

Entrevista com Lanidor

João Pedro Xavier

Administrador

Com **quality media press** para LA VANGUARDIA/EXPRESSO

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão incluídas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica.

Quality Media Press - Quando é que o mercado espanhol começou a ser uma prioridade para a empresa?

R. - Foi a partir do momento em que começamos a ter uma cobertura a nível nacional muito grande e começamos a ver que não podíamos ficar só em Portugal. Para termos alguma dimensão precisávamos de ter um mercado maior e o que nos pareceu mais fácil para um crescimento natural seria o mercado espanhol. Decidimos abrir lojas em Espanha e entrar no mercado espanhol.

Penso que a economia espanhola não está num momento muito bom, mas continuamos a ter esperança. Nós procuramos crescer a nível global, mas sentimos que Espanha é um mercado natural. Espanha é um mercado que nós queremos conquistar. Sabemos que é um mercado muito competitivo e se tivermos sucesso em Espanha estamos preparados para qualquer outro mercado.

Q. - Espanha já conquistou o segundo lugar no mercado da empresa?

R. - Sim, sem duvida. Nós neste momento estamos com 15% da nossa facturação em Espanha. No ano passado adquirimos uma marca que tinha lojas em Portugal e em Espanha, a Globe. No mercado espanhol optamos por mudar as lojas todas para a sigla Lanidor e refundar a Globe em Portugal começando tudo de novo, isto fez com que aumentássemos significativamente o número de lojas em Espanha. Actualmente estamos com 18 lojas em Espanha. Fizemos um acordo com o Corte Inglés onde vamos estar presentes em 4 espaços no El Corte Inglés.

Q. - Quais as semelhanças e as diferenças entre o mercado espanhol e o português?

R. - Não sentimos diferença em termos de produto, hoje em dia é muito similar o que se vende em Portugal e Espanha. A maior dificuldade é convencer a mente da mulher espanhola, ou seja, quando passa pela porta de uma loja Lanidor vale a pena entrar nem que seja só para ver o que existe. Hoje em dia há que dar a conhecer a marca ao público em geral.

Q. - Quais os valores que a marca transmite?

R. - O que queremos transmitir de valor é que somos uma empresa que oferece moda com qualidade, temos uma preocupação grande no serviço que prestamos. Hoje em dia há uma necessidade de nos diferenciarmos das grandes cadeias de loja. Temos que nos diferenciar através do produto de qualidade superior porque não estamos a combater no preço, por outro lado podemos dar prestar um serviço e um atendimento diferente à cliente de uma grande superfície em que as pessoas estão mais para repor a roupa do que para aconselhar na venda do produto.

O nosso concorrente directo em Espanha é a Massimo Dutti. O nosso objectivo é ter um crescimento sustentado em Espanha. Espanha tem um mercado muito competitivo, demora tempo a fazer a marca porque Espanha já tem por si marcas muito fortes. Enquanto não tivermos capacidade de abrir uma loja com grandes dimensões temos que demorar algum tempo para conseguirmos fazer a marca e investirmos na publicidade como por exemplo nas revistas.

A aposta em Espanha é a médio y longo prazo, mas achamos que é uma aposta imprescindível para a empresa. Tínhamos que optar ou por ser uma grande empresa a nível nacional ou apostávamos no mercado espanhol para iniciarmos para a internacionalização. Em Portugal estamos presentes em todas as grandes cidades e gostaríamos de conseguir o mesmo em Espanha. Em Espanha vamos demorar algum tempo porque o espanhol é muito apegado aos seus hábitos. Para nós foi muito importante o acordo com El Corte Inglés porque vem dar notoriedade à marca.

Q. - Qual o segredo do vosso sucesso?

R. - Deve-se ao facto de nós termos uma clientela muito fiel à marca, temos uma grande diversidade de produtos para uma loja com a nossa dimensão, sermos inovadores no produto, procuramos ser dinâmicos dentro dos pontos de vista que criamos. Nós não procuramos áreas diferentes de negócio, procuramos é dinamizar a marca que temos. O que achamos fundamental numa empresa quando vai para um mercado externo tem que ter a seu mercado no país de origem a funcionar bem, ter que olhar para um novo mercado que vai trazer um retorno mas que não é imediato.

Q. - Quais os planos para a empresa para os próximos 5 anos?

R. - O maior objectivo é sermos a maior empresa têxtil a nível nacional e termos um número de lojas em Espanha igual ao número de lojas que temos em Portugal.