

Entrevista

Tafibra

Pedro Figueira, Director de Marketing Ibérico



A Tafibra, marca comercial para a Península Ibérica integrada na holding Sonae Indústria, tem como lema "Tafibra, criamos o seu ambiente". A Sonae Indústria é um dos líderes a nível mundial no sector de produtos derivados de madeira.

A empresa tem como objectivo contribuir para a construção e decoração sustentáveis, através do fornecimento de produtos de madeira de alta qualidade, inovadores e esteticamente interessantes, e de serviços cada vez mais adaptados às necessidades do mercado, sendo a eco-eficiência um compromisso assumido ao longo de toda a sua cadeia de actuação.

Pedro Figueira, Director de Marketing Ibérico, em entrevista à revista "Materiais de Construção" fala-nos da empresa, dos produtos e das suas características, assim como do mercado em que se insere.

**COMO CARACTERIZA A EMPRESA E QUAL O SEU PERCURSO NOS ÚLTIMOS ANOS? COMO QUALIFICA O SECTOR ONDE ESTÁ INSERIDO EM TERMOS DE DESIGN E INOVAÇÃO?**

Num sector competitivo como o dos derivados de madeira, a inovação é uma necessidade enquanto instrumento de crescimento e de diferenciação, não só em termos de desenvolvimento de novos produtos ou serviços, mas também como motor do desenvolvimento de novos processos de negócio ou de práticas de gestão.

**NA ACTUAL CONJUNTURA, AS EMPRESAS TÊM TIDO DIFICULDADES ACRESCIDAS NO ACESSO AO FINANCIAMENTO. ESTA É UMA DAS PRINCIPAIS BARREIRAS PARA A INOVAÇÃO?**

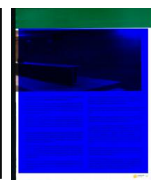
O acesso a novas tecnologias ou a novos materiais, a pesquisa de soluções, a experimentação e a formação são condições fundamentais para o desenvolvimento da inovação e que carecem, naturalmente, de financiamento, numa conjuntura claramente limitadora e adversa desse mesmo financiamento. No entanto, a inovação não depende, apenas, de financiamento externo.

Basta pensarmos, por exemplo, quão reduzido é, normalmente, o investimento no chamado "brainware" da empresa - a captação e aproveitamento das ideias dos colaboradores, uma riqueza frequentemente esquecida ou inexplorada e que pode ser decisiva na construção de um modelo de negócio sustentável e diferenciado. Ou a fonte de inovação que é o "feedback" do mercado, seja oriundo de comentários de clientes ou de fornecedores, ou mesmo das reclamações.

Quando se fala em inovação, pensa-se, frequentemente, na inovação "radical" ou disruptiva, criando soluções que dão origem a novas áreas de negócio ou mudando completamente os modelos de negócio existentes. Mas as empresas esquecem-se, muitas vezes, da inovação incremental, feita de pequenas melhorias nos processos e nos produtos e que, por um efeito multiplicador, irão ter uma importância decisiva na competitividade da empresa no médio e no longo prazo.

Eu diria que a principal barreira à inovação é a nossa própria atitude perante a inovação.





**NA VOSSA EMPRESA, O DESIGN É UM FACTOR DECISIVO NA CONCEPÇÃO DO PRODUTO, OU SÃO MAIS VALORIZADOS OUTROS ASPECTOS?**

Os sectores do mobiliário e da decoração de interiores, os dois principais utilizadores dos materiais que a Sonae Indústria fabrica e comercializa, são, naturalmente, muito exigentes em termos de design, tanto do ponto de vista do aspecto estético como da funcionalidade das soluções.

Como tal, o design e a inovação são factores chave na concepção e desenvolvimento dos nossos produtos. Naturalmente, não procuramos o design por si só, ele tem que estar associado a condições de sustentabilidade do negócio, tanto em termos de serviço/disponibilidade como de preço/competitividade e qualidade.

**A INOVAÇÃO PASSA TAMBÉM PELA INTRODUÇÃO DE NOVOS MATERIAIS, QUE GARANTAM NÃO SÓ UMA MAIOR DURABILIDADE AO PRODUTO MAS TAMBÉM UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL. NA SUA OPINIÃO, O CLIENTE DÁ A DEVIDA IMPORTÂNCIA A ESTE ASPECTO, OU O PROCESSO DE DECISÃO CENTRA-SE NORMALMENTE NO FACTOR CUSTO?**

Hoje em dia, a sustentabilidade já não é uma questão secundária, é uma preocupação claramente patente em muitas áreas de negócio. E o desenvolvimento de novos materiais ou novos produtos tem que ter em conta essa preocupação, sob pena de se deparar com barreiras substanciais à sua comercialização na maior parte dos mercados.

