

Mercadona entra em Portugal “com muito respeito pela concorrência”

A Mercadona, que fatura cerca de 21 mil milhões de euros em Espanha e emprega 76 mil trabalhadores, vai entrar em Portugal em 2019. Vai abrir, para já, quatro supermercados no Grande Porto. O contrato para a primeira loja foi celebrado esta semana com o presidente da Câmara de Gaia. Em entrevista à “Vida Económica”, Elena Aldana, Diretora para Portugal do Departamento de Relações Externas, promete olhar para a concorrência “com muito respeito”. E garante que vai oferecer aos consumidores “a máxima qualidade a um preço competitivo”, assegurando que “todas as partes da cadeia alimentar ganham dinheiro”.

Págs. 2 e 3

Editorial

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt



Sã concorrência no retalho

A retalhista espanhola Mercadona definiu um plano de internacionalização que prevê a abertura, em 2019, de quatro supermercados no Grande Porto. O primeiro contrato foi assinado esta semana com a Câmara de Gaia, concelho que, com mais de 302 mil habitantes, vai acolher a primeira superfície comercial do grupo.

Foquemo-nos nos números da demografia, dos salários e do retalho em Portugal.

A população caiu para 10.341,3 milhões em 2016, os habitantes com 65 anos ou mais representam um quinto (21%) e as crianças até 14 anos 14%.

O estudo de dezembro de 2009 “Relações Comerciais entre a Grande Distribuição Agroalimentar e os seus Fornecedores” da AdC revela que há nove grupos de grande distribuição em Portugal: Aldi, Auchan (insígnias Pão de Açúcar e Jumbo), Carrefour (rede de lojas Dia%/Minipreço), E. Leclerc, El Corte Inglés (lojas El Corte Inglés e Supercor), ITMI ou “Os Mosqueteiros” (insígnias Intermarchê e Ecomarchê), Jerónimo Martins (insígnias Pingo Doce e Feira Nova e a grossista Recheio), Modelo Continente (insígnias Modelo, Continente e as lojas M24 nalguns postos Galp) e Lidl.

O salário médio líquido em Portugal está em 838 euros/mês e o SMN em 557. Já o poder de compra manteve-se em 2015 nos 76,8% da média da EU (22º lugar). Em termos nominais, o PIB ‘per capita’ em 2015 cresceu 4,2%, por força do crescimento nominal do PIB (3,7%) e da diminuição da população (-0,4%), segundo o INE.

Também segundo o INE, as vendas a retalho em 2016 aumentaram 2,9% (+1,1 pp face a 2015), tendo as dos produtos alimentares subido 4,3%. Ainda assim, as vendas com promoção nos hipermercados passaram de 39,7% no primeiro semestre de 2015 para 44,8% no primeiro semestre de 2016, segundo a APED. E é expectável que a atividade promocional continue a crescer.

Posto isto, há pelo menos três perguntas óbvias: 1 – Sendo a concorrência salutar, estimulante e geradora de transparência e competitividade nos preços, há espaço e capacidade financeira para absorver um novo retalhista em Portugal? 2 – A disputa do mercado por parte da Mercadona vai fazer reduzir margens e baixar o volume de negócios dos restantes operadores? 3 – A crescente concorrência entre operadores fará baixar os preços à produção e ao consumidor? Ficam as perguntas para vossa reflexão.

Destaques

Lusiaves apresenta tecnologia 4.0

Pág. 6

Menção à origem portuguesa na rotulagem do leite pode ser paga pelos consumidores

Pág. 7

MINISTRO DA AGRICULTURA GARANTE À “VIDA ECONÓMICA” QUE OS BENEFÍCIOS FISCAIS VIGORARÃO AINDA ESTE ANO

Governo cria “generosas isenções” de IRC, IRS e IMI para as sociedades de gestão florestal

Págs. 4 e 5



DIRETORA PARA PORTUGAL DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES EXTERNAS GARANTE "MÁXIMA QUALIDADE A UM PREÇO COMPETITIVO"

Mercadona entra em Portugal em 2019 "com muito respeito pela concorrência"

A cadeia de retalho espanhola Mercadona, que fatura cerca de 21 mil milhões de euros e emprega 76 mil trabalhadores, decidiu internacionalizar para Portugal. Vai abrir, para já, quatro supermercados no Grande Porto em 2019. A primeira loja será em Gaia, com uma área de vendas de 1800 m².

Em entrevista à "Vida Económica", Elena Aldana, diretora para Portugal do Departamento de Relações Externas, revela que já estão em contacto com várias câmaras municipais e com potenciais fornecedores para decidirem a localização dos espaços comerciais e os contratos de fornecimento. Prometendo olhar para a concorrência "com muito respeito", a Mercadona assegura: "oferecemos sempre a máxima qualidade a um preço competitivo, garantindo sempre que todas as partes da cadeia alimentar ganham dinheiro".

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Qual é o vosso plano de internacionalização para o mercado português?

Elena Aldana – Temos um plano para abrir quatro lojas no Grande Porto em 2019. Porto,

Matosinhos, Gaia, Maia e Gondomar são as áreas geográficas que estamos a estudar.

VE – Por que razão optaram primeiro pelo Grande Porto e não pela Grande Lisboa, por exemplo?

EA – Claro que também poderíamos ter optado pela Grande Lisboa, mas tínhamos de decidir por uma das duas maiores regiões, com a maior população, e achamos que o Grande Porto era interessante, até porque estamos mais perto da fronteira, da Galiza, e também porque temos a plataforma logística de Leon que, por enquanto, poderá distribuir dali para o Grande Porto. Por outro lado, o Grande Porto, quer pela população, quer pelo preço das rendas e outros fatores que estudamos, é a área geográfica mais interessante para nós, nesta primeira fase.

VE – Portanto, as vossas lojas serão construídas de raiz?

EA – Sim. O nosso crescimento vai ser orgânico. Investimento próprio, vendo primeiro a localização dos espaços para implantar as lojas e depois a construção das mesmas e os estacionamento. O nosso formato é supermercado. Não temos lojas de conveniência nem

hipermercados. A nossa área média de superfície de venda normalmente anda à volta de 1700/1800 metros quadrados, sempre no mesmo formato. São supermercados de proximidade, de fácil acesso, confortáveis, sempre que possível que tenham estacionamento também. É tudo isso que estamos a procurar em Portugal.

VE – Qual é o vosso público-alvo?

EA – Nós ainda estamos a estudar o cliente português. Posso falar-lhe do nosso público-alvo em Espanha, que é muito amplo. Vai desde pessoas com salários elevados, consideráveis, a rendimentos mais baixos. Em Espanha temos lojas em bairros de luxo e em bairros mais populares. Como disse, o nosso espectro é muito amplo. Temos oferta para todos os públicos.

VE – Em Portugal já operam várias empresas de grande distribuição, com centenas de espaços comerciais e uma presença muito diversificada no território. Como olham para a concorrência?

