

NUNO TERRAS MARQUES CEO DO GRUPO VISABEIRA

Diversificação geográfica e de setores está no ADN da Visabeira

Grupo iniciou a internacionalização nos 1990 e hoje está em 18 geografias e 50% do seu volume de negócios vem da Europa e 25% dos Estados Unidos.

FILIPE S. FERNANDES

Em 2022, a Goldman Sachs, um dos maiores bancos de investimento do mundo, adquiriu uma participação de 22% na Constructel, empresa do Grupo Visabeira, por 200 milhões de euros, o que valorizava a empresa mais de 900 milhões de euros. Era o parceiro que a Visabeira procurava para que os ajudasse a crescer nos Estados Unidos, o que aconteceu em 2024 com as aquisições da Veritá e da Sargent Electric.

Nuno Terras Marques, CEO do Grupo Visabeira, entrevistado no programa semanal do Negócios no canal Now, "Economia Sem Fronteiras", explica que este negócio foi "um selo de credibilidade, porque só investem numa empresa, num ativo, que é um projeto seguro. Mas já éramos, reconhecidamente, um dos maiores parceiros das maiores 'utilities' e operadores de telecomunicações na Europa desde a última década".

A Visabeira foi fundada em 1980, e, no princípio da década de 1990, iniciou o seu processo de internacionalização para Moçambique onde o fundador, Fernando Campos Nunes, tinha passado grande parte da sua juventude, se-

guindo-se, mais tarde, Angola. Esta estratégia de diversificação geográfica e de setores vem "muito do ADN do fundador do grupo", disse Nuno Terras Marques.

A Europa e a escala

Por volta do ano 2000, a Visabeira iniciou a sua expansão para a Europa, pela França, através da prestação de serviços de engenharia de redes de telecomunicações e energia. Hoje está em 18 geografias e realiza 50% do volume de negócios na Europa, sobretudo em países onde têm maior dimensão como a Alemanha, Reino Unido, França, Bélgica, Itália, Espanha, Dinamarca e Suécia. Os Estados Unidos representam 25% do volume de vendas e África tem um peso de 5%, embora já tenha tido um peso bastante maior, e depois 25% em Portugal, "onde temos crescido", referiu Nuno Terras Marques.

O gestor diz que "quando se internacionaliza, é preciso ter cuidado com riscos políticos, económicos, e cambiais" e este movimento implica um processo de aprendizagem e onde a escala surge como um fator essencial.

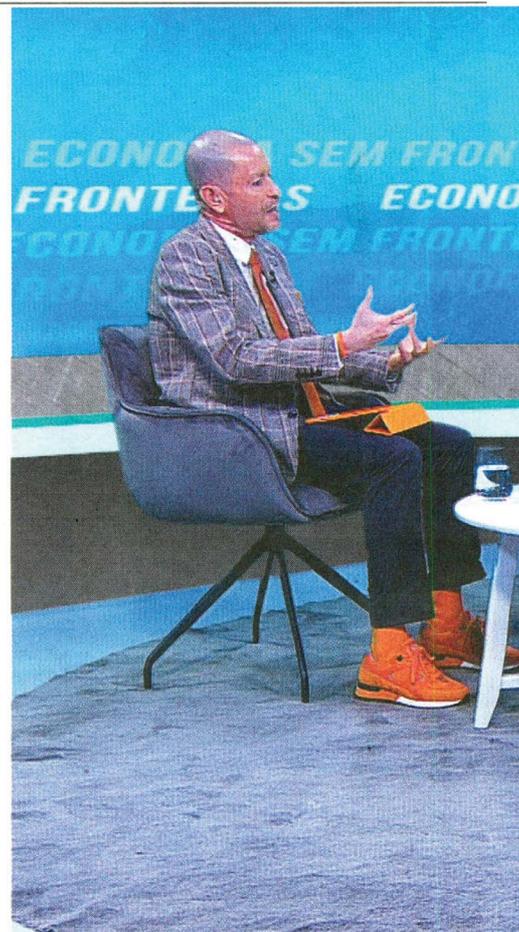
O ADN da Visabeira era muito assente no crescimento orgânico, a diversificação e a internacionalização foram processos de "implantação orgânica da nossa atividade, com mobilização de pessoas e com crescimento orgânico de todas as nossas atividades".

