



RICARDO GRACA



Exportações de cerâmica subiram 6% e somaram 701 milhões de euros

Dinâmica A indústria cerâmica está bem e recomenda-se. Dados da associação sectorial revelam que as exportações cresceram 6,3% no ano passado, atingindo os 701 milhões de euros. Os produtos portugueses chegaram a 163 mercados internacionais

Raquel de Sousa Silva
raquel.silva@jornaldeleiria.pt

■ Cinco milhões e meio de euros em vendas no ano passado, valor que traduz um aumento na ordem dos 10% face a 2015. Para a Val do Sol, cerâmica de Porto de Mós, 2016 foi um “bom ano”, não só devido ao crescimento das vendas, mas também porque conseguiu “subir preços”, explica Eduardo Alves.

Esta empresa exporta toda a produção e o seu responsável conta que se nota uma deslocação da procura da

Ásia para o nosso País. “Portugal tem as condições certas: está bem posicionado geograficamente, os preços que pratica não são demasiado altos e há oferta de produtos complementares à cerâmica”.

A indústria enfrenta, contudo, alguns constrangimentos. “Há a velha questão do preço da energia. Mas o mais importante seria que o Estado não mexesse nos custos do trabalho [por via do aumento do salário mínimo]. Se baixasse os impostos, as pessoas teriam mais rendimento disponível”, entende.

“Após a crise económica mundial de 2008-2009, as exportações portuguesas de cerâmica conseguiram crescer de uma forma sustentada” e, de acordo com a APICER - Associação Portuguesa das Indústrias de Cerâmica e Cristalaria, tiveram em 2016 “o melhor ano de que há registo”. O valor das vendas para o estrangeiro ascendeu a 701 milhões de euros, “o mais elevado de sempre”, e traduz um aumento de 6,3% face a 2015.

“O bom desempenho das exportações de cerâmica reflectiu-se também na sua contribuição para a ba-

lança comercial portuguesa. Em 2016 cifrou-se nos 573 milhões de euros e a taxa de cobertura das importações pelas exportações ascendeu a 547% (de referir que a taxa de cobertura média para o conjunto de bens foi de 82,4%)”, aponta a associação. “Este foi o terceiro melhor desempenho em termos globais (a seguir aos minérios e às pastas de madeira) e ainda o sétimo melhor desempenho em termos do saldo de comércio internacional”.

No ano passado, a cerâmica portuguesa chegou a 163 mercados internacionais. Para o conjunto dos pro-

ductos cerâmicos (onde se inclui a cerâmica utilitária e decorativa, pavimentos e revestimentos, louça sanitária, telhas e outros), França é o principal mercado de destino, seguindo-se Espanha, Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido. Um pouco mais de 70% do valor total exportado foi para o mercado comunitário, 29,8% para o mercado extra-comunitário.

“O design, a qualidade, a aposta na inovação são alguns dos atributos que têm pesado nestes valores francamente positivos”, considera José



Custos energéticos prejudicam competitividade
As empresas de cerâmica e de cristalaria têm conseguido aumentar as exportações, mas os custos da energia continuam a ser um constrangimento, prejudicando a sua competitividade. Os empresários ouvidos apontam ainda a dificuldade em recrutar mão-de-obra, mais ou menos qualificada.

Cristalaria Exportações subiram 20,6% em dois anos

As exportações portuguesas de objectos de vidro para mesa e cozinha, a chamada cristalaria, que na década de 1990 foi a imagem de marca da Marinha Grande, atingiu no ano passado “máximos históricos dignos de registo”, segundo a APICER. Em 2016 as vendas somaram 82 milhões de euros, “o valor mais elevado de que há registo”, e que traduz um crescimento de 12,3% face a 2015. Entre 2014 e o ano passado, as exportações cresceram 20,6%. Em 2016, a cristalaria nacional chegou a 118 mercados internacionais, sendo Espanha o destino principal, seguindo-se os Países Baixos, Alemanha, França e Estados Unidos. O saldo da balança comercial foi de 40 milhões de euros. A taxa de cobertura das importações pelas exportações ascendeu a 196%, frisa a associação. Situada na Martingança, a Favicri é uma das poucas empresas de cristalaria que restaram na região. Paulo Santos confirma que 2016 foi um bom ano, já que conseguiram aumentar as exportações em 35%. Qualidade, design e serviço são alguns dos aspectos que para isso contribuíram. “Há dois anos instalámos um forno novo, o que permitiu aumentar a produção, e começámos logo a procurar novos mercados, aposta que reforçamos no ano passado”, explica. Em resultado desta estratégia, em 2016 a Favicri entrou em países - Estados Unidos e Itália - e reforçou as vendas para outros, como Alemanha, França e Inglaterra. Com 30 anos de actividade, a Favicri produz artigos decorativos e de mesa e emprega 60 pessoas. Recrutar pessoal especializado é, segundo Paulo Santos, um dos principais constrangimentos. Outro é o custo da energia e da matéria-prima.

Sequeira, presidente da APICER. “E não obstante a grave crise económica que afectou o sector e a já farragosa concorrência desleal de países terceiros, em particular dos países asiáticos, não deixa de ser admirável este valor recorde das nossas exportações em 2016. Estes resultados são a prova da visão, do espírito de resiliência e empenho dos empresários do nosso sector, dos seus colaboradores e de todos os nossos associados”, frisa o dirigente.

Aposta no design, qualidade, serviço e fiabilidade são apontados igualmente por Nuno Graça como factores que permitiram à Jomazé atingir e manter um bom resultado no ano passado. O responsável refere ainda a aposta em mercados e clientes chave e em produtos “mais elaborados e com mais valia técnica/qualitativa”,

a melhoria da produtividade e o investimento na empresa, nomeadamente em condições de laboração, e a motivação dos trabalhadores.

