



Douro

## SENTADOS NO NICHU

Visionaram um nicho de mercado, apostaram e, hoje, a DEM2 ocupa lugar de destaque no que toca a conceber cadeiras de plástico para estádios e recintos desportivos em todo o mundo. Representada em lugares como o estádio Maracanã, tem presença assegurada em mais de 20 países e já fabricou a cadeira um milhão

POR HUGO LOPES CORREIA



Lis



Tejo

**N**uma altura em que não é fácil para pequenas empresas penetrar no mercado, procurar produtos diferenciadores e nichos pode ser uma solução estratégica inteligente e vencedora. Foi o que aconteceu com a DEM2, uma microempresa portuguesa criada em 1991, situada no eixo Marinha Grande-Leiria. Com apenas seis funcionários, nasceu com o propósito de oferecer e garantir soluções à indústria de moldes local. Especializou-se na criação, desenvolvimento, construção e teste de moldes para a indústria dos plásticos e na produção e instalação de cadeiras para recintos desportivos e pavimentos modulares. Posicionando-se a montante com a comercialização e projecto dos moldes, e a jusante com a injeção de plásticos.

O tipo de mercado a que a empresa se tem vindo a dedicar determina que a DEM2 viva muito de ciclos desportivos, o que atribui ao seu negócio um carácter sazonal, com a facturação a sofrer as respectivas oscilações. Em 2006, facturou 1,3 milhões

de euros, exportando neste momento pavimentos e cadeiras para mais de uma dezena de países, desde a Bélgica, Holanda, Grécia, Austrália, Ucrânia a Israel, Emirados Árabes Unidos, entre outros. O que confirma que o trabalho desenvolvido pela empresa portuguesa é aplicado num nicho de mercado de nível mundial.

### Uma decisão e... uma oportunidade

Em 1993, os responsáveis da DEM2 tiveram conhecimento que a UEFA – órgão regulador do futebol no continente europeu – decidira que, a partir de 1998, todos os estádios onde se realizassem jogos internacionais, sob a sua alçada, tinham de estar revestidos com cadeiras individuais. O que levou a DEM2 a encarar a notícia como uma oportunidade, visto que haveria milhares de estádios em todo o mundo que iriam necessitar das respectivas cadeiras.

Depois de um estudo ao mercado português, concluíram que existia um défice imenso, já que praticamente não existiam



estádios com cadeiras que prestassem conforto e segurança.

Conforme recorda Aurélio Ferreira, sócio gerente da DEM2, «não havia nenhuma empresa portuguesa especializada em cadeiras para recintos desportivos, e as que existiam em alguns estádios eram adaptadas de outro tipo de utilizações».

De seguida, os responsáveis contactaram as entidades que supervisionam o futebol, não só em Portugal mas também a UEFA e a FIFA – Federação Internacional de Futebol Associado – e partiram para a idealização e concepção de uma cadeira, com um design inovador. Após a criação do projecto e do modelo, seria apresentado à UEFA que,

## Reforço no Brasil



O Brasil vai ser o país anfitrião do Mundial de 2014. A decisão foi anunciada em Zurique pelo presidente da FIFA, Joseph Blatter, após uma reunião do Comité Executivo desta organização. O que vai dar origem a uma reestruturação de muitos estádios e naturalmente à construção de outros no país, que possui a quinta maior população do mundo. A DEM2 tem presença assegurada no mercado brasileiro e promete trabalhar no sentido de consolidar a sua presença.

exemplos de nomes que de uma forma original têm ajudado a transportar Portugal além-fronteiras. As primeiras cadeiras aplicadas pela empresa remontam ao longínquo ano de 1995, onde coloriram o já inexisten-

**Em 1993, os responsáveis da DEM2 souberam que a UEFA tinha decidido que a partir de 1998 todos os estádios onde decorressem jogos internacionais, sob sua alçada, tinham de ter cadeiras individuais. O que levou a DEM2 a ver na notícia uma oportunidade, que abraçou**

apesar de não o homologar ou certificar, deu o seu parecer (importante devido à experiência e reputação da instituição no meio em que esta organização actua).

