

IMOBILIÁRIA

NEGÓCIOS, ARQUITECTURA E HABITAÇÃO

ESPECIAL TURISMO
MUDANÇA DE TENDÊNCIAS

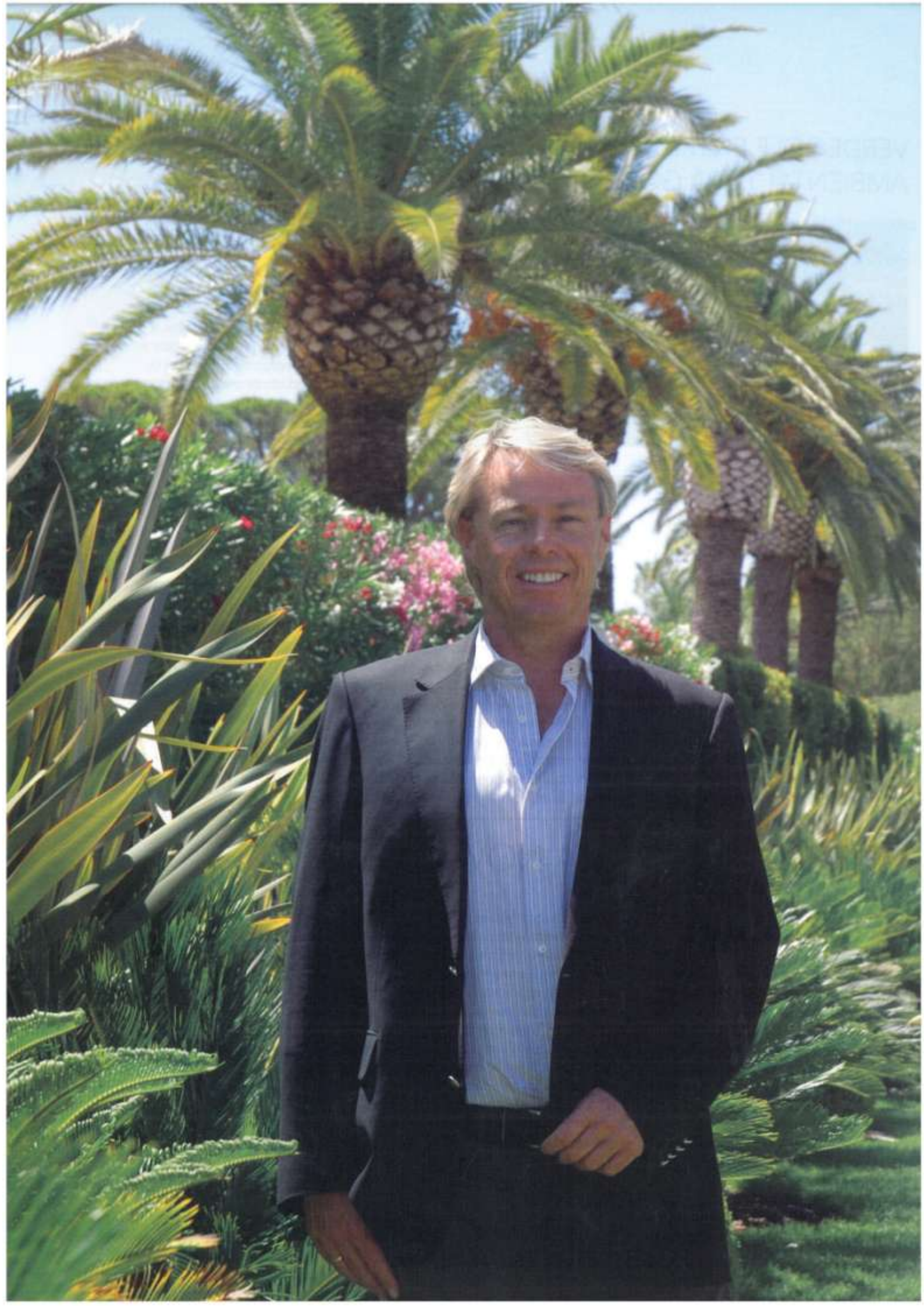
ALEXANDRE DE ALMEIDA
GERE HERANÇA COM PAIXÃO

SANDRA FRAGOSO
APRESENTA SIL 2008

RICHARD WESTCOTT

**Jardim Vista alia
beleza e ambiente**





“As pessoas vivem cada vez mais o exterior”

Com quase 20 anos, a empresa de paisagismo Jardim Vista encontra-se numa fase de expansão e internacionalização. Com um currículo invejável, onde constam os principais empreendimentos imobiliários e turísticos do País, o seu responsável Richard Westcott lembra as três premissas que fazem desta empresa um sucesso: qualidade, inovação e ‘value for money’.

