

Avelino Gaspar, Presidente do Grupo Lusiaves, reafirma estratégia de médio/longo prazo

Queremos liderar o mercado na Península Ibérica

O Grupo Lusiaves é uma referência do setor agro-alimentar em Portugal, tendo obtido uma faturação consolidada em 2011 de 254 milhões de euros, um aumento de cerca de 20% face ao ano anterior. Avelino Gaspar, Presidente do Grupo Lusiaves, informa que o investimento de 127 milhões de euros que o grupo vem efetuando desde 2008 será finalizado com a concretização do projeto de renovação do centro de abate de Estarreja; garante que o investimento global foi fundamental para o grupo crescer em todas as vertentes, reforçando a cadeia de valor de todo o Grupo com a aposta continuada na verticalização das suas actividades, podendo assim corresponder ao aumento do consumo de carne de aves e ao crescimento das exportações. Espanha já é o principal mercado externo, mas o líder do Grupo Lusiaves mantém a aposta de a médio/longo prazo replicar o modelo vertical do grupo no país vizinho e assim conseguir atingir a liderança global do mercado da carne de aves na Península Ibérica.

TEXTO › JORGE ALEGRIA | FOTOGRAFIA › RUI ROCHA REIS

O Grupo Lusiaves está a finalizar este ano um investimento de 127 milhões de euros na modernização e expansão de diversas unidades e estruturas do grupo em Portugal. Os investimentos referidos estarão todos concretizados até ao final de 2012?

Não vai ser possível finalizar no presente ano esse conjunto de investimentos devido às questões burocráticas relacionadas com o licenciamento do projeto de remodelação do centro de abate de Estarreja e que ascenderá a 12 milhões de euros. As questões prendem-se fundamentalmente com alterações necessárias no âmbito do PDM – Plano Diretor Municipal do respetivo município e que acabam por condicionar o licenciamento e consequente arranque das obras de investimentos que pretendemos realizar nesse centro de abate.

Todavia, esperamos que ainda haja condições para se iniciar o projeto no decorrer de 2012.

Quais foram os principais investimentos do grupo dentro do referido conjunto de investimentos que perfazem os 127 milhões de euros?

Os principais e mais estruturantes foram sem dúvida, a unidade de transformação de subprodutos, onde valorizamos todos os restos recolhidos nos matadouros e nas salas de desmanche e consequentemente os aproveitamos para a produção de farinha de carne, farinha de penas e de sangue, entre alguns outros produtos e que são depois exportados para diversos destinos.

Sublinho que o resultado deste investimento nos fez praticamente triplicar no ano passado o valor das nossas exportações, passando de cerca de quatro milhões de euros em 2010, para se atingir os 12 milhões de euros em 2011. No fundo, conseguimos trans-

formar um antigo custo numa nova receita dentro do grupo. Um segundo investimento que reputo da maior importância consistiu no projeto do Centro de Incubação, onde se faz a incubação e a eclosão de ovos. Esta unidade foi inaugurada em 2009.

Este investimento no centro de incubação, obrigou-nos a fazer investimentos em quintas de reprodução e produção de ovos, para podermos abastecer de ovos o moderno Centro de Incubação.

Depois, também efetuámos pesados investimentos na construção de muitos quilómetros de pavilhões de produção em várias quintas que possuímos no país. Naturalmente que existindo mais ovos existem mais pintos, pelo que os centros de abate e as salas de desmanche também foram obrigados a realizarem investimentos para fazerem face ao aumento das capacidades de produção.

Qual foi o volume de negócios do grupo em 2011?

A faturação consolidada do grupo atingiu os 254 milhões de euros, o que constituiu um aumento de cerca de 20% face ao ano anterior, estando, aliás, em linha com o ritmo de crescimento das vendas do grupo alcançadas nos anos anteriores.

A produzir 1,8 milhões de pintos por semana

Atualmente, quais são as principais unidades do Grupo Lusiaves?

