

# Grupo Nabeiro quer investir no centro do Funchal

## Entrevista a Rui Nabeiro

**NOVAS INSTALAÇÕES, MAIS AMPLAS E CENTRAIS, SÃO UMA DAS PRIORIDADES PARA A REGIÃO**

**NÉLIO GOMES**  
ngomes@dnoticias.pt

O comendador Rui Nabeiro esteve recentemente de passagem pela Madeira para participar na abertura da edição 2014 da Expomadeira. Nessa sua curta estada na Região, o patrão do Grupo Nabeiro, composto por 22 empresas de que é expoente máxima a Delta Cafés, aceitou a falar ao DIÁRIO sobre os negócios que detém no mercado madeirense, bem como sobre as perspectivas empresariais que o grupo assume em tempos difíceis como são os actuais

**Que análise faz actualmente ao posicionamento do grupo no mercado madeirense?** Estamos na Madeira já há muitos anos. Hoje temos cerca de 40 pessoas a trabalhar conosco, todas com boas condições de vida, por assim dizer, e exploramos o nosso comércio na área dos cafés, dos vinhos e dos licores. Actualmente, com o Delta Q estamos com uma posição no mercado que nos permite, nesta altura, dar passos com alguma objectividade, tendo em conta algum crescimento, embora curto, que vimos registando, tanto na Madeira como no todo nacional. A crise no país é grande, como todos sabemos, mas nós, felizmente, tendo 2013 como referência, estamos a vender algo mais em 2014. Os nossos investimentos na Madeira incidem muito ao nível do comércio, da exploração do nosso trabalho, da indústria que nós temos, que é uma indústria boa – a Delta Cafés e a Torrefacção Camelo –, para além dessa outra grande arma que é o Delta Q. Por outro lado, temos também os nossos vinhos, onde estamos a fazer um trabalho muito grande, num mercado que sabemos ser muito competitivo. Além disso, representamos muitos outros produtos, o chá Tetley, águas, sumos, etc. Queremos crescer em todos esses mercados específicos, queremos abarcar e estamos a trabalhar e a criar cada vez mais condições para que isso seja uma realidade.

**Há novos investimentos em perspectiva para a Madeira?** Nós senti-

mos que as actuais instalações já começam a ser pequenas para o nosso movimento. Começamos com seis ou sete pessoas, hoje somos cerca de 40, temos um leque variado de produtos como atrás referi, por isso o espaço que temos já começa a ser curto para as exigências. Estamos a pensar em crescer nesse aspecto, arranjando em espaço maior em que possamos, também, criar mais postos de trabalho. Nós somos uma empresa que sonha muito com a criação de postos de trabalho, é uma das nossas preocupações sociais. Penso que os cerca de 40 postos de trabalho que criámos na ilha já é razoável para a realidade local, mas eu aposto em mais.

O nosso pensamento é, sobretudo, de um crescimento comercial. Queremos ir até ao centro da cidade do Funchal, não no sentido de criar algo que possa fazer concorrência a quem quer que seja, mas para proporcionarmos um serviço técnico na cidade, onde possamos dar apoio aos nossos clientes e amigos, inclusivamente com um apoio de escolas de baristas e de escolas de hotelaria. No fundo, para sermos um emblema da Delta dentro da própria cidade do Funchal. Actualmente nós estamos nos arredores do Funchal e sentimos que é importante nos situarmos mais no centro da cidade.

De resto, penso que o nosso crescimento está sustentado. Temos uma óptima equipa, as selecções têm vindo a ser feitas por si próprias e estou muito satisfeito com aquilo que temos na Madeira. Hoje posso dizer, com toda a certeza, que tenho a melhor equipa que pode existir no mercado. A grande força de uma empresa está naquilo que ela pode fazer, mas também está nos valores humanos que ela consegue juntar. E isso está conseguido neste momento.

**Sente que ainda existe margem de progressão grande, para os vossos produtos, no mercado madeirense?** O mercado da Madeira tem a sua dimensão, como todos sabemos, mas dentro da sua dimensão é um mercado que consome. E consome porque não é só pela dimensão dos seus habitantes, mas também porque tem um bom mercado do turismo, uma população flutuante muito significativa. Tive oportunidade de andar pela cidade e encontrei muitos turistas, vi os restaurantes cheios e isso é um sinal animador. E penso, aliás, que a curto



Comendador Rui Nabeiro vê mais potencialidades no mercado madeirense.

prazo essa presença de turistas irá aumentar ainda mais, porque as infra-estruturas da cidade, nomeadamente o porto e a zona de acostagem de navios de turismo, também estão a crescer. As pessoas dizem que está tudo mal, mas eu acho que devemos ter a esperança que as coisas vão melhorar e a Madeira vai responder bem, com certeza.

