

PAÍS **€**CONÓMICO

Nº 198 › Mensal › Abril 2019 › 2.20€ (IVA incluído)



Frutórbel aposta nos frutos exóticos

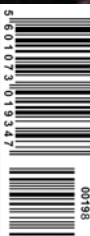
Jorge Silva e Emanuel Silva, administradores da Frutórbel, são os seguidores no comando da empresa fundada em 1994 por Orlando Martins da Silva. Em Julho a empresa comemora os 25 anos de actividade e distingue-se pela elevada qualidade das frutas com que abastece Portugal a partir do MARL. Proximamente vai criar uma zona logística própria no Grande Porto para estar em força no Norte do País.



Luísa Val-de-Rã
Directora Comercial e Marketing
da Eurofactor Portugal



Luís Reis
Director Financeiro da Rota Grega





Eurofactor Portugal

O SEU PARCEIRO AO SERVIÇO DA ECONOMIA REAL

- Financiamento das vendas
- Cobertura risco de crédito
- Serviço profissional de cobranças
- Exportações com segurança

CONTATOS NACIONAIS

SEDE LISBOA
Edifício Omni
Tel: + 351 21 319 00 10
Fax: + 351 21 319 00 29
E-mail: eurofactor@eurofactor.pt

CENTRO NEGÓCIOS PORTO
Edifício Bessa Leite Offices
Tel: + 351 22 605 41 52
Fax: + 351 22 605 43 57
E-mail: eurofactor@eurofactor.pt



www.eurofactor.pt

PAÍS ECONÓMICO

Ficha Técnica

Propriedade

Economipress - Edição de Publicações e Marketing, Lda.

Sócios com mais de 10% do capital social

► Jorge Manuel Alegria

Contribuinte

506 047 415

Director

► Jorge Gonçalves Alegria

Conselho Editorial:

► Bracinha Vieira ► Frederico Nascimento
► Joanaz de Melo ► João Bárbara ► João Fermisson
► Lemos Ferreira ► Mónica Martins
► Olímpio Lourenço ► Rui Pestana ► Vitória Soares

Redacção

► Manuel Gonçalves ► Valdemar Bonacho
► Jorge Alegria

Fotografia

► Rui Rocha Reis

Grafismo & Paginação

► António Afonso

Departamento Comercial

► Valdemar Bonacho (Director)

Direcção Administrativa e Financeira

► Ana Leal Alegria (Directora)

Serviços Externos

► António Emanuel

Morada

Avenida 5 de Outubro, nº11 - 1º Dº
2900-311 Setúbal

Telefone

26 554 65 53

Fax

26 554 65 58

Site

www.paiseconomico.eu

e-mail

paiseconomicopt@gmail.com

Delegação no Brasil

Aldamir Amaral
NS&A Ceará
Av. Rogaciano Leite, 200
1003 - Tulipe - Bairro: Salinas
CEP: 60810-786
Fortaleza - Ceará - Brasil
Tel: 005585 3264-0406 • Celular: 005585 88293149

e-mail

acarta@acarta.com.br

Pré-impressão e Impressão

Lisgráfica
Rua Consiglieri Pedroso, 90
Queiluz de Baixo
2730-053 Barcarena

Tiragem

30.000 exemplares

Depósito legal

223820/06

Distribuição

URBANOS PRESS
Rua 1º de Abril
Centro Empresarial da Granja - Junqueira
2625 - 717 Vialonga
Inscrição no I.C.S. nº 124043

Editorial



É preciso o País apostar mais no armazenamento de água

Portugal encontrou nas últimas décadas um instrumento para revolucionar a agricultura no sul do Alentejo, através do sistema de rega proveniente do grande projeto infraestrutural da Barragem de Alqueva, que depois teve – e ainda está em curso – a sua consequência nos diversos sistemas de rega que partem do grande espelho de água que mudou a face agrícola e paisagística do Baixo Alentejo.

Nesta edição da **PAÍS ECONÓMICO** damos um exemplo paradigmático dessa alteração estratégica com o empreendimento do Vale da Rosa, o histórico produtor de uva de mesa em Portugal. Mas, é preciso referir que se é possível encontrar outros bons exemplos de desenvolvimento de projetos agrícolas noutras partes do país, também é preciso sublinhar que se é necessário continuar e estender o perímetro do sistema de rega do Alqueva ainda mais para o sul do território alentejano, também o é no sentido do norte alentejano, se não com água proveniente do Alqueva, com a construção ou revitalização de outras barragens.

A voz autorizada do conhecido enólogo e produtor vinícola João Portugal Ramos, com importantes projetos vitivinícolas no Alentejo e no Douro, onde alerta para a cada vez maior escassez de água na zona norte da região alentejana, e introduz, uma vez mais, o tema da imperiosa necessidade de se avançar com novas infraestruturas de armazenamento de água na região, porque se continuarmos simplesmente à espera da água da chuva que possa ou não cair dos céus, poderemos, infelizmente, continuar a caminhar para uma situação irreversível de falta de água, prejudicando porventura de forma quase irremediável o desenvolvimento agrícola da principal área de produção do nosso país.

Portugal tem de cuidar das pessoas que vivem no país, criando condições do seu desenvolvimento, mesmo no que respeita às suas remunerações, mas não pode deixar de realizar investimento público onde ele realmente é preciso e onde poderá alterar paradigmas de longo prazo na estruturação produtiva e empresarial do país.

Investir muito mais na criação de condições para a captação e armazenamento de água, com benefício direto para o consumo das populações portuguesas, mas igualmente proporcionando condições de sustentabilidade à produção e às empresas, constitui um dever inalienável do Estado, o que está longe de estar garantido e resolvido.

JORGE GONÇALVES ALEGRIA

Índice

Grande Entrevista

Lúisa Val-de-Rã é a Directora Comercial e Marketing da Eurofactor Portugal, e em entrevista nesta edição da **PAÍS ECONÓMICO** explica porque os resultados registados em 2018 foram bastante positivos, destacando o forte apoio às empresas exportadoras em Portugal, sobretudo através do seu principal produto, o factoring de exportação. Sublinhando a necessidades das empresas em Portugal apostarem cada vez mais na inovação e na diversificação, a Eurofactor Portugal, alicerçada na capacidade e presença europeia do Crédit Agricole, promete também continuar a inovar e a justificar o papel de liderança com cerca de 40% do negócio em Portugal.

Pág. 22 a 25



Ainda nesta edição...

- 24** Portos portugueses mostraram-se em São Paulo
- 25** Câmaras de Comércio Portuguesas no exterior em Marraquexe
- 32** Agofema com projeto de expansão em Pegões
- 36** Vale da Rosa vai exportar uva de mesa para a China
- 38** Cacial é referência na produção de citrinos no Algarve
- 40** Congelados inaugurada em Lagos
- 41** Ciali reforça investimento em Santiago do Cacém
- 42** Grupólis lidera na logística com Marrocos
- 47** 'Novo' Porsche 911 aí está
- 48** Chef Vila com exposição no Medusis Club
- 50** Universidade de Aveira inova no controlo do ar
- 50** Vila Galé Douro Vinyards abriu em soft opening
- 50** Sto Ibérica chega a Portugal

Grande Plano



O MARL – Mercado Abastecedor da Região de Lisboa, está finalmente a desempenhar um papel de verdadeiro abastecedor da região de Lisboa em produtos alimentares, sejam de produção agrícola, sejam de produtos do mar ou aquacultura. Nesta edição, ouvimos o Presidente do Conselho de Administração do MARL, mas também os responsáveis de algumas das mais importantes empresas que utilizam a infraestrutura localizada no concelho de Loures para abastecerem o país, e, em muitos casos, exportarem igualmente uma parte da produção que passa por ali.

Pág. 6 a 23

Por terra, por ar e por mar fazemos o seu negócio girar.

SEDE: MAIA
FILIAIS: LISBOA | AVEIRO | SETÚBAL
www.grupolis.com | tel.: +351 229 479 990
facebook/grupolis | email: geral@grupolis.pt

GRUPOLIS
transitários

TRÁFEGOS REGULARES COM: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Inglaterra, Holanda, Itália, Suíça, Marrocos, Turquia, Argélia, Tunísia, Mauritânia, Senegal, Brasil, Extremo Oriente



Rui Paulo Figueiredo, Presidente do MARL – Mercado Abastecedor da Região de Lisboa

«Comparamo-nos às grandes plataformas logísticas agroalimentares da Europa»

O MARL foi fundado em Julho de 2000 e veio substituir o antigo e já então exíguo Mercado de Entrecampos. É hoje considerado um dos melhores espaços do seu género não só em Portugal como na Península Ibérica e até na Europa. Em entrevista à PAÍS ECONÓMICO, Rui Paulo Figueiredo, Presidente do Conselho de Administração do MARL lembrou que o Mercado Abastecedor da Região de Lisboa é a grande plataforma logística de base agroalimentar do País e além-fronteiras. «Darei mesmo que se compara às grandes plataformas desse tipo na Europa, não ficando nada a dever a Madrid, Barcelona e a outros grandes mercados existentes na geografia europeia. E está a passar por uma fase de modernização...», sublinhou o Presidente do MARL, situando em seguida o seu discurso em alguns investimentos que se estão a realizar visando tornar este espaço mais moderno e operacional. «Temos feito um trabalho invisível de investimentos na recuperação de infraestruturas e no aumento da capacidade produtiva. Ou seja, o MARL – tal como o País – passou por uma fase de grandes constrangimentos, com muito corte e ausência de investimentos, mas nos últimos anos tem procurado inverter essa situação. E fizémo-lo porque vendemos espaço e qualidade de serviços», enfatizou Rui Paulo Figueiredo, Presidente do MARL.

TEXTO ▸ VALDEMAR BONACHO | FOTOGRAFIA ▸ RUI ROCHA REIS

De facto, o MARL tem em curso um grande programa de modernização em infraestruturas e no âmbito tecnológico.

«Por exemplo, recuperámos todo o sistema de CCTV que hoje é muito mais moderno e dotado de alta definição, com mais câmaras de vigilância, o que vem melhorar substancialmente toda a segurança e toda a operação do MARL. E tudo isto com a preocupação de melhorar a qualidade do serviço que prestamos às cerca de 900 empresas que operam neste mercado», salientou Rui Paulo Figueiredo, deixando bem claro que este esforço é bem-vindo, «porque trabalhamos para os nossos clientes e para os clientes dos nossos clientes...», destacou.

MARL leva por diante esforço de modernização

Aproveitando o ensejo, Rui Paulo Figueiredo adiantaria outro exemplo das melhorias introduzidas pelo MARL.

«Outro exemplo, que é invisível, mas que melhora muito a operação e diminui bastante os nossos gastos operacionais prende-se com os consumos de água, electricidade e rede de frio. Tudo isto é hoje controlado por Telemetria. Através deste sistema, eu hoje sei em cada minuto quanto é que estou a gastar e consigo detetar se existe algum tipo de anomalia. Por outro lado estamos a fazer melhoramentos em termos de imagem e todas as coberturas dos edifícios que se encontravam degradadas foram renovadas. E ao nível do espaço público e dos edifícios, vamos modernizar pavilhão a pavilhão, numa operação a sério. Este esforço de modernização iniciou-se há três, precisamente na altura em que assumi responsabilidades no MARL», recordou o nosso entrevistado.

Melhorar a qualidade de serviço

Mas o Presidente do MARL tinha mais para revelar no que concerne ao plano de modernização.

«Mais importante ainda são as melhorias introduzidas ao nível da qualidade do

serviço e de criar oportunidades de negócio para os nossos operadores. No que diz respeito à qualidade de serviço, nós temos agora em curso um concurso que inova a operação do MARL. Tradicionalmente nós temos vários contratos separados e vários prestadores de serviços ao nível das limpezas exteriores e interiores, incluindo os espaços verdes e as questões de resíduos. Com o lançamento deste concurso passaremos, neste capítulo, a ter uma operação integrada, com conceito de “Facility Management” em que vamos ter um único prestador de serviços. Acima de tudo o que queremos é que com a mesma despesa operacional possamos melhorar a qualidade do nível de serviço que pretamos às cerca de 900 empresas que estão aqui no MARL», pormenorizou Rui Paulo Figueiredo, para logo de imediato adiantar um outro exemplo desse esforço de modernização do MARL.

Forte interação com os operadores

«Nós temos um conceito que é diferente das grandes empresas mundiais, mas que pretende atingir o mesmo objetivo. Ou seja, se nós pensamos numa AMAZON ou numa ALI BABÁ, constamos que estas são empresas globais que depois se tornam locais. E tornam-se locais porque precisam de infraestruturas de apoio e precisam de serviços logísticos. Nós achamos que o MARL e infraestruturas como esta têm o desafio ao contrário. Têm uma base local, mas também se podem tornar globais. E como é que se tornam globais?! Inovando nos serviços. E foi por isso fizemos uma parceria para disponibilizar serviços de comércio eletrónico e de entrega logística, e ao mesmo tempo assinámos um protocolo com o Grupo SGS para prestar serviços de apoio ao nível da certificação do produto e estamos a abrir canais de promoção, de importação e exportação. Portanto, arranjámos novos negócios e fomentámos o Comércio Internacional para os nossos operadores, aproveitando aquilo que é uma Rede Mundial de que o MARL faz parte: a União Mundial de Mercados Abastecedores. Também, e num

conceito muito nosso e que temos promovido, queremos salientar este incremento da importação e da exportação e da criação de espaços comerciais, ou por país, ou por região. E, assim, os mercados tornam-se mais diversos... Nós não abandonamos aquilo que são as grandes empresas nacionais, aquilo que são as médias empresas e aquilo que são também os pequenos produtores e os circuitos de cadeia curta aqui da região, mas ao mesmo tempo tornamos o espaço global», sublinhou Rui Paulo Figueiredo.

