

*Entrevista com Faramé*

*Com quality media press para LA VANGUARDIA / Expresso*

*Pedro Sousa Pires*

*General Manager*

*Quality Media Press - Esta empresa está vocacionada para o mercado internacional. Como teve início esta empresa?*

R. - A empresa teve o seu início em 1983. Os seus dirigentes tinham fortes contactos a nível internacional e decidiram dedicar-se a esse mercado. Em 1995 aconteceu o seu grande desenvolvimento a nível internacional.

*Q. - Qual o percurso da empresa desde 1998 até 2006?*

R. - Quando entrei em 1998, tive necessidade de verificar quais os mercados e qual a concorrência que existia e verifiquei que estávamos agarrados a poucos produtos. No mercado nacional tínhamos vários clientes, enquanto que no mercado internacional estávamos dependentes apenas de dois clientes.

*Q. - Que medidas foram tomadas para reverter esta situação?*

R. - Continuamos a postar no mercado internacional.

*Q. - Quais as vantagens competitivas da empresa?*

R. - Uma das vantagens é a flexibilidade. Os nossos produtos standards são feitos em grandes quantidades e temos margens de luxo enormes. A partir de 2001 arranjam os novos mercados para esses produtos de grande volume. Foi nestes produtos que nós investimos em tecnologia computadorizada, mas também temos a flexibilidade de fazer o produto específico que o cliente quer.

*Q. - De que percentagem de vendas está a falar?*

R. - Este ano já vai em 25% de cada um. Estamos a falar de um volume de negócios de 12 milhões de euros.

*Q. - Fale-nos do mercado espanhol?*

R. - Desde 2000/2001 que estamos a contactar clientes em Espanha. Fomos muito bem atendidos neste mercado. Ao longo dos tempos tentamos entrar em Espanha de diversas formas, tanto directamente como indirectamente. Desde há 2 anos para cá conseguimos entrar no mercado espanhol. Pensamos que o mercado espanhol é uma continuação do mercado português. No mercado espanhol estamos na área da indústria com os nossos produtos e não na área da distribuição. Nós em Espanha somos conhecidos, mas não líderes como acontece em vários segmentos de mercado em Portugal e França.

*Q. - Que percentagem das vendas foram para o mercado espanhol este ano?*

R. - Este ano está com uma percentagem muito pequena.

*Q. - A longo prazo como será a conjugação das duas economias (Portugal e Espanha)?*

R. - Temos que ser optimistas. Não há hipótese nenhuma de não estarmos ligados. Portugal só tem a ganhar com esta ligação. A globalização é um facto adquirido, e se juntarmos Portugal e Espanha somos muito mais fortes para podermos competir. Tenho pena que não haja uma abertura maior por parte de Espanha ao mercado português.

*Q. - Quais os projectos para o futuro da empresa?*

R. - Os objectivos a médio prazo são os melhores. Não queria estar tão concentrado em poucas empresas, gostava de estar diversificado. A percentagem de vendas para o mercado internacional maior. Ter uma gama mais alargada de produtos. A nossa localização é muito boa para continuar com o aumento da exportação.

*Q. - Dizem os entendidos que o futuro de Portugal não é industrial, mas sim de serviços. Concorda com esta afirmação?*

R. - É complicado responder a essa afirmação, porque temos muito bons exemplos de indústrias muito bem sucedidas. Portugal tem que ter uma base industrial forte. Portugal tem de apostar mais nas indústrias metalomecânicas e no turismo.

*Q. - Como gostaria de ver Portugal dentro de 5 anos?*

R. - Portugal em 2010 deveria estar ao nível das economias e sociedade mais modernas do mundo. Gostava que tivesse uma abertura maior dentro da Europa.

*Q. - Gostaria de acrescentar algo mais a esta entrevista?*

R. - Gostaria de dizer que os governos deveriam deixar-nos trabalhar mais. As empresas portuguesas deveriam ter um maior espírito de assalariado. O governo deveria apoiar a economia portuguesa e as indústrias deveriam juntar-se para deixarmos de ser pequeninos e ter mais força para competir.