Entrevista: Cidália Lopes Fotos: Irina Sedlar

Como é que surge a oportunidade de criar a sua própria empresa em Portugal?

Estudei Arquitectura Paisagística em Inglaterra nos finais dos anos 70. Entretanto, passei por uma experiência no Médio Oriente, tendo trabalhado em paisagismo para o Governo do Dubai (a família Maktum) e na Arábia Saudita para um grande promotor chamado ‘Arabian Homes’. Na altura comecei a pensar que gostaria de trabalhar num destino do Sul da Europa e Portugal pareceu-me o local certo por ser ainda pouco explorado nesta área. Era ainda um mercado emergente. Foi então, em 1990, que fundei a Jardim Vista.

Na altura, suponho, o mercado era muito mais reduzido em relação aos dias de hoje?

Sim. Era muito difícil encontrar clientes. Primeiro, porque não tínhamos qualquer trabalho feito em Portugal. Basicamente o nosso ‘cartão de visita’ foi a minha experiência no Médio Oriente. Em segundo lugar, porque se estava a passar por uma recessão a nível mundial, embora neste caso considere que essa situação económica funcionou a meu favor, porque foi uma maneira de manter o negócio mais controlado e eficiente.

18 anos depois pode-se considerar a Jardim Vista um caso de sucesso. Qual o segredo?

Pode-se dizer que a chave do sucesso da Jardim Vista assenta em três características principais. A primeira diz respeito ao design, que é feito segundo os mais altos padrões de qualidade e muito inovador, sendo que o nosso método de apresentação é também de grande qualidade e chama de imediato a atenção do cliente. Temos 20 arquitectos paisagistas que trabalham na empresa, trata-se de uma equipa jovem mas experiente. E esse é o espírito que queremos transmitir.

A segunda é a capacidade de sermos nós próprios a construir os projectos. Garantimos sempre que aquilo que construirmos transmite fielmente o projecto. É importante salientar que não subcontratamos ninguém. Temos os nossos próprios electricistas, pedreiros, jardineiros, carpinteiros, serralheiros... Temos controlo total sobre o que fazemos, pelo que podemos garantir a qualidade do produto final.

A terceira prende-se com a manutenção. Por se tratarem de ‘identidades vivas’ é fundamental que a manutenção seja feita por pessoas adequadas e competentes de modo a que o produto final corresponda sempre ao projecto inicial e, por isso, aos de-



sejos do cliente. É também uma forma de perpetuarmos a nossa imagem, como se se tratasse de um portfolio vivo.

Esta forma de actuarmos é igualmente interessante do ponto de vista comercial, porque construir um jardim e depois manter esse espaço são constantes fontes de receitas.

Outro factor importante é o facto de não estarmos 'presos' apenas a uma zona. A nossa infra-estrutura permite-nos deslocar por todo o território nacional e termos escritórios em vários pontos do País, o que tem contribuído para o nosso crescimento.

No seu entender, o que difere hoje no paisagismo em relação há 20 anos?

Hoje em dia, e principalmente nos últimos 10 anos, começam a aparecer soluções muito mais contemporâneas, que não existiam no final dos anos 80 e princípios de 90.

Em termos de soluções tem-se também muito mais atenção ao ambiente, sendo que a redução do consumo de água é fundamental.

Outra mudança é a atitude dos promotores e até dos particulares, que consideram que os espaços verdes são um aspecto muito importante e uma mais-valia para o projecto.

Uma coisa é construir bem um edifício, outra coisa é o que está em redor. Se não oferecer espaços para as pessoas usufruírem do exterior é porque não está a cumprir a sua função essencial, que é integrar o edifício nos espaços verdes.

No caso dos particulares, quer viva numa moradia ou num apartamento, na Quinta do Lago ou em Chelas, o que importa é como se faz a relação do exterior com o interior. Em qualquer espaço é possível desenvolver um projecto que possibilite uma maior vivência com o exterior. Aqui em Portugal ou em Espanha é possível aproveitar muito mais o tempo ao ar livre do que em Inglaterra, por exemplo.

