

Entrevista com Multiplacas

Samuel Duarte – Director Geral
Jorge Duarte – Director Comercial

www.multiplacas.pt

Com quality media press para Expresso / El Economista

Quality Media Press – Como define a empresa?

S.D. – A forma de estar no mercado da Multiplacas funciona com duas vertentes. A vertente de fornecedor e a vertente de cliente. Nós privilegiamos determinados fornecedores com determinados produtos de forma a manter sempre o mesmo nível de qualidade e de estabilidade nos produtos. A nível de clientes a empresa é conhecida no mercado por vender os produtos do mercado finlandês e também por ter uns produtos de padrão sempre igual. Como privilegiamos e desenvolvemos parcerias com os fornecedores e as pessoas quando procuram os nossos produtos sabem que produto vão buscar, nós não andamos à procura do produto mais barato. Nós temos produtos de topo de gama e produtos mais baratos mas que continuam a ter qualidade. A Multiplacas foi fundada em Dezembro de 1992.

J.D. – Nós optamos pela especialização. O mercado das madeiras é um mercado muito vasto, nós embarcamos pela especialização de 3 produtos.

Q. – Qual o volume de facturação da empresa?

S.D. – No ano passado facturamos 10,5 milhões de euros. Trabalhamos com 20 colaboradores na empresa. Temos este armazém e outro no Porto.

Q. – Actualmente estão a trabalhar só com o mercado português?

J.D. – Não, exportamos algo para Espanha. Espanha está nos nossos horizontes.

Q. – Qual a vossa experiência com o mercado espanhol?

S.D. – O mercado espanhol tem que ser encarado como uma extensão do mercado português. Não é encarado como tal pela maioria das empresas portuguesas, mas é encarado como tal pelas empresas espanholas. Numa situação de crise em Espanha nota-se que cada vez mais há empresas espanholas a vir para o mercado português. Estamos a notar um maior número de empresas em Portugal. As empresas galegas tem uma boa penetração no mercado português.

Q. – Como começou a abordar o mercado espanhol?

S.D. – Começamos a vender para o mercado espanhol através de alguns clientes pontuais. É nossa ambição ampliar o número de clientes em Espanha, mas terá de ser ampliado de uma forma segura e consistente.

Q. – Que diferenças encontram entre os dois mercados?

S.D. – O mercado espanhol é mais fácil de negociar com os clientes. O empresário espanhol é directo, responde com objectividade.

J.D. – No mercado espanhol quando se estabelecem regras com os clientes espanhóis, as regras são cumpridas e respeitadas. Em Portugal há clientes que gostam de não cumprir as regras.

Q. – Os preços, os produtos são similares nos dois mercados?

S.D. – O mercado espanhol é mais exigente. O mercado espanhol quando procura preço só vê o preços, quando procura qualidade paga o valor da qualidade.

Q. – A nível geográfico vão trabalhar com toda a Espanha?

J.D. – Estamos a trabalhar com clientes mais perto da fronteira e temos casos pontuais em Valência com empresas que temos boas relações comerciais. Estes são nossos fornecedores que também lhe vendemos alguns produtos. Também vendemos para Espanha em empresas espanholas mas onde há também capital português.

S.D. – O que está a conhecer ultimamente é que os nossos fornecedores espanhóis com o passar do tempo começaram a ser também nossos clientes, mantêm-se aqui uma relação.

Q. – É competitiva uma empresa portuguesa no mercado espanhol?

S.D. – Sim, sem duvida.

Q. – Estão também a trabalhar com os PALOP'S?

R. – No nosso caso pontualmente. Nós quando falamos nos PALOP'S falamos mais no Brasil, com Angola são casos muito pontuais. No caso do Brasil conseguimos ter determinado produtos porque respeitamos os nossos fornecedores e desenvolvemos determinadas parcerias com os nossos fornecedores. O Brasil neste momento é um mercado natural de fornecimento a Portugal de matérias-primas. Tendo em vista que se esse produto que é importado do Brasil é para um mercado mais exigente que é o espanhol há necessidade de estabelecer regras. Ou seja temos que pensar em materiais em que o mercado espanhol aceite, porque se for o mercado geral do Brasil esses produtos não servem para o mercado espanhol.