«Estamos a criar valor...»

Este plano de modernização a que o Presidente do MARL se refere não tem fim à vista.

«Nos últimos três anos investimos 4 milhões de euros de capitais públicos. Antes destes três anos (e se descontarmos o investimento inicial da construção do MARL) o máximo de investimento que tinha sido feito por ano era de 300 mil euros. Portanto, uma diferença considerável. E este esforço deve-se a uma ação coletiva inclusivamente por parte dos nossos acionistas. Mas com isto aumentámos os rendimentos operacionais, diminuímos substancialmente a dívida, conseguimos os três melhores resultados líquidos de sempre, porque estamos a criar valor. E mais importante do que isso (porque estamos a falar de investimento público) nós temos milhões de euros de investimento privado contratualizado e a correr, que vão beneficiar e muito os rendimentos operacionais do MARL», esclarecer em tom otimista Rui Paulo Figueiredo.

Há no MARL muito espaço disponível para ser ocupado pelas entidades operadoras? O presidente do MARL ajudou-nos a esclarecer.

«Quando eu cá cheguei há três anos tínhamos vários espaços e lotes de terreno vazios. Neste momento não estão todos construídos, mas estão todos contratualizados. Portanto, daqui a um ano e meio (mais ou menos) estará tudo construído. Temos alguns segmentos que estão totalmente lotados (até temos fila de espera), mas temos outros que ainda não estão



ocupados. A taxa de ocupação o MARL é bastante elevada. Temos vindo a trabalhar com a autarquia de Loures dentro do Master Plan do MARL e direi que para além dos lotes que estavam definidos e contratualizados (nós temos 101 hectares) já estamos a procurar outras soluções para continuar a crescer», disse.

10 milhões de investimento privado em curso

Rui Paulo Figueiredo lembrou também que o MARL fechou recentemente um contrato com uma grande empresa de lo-

gística – a Torrestir - para construir o novo Pavilhão do MARL e onde vão ser investidos 5 milhões de euros.

«E em 2018 o Cash Poupança abriu um novo pavilhão e temos contratualizado com uma outra empresa – a Frutórbel – um contrato que lhe vai permitir construir, muito em breve, mais 3000 metros quadrados. E uma empresa de frio – a Frigoservice - também aqui instalada, vai aumentar a sua operação no MARL. Queremos com isto dizer que nós aqui no MARL temos mais de 10 milhões de euros de investimento privado em curso,

que se vai traduzir num aumento dos rendimentos operacionais, traduzir-se no aumento do volume de negócios e vai chamar mais gente ao MARL», frisou Rui Paulo Figueiredo, para por fim acrescentar que, acima de tudo, «O que é importante é nós, respeitando todos os enquadramentos legais e com o bom relacionamento que temos com os nossos accionistas e em especial com a Câmara Municipal de Loures, tornarmos o investimento feito no MARL muito competitivo», desejou o Presidente do Conselho de Administração do MARL. ◀

O melhor da nossa Terra para a sua Mesa



Bucel

fruta, Ida

Mais de 20 anos de experiência em
Produção e Comercialização

Produção Certificada com GLOBAL G.A.P. | Logística Certificada com IFS

Portugal

MARL – Pavilhão A11,
Lisbon, Portugal / 2660-421
São Julião do Tojal
geral@Bucelfruta.com
(+351) 219 928 025

Polónia

Sourcevit Sp z o.o.
ul. Towarowa 1
62-023 Gadki - Polska
davidalves@Bucelfruta.com
(+481) 600 234 530



...to the Global Market

Jorge Silva e Emanuel Silva, Administradores da FRUTÓRBEL

«Somos parceiros dos nossos clientes»

No próximo mês de Julho a Frutórbel, criada por Orlando Martins da Silva em 1994 e instalada no MARL, vai comemorar condignamente as suas “Bodas de Prata”, consciente de que apesar de ser hoje uma das referências nacionais no ramo da importação e distribuição de frutas e produtos hortícolas, ainda tem pela frente muitos e importantes desafios, nomeadamente aos níveis da Qualidade e da Inovação dos seus produtos, realidade que tem sido decisiva no sucesso e sustentabilidade da Frutórbel nestes primeiros 25 anos de vida. Em entrevista à **PAÍS ECONÓMICO**, Jorge Silva e Emanuel Silva, filhos do fundador e administradores da Frutórbel reconhecem que manter e consolidar um projeto com estas características durante um quarto de século, dá muito trabalho e é uma grande responsabilidade, até a nível social. «Cada dia que passa sentimos o peso dessa responsabilidade em cima dos ombros, e a responsabilidade de termos na nossa empresa 42 colaboradores, que todos os dias vestem a “camisola” da Frutórbel, e que para nós significam uma honrosa responsabilidade social», salientou Emanuel Silva, administrador da empresa e também responsável pelo área dos Frutos Exóticos. Este responsável revela que a Frutórbel «tem feito nos últimos dez anos uma grande aposta na área dos frutos exóticos, que neste momento já representa entre 40 a 45 por cento do volume total dos negócios da empresa». Jorge Silva e Emanuel Silva sabem também que para manter a sua empresa cada vez mais competitiva no mercado global onde está inserida, precisam de estar atentos a alguns investimentos decisivos nesta mudança. «Em breve reforçaremos o nosso espaço no MARL com mais 3000 metros quadrados, elevando principalmente a nossa capacidade de armazenagem, e estamos a criar em Canelas, a 20 quilómetros do Porto, um Armazém com 600 m², que nos foi emprestado por um parceiro de longa data no norte do país, que estimamos muito e com quem temos muito orgulho em trabalhar, e que vai permitir à Frutórbel estar presente operacionalmente e de forma bem visível na zona Norte do País», revelaram os administradores da Frutórbel.

TEXTO • VALDEMAR BONACHO | FOTOGRAFIA • RUI ROCHA REIS

A Frutórbel esteve presente na “Alimentaria & Horexpo Lisboa 2019” que decorreu de 24 a 26 de Março no Salão Internacional da Alimentação, Hotelaria e Tecnologia para a Indústria Alimentar, e este facto suscitou de Emanuel Silva um comentário sobre «o interesse e entusiasmo» que constatou em redor dos frutos exóticos.

«De facto, a Alimentaria mostrou-nos que os chamados clientes comuns conhecem bem os produtos e isso é o resultado de cada vez mais as pessoas terem a possibilidade de viajarem pelo mundo fora, nomeadamente por países como a Malásia, Tailândia, Indonésia e outros países asiáticos, conhecendo deste modo novos produtos e novos hábitos alimentares. E fiquei bastan-

te contente por saber que cada vez mais os produtos exóticos têm um mercado assegurado, até em Portugal. A meu ver a única dificuldade que existirá é as pessoas saberem quais os locais onde poderão encontrar este género de produtos», comentou Emanuel Silva, que na Frutórbel chama a si a responsabilidade da área dos Frutos Exóticos, que no contexto da globalidade



dos negócios da sua empresa já representa entre 40 a 45 por cento dessa faturação.

Frutos Exóticos com grande procura

Ajudando quem não conhece bem os locais onde poderão encontrar este tipo de produtos, cada vez mais procurados, Emanuel Silva foi direto à questão.

«De facto os hipermercados não são os principais veios dos frutos exóticos. No caso da Frutórbel, procuramos entregar essa ação a parceiros nossos, que são mais as frutarias, supermercados, empresas de catering, mercados, e até restaurantes e pastelarias, que são os principais elos de ligação entre os frutos exóticos e o cliente final. Mas de há dez anos para cá, os frutos exóticos têm tido um crescimento muito grande» sublinhou o administrador da Frutórbel, que aproveitaria o ensejo para esclarecer de onde vêm estes frutos.

«Por norma importamos estes frutos de mercados como a Tailândia, Malásia e Indonésia. Há cerca de dois meses formámos uma parceria que tem corrido muito bem com uma empresa de Java, na Indonésia e há mais de seis anos que mantemos uma parceria de ervas aromáticas com uma empresa de Israel, que nos tem vindo a ajudar no abastecimento interno deste tipo de produtos», destacou Emanuel Silva, para lembrar que o mercado nacional neste tipo de produto tem crescido consideravelmente, tanto a nível de consumo interno como a nível de turismo.

Frutórbel é um projeto imparável

«Portugal é muito rico em Turismo e os estrangeiros que nos visitam que, por norma, são apreciadores de frutos exóticos, encontram no nosso país e com alguma facilidade aquilo que procuram e apreciam...», ajustou Jorge Silva.

É claro que a Frutórbel também se interessa pela componente exportadora.

«Neste momento já temos contactos para a exportação de produtos da Ásia para o mercado de Espanha. Mas a Frutórbel também está aberta ao intercâmbio, fornecendo parceiros nossos com determinados

produtos, e recebendo de outros fornecedores produtos mais difíceis de arranjar...», esclareceram os administradores da Frutórbel.

Chegar às “Bodas de Prata” com orgulho

Há 25 anos atrás era previsível que a Frutórbel tivesse a dinâmica e a presença vanguardista que tem hoje nos mercados onde opera?

Jorge Silva não hesitou na resposta.

«Diz o poeta que o sonho comanda a vida. E nós sempre sonhamos ver a Frutórbel com a pujança que tem hoje. Por isso dizemos que o sonho tornou-se realidade, uma realidade construída com muito trabalho e com a dedicação de todos os que aqui trabalham...», enfatizou, para reforçar ainda mais a sua ideia.

«Acreditamos cegamente no nosso projeto e, apesar de estarmos a viver tempos de grande crescimento, tudo faremos para irmos o mais longe possível. É por isso que estamos sempre a investir na Qualidade e na Inovação e, porque não dizê-lo, na formação contínua dos nossos colaboradores, para que sejam (também eles) pessoas cada vez mais aptas a desenvolver as suas tarefas em prol da Frutórbel...», comentaram Emanuel e Jorge Silva, para reforçarem um pouco mais o seu discurso.

«Chegar às “Bodas de Prata” com a dimensão que a Frutórbel tem hoje, é para nós um grande orgulho. E aqui queremos lembrar como preponderante foi o trabalho que o nosso pai desenvolveu para afirmar a Frutórbel nos mercados onde está presente. Com os seus 76 anos de idade, é uma pessoa que ainda vem todos os dias ao MARL e à Frutórbel, e dá-nos uma ajuda preciosa. O que é para nós mais importante, é que continuamos a ver nele o grande visionário e empreendedor que sempre foi, e o conselheiro e amigo nos bons e maus momentos...», confidenciaram os filhos do fundador e administradores da Frutórbel, confiantes por estarem a antever que a sua empresa em 2019 continue a crescer a dois dígitos. «Estamos a prever crescer entre 10 a 15 por cento, o que é muito bom...», reconheceram.



Mais de 2000 referências...

Consequência da própria evolução do mercado, a Frutórbel criou em 2011 no seu seio a Frutórbel Sumos e a Frutórbel Frutas, estruturas empresarias que disciplinam o processo de desenvolvimento da empresa e ajudam a uma melhor penetração nos mercados.

«Em termos de significado, ambas as estruturas são importantes, mas o seu contributo neste momento tem pesos diferentes. Diremos que a Frutórbel Frutas representa 70 por cento de grandeza e a Frutórbel Sumos representa 30 por cento», justificaram os administradores Jorge e Emanuel Silva.

O desejo dos dois irmãos é ver a Frutórbel crescer cada vez mais. Para isso vão potenciar mais a empresa.

«Aqui em Lisboa já somos uma referência em termos de produtos (disponibilizamos cerca de 2000 referências) e já ganhamos algum peso porque abastecemos com sumos de elevada qualidade as partes de Hotelaria e Restauração.

Podemos afirmar que a Frutórbel Sumos e a Frutórbel Frutas são duas empresas numa só. Ambas trabalham para o crescimento da Frutórbel produzindo diariamente sumos para hotéis e restaurantes, e queremos ampliar essa distribuição em função da procura do mercado, que neste caso também está

a crescer consideravelmente», resumiram os administradores da Frutórbel.

Depois de Lisboa e Sul do País, o Grande Porto

Embora com um grande foco na Região da Grande Lisboa, a Frutórbel vai alargar a sua distribuição para o Grande Porto.

«Neste momento fornecemos só a Grande Lisboa, mas já estamos a pensar no Porto muito rapidamente. E temos 5 ou 6 parceiros estratégicos no Sul do País, que no Algarve, na altura de Verão, trabalham imenso face à grande presença de turistas nacionais e estrangeiros. E os nossos produtos são enviados diariamente para o

Algarve através de operadores de logística localizados na área do próprio MARL», referiu Jorge Silva.

MARL de parabéns

Quanto à política de proximidade que a Administração do MARL pratica com as empresas ali fixadas, ambos os Administradores da Frutórbel teceram considerações muito elogiosas à ação do MARL. «Esta Administração do MARL tem nitidamente apostado a nível da Qualidade e é bem visível no terreno o bom trabalho que tem executado. E também a nível da Inovação é notória a sua ação», deixaram claro os nossos entrevistados. O Dr. Rui



Paulo Figueiredo soube mudar a tipologia do MARL na relação entre os operadores e o MARL. Há agora de facto uma aproximação diferente da que existia há uns anos atrás, e isso é muito saudável...», reconheceu Jorge Silva.

