

Listor

www.listor.com

Fernando Luz

Administrador

(suelos y pavimentos)

Q. – Fale-nos um pouco da historia da empresa.

R. – Eu viví no Canadá moitos anos, iniciamos uma empresas no Canada que se chama Torlis. A empresa no Canada foi fundada no inicio dos anos 80. Em 1991 pensei que pretendia voltar para Portugal. Tanto no canada como aqui trabalhamos com pavimentos flutuantes. Começamos em Portugal com uma empresa muito pequena que nada tem haver com a actual Listor. Iniciamos a actividade em 1992 e gradualmente temos crescido de uma forma sustentada.

Q. – A participação que tinha na empresa do canada vendeu-a?

R. – Não, continuo com uma participação de 33%

Q. – Qual a facturação anual da Torlis?

R. – Tem uma facturação de aproximadamente 60 milhões de dólares.

Q. – A Listor e a Torlis estão interligadas?

R. – Não são empresas completamente independentes, apesar dos sócios da Listor serem os mesmos da Torlis.

Q. – O mercado português tem sido um pouco complicado neste últimos anos. Qual a sua experiência do mercado português nos últimos anos?

R. – O mercado português é de pequena dimensão, com muitos concorrentes. Eu acho que o que existe em Portugal, existe em qualquer parte do mundo, a concorrência em mercado abertos existe em qualquer parte do mundo. A economia portuguesa nos últimos 5 ou 6 anos teve um pico em 2001 e 2002 em que houve cerca de 120 ou 130 mil construções novas e a partir daí tem vindo sempre a decair. Claro que quando existem empresas que já estão instaladas no mercado, por haver uma redução da construção não há uma redução de empresas, pelo menos de imediato. Todas as empresas que não conseguem aguentar a posteriori fecham. Nos últimos anos a economia portuguesa a nível da construção não tem crescido e notasse que há grandes empresas que cada vez estão a facturar menos e com margens cada vez mais baixas. Vai chegar a um ponto em que vai haver uma rutura completa.

Q. – Apesar da economia portuguesa não estar no seu melhor momento, a Listor tem vindo a crescer ao longo dos anos e tem adquirido uma posição importante no mercado português. Qual a razão do sucesso da empresa?

R. – É verdade. Nós, há cerca de 4 a 5 anos atrás, tivemos que repensar a nossa estratégia. Sentimos que tínhamos que optar por um segmento de mercado diferente da construção. Queríamos ter produtos de mais qualidade, com melhor imagem, com maior mais-valia em termos de margem. Não quisemos vender a toda a gente, definimos uma estratégia de evitar de vender directamente à construção, que em Portugal paga extremamente mal. O que fizemos foi, definir o nosso mercado alvo é os pequenos e médios distribuidores no mercado portugueses, no qual nós somos parceiros deles, podemos exigir que comprem com as condições estabelecidas. Nós somos muito rigorosos com os nossos colaboradores, como com os nossos fornecedores e obviamente com os nossos clientes. Nós temos um prazo médio de recebimento de 40 dias, muito inferior à média portuguesa, somos muito cautelosos, exigimos garantias dos nossos clientes, tudo isto reduz a possibilidade de termos problemas de futuro.

Q. – O mercado ibérico pode ser visto com duas vertentes, como mercado alvo e como um mercado “que entra em Portugal”. O que significa o mercado ibérico para a empresa?

R. – Nós vivemos numa economia cada vez mais global, as fronteiras estão abertas não só para as pessoas como também para as mercadorias. Para nós, Portugal é uma região ibérica. É claro que as empresas de média dimensão espanholas que vierem para Portugal tem alguma dificuldade. É mais fácil uma empresa espanhola integrar-se no mercado português do que uma empresa portuguesa integrar-se no mercado espanhol. Eu diria que o espanhol preserva mais o seu território, o português é mais aberto e receptivo. As economias ao serem ibéricas, não ha formas de criar fronteiras, é preciso de ter alguma capacidade e conhecimentos. De facto, nós vendemos mais no mercado da Catalunha do que no mercado de Badajoz.

