

## €5 milhões para ampliar unidade fabril da Efapel

**As vendas da empresa de acessórios eléctricos vão crescer 12%, beneficiando do Projecto Escolas e do reforço das exportações**

O mercado português de acessórios eléctricos para a construção caiu 8%, mas as vendas da Efapel vão subir este ano 12%, beneficiando de "negócios irrepetíveis", como o Projecto Escolas, e do reforço das exportações. O fabricante de interruptores, tomadas e calhas técnicas vai até construir um novo módulo fabril que lhe concede mais 35% de capacidade e representa um

custo de cerca de €5 milhões.

No exterior, a empresa, sediada em Coimbra, avalia a possibilidade de avançar com investimentos fabris no Leste da Europa e Norte de África, duas geografias com custos de produção mais baixos. No caso do Leste, o interesse decorre da sua forte exposição ao mercado russo, o seu principal comprador externo.

A Efapel vende na Rússia 4,5% da sua facturação (€25 milhões em 2009), batendo os mercados angolano e francês que se lhe seguem na lista de 40 destinos que absorvem um terço da sua produção. O mercado russo é dos que

registam uma redução mais acentuada, compensada pela prosperidade de outros, como Angola.

A intenção de investir no exterior existe "mas está numa fase ainda embrionária que não nos permite identificar um país em concreto", diz Américo Duarte, o presidente da empresa. No Leste, seria sempre num mercado vizinho da Rússia, como a Polónia. No Norte de África, Marrocos leva vantagem. Angola não surge como primeira prioridade nesta ofensiva fabril.

"A crise existe e todos os dias nos bate à porta", reconhece Américo Duarte, que explica o de-

sempenho favorável neste exercício como o resultado natural das "opções éticas e estratégicas" tomadas há alguns anos. A adopção de um sistema de gestão focado no rigor "e não virado para fugir aos impostos" e de uma política de "valorização e reconhecimento dos recursos humanos" surgem no capítulo da ética.

Tornar-se expositor frequente das principais feiras internacionais foi uma das peças da estratégia adoptada. A lógica para alargar a base exportadora combina as grandes feiras europeias, na Alemanha, com a presença em certames regionais de países

emergentes, da Índia aos Emirados Árabes.

"Os novos mercados não se conquistam, vão-se conquistando. O ciclo é lento", adverte Américo Duarte. Este ano, os interruptores e tomadas da Efapel chegaram à Albânia, Paquistão e Quênia, que se juntaram a outros destinos improváveis como o Vietname, a Moldávia ou o Irão. Na exportação, a empresa nunca registou dívidas incobráveis.

A expansão da unidade de Serpins, através de um quarto módulo (3500 m<sup>2</sup> de área coberta), atrasou uns meses por causa das aprovações do projecto e não por

razões de mercado. Vai arrancar depois do Verão e ficará operacional no primeiro trimestre de 2010. A unidade está com uma folga de capacidade da ordem dos 15%, mas esta expansão permite assegurar, sem estrangulamentos, um crescimento mais acentuado das vendas, antecipando a esperada retoma.

O investimento terá um impacto reduzido na criação de postos de trabalho pela optimização de processos e melhoria da produtividade que induzirá. A folha de salários da Efapel contará, no máximo, com 300 nomes, contra os 289 actuais. A.F.