

- 2** **INDÚSTRIA PESADA**  
Aquele que resiste, vence
- 5** **ENTREVISTA**  
Respol Resinas  
Centenário
- 6** **INDÚSTRIA LIGEIRA**  
Quando a adversidade une mais  
que a prosperidade
- 9** **ENTREVISTA**  
Insyncro  
Safira – facility services
- 10** **INDÚSTRIA METALÚRGICA**  
Inovação e flexibilidade no ADN
- 12** **ENTREVISTA**  
Rio Caima  
Pecol  
LOGICOMER
- 14** **INDÚSTRIA ALIMENTAR**  
Receitas ibéricas para crescer  
forte e são
- 16** **ENTREVISTA**  
Polopique  
Energie  
Petroibérica
- 18** **INDÚSTRIA TÊXTIL**  
Nos bastidores do êxito espanhol
- 20** **ENTREVISTA**  
ACF - Arlindo, Correia e Filhos  
Inor  
Torrestir  
Aquinos  
Tetrafarma  
Redil  
Bom Sucesso

# Desafios Ibéricos II

2009

Sábado, 21 de Novembro de 2009

## Entrevista com Paulo Coelho e João Cravina

Administrador e Director-geral da Pecol

**Q. - Qual o motivo para que em 1995 a empresa decidisse apostar num conceito pouco usual, na altura, que é o mercado ibérico?**

**R. -** O crescimento para Espanha é um crescimento natural, devido à situação geográfica. A nossa expansão resultou da compra de uma empresa espanhola, complementando-se assim a gama de parafusos a 100%, uma vez que naquela época a nossa fábrica produzia parafusos pequenos e aquela só produzia parafusos grandes.

Por outro lado, era um momento de grande crescimento e como havia escassez de produtos no mercado, foi uma forma de termos logo acesso ao produto. Na altura era mais barato comprar em Itália do que comprar na China. Juntaram-se vários factores muito importantes para que decidíssemos investir. Hoje em dia a conjuntura é completamente diferente. Nessa época vendíamos muitos parafusos standard que gradualmente foram deslocalizados para países mais económicos, pelo que começámos a evoluir para produtos mais técnicos, com mais tecnologia e com mais exigência por parte dos clientes.

**Q. - O mercado ibérico é uma realidade neste sector?**

**R. -** Penso que neste sector se pode falar num mercado ibérico, uma vez que os produtos que se consomem em Espanha e em Portugal são basicamente os mesmos, embora possam existir algumas diferenças, quer pela quantidade quer por questões de moda. Ao longo destes

anos houve uma evolução de mercado. Houve muitas empresas que fecharam devido há crise instalada em Espanha entre 1993 e 1996. Portugal sofreu os mesmos efeitos pelo que também viu encerrar algumas empresas. A empresa que comprámos já foi uma empresa reestruturada resultante de uma crise. Com a crise, a dimensão das fábricas foi reduzida, pelo que já não há fábricas com 400/500 trabalhadores. Hoje em dia a tendência é para ter fábricas com 200/300 trabalhadores, consideradas grandes fábricas, as médias com 100 trabalhadores e as pequenas com 20/40 trabalhadores. Entrámos nesta altura e desenvolvemos esta unidade que é uma unidade de peças técnicas, tornando-nos independentes, com uma empresa certificada pela ISO, preparada para fornecer a indústria automóvel e outras.

**R. - (João Cravina)** Nos anos 90 dá-se aqui um conflito que era o seguinte: As grandes fábricas com grandes estruturas dominavam a oferta. No momento em que se dá a deslocalização dos produtos de valor reduzido para economias emergentes, essas fábricas perderam o seu mercado natural e como tinham uma estrutura muito pesada não foram capazes de se adaptar às novas realidades de mercado pelo que acabaram por abrir falência. Nessa altura, a nossa empresa era de pequena dimensão e estando numa fase de crescimento, tivemos capacidade de adaptação imediata à nova realidade do mercado, dimensionando-a, não para fazer produtos standard, mas de valor acrescentado. Tivemos o privilégio de estar na crista da onda no momento certo.