Mais 3000 m² para a Frutórbel crescer

Na opinião deste administrador da Frutórbel, «Neste momento estamos a trabalhar além das nossas capacidades já que estamos consignados somente a 500 metros quadrados de espaço. Não temos espaço para progredir mais. E para crescer com qualidade e para podermos oferecer um serviço de qualidade aos nossos clientes, tanto no capítulo logístico como no capítulo da qualidade, precisamos de ter espaço aos níveis de Armazenamento, Frio e Distribuição. Com este projeto que está em vias de licenciamento na câmara municipal de Loures, e que significa mais 3000 metros quadrados de área (seis vezes mais que a área atual) conseguiremos atingir os nossos objetivos de crescermos mais e proporcionarmos outras condições aos nossos clientes. Este é um projeto estimado entre 2,5 a 3 milhões de euro, que prevemos venha estar concluído ainda no decorrer do presente ano», esclareceu Jorge Silva.

Maracujá amarelo do Brasil

A encerrar a entrevista e provando que a Frutórbel está empenhadíssima em crescer globalmente, Jorge Silva falou-nos de um projeto no Brasil de cultura de maracujá amarelo.

«Fruto das boas relações existente entre a Frutórbel e um parceiro do Brasil, este disponibilizou-nos um terreno com uma área de 100 hectares destinado à plantação de maracujá amarelo, espécie exótica muito apreciada e que – não temos dúvida – vai também ser um sucesso em Portugal. Esta é uma oportunidade para enriquecermos ainda mais a oferta de frutos exóticos aos nossos clientes». finalizou Jorge Silva que conjuntamente com o seu irmão Emanuel Silva, são nesta altura os grandes timoneiros da Frutórbel – uma projeto vencedor e de grande dinâmica. ◀

marl

Mercado Abastecedor da Região de Lisboa

LEVE PARA CASA OS MELHORES PRODUTOS



MAIS QUALIDADE



MELHORES PREÇOS



FÁCIL MOBILIDADE

O QUE É BOM VAI DAQUI

Pedro Reis, Director Financeiro da ROTA GREGA

«Investir na Aquicultura Nacional é investir no Futuro»

Fundada em 2007, a Rota Grega com sede em Carcavelos, dedicou-se até 2012 à comercialização de produtos alimentares diversos, nomeadamente de produtos de azeitona grega e derivados que constituíam no tempo uma componente muito forte, no mercado da restauração. Mas por uma decisão estratégica a Rota Grega decidiu ganhar outra dinâmica e aproveitar a oportunidade então surgida de, a partir de 2014, começar a dedicar-se ao comércio de pescado fresco. «Esta foi uma nova etapa na reestruturação da Rota Grega», sublinhou Pedro Reis, director financeiro da empresa, que em entrevista à **PAÍS ECONÓMICO** lembrou o projeto de produção própria consubstanciado na Aquicultura, iniciado este ano e que em 2020 concluirá o primeiro ciclo de produção. «É um projeto para a produção intensiva de dourada e robalo, que se estende por terrenos marítimos com uma área de 144 hectares, localizado na APPA de Armona, no concelho de Olhão, Algarve, e que representa um investimento de 11 milhões de euros. Este projeto proporcionará à Rota Grega um impulso decisivo no crescimento sustentável da empresa, mesmo ao nível do seu volume de negócios que tem previsto atingir os 15 milhões até ao fim de 2020. Deste investimento, 2,5 milhões foram apoiados pelo Mar 2020, enquanto que o Millennium BCP participou tanto financeira, como tecnicamente ao assegurar a viabilidade deste projeto inovador para a nossa economia», chamou a atenção Pedro Reis, referindo também que toda esta produção própria de dourada e robalo terá como destino os mercados de Portugal e Espanha, podendo com o tempo expandir-se para outros destinos. «Não temos dúvida de que em breve seremos em Portugal um parceiro muito forte na área da Aquicultura», sublinharia o director financeiro da Rota Grega.

TEXTO VALDEMAR BONACHO | **FOTOGRAFIA** RUI ROCHA REI E CEDIDAS PELA ROTA GREGA

Embora tenha sentido por perto alguns dos efeitos que a crise económica, financeira e social proporcionou um pouco por todo o mundo, a Rota Grega soube construir a tempo uma retaguarda forte, com uma Gerência atenta e muita experiente no ramo da comercialização de pescado fresco, secundada por uma equipa de profissionais bem preparados e dispostos a vestir diariamente a camisola da Rota Grega. «Aqui somos

todos uma família», chamou a atenção Pedro Reis, figura que tem a seu cargo cuidar da boa gestão financeira desta empresa. A Rota Grega é uma defensora acérrima da qualidade, tentando adquirir e exportar o que de melhor o mar nos proporciona em termos de peixe fresco e mariscos. Segundo nos revelou Pedro Reis as importações são principalmente de mercados como Espanha, Grécia, Turquia, Noruega, Mauritânia e Senegal, e as exportações

nesta altura circunscrevem-se ao mercado de Espanha.

«Estamos a estudar a possibilidade de exportarmos para novos mercados, mas nesta altura a Espanha é o nosso único mercado exportador. Este é um passo que queremos dar de maneira cuidada e sustentável e através do projeto de Aquicultura, que é fundamental no crescimento da Rota Grega, garantiremos uma produção própria de dourada e robalo que, pela sua





qualidade, julgamos poder ter fácil cobertura no mercado nacional e no mercado externo», sublinhou Pedro Reis.

A Aquicultura potenciará os negócios da Rota Grega

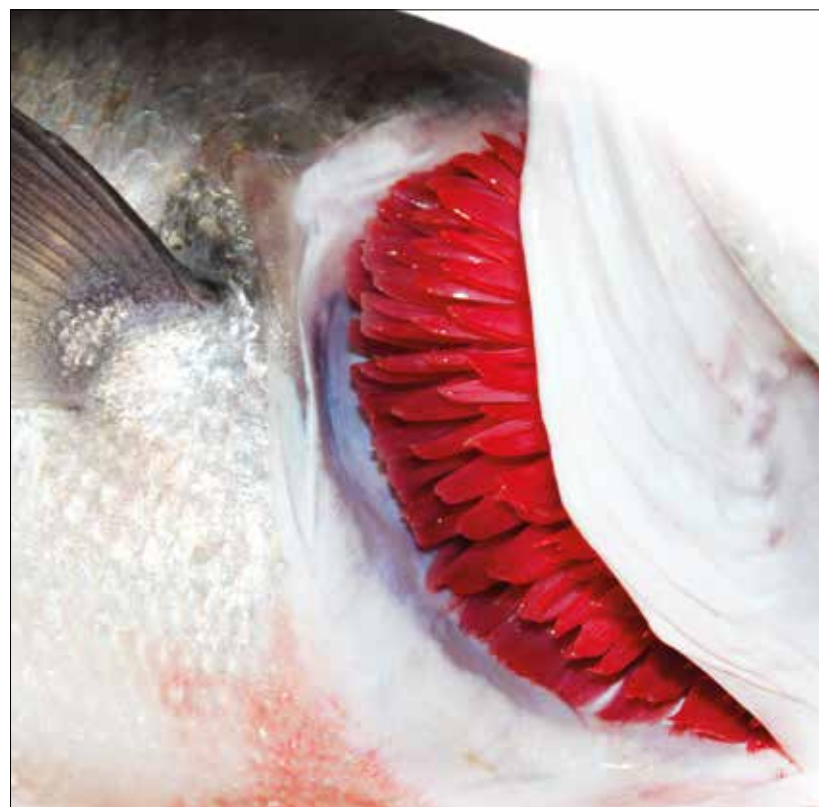
Pedro Reis falou com entusiasmo do projeto de Aquicultura que a Rota Grega está a implementar na Área-Piloto de Produção Aquícola da Armona, no concelho de Olhão, e onde a atividade de produção intensiva de dourada e robalo irá atingir as 4.000 toneladas por ciclo produtivo.

Com um volume de negócios que ronda os 4 milhões de euros, a Rota Grega prevê que, logo após a concretização do projeto de Aquicultura estes níveis de faturação subirão grandemente. Prevemos que, e em consequência dessa evolução, o volume de negócios da Rota Grega atinja em 2020 cerca de 15 milhões de euros, e num horizonte de 4 anos atinja mesmo os 30 milhões de euros. «o que será fantástico», enfatizou Pedro Reis.

Nesta altura a Rota Grega conta nos seus quadros com 30 trabalhadores, mas com a implementação do projeto de Aquicultura esse número subirá para 50 a 60 trabalhadores.

«É um número calculado que até pode vir a aumentar, e que revela bem a dinâmica que a Rota Grega está a dar aos seus negócios», precisou Pedro Reis, que atribui

o sucesso desta empresa à grande capacidade empreendedora e veia investidora da Gerência da Rota Grega, bem como à capacidade de entrega, dinâmica, quali-



dade e experiência de todos aqueles que diariamente contribuem para que a Rota Grega passe a figurar num patamar cada vez mais cimeiro dentro do seu sector de atividade.

«Somos uma equipa empenhada que acredita seguramente no presente e futuro da Rota Grega», destaca Pedro Reis.

Numa atividade como aquela que a Rota Grega desenvolve, a área da Distribuição faz sempre a diferença.

«É um departamento vital na atividade da Rota Grega, muito levado a sério no seio da empresa, e aqui quero destacar a importância das entregas diárias porta-a-porta, que para além da sua componente inovadora dentro do nosso ramo de atividade, traduz uma aposta ganha.

A nossa frota é constituída por 10 viaturas, todas equipadas com câmaras frigoríficas que asseguram um serviço ao cliente de excelente qualidade e segurança, e que cumpre rigorosamente com as normas mais exigentes», aproveitou para referir o director financeiro Pedro Reis.

No que concerne ao seu posicionamento geográfico a Rota Grega tem a sua sede em Carcavelos e outras instalações de norte a sul do país, nomeadamente em Lisboa (MARL), Porto (Docapesca Matosinhos), Peniche (Docapesca Peniche), Olhão (Docapesca Olhão) e na Ilha Terceira (Lotação-Praia da Vitória).

Agradecimento às autoridades portuguesas

A Gerência da Rota Grega congratulou-se com a rapidez, eficiência e colaboração das autoridades portuguesas na resolução deste projeto, destacando a DGRM, o MAR 2020, a DRAP do Algarve e a Docapesca.

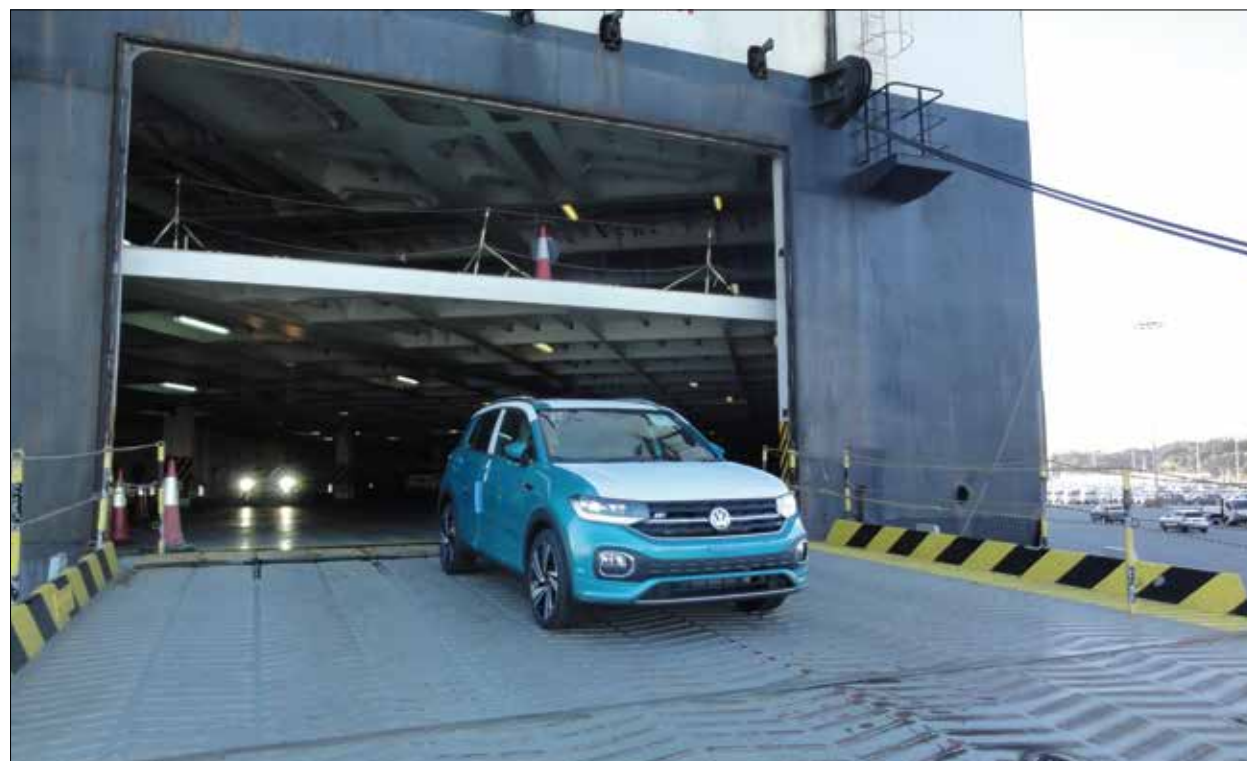
«Toda a gente colaborou de uma forma fantástica, sem burocracias, sempre a pensar naquilo que um projeto desta natureza proporciona em termos de desenvolvimento económico e na criação de postos de trabalho», confidenciou-nos (à margem desta entrevista) Georgios Sirinides, gerente da Rota Grega.

