

negócios **mais.**
edição especial

Este suplemento é parte integrante do Jornal de Negócios nº 2397, de 11 de Dezembro de 2012, e não pode ser vendido separadamente

✓ **CEREJAS**
Unitom investe em 100 hectares na região

✓ **BRANCA DE NEVE**
Os episódios insólitos da Fábricas Lusitana

VEJA MAIS EM NEGOCIOS.PT

Castelo Branco procura a sua fórmula mágica para crescer

Da formação superior em tecnologia à aposta nos produtos “da terra”, o distrito quer ampliar os casos de sucesso já alcançados



Das universidades da região saíram quadros para empresas como a Novabase e TIMwe. Mas Castelo Branco também produziu negócios bem sucedidos noutras áreas, como a têxtil e a agroalimentar. A interioridade é um obstáculo. Mas para os participantes na conferência Portugal PME, não é inultrapassável.

Miguel Baltazar

Pub



Caixa Geral de Depósitos



FIAT GROUP AUTOMOBILES PORTUGAL



UMA INICIATIVA DE **negocios**

CÓM O PATROCÍNIO DE **PORTUGAL**

Conferência Portugal PME

DESENVOLVIMENTO

Agricultura e turismo poderão ser a solução para Castelo Branco

O comércio de produtos locais e a actividade turística foram apontados, na conferência PME Portugal, como áreas promissoras para o tecido empresarial albicastrense

MIGUEL PRADO

miguelprado@negocios.pt

“Queijo, azeite, vinho. Há “n” atributos que esta região tem. É neste trabalho que temos de apostar”, defende António Aragão, presidente da Fábricas Lusitana, a empresa que leva às casas dos portugueses, a partir da sua fábrica em Alcains, as farinhas Branca de Neve.

A aposta da Unitom na produção de cerejas no Fundão é outro sinal de que esta região do País pode ter na agricultura uma via de saída do túnel que trouxe perspectivas mais sombrias, em resultado dos crescentes custos da interioridade. O presidente da têxtil Fitecom fala mesmo em “custos elevadíssimos de interioridade”.

O debate sobre se os habitantes e empresários de regiões como Castelo Branco e a Covilhã deveriam ter discriminações positivas continua a ser inconclusivo. Mas no terreno, a verdade é que o interior continua a ter mercado para a agro-indústria. “De Alcains vender piri-piri para Angola?! Não cabe na cabeça de ninguém. Mas tem corrido muito bem!”, comentou António Aragão na conferência PME Portugal, em que participou na qualidade de presidente da Nercab - Associação Empresarial da Região de Castelo Branco.

O mesmo responsável acredita que, além da agricultura, a região de Castelo Branco pode apostar no turismo cultural e de natureza, para captar investimento e emprego. E assim combater a desertificação.

Mas não é fácil. E isso mesmo reconheceu o vice-presidente da

DITOS

Queijo, azeite, vinho. Há “n” atributos que esta região tem.

ANTÓNIO ARAGÃO

Presidente da Nercab

A região está qualificada. As pessoas podem ter a certeza de que encontram uma cidade onde é agradável viver.

LUÍS CORREIA

Vice-presidente da Câmara Municipal de Castelo Branco

Câmara Municipal de Castelo Branco, Luís Correia. “A região está qualificada. As pessoas podem ter a certeza de que encontram uma cidade onde é agradável viver. Infelizmente, continuamos a debater-nos com a realidade da interioridade”, lamentou o autarca, lembrando que “a auto-estrada já foi um factor de desenvolvimento

desta região, mas a introdução de portagens acabou por retirar a vantagem competitiva”.

O potencial da região Centro

No plano agrícola, a região Centro do País apresenta-se como a que mais produz maçã, pêra, pêssego e ameixa, sendo ainda uma referência a nível nacional na produção de cereja, milho, feijão e batata, de acordo com as “Estatísticas Agrícolas de 2011” do Instituto Nacional de Estatística.

É também nesta região que se encontra, no domínio vinícola, a identificação geográfica “Terras da Beira”, inserida na denominação de origem “Beira Interior”. Da Cova da Beira a Castelo Rodrigo estendem-se mais de 16 mil hectares. Mesmo assim, o volume de produção na região de Terras da Beira está longe do alcançado por regiões como o Douro, Alentejo e até Lisboa. Segundo o INE, em 2011 foram produzidos nas Terras da Beira 178 mil hectolitros de vinho, apenas 3,2% do total nacional.

Embora os números não permitam ainda ao distrito de Castelo Branco afirmar-se como referência nacional no domínio vinícola ou do turismo, a proximidade da Serra da Estrela e a extensão territorial abrem para a região um potencial de crescimento. “Nós fazemos praticamente tudo para conquistar a instalação de empresas novas. Já não chega oferecer o terreno”, comentou, durante a conferência PME Portugal, o vice-presidente da Câmara de Castelo Branco. Agora restar acreditar que o investimento e as soluções criativas chegarão à região.



