

FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

TIPO DE PRODUTO	Rochas Ornamentais (v03.05.2017)
MERCADO ALVO	Polónia

RELAÇÕES ECONÓMICAS

		Ano Referência	2016	Tendência			
		Valores em euros			↗	→	↘
1	Valor total das importações de bens		170.337.791.000€	X			
2	Valor total das importações de rochas ornamentais		120.854.000€		X		
3	Valor total das importações de rochas ornamentais de Portugal		116.000€			X	
		Porcentagem					
4	Valor das importações de rochas ornamentais / valor total das importações de bens		0,07%				
5	Valor das importações de rochas ornamentais de Portugal / valor das importações de rochas ornamentais		0,09%				

PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

I. LINHAS ESTRATÉGICAS

De acordo com os dados do International Trade Centre para 2015, a Polónia foi responsável por 1,1% das importações mundiais de bens e por 0,8% das importações de rochas ornamentais, ocupando a 24ª e 27ª posição, respetivamente, enquanto comprador mundial. No período de 2011 a 2015, as importações polacas de bens cresceram ao mesmo ritmo médio das importações mundiais (3,3%). No que diz respeito às rochas ornamentais, as importações mundiais aumentaram a uma taxa média anual de 7,3%, enquanto as importações polacas baixaram 4,7% ao ano. Em 2015, na Polónia, as importações destes materiais de construção não chegaram a 122M€, menos 33M€ do que em 2011. Neste período, de 2011 a 2015, o único ano de crescimento foi 2014, com um aumento de 21,6% em relação ao ano anterior. A Polónia posicionou-se como 30º fornecedor mundial deste setor, com uma quota de 0,2% em 2015. Ao longo do período analisado, o crescimento médio das exportações de pedra natural a partir do mercado polaco atingiu 10,4% ao ano, facto que, combinado com a retração das importações, se repercutiu numa melhoria do saldo da balança comercial, ainda assim, deficitário em todos os anos.

Em 2015, Portugal posicionou-se como 18º fornecedor de pedra natural à Polónia, com 0,6M€ e uma quota de 0,5% (0,9M€ e 0,6% em 2011). No intervalo 2011-2015, a variação média das importações provenientes de Portugal foi de 7% por ano. Todavia, este crescimento resultou de um forte aumento pontual em 2014, ano em que foi alcançado o valor mais significativo (1,1M€), que correspondeu a 0,8% do mercado.

O setor conta com mais de 4 000 empresas, mas 80% são pequenas unidades com uma média de 5 trabalhadores e dedicadas, na sua maioria, à produção e comercialização de sepulturas funerárias. Não obstante, nos últimos anos, o setor de construção civil, que apresenta melhores perspetivas de desenvolvimento, tem vindo a ganhar cada vez maior importância enquanto cliente. No segmento de rochas destinadas a esta área de atividade predominam empresas de média e grande dimensão as quais representam cerca de 12% do tecido empresarial do setor. O valor de extração de rochas por empresas desta dimensão chega às 100 mil toneladas de rochas por ano.

II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

O mercado polaco oferece múltiplas oportunidades de negócio no setor das pedras naturais, não só devido à sua dimensão (38,5 milhões de consumidores) mas, sobretudo, ao contínuo processo de desenvolvimento que se reflete na melhoria das condições de vida da população, com uma classe média cada vez mais acentuada. A procura contínua de rochas ornamentais, cada vez com maior qualidade como material de acabamento de edifícios e a forte tradição da arte funerária, a par da escassez de recursos naturais próprios, são fatores que nos próximos anos manterão em alta a procura externa de rochas ornamentais. Estes recursos internos insuficientes refletem-se em pouca quantidade e, principalmente, diversidade da produção nacional.

Cerca de três quartos do consumo local corresponde a materiais agregados. Os blocos, placas e elementos acabados provenientes das importações, representavam cerca de 1,5 milhão de toneladas em 2011, quantidade que se reduziu até 2013, para 452 mil toneladas. Desde então, o mercado tem recuperado e, em 2015, o volume de importação atingiu as 639 mil toneladas. As zonas de maior consumo de rochas ornamentais na Polónia localizam-se, principalmente, na região de Varsóvia e, sobretudo, numa área que vai de Poznań a Cracóvia, passando por Wrocław e Katowice. A venda de pedra natural encontra a sua aplicação em dois segmentos principais: arte funerária e construção civil.