Q. – A Listor já se encontra em Espanha?

R. – Nós vendemos em Barcelona todos os anos entre 20 a 30 mil metros de material, que não chega a 10% da nossa facturação. Eu penso que a forma de operarmos em Espanha é através de colaboradores espanhóis por causa da língua, do conhecimento de mercado. O mercado português é muito limitado e para nós expandirmos o nosso volume de facturação ha varias hipóteses. Hoje em Portugal falasse muito em avançar para Angola e Cabo Verde, são mercados muito complicados, são necessários grandes investimentos o que leva a grandes custos iniciais. Para a Listor o nosso mercado alvo á efectivamente Espanha. Estamos num processo de evolução, no final do ano estaremos a funcionar em Espanha. Em Portugal, Temos os escritórios novos até final do ano e o novo armazém estará concluído em Outubro. Apostamos muito no marketing, na imagem, e na divulgação das marcas próprias e das dos nossos parceiros.

O mercado espanhol é similar ao português, é necessário estar atento e perceber quais as exigências de cada mercado. Angola é um mercado que desconheço pessoalmente e como disse é um mercado muito complicado.

Q. – Tem notado alguma concorrência por parte das empresas espanholas?

R. – Nós trabalhamos com algumas empresas espanholas em pequena dimensão, mais nos acessórios. Há empresas espanholas, nomeadamente empresas galegas que estão presentes no mercado português como concorrentes. Podemos num caso ou outro, ter alguma ligação em termos de parceria, mas na maioria dos casos temos que admitir que são nossas concorrentes. Todas as marcas que estão no mercado português são exclusivamente importadas por nós, podem estar em outras empresas mas somos nós que as fornecemos. Tentamos criar condições no mercado para que essas empresas tenham margem para poderem vender ao público. Não podemos ser concorrentes dos nossos clientes. Não ha qualquer duvida que uma empresa espanhola é concorrente de uma empresa portuguesa.

Q. – A médio e longo prazo como prevê a evolução do mercado português?

R. – O nível de construção que encontramos em 2000, porque havia efectivamente uma carência de na área da habitação, nunca mais volta para os mesmos níveis. Ha estatísticas que apontam para meio milhão de habitações disponíveis no mercado português (incluindo novas e velhas construções), é necessário escoar o stock existente. vai-se continuar a construir, não ao níveis anteriores, nunca mais vamos voltar ao mesmos níveis de construção. As empresas tem que procurar outras formas de investimento. Eu acho que o futuro passa pela reconstrução das zonas velhas e degradadas e que por norma estas zonas querem produtos de qualidade. A renovação das habitações será eventualmente o novo caminho a seguir, é de explorar a renovação dos centros das cidades.

Q. – Onde gostaria de encontrar a Listor dentro de 3 anos?

R. – Nós temos diversos objectivos, uns que já estão a ser desenvolvidos e outros que iremos iniciar. Gostaríamos de ter uns show-rooms espectaculares para um nível de mercado muito alto e sabemos que é limitado, mas que ainda existe. Vamos tentar ser cada vez mais importantes para os nossos clientes, sentir que são nossos parceiros e

precisamos deles o mesmo que eles precisam de nós. Nos últimos anos houve uma explosão de produtos asiáticos, nomeadamente da China em todo o mercado. Para nós o futuro passa por investirmos com os nossos clientes em produtos de segmento de nível médio y medio-superior. Nós temos um produto que é único e exclusivo no mercado que é um piso em cabedal, não é para toda a gente, nem para todos os sítios, mas que nos vai ajudar a continuar num patamar acima de todos os outros. Este é um produto natural, pretendemos ser cada vez mais amigos do ambiente. A nossa empresa tornou-se a primeira empresa portuguesa na área dos pavimentos membro da organização WWF rede ibérica. É importante sermos amigos do ambiente e estarmos inseridos socialmente na área onde estamos a funcionar. Nos nichos de mercado é que vamos consolidar as nossas margens e a nossa facturação e também onde vamos ser o mais importante para o nosso cliente. O nosso futuro passa por inovar, apresentar produtos novos e continuar a ser importantes para os nossos parceiros.