EA – Em primeiro lugar, é preciso dizer que temos muito respeito pela concorrência em Portugal. Conhecemos bem

os operadores portugueses e sabemos que têm uma presença muito importante. Depois também aprenderemos muito com eles, porque têm muito mais experiência do que nós no país.

VE – E como se vão diferenciar para conquistar os consumidores portugueses?

EA – A nossa diferenciação passa por um modelo próprio, que temos desenvolvido em Espanha e que gostaríamos de desenvolver também em Portugal. É um modelo de qualidade total, com cinco componentes, onde em primeiro lugar está o chefe, que é como chamamos internacionalmente ao cliente. Depois está o trabalhador, o fornecedor, a sociedade e, finalmente, o capital. São todos igualmente importantes, mas estamos muito focados no chefe, ou seja, no cliente. Por isso temos necessidade de desenvolver uma gama de produtos muito bem adaptada ao

consumidor português. Estamos justamente nessa fase de desenvolvimento da gama de produtos. Em Espanha não fazemos promoções. Temos uma política de preços baixos, que são sempre mais estáveis, oferecemos sempre a máxima qualidade a um preço



Elena Aldana, diretora para Portugal do Departamento de Relações Externas da Mercadona.

competitivo, mas garantindo sempre que todas as partes da cadeia alimentar ganham dinheiro. É o que chamamos de cadeia alimentar sustentável. Este é o nosso modelo em Espanha e é o que gostaríamos que fosse também em Portugal.

VE – Têm pensado incorporar na vossa gama produtos de origem portuguesa? Em que segmentos?

EA – Sim, claro. Claro. Nós já compramos anualmente 50 milhões de euros de produtos portugueses para as nossas lojas em Espanha. No futuro gostaríamos de aumentar esse volume. Já compramos pera rocha, compramos peixe, nomeadamente em Matosinhos, compramos muitos produtos que, para já, são enviados para Espanha. E agora estamos a contactar fornecedores portugueses para conhecer a oferta do setor agroindustrial em Portugal e comprar alguns desses produtos para os nossos clientes.

VE – Que metas em termos de volume de compras em Portugal têm traçadas?

EA – Agora estamos na fase de conhecimento da produção em Portugal, saber onde é que é produzida, quais são

os fornecedores, quais são os volumes de produção. Depois entraremos numa fase de negociação já para comprar os produtos para Espanha e depois para Portugal.

VE – Quantos postos de trabalho já criaram em Portugal e que metas de emprego têm até 2019?

EA – Nós já lançamos duas ofertas de trabalho. Uma para 120 diretores e outra para 30 analistas de campo, que são especialistas em produtos perecíveis. No total são 150 postos de direção média. No futuro, se precisarmos de mais, lançaremos mais ofertas. Precisamos também, no futuro próximo, de contratar as pessoas para as lojas. Estas pessoas, de acordo com a nossa política, são enviadas para Espanha para fazerem um período de formação que, em média, são 18 meses. Tudo pago pela empresa. E, durante esse tempo, os trabalhadores têm um contrato sem termo desde o início. E, durante a formação, já estão a receber o seu salário normal. Não há outros tipos de contrato. São contratos sem termo desde o início. E quando eles voltarem a Portugal já começarão a desempenhar as tarefas normais do seu posto de trabalho.

VE – Esses tempos de formação são extensíveis aos operadores de caixa e restantes empregados dos supermercados?

EA – Sim, nós apostamos na estabilidade laboral, com contrato sem termo. E fazemos questão de pagar acima da média do setor, para que os trabalhadores sejam felizes. Porque se eles não estiverem felizes, contentes, não podem prestar um bom serviço ao cliente. Isso é o que fazemos em Espanha e é o que já fazemos em Portugal também. E a formação é muito importante, porque se a pessoa não conhece bem o seu posto de trabalho não pode desenvolver bem o seu serviço.

VE – Depois das primeiras quatro lojas no Grande Porto, a meta será a Grande Lisboa?

EA – Ainda estamos na primeira fase. Portanto, ainda não podemos falar da fase seguinte. Estamos em contacto também com as câmaras municipais para ver as possibilidades que há e depois haveremos de tomar decisões. [A primeira loja será em Canidelo, Vila Nova de Gaia].

VE – As primeiras lojas abrirão logo no início de 2019?

EA – Pois, até assinarmos o contrato para a primeira localização ainda não sabemos

Mercadona fatura 21 mil milhões e detém 1614 lojas

A Mercadona é uma empresa de supermercados de capital familiar fundada em Valência, em 1977, pelo grupo Cárnicas Roig. Em 1981, Juan Roig Alfonso assumiu a direção da empresa, que partilha com a mulher (vice-presidente), Hortensia Herrero, sendo ambos os acionistas maioritários, com mais de 80% do capital.

Os dados de 2016 ainda não são conhecidos, mas, em 2015, a cadeia de retalho espanhola faturou "21 mil milhões de euros", de acordo com Elena Aldana, diretora para Portugal do Departamento de Relações Externas da companhia. "Neste momento, temos 76 mil trabalhadores e 1614 lojas", que estão distribuídas por "todas as comunidades autónomas de Espanha, à exceção de Ceuta e Melilla, que estão previstas para 2018", refere a mesma responsável.

Consultando o relatório de atividade da Mercadona referente a 2015, verificamos que as vendas naquele ano cresceram 5% em volume e que a faturação aumentou 3% face a 2014. A companhia obteve um lucro líquido de 611 milhões de euros, mais 12% que em 2014 (543 milhões). Desse lucro, 25% foi repartido pelos colaboradores, através de prémios por objetivos.

A empresa contribuiu com 19.500 milhões de euros para a economia de Espanha em 2015, representando cerca de 1,8% do seu PIB. O volume das compras efetuadas no país foi de 15 393 milhões de euros. Ainda de acordo com o relatório de atividade, a Mercadona tem parceria com 125 fabricantes e com mais de 20 mil PME e produtores de matérias-primas. O prazo médio de pagamento a fornecedores é de 45 dias. Pagou ao Estado espanhol em 2015, entre contribuições diretas e indiretas, 1497 milhões de euros de impostos, dos quais 227 milhões em IVA.

quanto poderá demorar o processo. Pode ser no começo de 2019, pode ser a meados do ano, não sei. E podem abrir ao mesmo tempo ou não, depen-

de dessa assinatura dos contratos. E também dos tempos de licenciamento, de construção, etc.. Tudo depende da rapidez dos processos. Vamos ver.

As opiniões dos operadores portugueses sobre a Mercadona

"Continente considera positiva a entrada de novas empresas no setor"

"O Continente considera positiva a entrada de novas empresas neste setor, uma vez que acrescenta vitalidade e dinamismo ao nosso mercado, já bastante competitivo e com operadores de muita qualidade", declarou à "Vida Económica" fonte oficial da Sonae MC.

