

JOÃO PEDRO AZEVEDO - PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA SOJA DE PORTUGAL

"Se não estivéssemos bem integrados na comunidade Ovarense, não teríamos conseguido subsistir durante um tão longo período de tempo"

João Pedro Azevedo esteve em Ovar para assinalar o 70º aniversário do grupo Soja de Portugal. O Presidente do Conselho de Administração do grupo juntou-se aos colaboradores de Ovar para assinalar a efeméride e, numa entrevista concedida ao nosso jornal, falou do passado e revelou os fatores que têm conduzido ao presente sucesso.

DINIS AMARAL
DINISAMARAL@PRACAPUBLICA.COM

Fale-nos um pouco do grupo Soja de Portugal.

O grupo Soja de Portugal, que está a comemorar 70 anos, nasceu durante a II Guerra Mundial, na área do tratamento do grão de soja e, posteriormente, entrámos no negócio das rações e dos alimentos compostos. Seguiu-se uma fortíssima diversificação, com particular destaque para a aposta na área financeira, onde fomos acionistas fundadores do BPI e do BCI, entre outros, estivemos na

área imobiliária, na suinicultura, enfim, abrimos o grupo a muitas áreas de negócio para, depois, há cerca de 15 anos atrás, dentro do nosso plano estratégico, termos assumido uma recentragem da nossa atividade naquilo que é o grande setor da agroindústria.

Esta vossa atividade divide-se, hoje, em que áreas?

Aquilo que somos hoje resulta, um pouco, desta visão que iniciámos há 15 anos atrás. Hoje, nós estamos basicamente em cinco negócios. Estamos no negócio das

rações (alimentos compostos para a avicultura e pecuária), estamos no setor do 'pet-food' (alimentos secos para cães e gatos), estamos também no setor dos alimentos compostos para aquacultura (produção de pescado em regime intensivo), estamos ainda no setor de carne de aves e ainda no setor de tratamento e valorização de subprodutos de origem animal.

Tudo setores onde o grupo tem alcançado bons resultados.

Na área de nutrição

animal somos a maior empresa de Portugal, somos líderes de mercado na área de 'pet-food' e na área de 'fish feed', somos a empresa que mais exporta e a empresa que mais contribui para o saldo da balança comercial nacional na área de nutrição animal. Temos duas das principais marcas de carne de aves em Portugal e na área de tratamento e valorização de subprodutos de origem animal somos líderes no segmento de tratamento e valorização de resíduos de pescado.

Quanto pesa cada setor na faturação global?

Em grandes números, em 2012, a área de nutrição animal valeu para nós cerca de 105 milhões de euros, a área de carne de aves cerca de 70 milhões de euros, e a área de valorização de subprodutos de origem animal,

que tem uma componente de serviços muito importante, valeu em termos de vendas cerca de 7 milhões de euros.

São os resultados de um grupo de emprega quantos trabalhadores?

Em 2012, tivemos um número médio de 615 colaboradores, mas geramos 1400 postos de trabalho indiretos.

É possível chegar a esta fase sem haver uma missão orientadora da própria organização?

Eu penso que não. É completamente impossível atingirem-se os 70 anos sem termos clara a nossa missão. Não só temos uma missão clara, uma carta de princípios, que torna claro, para nós, aquilo que nós queremos fazer na vida. As empresas, co-

mo as pessoas, devem saber aquilo que vão fazer na vida. Esta missão tem de ser clara, tanto para os nossos colaboradores como para todos os nossos stakeholders. E nós temos uma estratégia que assenta nessa missão bem definida.

Recentemente, o grupo Soja de Portugal foi um dos nove selecionados como campeões nacionais de Portugal no European Business Awards. O que significa esta distinção?

Nós fomos, de facto, uma empresa que mereceu destaque num prémio europeu, de gestão, no European Business Awards, na categoria de inovação. A inovação é a melhor ferramenta que nós temos nas organizações para nos adaptarmos aquilo que é

Foto: Tiago Carriola





uma realidade cada vez mais dinâmica. Para organizações como a nossa, que têm o peso de 70 anos, se manterem jovens e ágeis têm de perceber que a inovação é, hoje em dia, uma ferramenta vital. Para além disto, a inovação, seja de produtos, de serviços, de processos, de marketing e até de modelos de negócio, é, também, um fator de dife-

“...o nosso lema, “Do Prado ao Prato”, que já conta com, no mínimo, 15 anos, ainda se encontra atual”

renciação em mercados cada vez mais convergentes do ponto de vista competitivo.

