

Entrevista com Frupor

Ole Martin Siem

Managing Director

Com quality media press para Expresso / El Economista

Quality Media Press – Quero começar pelo princípio, pelas origens, á quase 30 anos atrás quando você veio pela primeira vez a Portugal. O que tinha em mente? Era Portugal o que estava á espera?

R. - Eu era estudante na altura em Inglaterra de economia, e vi que em Espanha e Portugal tinha uma boa oportunidade de começar um negócio, aproveitando a vantagem dos preços baixos dos terrenos, habilitações laborais e bom clima, e esses foram os três principais factores. Fui aos dois países, para ver as oportunidades de comprar terrenos, e apontei depressa para Portugal, pois tinha preços relativamente mais baixos. Então comecei pela costa sudoeste, que tinha a vantagem do oceano atlântico, mantendo a temperatura de verão baixa e a temperatura de inverno média. A ideia era começar com a cultura de vegetais sazonais para os mercados europeus, e comecei com o meu próprio dinheiro, com dinheiro dos meus irmãos e de outros investidores. E pensei se não conseguir por o negocio a funcionar, porque havia muitos factores de risco, burocracias que não conhecíamos, não havia indústria de suporte para o negócio da cultura hortícola etc., etc. Estava convencido que podíamos sair do negócio a qualquer altura e vender os terrenos por um valor superior cobrindo as despesas, na pior das hipóteses.

Q. - Quais foram as maiores dificuldades que encontrou em Portugal nestes 22 anos no sector da indústria de cultura hortícola?

R: No principio quando chegámos ao Alentejo não havia nada, não havia infra-estruturas não havia negócios de agricultura do nosso tipo, tivemos dificuldades burocráticas pois o governo local não tinha a percepção do que queríamos fazer, e o maior problema é que não havia indústria de suporte. Precisávamos de embalagens, equipamento especial, sementes e não havia...

Q. - Como contornou esse problema?

R. - Importando da Europa ao principio e depois de Espanha. Mas claro que hoje em dia a indústria de suporte já está bem estabelecida.

Q. - Então está a dizer que a vossa empresa deu um grande contributo para que a indústria de suporte já esteja aqui?

R: Eu diria que sim, também fizemos muito pela indústria de casas e terrenos na Escandinávia, por exemplo, e aqui ainda não vendemos nada, e temos um grande negócio aqui. Eu abri portas e tive tentado,

pois houve quem me perguntasse se não queria ter um negócio á parte com importações, mas eu disse não. Vamos concentrar-nos no que estamos a fazer e não entrar em outros negócio naquele momento.

Q. - É muito típico em Portugal, o que eu acho dos portugueses é que mal têm sucesso em algo e têm nome tentam logo deitar a mão a outro negócio.

R. - Exactamente mas havia muito para ser feito e penso que o nosso sucesso se deveu a focarmo-nos no que estávamos aqui para fazer.

Q. - E como define os diferentes produtos e diferentes linhas que estão a trabalhar?

R. - Eu definiria em duas linhas: temos uma em que nos focamos na decoração, os arranjos florais é um negócio cada vez mais importante. Isto é o que nós fazemos. Os nossos competidores são Florida, Costa Rica e Guatemala. Eles têm como desvantagem a sua localização em relação ao mercado. Temos um vizinho que começou a copiar o nosso negócio, que é um competidor de certa forma. Mas eu sempre disse que se alguém comesse na nossa origem não é um competidor porque reforça a nossa origem e ficamos mais competitivos em relação ao resto do mundo.

Q. – Qual é a segunda linha do negocio?

R. – É a verdura para enfeite nos arranjos florais. Especializamo-nos em folhas chinesas, que é muito usado no Norte da Europa, porque são folhas muito duráveis.

Q. – Qual o volume de facturação da empresa?

R. – A facturação da empresa é de cerca de 7,5 milhões de euros.

Q. – Como define a evolução de Portugal nos últimos anos? O que está diferente?

R. – É uma diferença do dia para a noite. Como membro da União Europeia o mercado português ficou muito beneficiado. Quando iniciamos não existia qualquer infra-estrutura no local onde nos situávamos, depois começaram a ser efectuadas como por exemplo as estradas, a electricidade, as linhas telefónicas, foi melhorada a assistência médica.

Q. – Depois de terem passados 22 anos, vir para Portugal foi a melhor opção?

R. – Sim, não me arrependo, penso que ainda tem muito potencial. Existem outras empresas a tomar a mesma decisão que nós, investir nesta área de negocio. Ainda há muito potencial para desenvolver nesta zona sudoeste em Portugal.

Q. – Que objectivos tem para o futuro? Como pretende desenvolver o negócio nos próximos anos?

R. - Estamos a desenvolver um novo tipo de produtos para além dos que já temos. Estamos a desenvolver mini vegetais, como cenouras, para introduzir no mercado espanhol.

Q. – O que representa o mercado espanhol para a empresa?

R. - Sim temos vendido para o mercado espanhol, como as folhas chinesas. Mais recentemente fizemos uma aquisição em Espanha, que está a ser gerida pelo meu filho. Esta empresa é de comercialização e de exportação dos nossos produtos. Estamos agora a produzir mini cenouras em que 3 tipos diferentes são para o mercado espanhol. O mercado espanhol é maior e mais avançado que o mercado português e obviamente temos que competir tão bem como os outros países europeus.

Q. – Que objectivos tem para a empresa para os próximos 5 anos?

R. – Eu gostava de ter vários produtos novos, prontos a serem consumidos pelo consumidor final. O objectivo é que os nossos produtos possam serem adquiridos directamente numa loja, tanto os produtos vegetais como os arranjos florais.

Q. – Existe algo que queira acrescentar a esta entrevista, ou alguma mensagem para os empresários portugueses e espanhóis?

R. – Eu penso que a agricultura não é um negócio fácil. Há muitos factores em que lidamos com material vivo. Não é difícil descobrir o que fazer, o difícil é a dedicação que tem que ser feita a este trabalho, a 100%. O nosso negócio precisa de atenção imediata a muitos detalhes, é a diferença entre o sucesso e o insucesso no negócio da agricultura. Porque se não tivermos atenção a estes detalhes não existe competitividade e qualidade nos produtos. Penso que cada vez mais a qualidade é o que interessa.