

EVOLUÇÃO E INOVAÇÃO

Vítor Oliveira, formado em Engenharia Química, encontrou a estabilidade profissional na área das telhas cerâmicas. Em entrevista à Revista Business Portugal, apresenta a empresa, o seu desenvolvimento e perspetivas de futuro da Cerâmica Sotelha.

A Sotelha conta com quase 50 anos de atividade. Conte-nos um pouco da sua história.

A empresa foi fundada em 1970 com o objetivo de produzir telhas cerâmicas com automatismos industriais ao nível dos melhores padrões de qualidade europeus à data. Na década de 80, desenvolveu uma outra unidade para fazer acessórios complementares para os telhados. Na década seguinte, instalou uma linha para pavimentos e revestimentos, e, mais recentemente, criou uma terceira unidade industrial onde produz telha de uma forma mais automatizada. Infelizmente o setor da construção tem vindo a decair fortemente, nomeadamente na área de materiais de construção e da cerâmica estrutural (telha e o tijolo). Atualmente a Cerâmica Sotelha, S.A. é o último representante da tradicional cerâmica de barro vermelho para coberturas inclinadas de todo o Norte de Portugal que caracteriza a paisagem arquitetónica destas zonas do país.

Produzem todo o tipo de coberturas de barro vermelho?

Temos duas linhas de produtos que procuramos comercializar: uma grande diversidade de produtos cerâmicos para coberturas inclinadas, bem como produtos de barro vermelho para ornamentação do edificado. São duas áreas que, apesar de serem tradicionais no negócio da empresa, são, no mercado global, bastante distintas e com públicos-alvo diferentes. A Cerâmica Sotelha tem como objetivo principal a disponibilização de soluções técnicas

de referência para coberturas habitacionais, com garantias de durabilidade, funcionalidade e inocuidade para as pessoas e para todo o meio envolvente. Complementarmente possuímos a marca RUSTICER que abarca os produtos da linha de cerâmica mais tradicional, derivada de cerâmicas rústicas, decorativas, onde se agregam as peças de ornamentação para muros, garrafeiras e tijolos ornamentais, ou seja, toda a cerâmica de construção tradicional de barro vermelho exceto tijolo estrutural.

Como e quando é que o Vítor aceita este desafio?

O meu primeiro trabalho na cerâmica foi na área da telha, numa das empresas de referência na zona de Leiria, onde estive cerca de três anos. Foi em 2000 que me convidaram a colaborar com a Sotelha, em Bustos, Oliveira do Bairro, onde desempenhei funções como responsável da área da Qualidade e no sector da produção. Entretanto saí para assumir a responsabilidade como diretor de produção noutra empresa de telhas e cerâmicas durante aproximadamente quatro anos. Foi-me então proposto o desafio de voltar para a Sotelha, com o intuito de recuperar a instituição de uma situação complexa em que se encontrava e, mais recentemente, assumi a função de diretor geral. Tem sido um desafio extenuante e cheio de percalços internos, mas sempre mantendo a qualidade do produto e incrementando a melhoria no serviço por forma a consolidar a posição comercial da empresa no mercado das coberturas cerâmicas.

O mercado internacional é visto como apetecível para a Sotelha?

Sem dúvida. Nos últimos dez anos temos tido um intervalo de 25 a 35 por cento, do total das vendas, que são para exportação. No fundo, também nos ajuda a compensar a quebra enorme que tivemos no mercado habitacional português. É isso que o setor tem procurado, no entanto, o baixo valor que temos por tonelada no produto torna-nos pouco competitivos nos mercados onde a relação qualidade/preço seja condição. O volume de exportação é maior por via marítima, uma vez que os custos tendem a ser mais baixos. Trabalhamos muito para o Continente Africano e para o Médio Oriente, o Líbano é o país onde o setor das telhas exporta mais de 40 por cento.

Como descreve o vosso produto?

Em Portugal temos dificuldade em comunicar a nobreza do nosso produto, que é um produto ancestral e, muitas das vezes, rotulado como antiquado. Apesar disso sabemos que apresentamos produtos de elevada qualidade funcional, que não prejudicam a saúde dos utilizadores, resistente aos agentes atmosféricos, ao fogo, e com uma durabilidade funcional de muitas décadas. É um produto que tem um ciclo de vida longo e que pode ser reutilizável e reciclável sem que daí resulte qualquer resíduo nocivo, ou seja, é um ótimo produto para exemplificar as potencialidades da economia circular para a qual teremos de evoluir.

Quais são os maiores desafios que este setor enfrenta?

O problema que está em cima da mesa é a descarbonização, uma vez que somos um dos sectores de atividade que é grande consumidor de energia, em Portugal, e a nossa energia térmica no processo cerâmico é, maioritariamente, proveniente do consumo gás natural. Há cerca de 30 anos o país investiu numa rede de distribuição, que era não só para as indústrias, mas para todos nós, cidadãos, podermos utilizar. Foi o que nos foi vendido: uma fonte limpa e segura que permitia, de facto, melhorias da qualidade de vida e da eficiência dos processos térmico. Hoje, por uma imposição

política, temos este pressuposto posto em causa. Ao nível social, o sector das telhas cerâmicas também enfrenta o problema da alteração de tipologia das coberturas habitacionais. As coberturas planas têm ganho terreno independentemente dos problemas de manutenção futuras, das soluções ambientalmente duvidosas e do ciclo de vida muito curto. Da mesma forma, a utilização de produtos que pretendem visualmente imitar as telhas cerâmicas em telhados inclinados, não passam disso mesmo, de imitações, pois não possuem as mesmas características nem desempenho funcional duradouro que as originais e ancestrais telhas cerâmicas, mas que, por uma questão de “moda” ou falso facilitismo de aplicação, estão a representar uma ameaça ao sector.

Voltando aos vossos produtos, aos amantes da cerâmica, onde é que os podemos encontrar?

A nível nacional, temos revendedores de materiais de construção pela rede nacional de distribuição. Não fazemos vendas diretas a clientes ou construtores. A nossa área de influência histórica é o norte e centro do país, que representam mais de 90 por cento das vendas no mercado interno.

Tendo em conta todos estes desafios, há algum projeto que tenham num futuro próximo?

Os desafios são, de facto, criar uma linha diferente de produtos, mas que possa ser em pequenas séries, talvez trabalhar para projetos com produtos de autor e desmistificar este mercado da massificação. Para isso, temos de ter empresas com pouca dimensão e acho que temos as competências internas para o fazer. Os nossos investimentos serão conduzidos de forma a manter a nossa capacidade e atividade industrial, a melhoria das competências das pessoas, com motivação, e disponibilizar aos clientes os produtos que satisfaçam as necessidades que todos procuram numa cobertura cerâmica, com todas as garantias de fiabilidade que lhe estão associadas.

Zona Industrial de Bustos, Apartado 20, 3771-904 BUSTOS
 Telefone: +351 234 757 070
 Apoio ao Cliente: comercial@sotelha.pt
 www.sotelha.pt