A marca da Sonae "assegura que continuará a oferecer a melhor proposta de valor aos portugueses, constituída pela maior variedade de produtos aos preços mais baixos, mas também de compromisso pela defesa e promoção da produção nacional e pelo apoio social", refere a mesma fonte.

A companhia portuguesa explica que "uma das propostas de valor da marca é o cartão Continente, que celebra 10 anos e que se assume como o maior cartão de fidelização do país, com o objetivo de oferecer o maior número possível de benefícios aos clientes". A mesma fonte



acrescenta, aliás, que esse cartão "é hoje em dia a representação de um ecossistema de poupança, que permite aos utilizadores rebater os descontos acumulados nas principais categorias de despesa, desde alimentação, combustível, moda, serviços de saúde, bem-estar e entretenimento".

Através de um comunicado enviado há dias, a Sonae revelou que as vendas conjuntas das unidades de retalho da companhia "cresceram 7,2% em 2016 face ao ano anterior e superaram pela primeira vez os

cinco mil milhões de euros". Só a Sonae MC, área de retalho alimentar da Sonae, alcançou "um crescimento de 5,6%, tendo no último trimestre alcançado um aumento de 6,6% do volume de negócios, num desempenho impulsionado pelo crescimento de vendas no universo comparável de lojas".

Lúis Moutinho, CEO da Sonae MC, mostra-se "particularmente satisfeito com os resultados alcançados em 2016". "Fomos capazes de aumentar o volume de negócios em 5,6% e de reforçar a nossa liderança, apesar do contexto de mercado bastante desafiante. Este crescimento foi impulsionado por uma variação de vendas no universo comparável de lojas de 1,9%, ao mesmo tempo que continuámos a apostar na expansão das nossas lojas urbanas Continente Bom dia, e na melhoria contínua da nossa proposta de valor e perceção de preço".

"A existência de concorrência é boa para os consumidores", diz a Jerónimo Martins



"O mercado português, no que à distribuição alimentar diz respeito, é já um mercado muito desafiante e altamente competitivo, que conta com diversos 'players' nacionais e internacionais", começa por dizer o grupo Jerónimo Martins, através de uma fonte oficial, explicando que "a existência de concorrência é boa para os consumidores". Questionada pela "Vida Económica" sobre a operação da Mercadona, a mesma fonte foi taxativa: "não comentamos opções nem movimentos de concorrentes em particular".

"Mercadona adotará também no mercado português boas práticas comerciais"

A "Vida Económica" perguntou à Centromarca – Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca que impacto é que a entrada da Mercadona em Portugal pode ter no equilíbrio ou desequilíbrio das relações produção/distribuição. Pedro Pimentel, diretor-geral da Associação, com e ç a por dizer que a



Pedro Pimentel, diretor-geral da Centromarca.

Centromarca "valoriza positivamente a entrada de um novo e potente operador no mercado de retalho português". Não apenas pelo "sinal de confiança na economia nacional", mas pelo "reforço concorrencial que pode gerar, num mercado maduro e concentrado e em que há largos anos não se verificava o ingresso de novas insígnias", refere.

Em todo o caso, Pedro Pimentel diz que não é possível antecipar, até pela relativamente reduzida dimensão da operação que está anunciada, qual o impacto que chegou da Mercadona pode introduzir no relacionamento entre fornecedores e distribuidores".

Questionado ainda sobre se acredita que Mercadona será portadora de boas práticas em Portugal, o diretor-geral da Centromarca lembra que "Espanha aprovou em 2013 a sua Ley de la Cadena Alimentaria, que apresenta inúmeras similaridades com a legislação portuguesa relativa às Práticas Individuais Restritivas do Comércio

[PIRC], publicada no mesmo ano". Por outro lado, diz este responsável, "foi recentemente assinado no nosso país, pela produção primária, transformação e marcas e pelo retalho, um novo Código de Boas Práticas Comerciais para a Cadeia de Abastecimento Agroalimentar", pelo que está em crer que "a Mercadona adotará também no mercado português esses princípios e compromissos".

A "Vida Económica" também perguntou a Pedro Pimentel como olha para a política das chamadas 'marcas brancas' ou de distribuir, praticada pela Mercadona. E se com a entrada deste operador em Portugal poderemos assistir a um incremento desse segmento. O diretor-geral da Centromarca faz notar que a Mercadona é "uma 'cadeia de sortido curto', onde a primazia é dada às suas marcas próprias e onde a presença de marcas de fabricante é, geralmente, limitada a um conjunto reduzido de marcas de referência".

A verdade é que "este tipo de espaços comerciais tendem a ser limitados do acesso dos consumidores a uma parcela substancial das inovações que surgem no mercado, sendo igualmente pouco amigas da presença nas prateleiras das segundas e terceiras marcas", diz Pedro Pimentel. Por essa razão, esta política de aprovisionamento "coloca a Mercadona mais próxima das cadeias de 'hard discount' do que do retalho mais convencional", como o das insígnias Continente ou Pingo Doce.

Apesar disso, e "por certo já em antecipação da entrada da Mercadona no nosso mercado, mas igualmente pela conjuntura que o mesmo atravessa, começa a verificar-se uma redefinição das vendas de marca de distribuidor", diz o responsável da Centromarca. Processo esse acompanhado de "um revigor da comunicação em torno destes produtos, algo que não acontecia desde há quase quatro anos".

MINISTRO DA AGRICULTURA GARANTE À “VIDA ECONÓMICA” QUE OS BENEFÍCIOS FISCAIS VIGORARÃO AINDA ESTE ANO

Governo cria “generosas isenções” de IRC, IRS e IMI para as sociedades de gestão florestal

O período de discussão pública da reforma do setor florestal, que o Governo lançou no final de outubro, terminou a 31 de janeiro. Para além de querer “rentabilizar a área de eucalipto”, para “produzir mais matéria-prima para a indústria da celulose”, também será criado um banco nacional de terras. Vai gerir o património florestal do Estado, assim como as parcelas de terrenos privados sem dono conhecido após um período voluntário de registo em balcão próprio até 31 de dezembro de 2018.

Em entrevista à “Vida Económica”, Luís Capoulas Santos, ministro da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural, fala de uma reforma com “efeitos de longo prazo”. E garante que haverá “generosas isenções em termos dos diversos impostos: IRC, IRS e IMI” para as sociedades de gestão florestal e respetivos sócios. O governante tem “a expectativa de, até ao verão, ter este pacote legislativo concluído”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Estão em debate público vários diplomas que constituem a reforma do setor florestal proposta pelo Governo. Quando é que esse processo estará completo?

