



MALHINTER

Todos por uma (empresa)

A produtora de vestuário em malha duplicou o volume de negócios em cerca de quatro anos, numa estratégia que envolve a qualidade do produto, investimento, diversificação de mercados mas também o bem-estar dos trabalhadores, com quem reparte os lucros.

O universo atual da Malhinter tem já pouco a ver com a sua fundação, em 1985. A empresa começou por fazer apenas roupa interior mas três décadas volvidas, e já com a segunda geração nos comandos, são peças sofisticadas, para marcas como a Max Mara e All Saints que saem das máquinas de costura. «Começámos no segmento baixo mas fomos crescendo e sempre nos soubemos adaptar», afirma o administrador António Barroso ao Jornal Têxtil.

Prova disso é a coleção que apresenta regularmente aos clientes, basilar para o desenvolvimento de propostas, mas também a conquista de mercados. A Europa Ocidental,

nomeadamente França e Inglaterra, é atualmente o principal mercado da Malhinter, que exporta praticamente toda a produção, mas os EUA estão igualmente no caminho. «Já conhecemos o mercado americano, mas pensamos estar hoje em melhores condições para ter sucesso», admite o administrador. A prospeção está a ser feita diretamente – existem já encomendas – mas também através de uma empresa especialista no mercado, contratada para o efeito. «Estamos a abordar o segmento médio-alto, e num caso específico muito alto, e isso vai dar-nos muito mais notoriedade. Pode haver um efeito de contágio, será um ótimo car-

tão-de-visita», acredita António Barroso. A Malhinter tem crescido a dois dígitos nos últimos quatro anos, num trajeto que permitiu praticamente duplicar a faturação. «Em 2016, o volume de negócios foi cerca de 9 milhões de euros. Houve um crescimento de 10% face ao ano anterior», revela o administrador. Além dos investimentos na produção, incluindo um novo sistema de corte da Gerber Technology para automatizar o processo, a administração da empresa, que conta ainda com Adriana Ferrão e Bruno Brandão, preocupa-se especialmente com os recursos humanos, como explicou durante a visita do presidente da câmara de Famalicão, Paulo Cunha, no âmbito do Roteiro Famalicão Made IN no passado dia 27 de abril. Com 150 trabalhadores, a Malhinter faz questão de dividir os lucros com estes – num valor que atingiu, no mínimo, 200 euros em 2016 – e envolvê-los no sucesso. «É preciso tornar o sector mais interessante. Torná-lo numa profissão em que as pessoas acreditem», considera António Barroso.