

Entrevista com Grupo MFS

Com quality media press para LA VANGUARDIA & Expresso

Rodrigo Silva

Administrador

Quality Media Press - Fale-nos um pouco do percurso da empresa. Que representa o Grupo MFS no mercado?

R. - O Grupo MFS tem origem no primeiro concessionário da Maia em 1972 a Maiauto. Foi a primeira empresa e a mais antiga do grupo, na altura era concessionário de três marcas inglesas que hoje já não existem. Já anterior a estas havia outra empresa do grupo que estava ligada ao retalho de electrodomésticos, gás em garrafa, foi a primeira empresa comercial nos anos 50. Este edifício sede foi construído por nós. A Maiauto foi-se desenvolvendo e seguindo o percurso da Brithis Lailand até ao final do ano passado quando faliu a MG Rover internacional. Em 1979 começamos também a trabalhar com a marca Mitsubishi. No final dos anos 90 a Mitsubishi começou a apresentar os Todo-o-terreno e com a Land Rover dentro da mesma empresa e sendo marcas rivais achamos que devíamos criar a Maivex que foi a segunda empresa do Grupo. Nós gostamos de crescer em contra ciclo, quando a economia está a crescer nós gostamos de poupar para gastar quando a economia está mais em baixo. Achamos que é uma apolítica que nos tem sido favorável. Em 2000 quando começou esta ultima crise nós começamos a investir e expandir o grupo MFS. Fomos buscar mais marcas como a Mazda, a Suzuki, Hundai. Em 1999 criamos uma rent-a-car, que se dedica em dois ramos de negócio. Em primeiro dedica-se ao negócio da rent-a-car puro, onde temos como clientes principais empresas, e depois temos o renting. Em 2002 decidimos reestruturar o Grupo e dividi-lo em 5 áreas. Estas áreas são o retalho automóvel, onde temos Maiauto, Maixex, Rodex como concessionários e MFS Peças e Acessórios. Outra área é a rent-a-car, onde temos a Rodivex e Fiteline Espanha que só faz para o mercado espanhol renting. A Fiteline iniciou actividade já este ano em Vigo. A área dos serviços é outra área de actividade do Grupo com a Segurauto (mediadora de seguros), MFS Serviços Empresariais (funciona como o nosso Back Office do Grupo, tratamos do Marketing, Recursos Humanos, Contabilidade, Financeira, Administração. Esta empresa tem 15 funcionários. Esta empresa também presta serviços para fora do Grupo de Auditoria, Consultadoria.). Temos um projecto novo, iniciado o ano passado que é um operador turístico. Este tem dois produtos como base o Golfe e o Douro. Tem como objectivo principal trazer turistas praticantes de golfe, que sejam apreciadores de vinho. Este projecto está vocacionado principalmente para o mercado Irlandês, Inglês e Alemão. O segundo produto é destinado para o turismo religioso, com duas grandes zonas de interesse, Santiago de Compostela e Fátima. Para este segundo produto vamos apostar forte no mercado polaco e italiano.

Q. - Qual o volume de facturação?

R. - Estamos a falar de aproximadamente de 30 milhões de euros. Temos actualmente uma equipa de 130 trabalhadores.

Q. - Fale-nos da vossa politica de investimento de contra ciclo.

R. - Em 2002 apesar da crise abrimos a rent-a-car, no continuar da crise abrimos a Mazda e também a Ford em Vila do Conde, não bastando fomos buscar mais duas marcas a Saab e a Suzuki.

Q. - Quais os planos para 2006?

R. - Em 2006 ficamos com a Hundai, na área da rent-a-car ficamos com o renting em Espanha (com uma frota de 100 carros).

Q. - O mercado ibérico é uma realidade?

R. - O mercado natural doméstico português é o mercado ibérico. Para mim o mercado como a Angola, Moçambique, Brasil, não é os mercados naturais de Portugal, mas sim o mercado ibérico. Como exemplo temos as empresas espanholas que estão hoje no top dos seus negócios a nível mundial, que cresceram de um mercado doméstico muito forte com o caso da Zara, o Grupo Santander. A distribuição automóvel não é apenas um negocio, são vários negócios dentro de um, é o caso das peças de que falávamos a pouco. Aqui no Grupo estamos habituados a dizer que é um banco de três pés, tem as oficinas, as peças e os acessórios e a venda de carros. Sem uma destas pernas o negócio cai. Neste aspecto penso que existe mais abertura e mais oportunidades na questão de negócios paralelos. Os mercados são de facto diferente como o português, como o galego ou mesmo o da Catalunha. Actualmente ainda existem importadores ou só para Portugal ou só para Espanha. Quando houver organizações mais ibéricas será facilitado. Nós Grupo MFS estamos mais interessados em investir em negócios no reteng, nas peças e acessórios do que no modelo de concessão tradicional. Nós preferimos trabalhar os negócios do que as marcas ou as concessões.

Q. - A curto prazo qual a importância de cada área de negocio do grupo?

R. - Nós temos um portfolio de produtos e encaramos que o retalho automóvel é o mais antigo com capacidade de gerar lucro. A médio prazo temos o negócio de renting que cresce de forma extraordinária. Este a médio prazo será o ramo que vai substituir o retalho automóvel em termos de receitas para o Grupo. Temos também possibilidades futuras do turismo e dos serviços. Tanto em Portugal como em Espanha no retalho automóvel quando se pretende aumentar as receitas vai-se buscar mais um marca, a nossa posição é ter outras áreas paralelas onde sejamos nós a gerir o nosso futuro.

Q. - O Grupo está a pensar na possibilidade de criar parcerias?

R. - As parcerias podem ser interessantes, mas serão sempre analisadas caso a caso. O que não pode haver entre as parcerias é um choque cultural entre as civilizações, porque atrasa o crescimento do grupo. Acredito que existindo um crescimento orgânico motive mais a minha equipa do que através de fusões. A nossa política passa mais por um crescimento orgânico e sustentado, onde conhecemos as pessoas com quem trabalhamos.

Q. - Onde gostaria de ver o Grupo a longo prazo?

R. - Eu gostava que o Grupo MFS daqui a 10 anos tivesse uma posição confortável e sustentada em todo o mercado ibérico.