Luís Capoulas Santos – Formalmente, essa discussão termina no dia 31 de janeiro. Trata-se de um primeiro passo para uma primeira profunda reforma da floresta. Não temos a ambição de que os 12 diplomas que aprovámos no final de outubro no Conselho de Ministros especialmente convocado para discutir a floresta na Lousã esgotem a reforma do setor. A estes diplomas seguir-se-ão outros e outras iniciativas. Agora, naturalmente estes constituem o núcleo central para uma profunda transformação que queremos fazer. É uma reforma que terá sempre, obviamente, efeitos de longo prazo. Quando falamos da floresta, não estamos a falar de um imediatismo com resultados práticos para a semana que vem. Mas temos de começar um dia, porque, senão, nunca concluiríamos esta reforma.

VE – Mas que balanço faz da discussão pública dos vários diplomas?

LCS – Devo dizer que estou muito satisfeito com o balanço que até agora é possível fazer,

não só dos contributos escritos que nos têm chegado mas, também, dos resumos dos debates públicos que temos organizado pelo país. Passámos por todas as regiões do país, com grande participação dos destinatários: organizações de produtores, escolas superiores agrárias, autarquias, universidades, produtores individuais, etc. Neste momento, posso concluir que, relativamente à arquitetura central que está contemplada nos diplomas, não há divergências de fundo.

VE – Não há?

LCS – Não há divergências de fundo. As duas críticas mais fortes que é possível identificar – num caso até contraditório, porque num sítio nos acusam de excesso e noutro nos acusam de déficit – é a transferência de competências para os municípios, quer em termos de ordenamento florestal, quer em termos de licenciamento. Numas regiões dizem-nos que é de mais, noutras dizem-nos que é de menos. De facto, não me parece que seja nem de mais nem de menos, penso que é a transferência equilibrada, porque o que queremos é incorporar nos planos diretores municipais (PDM) a componente florestal. Isto é, se uma câmara municipal tem competências para decidir

“O que está previsto são generosas isenções em termos dos diversos impostos: IRC, IRS e IMI, quer para as sociedades, quer para os sócios que as integram, quer para aqueles que vendam ou arrendem património a essas sociedades”

onde se constroem edifícios e zonas industriais, também deve ter competências a este nível. Tudo, de acordo com o PDM que incorpore as diretrizes dos planos regionais de ordenamento florestal. Isso facilitaria muitas coisas, porque aproximaria os decisores dos locais onde as decisões têm de ser tomadas: a fiscalização, o licenciamento. E, portanto, iria tornar mais eficaz aquilo que é a máquina central do Estado, mas que muitas vezes não pode estar presente em todos os locais do país.

VE – E qual é outra crítica que tem sido feita?

LCS – A outra questão, cuja

crítica tem vindo a reduzir substancialmente, é à volta do eucalipto. Como sabe, dando sequência àquilo que havia sido determinado pelo anterior Governo na Estratégia Florestal Nacional, era de manter inalterada a atual área de eucalipto. A Estratégia Florestal Nacional dizia que até 2030 essa área devia ser mantida nos 812 mil hectares. E nós propomos que se mantenha essa decisão, mas consideramos que é necessário produzir mais matéria-prima para a indústria da celulose, que tem um papel muito importante na nossa economia e nas nossas exportações.

VE – Então admite vir a aumentar essa área de plantação de eucalipto?

LCS – Não. Queremos é rentabilizar essa área de eucalipto. Ou seja, há muitas áreas improdutivas e nós o que queremos é reconduzir os eucaliptos, de acordo com os planos de ordenamento, para as áreas onde podem ter maior produtividade, por forma a que, com os mesmos metros quadrados, possamos ter mais metros cúbicos. E isso é perfeitamente possível se tivermos em conta que temos condições de produzir 30 metros cúbicos por hectare. E a produção média do país é de cinco metros cúbicos por hectare. Portanto,



“Queremos rentabilizar essa área de eucalipto, reconduzir os eucaliptos, de acordo com os planos de ordenamento, para as áreas onde podem ter maior produtividade”, revela Luís Capoulas Santos.

para boa produção de eucalipto do ponto de vista edafoclimático. E mesmo esta questão tem vindo a ser progressivamente aceite. Todas as outras questões, que se prendem com a necessidade de fazer o cadastro, com a necessidade de criar entidades que giram a floresta e sobre as medidas principais contidas nos diversos diplomas, não tem havido críticas. As críticas que tem havido é por querermos fazer depressa de mais. Olhe, umas das críticas que temos ouvido é que o Governo, ao querer fazer uma reforma que deve estar concluída em 2018, está a ser demasiado otimista face à dimensão da tarefa. Eu admito que seja um desafio muito grande, mas também não queremos fixar metas temporais que pareçam que o Governo está a chutar para governos seguintes essa responsabilidade. E, portanto, algumas das medidas, como os incentivos fiscais e o cadastro, quisemos estabelecer datas que estejam dentro do mandato do atual Governo.

VE – Quer indicar algumas dessas medidas concretas?

LCS – Por exemplo, vamos abrir um concurso específico, no montante de 18 milhões de euros, que visa realocar a área de eucalipto, ou seja, retirar área de eucalipto das áreas marginais e não produtivas, que podem ser utilizadas para outras finalidades agrícolas, silvopastoris ou florestais sem o eucalipto, permitindo que a área equivalente possa ser instalada onde haja condições

VE – Mas, quanto ao cadastro, o que está previsto é um sistema cadastral simplificado. Em que fase é que isso está?

LCS – Neste momento, o diploma está em discussão pública [até 31 de janeiro]. Será para implementar imediatamente a seguir ao dia da sua publicação. A versão atual do diploma determina que, até 31 de dezembro de 2018, os proprietários,

sem custos, taxas ou emolumentos, tenham de registar os seus prédios num balcão próprio que vai ser criado nos serviços do Registo Predial. É um serviço tutelado pelo Ministério da Justiça, no qual estão envolvidos outros ministérios e que irá acolher a documentação necessária à regularização deste património. Sem custos. E esta questão é muito importante, porque um dos argumentos que é utilizado para que não haja prédios registados, sobretudo quando estão ligados a heranças indivisas, é porque o custo de tramitação muitas vezes é superior ao próprio valor do prédio. E até 31 de dezembro de 2018 irá ser gratuito. A única despesa que as pessoas terão de fazer é inscrever nos ortofotomapas que, neste serviço, vão ser disponibilizados, os limites poligonais do seu património. E sabemos que não vai ser uma tarefa fácil.

VE – E vai gerar divergências.

LCS – Implicará que as associações agrícolas, as associações florestais, autarquias locais venham colaborar neste processo. E o próprio diploma prevê quais são os instrumentos que lá estão disponíveis para dirimir possíveis conflitos. Porque pode acontecer que, por hipótese, sobre o mesmo espaço, venha a ser reclamada a posse por pessoas diferentes e este é um órgão arbitral que decidirá nas instâncias competentes.

VE – E no caso de não haver registado voluntário dos imóveis?

LCS – No fim deste processo, ficará regularizada a titularidade e a delimitação cartográfica deste património. E haverá aquele que não fica. Aquele património que não ficar será declarado patrimonial sem dono conhecido. E o património sem dono conhecido será integrado no banco de terras.

