"O ano de 2017 superou as expectativas"

TEXTO
Carina Rodrigues
FOTOS
D.R.

O ano de 2017 superou as expectativas da Sorgal, que conseguiu crescer em todas as áreas. Para o presente exercício, em que a empresa celebra os seus 75 anos, o objetivo é consolidar esse mesmo crescimento e apresentar resultados sustentáveis que permitam manter o investimento. Recentemente distinguida com o Prémio Nacional de Agricultura, a Sorgal posiciona-se no mercado como uma empresa que quer produzir mais e melhor, de modo a corresponder às necessidades do mercado, quer interno, quer externo. Afinal, 25% das vendas são já feitas nos mercados internacionais. Sem nunca perder o foco na criação de valor acrescentado, na diferenciação e na inovação do produto, a Sorgal quer ir cada vez mais longe. Isso implica estar constantemente atenta e a par da evolução das necessidades dos animais deste segmento, como nos conta António Isidro, CEO da Soja de Portugal.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial

Grande Consumo - Como surgiu a Sorgal?

António Isidoro - *A história da Sorgal remonta a 1943, ano em que um grupo de industriais decidiu fundar, em Ovar, a sociedade Soja de Portugal, inicialmente vocacionada para a transformação industrial de derivados de soja. Em 1955, alterámos este processo e iniciámos as atividades de moagem de cereais que, em 1964, estiveram na origem da produção de alimentos compostos para animais e na criação da marca Sojagado. Esta atividade foi-se desenvolvendo quer através da ampliação da unidade produtiva de Ovar, quer através da aquisição de outras unidades industriais no interior e sul do país e, em 1989, a Soja de Portugal transformou-se numa holding. Através do 'spin off' da atividade de alimentos compostos, foi então criada a Sorgal. Parte de um grupo empresarial do sector agroalimentar que comemora, este ano, 75 anos de existência, a Sorgal centra toda a sua atividade na nutrição animal, produzindo e comercializando alimentos compostos para a avicultura e pecuária, aquacultura e animais de companhia, procurando posicionar as suas marcas na conquista de quota de mercado interno e externo. Atualmente, desenvolve a sua atividade através de três áreas de negócio (Sojagado, Aquasoja e Pets Best) e três unidades industriais.*

GC - Quais os valores que distinguem a atividade da Sorgal?

AI - *A Sorgal é uma empresa dinâmica, que se distingue, sobretudo, pela cooperação, ambição, responsabilidade, eficiência, rigor, confiança e inovação. Trabalhamos todos os dias para produzir mais e melhor e para corresponder às necessidades do mercado. A nossa missão passa por desenvolver negócios em áreas geradoras de sinergias, concebendo e disponibilizando ao mercado soluções competitivas, inovadoras e sustentáveis, mantendo elevados níveis de serviço e qualidade, equilibrando os interesses dos diferentes 'stakeholders'.*

GC - Como correu o exercício de 2017? Correspondeu às expectativas?

AI - *O ano de 2017 superou as nossas expectativas. Crescemos em todas as áreas face a 2016 e tivemos um desempenho económico igualmente superior ao do ano transato.*

GC - Qual é a vossa atual capacidade de produção? Preveem um aumento dessa capacidade ou é suficiente para responder às necessidades do mercado?

AI - *Na área da produção de alimentos para animais de companhia – 'pet food' seco para cães e gatos –, temos uma capacidade produtiva instalada superior a 50 mil toneladas no conjunto das duas fábricas, não se prevendo, a curto prazo, a necessidade de aumento. Estamos a falar de duas unidades relativamente recentes: a linha de produção situada em Ovar (2006) e a de Torres Novas (2013).*

GC - Que peso têm os mercados internacionais nas vendas da Sorgal? Em quantos mercados estão presentes, quais os mais importantes e aqueles onde ambicionam vir a estar?

AI - *Em termos globais, a Sorgal ultrapassou, em 2017, os 25% de vendas em mercados internacionais, tendo exportado para 15 países. Espanha e Grécia são as áreas geográficas com maior volume.*

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial

No que respeita aos alimentos para animais de companhia, o volume de exportação atingiu os 12%, apresentando esta área, nos últimos cinco anos, um crescimento no mercado internacional na casa dos três dígitos.

GC - Quais os principais desafios do vosso projeto de internacionalização?