Um aspecto fundamental é que esta é uma actividade com, cada vez mais, procura e que as pessoas, sejam promotores ou particulares, se aperceberam da grande importância que o pai-

sagismo tem para sua qualidade de vida. O exterior tem que estar arranjado, quer seja uma rua, uma varanda, um parque, uma praia privada, um jardim. Tem que ser limpo, funcional e atraente.

Actualmente é uma questão de moda mas está a transformar-se numa questão cultural. As pessoas preocupam-se cada vez em viver o 'exterior'.

A comunicação e a presença institucional também fazem parte da vossa estratégia. De que forma isto pode contribuir para o sucesso?

Faz absolutamente parte. É muito importante que as pessoas saibam aquilo que fazemos mas, apesar disso, primeiro há que o fazer. Ou seja, temos que ter alguma coisa para mostrar.

Nos últimos 15 anos conseguimos construir um portfolio de trabalhos realizados um pouco por todo o País, pelo que, neste momento, já nos encontramos numa fase em estamos perfeitamente à vontade para falar sobre isso e darmos garantias da nossa qualidade.

Por outro lado, o nosso trabalho é muito falado através do 'boca-a-boca', de pessoas que conhecem o nosso trabalho, e isso é muito importante porque dá mais confiança aos clientes de que vamos fazer um trabalho de qualidade.

Actualmente, a Jardim Vista tem também crescido a nível interno da empresa. Quantos funcionários já têm?

Neste momento temos 330 funcionários, a contar já com as nossas delegações. Trata-se de um crescimento que se deu principalmente nos últimos três anos.

O que aconteceu nos últimos anos que possibilitou essa expansão orgânica?

A Jardim Vista sofreu algumas alterações internas. Comprei a parte que correspondia ao meu sócio e, assim, tornei-me no único proprietário do negócio (100% accionista) o que possibilitou avançar com uma série de novas ideias e projectos.

Neste momento, quais são os vossos principais clientes?

Trabalhamos presentemente com a Imocom no projecto paisagístico do Palácio da Quinta e estamos a finalizar a implementação do projecto no Monte Santo Resort. É a continuação de uma relação de sucesso que começou com o Hilton As Cascatas Resort, em Vilamoura. Com o Grupo Oceânico fomos responsáveis pelo Amendoeira Resort e vamos fazer os espaços verdes dos próximos projectos deles: o Royal Óbidos Spa & Golf Resort e no novo empreendimento daquele grupo em Vilamoura, o Golf Gardens Resort.

No passado já trabalhámos, por exemplo, com o Grupo J. Bernardino Gomes para o Santa Eulália Resort e agora para o novo projecto deles em Olhão, o Real Marina Hotel & Spa, com o promotor Newlyn nos projectos Victoria Boulevard e n' O Pomar; com o promotor E3 – Property no projecto Palmyra; no Pine Hill Residences, em Vilamoura, no Vale da Lapa, no Carvoeiro, e no Monte Rei Golf & Country Club, em Vila Nova da Cacela.

Fomos ainda responsáveis pelos jardins do Convento do Espinheiro, em Évora e, neste momento, vamos voltar a trabalhar

neste hotel, na implementação da segunda fase do projecto paisagístico.

Em Lisboa, vamos construir o jardim do empreendimento Convento dos Inglesinhos, sendo que neste caso o desenho é do arquitecto Hipólito Bettencourt e temos também em mãos o projecto de paisagismo do Infante à Lapa.

Entretanto, há seis anos, abrimos outra delegação em Espanha, em Marbelha, onde temos trabalhado com promotores espanhóis como o La Quinta ou o La Perla, e temos tido bastantes projectos particulares também no segmento residencial alto (La Zagaletta e Sierra Branca). Na sequência da nossa expansão para Espanha, acabámos por conseguir realizar uma grande operação em Gibraltar ao nível do projecto Ocean Village. Só esse contrato vai render cerca de oito milhões de euros.

Como tem estado a correr essa experiência no país vizinho?

Ainda que no último ano e meio o mercado esteja um pouco mais lento, nós, que trabalhamos num mercado de topo, acabamos por não sentir muito esses efeitos.



