

Empresariado &gt;



Carlos Proença, gerente da Cabena, é taxativo

## Uma organização com prestígio

*Fundada em 1980, a Cabena, com sede em Benavente é hoje em Portugal uma referência na concepção, fabrico e comercialização de equipamento urbano que satisfaça as exigências e necessidades das autarquias locais. A viver o seu processo de certificação no âmbito da ISO 9001:2000, a Cabena procura deste modo tornar-se uma organização mais forte e competitiva, quer no mercado interno onde tem uma posição dominante, quer no mercado externo.*

TEXTO - VALDEMAR BONACHO | FOTOGRAFIA - RUI KOCHA REIS

A Cabena foi constituída em 1980 com o objectivo social de fabricar cabines para tractores. Nasceu da visão estratégica de António José Coimheiro, sócio maioritário da empresa, e resultado dessa mesma estratégia foi definido pela primeira vez que os produtos fabricados pela Cabena em Portugal fossem de qualidade igual ou superior àqueles que podem vir de lá fora, e com mais vantagens competitivas: ou pelo preço, ou pela adaptação ao mercado. Na opinião de Carlos Proença, sócio-gerente e simultaneamente director comercial desta organização com sede em Benavente, «isto define toda a cultura e toda a estratégia da Cabena, cultura que ainda subsiste, que utiliza a mão-de-obra e matérias-primas portuguesas. Por assim dizer, podemos produzir equipamentos adaptados ao mercado nacional, que é uma vantagem competitiva e que ainda hoje se revela como uma das principais características da estratégia da Cabena».



↳ Construção de mobiliário urbano é uma especialidade da Cabena

Desde há muito que a Cabena concebe, fabrica e comercializa equipamento urbano que satisfaça as exigências e as necessidades das autarquias locais. «Nesta área temos duas vertentes: a do Mobiliário Urbano e a dos Equipamentos de Limpeza e Manutenção Urbana, áreas que funcionam dentro da empresa e que têm como destino preferencial as autarquias, sempre viradas para o serviço personalizado aos clientes», revelou Carlos Proença.

É vasta a gama de produtos que a Cabena fabrica e comercializa. Por exemplo, na área dos equipamentos urbanos, devemos sobressair os equipamentos de limpeza de bermas, de trituração de resíduos flo-

restais, de prevenção de fogos florestais, sempre com uma ligação profunda com o ambiente que, aliás, constitui em Portugal e fora do nosso país uma área de futuro. «Na área do Mobiliário Urbano a Cabena especializou-se no mobiliário de pequena arquitectura como são os casos dos abrigos

para passageiros, quiosques e tudo aquilo que exija de uma forma geral estruturas metálicas, mas feitas à medida».

ISO 9001 é uma ferramenta imprescindível. Carlos Proença não tem dúvidas que a candidatura à ISO 9001:2000, no âmbito da qualidade, é uma ferramenta determinante para uma empresa como a Cabena, atenta a tudo o que se prenda com os princípios da competitividade. «É um processo que está mais atrasado do que desejaríamos, essencialmente por razões internas da empresa, porque tivemos de interromper o projecto junto dos consultores que nos dão apoio na reorganização e reformulação interna da Cabena. Este pro-



jecto arrancou há 3 anos, mas tivemos-lo de fazer de forma a corresponder à orgânica, à formalização da própria organização dentro da empresa, e também achámos que era preferível para que os processos decorressem melhor que este não fosse um processo meramente formal. Posso lhe dizer que já hoje estão em vigor no seio da Cabena diversos procedimentos que correspondem à certificação da empresa. Não temos ainda é a formalização, que prevemos conseguir dentro de um período normal». Ainda a propósito da candidatura da Cabena à ISO 9001:2000, Carlos Proença justificou que desde há muito que a Cabena pensa neste degrau qualitativo. «Reconheço que ter o selo, ter a bandeira da ISO 9001:2000 é uma porta de entrada importante nos mercados nacional e internacional, que poderá inclusivamente ser um factor de exclusão, no caso de não possuírmos esta ferramenta. Reconheço isso, sem rodeios, mas acima de tudo a ISO 9001:2000 é para a Cabena uma formalização dos procedimentos de controlo de qualidade. Não vai ser fácil, mas gostaríamos de ter esta certificação em 2008».