Uma palavra para o MARL

Aproveitaríamos o ensejo para perguntar como tem sido a experiência da Rota Grega no MARL –Mercado Abastecedor da Região de Lisboa, e a resposta foi conclusiva. «Temos registado com muito agrado o espírito de boa colaboração existente no seio da Administração do MARL, que sempre colaborou connosco procurando dar solução a eventuais dificuldades.

A nossa permanência no MARL visa essencialmente servir o mercado grossista e direi que tem sido até agora uma experiência muito compensatória, à altura dos interesses da nossa empresa e dos nossos clientes. E também temos registado com agrado o esforço que tem sido feito pelos responsáveis deste Mercado Abastecedor no que diz respeito à segurança e bem-estar das empresas que ali estão instaladas», frisou Pedro Reis, que no fecho desta entrevista garantiu que a Rota Grega tudo fará para continuar a proporcionar aos seus clientes pescado fresco de excelente qualidade. ◀

VIP'S

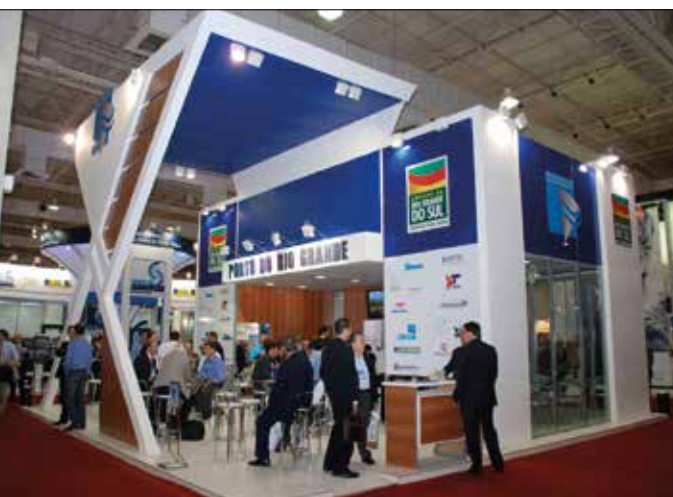


Porto de Setúbal no transshipment de veículos

No passado dia 15 de março, realizou-se no Porto de Setúbal a primeira operação de transshipment de veículos, com o carregamento de 194 viaturas Volkswagen, modelo T-Cross no Terminal Ro-Ro do porto sadino, naquela que foi a primeira operação completa de transshipment de veículos nesta infraestrutura portuária portuguesa.

As viatura da Volkswagen embarcadas no “Aquarius Ace”, agenciado pela Portmar teve como destino os portos de Antuérpia e Civitavecchia para abastecer quatro países europeus, respectiva-

mente, a Finlândia, a Holanda, a Bélgica e a Itália. De referir que as viaturas tinha chegado ao porto de Setúbal no navio ro-ro “Paglia”, agenciado e operado pela Navipor, e vinham provenientes da fábrica da VW de Uitenhage – Port Elizabeth, África do Sul, tendo ficado durante cinco dias parquadas no Terminal Ro-Ro do Porto de Setúbal, infraestrutura portuária que tem sido o tradicional líder português no tráfego ro-ro de viaturas novas, vendo agora incrementada a sua importância como plataforma intercontinental de abastecimento europeu naquela modalidade de carga. ◀



Portos portugueses mostraram-se em São Paulo

Continuando a aposta no reforço da imagem do setor portuário português aos serviços do comércio internacional, os Portos de Portugal participaram, pela segunda vez, em conjunto e sob a égide da Associação dos Portos de Portugal (APP), na Intermodal South America, evento que assinalou a sua 25ª edição. Estiveram presentes os portos de Leixões, Aveiro, Lisboa, Setúbal e Sines, contando ainda esta participação com o patrocínio da Aicep Global Parques e do grupo Yilport em representação dos Terminais Yilport Lisboa (Liscont e Sotagus), Yilport Figueira da Foz, Yilport Setúbal (Sadoport), Yilport Aveiro e Yilport Leixões. ◀



VIII Reunião Anual das Câmaras de Comércio Portuguesas no exterior aconteceu em Marraquexe

Câmara Franco-Portuguesa é a primeira reconhecida oficialmente pelo Estado português

Realizou-se na cidade marroquina de Marraquexe a VIII Reunião Anual das Câmaras de Comércio Portuguesas no estrangeiro e que foi como habitualmente organizada pela Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa (CCIP), em conjunto com a Câmara de Comércio, Indústria e Serviços de Portugal em Marrocos (CCISPM). Nesta reunião estiveram presentes 21 das 52 Câmaras atualmente parte da Rede das Câmaras de Comércio Portuguesas (RCCP).

Resultou desta VIII Reunião Anual a renovação, por mais um ano, do mandato da Comissão Executiva da RCCP composta atualmente pelos representantes das Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços de Portugal em Marrocos, Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa na Alemanha e Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil.

Uma das questões sempre levantadas nestes encontros prende-se com o reconhecimento oficial, pelo Estado português, das Câmaras de Comércio Portuguesas no estrangeiro. Presente em Marraquexe, o ministro Adjunto da Economia, Pedro Siza Vieira, referiu que o primeiro processo de reconhecimento oficial, no caso, o relativo à Câmara de Comércio e Indústria Franco-Portuguesa.

Por outro lado, no que se refere aos prémios anuais atribuídos às Câmaras Portuguesas no exterior pelo desempenho em 2018, o júri atribuiu o Prémio de Câmara de Comércio de 2018 à Câmara de Comércio Polónia Portugal e o Prémio Revelação à Câmara de Comércio e Indústria Portugal – Senegal & Africa Oeste. Segundo a CCIP, o primeiro dos prémios referidos visa destacar a Câmara que melhor tenha trabalhado no apoio à internacionalização das empresas portuguesas, na captação de investimento estrangeiro e na promoção da imagem de Portugal durante o ano anterior, enquanto o segundo tem por objetivo distinguir o trabalho de uma Câmara com menos de dois anos de existência, durante o mesmo período. ◀



HUGO RANITO

O CEO do Medusis Club, o lindo espaço de lazer, gastronomia e cultura localizado entre a Quinta do Lago e Vale do Lobo, teve a ideia - e um gesto muito nobre - de convidar o Chef Vila, conhecido como um especialista na gastronomia algarvia, mas igualmente pintor renomado das paisagens da sua região, para realizar uma exposição das suas melhores telas no novo espaço que abriu no ano passado no Algarve. Com muitas personalidades da visa portuguesa presentes, a exposição constituiu um sucesso, deixando o chefe e pintor muito feliz. A vida é sobretudo a felicidade. ◀



JOAQUIM VALE

O Administrador da Santos e Vale continua a marcar o ritmo de forte expansão das unidades logísticas da sua empresa, em várias partes do país, como aconteceu agora em Viseu, reforçando as capacidades logísticas no centro do país, e que está num dos principais eixos rodoviários de ligação de Portugal à vizinha Espanha e ao restante continente europeu, ao mesmo tempo que responde às necessidades dos clientes na região Centro. ◀



ANTÓNIO RIOS AMORIM

O Presidente da Corticeira Amorim anunciou a realização de um investimento de 8,1 milhões de euros na Califórnia (EUA), para a construção de uma nova unidade na principal região vitivinícola dos Estados Unidos. Em simultâneo, o líder da maior empresa corticeira mundial anunciou também um investimento de 10 milhões de euros durante os próximos 3 anos na plantação de sobreiros em Portugal, de modo a reforçar a longo prazo a capacidade produtiva da empresa e em responder às necessidades do mercado mundial. ◀

Luísa Val-de-Rã, Directora Comercial e Marketing da EUROFACTOR Portugal

Somos um parceiro ao serviço da economia real

*A EUROFACTOR Portugal detém praticamente 40% do mercado de factoring de exportação no nosso país, constituindo um pilar de enorme importância na sustentação e desenvolvimento das empresas, principalmente as que se posicionam no segmento da exportação. Luísa Val-de-Rã, Directora Comercial e Marketing da EUROFACTOR Portugal, sublinha em entrevista à **PAÍS ECONÓMICO** que a empresa atua há 26 anos no nosso país, e dá resposta às necessidades das empresas em financiar a sua tesouraria através do produto factoring. A indústria transformadora em Portugal responde por cerca de 77% da carteira da EUROFACTOR Portugal, apontando a responsável da empresa para a necessidade das empresas portuguesas apostarem cada vez mais na inovação e a diversificação. O papel do Crédit Agricole é de grande importância para o sucesso da EUROFACTOR Portugal, nomeadamente pela grande rede internacional que possui e que apoia de forma robusta as operações da empresa nacional de factoring nas suas atividades de apoio à exportação das empresas em Portugal.*

TEXTO • JORGE ALEGRIA | FOTOGRAFIA • RUI ROCHA REIS

Em 2018, a EUROFACTOR Portugal completou 26 anos de atividade em Portugal. Qual é o balanço da operação e dos resultados obtidos pela empresa no nosso país no decorrer do ano passado?

O balanço dos mais de 26 anos da EUROFACTOR Portugal é extremamente positivo. Estamos a falar de uma ligação ao tecido empresarial português com mais de um quarto de século. Ou seja, de uma relação com as empresas portuguesas, composta por diversas etapas e que se foi construindo com base em alicerces sólidos.

Podemos afirmar que a nossa missão, ao longo destes anos, tem sido cumprida com distinção, e este é o nosso maior motivo de orgulho. Uma coisa é certa: queremos continuar a facultar às empresas a possibilidade de financiar a sua tesouraria através do produto factoring, para que possam dar resposta aos seus compromissos.

Em relação a 2018, a EUROFACTOR Portugal encerrou o exercício com um crescimento de 17% nos resultados líquidos, que ascenderam a 5,3 milhões de euros.

Nos últimos três anos temos tido um crescimento médio de 11,5% nos créditos tomados, que ascenderam em 2018 a mais de 2.611 milhões de euros.

Deste total, o factoring de exportação representou cerca de 70% dos créditos tomados no ano passado, o que equivale a uma quota de mercado próxima de 40%. Esta quota de mercado no factoring de exportação consolida a posição de liderança da EUROFACTOR Portugal, reflectindo a nossa posição de parceiro das empresas portuguesas nos seus processos de internacionalização.

A indústria transformadora é a que tem maior peso na nossa carteira, representando 77% da facturação total.

Os resultados da EUROFACTOR Portugal são excelentes, mas não seriam possíveis se não estivéssemos inseridos numa estrutura global como a do grupo francês Crédit Agricole. Estamos a falar de um grupo que, no ano passado, registou um lucro líquido de 6,8 mil milhões de euros, o que correspondeu a um crescimento de 4,7% face a 2017.

Por seu turno o Crédit Agricole, S.A. alcançou resultados positivos de 4,4 mil milhões de euros, ou seja, um aumento de 20,6% face ao ano anterior, sendo que não podemos esquecer que estes resultados foram conseguidos num ambiente difícil ao nível dos mercados.

A economia portuguesa continuou a registar um crescimento apreciável no ano passado, embora tenha registado alguma desaceleração na parte final do ano. Isso foi também sentido pela





EUROFACTOR Portugal na sua relação com o meio empresarial português?

O mercado de factoring sofreu com a conjuntura económica ao longo do período de crise visto estar muito ligado ao mercado nacional. No entanto, o que é facto é que estar ligado a um grupo como o Crédit Agricole, com a capacidade de poder financiar as empresas e apoiar as exportações – seja em mercados tradicionais mas também em mercados menos tradicionais – deu à EUROFACTOR Portugal uma capacidade de crescimento exponencial nos últimos anos, ao contrário do que aconteceu com outros atores no mercado.

A difícil conjuntura económica que Portugal atravessou levou as empresas a procurarem soluções, despertando, assim, um crescente interesse pelo factoring. A verdade é que o facto de a EUROFACTOR Portugal conseguir operar sem ser limitada pelos riscos do país, é um dos fatores que continuam a motivar o interesse das empresas. Isto tem-nos permitido, e vai continuar a permitir, operar junto dos nossos parceiros.

Hoje, e tendo em conta o peso do factoring de exportação no nosso crescimento em Portugal, aliado à tendência do aumento das exportações, podemos dizer que as nossas relações com o meio empresarial português estão em permanente crescimento.

No entanto, ano após ano, a importância das exportações no PIB português é crescente, aumentando em 10 de cerca de 29%

para mais de 44% do PIB. Constituindo uma área privilegiada da actuação da EUROFACTOR Portugal - o apoio através do factoring à exportação - como evoluiu esse segmento na vossa atividade em 2018?

As exportações de bens e serviços foram a componente da procura global que mais contribuiu para a recuperação da nossa economia, e a tendência é para um aumento contínuo, com o Banco de Portugal a prever que, em 2021, se chegue aos 50% do PIB.

Como já foi demonstrado, o factoring de exportação da EUROFACTOR Portugal é uma referência no nosso país, tornando-a num parceiro ao serviço da economia e do apoio das exportações das empresas. Como tal, é esperado que a evolução do factoring acompanhe a evolução positiva das exportações portuguesas.