**Qual é, neste momento, a situação do Grupo Nabeiro nesta fase particularmente difícil em termos de conjuntura do país?** Comecei há muitos anos a trabalhar, numa altura em que as dificuldades eram enormes. Nós ultrapassámos essas dificuldades e hoje, em que há dificuldades para muita gente e que até se agravaram, nós respondemos com eficiência e com a nossa atitude social, procurando dar o nosso contributo para que a situação possa melhorar. Por isso, temos uma resposta do consumidor e do intermediário que há entre nós e o consumidor que nos leva a encarar a situação com optimismo. Não estamos a vender aquilo que quere-

mos, mas estamos a vender quase o suficiente para podermos pensar que, de facto, a crise existe mas que nós estamos a superá-la bem. Temos trabalhado com atitude, com determinação e penso que o futuro é animador, porque o país vai crescer. E também porque temos um suporte importante, a da exportação, que nos dá uma sustentabilidade importante. E porque a sustentabilidade de uma coisa e outra já é quase um facto consumado, a tendência é para crescermos e não para diminuímos.

**Os vinhos constituem uma das apostas mais recentes do Grupo Nabeiro. Sendo este um mercado muito competitivo, quais as estratégias que têm vindo a adoptar?** A nossa adega tem sete anos, mas nós estamos nos vinhos desde 2002, com a fabricação do produto e venda da matéria prima. Passados estes doze anos, nós estamos com um crescimento acentuado. A nossa adega está a responder às solicitações do nosso cliente, mas neste momento sentimos que temos que aumentar tanto a plantação de vinha, como as pró-

### RECONHECIMENTO PELO PAPEL SOCIAL

A responsabilidade e a consciência social é uma das imagens que tem acompanhado o crescimento do Grupo Nabeiro. A criação de emprego e todas as outras políticas de natureza sociais implementadas pelo comendador Rui Nabeiro – realidade cada vez menos comum no universo empresarial português da actualidade – são uma mais-valia que tem um reconhecimento claro da parte dos consumidores.

“As coisas nascem com as pessoas. Creio que aquilo que nós fizemos no âmbito social foi um pouco uma resposta àquilo que os nossos antepassados, os nossos familiares, pessoas do interior, pessoas humildes, passaram nesses tempos. Quando comecei a caminhar, a poder dar um passo, senti a necessidade de dar uma resposta a essas questões sociais. E hoje a nossa empresa é reconhecida a nível nacional e internacional como uma empresa de um nível social elevado, que sabe plantar, sabe semear e sabe colher. E o público em geral responde positivamente. E fá-lo porque conhece qual é a minha atitude, qual é a minha forma de estar na vida. E essa minha forma de estar na vida não é pensar apenas em mim, é pensar nas pessoas que me rodeiam, é pensar em que está carente.

Ainda aqui na cidade do Funchal, caminhava na rua e as pessoas abeiravam-se de mim, queriam cumprimentar-me e faziam-me votos para que continuasse a ser aquilo que tenho sido. E isso aconteceu antes de tomar o avião para vir para aqui e até mesmo dentro do avião. Isto é bastante gratificante, é um reconhecimento e, por tudo isto, mais obrigado me sinto a ser todos os dias melhor e a tentar fazer mais em prol da comunidade.”

rias instalações. E isto, não há dúvida nenhuma, deve-se àquilo que nós conseguimos com uma logística boa, com um bom produto em termos de qualidade/preço e também com um produto adequado às possibilidades do cliente. Os vinhos são um produto que não é fácil de alcançar sucesso, há inúmeros produtores, mas temos a felicidade de o consumidor português gostar dos seus vinhos e preferi-los aos estrangeiros.

Nós estamos a crescer nos vinhos, fruto de um trabalho e de uma logística de proximidade. A nossa máxima é de que onde vendemos café temos também de vender vinho. Depois, há a ainda questão da qualidade. Quem não tiver qualidade, escusado será dizer que não vai vender como quer. Nós começamos com preços suaves, mas já temos preços que também defendem a empresa e a sua sustentabilidade. Isso tem a ver com uma perspectiva que não vê apenas o lucro imediato, mas que pretende construir o dia de amanhã.