### Do mercado português ao mercado externo

Desde 1993 que a DEM2 tem vindo a criar muitas outras cadeiras, todas elas registadas com nomes de rios portugueses: Douro, Mondego, Tejo, Sado, são alguns

te estádio José Alvalade – Sporting Clube de Portugal. Desde então, a DEM2 nunca mais parou. Desde muito cedo que os responsáveis da DEM2 apontaram, como alvo preferencial, o mercado externo. Com excepção de 2003, ano-chave em que apostaram nos estádios para o campeonato da Europa realizado em Portugal – Euro 2004 – e em que a empresa atingiu um valor de facturação superior a três milhões de euros. Desde então, a DEM2 tem vindo a exportar



Estádio Municipal de Aveiro, Estádio Municipal de Leiria e Estádio Lokomotiv Tbilissi são alguns espaços que têm cadeiras assinadas pela DEM2







Ave



Mondego



Sado

**Em 2003, em que teve que responder às encomendas do Euro 2004, a DEM2 atingiu uma facturação superior a três milhões de euros. Hoje, tem cadeiras espalhadas em grande parte dos estádios portugueses e já entrou no Brasil, Bélgica, Holanda, Emirados Árabes Unidos...**

#### O nome...

O nome DEM2 surgiu do objectivo com que a empresa foi criada: Desenvolvimento e Engenharia de Moldes, a opção pelo número dois está associado a vários conceitos que vão desde o facto de serem dois sócios, assim como a premissa de que os negócios se fazem a dois: a empresa e os clientes

mais cadeiras do que a instalar em Portugal. «O número de empresas produtoras de cadeiras para estádios é muito maior do que se imagina. Há dezenas de empresas em todo o mundo que produzem e nos grandes eventos a concorrência é enorme. Quanto ao processo de internacionalização não é sempre o mesmo. Cada país tem as suas vicissitudes e temos necessidade de nos adaptar ao mercado. Apenas como exemplo, no Brasil, encontramos um parceiro local, que nos permitiu duplicar os nossos moldes, enviá-los para o Brasil e produzir localmente. A produção, bem como a instalação, são feitas pela empresa brasileira, com a nossa supervisão», refere Aurélio Ferreira.

No Brasil, a empresa tem sido bastante

solicitada e, para além de marcar presença no Estádio Maracanã – um dos maiores do mundo, apelidado pelos amantes do futebol como a “catedral do desporto-rei” – foi também solicitada para a recente reestruturação do Pavilhão Maracanãzinho um dos pavilhões a receber os Jogos Pan-Americanos – intitulados de Jogos Olímpicos do continente americano. «O cliente pretendia uma solução para uma cadeira, mas com especificações muito peculiares. Com as várias cadeiras que temos, ouvimos o cliente e criámos um modelo num software 3D, que

posteriormente passámos a modelo físico. O cliente gostou, e nasceu uma nova cadeira, a Formosa», acrescenta Aurélio Ferreira.

Com um permanente desenvolvimento articulado à inovação constante tentam dar resposta à concorrência do sector. Facto que levou a empresa portuguesa a apostar também nos pavimentos em plástico para espaços desportivos e não só. Uma nova cadeira está a ser pensada pela DEM2 e será apresentada ao mercado no final de 2007 ou início de 2008.

«O facto de sermos uma pequena empresa faz com que tenhamos uma grande rapidez de resposta. Para além desse facto, posicionamo-nos perante o cliente com uma grande flexibilidade, encontrando as soluções mais adequadas à sua necessidade. Acreditamos que a DEM2 tem potencial para concorrer com as maiores e melhores empresas do mundo. Com competência, inovação e profissionalismo, acreditamos que é a única forma de sobrevivência. E sobretudo acreditar que, tal como os antigos navegadores, Portugal, apesar da sua pequena dimensão, tem potencial para ombrear com os melhores do mundo», sublinha Aurélio Ferreira.

A DEM2 promete continuar a sua política de sucesso, que procura combinar a flexibilidade da empresa com o design das cadeiras, na busca de um desenvolvimento contínuo e de inovação permanente.

#### Uma marca global



A DEM2, está neste momento representada em vários pontos do globo, desde Angola, Austrália, Bélgica, Brasil, Cabo Verde, Chile, Croácia, Dinamarca, Emirados Árabes Unidos, Escócia, Geórgia, Grécia, Holanda, Inglaterra, Israel, Líbano, Noruega, Polónia, Porto Rico, entre outros. A nível interno, o seu crescimento também foi notório, nomeadamente depois do Euro 2004, realizado em Portugal, tendo presença em vários estádios. Alvalade, Belém, Bessa, Aveiro, Guimarães, Leiria, Barcelos, Algarve, Madeira, são alguns nomes numa lista que parece

interminável. No corrente ano a empresa está a actualizar e a modernizar a sua imagem. O logo foi alterado, passando a surgir com um formato redondo, como que a evocar a forma de uma bola, símbolo muito associado ao desporto... afinal, o terreno onde a DEM2 mais tem marcado golos!