Tendo em consideração que a exportação continua a ser um dos pilares da economia nacional, o factoring de exportação continua a apresentar-se como um dos maiores projetos da EUROFACTOR Portugal. E isso é claro quando, como foi dito, representou 70% dos créditos tomados em 2018, correspondendo a 1.828 milhões de euros.

Empresas devem apostar na inovação e diversificação

O cenário económico em Portugal, na Zona Euro, no conjunto da União Europeia, e na própria economia global, é de desace-

leração dos principais indicadores em 2019. O que é que as empresas deverão fazer para amortecer os impactos negativos dessa diminuição do crescimento económico global?

Há dois fatores que dão valor acrescentado e que são diferenciadores em qualquer economia: a inovação e a diversificação.

Portugal, ainda que possa registar algum abrandamento económico em 2019, deverá contrariá-lo, como fez até agora, apostando na inovação e na diversificação da sua oferta. Já tive a oportunidade de dizer que novos negócios impulsionam novos mercados. Há cada vez mais start-ups, negócios locais e empresas nacionais que aproveitam, e bem, o potencial do capital humano e empresarial português para nos mostrar ao mundo. Há ainda os negócios tradicionais, como a indústria têxtil ou do calçado, apenas para mencionar alguns, que, mesmo na altura do período conturbado que vivemos há não muito tempo, foram grandes impulsionadores da economia portuguesa. PME's e grandes indústrias, que contribuíram para um maior equilíbrio da economia nacional e para manter e elevar o bom nome de Portugal além-fronteiras, porque se souberam reinventar e olhar mais além.

O que é que a EUROFACTOR Portugal, e o próprio Crédit

Agricole, estão capacitados para ajudar no apoio ao desenvolvimento das empresas neste e nos próximos anos?

Quando se negocia em volume, conseguem fazer-se negócios com preços mais apelativos. Como tal, isto tudo, a somar a uma rede internacional que a EUROFACTOR Portugal tem em vários países, torna-nos muito competitivos e permite-nos assegurar a liderança do mercado, e dar um melhor apoio aos nossos clientes.



Através da solução Full Factoring, o cliente tem acesso a três serviços: financiamento, gestão de cobranças e cobertura de risco de crédito. É a solução mais completa que disponibilizamos às empresas e que pode ser aplicada quer nas suas vendas internas, quer para mercados externos.

Temos, também, uma outra oferta muito inovadora e que só é comercializada pela EUROFACTOR Portugal: o European Pass.



Trata-se de uma solução desenhada para as empresas portuguesas que têm filiais em outros países europeus e que, desta forma, conseguem ter, num só contrato e com um único interlocutor, condições muito competitivas que abrangem todas as suas filiais, independentemente da sua dimensão e com uma fonte centralizada de financiamento.

Como é que a EUROFACTOR Portugal encara os desafios dos próximos anos da economia portuguesa e como deverá encará-los para vencer esses desafios e apoiar as em Portugal.

Já tive a oportunidade de dizer que existem dois fatores essenciais para o crescimento da economia portuguesa: a inovação e a diversificação.

A estes fatores adicionam-se a globalização, que no caso português impulsiona o turismo, a economia local e os transportes, para mencionar apenas alguns, e a evolução tecnológica.

O turismo, promovido por um Portugal mais aberto e próximo do mundo global, tem sido um dos mais importantes impulsionado-

res de emprego e responsável pelo surgimento de novos negócios. Portugal tem também sido palco de eventos impulsionadores da economia e transformação digital, posicionando-o como um país aberto ao novo mundo tecnológico. Manter esta trajetória de posicionamento, aliada a um crescimento económico sustentável, será o grande desafio do nosso país nos próximos anos.

A EUROFACTOR Portugal, por seu lado, vai continuar a apoiar as empresas portuguesas através de parcerias duradouras e seguras. É esta a nossa maneira de estar nos mercados em que atuamos. Somos um parceiro ao serviço da economia real. Os próximos anos vão ser anos de grandes e novos desafios, mas também anos de novas oportunidades e de crescimento. Vamos encarar os próximos anos com a mesma energia e rigor com que temos vindo a trabalhar até ao dia de hoje. Sem ambição e sem adaptação a novas realidades, as empresas estão condenadas. É por isso que é fundamental que as empresas façam um exercício constante de actualização de forma contínua e proativamente. ◀



OUR
SUCCESS
PASSION
VISION
ART

Casa Santa Vitória é projeto agroindustrial desenvolvido pelo Grupo Vila Galé próximo de Beja

Os melhores aromas do Alentejo à conquista do Mundo

Em 2002, o Grupo Vila Galé, liderado pelo empresário Jorge Rebelo de Almeida, decidiu apostar no mundo rural e descobriu na Herdade de Vitória, próxima da localidade com o mesmo nome, ao sul da cidade e Beja, as condições ideais para colocar em prática o seu projeto. E se bem o pensou, melhor o concretizou. Para além do acolhedor Hotel Vila Galé Clube de Campo, ao longo dos hectares da propriedade são produzidas diversas variedades de frutas, para além de vinhos e azeites, cada vez mais famosos e reconhecidos nos panoramas nacional e internacional. Agora, a Vila Galé acabou de iniciar um novo projeto de produção de vinho no concelho de Armamar, em pleno Douro Vinhateiro.

TEXTO • JORGE ALEGRIA | FOTOGRAFIA • CEDIDAS PELA VILA GALÉ



No início deste século, o conhecido grupo hoteleiro Vila Galé, já então em forte expansão em Portugal e que dava os primeiros passos na bem-sucedida aposta brasileira, decidiu investir num setor diferente, a agricultura, embora tivesse rapidamente visionado que a área da Herdade de Santa Vitória, com uma dimensão de 1620 hectares, tinha fortes potencialidades para albergar uma unidade hoteleira, tendo pouco depois nascido o Hotel Vila Galé Clube de Campo.

Todavia, se o aproveitamento turístico da propriedade era um caso evidente, a aquisição da propriedade pela empresa liderada por Jorge Rebelo de Almeida apontava essencialmente para o desenvolvimento de um estruturado e ambicioso projeto agroindustrial.

Projeto que se iniciou em 2004 com o lançamento da Casa Santa Vitória, onde esta empresa do Grupo Vila Galé se lançou na construção da própria Adega Santa Vitória e aí vinificar os vinhos provenientes das uvas recolhidas nos 127 hectares de vinhas plantadas na Herdade de Santa Vitória. Provenientes de solos xisto-argilosos pobres, mas que num clima mediterrânico potencia enormemente as características das castas plantadas na propriedade, acabam depois por se tornarem em excelentes néctares denominados Santa Vitória, Inevitável e Versátil, as marcas que o grupo introduziu no consumo das suas unidades hoteleiras em Portugal e no Brasil, e que além disso, vende e comercializa igualmente no mercado português e internacional.

No entanto, para além do vinho, o projeto agrícola da Herdade de Santa Vitória incluiu também a produção de azeite, proveniente

das azeitonas que são apanhadas nos 150 hectares de oliveiras da propriedade alentejana. Os azeites com a marca Santa Vitória estão também presentes na grande distribuição nacional e internacional, além naturalmente nos hotéis Vila Galé.

Um passo seguinte deu-se com o arranque da produção de diversas frutas, aproveitando as vastas áreas disponíveis e uma apreciável quantidade de água armazenada numa barragem existente na Herdade de Santa Vitória. No presente, são produzidas culturas de pêra rocha, ameixas, nectarinas e pêssegos, sob a marca SV Frutas, através do qual o grupo distribui e comercializa em Portugal e no estrangeiro, além da referência para o arrendamento de uma área de 228 hectares para a produção de melão.

O projeto agrícola da propriedade ao sul de Beja continua a expandir-se dentro dos seus limites, tendo sido iniciada há alguns anos a produção de gado bovino, que conta já neste momento com 400 vacas cruzadas "limousine" e 30 vacas de raça alentejana. Naturalmente que numa propriedade onde coexiste a área hoteleira com a área agrícola, é expectável que os visitantes e clientes do Hotel Vila Galé Clube de Campo possam usufruir ativamente da totalidade da propriedade. Assim, além de se poderem alojar num dos 81 quartos e suites do hotel, ou também numa das seis moradias espalhadas na Herdade de Santa Vitória, os clientes poderão igualmente aproveitar e degustar os vinhos na Adega Santa Vitória e usufruir de atividades como equitação, BTT, pesca desportiva, caminhadas, passeios a cavalo, de charrete, de jipe ou em moto 4x4, prática de volteio no picadeiro, tiro com arco e no prato, além de birdwatching e caiaque. ◀

Aires Alves, Administrador da Agofena, apresenta projecto agroindustrial em Pegões (Montijo)

«Queremos contribuir para diminuir as importações e aumentar as exportações de frutas»

Aires Alves, conhecido empresário da Bucelfruta, um dos principais fornecedores de frutas do grupo Jerónimo Martins, recebe-nos na Herdade do Pontal, em Pegões, concelho do Montijo, onde desde há cinco anos desenvolve um dos mais ambiciosos e consistentes projectos agrícolas em Portugal. Num área de 120 hectares, na sua maioria em terras arrendadas ao Estado português, o empresário está a desenvolver de forma consistente a plantação de várias culturas de frutas e espera já este ano recolher cerca de um milhão de quilos de várias espécies de frutas. «Mas, daqui a três anos, esperamos colher cinco milhões de quilos e iremos brevemente construir aqui ao lado em terreno que adquirimos uma Centro Hortofrutícola, que nos permitirá um desenvolvimento não só deste projecto, mas também daquele que desenvolvemos com um parceiro em Mora, igualmente numa área de 120 hectares», destaca. Estes projectos, sublinha Aires Alves, vão também ao encontro do desígnio estratégico do país de substituir cada vez as importações por produção nacional, «mas permite-nos também exportarmos cada vez mais, com mais qualidade, em benefício dos consumidores e dos mercados português e internacionais».

TEXTO • JORGE ALEGRIA | FOTOGRAFIA • RUI ROCHA REIS

As terras aráveis da zona de Pegões são conhecidas desde tempos remotos. Tanto é assim que o Estado português tomou posse delas há muitas décadas para desenvolver projectos agrícolas considerados de grande importância para o país. Para além da própria produção agrícola, em Pegões funcionou também uma estação agrónoma de investigação e desenvolvimento para a melhoria dos produtos agrícolas. Passadas muitas décadas, a situação mudou radicalmente e no presente são vários os agricultores privados que arrendaram vários

hectares de terrenos estatais na referida região de Pegões para ali desenvolver importantes projectos agrícolas. Aires Alves, um dos mais conhecidos empresários do sector da fruticultura que abastece o grupo Jerónimo Martins através da empresa Bucelfruta, é um dos que arrendaram terrenos estatais em Pegões para desenvolver diversas culturas de produção de frutícola.

Na Herdade do Pontal, em Pegões, pouco depois do cruzamento da estrada nacional que liga esta localidade a Vendas Novas e a Évora, Aires Alves comprou há vá-

rios anos a empresa Agofena, a partir da qual há seis anos arrendou uma pequena parcela de 20 hectares para ali produzir ameixas.

Com um solo de boa qualidade, água em abundância e igualmente de boa qualidade, um clima propício para a produção de frutas e citrinos de elevada qualidade, a Herdade do Pontal configurou-se como a localização ideal para um empresário de vistas largas e arrojo suficiente para apostar num projecto agrícola ambicioso e que pretende contribuir de modo significativo para que o país tenha uma produção fru-





tícola cada vez mais forte e de qualidade, «ajudando a diminuir as importações de frutas, quiçá até a reforçar a capacidade de Portugal em exportar cada vez maiores quantidades de frutas de excelente qualidade», salienta Aires Alves.

Foi com indisfarçável orgulho, mas igualmente com forte determinação, que o empresário nos conduziu ao longo dos 120 hectares que actualmente ocupa nesta zona de Pegões, onde já possui vários hectares de árvores de frutas plantadas há cinco anos, outras plantadas há três anos, e ainda vários outros hectares que estão agora mesmo a ser plantados. Ameixas, pêras, maçãs, dióspiros, romãs e damascos são as frutas que já começaram a produzir na Herdade do Pontal, estimando Aires Alves que a produção neste ano de 2019 atinja cerca de um milhão de quilos de fruta. Mas, daqui a três anos, «deveremos estar a colher cerca de cinco milhões de quilos de frutas, o que nos levará para um patamar bem superior e uma capacidade de abastecer o nosso grande cliente, a cadeia Jerónimo Martins em Portugal e na Polónia. Com este projecto, produzimos mais e com mais qualidade, assegurando

a calibragem adequada às necessidades do nosso cliente», assevera o líder deste importante projecto agrícola. Assistimos aos trabalhos de novas plantações que prosseguem na Herdade do Pontal, mas as escassas chuvas que têm acontecido preocupa o empresário e os responsáveis técnicos que acompanham os trabalhos de plantação das árvores de fruto. «Como lhe referi anteriormente, realmente temos água em quantidade e em qualidade, pois já efectuámos nesta propriedade seis furos hertezianos para termos água para as nossas culturas, mas, obviamente, que é muito importante que chova, e infelizmente quase nada chuveu neste inverno e o início da primavera também ainda não trouxe chuvas na quantidade necessária», salientou Aires Alves.

