

*Entrevista com Aquinos Sofás*

*Com quality media press para LA VANGUARDIA & EXPRESSO*

*Carlos Aquino*

*General Manager*

*Quality Media Press - Fale-nos um pouco do percurso da empresa.*

R. - A empresa foi criada em 1985 e desde esse momento apostamos no design, pela qualidade, com uma postura no mercado bastante irreverente, muito agressiva, sempre virada para a prestação de serviços ao cliente. Em termos de fábrica estamos com uma tecnologia de última geração que existe no mercado, estamos muito bem equipados. Somos certificados pela ISO 9000. Nestes 21 anos de existência fomos crescendo de uma forma sustentada, primeiro conseguimos uma cota importante no mercado nacional. Tivemos também uma fábrica de mobiliário que decidimos encerrar e reabrir com a produção de mais sofás. Quando apareceu o projecto IKEA entramos em negociações e neste momento é o que estamos a produzir, conseguimos uma boa posição na Europa, neste momento conseguimos uma capacidade de 250 mil lugares ano. Colocamos os nossos sofás em 24 países. Espanha é um mercado muito interessante para nós, estamos a preparar um aumento de produção para 750 mil lugares ano, ou seja vamos triplicar. Estamos a estudar uma nova fábrica em Espanha.

*Q. - Qual o volume de facturação da empresa?*

R. - Facturamos cerca de 4 milhões de euros.

*Q. - Qual a cota de mercado em Espanha?*

R. - Neste momento deve rondar os 20%.

*Q. - Como define o sector mobiliário em Portugal. Quais as características principais deste sector?*

R. - Este sector é muito parecido com o de Espanha, de raiz familiar, com excepção de algumas empresas. São empresas de pequena dimensão e que actuam praticamente no mercado nacional, há algumas empresas em Portugal que possam encarar a exportação. Penso que este sector está em mutação, desde a qualidade, o design, passando pela alteração do gosto do consumidor que tem vindo a alterar bastante e a ser mais exigente. Há algum tempo atrás só o preço contava, actualmente é preciso ter qualidade, design e preço. Portugal tem vindo a melhorar bastante com o design de Itália, mas depois é comparado com os preços da

Ásia ou mesmo com alguns países de Leste. O problema da Ásia neste momento não tem a qualidade desejável, mas vão aprender porque os europeus estão a ensinar-lhes. As empresas portuguesas tem alguma dificuldade em colocar os produtos nos mercados internacionais, o euro está muito alto, depois temos o ataque dos produtos vindos da Ásia. Algo tem que ser feito para nos tornarmos muito mais competitivos.

*Q. - No que se refere ao mercado espanhol estão pensando em adoptar alguma parceria?*

R. - Neste momento estamos a encarar varias possibilidades de parceria. Penso que sozinhos é que deveremos seguir, mas não estamos a descartar a possibilidade de uma parceria.

*Q. - Vai continuar com a mesma estratégia de distribuição?*

R. - Não vamos manter, haverá alguma mudança de abordagem ao consumidor ou aos retalhistas, inovar alguma coisa.

*Q. - Quando pensa no mercado espanhol pensa em exportação ou simplesmente num mercado ibérico?*

R. - Para nós é um mercado ibérico, com a proximidade que existe é um mercado natural, não faz sentido separa-lo. Em ambos os mercados o gosto do consumidor é parecido, tem muitas semelhanças.

*Q. - Portugal está preparado para competir internacionalmente?*

R. - Portugal tem evoluído muito em termos de design e na qualidade, prova disso é as ultimas feiras que se tem feito. No que se refere ao design houve uma grande renovação e de qualidade, é uma das garantias para podermos abordar a exportação.

*Q. - Quais as principais qualidade da empresa para ganhar o contrato com o IKEA?*

R. - Foi preciso uma grande força de vontade, visto que são muito exigentes e estar com a mente aberta para alterar novos conceitos de fabricação. Tudo isso teve de ser posto em causa para podermos chegar aos níveis de exigência do cliente. Foi um processo moroso, mas felizmente conseguimos. Já estamos a entregar para o IKEA há cerca de 18 meses. A nível de qualidade é a 0 defeitos, tanto para nós como para o IKEA é muito bom. Temos um serviço muito bom virado para eles, cumprimos os nossos prazos de entrega, stocks controlados, somo visitados com bastante regularidade. Até agora temos feito uma boa parceria.

*Q. - A empresa tem uma marca própria e outra para terceiros. Como gere esta situação?*

R. - Claro que temos que ter alguma atenção, se estamos a crescer com a IKEA estamos a crescer com outros clientes, ou seja não queremos que a IKEA ganhe demasiado peso no futuro. A própria IKEA também não quer ter um peso demasiado grande nos seus fornecedores, é uma das suas condições não ultrapassar um determinado valor estipulado de facturação. Estamos a ter um crescimento interessante com a IKEA, mas temos também outros clientes para a exportação para ir acompanhando e fazer um equilíbrio da capacidade de produção.

*Q. - Como está o sector face à crise instalada em Portugal?*

R. - Depois de já ter "batido no fundo", agora só pode estar a recuperar. Penso que em 2006 e 2007 já deve ser visível alguma recuperação. Somos todos nós que temos que fazer essa mudança, temos que lutar, procurar novos rumos, novos mercados, novas alternativas para que possamos continuar a existir. Claro que o mercado está muito mais competitivo, as margens são muito mais pequenas, temos que nos adaptar a esta nova realidade. Por estarmos situados no interior do país traz-nos vantagens e desvantagens, a mão-de-obra é um pouco mais barata.

*Q. - Quais os objectivos para o futuro da empresa dentro de 5 anos?*

R. - Temos de encontrar formas de continuarmos a ser competitivos e para isso estamos a apostar em novos mercados que não tínhamos, a IKEA é um caso. Estamo-nos a virar para as grandes cadeias nacionais de distribuição, podemos falar da IKEA, da Moviflor ou mesmo da Comforama, nós estamos a trabalhar com todos estes parceiros, estamos a usar esses canais de distribuição também para fazer face ao crescimento. Vamo-nos aproveitar destes canais para sustentar o nosso crescimento, para isso temos que aumentar a nossa capacidade de produção. As empresas de pequena dimensão estão com muita dificuldade de crescimento. Com base nos acordos que estamos a fazer com as grandes empresas de distribuição referidas anteriormente já estamos a trabalhar nas ampliações para poder triplicar a produção a curto/médio prazo. Dentro de poucos anos poderemos falar numa empresa ibérica com uma facturação de cerca de 50 milhões de euros.

*Q. - Quer acrescentar algo a esta entrevista que considere relevante?*

R. - Apenas referir que consideramos as empresas espanholas concorrentes tal como qualquer outra de outro país. Reconheço que existem boas empresas em Espanha e como tal tem a sua posição no mercado.