O Grupo Lusiaves estruturou-se de forma vertical, desde a produção até à distribuição, pelo que todas as unidades são importantes para o grupo. Naturalmente que existem algumas unidades com maior preponderância no grupo do que outras. Respondendo à sua questão: a fábrica de rações Racentro, empresa que indiscutivelmente constitui um grande contributo para o grupo, além de fornecer todas as necessidades da Lusiaves, coloca também o seus



produtos no mercado em geral, permitindo assim uma ocupação produtiva praticamente a cem por cento. A fábrica da Racentro é uma unidade muito moderna, com tecnologia de ponta e completamente automatizada. Produz mil toneladas por dia, ou seja, cerca de 30 mil toneladas de rações por mês. Além disso, devido à sua excelência de laboração, permite-nos produzir a um custo muito competitivo e também por essa via, no que ao grupo diz respeito, reforça a capacidade competitiva dos nossos produtos avícolas. A unidade de incubação também é muito importante em toda a cadeia que está a montante e a jusante da produção de pintos e dos frangos. Essa unidade trabalha diariamente e possui uma capacidade de produção que pode atingir 1,8 milhões de pintos por semana.

Para chegarem aos consumidores, o grupo instalou vários entrepostos ao longo do país. Em que locais é que se encontra disseminada essa rede de entrepostos?

A nossa estratégia assenta num trabalho de diversificação de produtos, de clientes e de mercados e daí também a aposta na internacionalização.

No que respeita ao mercado nacional, continuamos a trabalhar com os grossistas e distribuidores, bem como com todas as cadeias da moderna distribuição, com quem temos, aliás, e quero sublinhar esse aspeto, excelentes relações de parceria. No entanto, para estarmos igualmente no designado mercado tradicional e nos posicionarmos na sua proximidade, foi importante a aposta na aquisição de vários entrepostos ao longo do país, nomeadamente em Mirandela, Famalicão, Grijó (Gaia), Leiria, Santarém, Estremoz, Guia (Albufeira), Corroios (Seixal) e Loures. A partir

de cada um desses pontos efetuamos a distribuição para o Canal Horeca, com realce para as churrasqueiras, take away e superfícies similares.

Há pouco mais de um ano referiu numa entrevista que não tinha então sentido nas vendas do grupo os efeitos da crise económica, já evidente na altura. Com o acentuar da recessão, como está o mercado na atualidade?

As vendas este ano estão em linha com o passado histórico da empresa. Se no ano passado crescemos, este ano continuamos a crescer, embora essencialmente por via do mercado de exportação. Nesta matéria posso apontar-lhe o exemplo do mercado angolano, onde no primeiro trimestre do corrente ano, vendemos mais do que em todo o ano de 2011. O mercado francês também regista crescimentos muito significativos. Já no que respeita a Portugal, fruto destas grandes campanhas promocionais desenvolvidas pelas grandes cadeias de distribuição, as carnes em geral e as de aves em particular, não têm sofrido quebras no consumo.

Excelentes relações com as cadeias de distribuição

Essas campanhas desenvolvidas pela grande distribuição que mencionou, que em alguns casos chegaram a descontos na ordem dos 50%, têm estado na ordem do dia. A Lusiaves foi pressionada para efetuar descontos especiais às cadeias de distribuição para estas amortecerem os efeitos das suas campanhas de desconto?

Não sofremos pressões nesse sentido. O Grupo Lusiaves estabelece normalmente no início de cada ano, ou no último trimestre do



ano anterior, os contratos com as diversas cadeias de distribuição. Portanto, as formas de relacionamento são estabelecidas para o ano vigente nesse período, pelo que as campanhas que cada cadeia de distribuição decide em cada momento efetuar, constituem custos que são repercutidos nas próprias cadeias de distribuição. Além disso, deixe-me sublinhar um outro aspeto. O setor em que nos inserimos não possui neste momento margens para poder patrocinar essas campanhas, pelo que toda a baixa de preços que aparece ao consumidor é suportada pelas próprias empresas de distribuição.

A inovação constitui uma arma importante para as empresas, não apenas em tempos de crise, mas quando esta assume os contornos da atual, a inovação afigura-se ainda mais importante. O que é que o Grupo Lusiaves está a fazer nessa área fundamental?

Não podemos parar. Existem muitos ensaios em curso, muitas hipóteses em estudo, pelo que esperamos lançar ao longo do presente ano diversas novidades e continuar portanto a surpreender o mercado.

Numa resposta anterior enfatizou o aumento das exportações para os mercados angolano e francês. Atualmente, as exportações possuem que peso na estrutura de vendas do grupo?

Apesar do crescimento registado no volume de negócios que mencionei e do correspondente efeito na área das nossas exportações, estas mantiveram-se em torno dos 10% do nosso volume global de vendas.