Alguns exemplos de aplicação das rochas são a execução de projetos de construção civil, com aplicação de rochas ornamentais para acabamento de pavimentos, halls, escadas, salamandras, parapeitos, cozinhas, casas de banho em habitações, edifícios públicos, escritórios, superfícies comerciais, correios, hotéis, locais de desporto e recreio. Nestes, nomeadamente, a a execução de projetos de infraestruturas aeroportuárias e ferroviárias para construção, ampliação e modernização de terminais de passageiros e de estações de comboios.

III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

O preço médio de importação de rochas ornamentais na Polónia teve uma tendência crescente entre 2011 (105€/ton) e 2014 (261€/ton), retraindo em 2015 (191€/ton). Em 2013, o preço médio das importações portuguesas atingiu o seu máximo nos últimos 5 anos, superando os 250€/ton. Para 2015 este preço médio teve um valor de 154€/ton.

No segmento da arte funerária, o nível de preço médio por lápide varia entre os 2 000 a 9 000 PLN (471€ a 2120€, à taxa de câmbio de 1€=4,2440 PLN, para Abril 2017), dependendo sobretudo do tipo de material usado (qualidade, cor, tamanho, forma e origem da pedra aplicada). Em geral, os granitos mais escuros são os mais caros. Nos últimos anos, tem aumentado a oferta de lápides de baixo valor provenientes da China, cujo custo, em comparação com os produtos polacos, chega a ser três vezes menor.

Nos últimos dez anos, a construção na Polónia verificou um crescimento elevado. Inicialmente, a procura de habitação esteve em alta, sustentada por empréstimos hipotecários favoráveis. Posteriormente, o setor recebeu um novo impulso com o Campeonato Europeu de Futebol de 2012, que obrigou à construção de estádios e ao desenvolvimento de infraestruturas. Esta expansão provocou flutuações significativas dos preços dos materiais de construção e do edificado. O aumento acentuado dos preços, condições mais restritivas no acesso ao crédito e a situação do mercado de trabalho provocaram a queda da procura. Nos anos seguintes multiplicaram-se os casos de insolvências na construção mas, em 2014, este número começou a recuar e, graças também a taxas de juro historicamente baixas e à relativa estabilização dos preços, a procura aumentou.

IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

A estratégia mais comum para iniciar uma cooperação comercial é o contato direto com o importador local que poderá ser feito de várias formas: ou através de contactos pessoais nas maiores feiras internacionais do setor que são visitadas, regularmente, pelas maiores empresas polacas, ou através de contatos por correio electrónico para

apresentação da oferta e marcação de uma reunião, na sede da empresa polaca ou numa das feiras setoriais em qualquer outra parte do mundo.

As empresas portuguesas têm de ter em conta que se trata de um mercado que requer um acompanhamento direto e frequente dos clientes locais. É também um mercado bastante competitivo, com uma forte presença de empresas locais e estrangeiras de grande qualidade, onde as empresas portuguesas podem encontrar dificuldades se não tiverem uma adequada e persistente estratégia de internacionalização.

As marcas portuguesas são muito bem conotadas na Polónia. Para este sucesso contribuem, em larga escala, 3 grandes empresas: a Jerónimo Martins e a Eurocash, no retalho alimentar, e o Millenium BCP, na área bancária. É notável o trabalho que estas marcas realizaram, sob os nomes Biedronka (que representa uma das maiores cadeias de supermercados da Polónia, com mais de 2.600 lojas) e Millenium Bank (uma marca com classificação de qualidade pela fundação Fundacja Wzrostu, um dos principais observadores de boas práticas empresariais na Polónia).

Graças a este trabalho, os consumidores polacos olham para as marcas portuguesas e, conseqüentemente, para os seus produtos, de uma forma positiva, pois associam a estas uma imagem de qualidade e confiança.

