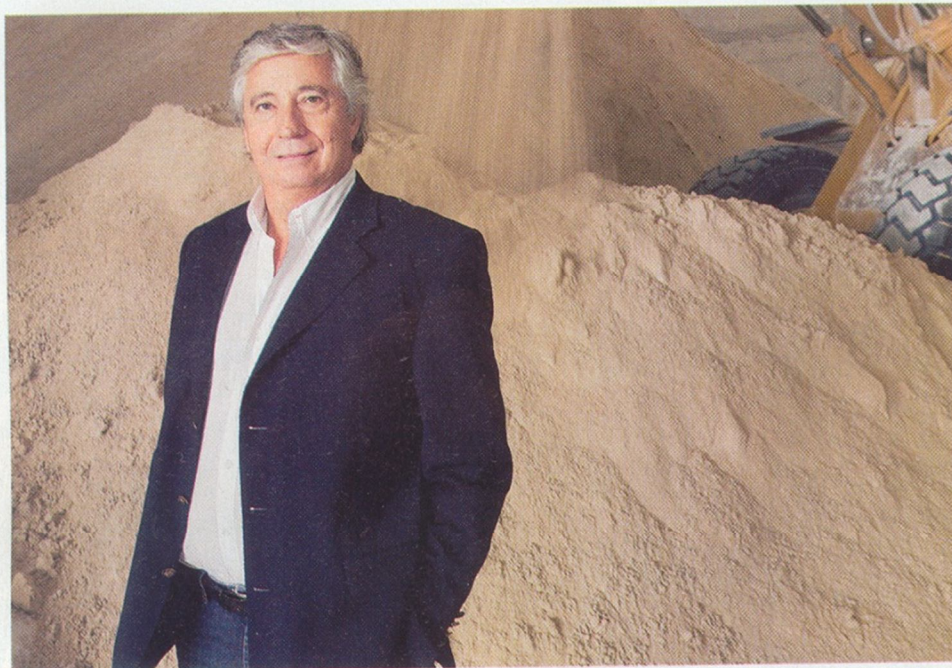


José Aldeia Lagoa & Filho

Adaptação é a palavra-chave

O seu melhor ano foi 2008, mas as circunstâncias mudaram com grande rapidez e a empresa teve de adequar as estratégias à nova realidade, a Espanha já não era o eldorado

Texto Susana Torrão



Segundo Carlos Lagoa, a empresa esteve quase dez meses sem poder exportar para Espanha

A registar vendas na ordem dos 14,3 milhões de euros – um crescimento de 18,4% face ao ano anterior – e os resultados líquidos a atingirem 413,8 mil euros (um aumento de 37,9%) em 2008, a José Aldeia Lagoa & Filho lidera as PME dos minerais metálicos e não metálicos. A empresa do Pombal, produtora de matéria-prima para a indústria cerâmica, definiu claramente a sua estratégia. Com o abrandamento do mercado nacional, apostou forte na exportação para Espanha. Uma opção que resultou em 2008.

Este ano a estratégia teve de mudar. “No fim do ano passado, o mercado da exportação sofreu uma grande quebra que só foi retomada em Setembro de 2009. Tivemos quase dez meses de travessia do deserto”, explica Carlos Lagoa, administrador da empresa, que garante que a recuperação no mercado espanhol deve continuar até Dezembro.

Perante a mudança de cenário, os responsáveis da José Aldeia Lagoa & Filho não cruzaram os braços. “Passámos a apostar mais no mercado interno, através da diversificação da oferta, com produtos diferenciados”, explica Carlos Lagoa. A empresa iniciou a produção, entre outros, de materiais obtidos através da reutilização de resíduos da cerâmica. Uma opção que se revelou vantajosa tanto para o cliente como para a empresa: o primeiro vê os seus resíduos tratados e volta a recebê-los na forma de matéria-prima, a empresa integra um novo produto no seu leque de oferta.

Com esta estratégia acabou por ganhar quota de mercado nacional. “Conseguimos manter as vendas

no mercado nacional, o que já não foi mau e, em 2009, a nível interno as vendas superaram mesmo as de 2008”, garante Carlos Lagoa. Já em Espanha a queda foi “brutal”. “Para ter uma ideia, em 2009 registámos 4,3 milhões de euros de perda no mercado de exportação”, explica o responsável. Além da diversificação da oferta, a nova estratégia passa também pela conquista de novos mercados de exportação, como os países do Norte de África, e por medidas de rentabilização energética.

Produtores de energia

Já em 2009 esta PME do Pombal aderiu à co-geração, introduzida em duas unidades da empresa – em Pombal e Santa Comba Dão. “Passámos a ser produtores, e já este ano a venda de energia já vai representar 600 mil a 700 mil euros do total da nossa facturação”, explica Carlos Lagoa. No total, o investimento na nova estratégia – com adaptação da maquinaria e instalações à produção de artigos diferenciados, exploração de novos mercados de exportação e entrada na co-geração – orçou em 4,5 milhões de euros.

As expectativas quanto aos resultados de 2009 apontam para uma quebra nas vendas na ordem dos 25% a 30%. “Contudo os resultados, por comparação, não deverão descer tanto. Não só a rentabilidade não

caiu na mesma proporção das vendas como os resultados extraordinários vão incorporar um prémio de realização de um projecto antigo. No final, contamos que os resultados líquidos rondem 300 mil euros”, antecipa Carlos Lagoa. Para os responsáveis da empresa, o optimismo regressa em 2010 quando prevêem voltar às *performances* que, no ano passado.

QUADRO DE HONRA

É um sector de grande volatilidade empresarial

1000 PME	Empresa	Pontos
1	660 José Aldeia Lagoa & Filhos	605
2	715 Incoveca	538
3	577 A Cimenteira do Louro	426
4	932 Sorgila	325
5	455 Ibera	292

As melhores ano a ano

2009	José Aldeia Lagoa & Filhos
2008	ETMA
2007	Qualibetão
2006	Esmalglass (Portugal)
2005	Cimentos Europa