Esperamos que em 2012 possamos ultrapassar essa fasquia e aumentar entre dois a três por cento o peso dos mercados externos na faturação do Grupo Lusiaves.



Liderar o mercado ibérico

Neste momento quais são os principais mercados de exportação?

O nosso mercado principal é indubitavelmente Espanha, visto que é o que está mais próximo e é para onde dirigimos as maiores quantidades de produtos. A seguir vem a França e o terceiro já é Angola. Mas sublinho igualmente a importância para a Lusiaves dos mercados inglês, luxemburguês, alemão e italiano.

Na entrevista que já mencionei e que nos concedeu há pouco mais de um ano, sublinhou então as suas expetativas e ambições futuras para o mercado espanhol, não desdenhando vir a liderar o mercado no conjunto da Península Ibérica. Continua com a ambição de chegar a esse patamar?

É uma ambição cada vez mais presente o virmos a liderar o mercado da Península Ibérica. No que respeita a Portugal, a população não está a crescer, o poder de compra também não está a crescer, ou seja, não são expetáveis grandes crescimentos no nosso país e isto apesar do esforço com o lançamento de novos produtos e da valorização da carne de aves. Existe porém um limite natural. Logo, o mercado externo será o condutor fundamental no crescimento do Grupo Lusiaves e nesta circunstância, será absolutamente natural que o mercado espanhol assuma uma posição preponderante.

Os investimentos que temos realizado inserem-se precisamente na perspetiva de abordar o mercado espanhol de uma forma cada vez mais sólida e substancial.

O abastecimento do mercado espanhol será sempre efetuado a partir da produção realizada em Portugal?

Numa primeira fase, sem dúvida. Já numa segunda fase pretendemos fazer em Espanha o mesmo que fazemos atualmente em Portugal com um negócio perfeitamente verticalizado. No entanto, até chegar esse momento, a nossa abordagem ao mercado espanhol passa por exportar os produtos produzidos em Portugal.

Num grupo dinâmico como é o Grupo Lusiaves, existem sempre necessidades de inovação e de investimento. Em termos estratégicos está previsto algum novo passo do grupo nos próximos anos?



Entendemos que necessitamos de crescer para outras áreas para além daquelas em que já estamos presentes e de forma consolidada. Em particular, consideramos a pertinência de entrar na área da produção de algumas matérias-primas, em particular dos cereais. Concretizámos uma pequena experiência na campanha cerealífera do ano transato e estamos a alargar essa experiência este ano, embora ainda com uma expressão relativamente reduzida. O Grupo Lusiaves considerou importante estudar a viabilidade de produzir matérias-primas e avançou por isso para as experiências que mencionei. Em Portugal, existem muitos terrenos e infraestruturas disponíveis para se produzirem cereais, terrenos que se poderão arrendar para produzirmos aí as matérias-primas de que necessitamos para o abastecimento das nossas unidades, embora estejamos conscientes da dificuldade de alguma vez virmos a ser auto-suficientes nesta área, pelo menos em Portugal.

Perspetiva um futuro risonho para o setor em que o Grupo Lusiaves se insere?

Sem dúvida nenhuma. As empresas portuguesas deste setor são muito boas, os trabalhadores são também excelentes, pelo que entendo que no setor da produção avícola, o nosso país tem uma palavra a dizer em termos europeus, porque se não formos os melhores, somos com certeza dos melhores da Europa a produzir carne de aves.

Somos um setor maduro em que as nossas produções são melhores do que na vizinha Espanha. Repare, Portugal sempre se distinguiu por ser considerado um “bom aluno” na esfera europeia, o que realmente também aconteceu na transposição das diretivas comunitárias em diversas matérias e também especificamente no nosso setor. Posso afiançar-lhe que as diversas autoridades portuguesas sempre tiveram um papel muito ativo para que as empresas cumprissem escrupulosamente as regras e os preceitos diversos dessas diretivas, o que efetivamente aconteceu em Portugal. As empresas portuguesas do setor avícola possuem presentemente das melhores salas de incubação e dos melhores centros de abate que existem no espaço europeu. Apesar de sermos um país pequeno, o que fazemos neste setor é de enorme importância e qualidade, assumindo por isso um peso de relevo no espaço europeu. ◀