Ao nível da estratégia de comunicação, aconselha-se a participação em feiras e eventos.

V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Para a venda de rochas ornamentais na Polónia é recomendável realizá-la através de importadores nacionais que dispõem de grandes armazéns, utilizam os seus próprios canais de distribuição e tanto abastecem as empresas do setor como cooperam com as principais empresas de construção civil, às quais fornecem as rochas ornamentais.

Os maiores produtores/importadores/distribuidores e grossistas optam por utilizar os seus próprios canais de distribuição, através de pequenas empresas transformadoras, lojas e salões de exposição. Muitas empresas deste setor fazem distribuição através de armazéns independentes. Os pequenos transformadores de rochas ornamentais, que não têm condições para fazer importações diretamente, fazem encomendas em armazéns grossistas com grande frequência e em pequenas quantidades. A maioria destas empresas não possui stocks próprios e as encomendas são feitas conforme as necessidades correntes.

VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

As mercadorias com origem na UE encontram-se isentas de controlos alfandegários, sem prejuízo, porém, de uma fiscalização no que respeita à respetiva qualidade e características técnicas.

As transmissões intracomunitárias de bens são isentas de IVA em território nacional, para as empresas que estão registadas para tal. São, no entanto, sujeitas a tributação no Estado membro de destino dos bens. Na Polónia, o IVA (VAT – Value Added Tax) recai sobre a generalidade dos bens e serviços à taxa normal de 23%.

VII. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

Avaliação Global da Oportunidade



VIII. CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Website	Contacto tel.	Email
Marmara	Marmara	48 607 673 528	info@marmara.pl
Interstone	Interstone	48 46 857 24 47	interstone@interstone.pl

Stone World	<u>Stoneworld</u>	48 22 490 40 73	<u>info@stoneworld.pl</u>
Focus Stones	<u>Focus-stones</u>	48 22 401 04 40	<u>biuro@focus-stones.pl</u>
Kamienie Naturalne	<u>Kamienienaturalne</u>	48 87 423 50 98	<u>info@kamienienaturalne.com</u>
PS Granit	<u>PS-Granit</u>	48 607 670 797	<u>info@ps-granit.pl</u>
Hermes Gabro Stone	<u>HGS</u>	48 91 466 70 00	<u>biuro@hgs.pl</u>
Granmar	<u>Granmar</u>	48 17 851 33 65	<u>biuro@granmar.biz.pl</u>
An Kam	<u>An-Kam</u>	48 792 351 910	<u>marian.pilch@wp.pl</u>
Modeco Stone	<u>Modeco</u>	48 71 348 62 89	<u>modeco@kamien.pl</u>

IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
Stone - Industry Fair	Poznan / 22 a 25 de novembro de 2017	<u>Stone</u>
Budma - International Construction and Architecture Fair	Poznan / 7 a 10 de fevereiro de 2017 10 de janeiro a 2 de fevereiro de 2018	<u>Budma</u>
TARBUD - Feira do Setor de Construção Civil e de Rochas Ornamentais	Wrocław / 24 a 26 de março de 2017 23 a 25 de março de 2018	<u>TARBUD</u>

X. OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

A AICEP disponibiliza vários documentos com informação relativa ao mercado Polaco, que podem ser consultados acedendo ao website, no separador Mercados Externos, selecionando o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/MercadosExternos.aspx?marketId=94>.

XI. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Marcar as reuniões com antecedência.
- Estar bem preparado para os encontros que efetuar (levar a apresentação da empresa, catálogos e amostras).
- Dar respostas rápidas, concretas e substanciais.
- Manter os contactos regulares com os interlocutores polacos.
- Ser persistente e profissional na abordagem ao mercado.



- Chegar atrasado.
- Não existe o hábito de tratar as pessoas por Senhor Doutor (com exceção dos médicos ou de pessoas doutoradas) ou Senhor Engenheiro.
- Os polacos não gostam de ser considerados um "país de Leste" (pelo cunho da expressão e por se encontrarem na Europa Central).