Vamos construir uma Central Hortofrutícola em Pegões

O fortalecimento do projecto agrícola do empresário, que, recorde-se, além da Herdade do Pontal em Pegões, também desenvolve em parceria com outra empresa um outro projecto agrícola em 120 hectares na região de Mora (Alto Alentejo), onde

possui produções de pêsego, nectarina e paraguayos e onde pensa também este ano já ultrapassar um milhão de quilos de produção, vai traduzir-se no futuro pela construção de uma central hortofrutícola num terreno contíguo aos 120 hectares da Herdade do Pontal, que Aires Alves adquiriu e que já anteriormente tinha a classificação de industrial, estando portanto em condições nos seus cerca de sete hectares de receber uma unidade que dê resposta a toda a produção, não apenas da Herdade do Pontal, mas igualmente da que é feita em Mora, bem como de cultura sazonal de melão, meloas e melancia que produz na região de Ferreira de Alentejo. Segundo Aires Alves o projecto já foi integrado e aprovado no âmbito do programa Portugal 2020, estando agora à espera da aprovação respectiva na Câmara Municipal do Montijo, município a que pertence a região de Pegões. O investimento será de cerca de seis milhões de euros e será concretizado de forma faseada. «Com a concretização deste investimento, passaremos a estar capacitados para entrar num novo período de desenvolvimento do nosso grupo de empresas, pois passaremos



a dispor da capacidade de recebermos as nossas produções frutícolas de ambas as áreas de produção, bem como poderemos passar a poder ter produções anuais e outras de carácter sazonal, no fundo, teremos uma capacidade para nos afirmarmos cada vez mais fortes no mercado, servir o grupo Jerónimo Martins com maior qualidade e eficiência e responder de forma mais assertiva às próprias necessidades da produção nacional», enfatiza Aires Alves.

Bucelfruta com bons resultados em 2018

Aires Alves destaca o bom desempenho da empresa em 2018. «O nosso cliente é o grupo Jerónimo Martins, a quem abastecemos as cadeias Pingo Doce, Recheio e Caterplus, em Portugal, e Biedronka, na Polónia. As margens do nosso negócio

são pequenas, mas dá-nos uma completa tranquilidade e conseqüente confiança trabalhamos com um grupo tão sólido e consistente como é a Jerónimo Martins. Queremos reforçar esse trabalho e essa parceria, que, temos a profunda convicção, e a certeza, é muito boa para ambas as partes», destacou Aires Alves, que realçou o facto da Bucelfruta ter atingido em 2018 uma facturação de cerca de 55 milhões de euros, com «resultados positivos», o que «é naturalmente importante para uma empresa como a nossa», adiantou o empresário. O desenvolvimento de bons projectos agrícolas e agroindustriais em Portugal «são muito importantes para o desenvolvimento económico, social e ambiental do nosso país», salienta Aires Alves, referindo «a necessidade da produção nacional

estar mais organizada e ter estruturas mais consistentes, mas para isso também será necessário que os produtores estejam mais unidos e evoluam para formas de organização que acrescentem valor à própria produção. Nós próprios – a Agofena – fazemos parte da Organização de Produtores a Frutalmente, e sentimos que tem tido uma grande importância, sobretudo pela escala e diversidade produtiva que empresta a todos e a cada um de nós individualmente, pelo que no presente sentimos que temos mais capacidade de nos afirmarmos nos mercados, com vantagens para as nossas próprias empresas, para os clientes e, no fundo, para o mercado e para os consumidores», remata Aires Alves como uma das mensagens fortes desta entrevista e que é dirigida à produção nacional e ao mercado. ◀



Vale da Rosa vai exportar uva de mesa diretamente para a China

O nosso posicionamento é produzir uva de mesa de grande qualidade

Entrevistámos António Silvestre Ferreira, presidente da Sociedade Agrícola do Vale da Rosa, através de um contacto telefónico com a cidade de Maringá, no estado brasileiro do Paraná, onde se deslocou por razões familiares - recorde-se que lecionou durante quase vinte anos na universidade de Maringá. Para além de nos relatar o ano difícil que viveu em 2018, o presidente da empresa que produz as mais afamadas uvas de mesa em Portugal realçou o bom desempenho nos diversos mercados - em Portugal e no estrangeiro - referindo a importância do recente acordo celebrado entre Portugal e a China que possibilitará aos produtores portugueses de uva de mesa em exportarem diretamente o produto para o gigantesco mercado daquele país. Aliás, em recente visita ao Vale da Rosa, o embaixador chinês em Portugal pode apreciar 'in loco' a grande qualidade das uvas de uma propriedade que continua em crescimento e que brevemente deverá atingir os 500 hectares.

TEXTO • JORGE ALEGRIA | FOTOGRAFIA • CEDIDAS PELA SOC. AGRÍ. VALE DA ROSA



Reconhecendo que o ano de 2018 constituiu um período difícil para a produção da Herdade do Vale da Rosa, fundamentalmente por razões climáticas desfavoráveis que assolaram a região do Baixo Alentejo onde se localizam as áreas de plantação das videiras das propriedades da Sociedade Agrícola do Vale da Rosa. «Repare, normalmente colhemos as nossas uvas durante praticamente seis meses durante o ano (junho a novembro), enquanto no ano passado isso decorreu apenas em quatro meses, e com um pico de consumo obviamente também mais intenso. Não foi fácil gerir a situação, mas, felizmente, desenvolvemos uma organização muito capaz e profissional, e que respondeu cabalmente aos imensos desafios que se colocaram em 2018 ao Vale da Rosa», referiu António Silvestre Ferreira.

Todavia, apesar da situação anómala que aconteceu, ainda assim, a Sociedade Agrícola Vale da Rosa registou um aumento da sua faturação em cerca de 20%. As razões para esta situação foi explicada por Silvestre Ferreira, devendo-se fundamentalmente «pela conquista de novos mercados, pois as uvas do Vale da Rosa destinam-se

sobretudo aos mercados gourmet, não somos uma commodity. Os mercados internacionais, e isso acontece também em Portugal, compram e reconhecem a qualidade, e obviamente tributam de forma diferenciada essa superior qualidade, justamente, o patamar onde se colocam as uvas que saem das nossas videiras em Ferreira do Alentejo», aponta Silvestre Ferreira. Portugal representa cerca de 70% da atual produção do Vale da Rosa, enquanto a exportação já vale 30%. Os principais mercados são a França, Inglaterra, Holanda, Polónia e Angola.

No entanto, segundo António Silvestre Ferreira, depois do recente acordo assinado entre Portugal e a China (durante a visita no início de dezembro passado do presidente Xi Jinping a Portugal), que possibilita que as uvas de mesa produzidas em Portugal possam ser exportadas diretamente para a China, as uvas do Vale da Rosa preparam-se para entrarem em força no mercado chinês.

Aliás, o presidente da Sociedade Agrícola do Vale da Rosa lembra a recente visita do Embaixador da China em Portugal à Herdade do Vale da Rosa, onde teve a oportunidade de contactar com os respon-

sáveis da empresa e realizaram uma visita guiada à Herdade do Vale da Rosa, a que se seguiu um almoço sob as videiras da propriedade, num repasto magnífico proporcionado pela arte de bem receber portuguesa ao diplomata chinês.

António Silvestre Ferreira não tem dúvidas das condições excepcionais da região que tem como centro Ferreira do Alentejo, mas igualmente toda a região abrangida pelo sistema de rega do Alqueva, «para produzir produtos alimentares da mais elevada qualidade a nível mundial. Reunimos aqui tudo o que pode haver de melhor no mundo. Solos conhecidos como os 'barros de Beja', de muito boa qualidade, água em grande quantidade proveniente do Alqueva, bem como um sol magnífico para fazer a fotossíntese das nossas produções, conferindo-lhe um sabor praticamente inigualável. Portugal nunca poderá concorrer pela quantidade, mas podemos e devemos concorrer pela qualidade. Pela mais alta qualidade. Não tenho dúvidas da grande qualidade da produção alimentar portuguesa, em particular nesta zona do Baixo Alentejo», sublinha o proprietário da principal marca produtora de uva de mesa, o Vale da Rosa. ◀



Grupo Battaglia inaugurou em Lagos maior fábrica de congelados e moluscos da Península Ibérica

A Congelados é um investimento de 20 milhões de euros

Quase no final de março a fábrica Congelados foi inaugurada em Lagos, cerimónia que contou com a presença da ministra do Mar, Ana Paula Vitorino, bem como com o secretário de Estado das Pescas, José Apolinário. O projeto foi desenvolvido pelo Grupo Battaglia, liderado por Nuno Battaglia e Jorge Grave, e implicou um investimento de cerca de 20 milhões de euros, dos quais 6,5 milhões de euros resultou de uma comparticipação pelo programa operacional MAR2020.

Possuindo um dos mais avançados processos de transformação e congelação de peixe a nível mundial, a Congelados, segundo os seus promotores, «assenta num modelo totalmente sustentável para os trabalhadores, para o ambiente e para o mercado». Segundo Nuno Battaglia, Chairman do Grupo, neste investimento «valorizamos as nossas pessoas, os nossos clientes, as comunidades em que operamos e o meio ambiente», acrescentando que «procuramos negócios que sejam economicamente



sustentáveis e, em simultâneo, benéficos para as pessoas e para o ambiente, que é claramente o caso da Congelados», sublinhou. A unidade da Congelados em Lagos possui uma capacidade de processar 300 toneladas diárias de peixe e armazenar 5400 toneladas de congelados. A fábrica possui como missão a comercialização de peixe e moluscos de alta qualidade provenientes de Portugal, Madeira e Açores, sobretudo em espécies subvalorizadas, como são os casos da cavala e do carapau.

O Grupo Battaglia tem a sede em Lagos, cidade de onde é natural Nuno Battaglia, e actua em várias áreas de investimentos e negócios, destacando-se os projectos nas áreas das pescas, aquacultura, indústria alimentar, promoção imobiliária e construção civil.

O grupo algarvia afirma que a sua missão é «liderar uma nova estratégia de desenvolvimento do País e da Europa, sustentada nos seus valores e numa cultura própria, rejeitando modelos tradicionais». ◀

AIM Ciala - Centro de Inseminação Artificial do Litoral Alentejano reforça investimento

Melhorar o desempenho da suinicultura é o objectivo

A empresa AIM Ciala – Centro de Inseminação Artificial do Litoral Alentejano, acabou de inaugurar mais um investimento com a criação do Centro de Inseminação Artificial de Vale de Água, além de um novo laboratório central de processamento de doses seminais de suíno, em Santiago do Cacém, equipamentos que foram inaugurados no início de fevereiro, com a presença do presidente da Câmara de Santiago do Cacém, Álvaro Beijinha, bem como do presidente da Caixa de Crédito Agrícola Mútuo Costa Azul, Jorge Nunes. O Centro de Inseminação Artificial de Vale de Águas vai acolher 100 porcos machos reprodutores e segundo José Daniel, diretor do AIM Ciala, «vem dar resposta às solicitações dos nossos clientes, por outro lado queríamos fazer um novo centro que nos desse mais garantias sanitárias. Com este investimento pretendemos obter ganhos de eficiência, de produtividade e de sanidade», sublinhou.

O responsável da AIM Ciala adiantou também que «este novo modelo de funcionamento, inovador na Europa, consiste na separação da produção dos ejaculados que são depois transportados para o Laboratório Central onde, sob estritas condições laboratoriais, são produzidas as doses seminais. Reforça-se deste modo a segurança sanitária do processo e garante-se a irrepreensível qualidade do produto final. Com estas instalações ficará o AIM Ciala, ainda mais, capaz de fornecer com uma garantia total de restreabilidade os mais de 400 pontos de entrega que se espalham de Trás-os-Montes aos Açores onde duas vezes por semana fazemos chegar doses seminais de suíno».

José Daniel sublinhou na altura que ao longo dos 22 anos de laboração, a empresa já forneceu mais de 22 milhões de doses seminais originando uma produção de mais de 35 milhões de porcos. Presente na cerimónia, esteve Álvaro Beijinha, presidente da Câmara de Santiago



do Cacém, onde aproveitou a ocasião para lembrar que se «trata de um investimento importante num sector que tem uma grande preponderância no nosso concelho.