Q. – É mais fácil entrarem empresas espanholas em Portugal do ao contrário, como explica este facto?

S.D. – É uma questão de mentalidade. Hoje em dia o português da muita importância se pode importar, isso favorece um pouco a relação com Espanha, o espanhol já não é tanto assim. Os mercados espanhóis privilegiam o produto interno. O português não da tanta importância ao produto interno, por vezes vai buscar lá fora quando em Portugal tem o mesmo produto com uma qualidade superior.

J.D. – A mentalidade espanhola é muito mais aberta, tem uma forma de estar e de viver diferente das dos portugueses. Embora haja muitas semelhanças Espanha tem uma sociedade mais expandida. Espanha é agressiva comercialmente, como qualquer empresa tem que ser agressiva.

Q. – É da opinião que o mercado espanhol é mais proteccionista?

S.D. – É uma questão de cultura, devesse ao histórico de Espanha nos últimos anos.

J.D. – A realidade industrial de Espanha e totalmente diferente da realidade da industria em Portugal.

Q. – A situação geográfica da empresa, com a globalização, tem alguma importância?

S.D. – A globalização torna esse factor menos importante. No caso português estar em Lisboa, a zona de Lisboa continua a ser o maior mercado e o segundo maior mercado é o Porto. Em termos de mercado interno é uma mais valia estar situado em Lisboa. A nível ibérico é indiferente, a diferença do custo de transporte é mínima. Há muita afectividade entre a Galiza e o Norte de Portugal, ai a fronteira nunca existiu, só tecnicamente.

Q. – Quais os objectivos para a empresa nos próximos anos?

S.D. – A Multiplacas adquiriu um terreno este ano numa zona industrial perto do Porto e vai construir um novo armazém. Vai-nos dar uma maior capacidade de armazenagem, maior capacidade de distribuição e também é intenção da empresa alargar a sua estrutura comercial. Pretendemos aumentar o leque de clientes e ao mesmo tempo visita-los mais assiduamente. O caso da internacionalização, o mercado natural é Espanha. Espanha se for encarado como um mercado natural é um mercado que temos que o conseguir. Nós estamos a pensar num vendedor residente e começará pelos produtos que nós importamos. A via da expansão é pelos produtos que nós estamos já a começar a vender com a nossa marca.

J.D. – Nós estamos a apostar claramente em caracterizar o produto à firma. Isto será basicamente a entrada e o cartão de visita do mercado em Espanha. Espanha é um mercado natural de Portugal assim como Portugal é um mercado natural para Espanha. Como podemos entrar em Espanha? Não será com um

produto que Espanha já tenha, será com um produto com uma determinada característica, com uma marca aliado a uma firma. Há que impor no produto uma qualidade, dar-lhe uma vantagem competitiva em termos de preço e começar a entrar em Espanha. Nós não pretendemos ter mais um produto no mercado, se nós caracterizarmos esses produtos como uma mais valia e aliado a um preço competitivo, será uma vantagem competitiva e comercial para entrar em Espanha.

Q. – Se voltasse dentro de 5 anos o que gostariam de referir?

J.D. – Em termos de mercado português não vejo uma grande expansão. Penso que o mercado português começa a estar limitado. Daqui a uns 5 anos gostaria de dizer que tenho uma rede de distribuição em Espanha, ou seja que cresci em Espanha como mercado natural, com qualidade e acima de tudo bem solidificado.

S.D. – É a nossa pretensão ser uma empresa ibérica no futuro. Isso não se faz de um dia para o outro tudo leva um certo período de tempo. Há que perceber as diferenças entre os dois mercados e saber ajustar-nos aos mercados.