

Entrevista com PMH - Produtos Médico Hospitalares

José Augusto M. Cordeiro

Presidente del C. de A.

www.pmh.pt

Com **quality media press** para LA VANGUARDIA

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão editadas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica. Certas frases serão extraídas e inseridas sob a forma de citações no seio do artigo dedicado à vossa empresa, instituição ou sector de actividade.

Primeiro gostaríamos de lhe colocar algumas perguntas enquanto Presidente da PMH e depois entrar mais em detalhe noutros pontos. Se nos esquecermos de referir alguns, por favor lembre-nos no final da entrevista.

Quality Media Press – Fale-nos um pouco do historial da empresa.

R. – PMH começou como uma empresa comercial, a distribuir na altura luvas cirúrgicas fabricadas em Espanha por uma empresa chamada Prolax. Evoluímos de uma forma rápida. A empresa era pequena, apenas eu e uma secretária. Eu vendia, distribuía, pagava, enfim fazia de tudo. Fomos crescendo e ganhando dimensão.

Em 1993 já com alguns resultados visíveis, na moeda antiga tínhamos cerca de 100 mil “contos” de lucros acumulados e resolvi fazer a fabrica. Começamos por fazer sistemas de soros, comprando todas as peças em Itália e apenas montávamos e esterilizávamos aqui. Fomos tendo algum sucesso, os produtos tinham qualidade, evoluímos. A partir de 1999 resolvemos investir com resultados disponíveis no alargamento da fábrica e começamos a fazer o nosso próprio

sistema de soros. Sempre com a mesma filosofia, cada vez com mais segurança e com menos riscos para o ambiente. Começamos também a automatizar o mais possível. Os investimentos foram sempre provenientes de capitais próprios. Em 1999 já fazíamos alguma exportação mas muito pouco. No ano de 2000 atingimos a capacidade máxima da fábrica em Samora Correia e surge a possibilidade desta empresa.

Aqui já existia uma fábrica deste sector (de um concorrente nosso) onde inicialmente alugamos um espaço e em 2001 acabamos por comprar as instalações.

Q. - Qual o volume de facturação da empresa?

R. - Temos um volume de facturação de 17 milhões de euros. Este ano esperamos atingir os 20 milhões de euros.

Q. - Quando começou o mercado internacional?

R. - Começamos o mercado internacional em 1995, muito timidamente com a situação de França. A PMH participava no capital da empresa francesa que foi criada de raiz. O mercado francês é muito conservador e de muito difícil introdução. A nossa aposta foi exactamente essa, começar por um mercado que seja mais difícil de entrar. Iniciamos com algum sucesso, mas com poucos clientes a confiar numa empresa portuguesa. Demos passos progressivos com a qualidade com a criação e neste momento somos líderes em França.

Em Espanha começamos um anos depois com um distribuidor e depois acabamos por adquirir 67% do capital dessa empresa que é a nossa distribuidora. Em 1999 começamos com a Irlanda, em 2003 com a Bélgica. Nós não nos lançamos na Europa global temos vindo a crescer país a país gradualmente e sem conflitos para ir conquistando o mercado.

Q. - A experiência no mercado espanhol é diferente dos outros mercados?

R. - O mercado espanhol e o mercado português em termos de concepção são muito parecidos. É um mercado em que o preço é fundamental. Não somos líderes em Espanha, mas temos uma boa quota de mercado, somos a segunda maior empresa em Espanha. A grande diferença do mercado espanhol em relação ao português é a sua dimensão. Ao contrário de França em Espanha não sentimos qualquer tipo de rejeição.

Q. - Acha que o mercado espanhol é muito proteccionista?

R. - Nós não sentimos isso. Primeiro porque apresentamos um produto tecnicamente diferente do que existe embora para o mesmo fim mas que é fabricado em Espanha. Como nós prestamos um bom serviço e não sentimos qualquer tipo de restrição.

Q. - Neste sector o mercado ibérico é uma realidade?

R. - Sim, nós em qualquer desenvolvimento de um produto não pensamos no mercado português mas sim no mercado europeu, onde Espanha está incluída e que faz parte da filosofia da empresa. O grande passo para fazer bons produtos é saber o que cada cliente necessita.

Q. - Qual a importância do sector de desenvolvimento de novos produtos na empresa?

R. - Nós neste momento temos dois constrangimentos. Um são os chineses com um preço muito baixo e que infelizmente para nós sem qualidade. Nós investimos em produtos de qualidade muito superior com um preço moderado. A ideia que vendemos é a qualidade de um produto e a sua segurança. Na filosofia da empresa inclui produtos de boa qualidade com segurança e que podemos confiar, tem as melhores matérias-primas e por fim com um preço médio. O mais importante é fornecer atempadamente, ter um produto com qualidade e o cliente tem que entender que o nosso produto é mais caro porque nós fazemos mais e melhor.

Q. - Quais os objectivos para os próximos 5 anos?

R. - Neste momento estamos numa crise económica, a empresa tem os seus pontos fortes e os seus pontos fracos. O problema actual da empresa é que somos uma media empresa mas que não tem a dimensão necessária ainda para suportar algumas agressões de multinacionais. A dimensão para termos uma empresa estável seria com 1000 trabalhadores em vez dos 400 que temos actualmente, e ter três vezes mais de facturação do que a actual. Neste momento estamos numa fase

de crescimento como temos vindo até aqui, vamos devagar mas sustentado.

Este ano vamos investir novamente na fábrica. Já temos 2 robots encomendados para começarem a trabalhar em Fevereiro do próximo ano está previsto mais um esterilizador e são admitidas mais 70 ou 80 pessoas ainda este ano. Para 2010 pretendemos ter 600 empregados e o dobro da facturação. Vamos continuar a desenvolver outros produtos para alargar a gama e para que a empresa não fique fragilizada com uma linha de produtos. Imaginemos que se descobre uma inovação que não é necessário administrar mais soros aos doentes, seria um problema para a empresa. Neste momento estamos a diversificar para termos outros produtos para que a empresa se possa manter até se adaptar a uma nova realidade. A ideia da empresa foi sempre efectuar um mix de tal forma a que exista estabilidade para dentro da empresa e para fora da empresa.

Em 2015 gostaria já de estar com 1000 empregados. Ainda não estamos no mercado americano porque as quantidades podem ser muito grandes e depois não podemos entrega-las. Penso que a empresa com a postura que tem tido vai ser uma empresa que se vai enfrentar as multinacionais.

Q. - Existe alguma mensagem que gostaria de deixar para os nossos leitores?

R. - Acho que os governos europeus estão a esquecer-se de alguns pontos importantes, nomeadamente o apoio as empresas que sejam nacionais. Os governos tentaram apoiar multinacionais que se viessem cá instalar e esquecem as

nacionais. Uma multinacional tem uma filosofia completamente diferente de uma empresa nacional. Tanto o governo português como o espanhol durante um longo período apoiavam a internacionalização. Portugal está a passar por uma crise e um dos motivos é exactamente devido ao apoio que se deu a empresas que vieram para Portugal e não a empresas nacionais. São as empresas nacionais que mais podem contribuir para gerar empresa no país.

Este ano vamos atingir 62% de facturação proveniente de exportação, a parte fabril vai atingir os 90%.