

ESPAÑA

TIENE COMPONENTES MUY COMPETITIVOS

Magrit cumple 80 años en el sector calzado. Una firma que sigue fiel a sus principios: zapato de señora, de gama alta, elegante y de calidad, a lo que hay que añadir un esforzado cuidado por el cliente. Magrit mantiene clientes desde hace más de 50 años.

Fabrica en España y utiliza componentes nacionales. Vende en más de 40 países.

Una empresa de tercera generación, con la cuarta ya incorporada.

¿CÓMO LLEGAN AL PUNTO ACTUAL, SIENDO UNA EMPRESA DE TERCERA GENERACIÓN?

Magrit -contracción de la originaria Margarita- nació hace 80 años de la mano de mi abuelo. Hemos ido pasando generaciones, con mucho trabajo y esfuerzo pero siempre manteniendo la bandera de la calidad e incorporando moda en nuestro calzado. Llevamos exportando desde 1950. Con nuestra marca y fabricando en exclusiva para importantes clientes internacionales. Estuvimos más de 20 años dedicados solamente a la exportación hasta que a mediados de los 90 volvimos al mercado nacional.

LLEVAN MUCHOS AÑOS VENDIENDO EN EL EXTRANJERO, ¿NO LES HA TENTADO LA DESLOCALIZACIÓN?

Tuvimos una fábrica en Karachi (Pakistán), allí producíamos parte de la colección, sobre todo el aparado y el corte. Funcionaba, pero había grandes problemas de índole cultural, y decidimos vender la fábrica. Para deslocalizar hay que tener una gran dimensión, contar con personal desplazado en la zona y tener mucha paciencia son proyectos a muy largo plazo.

NO RECOMIENDA FABRICAR FUERA A LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS...

Hay modelos de empresa que pueden hacerlo, pero la inmensa mayoría no. Somos pymes y micropymes. El que tenga una marca hecha y pretenda fabricarla fuera, seguramente acabará estropeándola. Baja la calidad y baja el precio, que tanto le ha costado hacer. Además contamos con una ventaja. Vivimos en un cluster, el del Vinalopó, tenemos al resto de empresas y a la industria de componentes a un paso, y esa es una gran ventaja competitiva que no tiene casi ningún país.

¿CÓMO VE AL SECTOR DE LOS COMPONENTES ESPAÑOLES?

En una situación delicada, igual que al calzado, somos sectores herma-

nos. Pero, son junto con los italianos, los más potentes del mundo. Hay empresas muy fuertes que han realizado una gran evolución aplicando nuevas tecnologías y la innovación a sus artículos.

¿TENEMOS UNOS COMPONENTES ESPAÑOLES COMPETITIVOS?

Absolutamente. Han mejorado los procesos y tenemos unos componentes muy competitivos. Situados físicamente al lado de sus clientes. Y tenemos excelentes taconeros y hormeros, un muy buen patronaje, adornos de buena calidad y moda. Buenas suelas. Solamente los curtidos han descendido un poco, pero no por la calidad, sino por el descenso de empresas de este subsector. En Magrit hacemos un zapato que está fabricado íntegramente en España, con un 95% de componentes nacionales.



PEPE AMAT (ECONOMISTA. ELDA, 1951) ES, JUNTO CON SU HERMANO MANUEL, LA CABEZA VISIBLE DE LA EMPRESA.
(AN ECONOMIST FROM ELDA, BORN IN 1951) IS, ALONG WITH HIS BROTHER MANUEL, THE VISIBLE HEAD OF THE COMPANY.

¿CÓMO VE EL CAMINO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR?

Tenemos muy buenos artículos, nosotros lo miramos y lo visitamos todo. Por eso es tan importante acudir a ferias como Futurmada, porque encontramos muy buen producto. Los componentes se están situando bien en el mundo, han hecho una apuesta importante por los mercados emergentes y su imagen es muy buena. Nosotros, el calzado, dependemos en gran medida de ellos, si la industria auxiliar falla, caemos en manos de proveedores extranjeros. Me gustaría que mucho ampliaran su iniciativa, que no esperaran la propuesta del calzado, que fueran los propios componentes los que nos implicaran con nuevos artículos y modelos.

¿CÓMO VE EL SECTOR DEL CALZADO Y COMPONENTES DENTRO DE 20 AÑOS?