O que a AIM Ciala produz traduz-se em mais de 50% da carne de porco branco que se consome em Portugal. Registo com agrado que, ao longo das duas décadas de existência deste projeto, se tem verificado

um crescimento do seu volume de negócios sempre recorrendo a tecnologia de ponta o que os torna um exemplo e uma referência nacional e internacional. Estes equipamentos vêm dar continuidade ao trabalho desenvolvido pela AIM Ciala e a garantir que continuem a criar riqueza e novos postos de trabalho» no concelho de Santiago do Cacém, enfatizou Álvaro Beijinha. ◀

José Fortuna, Administrador da Grupolis Transitários, SA

«A excelência da nossa equipa, é a razão do nosso sucesso»

No mercado transitário desde 1982, a Grupolis está desde 2008 ligada ao Grupo Timar, sediado em Marrocos, e isso permite-lhe ter uma presença preponderante neste mercado do Norte de África - o seu principal mercado - bem como assumir a liderança de tráfego em Benelux, Suíça, Itália e Turquia. Em entrevista à **PAÍS ECONÓMICO**, José Fortuna, administrador da Grupolis e representante em Portugal do Grupo Timar reconhece que a sua empresa não sendo neste momento uma das maiores empresas do sector transitário a operar em Portugal, tem uma certeza: «Na plataforma onde estamos inseridos somos, de facto, uma empresa de referencia, garantiu José Fortuna, para sublinhar que a concorrência em qualquer sector de atividade é sempre um elemento saudável e reconheceu que apesar da concorrência ser bastante forte ao nível da plataforma onde a Grupolis se inscreve, a Grupolis consegue destacar-se, pelo excelente serviço que presta aos seus clientes. José Fortuna realça que a Grupolis «oferece uma gama de serviços muito completa», desde o Transporte Rodoviário ao Transporte Marítimo passando pelo Transporte Aéreo, Logística e Armazenagem. «Mas onde somos realmente fortes é no Transporte Rodoviário no régimen de Grupagem», precisou, para lembrar que o grande sucesso da Grupolis deve-se essencialmente à qualidade dos serviços postos à disposição dos seus clientes e sobretudo «à excelência de uma equipa fantástica de profissionais», sempre disposta a vestir a camisola da Grupolis quando está em causa servir com qualidade e inovação os seus clientes. «Costumo dizer que a Grupolis é uma Família de 50 pessoas», sublinhou José Fortuna timoneiro desta empresa sediada na Zona Industrial da Maia, que espera faturar em 2019 cerca de 12 milhões de euros o que, a verificar-se, significará um crescimento de cerca de 20 por cento em relação ao ano anterior. «Um crescimento considerável, mas sustentado», reforçou José Fortuna.

TEXTO • VALDEMAR BONACHO | FOTOGRAFIA • RUI ROCHA REIS

Há 37 anos no mercado a Grupolis presta serviços a terceiros no âmbito da Planificação, Controlo, Coordenação e Direção das operações necessárias à execução das formalidades e trâmites exigidos na expedição, recepção e circulação de bens e mercadorias, e dispõe de vários estatutos a nível alfandegário: Expedidor Autorizado, Destinatário autorizado, Entrepósito Aduaneiro e Depósito Temporário.

Ao longo de todos estes anos a Grupolis tem demonstrado um espírito de pioneirismo muito pouco vulgar no que respeita à oferta de novos serviços, sem poupar esforços no investimento.

«É por isso que assumimos a liderança em alguns mercados e Marrocos é o nosso principal mercado. Seguem-se os mercados de Benelux, Suíça, Itália e Turquia. Esta liderança conquista-se com muita persistência e com muito profissionalis-

mo», referiu José Fortuna, lembrando de imediato o “elemento-chave” proporcionador deste sucesso da sua empresa.

«Estou muito orgulhoso por poder ser o líder desta equipa, que é simplesmente fabulosa. Ela é, sem dúvida, a pedra base do nosso desenvolvimento e do nosso crescimento. Sem o esforço que estes profissionais desenvolvem diariamente, nada disto era possível. Eu sou o responsável máximo e sou o que tenho que dar a face





perante os acionistas, sou o que estou por cima de tudo, mas graças aos nossos colaboradores tudo se torna mais fácil, porque são eles que estão todos os dias em contacto com os clientes, com os agentes e com todo o “pulmão” empresarial. São estes excelentes profissionais que transmitem a boa imagem que a Grupolis tem no mercado», destacou José Fortuna.

Continuar a crescer em 2019

O facto das exportações continuarem a manter bons níveis de crescimento em alguns setores é uma boa notícia para o sector transitário e nomeadamente para a Grupolis?

José Fortuna foi direto à questão, sem rodeios.

«De certa forma é uma boa notícia, O ano de 2018 foi para nós um ano excelente, diria mesmo que foi o melhor ano de sempre da Grupolis e constato que os primeiros dois meses deste ano já estão acima dos registos do ano passado. Em 2018 a Grupolis faturou 10 milhões de euros e, face ao ritmo que a operação está

a ter, acreditamos que em 2019 possamos atingir os 12 milhões», perspetivou o administrador da Grupolis.

Marrocos é o principal mercado da Grupolis

A economia europeia dá sinais de algum arrefecimento, e isso deverá acontecer também em relação a Portugal. Está preocupado com essa possibilidade de abrandamento de algumas economias da Europa e de outros geografias?

«Reconheço que esse abrandamento poderá vir a ser uma realidade e esse cenário, aliás, já se verifica em algumas economias da Europa e do Mundo. Há quebras de crescimento na Alemanha (mercado que caiu bastante para a Grupolis), em França mantivemos a nossa posição, a Bélgica continua a ser um mercado de topo para a Grupolis. Direi mesmo que Benelux será neste momento o nosso melhor mercado dentro da Europa e o mesmo acontece em relação à Turquia que continua a ser um bom mercado para a Grupolis, acrescento ainda que a Europa neste momento não é

o nosso principal objetivo como mercado, estamos mais focados nos mercados da África Ocidental: Mali, Mauritânia, Senegal e Costa do Marfim, são estes os mercados em que estamos a apostar utilizando o HUB da nossa associada a TIMAR em Casablanca que tem saídas semanais para todos estes Países...», esclareceu José Fortuna.

Aproveitando o ensejo, o administrador da Grupolis lembrou-nos que Marrocos é neste momento um mercado preponderante para a Grupolis.

«Marrocos é o mercado onde mais apostamos e aquele onde estamos a obter melhores resultados, nomeadamente junto do sector têxtil.

E não foi por acaso que em 2008 o Grupo Timar, a que pertencemos e que está sediado em Marrocos, resolveu participar no capital da Grupolis. Nós já trabalhamos com este grupo há 17 anos e os seus responsáveis começaram a ver que o negócio era tão importante e que nós o desenvolvíamos com tamanha rapidez que, antes que a Grupolis entrasse em contacto

ou tentasse encontrar outro parceiro em Marrocos, eles decidiram entrar no capital da Grupolis. Eu estou na empresa desde o seu início, mas com a entrada do Grupo Timar no capital da empresa, acabei por assumir o cargo de administrador da Grupolis e ser o representante do grupo em Portugal», esclareceu José Fortuna, um profundo conhecedor do ramo transitário e que assume ser por paixão que exerce diariamente a sua profissão.

A Grupolis tem o seu “Quartel-General” na Zona Industrial da Maia, mas tem clientes não só na Região Norte como também no Sul e Centro do País.

«Temos uma filial em Lisboa (Vialonga) e uma delegação comercial em Aveiro», referiu José Fortuna, para acrescentar que «temos muito tráfego em Lisboa, mas neste caso é um tráfego mais virado para a importação», explica.

Num sector como o Transitário onde existe um número apreciável de empresas, como é que se consegue ganhar quota de mercado?

«Trabalhando arduamente, mantendo uma postura correta no mercado e conseguindo manter uma equipa coesa de bons profissionais. Isso acontece com a Grupolis, que tem na política de proximidade com o seus clientes uma das suas principais armas, bem como a qualidade dos serviços que prestamos que está bem patente...», lembrou o administrador da Grupolis, para a este propósito dizer ainda que ao contrário do que acontece com alguns grupos transitários, «na Grupolis os nossos profissionais estão muito próximos do cliente, sentem as suas necessidades e dificuldades e procuram rapidamente resolvê-las. É aqui que também fazemos a diferença...», assegura.

José Fortuna faz questão de referir que, como em outras empresas do seu sector, «Também a Grupolis teve de enfrentar algumas crises, mas fê-lo de forma serena, com os seus profissionais unidos, e crenças das suas enormes capacidades. Quando assim é, com mais facilidade ultrapassamos essas situações...», resumiu o administrador da Grupolis, para dizer ainda que «desde 2001 que a Grupolis tem



vindido sempre a crescer e até hoje temos vindo sempre a apresentar resultados positivos o que leva os nossos acionistas a depositarem uma extrema confiança na equipa de liderança e nos seus colaboradores. E isto deve-se à boa qualidade de serviço que a Grupolis oferece aos seus clientes...», sublinhou.

Aveiro foi uma excelente aposta

Como já disse, a Grupolis tem uma delegação em Aveiro. Nesta entrevista José Fortuna lembrou que esta aposta da Grupolis em Aveiro foi muito importante para o desenvolvimento da sua empresa.

«Estarmos em Aveiro faz todo o sentido, porque para mim Aveiro é neste momento a melhor região do país para se investir a nível industrial. A Grupolis tem uma delegação comercial em Aveiro que está a trabalhar muito bem e com resultados muito positivos», sublinhou.

A Grupolis aderiu ao sistema Portugal 2020, nomeadamente através do programa Compete 2020.

«Ao abrigo do Portugal 2020 temos avançado para alguns projetos. Já terminámos um que concorremos com muito sucesso virado para a internacionalização e muito brevemente vamos iniciar um outro que vai proporcionar à Grupolis uma maior capacidade logística e melhores condições de trabalho para o dia-a-dia, e que implica um investimento a rondar os 500 mil euros», anunciou José Fortuna, que a fechar esta entrevista e em jeito de mensagem referiu que a Grupolis deve o seu sucesso em primeiro de tudo aos seus colaboradores em seguida aos seus clientes e como não podia deixar de ser aos seus excelentes fornecedores pois sem eles não seria possível alcançar o patamar em que nos encontramos hoje. A Grupolis nasceu para servir os seus clientes com um serviço de qualidade e que está disponível para os servir em qualquer dia da semana. «Este é o verdadeiro espírito da Grupolis», finalizou.

E Agora aqui vai o nosso slogan: Por Terra, Por Ar e por Mar, fazemos o seu negócio girar. ◀



Santos e Vale inaugurou plataforma logística em Viseu

Transportadora alarga cobertura logística na Região Centro

A Santos e Vale inaugurou no dia 11 de março um novo centro logístico em Viseu, reforçando com este investimento a sua capacidade numa região com uma dinâmica empresarial cada vez maior.

Esta nova plataforma logística está inserida na estratégia de crescimento da empresa e vem reforçar a capacidade de recolha, tratamento e entrega dos envios dos clientes da região Centro/Norte de Portugal.

Segundo Joaquim Vale, administrador da Santos e Vale, «com esta plataforma estamos mais próximos do mercado e dos nossos clientes da região Centro/Norte. No ecossistema atual, que exige cada vez mais rapidez, proximidade e flexibilidade, as nossas operações têm de estar cada vez mais próximas dos centros económicos e de decisão», adiantou.

Com mais de 1.000 metros quadrados de área de armazém, num total de 3.000 metros quadrados de área total, esta nova plataforma, irá contar com os mais recentes equipamentos logísticos e transporte para que as mercadorias dos clientes sejam tratadas rapidamente e em total segurança.

Para além desta plataforma, a Santos e Vale conta com uma rede de mais 16 plataformas distribuídas pelo território nacional, as quais, garantem uma cobertura completa de todo o território ibérico, assegurando assim, a realização de serviços rápidos e fiáveis com preços competitivos e a máxima segurança. ◀



O novo Porsche 911

Mais potente, mais veloz, mais digital

O Porsche 911, na sua oitava geração, foi recentemente lançado na cidade norte-americana de Los Angeles, no decorrer do Salão Automóvel que decorreu naquela cidade da Costa Oeste. O 'novo' bólido da Porsche continua a definir o padrão em caráter desportivo exclusivo. Comprometido com o ADN do design Porsche, com uma imagem muito musculada e um interior com um ecrã tátil de 10,9", o novo 911 é intemporal e moderno.

Elementos de chassis e de controlo inteligente, assim como inovadores sistemas de assistência, combinam magistralmente o dinamismo sem compromissos, pelo qual o clássico automóvel desportivo de motor traseiro é afamado, com as exigências do mundo digital.

A nova geração de motores boxer de seis cilindros sobrealimentados foi aprimorada para desenvolver mais potência, chegando aos 331 kW (450 cv) nos modelos S. A eficiência aumentou através de um processo de injeção mais eficaz e de uma nova configuração dos turbocompressores e do sistema de

refrigeração. A potência é entregue por intermédio de uma nova caixa de dupla embraiagem com oito velocidades.

Os destaques adicionais integram os novos sistemas de assistência, incluindo o modo Porsche Wet para tomar a condução em piso molhado ainda mais segura.

Por outro lado, o design exterior é completamente novo e enfatiza o salto para o 911 da geração 992. Arcos com rodas significativamente mais pronunciados sobre as jantes dianteiras de 20" e traseiras de 21". De igual forma, marca o novo Porsche 911 os novos faróis LED, um capot com vincos pronunciados evoca o

design das primeiras gerações do 911. A traseira é dominada em todos os modelos pela significativa maior largura.

O Porsche 911 Carrera S pode ser adquirido a partir de 146.550 euros, enquanto o Porsche 911 Carrera 4S poderá ser adquirido a partir de 154.897 euros. Os apaixonados em Portugal pela marca alemã com sede na cidade de Dusseldorf, poderão adquirir as viaturas da Porsche nos centro Porsche de Faro, Lisboa, Leiria e Porto. ◀





Corticeira Amorim abriu nova fábrica nos Estados Unidos da América

Corticeira portuguesa investiu 8 milhões de euros

A Corticeira Amorim acabou de inaugurar a 2 de abril uma nova fábrica em Napa Valley, no estado norte-americano da Califórnia, representando um investimento de 9,2 milhões de dólares (8,1 milhões de euros), constituindo o maior investimento de cariz imobiliário realizado na história pela empresa portuguesa no exterior.