Em debate | Empresários da região analisaram perspectivas para Castelo Branco.



PERGUNTAS A

● **JOSÉ VITAL MORGADO**

ADMINISTRADOR DA AICEP

“Estarmos próximos das empresas é o caminho”

Para a Aicep tem sido fácil ajudar as empresas portuguesas do interior do país a ganharem mercado lá fora?

Sim, com certeza. Nós cada vez mais trabalhamos numa lógica de proximidade às empresas. Corremos todo o país, fazemos acções de capacitação. Fazemos quase 50 acções por ano, em que tentamos falar com as empresas, saber as suas dificuldades e dar-lhes conselhos sobre os mercados para os quais elas se querem internacionalizar.

Quais são as principais dúvidas que as empresas vos colocam?

Depende do seu processo de internacionalização. Se querem ini-

Miguel Baltazar



INVESTIMENTO

Unitom aposta na produção de cerejas para exportação

Após ter trocado Londres pelo Fundão, a empresa de venda de derivados de tomate, concentrado de fruta e azeite decidiu investir na plantação de 100 hectares de cerejeiras

A Unitom, especializada no comércio de derivados de tomate, entre outros produtos alimentares, tomou há sete anos uma opção contra a corrente. “A empresa nasceu em Londres e foi deslocalizada para o Fundão em 2005”, conta Paulo Ribeiro, administrador da empresa, que hoje lida com fornecedores e compradores de vários pontos do globo. Mas a região da Cova da Beira será agora especialmente relevante, pois a Unitom decidiu investir na plantação de cerejeira, para aproveitar as boas condições locais de desenvolvimento desse produto.

Este mês a Unitom, que conta com capital misto de portugueses, norte-americanos e espanhóis, deverá terminar a plantação de 50 hectares de cerejeira. “E vamos em Março preparar uma outra propriedade”, revelou Paulo Ribeiro, durante a conferência PME Portugal, em Castelo Branco. O objectivo é chegar a 2014 com 100 hectares. O plano de negócios está traçado. “Dentro de quatro anos estaremos a produzir 500 a 600 toneladas de cerejeira, que queremos que sejam em 80% para exportação”, indicou.

Com esse volume, a Unitom terá cerejas equivalentes a 10% da actual produção nacional, que é ainda deficitária. Segundo Paulo Ribeiro, o País produz anualmente 6 mil toneladas de cerejas, mas consome 12 mil toneladas.

“No nosso negócio o contacto pessoal é imprescindível”

Anualmente a Unitom importa da China 1.500 contentores de derivados de tomate. Com escritório na China há 11 anos, Paulo Ribe-

ro garante que o tipo de actividade da empresa implica obrigatoriamente a deslocação ao terreno. “No nosso negócio o contacto pessoal é imprescindível”, aponta o empresário.

O mesmo responsável acredita que um dos factores de diferenciação da Unitom assenta no envolvimento que a empresa mantém desde o ponto de produção ao de consumo, não se dedicando, como “trader”, a fazer apenas a arbitragem de preços no mercado internacional. “Não nos limitamos a comprar e vender mercadoria. Nós controlamos a qualidade da origem ao destino”, assegura Paulo Ribeiro. “Recebemos 60 a 90 dias depois de entregar a mercadoria, portanto, se houver um problema de qualidade... temos problema!”, acrescenta.

Com 12 colaboradores em Portugal, a Unitom tem no Fundão uma posição de relativa centralidade, não obstante os custos crescentes de deslocação ao Porto e a Lisboa. Nesse sentido fazer negócios com Espanha até sai mais barato, já que, segundo o responsável da Unitom, de Castelo Branco a Madrid há apenas 1,70 euros de portagens. “Estamos a duas horas de Lisboa, a três horas do Porto e a duas horas e meia de Madrid”, comenta Paulo Ribeiro.

Apesar do novo investimento em Portugal, fazer negócio no sector agrícola não é um sucesso garantido. “Este ano comprámos 400 toneladas de pêssego e 300 toneladas de maçã. Mas é complicadíssimo, porque contratámos 2.500 toneladas de maçã e só entregámos 300 toneladas...”, explica o gestor. **MP**

ciar, temos que ver qual a oferta que eles têm e quais são os mercados que estão a importar esses bens ou serviços. Tem que haver sempre uma análise de mercado. Nessas acções nós convidamos sempre a banca para que a banca informe as empresas dos instrumentos financeiros que tem à disposição. E convidamos também empresas que já têm experiência nesses mercados, para que possam dizer quais foram as dificuldades que encontraram e dar-lhes sugestões sobre a forma mais fácil de elas poderem entrar nesses mercados.