VE – Portanto, é aí que entra o banco de terras.

LCS – Sim. É um diploma que criámos. E esse património sem dono será integrado lá, mas durante 15 anos o Estado apenas pode assumir a sua gestão. Não se torna proprietário deste património. E 15 anos é, como sabe, o período findo o qual pode ser exercido o direito de usucapião. Mas, durante esses 15 anos, o proprietário, se porventura está emigrado ou se, entretanto, os seus descendentes voltaram e se localizarem o prédio e provarem que o mesmo lhes pertence, o mesmo será obviamente entregue aos seus legítimos proprietários. Passados os 15 anos, se isso não acontecer, o Estado exercerá o direito de usucapião e tornar-se-á proprietário desse património. Até lá, durante esses 15 anos, e de acordo com os poderes de assunção de gestão, esse património é integrado no banco de terras e o Estado atribui-lo-á para gestão a uma entidade que também

vamos criar, as sociedades de gestão florestal. São entidades que garantem uma gestão profissional da floresta, de acordo com um conjunto de requisitos que estão estabelecidos e às quais vão ser concedidos benefícios fiscais.

VE – Justamente em relação aos benefícios fiscais, o que é que está previsto, nomeadamente em matéria de IRC?

LCS – O que está previsto são generosas isenções em termos dos diversos impostos: IRC, IRS e IMI, quer para as sociedades, quer para os sócios que as integram, quer para aqueles que vendam ou arrendem património a essas sociedades de ges-

“Vamos abrir um concurso específico, no montante de 18 milhões de euros, que visa realocar a área de eucalipto, ou seja, retirar área de eucalipto das áreas marginais e não produtivas, permitindo que a área equivalente possa ser instalada onde haja condições para boa produção”

tão florestal. Portanto, todos eles serão abrangidos durante um período, em princípio até 2019, porque temos de coincidir com o mandato do atual Governo, mas que eventualmente poderá ser prolongado. E, portanto, esses benefícios

serão atribuídos a quem gerir a floresta.

VE – E que sociedades de gestão florestal são essas?

LCS – Quem gere a floresta podem ser empresas, podem ser cooperativas de produtores florestais, enfim, podem ser autarquias locais, etc. Estas entidades podem gerir património próprio, património arrendado ou património que o Estado lhes atribua a partir do tal património sem dono conhecido que vier a ser identificado.

VE – Esses incentivos fiscais serão para vigorar a partir de quando?

LCS – A partir do momento em que o diploma entre em vigor.

VE – Portanto, já em 2017?

LCS – Já em 2017, uma vez que, concluída a discussão pública a 31 de janeiro, iremos de seguida proceder às correções que o debate público recomendou. Os 10 diplomas serão todos reapreciados em Conselho de Ministros e terão agora uma aprovação definitiva. Após essa aprovação definitiva, cinco ou seis diplomas seguirão para promulgação pelo senhor Presidente da República, outros três ou quatro seguirão para a Assembleia da República, uma vez que se trata de matéria reservada, como é caso dos incentivos fiscais.

Como sabe, matéria fiscal é competência reservada da Assembleia e, a partir daí, obedecerá ao calendário próprio do Parlamento. Mas eu tenho a expectativa de, até ao verão, ter este pacote legislativo concluído. E os diplomas entrarão em vigor à medida que forem sendo promulgados. Não necessariamente todos ao mesmo tempo, dado que o processo legislativo, nuns casos, termina no Conselho de Ministros, noutros só terminará com a apreciação parlamentar, mas penso que todos eles, que são interdependentes, estarão plenamente em vigor a partir do segundo semestre deste ano.



Reforma da floresta ignora alterações climáticas

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

O investigador e especialista em alterações climáticas Filipe Duarte Santos tece duras críticas à reforma do setor florestal proposta pelo Governo. Numa intervenção na última semana no Instituto Superior de Agronomia, em Lisboa, o professor catedrático da Universidade de Lisboa explicou, citado pela agência Lusa, que a reforma da legislação florestal foi criada “sem ter em conta as alterações climáticas, que poderão mudar muito o tipo de clima de boa parte do sul do país”.

“É surpreendente que este pacote legislativo, que é bem-vindo e tem muitos aspetos positivos, não tenha tido em conta logo de início aqueles departamentos da administração central que têm a responsabilidade da adaptação às alterações climáticas”, disse aquele investigador à Lusa, à margem de uma conferência sobre investigação florestal. E explicou que “daqui a 50, 60 anos, o clima vai ser diferente”, o que se deve refletir nas novas florestas que estejam e venham a ser plantadas, uma vez que “a floresta é um investimento a longo prazo”.

“Quando se faz uma política florestal tem que se ter um horizonte temporal de 40 ou 50 anos”, frisou Filipe Duarte Santos, dando como exemplo o sul do país, onde “a floresta é vulnerável, sobretudo o montado”, uma vez que desde há cerca de 50 anos chove cada vez menos anualmente.

Para este docente universitário, “se continuar o decréscimo de precipitação e o aumento das temperaturas, as condições, que já não são ótimas, vão degradar-se”, afirmando que “é necessário ter isso presente”. Tanto mais porque “as pessoas que estão a investir na floresta e a plantar novas florestas têm que ser informadas sobre as condições climáticas futuras, até por uma questão económica”.

Filipe Duarte Santos, especialista em Geofísica e Física Nuclear, apresentou projeções segundo as quais, no pior dos cenários de continuado aquecimento global, vão significar que no fim deste século o Algarve e o Alentejo poderão ter um clima desértico, com cada vez menos caudal nos rios, nomeadamente no Tejo.

Lusiaves apresenta tecnologia 4.0

O grupo Lusiaves, que opera no setor avícola, apresentou esta semana, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão – ESTG, em Leiria, uma solução tecnológica tida como inovadora no âmbito da iniciativa Indústria 4.0 – Economia Digital.

A solução que está a ser desenvolvida vai permitir à Lusiaves resolver um problema que é conseguir saber, de forma precisa, que quantidades de ração são distribuídas pelos diferentes pavilhões de frangos. Hoje, refere a empresa, as descargas são feitas a olho, o que faz com que alguns pavilhões de frangos

recebam mais comida e outros menos.

Com a implementação de um sensor ao nível da suspensão dos camiões, através de um algoritmo avançado, será possível aferir o peso transportado pelo camião em tempo real. Esta informação é passada automaticamente para o motorista através de uma ‘app’ no ‘smartphone’, que vai permitir descargas precisas e de forma automática, reduzindo o erro e originando grandes poupanças e uma melhor qualidade nos frangos que o grupo comercializa.

Esta informação é passada

automaticamente para o motorista através de uma ‘app’ no ‘smartphone’, que vai permitir descargas precisas e de forma automática, reduzindo o erro e originando grandes poupanças e uma melhor qualidade nos frangos que o grupo comercializa.

