

Entrevista com Mabera

Manuel Ramos

Adminidstrador

www.mabera.pt

(Tintados y Acabados Textiles)

Primeiro gostaríamos de lhe colocar algumas perguntas enquanto Presidente da Mabera 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 - como se tem adaptado a empresa nestes últimos anos para ultrapassar esta situação difícil que o sector têxtil tem vivido em Portugal?

R. - Mantendo a procura às últimas novidades, ou seja o que é moda, fugimos do mercado básico, mais corrente, optando por acabamentos mais diferenciados, mais técnicos, com um valor acrescentado. Tudo o que diferencia o produto de outros acabadores de outros mercados. Em termos ibéricos há um cliente grupo muito importante que está a trabalhar em Portugal que é a o Grupo Inditex (Zara). Nós achamos que não é o produto mais interessante para nós, não é o nosso mercado preferencial. Zara e Grupo Inditex não são de maneira nenhuma o nosso cliente alvo.

Q. - Qual o volume de facturação da empresa?

R. - A nível de empregados temos 200 pessoas. A facturação é de 9 milhões de euros.

Q. - Tem sentido dificuldades no sector?

R. - Temos vindo a sentir muito porque apesar de de estarmos num segmento elevado e com algum esforço para nos diferenciarmos. Todo o mercado está em "emagrecimento", naturalmente, os concorrentes "viram-se" para o nosso mercado. Aquilo que há 2 a 3 anos atrás não sentíamos como concorrência hoje nós temos 20 ou 30 empresas que não deixam de abordar o nosso mercado.

Q. - A concorrência é ibérica?

R. - Ao nosso nível falamos de concorrência nacional. Existem varias empresas que são obrigadas a entrar no nosso mercado porque o mercado deles foi o primeiro a faltar.

Q. - O mercado ibérico é uma realidade?

R. - Estes mercados tem características diferentes. O preço da mão-de-obra entre Portugal e Espanha é muito significativo. Mesmo que as características entre os dois mercados fossem semelhantes, temos um factor de custo da mão-de-obra muito relevante entre os mercados.

Q. - Qual a estratégia para o futuro da empresa?

R. - Dentro de poucos anos nós em Portugal vamos ser a "boutique" da Europa. Há essencialmente um nicho de mercado que vamos ficar com ele para nós.

Q. - A variação do preço do petróleo pode ser benéfico para o sector?

R. - Acho que é uma ilusão, falamos de valores que não são comparáveis com outros factores. Se falássemos de custos energéticos na produção poderia afectar mas o do petróleo não nos afecta. Na China por exemplo gastam mais 80% de energia para fazer o mesmo que nós fazemos aqui. Os custos ambientais que em Portugal tem alguma expressão, no caso da china ainda não o tem, quando eles tiverem que ter preocupações ambientais vai ter muito mais expressão. O caminho que a China tem que ter a nível ambiental é um caminho muito longo.

Q. - A concorrência da Ásia ou da China é um factor de preocupação?

R. - Directamente a concorrência não nos afecta muito. O problema é que indirectamente quando os outros começam a não ter trabalho e voltam-se para o nosso mercado. A verdadeira concorrência é sentida aqui no mercado, não as empresa na China ou na Turquia, são as empresas pouco organizadas, pouco estruturadas dentro do nosso mercado interno. Nesta área de mercado há muitas empresas, mas muito poucas empresas boas.

Q. - Como gostaria de encontrar a empresa dentro de 3 anos?

R. - Eu gostaria que estivéssemos de facto no nicho de mercado em que fossemos referencia, aquele que estou convencido que está reservado para Portugal. Neste momento

nós temos algumas parcerias em estudo com clientes nossos. Espero que dentro de poucos anos sejamos uma referência no mercado, nós não queremos ser mais uma empresa no mercado.