No lo sé. Seguramente todo el sector en Europa sea mucho más reducido. Pero, tenemos futuro, hay que luchar por ser los mejores en todos los aspectos. Hoy en día, no solo vendemos zapatos, vendemos cuidado medioambiental, ética con los trabajadores, diseño, tecnología... y tenemos que ser los mejores en todo.

«El que tenga una marca hecha y pretenda fabricarla fuera, seguramente acabará estropeándola. Baja la calidad y baja el precio, que tanto le ha costado hacer»



«Whoever has a consolidated brand and tries to manufacture abroad, he may end up spoiling it. Because quality decreases and so does price, which he's worked so hard to establish»

SPAIN

HAS GOT VERY COMPETITIVE COMPONENTS

Magrit celebrates its 80th birthday in the footwear sector. A firm that remains faithful to its principles: first class, elegant, quality ladies shoes, plus an elaborate respect for the customer. Magrit has been keeping its customers for over 50 years now. It manufactures its products in Spain by using national components. Its sales reach over 40 countries. A third generation firm which has already incorporated the fourth one.

CONSIDERING YOU'RE A THIRD GENERATION FIRM, HOW HAVE YOU REACHED THE PRESENT STATUS?

Magrit -short for the original firm Margarita- was born 80 years ago thanks to my grandfather. Several generations have gone by, with lots of hard work and dedication, but we've always striven to maintain our distinctive quality by incorporating fashion into our shoes. We've been exporting since 1950, always with our brand and manufacturing exclusively for renowned international clients. We had been exporting for over 20 years until the middle of the 90's, when we decided to come back to the national market.

YOU'VE BEEN SELLING ABROAD FOR MANY YEARS, DOESN'T RELOCATION APPEAL TO YOU?

We owned a factory in Karachi, Pakistan, where we manufactured part of our collection, especially stitching and cutting. It worked well, but there were big cultural problems so we decided to sell the factory. In order to relocate a company, one must have a big dimension, send staff to the area and be very patient, as these are long-term projects.

SO YOU DON'T RECOMMEND MANUFACTURING ABROAD TO SPANISH COMPANIES...

There are some firms that can do it, but the vast majority can't. We're pymes (small and medium companies) and micropymes. Whoever has a consolidated brand and tries to manufacture abroad, he may end up spoiling it. Because quality decreases and so does price, which he's worked so hard to establish. In addition, we have an advantage. We live in a cluster, the Vinalopó cluster, so we have other companies and the components industry close at hand, which is a big competitive advantage that no other country has.

HOW DO YOU VIEW THE SPANISH COMPONENTS SECTOR?

We're going through a difficult situation, and so is the footwear sector, we're twin sectors. However, our components are, together with Italian

components, the mightiest in the world. We have very strong firms which have evolved in a remarkable way by applying new technology and innovation to their products.

DO WE HAVE COMPETITIVE COMPONENTS HERE IN SPAIN?

Absolutely. There's been an improvement in methods and we have very competitive components which are physically located next to our customers. We also have excellent heelmakers and lastmakers, superb modelling, fashionable quality ornaments. Good soles, too. Only tanning has decreased a little, but not because of a lack of quality, it's because there's been a decrease in firms from this subsector. At Magrit we manufacture shoes that are exclusively made in Spain, with 95% of national components.

WHAT ABOUT THE AUXILIARY INDUSTRY?

WHAT DO YOU MAKE OF IT?

We've got very good articles, we take a look at everything and we visit everywhere. That's why it's so important to attend fairs like Futurmoda, because we find very good products there. Our components are making a name for themselves worldwide, they're seriously committed to emerging markets and their image is quite good. We, footwear, we depend greatly on them, I mean, if the auxiliary industry fails, then we'll be at the hands of foreign suppliers. I'd really like them to widen their initiative, instead of waiting for propositions from the footwear sector, I'd like components to get us involved with new articles and models.

HOW DO YOU VIEW THE FOOTWEAR AND COMPONENTS SECTORS IN 20 YEARS' TIME?

I don't know. Quite probably, the whole sector will be much more reduced in Europe. But we do have a future, we must fight for excellence in all aspects. We don't only sell shoes these days, we also sell environmental care, ethics towards employees, design, technology... and we have to be the best in everything.