O ano passado foi “bem positivo” para esta empresa do concelho de Alcobaca, apesar da descida da facturação face aos dois anos anteriores, considerados excepcionais, sobretudo devido ao crescimento “estratosférico” de um dos clientes. Em 2016 as compras deste parceiro desceram “drasticamente”, mas a empresa conseguiu “manter e até crescer com os restantes parceiros, diminuindo assim o efeito negativo do forte abaixamento das compras” do seu principal cliente.

Também para a Molde, em Caldas da Rainha, 2016 foi um ano bom, de aumento das vendas, na ordem dos 12% face a 2015, ano em que a actividade foi afectada por um incêndio. Joaquim Caetano prevê que 2017 volte a ser de crescimento, mas agora não superior a 6%. O empresário diz que se nota um aumento da procura por parte dos clientes externos, embora estes procurem igualmente “preços baixos”. A Molde exporta toda a sua produção e mais de 70% tem como destino os Estados Unidos. No ano passado as vendas ultrapassaram os três milhões de euros.

Como constrangimentos, o empresário fala nos custos da energia e na dificuldade em formar mão-de-obra. E mesmo em encontrá-la. “As pessoas não estão dispostas a trabalhar na indústria”, lamenta.

Do mesmo se queixa Jorge Louro, responsável pela Deartis. O empresário aponta a dificuldade em recrutar mão-de-obra com alguma qualificação, apontando ainda os elevados custos da energia como um constrangimento à actividade. A empresa de Porto de Mós exporta toda a sua produção, para 34 países diferentes, sendo os Estados Unidos o principal.

No ano passado as vendas da Deartis aumentaram entre 10 e 15%, tendo atingido os três milhões de euros. “Nota-se uma maior apetência dos mercados pelos produtos portugueses, devido ao design e ao serviço. Muitos dos clientes que têm comprado na Ásia precisam de diversificar produto, comprando menos quantidade de cada item, o que nem sempre é fácil naquela região. Nós, pelo contrário, temos flexibilidade e prazos de entrega interessantes”, frisa o empresário.

Depois de um ano “excepcional” em 2015, a Perpétua, Pereira e Almeida registou um “bom ano” em 2016. Elsa Almeida diz que se registou uma “procura muito grande” em termos de desenvolvimento de novos projectos, alguns dos quais irão concretizar-se em termos de produção durante este ano. “Muitos clientes estão a fugir do Oriente, devido à distância e a alguma falta de qualidade. Nós fazemos o fato à medida”, afirma a empresária, que aponta igualmente os custos energéticos como o principal constrangimento, na medida em que prejudicam a competitividade das empresas portuguesas.

Empresa de Porto de Mós produz vasos em grés

RC Containers investe dois milhões de euros em nova unidade

Raquel de Sousa Silva
raquel.silva@jornaldeleiria.pt

■ A RC Containers, empresa de Porto de Mós que produz vasos em grés, está a investir dois milhões de euros numa nova unidade produtiva, em construção na Moitalina. A obra foi iniciada em Outubro e deverá estar concluída em Julho. “O objectivo é começar a laborar na nova unidade em Setembro, após paragem para férias em Agosto”, explica Márcio Cardoso. Depois da entrada em funcionamento da nova unidade, a actual, situada no Juncal, será desactivada.

Com este investimento, a RC Containers vê aumentada a sua capacidade produtiva, ao mesmo tempo que moderniza e auto-

Os números

35

a RC Containers emprega 35 pessoas

2,2

milhões de euros é o volume de negócios estimado para este ano

matiza equipamentos, com vista à melhoria da eficiência produtiva. Criada em 2011, a empresa fabrica e comercializa embalagens e vasos em grés para as indústrias alimentar e de floricultura, que exporta para países como Reino Unido, Holanda, Escandinávia, Alemanha e Estados Unidos da América, entre outros.

Com 35 trabalhadores, fechou 2016 com um volume de negócios de 2,2 milhões de euros. O objectivo inicial para este ano era chegar aos 2,5 milhões, “mas como teremos de parar forçosamente um mês para mudança de equipamentos para a nova unidade redefinimos o objectivo de encerrar o ano com o mesmo volume de negócios de 2016”, explica Márcio Cardoso.



Jornal

DE LEIRIA

Semanário Regional

Director de Mérito

José Ribeiro Vieira

Director **João Nazário**

Ano XXXII

Edição 1706

Quinta-feira, 23 de Março de 2017

€ 1,00

www.jornaldeleiria.pt



Grupo Lena admite que corre "fortíssimo risco de implodir"

Operação Marquês "Trucidado na praça pública" por fugas de informação, o Grupo Lena reconhece que "corre o fortíssimo risco de implodir", o que deixaria sem emprego três mil pessoas **Pág. 24**



Leiria: finalmente o jardim prometido?

Págs. 4/5

Economia
Exportações de cerâmica com o melhor ano de que há registo
Págs. 20/21

Transportes
Linha do Oeste dá quase dez euros de prejuízo por cada bilhete vendido
Pág. 12

Cultura
Poesia invadiu Leiria por seis dias, chegando à prisão e a bairros sociais
Págs. 34/38



António Marujo
Igreja portuguesa tem pouco entusiasmo por algumas propostas do Papa
Págs. 6/7

arentia
Nós simplificamos!

BUSINESS AT SPEED **phc** ENTERPRISE PARTNER

Primavera PREMIUM PARTNER

Qlik

Utilizamos a tecnologia para simplificar a sua vida!

www.arentia.pt