

Entrevista com Agriloja

Paulo Soares

Director Geral

www.agrijoja.pt

Com quality media press para Expresso / El Economista

Quality Media Press – O que representa a Agriloja no mercado português?

R. – Os pontos forte da Agriloja neste momento são a forma como se apresentam. É uma distribuição moderna, organizada, é uma loja, é um livre serviço, consigo abranger tudo aquilo que necessito tanto para a agricultura como para a pecuária. Tenho um vasto leque de produtos que são complementares e alguns serviços que neste momento são uma mais valia no mercado. é uma empresa da região oeste e que neste momento estamos a começar a expansão para o país todo, estamos a começar para o norte e o sul e vamos ter uma cobertura a nível nacional.

Q. – Qual o volume de facturação da empresa?

R. – A facturação de 2008 foi de 25 milhões de euros. Estamos a perspectivar a médio prazo um volume de negócios nos 75 milhões de euros.

Q. – Esta empresa está numa fase de expansão?

R. – Sim, temos uma loja em Leiria, é uma loja que já esta em funcionamento e que é diferente das outras, não é uma loja tão rural, está dentro da cidade. Esta próxima de uma zona agrícola e já abrange a população citadina como a rural. Nós temos uma oferta relacionada com o Petcat, temos os clientes que tem uma horta urbana, algumas tem a sua pequena horta na varanda e essas pessoas também são um alvo.

Q. – O mercado nacional ainda tem potencial?

R. – Sim, sem duvida. Há características diferentes no norte e no sul. A sul do Tejo é uma zona de latifúndios e no norte de Portugal falamos de minifúndios. Há muitas pessoas no norte que podem trabalhar na indústria tem um salário baixo mas que depois tem algum complemento para subsistência e outros que chegam mesmo a vender os seus produtos em mercados locais. Nós somos muito pouco desenvolvidos nesta área, neste momento é uma vantagem para a área biológica, é um mercado a explorar. Nós neste momento não vamos ao encontro dos grandes produtores, vamos ao encontro de todos os produtores que tem uma produção pequena e alguns de media produção.

Q. – Como estão a reagir os clientes a esta oferta um pouco diferente?

R. – O cliente é muito conservador e Portugal sobretudo no meio rural. As pessoas encaram positivamente uma oferta mais vasta e como há um serviço técnico associado temos sido recebidos muito bem ate ao momento. Normalmente as lojas têm uma evolução, começam lentamente e depois com um crescimento relativamente grande a partir de um ano de existência.

Q. – Neste sector existe concorrência por parte de empresas espanholas?

R. – Ate ao momento que nós tenhamos conhecimento não existe ninguém que esteja e explorar este mercado da forma como nós o estamos a fazer. Moderna distribuição, retalho especializado na agricultura em Portugal só existe a Agriloja.

Q. – Este negócio é uma oportunidade para outras empresas?

R. – Claramente sem duvida alguma. Este é um mercado que era dominado por balcões agrícolas num sentido mais pequeno e antigamente era dominado pelas cooperativas. As cooperativas deixaram de existir porque não eram viáveis economicamente. Neste momento existe uma oportunidade de negócio para qualquer empresa que se apresente de uma forma semelhante a nossa.

Q. – Pensa na possibilidade de ir para o mercado espanhol?

R. – Nós somos uma empresa pequena, num universo ibérico ainda somos mais pequenos. Temos como prioridade número 1 é Portugal, consolidarmo-nos no mercado e depois poderemos olhar para outros mercados. Naturalmente que Espanha como país vizinho poderá ser um mercado mas também poderá ser o norte de africa que um desenvolvimento agrícola muito grande.

Q. – Tem feito algum tipo de contactos no mercado africano?

R. – Não pensamos em Palop's, pensamos em zonas geográficas mais próximas. Poderíamos falar de Marrocos, poderia ser um mercado interessante.

Q. – O mercado ibérico é uma realidade?

R. – Em termos gerais existe claramente o mercado ibérico, para nós ainda não, estamos muito longe, a nossa Agriloja não tem expressão.

Q. – Nas zonas fronteiriças existe algum tipo de concorrência?

R. – Nas zonas fronteiriças sem duvida. É natural que nestas zonas a minha área de influência não se restringe a fronteira a não ser as naturais.

Q. – Quais os objectivos que gostariam de ver concretizados nos próximos 5 anos?

R. – Esperamos ter as 27 lojas no final de 2013. em Agosto vamos abrir a 9 loja em Castelo Branco e com um pouco de esforço ainda conseguimos abrir mais 2 lojas no final do ano. Esperamos ter uma facturação próxima dos 65 milhões de euros.

Q. – Tem alguma mensagem que gostasse de transmitir?

R. – Eu penso que neste momento é importante alterar as características da distribuição dos factores de produção em Portugal. É necessário caminhar para um sistema Agriloja para não só aconselhar melhor o cliente como também lhe explicar a forma como ele praticava o negócio dele no passado não tem que ser assim necessariamente no futuro. Ou seja, havia uma dependência muito grande da indústria, a forma como a industria trabalhava este mercado, penso que poderemos ser uma ajuda para os agricultores, podermos criar mais competitividade e ir mais ao encontro das suas necessidades. É um mercado que está muito caracterizado pelas campanhas, stocks exagerados do lado do agricultor.

R. – Penso que nós vamos conseguir fazer uma ponte entre a indústria e a agricultura diferente daquela que existe hoje.