A Cabena já tem no seu historial algumas pequenas experiências no mercado externo, mas Carlos Proença deixou bem vincado que o mercado nacional é que constitui a grande força da facturação desta organização de Benavente, existindo já uma abrangência relevante em termos do território onde chegam os produtos da marca Cabena. «Como temos uma estratégia de personalização dos equipamentos e de instalação destes, os equipamentos que instalamos aqui e que enviamos para mercados externos têm o handicap de ser mais difícil a personalização. Estamos a abordar mercados com a Espanha, França e Holanda, mas estamos a falar de vendas



pontuais e não de exportações. Mas contamos ter expressão no mercado externo daqui a uns tempos. Estamos a trabalhar para que isso aconteça, salientou Carlos Proença.

A grande parte da facturação da Cabena é resultado dos negócios que esta mantém com autarquias de Norte a Sul do país. Com as autarquias e com as empresas públicas e privadas que servem as autarquias locais. Estamos essencialmente a falar de empreiteiros de obras públicas. «Participamos em requalificações urbanísticas que podem ser directamente com as autarquias como podem ser com empresas que estão envolvidas nos respectivos concursos», sublinhou o sócio e director comercial da Cabena.

### Projectos à medida do cliente

Uma empresa como a Cabena muito dada às questões da inovação e da diversificação, querendo sempre adaptar os seus produtos às exigências do mercado e aqui, a Engenharia tem um papel crucial a desempenhar. Aliás, Carlos Proença chega mesma a classificá-la de «cerne da nossa estratégia». «Além do Departamento de Marketing, que comunica, é o Departamento de Preparação de Trabalho e Engenharia que fazem parte da nossa estratégia. Todos os dias temos projectos novos e como a nossa estratégia passa por projectos personalizados, nós fazemos projectos à medida do cliente. A Cabena dispõe de um conjunto elevado de equipamentos, estando sempre disponível para adaptar o equipamento às necessidades do cliente». Com a entrada recente da lei anti-tabaco a Cabena, sempre atenta, concebeu um produto novo que, ao que parece, está a ter bom sucesso no mercado. Trata-se de cabines externas e internas para aco-



lher os fumadores. «As cabines para fumadores é mais uma vez um elemento da nossa estratégia e que revela o modo como estamos atentos ao mercado». E há mais empresas a fabricarem este tipo de produto? – Insistimos, tendo Carlos Proença respondido que «de uma forma sistemática como a Cabena, penso que não. Naturalmente que poderá haver (e há certamente) equipamentos pontuais e empresas pontuais que fornecem uma ou duas unidades para o mercado local, mas mais uma vez a Cabena teve a visão de antecipar a necessidades, tendo-o feito através de diversos clientes, fomos inclusivamente a mercados internacionais para vermos o que é que já havia neste contexto, e avançamos para este produto inovador que está a ter um grande sucesso. As empresas e instituições que agora necessitam de dizer aos trabalhadores e aos funcionários que não podem fumar dentro dos espaços fechados, precisam de (ou devem) permitir criar nos espaços exteriores um espaço delimitado com alguma comodidade para os fumadores, que têm os mesmos direitos que têm os não fumadores.

Para isto a Cabena criou uns abrigos que têm as dimensões que o cliente quiser, completamente fechado e com sistemas extractores de fumo, para não permitir, tal como a lei determina que o fumo do tabaco venha para o exterior e incomode os não fumadores. As empresas privadas são os clientes que mais nos têm solicitado este produto».

Carlos Proença salientaria ainda o facto da Cabena ter uma boa quota de mercado e pensar sempre em elevá-la. E que dada a antecipação do mercado e a aposta em produtos novos permite a esta organização de Benavente uma saúde comercial e financeira bastante interessante. <