E o grupo Soja de Portugal tem procurado inovar e diferenciar-se?

Nós estamos, neste momento, num processo de certificação do próprio sistema de gestão de investigação, desenvolvimento e inovação e, portanto, é algo que nós levamos muito a sério.

Trata-se de um ramo muito particular de negócio onde tudo o que o grupo fizer terá impacto direto nas pessoas. Como é que se conjugam estas atividades?

Na verdade, há anos que temos um lema na área das razões onde, como diz e

bem, trabalhamos soluções de nutrição para animais que depois irão entrar na nossa cadeia alimentar. Nesse sentido, o nosso lema, “Do Prado ao Prato”, que já conta com, no mínimo, 15 anos, ainda se encontra atual. Isto quer dizer que, aquilo que os animais comem acaba por ser aquilo que nos iremos comer. Nesse sentido, é fundamental nós termos esta visão de cadeia alimentar, que exige uma necessidade de haver rastreabilidade total na cadeia. Hoje em dia, este fator é uma condição, não de diferenciação, mas uma necessidade para se estar no mercado.

A sustentabilidade é a grande preocupação do grupo?

A sustentabilidade é um dos pilares estratégicos transversais a todas as nossas áreas de negócio. Eu não tenho dúvidas nenhuma de

que, nas décadas de 1950 e de 1960, embora ainda não se falasse de sustentabilidade, este grupo sempre teve boas práticas nesse sentido. Os 70 anos que agora comemoramos indicam-nos isso mesmo, caso não tivesse sido assim, não estaríamos hoje aqui. Nós tentamos incorporar a sustentabilidade naquilo que é o dia a dia de cada empresa. Acima de tudo, o que temos de perceber é que quando tomamos decisões hoje elas não irão comprometer as melhores decisões de amanhã. Quero com isto dizer que temos de ter um alcance de médio e de longo prazo nas decisões que tomamos. Mas também, na largura das nossas decisões, temos que ter uma certa visão.

Decidir bem é, portanto, uma das chaves da sustentabilidade.

É verdade que nenhuma organização consegue ser sustentável e resistir sem criar riqueza que permita cumprir com as suas obrigações. Mas também é verdade que temos de atender às vertentes social, cultural e ambiental de onde estamos inseridos.

Por isso é que estão em Ovar há tantos anos.

Se não estivéssemos bem integrados na comunidade Ovarense não teríamos conseguido subsistir durante um tão longo período de tempo. Daí a sustentabilidade ser algo de absolutamente fundamental.

Como é que o grupo tem enfrentado a recessão económica em que o país está mergulhado?

É verdade que temos sentido este período reces-

sivo. É inegável que, nos últimos tempos, tem havido uma queda do rendimento disponível dos portugueses, seja pelo aumento da carga fiscal, seja pelo aumento do desemprego. É evidente que há um impacto muito forte ao nível da procura. Nos setores onde encontramos temos verificado que, ou não há crescimento, ou há até algum decréscimo da atividade. Por outro lado sentimos que há um foco no preço e algum ‘downgrade’ no portefólio de produtos.

Como é que o grupo tem ultrapassado estes problemas?

Procuramos estar no mercado de forma inovadora e diferenciada, oferecendo soluções diferentes e mais ajustadas. Do ponto de vista da eficiência operacional procuramos combater os desperdícios, as redundâncias e os luxos nas empresas, porque os nossos clientes não têm de pagar estas coisas que, caso não as combatéssemos, mais cedo ou mais tarde acabaríamos por pagar. Portanto, esta é a cultura do nosso grupo. Por outro lado, a procura de novos mercados é outra questão absolutamente fundamental em alturas de recessão interna. As empresas que direcionem a sua atuação apenas para o mercado interno estão a limitar o seu crescimento. Neste sentido, olhar para outros mercados é fundamental, quanto mais não seja para aprender.

No encontro que manteve com os colaboradores do grupo de Ovar lançou-lhes o apelo no sentido de ‘vestirem a camisola’ da empresa. Porquê?

Todos nós, dentro do grupo, temos competências muito diferentes e cada um na sua função tem um papel específico. Mas a questão de vestir a camisola é algo fundamental e tem de ser algo comum entre todos, sejam a administração, as direções ou qualquer outro tipo de colaborador. Hoje, não faz sentido estar no mercado de trabalho e num projeto onde se não veste a camisola. Tendo em conta a atual situação do emprego em Portugal, considero isso inadmissível, até.

70º ANIVERSÁRIO DO GRUPO ASSINALADO
COM RESPONSABILIDADE SOCIAL E REQUINTE

Soja de Portugal leva 200 stakeholders a fazer uma “viagem no tempo” na Casa de Serralves



A Soja de Portugal comemorou, no passado dia 8, na Fundação de Serralves, o seu 70º aniversário. O grupo, composto pelas empresas Sorgal, Avicasal e Savinor, presenteou cerca de 200 stakeholders com um jantar de gala, que teve lugar após uma

sessão oficial que contou com a presença de Nuno Vieira e Brito, Secretário de Estado da Alimentação e da Investigação Agroalimentar, de Rosa Albernaz, deputada da Assembleia da República, de diversos presidentes de câmara, com destaque para Ma-

nuel Oliveira, de Ovar, e de representantes de universidades e associações, entre outros.

O momento alto das comemorações teve lugar na Fundação de Serralves, onde, perante o Auditório Serralves lotado, a organização apresen-

Comemorações arrancaram de manhã, na unidade fabril de Ovar

As comemorações do 70º aniversário do grupo Soja de Portugal arrancaram de manhã, na unidade fabril de Ovar onde, João Pedro Azevedo se associou a dezenas de funcionários que cantaram

os parabéns à instituição. O Presidente do Conselho de Administração do grupo aproveitou a ocasião para reconhecer o empenhamento de todos os colaboradores, a quem acabou por lançar um

repto para o futuro. “Cada um de nós tem competências diversas e todos sabemos das nossas responsabilidades, pelo que, para enfrentarmos o futuro, temos que vestir a camisola”, disse.



tou o ‘filme’ da vida do grupo Soja de Portugal, que se encontra no mercado, desde 1943, e que atualmente atua em áreas de negócio como a produção de alimentos compostos para avicultura e pecuária, a produção de alimentos compostos para aquacultura, a produção de pet-food, a produção, abate e desmancha de carne de aves, e o tratamento e valorização de subprodutos de origem animal, possuindo fábricas em vários pontos do país, com destaque para as localidades de Ovar, Trofa, Pinheiro de Lafões, São Pedro do Sul, Vouzela, Pinhel e Torres Novas.

João Pedro Azevedo destacou que a missão do gru-

po Soja de Portugal “é bem definida” e que passa por “conceber e disponibilizar ao mercado soluções competitivas, inovadoras e sustentáveis”, sem perder de vista a manutenção de um “elevado nível de serviço e de qualidade, equilibrando os interesses legítimos dos diferentes stakeholders”, destacou. O Presidente do Conselho de Administração do grupo salientou que o compromisso do grupo Soja de Portugal “assenta nos valores da cooperação, ambição, responsabilidade, rigor, inovação e confiabilidade” e evidenciou os “mais de 135 milhões de euros que constituem o volume de negócios consolidado” de um grupo

que conta com uma carteira de 3520 clientes e que emprega 665 colaboradores diretos.

O encerramento da sessão foi marcado por mais um ato que reflete a política de responsabilidade social do grupo Soja de Portugal, com os responsáveis da instituição a distinguirem a Associação Raríssimas com mais um donativo, desta vez no valor de seis mil euros.

A noite terminou com um jantar oferecido aos cerca de 200 stakeholders do grupo Soja de Portugal, requintadamente servido na Casa de Serralves. É que “visitar a Casa de Serralves é fazer uma viagem no tempo”.