« Ao fazermos a manutenção dos jardins, perpetuarmos a nossa imagem como se fosse um portfolio vivo »



Sei que em Espanha não há muito a cultura do paisagismo. Confirma?

Efectivamente é assim. Foi uma surpresa quando chegámos, em 2002, e encontramos um mercado ainda por desenvolver neste sector. Com efeito, encontra-se mais desenvolvido em Portugal do que em Espanha.

Estão prestes a avançar com um escritório na Madeira. O que mudou para tomar esta decisão?

Bem, nos últimos três a quatro anos temos tido alguns trabalhos na Madeira, nomeadamente o Fórum Madeira, além de termos também muitos pedidos de orçamentos e de projectos a nível particular. Como tal, penso que o ideal é a Jardim Vista ter um espaço próprio para estar mais próximo do cliente naquele arquipélago.

Simultaneamente, estamos também a preparar a abertura do escritório no Porto, o que deverá acontecer até ao final deste ano.

Qual o investimento que representa a abertura desses dois escritórios?

É difícil avançar um número, mas em termos de resultado final é mínimo porque o número inicial de pessoas e equipamento vai ser reduzido, à semelhança do que aconteceu quando fundámos a Jardim Vista no Algarve. Ou seja, no início vão ter muito apoio da nossa loja do Algarve, mas depois deverá seguir o rumo natural e tornar-se independente, tal como aconteceu com todos os outros escritórios.

Recentemente adquiriram a empresa Aquatics. Qual a importância deste negócio?

Foi muito importante por se tratar de uma empresa especialista na sua área — elementos aquáticos —, o que poderá trazer uma mais-valia aos nossos projectos e diferenciá-los.

Sentem que os clientes começaram a pedir soluções mais direccionadas para essa área?

Não foi tanto nesse sentido, porque nós também sempre desenhamos elementos aquáticos nos nossos projectos. A diferença é que agora temos especialistas a fazê-lo, o que significa mais técnica e mais criatividade neste campo.

Têm projectos a curto prazo em África, de que tipo de trabalhos estamos a falar?

Estive recentemente em Cabo Verde e penso que, neste momento, representa uma grande oportunidade de negócio, dado o

elevado investimento imobiliário e turístico projectado para aquele país.

Como tal, considero que é um local onde vai haver muita procura pela nossa actividade. Aliás, neste momento já estamos a responder a diversos pedidos de projectos de paisagismo. Neste sentido, é quase certo que até ao final do ano vamos abrir o nosso escritório neste país.

As particularidades ambientais de Cabo Verde apresentam-se um desafio...

Claro. A falta de vegetação significa que temos que construir viveiros e devido à escassez de água vamos ter que colmatar esse factor recorrendo à dessalinização. Em vez de importarmos água, optámos pela construção de raiz, o que, além de poupar nos custos, também vai gerar emprego para a população local.

Que técnicas são hoje utilizadas para minimizar os consumos de água e que tipo de plantas são mais usuais?

Antes de mais existe um processo a seguir. Nós recebemos inicialmente um contacto por parte do cliente que, às vezes, pode limitar-se à concepção do projecto. Mais tarde poderemos participar no concurso e se ganharmos ficamos com o projecto.

Outras vezes, somos contactados para fazer o projecto e para construir. Neste caso, a arquitecto reúne com o cliente, que pode ser o promotor de um centro comercial, de um hotel, etc., sendo que, sempre que posso, ainda gosto de participar nas reuniões. Neste âmbito, temos que ter em conta uma série de procedimentos: o terreno, a viabilidade de água, a arquitectura do edifício, as árvores já existentes, as vistas, o vento, as condições do solo, a drenagem, o tipo do cliente, os seus objectivos, orçamento e preferências — sons, movimentos, texturas, cores, materiais, sombras.

É na escolha destes materiais que podemos poupar, logo de início, muita água. Por exemplo, além da escolha de plantas que consomem menos água, a utilização de materiais inertes, como a madeira ou o metal, seixos ou gravilha, são uma forma de minimizar o recurso da água. Não sou contra ao uso de relva artificial, porque actualmente a qualidade desta já é tão boa, mas o que é preciso é tocar para sentir a diferença. Nem sempre é necessário recorrer apenas a plantas autóctones. Muitas das plantas que utilizamos vêm de climas similares e, como tal, dão-se perfeitamente em Portugal e têm pouca necessidade de água.