De facto, por isso mesmo, a garantia da sustentabilidade está, cada vez mais, a deixar de ser um factor diferenciador pela positiva, antes tornando-se num critério penalizador no caso de não ser assegurada.

Assim, o cliente assume que os produtos e os materiais que lhe são apresentados contribuem para um futuro mais sustentável e, a partir daí, considera os factores de negócio "tradicionais": qualidade, disponibilidade, preço.

**DENTRO DA GAMA DE PRODUTOS QUE POSSUEM, QUAL AQUELE QUE ELEGE COMO O MAIS INOVADOR? QUAIS AS SUAS CARACTERÍSTICAS?**

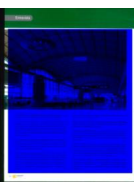
Indubitavelmente, a gama de produtos mais inovadora apresentada pela Tafibra no mercado no último ano é a gama de superfícies decorativas anti-bacterianas So Caring.

As soluções anti-bacterianas So Caring têm como objectivo a produção de mobiliário ou a sua aplicação como revestimento de paredes, divisórias ou pavimentos, especialmente em hospitais, centros de saúde, escolas, infantários, ginásios, spa's, restaurantes, hotéis, centros desportivos, centros comerciais e, em geral, todos os locais públicos onde haja a possibilidade de contaminação das pessoas por contacto das mãos ou dos alimentos com superfícies com muito uso.

Em termos práticos, ao contrário dos materiais correntes, as superfícies So Caring evitam a proliferação e desenvolvimento das bactérias nelas depositadas, reduzindo, assim, o risco de contaminação das pessoas.

O efeito anti-bacteriano não se altera com a limpeza das superfícies ao longo do tempo. Além disso, as superfícies So Caring estão disponíveis nos mais variados padrões e tonalidades em painéis de madeira melaminicos ou termolaminados, possibilitando inúmeras soluções decorativas.





**COMO MOTIVAR OS COLABORADORES PARA ESTES SEREM MAIS CRIATIVOS? EXISTE UMA CULTURA DE INOVAÇÃO EM PORTUGAL?**

Conforma acima referido, é de importância fundamental a captação e aproveitamento das ideias dos colaboradores da empresa o que não só contribui para o alargamento da inovação aplicada aos produtos e processos da empresa, mas também para a motivação dos próprios colaboradores, que passam a sentir-se mais integrados na vida e desenvolvimento da própria empresa.

O investimento assumido em formação e desenvolvimento da inovação, seja em termos de produtos e serviços, seja em termos de processos ou, até, de modelos de negócio, é outra das condições para que a inovação passe a fazer parte integrante da estratégia da empresa.

Alguns estudos sobre a inovação em Portugal referem que mais de 50% das empresas apresentam ainda níveis relativamente baixos de maturidade na gestão da inovação, carecendo de formação, estruturação processual e enraizamento do tema na organização, apesar de que mais de 80% referem que o tema da inovação é um factor muito importante, ou mesmo, fundamental na definição da própria estratégia corporativa.

Haverá, por isso, também neste âmbito, necessidade urgente de "passar das palavras aos actos".

**QUAIS OS PLANOS FUTUROS DA EMPRESA A CURTO PRAZO? APOSTAR MAIS NO MERCADO NACIONAL OU PROCURAR/REFORÇAR OS MERCADOS EXTERNOS? NO ÚLTIMO CASO, QUAIS?**

A inovação continuará a ser encarada, na Sonae Indústria, como um factor de competitividade e desenvolvimento sustentável da empresa, motor da diferenciação e da melhoria da qualidade e eficácia tanto dos produtos e processos como do próprio modelo de negócio.

A Sonae Indústria é hoje um dos maiores fabricantes mundiais de painéis derivados de madeira, com presença industrial e comercial em oito países (Portugal, Espanha, França, Alemanha, Reino Unido, Canadá, Holanda e África do Sul, totalizando 28 unidades industriais e empregando cerca de 5.500 colaboradores) e exportação para os principais mercados internacionais.

Essa presença alargada é, simultaneamente, um desafio e uma vantagem, na medida em que nos permite conhecer e absorver realidades muito diferentes, com características e necessidades distintas e que são, por isso mesmo, fontes muito importantes de inovação.