O que é que a Aicep pode dizer às em-

presas que se têm queixado tanto dos custos de contexto e das dificuldades de competir quando há os custos logísticos, os custos energéticos?

Nesta lógica de proximidade às empresas nós criámos a figura do gestor de cliente. Das empresas que estão aqui, todas elas já têm gestor de cliente na Aicep. No fundo é um técnico da Aicep que é o contacto privilegiado destas empresas para as ajudar a ultrapassar os problemas que tenham e facilitar o seu processo de expansão internacional.

E os recursos que a Aicep tem são suficientes para garantir a todas as empresas esse acompanhamento?

Há sempre umas que nos procuram mais que outras. Mas nós temos 50 gestores de cliente em Portugal, além de toda a rede externa que temos em 51 cidades. Mas o papel desse gestor de cliente é facilitar a vida às empresas, falando com elas, conhecendo-as. Deslocam-se às empresas para as conhecer melhor e identificar problemas.

O balanço dessa figura que foi criada é positivo?

Sim, é positivo. Obviamente que o nosso objectivo é sempre melhorar, mas pensamos que este é o caminho, numa lógica de proximidade com as empresas.

Conferência Portugal PME

ENSINO

Tecnologia e universidades andam de braço dado

Empresas como a Novabase e a TIMwe têm dado emprego a estudantes da região

O distrito de Castelo Branco começa a ser um caso sério de sucesso na formação de mão-de-obra e massa cinzenta para o sector tecnológico. “Já temos alunos no Dubai, em empresas como a Novabase”, testemunhou o director da Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco (ESTCB), José Carlos Metrôlho, durante a conferência Portugal PME. Mesmo em território nacional, são vários os casos de ex-alunos do Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) a trabalhar nas instalações da TIMwe na Covilhã.

José Carlos Metrôlho assegura que “a região tem condições de desenvolvimento das áreas das tecnologias”, onde o nível de formação tem vindo a crescer. Segundo o responsável da ESTCB, em 60 docentes nesta instituição, 26 são doutorados. E no próximo ano a ESTCB deverá contar com mais duas dezenas de doutorados.

O presidente do Politécnico de Castelo Branco, Carlos Maia, acredita que “as instituições de ensino superior terão sempre um papel fundamental no desenvolvimento das regiões”. É com base nessa ligação às universidades que a economia de Castelo Branco deverá projectar o seu futuro. “Há um trabalho que tem de ser feito. As empresas têm que perceber que há uma mais valia em associarem-se a instituições de ensino superior”, aponta Carlos Maia.

Mas o presidente do IPCB nota também que essa aproximação já não é apenas um objectivo teórico. “Os nossos alunos de mestrado obrigam-se a responder nas suas teses a problemas concretos das empresas”, assevera Carlos Maia, que diz ficar “muito satisfeito” se o conhecimento desenvolvido nas universidades tiver aplicabilidade prática.

No IPCB já existe um embrião de um “spinoff”, para transformar em empresa “muito brevemente”, segundo o presidente do Politécnico. Mas a instituição quer ir mais além na relação com o meio empresarial. “Estamos em conversações com a Câmara Municipal para a nossa participação no centro de empresas inovadoras”, disse Carlos Maia na conferência.

José Carlos Metrôlho não escondeu estar “muito ansioso” pela criação da incubadora de empre-

As empresas têm de perceber que há mais-valia em associarem-se a instituições de ensino superior.

CARLOS MAIA

Presidente do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Já temos alunos no Dubai, em empresas como a Novabase.

JOSÉ CARLOS METRÔLHO

Director da Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco

sas de Castelo Branco, até porque a ESTCB tem participado em concursos, mas isso não chega. “Temos vários projectos que ganharam o Poliemprende [concurso lançado pelos politécnicos portugueses que já vai na 10ª edição], mas depois precisamos de infra-estruturas”, explica o director da Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco.

O vice-presidente da Câmara Municipal de Castelo Branco, Luís Correia, confirma a importância que a área tecnológica e de comunicações tem para a região, assumindo que “o ‘call center’ da PT trouxe postos de trabalho a Castelo Branco”. Mas depois o que resta é um tecido económico fragmentado, numa realidade em que, nota Luís Correia, “é preciso alguma dimensão para conquistar os mercados”.

O autarca admite que, economicamente, a região vive “um ambiente difícil”. “As empresas nesta região são principalmente PME, que têm dificuldade de se impor no mercado e de inovarem nos produtos”, avalia Luís Correia. As próximas fornadas de alunos poderão, contudo, mudar, pela positiva, esse diagnóstico. **MP**



Carlos Maia | Presidente do Politécnico de Castelo Branco defende maior proximidade com o meio empresarial.