Mais aquisições

Nos últimos anos, o Grupo Visabeira evoluiu na sua estratégia e tem complementado o crescimento orgânico, "com uma posição mais aquisitiva, no sentido de complementaridade daquilo que é a nossa posição, do nosso portefólio de serviços, de atividades, e também de posicionamento geográfico", disse Nuno Terras Marques, tendo a Visabeira feito, desde 2021, mais de uma dezena de aquisições em vários mercados. Mas "não temos a ambição de sermos os maiores em cada país em que estamos, mas crescermos de forma sustentável, com uma diversificação do nosso risco", concluiu.

Para Nuno Terras Marques, o grupo é "um dos fortes 'enablers' da transição energética e da transformação digital que está a ser feita no mundo. Orgulhamo-nos de levar a conectividade a muitos lares pela Europa e de fazer esta transformação de energia, com energias renováveis, na distribuição, no transporte. Somos um dos principais 'enablers' desta caminhada para a sustentabilidade".

Além disso, as evoluções tecnológicas, como a digitalização e a conectividade, facilitam a gestão de um grupo tão diversificado e presente em tantos países a partir de Viseu, onde tem o centro de comando e controle das operações. ■



Miguel Frasquilho e Marta Dhanis conduziram a entrevista a Nuno

Vista Alegre, o lado "premium" do grupo

Cristiano Ronaldo é o aríete da Visabeira para a conquista dos mercados do Médio Oriente, Ásia e Estados Unidos.

Em 2009, em plena crise financeira internacional, Fernando Campos Nunes, fundador e acionista da Visabeira, entendeu que a aquisição das centenárias Vista Alegre e Bordallo Pinheiro, que estavam próximas da insolvência, se inseria na estratégia de reforço da área industrial de cerâmica e a sua diversificação. "Teve a visão e a mo-

tivação para investir na recuperação do que é quase um património nacional, uma empresa que praticamente une todos os portugueses", disse Nuno Terras Marques, no "Economia Sem Fronteiras", programa semanal do Negócios no canal Now.

Eram necessários investimentos exigentes do ponto de vista de financeiro



Terras Marques, CEO do Grupo Visabeira.

“como o investimento na modernização das fábricas, na inovação, no desenvolvimento tecnológico”, mas também exigência “capacidade de gestão para recuperar as empresas”, salienta Nuno Terras Marques.

Atualmente, a Vista Alegre, por exemplo, tem um posicionamento de marca cada vez mais “premium”, mais luxo, e assim é percecionada. Mostra dinamismo, apresenta uma diversificação de produtos que lhe valem “um reconhecimento internacional muitíssimo mais forte, é quase um ‘trend maker’ a nível europeu”, avaliou Nuno Terras Marques.

Hotéis “premium”

A recuperação da Vista Alegre foi feita nos mercados de proximidade, sobretudo a nível europeu, agora o grande foco está no crescimento nos mercados do Médio Oriente, Ásia, e dos Es-

tados Unidos. É nesta estratégia que entrou o investimento que Cristiano Ronaldo fez na Vista Alegre Atlantis, empresa da qual passou a deter 10%, a que se junta ainda 30% da Vista Alegre Espanha e a criação de uma empresa conjunta, detida

em 50% por cada investidor, para os mercados do Médio Oriente e Ásia.

O grupo aproveitou ainda a marca Vista Alegre para posicionar os hotéis mais “premium” da sua rede hoteleira Montebelo, como são o Montebelo Vista Alegre, em Ílhavo, onde está a sede da Vista Alegre Atlantis, e o Montebelo Vista Alegre Chiado Lisboa Hotel.