O grupo Lusiaves faz parte de 80 empresas convidadas a darem o seu contributo para ajudar a definir um conjunto de políticas de incentivo e ajuda às empresas, para que estas se modernizem e adotem procedimentos e tecnologias Indústria 4.0.

O evento que decorreu esta semana visou apresentar as me-



Avelino Gaspar, CEO da Lusiaves.

didas da iniciativa Indústria 4.0, dinamizada pelo Ministério da Economia. Contou com a presença do Primeiro-Ministro, An-

tónio Costa, do ministro da Economia, Manuel Caldeira Cabral, e do secretário de Estado da Indústria, João Vasconcelos.

Empresas da agricultura, pecuária, pesca e caça crescem 9,5%

Na década entre 2007 e 2016 nasceram cerca de 347 mil empresas e outras organizações em Portugal, de acordo com um estudo da Informa D&B. Destas, 64% mantêm-se ativas. Das restantes, 21% encerraram, 13% estão inativas, 1% estão insolventes e 0,2% foram adquiridas; 1803 são sucursais de empresas estrangeiras.

Os dois últimos anos (2015 e 2016) estão claramente acima da média anual de nascimen-

tos de novas empresas na última década. Os anos de 2016, com 37 034 novas empresas, e 2015, com 37 961, destacam-se nesta década onde a média anual de nascimentos de empresas é inferior às 35 mil.

Os setores da agricultura, pecuária, pesca e caça (+9,5%), assim como telecomunicações (+6,9%) e alojamento e restauração (+4,9%), são os que apresentam na última década o maior crescimento do número de novas empresas. Os

serviços e o retalho mantêm-se como os setores onde nascem mais empresas.

Após um pico de quase seis mil novos casos em 2012, os processos de insolvência caem desde 2013, queda que voltou a acentuar-se em 2016 (-23% de novos processos). O setor do retalho passou a liderar, no final de 2016, os novos processos de insolvência, lugar que há vários anos era ocupado pelas indústrias transformadoras.

Fruit Attraction 2017 cresce 20%

A feira Fruit Attraction 2017, organizada pela IFEMA e FEPEX, vai abrir suas portas de 18 a 20 outubro de 2017. Espera-se a participação de mais de 1500 empresas em toda a cadeia valor do setor das frutas e produtos hortícolas, de acordo com um comunicado divulgado pela organização. Trata-se de um aumento de 20% em número de expositores face a 2016.

A organização refere ainda que a edição de 2016 “conso-

lidou a Fruit Attraction como um dos principais eventos internacionais do setor”, sendo “determinante” para ajudar a fechar vários contratos de fornecimento entre fornecedores e comerciantes de frutas e vegetais.

Em 2016, marcaram presença no certame de mais de três dezenas de empresas portuguesas, algumas integradas no stand conjunto da associação Portugal Fresh – Associação para a Promoção das Frutas, Legumes e Flores de Portugal.

UE publica guia de boas práticas de higiene para queijarias

A 13 de dezembro de 2016 foi validada pela Comissão Europeia e os 28 Estados da União Europeia (UE) o Guia Europeu de Boas práticas de Higiene para artesãos lácteos. Trata-se de um instrumento que pode implantar junto dos produtores um sistema de autocontrolo sanitário, sendo este um procedimento obrigatório para todos os estabelecimentos autorizados pela União Europeia.

A versão inglesa do guia

foi publicada a 17 de janeiro no site da Comissão Europeia e prevê-se a sua publicação em todas as línguas oficiais no outono de 2017. Consulte o documento em: https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/biosafety_fh_guidance_artisanal-cheese-and-dairy-products.pdf



Produtores de leite privilegiados no PDR 2020

Foi publicada na última semana a portaria que clarifica o conceito de membro de agrupamento ou Organização de Produtores (OP). Clarificação particularmente importante para o setor leiteiro, que vem atribuir aos produtores associados o direito de beneficiarem da majoração atribuída às OP nos processos de candidatura a apoios no âmbito do PDR 2020. Com a medida, garante-se a igualdade de acesso dos produtores individuais aos apoios

do PDR2020, designadamente aos concursos abertos na Operação 3.2.1. - Investimento na Exploração Agrícola – Apoio Específico para o Setor do Leite (8º Anúncio) e Investimento na Exploração Agrícola - Apoio Específico para o Setor do Leite - Reconversão de explorações agrícolas que abandonem a atividade de produção de leite de vaca (9º Anúncio).

Os concursos, abertos a 16 de dezembro e a 28 de dezembro de 2016, respeti-

vamente, têm associado um envelope financeiro de cinco milhões de euros, num total de 10 milhões, com candidaturas até 31 de março.

O Governo também procedeu à discriminação positiva dos produtores de leite, atribuindo-lhes uma majoração de 10% nos apoios ao investimento. A mesma majoração será atribuída nos apoios decorrentes dos dois concursos já mencionados, exclusivamente vocacionados para o setor leiteiro.

Soja: acordo inédito Brasil-Europa

A Aprosoja, Abiove, Fediol, Fefac e a IDH (Iniciativa de Comércio Sustentável) assinaram um memorando de entendimento para apoiar e ampliar a produção de soja sustentável no Brasil e a promoção no mercado europeu. É a primeira vez que um relacionamento de trabalho é formalizado entre a ca-

deia da soja brasileira e importantes compradores europeus.

O acordo reúne uma das maiores entidades representativas dos agricultores brasileiros – a Aprosoja – e organizações que representam a indústria de óleos vegetais e rações animais do Brasil (Abiove) e da Europa (Fediol e Fefac). Este acordo,

que conta com o suporte do IDH, apoia vários objetivos do Código Florestal Brasileiro.

A assinatura do memorando é o reconhecimento por parte da Europa de que o programa de gestão rural Soja Plus, desenvolvido pela Aprosoja e pela Abiove, é a iniciativa mais adequada para o estabelecimento

da soja mato-grossense como um produto sustentável.

O Brasil produziu, em 2016, mais de 95,4 milhões de toneladas de soja, de acordo com a CONAB. A UE é a segunda maior importadora de soja do Brasil. Em 2015, a Europa



importou 5,8 milhões de toneladas de soja e 8,4 milhões de toneladas de farelo de soja do Brasil, de acordo com a Oil World.

PRODUTORES DE LEITE APLAUDEM A MEDIDA, MAS INDUSTRIAIS ALERTAM PARA OS CUSTOS

Menção à origem portuguesa na rotulagem do leite pode ser paga pelos consumidores

Bruxelas deu luz verde, na última semana, ao pedido do Governo para que se torne obrigatória a menção da origem portuguesa na rotulagem do leite e dos produtos lácteos. Os produtores de leite são unânimes quanto à importância desta decisão, aos seus efeitos na valorização do leite com origem em Portugal e querem que a medida "avance rapidamente". Por sua vez, a Associação Nacional dos Industriais de Laticínios (ANIL), que representa as empresas lácteas a operar em Portugal, prefere alertar para os "custos adicionais da sua implementação ao nível dos transformadores". Custos esses que, diz, serão "suportados pelos consumidores".