Ivigisoft nasceu na Beira Interior e quer dar o salto além fronteiras

Já com parcerias firmadas em Angola e Moçambique, a tecnológica da Covilhã, que já trabalha com a Ikea, procura uma aliança no Brasil



Manuel Reis estudou na Universidade da Beira Interior, de onde resultou a criação da Ivigisoft.

A Universidade da Beira Interior (UBI) tem na tecnológica Ivigisoft a prova viva de como do ensino podem nascer experiências bem sucedidas de iniciativa empresarial. “A Ivigisoft é um ‘spinoff’ da UBI. Os sócios saíram todos da universidade”, começou por explicar o administrador Manuel Reis na conferência PME Portugal. Em três anos de vida, adiantou, a Ivigisoft já conseguiu desenvolver seis produtos de “software” especializado.

O objectivo da jovem empresa é ir atrás de oportunidades que as

maiores tecnológicas não conseguem aproveitar. “Procuramos identificar nichos que as grandes ‘software houses’ não conseguem colmatar”, explicou Manuel Reis.

Já com parcerias estabelecidas em África, nomeadamente em Angola e Moçambique, a Ivigisoft está actualmente à procura de um parceiro para desenvolvimento de soluções no mercado brasileiro. A escala da Ivigisoft é, para já, a suficiente. Mas as perspectivas de crescimento alimentam a esperança de que a equipa de quatro elementos que hoje trabalha na Covilhã possa vir a ser alargada no próximo ano, com a contratação de cinco novos programadores.

Da Covilhã a Paços de Ferreira

Manuel Reis deixou, na conferência realizada em Castelo Branco, a imagem de um empreendedor que se formou na Covilhã, que aí viveu a

sua juventude e que também aí encontrou um “habitat” adequado às suas necessidades. Segundo o administrador da Ivigisoft, “a Covilhã é um ponto importante em termos de localização”.

Mas o facto de a empresa estar sediada naquela cidade não significa que os seus negócios fiquem confinados à região. Na verdade, a Ivigisoft já conquistou, entre os seus clientes, a fábrica da sueca Ikea em Paços de Ferreira. A empresa tecnológica criada a partir da UBI desenvolveu um “software” específico para o sistema robotizado de empilhamento de cargas que a Ikea tem na sua fábrica portuguesa.

O contrato com a multinacional sueca é para já limitado ao território nacional. Mas ter a Ikea na sua carteira de clientes é já um cartão de visita que poderá ajudar Manuel Reis e os seus sócios a abrirem novas portas. **MP**

Miguel Baltazar

f facebook.com/alfaromeoportugal

ALFAROMEO.PT

Eu sou Giulietta. TESTE-ME.



AGORA OFERECEMOS-LHE MAIS 2.500€ NA TROCA DO SEU CARRO POR UM ALFA GIULIETTA JTDM-2 DISTINCTIVE COM 5 ANOS DE GARANTIA.

5 ESTRELAS EURONCAP E TODO O EQUIPAMENTO INCLUÍDO:

- Selector Alfa Romeo D.N.A
- Blue&Me
- Sensores de luz e chuva
- Ar condicionado automático bi-zona
- Cruise control
- Pintura metalizada
- Jantes em liga leve de 16"

SEM CORAÇÃO SERÍAMOS APENAS MÁQUINAS



Giulietta



Conferência Portugal PME

JOÃO CARVALHO, PRESIDENTE DA FITECOM

“Não conseguimos reflectir os custos nos preços de venda”

A Fitecom, que emprega 190 pessoas no fabrico de têxteis na Covilhã, está a crescer em facturação, mas admite que os custos da interioridade se fazem sentir

Instalada em Tortosendo, freguesia do concelho da Covilhã, a Fitecom labora com 190 pessoas na produção de tecidos para vestuário. O seu presidente, João Carvalho, fala-nos dos problemas causados pelos custos energéticos e pela subida dos “spreads” da banca.

Para uma empresa têxtil como a Fitecom, quais são os principais desafios da interioridade? Coloca-vos desafios especiais em termos logísticos?

A Fitecom está na região da mesma forma como poderia estar noutro ponto do país ou do mundo. Ter nascido na região e ter permanecido na região deve-se apenas a que os sócios nasceram na região. Aquilo que antes era uma vantagem, porque havia uma discriminação positiva relativamente à região, neste momento já desapareceu. Ou seja, aquilo que antes era uma vantagem neste momento passou a ser um custo.

Sobretudo por questões logísticas?

Por várias razões. A questão logística é a principal. A não proximidade das grandes cidades acaba por ser um custo enorme.

Uma das questões de que as empresas se têm queixado, sobretudo na indústria, é a factura energética. No vosso caso tem sido expressiva?