Os negócios da Vista Alegre Atlantis valem 8% do volume de negócios do Grupo Visabeira, mas, como sublinhou Nuno Terras Marques, “tal como a Goldman Sachs teve o efeito de credibilização e de alavancagem do que nós fazemos nas infraestruturas de redes, telecomunicações e energia, a recuperação da Vista Alegre da Bordalo Pinheiro também teve uma repercussão na visão dos portugueses relativamente à capacidade de gestão do grupo”. ■ FSF

O PROGRAMA

“Economia Sem Fronteiras” é o um programa semanal do Negócios no canal Now, na posição 9 das operadoras de televisão. É conduzido pelo economista e antigo presidente da AICEP Miguel Frاسquillo e pela apresentadora Marta Dhanis.

O crescimento a três dígitos

Os serviços de engenharia de redes de telecomunicações e de energia têm sido os motores de crescimento do grupo, tendo multiplicado o volume de negócios.

O grupo Visabeira atingiu um volume de negócios de 2,275 mil milhões de euros em 2024, o que representa um crescimento acumulado de 137% nos últimos cinco anos e 260% nos últimos dez anos. Em 2024, empregava 16 mil trabalhadores, quase mais de 50% do que em 2020, e, mais de metade destes trabalhadores está no exterior. Do seu volume de negócios, cerca de 80% é proveniente de mercados externos, e os mais estratégicos são os Estados Unidos, a França, o Reino Unido, a Alemanha e a Bélgica.

Em termos de diversificação de negócios, o grupo está presente em áreas como a imobiliária, a restauração, a hotelaria, a indústria, com destaque para a cerâmica, e a construção. Mas, o grande ativo reside nos serviços de engenharia de redes de telecomunicações e de energia, que, em 2023, representaram mais de 85% do volume de negócios.

Foi nesta área de atividade que se baseou a estratégia de internacionalização da Visabeira na Europa, sobretudo nas telecomunicações, que “era onde nós tínhamos mais força, mais presença, mais capacidade mobilizadora. Agora estamos numa fase de diversificação do negócio para a energia”, referiu Nuno Terras Marques, CEO do Grupo Visabeira.

Telecomunicações em alta

Recorda que, há uns cinco ou seis anos, a área das telecomunicações pesava 90% na atividade de serviços de engenharia de redes, enquanto a energia valia 10%. “Hoje a atividade de telecomunicações tem continuado a crescer, mas representa 55%, por sua vez, a área da energia cresceu para os 45%”, disse Nuno Terras Marques.

Na área de energia, estão na produção de energia renovável,

“

Temos uma componente e uma panóplia de serviços que cobre toda a cadeia de valor da energia e das telecomunicações.

NUNO TERRAS MARQUES
CEO do Grupo Visabeira

na distribuição, no transporte, nas subestações, nas redes, mas também na parte de “battery storage”, “energy storage”, na eficiência energética.

Como defende Nuno Terras Marques, “temos uma componente e uma panóplia de serviços que cobre toda a cadeia de valor da energia e das telecomunicações. Neste momento, estamos mais focados no equilíbrio no nosso portefólio de serviços, na presença nestes países e sempre com alguma estratégia para crescer”. ■

FSF



Programa Economia Sem Fronteiras. Ao domingo, de manhã, no Now. Conteúdos podem ser consultados em Economia Sem Fronteiras, no site do Negócios

ECONOMIA SEM FRONTEIRAS**NUNO TERRAS MARQUES**
CEO DA VISABEIRA**Diversificação
geográfica e de
setores está no
ADN do grupo**

No programa do Negócios no Now, o gestor diz que Cristiano Ronaldo é o aríete para o grupo entrar em novos mercados.

ESPECIAL 22 e 23