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

À margem da reunião do Conselho Europeu da Agricultura que decorreu na última semana, em Bruxelas, o ministro da Agricultura, Capoulas Santos, explicou aos jornalistas que "irá agora a Conselho de Ministros um diploma que tornará obrigatório em Portugal que o leite e os produtos lácteos ostentem nas respetivas embalagens a menção da origem Portugal".

A "Vida Económica" questionou a ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Laticínios, que representa a indústria láctea em Portugal. Paulo Costa Leite, diretor-geral, diz que "convém ter presente o Regulamento (UE) nº 1169/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro, que, a propósito do direito dos consumidores a essa informação e reconhecendo a especificidade do setor de laticínios, subordinou a sua aplicabilidade aos resultados do relatório que a Comissão deveria apresentar aos restantes membros

do trílogo até 13 de dezembro de 2014". E que esse relatório conclui que "os custos adicionais da sua implementação ao nível dos transformadores e a suportar pelos consumidores não justificavam a indicação da origem do leite". Ou seja, "sendo um fator importante na decisão de compra, não era tão preponderante como o preço, o sabor e as meras indicações das datas 'consumir de preferência antes de'/'consumir até'".

Com as alterações em matéria de rotulagem, o diretor-geral

da ANIL está em crer que, "pelo menos a curto prazo, verificar-se-á uma natural preferência dos operadores pelo aprovisionamento no mercado nacional". No entanto, "neste deve/haver e, pelas mesmas razões, é necessário que se tenha em conta o impacto nas nossas exportações de leite para o país vizinho, que são a nossa maior rubrica do comércio externo do setor".

Aprolep espera que a medida "avance rapidamente"

"Esta medida é positiva, porque Portugal está na periferia da Europa e foi, ao longo dos últimos anos, vazadouro das sobras de leite dos países maiores produtores, curiosamente países com preços médios ao produtor ligeiramente acima do

preço em Portugal e preços ao consumidor muito superiores", começa por dizer o presidente cessante da APROLEP - Associação Portuguesa de Produtores de Leite de Portugal.

Em declarações à "Vida Económica", Carlos Neves, que deixou em finais de janeiro a presidência da Associação – Jorge Oliveira é o novo presidente –, lembra que "o leite e produtos lácteos importados surgiam sob marcas nacionais da indústria ou distribuição e, no caso de queijo importado em barra e fatiado em Portugal, passava ainda a ter a marca de salubridade, o código PT do local de

breve prazo e de forma significativa o preço ao produtor, para recuperarmos o perdido nos últimos anos e encarmos o futuro com mais esperança".

"Valorização do leite nacional", diz a LeicarCoop

A "Vida Económica" também questionou Rui Sousa, presidente da LeicarCoop, na Póvoa de Varzim, sobre esta medida. O produtor de leite não tem dúvidas que ela, "acima de tudo, vai ter um impacto social muito grande", lembrando que "o atual contex-

do consumo e da produção de produtos de origem portuguesa".

Assim sendo, e analisando a estrutura produtiva nacional, "facilmente percebemos a importância que a implicatividade desta norma poderá ter na valorização do leite português", diz Rui Sousa. O dirigente espera, pois, que, com esta medida, "haja uma sensibilização dos operadores (indústria, comércio e consumidores) para a utilização e consumo de leite nacional, fazendo com que consigamos uma valorização ao longo de toda a cadeia".

Motivar o abastecimento em Portugal, diz a Fenalac

"O novo diploma de rotulagem do leite e dos produtos lácteos comercializados em Portugal vem permitir aos consumidores a escolha de produtos portugueses, com base na indicação 'PT', que passa a constar obrigatoriamente nas embalagens". E isso, diz Fernando Cardoso, diretor-geral da Fenalac – Federação Nacional das Cooperativas de Leite, "é positivo para a fileira nacional".

Em declarações à "Vida Económica" aquele responsável frisa, no entanto, que, "de acordo com a legislação comunitária, tal não será possível para os produtos lácteos importados, apenas constando se a origem é da UE ou extra UE". Ainda assim, "representando a Fenalac cooperativas portuguesas, que, obviamente, defendem a produção nacional, fazemos votos para que esta legislação motive o abastecimento em Portugal por parte de outros operadores, incluindo a distribuição", conclui.



embalamento". Por isso, o presidente cessante da Aprolep espera que a menção da origem portuguesa na rotulagem do leite e produtos lácteos "avance rapidamente, para dar transparência ao mercado e informação ao consumidor". Espera também que a indústria nacional "reforce a aposta na inovação para oferecer novidades ao consumidor" e que, "com a colaboração da distribuição, possa aumentar a

to de crise económica mundial no setor de leite se traduziu numa pressão muito grande sobre o mercado doméstico". Por outro lado, tendo em conta as tendências de comportamento dos consumidores, "as empresas priorizaram maior ênfase à criação e comercialização de produtos nacionais", já que os cidadãos "estão mais despertados para a importância social e económica

PUB

SOLUÇÕES SGS PARA A AGRICULTURA

- ANÁLISES LABORATORIAIS**
 - Solos
 - Águas
 - Folhas e raízes
 - Produtos Alimentares
- AGRICULTURA DE PRECISÃO**
 - Fertirrega
 - Mapeamento de solos
- CERTIFICAÇÃO**
 - Modo de Produção Integrado
 - GlobalG.A.P.
 - Modo de Produção Biológico
 - Sistemas de Gestão
- FORMAÇÃO SGS ACADEMY®**
 - Distribuição, venda e aplicação de produtos fitofarmacêuticos
 - Produção agrícola sustentável
 - Mecanização agrícola e condução de veículos agrícolas
 - Boas práticas de higiene e segurança alimentar
 - Modo de Produção Biológico

SGS PORTUGAL
T.: 808 200 747*
E.: pt.info@sgs.com
*de seg. a sex. das 9h às 18h

WWW.SGS.PT SGSMULTILAB.PT SGSACADEMY.PT SGS2020.PT

Selo 'Portuguese Coffee' lançado há um ano

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

A AICC - Associação Industrial e Comercial do Café lançou há precisamente um ano a marca institucional 'Portuguese Coffee - a blend of stories', que surgiu da aliança entre diversos torrefatores portugueses associados, que sentiram a necessidade de criar um elemento visual que "permitisse facilmente identificar este produto e as suas características únicas" face a bebidas expresso oriundas de outras geografias.

O selo de denominação da marca 'Portuguese Coffee - a blend of stories' representa várias histórias das diversas marcas à volta do café português mas, também, "a associação entre a História de Portugal e a História do Café no mundo", refere a AICC. Isto, porque "Portugal teve um papel preponderante na disseminação desta que é a segunda 'commodity' mais transacionada no planeta.