A nova unidade industrial pertence à Portcork America, e permitirá albergar sob o mesmo teto todos os serviços da subsidiária. Criada em 1982, esta é uma das 52 empresas de distribuição que a Corticeira Amorim possui em várias partes do mundo. Dedicase à comercialização de rolhas naturais “de alta qualidade” no mercado norte-americano, o quarto maior produtor de vinho do mundo e onde o grupo português tem crescido de forma bastante consistente.

Segundo o presidente da Corticeira Amorim, António Rios Amorim, «a unidade que inaugurámos na Gateway Road Est, no sul do Napa Valley Gateway Business Park, é um investimento que reforça a enorme confiança no futuro do mercado local e robustece o posicionamento da rolha de cortiça, como a solução de referência internacional». O líder da maior empresa mundial do setor corticeiro acrescentou também que «estudos desenvolvidos revelam que os consumidores americanos valorizam a cortiça e consideram que o modo de vedação tem influência direta na aparência do produto, com reflexo direto no vinho, associando a rolha de

cortiça a uma indicação de qualidade», sublinhou António Rios Amorim.

No ano passado, o grupo que tem como empresa líder a Corticeira Amorim, registou um volume de vendas de 763 milhões de euros, dos quais o segmento das rolhas representaram 69%. Os Estados Unidos, que são tradicionalmente o principal mercado de destino das vendas do grupo, foi em 2018 ultrapassado pela França, cujo mercado assegurou 20% das vendas, contra os 17% do mercado norte-americano, cuja desvalorização do dólar contribuiu significativamente para esta inversão de posições. De referir que a Corticeira Amorim dá empresa a quase 3.330 pessoas, possuindo 32 unidades industriais, 52 empresas de distribuição, dez joint-ventures e 254 agentes em todo o mundo.

De referir, que em recentes declarações ao Dinheiro Vivo, António Rios Amorim, informou que a Corticeira Amorim vai também investir 7 a 10 milhões de euros, nos próximos três anos, na plantação de sobreiros. O objetivo é o de plantar 50 mil hectares em Portugal na próxima década, o que corresponderá a uma área total de montado de sobreiro do país em 7%, mas permitirá aumentar em cerca de 30% a produção de cortiça. Ainda segundo o CEO da Corticeira, «o maior desafio que temos é conseguirmos ter cortiça suficiente para suportar o crescimento da indústria do vinho e, para isso, precisamos de plantar mais árvores. E é nisso que estamos a investir, designadamente com a compra da Herdade da Baliza, em Castelo Branco», sublinhou o gestor do grupo. ◀

d DIVERCOL®

O mundo da cor, ao seu dispor!

40 anos 1975-2015

www.divercol.pt



Medusis Club acolheu exposição de pintura do Chef Vila

As cores do Algarve no pincel do Chef Vila

O Chef Vila é uma das mais conhecidas personalidades da gastronomia algarvia. Os pratos por si confeccionados são conhecidos (e deliciosos) por muitos dos seus inúmeros admiradores na região, e muitos mais se deslocam de outras partes do país e do estrangeiro para degustarem as suas especiarias algarvias. No entanto, é também um afamado pintor das mais belas paisagens do Algarve, e o Medusis Club, o novo 'point' do lazer e da cultura no Algarve, estrategicamente localizado entre a Quinta do Lago e Vale do Lobo, acolheu a exposição do pinto e sentou à mesa quase uma centena de personalidades portuguesas para apreciarem um verdadeiro banquete confeccionado pelo Chef Vila. Quanto ao Medusis Club, o seu principal responsável, Hugo Ranito, nesta entrevista, sublinha que o espaço vai ter um programa muito atrativo e forte para a Primavera e o Verão, e está de braços abertos para todos os que o quiserem admirar e usufruir.

TEXTO › MANUEL GONÇALVES | FOTOGRAFIA › CEDIDAS PELO MEDUSIS CLUB





Qual foi o objetivo do evento que decorreu no sábado, 2 de março, no Medusis Club e que prestigiou o Chef Vila, um dos mais conceituados nomes da gastronomia algarvia?

O nosso objetivo foi dar a conhecer o Chef Vila, que além da sua vertente de conhecedor e criador da gastronomia algarvia, mas também pelo seu talento de pintor. Depois de um jantar no restau-

rante Vila Lisa em Mechoalheira (Mexilhoeira) Grande, ficámos com uma linda amizade. Nessa mesma noite apresentei o projeto do Medusis e as suas festas temáticas que tiveram um grande sucesso. Surgiu de imediato a ideia de organizar uma festa do Vila, com o conceito do Restaurante Vila Lisa e uma apresentação conjunta de arte na tela e à mesa.

Em que consistiu o evento? Quantas pessoas estiveram presentes?

O evento foi essencialmente um jantar de amigos, clientes, personalidades portuguesas e sobretudo pessoas que têm uma grande amizade pelo Chef Vila. Durante o almoço e no final éramos 75 pessoas à mesa.

O Chef Vila, além de especialista em culinária, é também um pintor das paisagens algarvias. Como correu a exposição que inaugurou depois do almoço que inciou o evento?

Eu próprio sou um grande admirador das pinturas do Vila, que tem, sem dúvida nenhuma, um enorme talento. A exposição correu muito bem, houve vendas e uma em particular que me emocionou. A pintura que escolhemos para a nossa pastelaria reproduzir em bolo e cuja compra foi feita pelo empresário Sousa Cintra.

Essa exposição estará patente até quando no Medusis Club?



A exposição ficou ainda uma semana depois do evento e tivemos várias pessoas a visitá-la durante a semana.

Quais são as próximas iniciativas do Medusis Club?

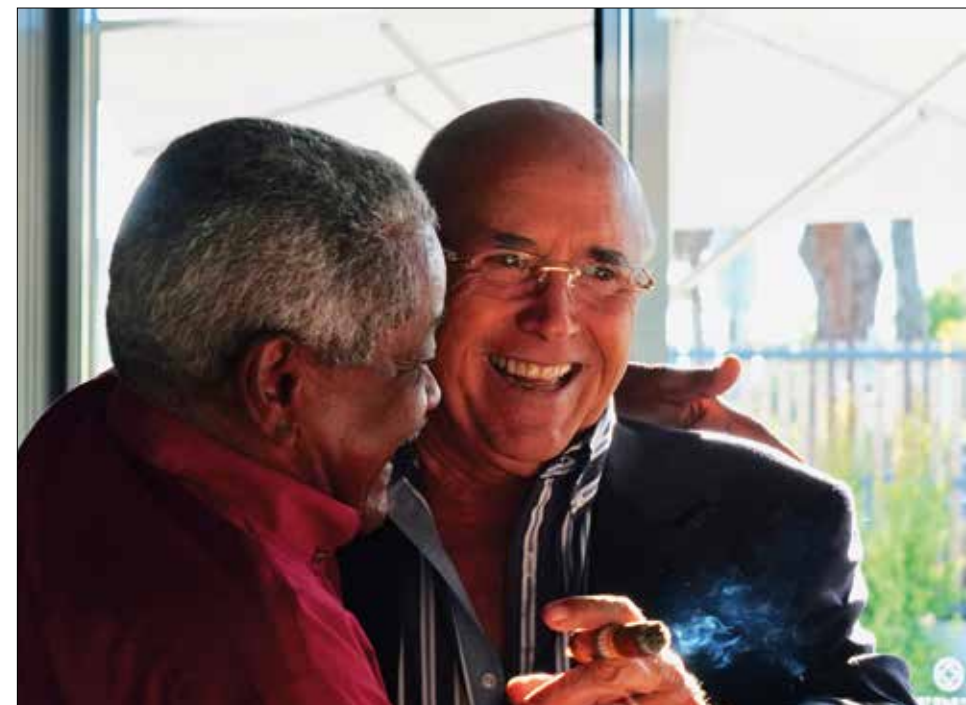
A mais recente foi a festa sob o tema Carnaval de Veneza e que foi um sucesso, com momentos únicos de dança, canto e magia durante o jantar, a que se seguiu uma noite muito animada com

a presença do Dj TobyOne, um artista com uma enorme cultura musical e que atuou no Clubbing Room do Medusis. Depois deste soft opening vamos estar abertos toda a semana da Páscoa, de 15 a 21 de abril. Após esta data, estaremos abertos quinta, sexta, sábado e domingo até ao final de maio. A época de verão começará dia 1 de junho com uma festa inesquecível, mas sobre a qual

ainda não posso fazer grandes revelações. Sugiro que fiquem atentos ao Facebook ou ao Instagram para as novidades sobre os nossos eventos.

O que espera do próximo verão para a atividade do Medusis Club e da sua importância no turismo e no lazer da zona mais prestigiada do Algarve?

No próximo verão estaremos abertos todos os dias. A nossa fantástica Black Pool proporcionará, com certeza, momentos especiais passados em família ou com amigos. Temos um calendário recheado de grandes festas durante todo o verão – Dj's internacionais, atuação de artistas, festas temáticas como o Italian Day ou a Bollywood night. Na parte culinária, convidámos o grande Chef Chakall que criou uma ementa cheia de sabores incríveis e continuaremos também com o nosso fantástico sushi. Motivos para uma visita não faltam e desde já deixo aqui o convite para que venham celebrar a vida, no Medusis. ◀



Universidade de Aveiro mede radiotividade em Almaraz

A Universidade de Aveiro tornou possível medir em tempo real os níveis de radiotividade da água dos rios utilizada pelos sistemas de refrigeração das centrais nucleares. É o caso da central espanhola de Almaraz, que utiliza a água do Tejo para arrefecimento, e onde a universidade portuguesa acaba de instalar o recém desenvolvido detetor de trítio, um elemento radiotivo cuja presença na água em elevadas quantidades fará disparar os alarmes.

Desenvolvido no laboratório do Instituto de Nanoestruturas, Nanomodelação e Nanofabricação (I3N) do Departamento de Física da Universidade de Aveiro, o detetor desenvolvido pelos investigadores Carlos Azevedo e João Veloso, o detetor centra-se no trítio, um material indicador da presença de outras partículas radioati-



vas. Isótopo do hidrogénio, o trítio é produzido na água de arrefecimento dos reatores nucleares quando os neutrões interagem com o núcleo do hidrogénio presente nas moléculas de água.

Neste projeto designado por TRITIUM foi aprovado no âmbito do programa Europeu INTERREG-SUDOE onde, para além da Universidade de Aveiro, participam a Junta da Extremadura (Espanha), as universidades da Extremadura e de Valência (Espanha) e a Universidade de Bordéus (França). ◀

Vila Galé Douro Vineyards abriu

O Vila Galé Douro Vineyards, localizado na centenária Quinta do Val Moreira, no concelho de Armamar, abriu em soft opening no dia 1 de abril. Numa primeira fase, a mais nova unidade da Vila Galé possui apenas sete quartos, restaurante, piscina exterior e adega, precisamente onde o grupo vai lançar-se na produção de vinhos do Douro. Recorde-se que, atualmente, a Vila Galé já produz vinhos e azeites em Beja, Alentejo, sob a designação de Santa Vitória. Para comemorar a abertura da nova unidade da Vila Galé, vai estar exposto um mural de 1,80 m por 1,60 m dedicado ao Douro Vinhateiro, feito com sete mil rolas de cortiça, da autoria de Saimir Strati, artista plástico nascido em Tirana, na Albânia, e que já foi premiado com dez recordes mundiais no Guinness. ◀

TAP voará para a Guiné Conacri a partir de julho

A TAP vai começar a voar entre Lisboa e Conacri a partir de 3 de julho, com uma oferta de três voos por semana entre as duas capitais. Os três voos semanais serão realizados às segundas, quintas e domingos. Com início desta nova rota para o continente africano, a TAP passará a voar para um total de 17 cidades africanas em onze países. Para além de Conacri (Guiné Conacri), a companhia aérea portuguesa voa também para Luanda (Angola), Maputo (Moçambique), S. Tomé (S. Tomé e Príncipe), Bissau (Guiné-Bissau), Praia, Sal, São Vicente e Boa Vista (Cabo Verde), Marraquexe, Casablanca, Tânger e Fez (Marrocos), Dakar (Senegal), Abidjan (Costa do Marfim), Acra (Gana) e Lomé (Togo).

No ano passado, as rotas africanas operadas pela TAP tiveram um aumento considerável do número de passageiros, tendo sido transportados mais 116 mil do que em 2017, para um total de 1,1 milhões de passageiros, o que representou um crescimento de 11,2% face ao ano anterior. ◀

Sto Ibérica abriu delegação em Portugal

A Sto Ibérica, líder no fabrico de elementos de construção e acabamentos de superfícies interiores e exteriores, acabou de abrir uma delegação em Portugal. Segundo José Almagro, diretor-geral da Sto Ibérica, «esta abertura é um grande passo estratégico da empresa em Portugal, que demonstra simultaneamente o compromisso fiel da empresa-mãe para com o país». A operação da empresa na Península Ibérica teve início em 2004, com a abertura em território espanhol onde a companhia já possui uma presença nas cidades de Barcelona, Gijón, Madrid, Pamplona, Palma de Maiorca e Ibiza.

A Sto Ibérica faz parte da empresa alemã Sto, e foca-se em setores como a construção, hotelaria, restaurantes e centros comerciais. Possui ainda uma presença significativa na reabilitação e construção de edifícios, como residências, edifícios públicos, auditórios, centros de lazer ou escritórios. ◀



www.cacial.com | mail@cacial.com | tel. +351 289 898 042





frutorbel - frutas, lda

ORIGINALIDADE

EM FORMA DE FRUTAS E LEGUMES



WWW.FRUTORBEL.PT