

Entrevista com Larangeira Rodrigues, Lda.

Manuel Larangeira

Administrador

www.larangeira.pt

Com quality media press para Expresso / El Economista

**Quality Media Press – Fale-nos da actividade da empresa nos últimos anos.**

R. – A empresa tem 33 anos. Nós a cerca de 6 anos atrás decidimos em termos estratégicos virarmo-nos para a construção civil, obras públicas e nos produtos planos. Antes éramos mais generalistas e decidimos a partir de determinada altura que não tínhamos capacidade de fazer bem feito dentro da nossa dimensão a cobertura de todas as gamas por isso concentramo-nos. O mercado em Portugal ate tem tido um consumo mais reduzido do aço, baixou nos últimos anos de 1,700 mil toneladas para 500 mil o ano passado. Nós crescemos bastante, vendemos cerca de 58 mil em que cerca de 49 mil foi no mercado nacional as restante para africa. Em africa não em mercados de expressão portuguesa, nomeadamente guinea equatorial. O mercado ibérico será um mercado comum, mas as empresas portuguesas têm muito pouco potencial.

**Q. – Porque indica que as empresas portuguesas têm pouco potencial para o mercado espanhol?**

R. – Pela dimensão das empresas portuguesas, mas também pela mentalidade dos empresários desta área em Portugal. As empresas são todas muito familiares, tem características de pouco risco, muita tradição e estão muito habituadas a mercados pouco concorrenciais. Há efectivamente algumas oportunidades que foram criadas por circunstâncias do próprio produto.

**Q. – Qual o volume de facturação da empresa?**

R. – No último ano foi cerca de 34 milhões de euros.

**Q. – Qual a sua relação com Espanha?**

R. – O meu comércio com Espanha é comprar a Espanha. Nós não temos dimensão, nem eu quero ter, é uma opção pessoas porque obrigar-me-ia a ter uma estrutura para a qual eu não tenho apetências.

**Q. – Tem notado concorrência por parte de empresas espanholas?**

R. – Desde o final da década de 80, fundamentalmente porque Portugal teve algum desenvolvimento na indústria automóvel, como a Auto Europa e a Renault. É uma área em que nós também estamos a actuar nestes produtos planos e já sentimos essa concorrência desde 1990. Acho que as empresas espanholas pela dimensão, pelas características dos empresários espanhóis são muito mais agressivas comercialmente e viram Portugal como uma oportunidade e em termos de gestão tinham outras características que nós não encontramos nas empresas portuguesas.

**Q. – Como tem decorrido a sua actividade de internacionalização em africa?**

R. – Em qualquer outros países não havia essa possibilidade porque em quase todos os países europeus existem redes de distribuição e produção locais. Africa não tem estruturas de distribuição fortes, nem tem produção dentro dos países, a única possibilidade que tem é a importação. No mercado da importação funcionam muito as traders, existem traders internacionais com muito poder. A única possibilidade que nos restava era funcionar como exportadores para esses países.

**Q. – É rentável o mercado africano?**

R. – É, porque não tem que montar uma estrutura própria para desenvolver os negócios. Só existem os custos variáveis em cada operação que fazemos. Há o nosso investimento no desenvolvimento dos contactos, das oportunidades, são custos muito reduzidos comparativamente com a montagem de uma estrutura local. Não vejo nenhuma empresa do meu sector com características de internacionalização.

**Q. – O mercado ibérico neste sector existe. Ambos os lados têm vantagens?**

R. – O mercado ibérico existe neste sector porque existem 4 produtores, todos espanhóis. Há vantagens para nós para já porque não somos só armazenistas mas também importados. O importador não é o que compra em Portugal ou em Espanha mas o que compra na Turquia ou noutros países. Houve uma certa vantagem para nós porque nos permitiu oportunidades que não tínhamos até ao momento a escolha do próprio fornecedor, estava muito limitada. Em termos do nosso mercado da procura não houve, nós não temos capacidade para vender em Espanha. É um produto que tem margens muito reduzidas, o transporte tem um custo significativo, a não ser que se estivesse estabelecido fisicamente em Espanha.

**Q. – Quais as vantagens competitivas de Larangeira Rodrigues no mercado africo?**

R. – Nós não temos vantagens competitivas nesse mercado. A única vantagem que podemos ter é os conhecimentos das melhores fontes de abastecimento. A vantagem que temos é saber em cada

momento quais as melhores oportunidades de compra para sermos mais competitivos na venda. É sempre um risco muito grande para empresas que não tenham estruturas adequadas avançarem para esses mercados.

**Q. – A nível geral o mercado africano é uma oportunidade para as empresas portuguesas?**

R. – Não, Portugal é um país que a nível de estratégias a longo prazo vai variando com os sucessivos governos, por outro lado a países que tem mais necessidade e competência para desenvolver investimentos nesses mercados. A china em Angola no nosso sector tem sido muito eficiente.

**Q. – Como vê o futuro da empresa para os próximos 5 anos?**

R. – Desde alguns anos que percebi que tínhamos que ter algum elemento diferenciados dos nosso concorrentes, nós temos apostado muito na formação na área da qualidade, somos a segunda empresa certificada no sector. Penso que aquilo que deveríamos fazer para nos diferenciarmos no sector era pela qualidade. Uma das nossas vantagens é dar ao nosso cliente um serviço com maior qualidade dentro daquilo que são as normas actuais e de futuro. Por outro lado a formação interna continuada é muito importante para que o nosso serviço para os nossos clientes seja apreciado relativamente a concorrência. É um negócio em que há pouca fidelização do cliente, há sempre uma questão de preço envolvida. O futuro é muito complexo, não só em Portugal como noutros países. O sector imobiliário está numa crise muito profunda quer em Espanha ou em Portugal. Eu creio que o consumo nos próximos anos continuará a ser deduzido, logo temos que nos preparar para ter a melhor estrutura financeira para conseguir sobreviver ao que me parecesse inevitável que é uma onda de falência neste sector. A política para os próximos anos passa por cometer o menos número de erros possíveis, não há margem para errar muito. Para os próximos 3 a 4 anos eu não tenho propriamente uma estratégia de crescimento, será mais uma estratégia defensiva, criar condições para sobreviver a esta crise. Julgo que as oportunidades vão aparecer depois. Depois de tudo o que se passou nos últimos meses vai-nos fazer repensar a forma como nós encaramos as oportunidades e o futuro. Não há maneiras de que estivéssemos habituados de gerir as empresas que possamos comparar a este momento da vida económica em quase todos os países. Teremos que tomar atitudes, penso que muito mais defensivas à espera das oportunidades.

**Q. – Quer acrescentar algo a esta entrevista?**

R. – Em Portugal a esperança é a ultima coisa a morrer e as economias vivem do factor psicológico essencial que é a confiança. Acho que os empresários e os consumidores têm de ter confiança e que tudo isto vai passar. Este ano e o próximo vão ser anos muito complicados.