

## Entrevista com Moritex

João Freitas

Adminsitrador

Com **quality media press** para Expresso / El Economista

Esta transcrição reproduz fiel e integralmente a entrevista. As respostas que aqui figuram em linguagem coloquial não serão editadas como tal na nossa reportagem. Elas serão alvo de uma revisão gramatical, sintáctica e ortográfica. Certas frases serão extraídas e inseridas sob a forma de citações no seio do artigo dedicado à vossa empresa, instituição ou sector de actividade.

Primeiro gostaríamos de lhe colocar algumas perguntas enquanto Presidente da Moritex e depois entrar mais em detalhe noutros pontos. Se nos esquecermos de referir alguns, por favor lembre-nos no final da entrevista.

**Quality Media Press** - Fale-nos um pouco da história da empresa?

R. - A Moritex é uma empresa que tem cerca de 30 anos de existência, emprega directamente 220 pessoas e indirectamente 120. Nós fazemos tudo o que é malha. Esta empresa tem duas marcas próprias (Mori e LCN). Esta empresa esteve sempre vocacionada para a exportação.

Q. - Qual o volume de facturação da empresa?

R. - De há 3 a 4 anos esta empresa tem vindo a diminuir o seu volume de negócio. Tínhamos cerca de 14 milhões de euros mas actualmente situa-se nos 10 milhões de euros. Com os dados que temos o que nos leva a pensar que a recuperação não vai ser assim tão fácil.

Q. - Como tem decorrido a experiência com o mercado espanhol?

R. - O mercado espanhol para a Moritex é bastante importante. Há 10 anos a esta parte 1998 voltei-me bastante para o mercado espanhol e o mercado espanhol representa cerca de 40% da facturação da empresa. O mercado espanhol é o nosso principal mercado há 4 anos. Normalmente trabalhamos com a marca do cliente, a nossa marca não tem grande representatividade no mercado externo. A nossa marca esta em Portugal e cobre todo o país, está na Espanha e na Áustria mas muito pouco e está também a entrar na Itália. O mercado espanhol é de extrema importância, eu próprio tenho em Vigo um escritório comercial, uma empresa que montei que trabalha independentemente mas todas as compras que efectua são a empresa Moritex. É uma empresa que não pode visitar nenhum cliente que já seja da Mouritex. Há 3 anos a esta parte que o mercado espanhol desceu para nós. Nós temos um cliente muito bom em Espanha que é o El Corte Inglés, trabalhamos com quase todas as marcas que eles têm, trabalhamos há 20 anos e isso quer dizer que há satisfação de ambos os lados. Esta empresa sabe estar no mercado e não se aproveitaram com a crise exigindo das empresas produtoras aquilo que não é possível. Temos outros clientes espalhados por toda a Espanha, houve alguns que foram fiéis durante muitos anos mas quando a crise apareceu deixaram simplesmente de comprar porque voltaram-se para o extremo oriente, outros compram mas reduziram em 40 a 50%. A nível de mercado interno temos uma clientela mais ou menos formada. No mercado interno nós vendemos ao retalhista e não há loja. Temos 120 ou 130 clientes dentro do mercado

interno. A tendência é para estabilizar e não para subir devido a oferta, há muitas facilidades que foram dadas na Europa.

Q. - Acha que o mercado espanhol vai demorar em recuperar?

R. - Não só o espanhol e todo o mercado europeu. O mercado internacional vai demorar em retomar a retoma. Como foi facilitado de uma forma generalizada a globalização a tudo o que é vindo dos países do extremo oriente, veio afectar todas as empresas ainda existentes no nosso mundo de trabalho. Há uma coisa que temos que ter em consideração, nós os portugueses, os espanhóis os italianos somos países em que temos alguma tradição nos têxteis e exportamos para a toda a Europa e não só. Andamos a muitos anos a fazer o mercado, chama-se cimentar o mercado, esse mercado a nível europeu foi dado de mão beijada a outras pessoas que nunca precisaram de ter o esforço de anos como nós tivemos.

Q. - Acredita que o sector têxtil tem futuro no mercado europeu?

R. - Eu acredito que nos próximos 10 anos o sector de confecção no norte de Portugal ainda tem as suas vantagens por duas razões. Aquelas empresas que se souberam adaptar a ter uma flexibilidade para dar respostas rápidas, encomendas pequenas e ser bastante diversificadas, isto é fazer qualquer tipo de artigo. Hoje o cliente ibérico não quer fazer stock, o stock é efectuado na casa do fabricante. Depois tem que estar devidamente actualizado em termos de matérias-primas. Se as empresas conseguirem dar volta a isso, eu estou convencido que durante uma dúzia de anos vamos continuar no mercado. Temos que esperar que o

poder de compras de outros países também suba. Esperamos que o que vem desses países tenham as mesmas condições que os países europeus têm uns para com os outros. Tem que se estar atentos, há custos muito grandes que foram endossados às empresas. Hoje de uma maneira geral mesmo os clientes de uma determinada envergadura tem que ter a distribuição feita loja a loja, tem que existir dentro das empresas alguma logística para combater esta situação, há uma série de coisas que se vão criando que as empresas não estavam adaptadas. Aqueles que se adaptaram (espero que seja o nosso caso) interferiu na redução de peças, para criar as outras infra-estruturas isto teve que ser reduzido, numa rotatividade mais rápida, ter stocks mais altos. Para ter mais variedade de matérias-primas para oferecer aos clientes temos que ter mais stocks para responder rapidamente. Isto obrigou muitas das empresas a não conseguirem sofrer esse impacto e foram obrigadas a fechar. Da parte de todos os nossos governantes tem que haver uma compensação, as empresas são quem empregam e só pode ter empregados se tiver escoamento do produto, no tocante a impostos, custos energéticos e tudo isso tem que haver uma política muito seria, muito bem calculada para que as empresas possam crescer. A margem de comercialização é tão pequena que ao mais pequeno desvio cai.

Q. - Onde gostaria de ver a Moritex dentro de 4 anos?

R. - As ideias são muitas temos é que concretiza-las. Qual é a política da empresa pela qual estamos a empregar? Nós estamos a tentar procurar novos clientes no mercado ibérico e não só, clientes mais específicos, clientes em que a sua intenção não seja vender quantidade mas sim qualidade, é esse o caminho. Ainda existem alguns nichos de mercado que

podem ser explorados. No caso concreto da Mouritex já há muitos anos atrás a Itália foi o nosso mercado, deixou de ser e está novamente a subir. Porque? Porque nos dirigimos ao segmento de mercado e de cliente que não era o cliente tradicional. Nós a pouco a pouco fomos arranjanado matéria-prima que fosse satisfazendo todos os compradores. Temos que envergar pela diferença não ir aquilo que toda a gente faz, desviarmo-nos um pouco. Nós temos que ter a nossa própria criação, na empresa temos estilismo, temos pessoas que estão constantemente o que o mercado pede para estarmos devidamente actualizados.