



ID: 18475875

12-10-2007

Plásticos que fazem falta



Hugo Gombao

Instalou-se em Benavente há sete anos, mas comemora 40 primaveras este ano. A Silvex tem em carteira um projecto de expansão da unidade industrial para partir à conquista do Centro da Europa

Rita Gonçalves
rgoncalves@hipersuper.workmedia.pt

O bom negócio começa na compra, sublinha Paulo Azevedo, director-geral da Silvex. A aquisição de matéria-prima é um «processo moroso que requer motivação. Uma boa compra permite ser mais competitivo no produto final», explica. Cerca de 95% do portfólio desta empresa portuguesa, sacos para o lixo e produtos para conservar alimentos, entre outros, são transformados na fábrica de Benavente. A Silvex importa plástico mas também material para reciclar dos quatro cantos do Mundo. A reciclagem é aliás uma aposta estratégica. «Estamos a estudar a hipótese de firmar uma parceria para exportar e vender plástico reciclado». A unidade industrial foi recentemente dotada com um novo equipamento que vai permitir reciclar meio milhão de plástico até ao final do ano. Em média, saem diariamente 60 mil toneladas de produtos da fábrica de Benavente, que conheceu a luz do dia em 2000.

Sete anos depois, a unidade industrial já não dá conta do recado. A meta de Paulo Azevedo é aumentar a produção e a capacidade de armazenagem desta unidade até 2009. «Apesar de ter alguns problemas para recrutar pessoal especializado, estamos determinados a continuar em Benavente. A expansão é vital, a nossa capacidade produtiva não cobre as encomendas. É um bom sintoma mas limita o aumento do negócio».

Até porque a expansão a nível internacional é a grande ambição desta empresa com 100% capitais nacionais. Angola e Reino Unido constituíram boas

apostas no segmento de sacos de lixo. Itália, França e Espanha também fazem parte dos destinos de exportação da Silvex, que, segundo Paulo Azevedo, vai atingir 10% da facturação da empresa no final do ano. A meta é aumentar este número "drasticamente" à boleia do aumento do músculo produtivo. É no Centro da Europa que o director-geral da Silvex encontra mais trunfos para vingar em concorrência com as grandes multinacionais.

Da etiqueta ao plástico

A Silvex foi constituída pela família Magalhães há 40 anos. A área de negócio era então vocacionada para sistemas de marcação e etiquetas. Em 1972 dá os primeiros passos na actividade industrial e sente necessidade de abraçar novos sectores de actividade. Ainda hoje o capital da empresa está concentrado numa família. Quatro accionistas principais

dividem 90% da participação.

O mercado doméstico representa 40% da facturação da empresa. Apesar de passarem despercebidas, grande parte das embalagens que protegem a carne e outros alimentos disponíveis nos lineares dos supermercados são produzidos em Benavente. Além disso, a empresa fabrica marca própria e primeiros preços para os principais distribuidores.

O maior concorrente da Silvex são as marcas próprias da distribuição, sublinha Hernâni Magalhães, director de marketing, que, segundo estimativa do próprio, detêm mais de metade do mercado.

É, por isso, essencial inovar neste sector para criar dinâmica e reforçar a diferenciação face às marcas próprias, explica.

A empresa lançou recentemente os inovadores palitos de gelo para garrafa e os sacos biodegradáveis.

Desenvolver tecnologia para produzir sacos com espessura reduzida mas resistentes é outra das apostas. «É incorrecta a ideia que quanto mais espesso for o saco mais resistente é. Nasceu da percepção que temos do papel».

No mercado profissional, por sua vez, que representa a maior fatia do volume de negócios (60%), a Silvex fornece o canal Horeca, a indústria e algumas autarquias. Recentemente, saiu vitoriosa de um concurso para fornecer 11 milhões de sacos à Câmara Municipal de Lisboa.

O produto estrela na Silvex são os sacos do lixo. São responsáveis por mais de 50% do volume de negócios da empresa que atingiu no ano passado 19 milhões de euros. Em 2007, a facturação deverá aumentar 10%, estima Paulo Azevedo.

A Silvex tem actualmente 195 colaboradores, entre os quais 12 deficientes. A fórmula do sucesso é, segundo o director-geral, a forte aposta em nichos de mercado e criação de produtos à medida de cada empresa. «Conseguimos muitas vezes conceber soluções 30 a 40% mais económicas, com mais qualidade e mais adequadas do ponto de vista ambiental», remata. ■



Hipersuper

12-10-2007

Silvex
Plásticos que
fazem falta.

Pág. 28

Tiragem: 5000

País: Portugal

Period.: Quinzenal

Âmbito: Outros Assuntos

Pág: 24

Cores: Cor

Área: 2,59 x 2,38 cm²

Corte: 2 de 4





♦ Não Alimentar

A Silvex tem em carteira novos projectos para partir à conquista da Europa Central.

Pág. 28



Não Alimentar



Ao comemorar 40 anos, a Silvex tem um projecto de expansão que permite partir para a conquista da Europa Central

Pág. 28