AI - *Barreiras culturais, linguísticas, burocráticas e logísticas são os principais desafios que, todos os dias, temos de superar para continuarmos a crescer fora de portas. O nosso objetivo é ir mais longe e alcançar mais mercados, mas sem nunca perder o foco na criação de valor acrescentado, na diferenciação e na inovação do produto que colocamos no mercado. Isto implica estar constantemente atentos e a par da evolução das necessidades dos animais deste segmento. Por exemplo, a necessidade dos cães e gatos difere consoante a zona geográfica, o que exige que tenhamos conhecimento para fazer estes ajustes. Para tal, temos um departamento técnico constituído por sete pessoas e uma veterinária alocada a 100% ao 'pet food', que nos tem acompanhado em congressos, eventos e feiras internacionais, para perceber as tendências e ajustar as nossas ofertas aos diferentes mercados. Para nós é prioritário experimentar o mercado, consolidar e, posteriormente, avançar com a expansão, desde que tenhamos produto para dar resposta e acrescentar valor a esse segmento.*

GC - Que importância tem para a Sorgal ter sido distinguida com Prémio Nacional de Agricultura?

AI - *Este é um prémio muito importante, pois representa o reconhecimento do nosso trabalho, ao longo destes 75 anos de história, junto dos nossos clientes nacionais e internacionais. É para eles que trabalhamos diariamente e é por eles que queremos fazer mais e melhor, merecendo a sua total confiança.*

GC - As questões ambientais são uma preocupação da Sorgal? A competitividade está dependente da sustentabilidade, na vossa visão?

AI - *A Sorgal está inserida no grupo Soja de Portugal, que tem, há vários anos, uma estratégia de sustentabilidade corporativa implementada e onde a política ambiental é um pilar.*
A título de exemplo, os investimentos feitos pela empresa na procura por soluções amigas do ambiente levaram a que, nos últimos cinco anos, a produção de energia térmica para a nossa atividade recorresse essencialmente a combustível renovável (biomassa), o que evitou a emissão de mais de 52 mil toneladas de CO2 para a atmosfera.

GC - Como está a evoluir o mercado do "pet food" em volume e em valor?

AI - *Na nossa opinião, e face aos números de que dispomos, o mercado de "pet food" em Portugal, em termos globais, deverá ter crescido 4%, nos últimos tempos, prevendo-se que continue a crescer.*

GC - Quais as categorias mais dinâmicas?

AI - *O alimento seco e a comida para gato são os que apresentam maior dinamismo. Tentamos sempre inovar e adaptar-nos às necessidades do mercado.*

Para 2018, a Sorgal quer continuar a crescer e a apresentar resultados sustentáveis, que permitam manter o investimento constante na relação com os clientes e parceiros"

GC - Onde está a oportunidade de gerar valor para este mercado?

AI - *O valor está, essencialmente, na inovação e na diferenciação, uma vez que são sempre procuradas as melhores alternativas nutricionais para os nossos animais de companhia.*

GC - Os consumidores transpõem para os seus animais as suas próprias tendências de consumo (ex: biológicos?) De onde virá o novo foco de inovação para este mercado? Quais as próximas tendências de consumo que anteveem?

AI - *Claramente que sim. Com a crescente humanização e maior proximidade entre o animal de estimação e a família/lar que o acolhe, assistimos a mudanças substanciais a todos os níveis, desde os cuidados de saúde aos alimentares. Posto isto, cabe-nos a nós acompanhar e estar atentos a esta mudança de paradigma, que, sem dúvida, ditará a inovação que os produtos terão de sofrer.*

GC - Em que projetos está a Sorgal a trabalhar?

AI - *Na área do "pet food", estamos a trabalhar em vários projetos de inovação em rede, sendo que, nesta data, aquele que será mais relevante é o "MINDOG" com o ICBAS e com a Faculdade de Farmácia do Porto, com o apoio do COMPETE, onde pretendemos desenvolver fórmulas inovadoras na nutrição mineral.*

GC - Quais os objetivos da Sorgal para 2018? O que seria um bom ano para a empresa?

AI - *Para 2018, a Sorgal quer continuar a crescer e a apresentar resultados sustentáveis, que permitam manter o investimento constante na relação com os clientes e parceiros. Celebramos 75 anos, um marco importante na história da empresa, com a afirmação da Sorgal num mercado cada vez mais exigente e competitivo, quer em Portugal como no estrangeiro.*

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial