos. Mas a poupança é uma componente fundamental para o crescimento de uma empresa, permitindo usar melhor os recursos e obter melhores resultados. Um bom exemplo é o caso dos incentivos fiscais a I&D, concedidos através do SIFIDE (Sistema de Incentivos Fiscais à Investigação e Desenvolvimento Empresarial). O desconhecimento das empresas

da existência deste instrumento é grande, o que faz com que sejam cépticas quanto a resultados e demonstrem reservas em apresentarem candidaturas. Mas os resultados demonstram que não há razões para se estar reticente. Foram apresentadas (há três anos) poucas centenas de candidaturas, que resultaram em mais de 105 milhões de euros de crédito aprovado.

VE – E quanto à operacionalização dos serviços públicos?

NN – A excessiva burocratização dos serviços públicos é ainda um problema transversal à nossa economia, que dificulta o efeito rápido das medidas tomadas pelas empresas e a motivação em adoptar estratégias mais agressivas de redução de custos ou até de aproveitamento dos instrumentos de financiamento público. Em resumo, o contexto político-económico cria dificuldades à actividade de consultoria operacional, se bem que esta situação constitui um estímulo e uma oportunidade para a diferenciação das empresas mais capazes a operarem no sector.

Os principais segredos para a sua afirmação residem na especialização e na dimensão das empresas que o constituem. Apenas com um conhecimento muito técnico e com tecnologias consolidadas uma empresa poderá vingar no mercado. A dimensão é ainda importante, pois só assim se conseguirá disseminar em grande escala a oferta do sector para todo o tecido económico.

Objectivo é liderar o mercado

VE – Qual a estratégia da Alma Consulting para o mercado português?

NN – As operações foram iniciadas em 2007 e des-

de essa altura o objectivo tem sido sempre o de liderar o mercado nacional na área da redução de custos e da consultoria operacional, à semelhança do que acontece a nível europeu. É importante não esquecer que o grupo está perfeitamente alicerçado noutros países. A ênfase em Portugal tem sido posta sobretudo na área dos incentivos à inovação.

O posicionamento é de empresa especializada, procurando o reconhecimento através da qualidade dos serviços prestados. Fazemos as melhores candidaturas, aquelas que vão proporcionar ao cliente o maior nível de crédito fiscal. Nos últimos três anos, temos conseguido a fidelização dos nossos serviços junto dos clientes.

VE – Mas como pretendem chegar a mais clientes?

NN – Numa estratégia de consolidação de mercado e diversificação de serviços, estamos a introduzir outras ofertas associadas com a redução de outros tipos de tributação das empresas, aproveitando o factor de harmonização fiscal que se tem feito sentir, por força da transposição da legislação comunitária.

Para além da redução da carga fiscal, procuramos também sensibilizar as empresas para as mais-valias da descida de custos noutras áreas, permitindo-lhes disporem de mais recursos para investirem.

Este é um dos pontos fortes da Alma Consulting, em termos estratégicos, uma vez que a sua implantação em 12 países, com a mesma tipologia de serviços, permite aferir e partilhar as melhores práticas em cada um deles, transpondo-as para cada uma das realidades nacionais, em função da oportunidade, da adequação e da receptividade do mercado.