A Associação dos Industriais de Café refere as vantagens da inclusão deste selo nas embalagens das marcas nacionais, nomeadamente para as em-



Rui Miguel Nabeiro, presidente da AICC - Associação Industrial e Comercial do Café.

presas exportadoras. "Ela permite ao comprador, seja ele um cliente individual ou coletivo, reconhecer facilmente as características específicas do café português", também "garantindo que são mantidas as características deste tipo de café", fruto da sua especificidade e identidade próprias.

Já quanto às vantagens para os consumidores, assim como para os turistas estrangeiros que visitam Portugal e para as vendas nos mercados externos, a AICC explica que "a grande vantagem é a facilidade de re-

conhecimento deste tipo de café, a sua identificação imediata". Concretamente para os estrangeiros, "será uma forma de conhecerem também a tradição portuguesa e, desta forma, poderem depois pedir o 'nosso' café nos seus países de origem, podendo procurar na distribuição embalagens com este símbolo".

Cada português bebe 2,5 chávenas de café por dia

A AICC refere, citando dados da European Coffee Fe-

deration, que "80% dos portugueses consomem café diariamente, sendo que, em média, cada português bebe 2,5 chávenas de café por dia, o que corresponde a uma média de consumo (nacional) de café de 4,73 quilos por pessoa e por ano.

Já a média de consumo de café (europeu) é de 6,4 quilos, por pessoa e por ano. A nível mundial, a média de consumo de café é de 1,3 quilos, por pessoa e por ano. A verdade é que, apesar de os portugueses consumirem cada vez mais café, os líderes no consumo

desta bebida são a Finlândia (11,7 quilos), a Noruega (9,4 quilos), a Dinamarca (8,5 quilos), a Suécia (8,1 quilos) e a Suíça (7,5 quilos).

De acordo com a AICC, "o crescimento do mercado global de café (mercados asiáticos, sul-americanos e africanos), a mudança de hábitos de consumo dos países da Europa aliado à exploração de outras formas de consumo de café, nomeadamente no ambiente dentro de casa, constituem uma oportunidade para a internacionalização e crescimento" deste setor.

Empresas aderentes à marca 'Portuguese Coffee'

ASSOCIADO	MARCAS
A a Z do Café - Torrefacção de Cafés, Lda	A a Z do Café
CAFÉS NEGRITA, S.A.	NEGRITA
CAFÉS PARAÍSO DO LIS, Lda.	Paraíso do Lis
JMV - JOSÉ MARIA VIEIRA, S.A.	TORRIÉ
NESTLÉ PORTUGAL, S.A.	TOFA, SICAL, CHRISTINA e BUONDI
NEWCOFFEE	Bogani, Caffecel, Sanzala, A Cafeira, Novo Dia
NOVADELTA, SA	DELTA
NUTRICAFÉS - Cafés e Restauração, S.A.	NICOLA, CHAVE D'OURO
VALE & MARÇAL, SA	PORTELA Cafés

Incerteza do efeito Trump pressiona cereais e citrinos

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

A tensão política entre os Estados Unidos da América (EUA) e o México está a ter reflexos negativos no setor dos cereais. O milho caiu 7,25 centavos, -1,96%, e o trigo 7,75 centavos, -2%. Por sua vez, o mercado de soja baixou 18,25 centavos, -1,71%, impulsionado por uma melhoria na meteorologia, com excessos de humidade na Argentina, o início da colheita no Brasil e também devido ao efeito Trump sobre a cotação do dólar, refere o portal Agrodigital.

As primeiras medidas de Trump também geraram incerteza, nomeadamente no setor dos biocombustíveis. E este efeito não se fará sentir apenas nos EUA mas, também, na Argentina, que exporta para os EUA 90% da sua produção de biodiesel a partir de soja.

Justamente o Governo argentino tem-se referido amiúde aos efeitos que a vitória de Donald Trump pode ter na

economia do seu país. Embora a Argentina não dependa em tamanha medida das exportações para os EUA, como é o caso do México, a eleição do novo presidente está a ter, para já, um efeito imediato muito prejudicial sobre um setor-chave: os limões.

Recorde-se que a Argentina é o primeiro produtor mundial de limões. Exporta para o mundo todo, mas não para os EUA. No entanto, após intensas negociações entre o novo Governo de Mauricio Macri e o ex-presidente americano Barack Obama, foi desbloqueada a exportação do produto para aquele mercado.

Certo é que uma das primeiras medidas da administração Trump foi justamente bloquear de novo a entrada de citrinos oriundos da Argentina. O Departamento de Agricultura dos EUA fez saber que, "de acordo com as instruções emitidas pela Casa Branca em 20 de janeiro de 2017", fica "suspensa durante 60 dias" a autorização aprovada em 23 de dezembro.

Governo da Madeira impede desregulamentação da produção de banana

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

O presidente do Governo Regional da Madeira, Miguel Albuquerque, garantiu esta semana que, enquanto for líder do Executivo local, não permitirá a entrada na ilha de novas empresas no mercado da banana, de modo a evitar a desregulação do setor.

A produção de banana na Madeira cresceu 14,7% em 2016 face ao ano anterior, de acordo com os dados revelados pela Direção Regional de Agricultura. Em 2016 foram comercializadas na primeira venda 20.290,6 toneladas de banana, mais 2597,1 toneladas que em 2015, o que representa um crescimento de 14,7% face ao ano anterior.

Certo é que o Governo regional não quer a entrada de novos operadores. Miguel Albuquerque afirmou, durante uma visita realizada esta semana ao Centro de Horticultura das Preces, em Câmara de Lobos, que "há um conjunto

de pessoas que quer entrar no mercado e desregular o mercado, para baixar os preços e ganhar dinheiro à custa do produtor, mas enquanto eu for presidente do Governo isso não vai acontecer".

O líder do Executivo da Madeira frisou ainda que a bana-



na da Madeira é "a mais bem paga da Europa" e que o setor está organizado de forma a garantir "o maior rendimento"

aos produtores, assegurando que, enquanto estiver no Governo, "quem vai fazer o processamento e a comercialização da banana é a GESBA, a única empresa de gestão do setor".

De acordo com a Direção Regional de Estatística, o organismo de estatística da região, "é necessário recuar ao ano 2000 para encontrar um valor mais elevado na comercialização deste produto agrícola [como em 2016], sendo que a última vez que a barreira das 20 mil toneladas foi ultrapassada remonta a 2003".

A maioria da produção de banana da Madeira é destinada à exportação para fora da região, nomeadamente para o continente. As vendas para fora da ilha em 2016 foram de 85,4%, um ligeiro acréscimo face a 2015.

Este ano de 2017, os produtores de banana receberão 0,054 euros por quilo de banana entregue na GESBA, bem como um incentivo à produção de 0,02 euros por quilo. As ajudas comunitárias são de 0,392 euros por quilo.