E qual é o outro país africano em vão entrar?

Em Angola. Estive em Luanda há cerca de cinco anos e nessa altura optei por não avançar com nenhum projecto, porque achei que ainda era muito cedo. Neste momento, as coisas estão a mudar e agora é uma boa altura para investirmos. Temos tido vários pedidos para propostas para um grande projecto imobiliário direccionado para habitação que estão a crer implementar em Luanda, que envolve promotores nacionais e estrangeiros - o Projecto Kazanga Island.

O mercado imobiliário em Angola encontra-se em franco crescimento, no entanto, a nível turístico não tem receio que seja ainda muito cedo?

Embora considere que há precauções a tomar, não tenho receio, aliás é um desafio. Repare que vim do Dubai, onde tinha um bom emprego, para Portugal sem conhecer o país e tive de começar do 'zero'. Como temos uma equipa fantástica na Jardim Vista e temos confiança nessa equipa vamos continuar, seguramente, a crescer.

Perante o número de novos projectos onde estão a participar, é imperioso perguntar: Qual o volume de negócios estimado para este ano?

Entre 2006 e 2007 tivemos um crescimento na ordem dos 74% e este ano tivemos entre 25% a 30%. Além disso, prevemos continuar neste ritmo de crescimento durante os próximos cinco anos.

Além destes dois países africanos, têm outros projectos a nível internacional?

Sim, temos tido um número significativo de solicitações. No Sul de Inglaterra, por exemplo, foi-nos pedido para fazer o projecto para uma marina. O cliente viu o nosso trabalho em Gibraltar e ficou muito interessado, principalmente pelas tendências exóticas que o Ocean Village apresenta.

Acha que, actualmente, a qualidade dos resorts é também uma exigência feita pelos próprios clientes, na maioria estrangeiros, que estão habituados a outros padrões de vida e qualidade?

De alguma forma sim. Nos últimos 40 anos a influência estrangeira em Portugal tem sido importante e tem servido como um 'despertar de consciências', mas não devemos menosprezar que em Portugal também existem muito bons promotores portugueses.

O que é que os promotores mais solicitam ao nível de resorts?

É preciso ter em conta que, antes de mais, os promotores preocupam-se com o custo. Ou seja, querem uma solução que seja atractiva, sustentável, mas que tenha o mínimo de custos de manutenção.

É justo dizer que se for um projecto em que tenhamos feito o design, a implementação e a manutenção, o resultado final é melhor.

Entre os muitos projectos da Jardim Vista pode destacar algum que lhe tenha dado mais 'gozo' fazer?

O 'Ocean Village', em Gibraltar, por se tratar de um projecto muito grande, feito num curto espaço de tempo e em circunstân-

cias difíceis. Também marcou o trabalho realizado na Expo'98, nomeadamente no Oceanário e no Pavilhão de Macau. A Quinta da Fonte, sendo que passados 15 anos ainda continuamos a fazer a manutenção do espaço. E destaque, ainda, o Fórum Almada em particular, pela sua dimensão, embora também tenhamos participado no Fórum Algarve, Fórum Madeira e Fórum Montijo.

Considera ser mais difícil trabalhar para particulares?

Pode ser, mas não necessariamente. É claro que num jardim particular o projecto tem que ser mais personalizado e há que satisfazer o cliente.

Qual a quota de mercado que detêm, considerando os promotores e os particulares?

É difícil de dizer, mas é muito similar. Em termos de facturação, talvez seja cerca de 60% para promotores e 40% para particulares. Há que ter em atenção que a zona do 'Golden Triangle' (Quinta do Lago, Vale do Lobo e Almancil), onde temos uma grande fatia de clientes, são essencialmente particulares.

Qual a vossa estratégia para o futuro? Pensam direccionar-se para algum sector em particular?

Não. O facto de termos um portfolio muito variado de clientes é mais saudável do ponto de vista comercial. Não temos muita confiança em desenvolver apenas um sector do mercado. Nós lidamos com todos os níveis de projectos e todo o tipo de orçamentos; desta forma, considero que somos menos propensos a atravessar uma crise do mercado e estamos mais protegidos.

Quais as principais características que gostaria de ver associadas à Jardim Vista?

Qualidade, inovação e 'value for money' ■