## Entrevista com Luís Sousa

Administrador da Logicomer

**Q. - Como é que a Logicomer percebeu que tinha que avançar para o mercado espanhol?**

**L.S. -** A nossa entrada no mercado espanhol deu-se a partir do momento em que, fruto do nosso trabalho, despertámos a atenção da banca espanhola instalada em Portugal. Assim, foi mais de puro atrevimento destes nossos clientes do que por nossa iniciativa, que resultou a nossa entrada naquele mercado. Sendo uma entrada muito recente, iniciada em 2006, passámos a uma fase de internacionalização com o apoio do ICEP em Madrid, não de forma financeira, mas com ajuda no conhecimento do mercado.

**Q. - O mercado que encontraram foi uma surpresa ou o mercado é semelhante ao de Portugal?**

**L.S. -** A nossa grande dificuldade na entrada no mercado espanhol não se prendeu propriamente por dificuldades nossas, pois entendemos que as empresas espanholas em termos tecnológicos estão muito aquém das nossas expectativas. Transportar todo o nosso know-how e tecnologia que suporta os nossos serviços foi a nossa grande dificuldade. Houve uma altura em que a nossa tecnologia era demasiado atrevida para trabalhar no sistema tecnológico que existe em Espanha.

**Q. - Portugal é líder no sector a nível da recuperação de crédito?**

**L.S. -** O que aconteceu em Espanha durante muitos anos foi que a economia cresceu muito e de uma forma muito eficaz, mas não se deu a importância devida à recuperação de créditos, foi sempre uma área muito esquecida. Quando lá chegámos verificámos ser necessário ganhar eficiência e eficácia neste mercado, pois era preciso ir buscar o dinheiro que estava perdido e os bancos não estavam preparados para o recuperar. Quando entrámos no mercado a crise ainda não se tinha instalado e havia muitas administrações que não a esperavam. O facto de a economia necessitar urgentemente de ter uma atitude, foi-nos favorável. Neste momento a nossa grande dificuldade é fazer crescer a empresa, trabalhamos com mão-de-obra massificada e temos muita dificuldade em encontrar mão-de-obra que perceba a nossa filosofia de trabalho.

**Q. - A Logicomer está a crescer no mercado espanhol?**

**L.S. -** Estamos a crescer no mercado e de forma acelerada. Já estamos ins-



Foto: Logicomer

talados em Madrid e Barcelona, temos escritórios também na Corunha e em Sevilha. Quisemos concentrarmo-nos nas grandes cidades porque pretendemos partir dali para o resto da Espanha.

**Q. - Os métodos de trabalho são os mesmos?**

**L.S. -** Os clientes são idênticos, mas Espanha tem uma economia que na área de recuperação é muito específica. Tendo uma economia de imigração muito forte, é aqui que deparamos com situações mais críticas. As dificuldades surgem por motivo da grande mobilidade das pessoas, que mudam muito de casa, nunca estando no mesmo sítio. Toda a metodologia e todo o conceito de negócio é o mesmo utilizado nos dois países.

**Q. - Como está a reagir o mercado espanhol a este novo conceito de recuperação de crédito?**

**L.S. -** Actualmente não temos esse problema. Tivemos no início, mas já foi ultrapassado e penso que devido às dificuldades económicas, foi necessário arranjar ferramentas capazes para superar essas dificuldades. Em Espanha a recuperação fazia-se com o envio de uma carta ou um telefonema e se a morada não estava correcta perdia-se o contacto, pelo que a mesma, só poderia ser efectuada através de uma via judicial. Neste momento, estamos a evitar que muitos milhares de contratos sigam aquela via.

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

**L.S. -** O meu sonho era consolidar a empresa em Espanha e ter a participação em outras entidades espanholas e com o capital distribuído pela Europa. É também fazer no mercado espanhol em 4 anos o que andamos a construir há 20 anos em Portugal, penso que já fizemos metade num ano efectivo de produção. O meu objectivo é sermos a empresa de referência em Espanha nesta área, pois temos todas as condições para o ser. Neste momento temos uma grande representatividade dentro dos clientes que temos.

OVG  
OVARGADO S.A.

A certeza de uma alimentação saudável

RAÇÕES OVARGADO

POMBAL

pi

lavoura

BOBY

rações