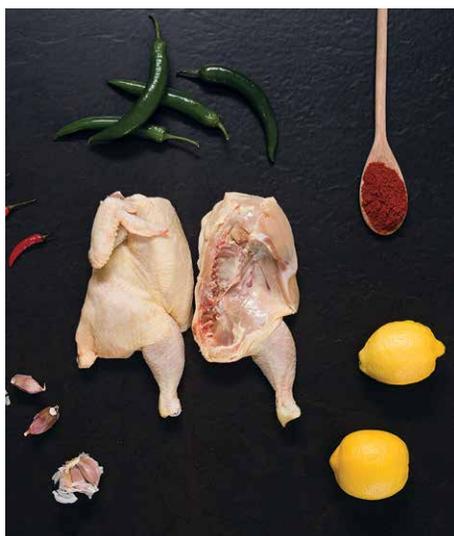




Satisfazer o mercado





Começou como uma empresa de carne de aves, mas cedo alargaria a área de actividade ao fornecimento de produtos alimentares, disponibilizando aos clientes um portefólio de produtos alargado. Foi desta forma que a Avicasal construiu o seu trajecto, de 45 anos

A Avicasal surgiu no mercado em 1974, altura em que a grande expansão no sector avícola em Portugal leva os anteriores acionistas a decidirem criar a empresa na sua terra natal, São Pedro do Sul. Local onde ainda hoje ficam as instalações da Avicasal mas que, durante os últimos 45 anos, foram sofrendo várias transformações.

Em 1975 seria construído o primeiro centro de abate, com capacidade para abater 1000 frangos por hora. «Hoje, estamos a falar de sete vezes mais», informa António Isidoro, presidente do Conselho de Administração da Soja de Portugal, grupo que detém a Avicasal.

Em 1992 era lançada a linha de produtos de charcutaria e ultracongelados e, já em 2004, com o objectivo sempre presente da segurança alimentar e do controlo de qualidade dos seus produtos, aumenta as instalações, assim como a sua capacidade de produção, tornando-se a maior empresa do concelho e assumindo-se como o maior empregador privado deste, tendo hoje mais de 250 colaboradores directos. «Em 2010 iniciámos o programa de Educação Ambiental nas escolas locais e que tem vindo a evoluir em diversas actividades educativas e desportivas, com o intuito de promovermos um crescimento sustentável da população juvenil do concelho de São Pedro do Sul», partilha também António Isidoro.

Em paralelo com estes investimentos e crescimento, a Avicasal foi diversificando a sua oferta, posicionando-se no mercado não

apenas como uma empresa de carne de aves, mas como um fornecedor de produtos alimentares, disponibilizando aos seus clientes um portefólio de produtos alargado, que possa satisfazer as diferentes necessidades dos mesmos. «Na minha opinião, a empresa distingue-se pela qualidade dos seus produtos e nível de serviço ao cliente. Para conseguirmos isto, é essencial um rigor e uma exigência constante, da qual não abdicamos, onde a inovação, a sustentabilidade e as sinergias no ciclo de produção do grupo, onde estamos inseridos, fazem toda a diferença. Mais recentemente passámos a ser uma empresa certificada pela norma “IFS Food” (International Featured Standards), norma internacional atribuída a empresas de produtos alimentares que cumprem exigentes requisitos de segurança alimentar e controlo produtivo, que visa assegurar aos nossos clientes uma transparente e clara informação dos nossos produtos, além de um rigoroso controlo de qualidade dos mesmos. Somos igualmente certificados com a ISO 22000 e a NP 4457 (I&D), reconhecidas pelo Instituto Português de Acreditação», sublinha António Isidoro.

De norte a sul e fora de Portugal

A Avicasal é fornecedor de alguns dos mais importantes players da distribuição moderna e do retalho tradicional de norte a sul do País, fazendo entregas diárias de pro-

/ **AVICASAL** //



António Isidoro, presidente do Conselho de Administração da Soja de Portugal

duto fresco em mais de 500 locais. Mas todo o mercado continua a ser acompanhado de forma dinâmica por uma equipa especializada de gestores de clientes, cuja missão é vender e potenciar a respectiva carteira, assim como realizar prospecção contínua de novos clientes a nível nacional e não só. «Por outro lado, um cliente satisfeito recomenda outro e desta forma existem também aqueles que surgem de forma espontânea, contactando-nos directamente», acrescenta ainda.

No que diz respeito ao actual portefólio, os principais produtos ainda são o Frango Inteiro e o Frango do Campo, sendo que este último é comercializado sob a marca “Frango D’Avó”, devido ao seu tipo de produção, em contacto com a natureza, que faz lembrar o tempo dos nossos avós. Até porque, conforme refere, «o cliente Avicasal é aquele que preza um serviço diário de entrega de produtos alimentares frescos de carne de aves e não só, obedecendo a elevados níveis de serviços e qualidade da entrega».

Entretanto, e já há cerca de 15 anos, iniciou o seu processo de exportação, com vendas para o mercado espanhol. Actualmente Espanha continua a ser um importante destino, mas a empresa olha também para outros na Europa, essencialmente, locais de forte presença da comunidade portuguesa.

No total, exporta para cerca de 10 países.

E porque mantém sempre um olhar voltado para o futuro, já iniciou este ano um forte investimento tendo em vista o aumento

da sua capacidade, de forma a dar resposta às necessidades crescentes dos seus clientes e do mercado em geral, preparando e desenvolvendo novos produtos, bem como novas soluções de embalagem que vão chegar em breve ao mercado.

Para comunicar todos estes investimentos e novidades, a marca tem tido sempre em conta vários parâmetros, segundo António Isidoro. «Até porque falamos de uma empresa com 45 anos, do ramo alimentar, pelo que é necessária uma especial sensibilidade na hora de comunicar. Tal como no nosso processo de produção, também na comunicação primamos pelo rigor, segurança, confiança e proximidade, apostando em mensagens claras, simples e directas, com as quais os nossos clientes se identificam.» Além disso, continua a haver uma promoção clara de toda a actividade, com visitas regulares de alunos das escolas do concelho, de universidades e clientes, às instalações da empresa. «Julgo que esta é a melhor forma de nos darmos a conhecer.»

Toda uma estratégia que faz com que o presidente do Conselho de Administração da Soja de Portugal reflecta que os grandes objectivos para 2020 são «conseguir um crescimento de 10% em volume e duplicar a quota de exportação».