No nosso caso é de facto muito crítico. Na nossa empresa no último ano vimos a nossa factura energética (electricidade e gás) aumentada em cerca de 26%. Isto traduz-se em custos directos no preço do produto da ordem dos 4%. Por outro lado, quem são os nossos concorrentes? Não são os portugueses. São os italianos, que viram a factura energética deles ligeiramente diminuída. De modo que nós não podemos aumentar preços que tenham a ver com custos de origem energética, porque os nossos concorrentes não os têm.

A Fitecom tem sido afectada por problemas de tesouraria e financiamento?

Não. A Fitecom é uma empresa com alguma solidez financeira e uma



Miguel Baltazar

Na nossa empresa vimos a factura energética aumentada em cerca de 26% no último ano.

JOÃO CARVALHO
Presidente da Fitecom

estratégia que foi definida há uns largos anos atrás e penso que tem vindo a ter um bom desempenho. Aquilo que sentimos foi um aumento dos spreads de 0,25% para 5%. Para lhe dar uma ideia, uma empresa do nosso tipo em Itália tem spreads inferior

res a 2%. Portanto, o produto vai encarecendo e nós não conseguimos reflectir esse crescimento de custos no valor de venda.

Quais são os principais produtos que estão a comercializar?

Nós produzimos tecidos destinados a vestuário externo de homem, senhora e criança. Exportamos cerca de 95% [da produção].

Quais são as perspectivas para 2012?

Devemos ultrapassar o volume de negócios dos últimos anos. Deve ser o ano da história da Fitecom com maior volume de negócios. O que não significa que tal se repercute na margem de lucro. Estamos a trabalhar na margem zero.

Qual vai ser a facturação da empresa?

A facturação deve-se situar en-

tre os 13 e 14 milhões de euros.

Como é que encaram o próximo ano?

Com muitos receios, porque o nosso principal mercado é a Europa, embora indirectamente cerca de 50% do que produzimos vá para fora da Europa. No entanto estamos muito cépticos quanto ao que vai ser o próximo ano. Toda a Europa está a apertar o cinto.

Qual é a situação laboral na Fitecom? O facto de as perspectivas para 2013 não serem sorridentes leva-vos a pensar na necessidade de eventualmente reduzir pessoal?

Não. Em princípio não vamos reduzir pessoal. Não prevemos que haja diminuição significativa das encomendas. Aquilo que prevemos é que não consigamos ser competitivos em termos de preços. **MP**

No interior do País ser “da terra” faz ou não a diferença?

No caso da têxtil Fitecom, a empresa está na Covilhã como podia estar em qualquer parte do mundo, aponta João Carvalho. Mas... “os sócios nasceram na região e são da região”. Esse apego à “terra” é hoje um factor que para muitos empresários supera os desafios colocados pela interioridade. E ser “da terra” faz a diferença?

Porque é que a Fábricas Lusitana, que produz, entre outras marcas, as farinhas “Branca de Neve”, permanece em Alcains, no distrito de Castelo Branco? “Porque historicamente tenho a empresa aqui e porque acre-

Eu tenho uma empresa aqui porque acredito nesta região.

ANTÓNIO ARAGÃO
Presidente da Fábricas Lusitana

dito nesta região”, explica António Aragão, presidente da empresa, que também tem escritórios em Lisboa. Um dos tipos de negócios que persistem em Castelo Branco é justamente o de “empresas que emocionalmente estão nestas regiões”, aponta o responsável da Fábricas Lusitana.

Isso mesmo é válido para Manuel Reis, que após o curso na Universidade da Beira Interior se “casou” com a tecnológica Ivigisoft e permaneceu na região. Já para Paulo Ribeiro, da empresa Unitom, a ligação ao Fundão foi decisiva para a deslocalização da sede da empresa de Londres para aquela cidade do distrito de Castelo Branco.

João Carvalho associa esse factor afectivo ao nascimento da Fitecom. “Fiquei na Covilhã porque quando pensei tornar-me empresário os têxteis e a lã estavam na Covilhã”, conta. E agora os custos de deslocalização das máquinas da fábrica são elevados demais para pensar sequer em levar a Fitecom para outras paragens. **MP**

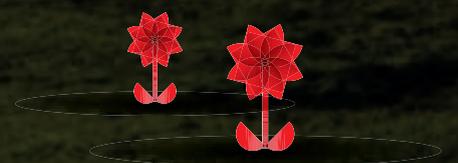
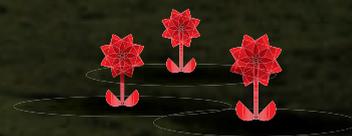


ESTAMOS NO TOP

A EDP É UMA DAS EMPRESAS ENERGÉTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO

Pelo 5º ano consecutivo estamos nos Índices de Sustentabilidade Dow Jones. Estamos também no top 3 das empresas energéticas mais sustentáveis do mundo. Mais uma prova de que o desenvolvimento sustentável continua no topo das nossas prioridades.

www.edp.pt



Conferência Portugal PME

FINANCIAMENTO

CGD continua a ter procura de crédito por parte das empresas

Castelo Branco está “menos mal” que outras regiões do País

A garantia é dada por João Asseiro. “De facto, há procura de crédito e os bancos estão disponíveis para analisar”, indicou o director comercial da Direcção de Empresas Norte da Caixa Geral de Depósitos (CGD). O mesmo responsável, durante a conferência Portugal PME, fez questão de sublinhar que em matéria de liquidez “neste momento os bancos não têm os problemas que tinham no início de 2011”.

Ainda assim, João Asseiro reconheceu que a banca, “naturalmente”, tem de ser selectiva quanto aos projectos que financia e apoia, até para “não implicar, no futuro, os níveis de imparidade”. Não obstante essa advertência, perante os empresários presentes na conferência, o director comercial do grupo CGD reiterou que “há procura de crédito e de alguma forma temos ido ao encontro dessa procura”.

Olhando para o comportamento das empresas da região de Castelo Branco, o responsável da CGD nota que esta está longe de ser das áreas mais problemáticas com que o banco estatal tem de lidar. “No sector dos não transaccionáveis, o distrito de Castelo Branco está menos mal que outras regiões”, comentou João Asseiro, acrescentando que pelo menos “o rácio de crédito vencido aponta para essa perspectiva”.

Aicep nota maior interesse das empresas em participar em feiras

Do ponto de vista da internacionalização, na conferência Portugal PME participou também José Vital Morgado, administrador da Aicep - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. O responsável da agência estatal realçou que a entidade tentou “imprimir uma lógica de proximidade às empresas”, criando dezenas de gestores de cliente para acompanharem caso a caso cada empresa interessada em crescer lá fora com o auxílio da Aicep.

Os financiamentos públicos à internacionalização, apoiando, por exemplo, a participação em feiras no exterior, têm tido procura. “Mais recentemente, num concurso que acabou agora, o número de empresas que se candidataram foi o triplo do habitual”, comentou José Vital Morgado na conferência realizada



João Asseiro | Responsável da CGD assegurou que o banco está a apoiar as empresas, embora de modo mais selectivo.

em Castelo Branco.

O administrador da Aicep reconhece que com a crise instalada no País as empresas portuguesas estão “no código postal errado”, o que, na sua opinião, reforça a necessidade de apostarem no crescimento lá fora. “Tudo o que organizamos sobre Moçambique tem uma procura imensa”, notou José Vital Morgado, referindo que as feiras “ainda são o local ideal para iniciar a internacionalização”.

O representante da Aicep só lamenta que a comparticipação pública nos custos de internacionalização das empresas esteja limitada. “Se o nível de apoio às empresas em vez de 45% pudesse ser maior isso seria vantajoso para as empresas”, concluiu. **MP**

Neste momento os bancos não têm os problemas que tinham no início de 2011.

JOÃO ASSEIRO

Director comercial da Direcção de Empresas Norte da CGD

Opinião

Ferrari Careto

Administrador EDP Comercial



Oferta da EDP no mercado livre para as PME

É um lugar comum afirmar que as PME assumem um papel fundamental na economia portuguesa, ao nível da criação de valor, no emprego e da própria coesão regional, sendo o aumento da produtividade destas empresas condição fundamental para que Portugal reencontre o caminho do crescimento económico.

Na EDP acreditamos que podemos contribuir para o sucesso das PME portuguesas, o que nos leva a dar-lhes uma atenção especial através de uma área de negócio especialmente vocacionada para estas empresas. Dessa forma, procuramos identificar necessidades específicas deste segmento de mercado e disponibilizar apoio permanente para responder a dúvidas de cariz comercial ou mesmo técnico, de forma imediata e profissional.

O processo de liberalização do mercado da energia cria alguns desafios às PME portuguesas. Uma das principais vantagens deste processo - a oportunidade de escolher o comercializador de energia - envolve também a necessidade de recolher informação e de tomar opções, sobre a oportunidade de mudar e sobre as vantagens e inconvenientes de cada uma das propostas. Temos vindo a dar o nosso contributo para esse processo, através da disponibilização de informação clara e transparente e apresentando propostas de valor que permitem que, de forma sustentada, as PME possam reduzir os seus custos de energia face às tarifas transitórias definidas para o mercado regulado.

No entanto entendemos que há espaço para mais. Em complemento a reduções de preços, entendemos que há um esforço muito significativo a fazer na forma como as PME utilizam a energia, nomeadamente nos seus processos produtivos. A EDP tem o know-how e as ofertas necessárias para que tal aconteça.

A agregação de electricidade com gás numa mesma oferta permite economias relevantes do lado do cliente, em termos de custos de transacção: um único ponto de contacto, uma única factura - com o detalhe necessário - um único pagamento.

A informação detalhada de consumos permite um controlo mais rigoroso dos custos de electricidade, permitindo identificar optimização de processos ou mesmo mero desperdício, evitando gastos desnecessários, que apenas servem para aumentar o peso da factura da energia nas contas das empresas. O mesmo se passa com a energia reactiva, que pode ser facilmente eliminada através de soluções técnicas já completamente banalizadas.

A disponibilização de auditorias na área da energia e de sistemas de produção de energia a partir de painéis fotovoltaicos, a par da prestação de serviços de manutenção de postos de transformação, complementam um conjunto de soluções que acreditamos poderem ter um impacto positivo ao nível das PME portuguesas.

Fazemo-lo com gosto e com o sentido de responsabilidade de quem está no mercado há muito tempo e por muitos anos haverá de continuar. E fazemo-lo também porque queremos ter relações de longo prazo com parceiros de negócio saudáveis e que façam uma utilização inteligente da energia, com a qual todos ficaremos a ganhar.

optimus

**MAIS VELOCIDADE
PARA TODOS**

4G

Conferência Portugal PME

COMPETITIVIDADE

Investigar, planejar e exportar: será esta a chave do sucesso?

Empresários debateram em Castelo Branco os factores de competitividade da economia, mostrando-se de acordo quanto ao que vai bem e mal em Portugal

“Quando falamos no têxtil, não sei se há muito valor acrescentado desde a ovelha até ao cliente”. O cepticismo vem de João Carvalho, o presidente da Fitecom, que há duas décadas produz na Covilhã tecidos para vestuário. Mas se não há valor acrescentado, o que dá então competitividade às empresas portuguesas e, em especial, às que se debatem com os custos acrescidos da interioridade?

João Carvalho acredita que cada indústria tem de se bater pela diferenciação dos seus produtos. O empresário garante que na Fitecom existe “uma equipa forte de investigação”. Aliás, sublinha João Carvalho, “as empresas portuguesas, em geral, têm uma forte componente de investigação”. E essa é uma oportunidade para Portugal aproveitar.

Olíder da Fitecom lamenta, todavia, que a ligação entre ensino e economia não esteja ainda afinada. “Se não forem as empresas a levar os problemas tecnológicos às universidades, as universidades, só por elas, não desenvolvem a inovação”, refere João Carvalho. No ensino superior, acusa ainda o gestor, “a maior parte são académicos puros, gente abstraída da realidade”.

Faltam ideias e planos para o País crescer

O presidente da Nercab – Associação Empresarial de Castelo Branco, António Trigueiros de Aragão, acrescenta um outro desafio ao debate sobre os factores de competitividade, ou falta dela, de Portugal. Para António Aragão persistem “grandes dificuldades estruturais” e “o grande problema deste país é o planeamento”. O mesmo res-

Diluir o subsídio? “Em minha casa mando eu!”

Questionados sobre os benefícios para as empresas da distribuição dos subsídios de Natal e de férias pelos 12 meses do ano, os empresários convidados para a conferência Portugal PME mostraram grandes dúvidas. “Em minha casa mando eu! E o Estado quando se vem meter com as empresas... corre o risco de ver as empresas saírem do País”, comentou Paulo Ribeiro, da Unitom, notando que não pretende reduzir a massa salarial dos seus trabalhadores. Cepticismo idêntico vem de João Carvalho, da Fitecom. “Em termos de empresa [o pagamento dos subsídios em duodécimos] não tem qualquer significado”, refere. Acrescentando: “Não acho que seja necessário reduzir os custos salariais”. Para António Aragão, a redistribuição de subsídios “é simplesmente uma questão cultural e não vai afectar nada a economia”.

ponsável sugere que o País deveria rapidamente decidir, perante o ambiente de “globalização selvagem”, se a saída é “sermos frios e selvagens” ou “termos discriminação positiva” para os sectores e regiões mais ameaçados.

Manuel Reis, administrador da Ivigisoft, concorda. “Faltam ideias para Portugal crescer. Não há um

verdadeiro plano para o País”, comenta. E com a economia parada, as empresas que ainda têm actividade vão tendo cada vez mais dificuldade em receber pelos serviços prestados.

Paulo Ribeiro, presidente da empresa Unitom, acredita que um dos factores estratégicos de sucesso é a defesa da qualidade do que se compra e vende. “Financeiramente o nosso cliente tem uma factura para um produto. Mas toda a parte da qualidade é controlada por nós”, ilustra o gestor.

A necessidade de exportar e o problema dos portos

António Aragão, que também lidera o grupo Fábricas Lusitana, defende que as exportações nacionais têm a ganhar com o chamado “mercado da saudade”, ou seja, países com uma forte presença de portugueses e luso-descendentes, e para a África lusófona, onde economias como Angola e Cabo Verde emergem com um poder de compra cada vez mais interessante para as empresas nacionais.

Mas as exportações precisam de um sistema logístico funcional. E as sucessivas greves dos estivadores nos portos portugueses ao longo deste ano estão a deixar marcas. “Tenho 250 contentores numa linha em Leixões. Nos últimos três meses tivemos custos adicionais de 40 mil euros”, exemplifica Paulo Ribeiro. Para o gestor da Unitom, a incapacidade do Estado em resolver as greves nos portos não é o único obstáculo que persiste. A burocracia é igualmente visada. Muitos inspectores das Finanças que visitam as empresas, aponta Paulo Ribeiro, “nem sabem sequer o que estão a fazer”. **MP**



Que futuro? | Formação, financiamento e internacionalização estiveram em debate.

FRASES



Luís Correia, o vice-presidente da Câmara de Castelo Branco, lamenta custos da interioridade.



Carlos Maia preside ao Instituto Politécnico de Castelo Branco.

A auto-estrada já foi um factor de desenvolvimento. As portagens tiraram-nos a vantagem.

As empresas têm de perceber que há uma mais valia em associarem-se às instituições de ensino superior.

Miguel Baltazar



LOGÍSTICA

O estranho caso dos assaltos à Branca de Neve no Entroncamento

Lusitana já sofreu desvios de trigo no transporte ferroviário, problema a que se vieram somar, nos últimos anos, as sucessivas greves

MIGUEL PRADO

miguelprado@negocios.pt

Para António Trigueiros de Aragão, “a primeira coisa que este país precisava era de responsabilização”. O administrador da Fábricas Lusitana lançou a crítica durante a conferência Portugal PME, em Castelo Branco, mas não ficou por aí. E trouxe à luz do dia um episódio caricato cuja responsabilidade se perde no escuro da noite, como se de um filme se tratasse.

A Fábricas Lusitana, a “dona” das farinhas Branca de Neve, já por várias vezes nos últimos dois anos sofreu assaltos no transporte de trigo por comboio. “Falta vigilância no Entroncamento”, denunciou António Aragão, perplexo com as dificuldades sentidas na logística associada ao abastecimento de matéria-prima para a produção da sua marca-estrela.

Mas o problema dos assaltos está “finalmente” solucionado. “Neste momento está resolvido”, explicou entretanto ao **Negócios** o administrador da Fábricas Lusitana. Para António Aragão, o desafio maior agora reside na regularidade do transporte ferroviário, cada vez mais difícil de assegurar com as sucessivas greves verificadas na CP.

A Lusitana divide o transporte das suas mercadorias entre comboios e camiões, em partes iguais. “Nós jogamos sempre com o rodoviário e o ferroviário, para não ficarmos nas mãos de nenhum”, explica António Aragão.

“Ultimamente tem sido muito difícil recorrer ao transporte fer-

roviário”, nota o administrador da Fábricas Lusitana, classificando como “dramática” a situação de uma empresa ter constantemente de reequacionar o modo de transporte das suas matérias-primas e produtos. António Aragão refere que, mais do que as greves, “o problema são os pré-avisos”, na medida em que logo que anunciados obrigam a Lusitana a ponderar alternativas.

“Uma economia viciada”

A história dos assaltos aos carregamentos de trigo foi apenas a forma que António Aragão encontrou para ilustrar a sua insatisfação com o estado da nação. Um país cujas dificuldades se refletem nas empresas. “Tenho uma empresa com 80 funcionários e 40% estarão penhorados. Tenho até funcionários com oito créditos em cima”, desabafou o administrador da Lusitana e presidente da Nercab - Associação Empresarial de Castelo Branco.

António Aragão tem igualmente uma visão crítica do peso do Estado em Portugal. “Nós fizemos uma economia viciada, com o Estado metido em tudo”, lamenta o gestor, acrescentando que agora “temos de saber resolver as coisas com o que temos”.

Defensor da discriminação positiva para o interior do País, o administrador da Lusitana promete que a Branca de Neve continuará, apesar dos assaltos e supressões de comboios, a morar em Alcains. Como tem morado desde meados da década de 1950, a alimentar o imaginário culinário dos portugueses.



António Aragão preside à Nercab, a associação empresarial de Castelo Branco.



João Carvalho é o presidente da empresa têxtil Fitecom, instalada numa freguesia da Covilhã.



Paulo Ribeiro é o presidente da Unitom, empresa de compra e venda de produtos alimentares.

Há grandes dificuldades estruturais. O grande problema deste país é o planeamento.

As empresas portuguesas em geral têm uma forte componente de investigação.

Quando o Estado pretende reduzir a massa salarial... nós não o faremos.