

Vantagens da gestão prudente

Num ano em que assistiu à quebra de vendas e de resultados aumentou a sua autonomia financeira. Algo conseguido com anos de gestão criteriosa dos capitais da empresa



José Carmona e Costa optou por ajudar a financiar o negócio dos seus clientes

Texto Susana Torrão

PREÇOS EM QUEDA, redução drástica de vendas no mercado espanhol e entrada da concorrência castelhana no mercado português causaram dano no sector amideiro nacional. A Copam, assistiu ao que José Carmona e Costa, presidente, já previra: quebra de vendas e de lucros na ordem dos 20%. “As vendas baixaram de 33 milhões para 27 milhões, menos 19%. Mas aumentámos o valor acrescentado bruto, de 42 para 43, e a autonomia financeira”, afirma Carmona e Costa.

A quebra na faturação e resultados registada em 2009 – os resultados líquidos sofreram uma redução de 20,5%, ficando nos 2,6 milhões de euros – deve-se à descida de preços dos produtos (que a queda do preço do milho não conseguiu compensar) e à menor quantidade de vendas. A diminuição nas vendas da Copam foi sobretudo sentida nos mercados externos (com um recuo de 49%, sendo de 17% a queda no mercado interno).

A estratégia foi de prudência: “Nunca dar o passo maior do que a perna, evitar o desperdício. Gostamos de gastar em fábrica, não gastamos em luxo aparente e estamos sempre à procura da otimização.” Em 2009, a empresa abriu uma exceção quando recorreu ao crédito para financiar o investimento de 1,5 milhões de euros no novo secador da fábrica. “Seria um crime de gestão não aproveitar os incentivos criados pelo Governo para o investimento”, explica Carmona e Costa.

ESPAÑA CONTRA-ATACA

“Em 2008, tínhamos tido um bom desenvolvimento para o mercado espanhol. Em 2009, como consequência da crise, os nossos parceiros concorrenciais em Espanha começaram a defender o mercado deles, obrigando-nos a recuar. Diminuímos a nossa capacidade de intervenção no mercado espanhol que, por sua vez, nos veio agredir cá, o que nos obrigou a degradar preços, descendo não só as vendas como a margem de lucro”, afirma Carmona e Costa. Os projec-

→ QUADRO DE HONRA

1000 PME	Empresa	Pontos
115	Copam	532
100	Carmonti	466
109	Vieira de Castro	375
86	Indústrias Gelgurte	304
76	Puratos	242

As melhores ano a ano

2010	Copam
2009	Copam
2008	Copam
2007	Copam
2006	Vieira de Castro

tos de internacionalização para Angola – a empresa estava a analisar um negócio no Huambo – ficaram em *stand by*, devendo voltar a arrancar em 2011. Para o futuro, a Copam pretende entrar também chegar aos mercados de Marrocos e da Argélia.

Determinante foi a decisão, tomada em 2009, de investir na substituição de um grande equipamento. “Trocámos o secador antigo por um novo, o que nos vai permitir utilizar toda a aumentar em 22% a capacidade que tínhamos da moagem, num aumento de 22%. Vamos conseguir aumentar a nossa capacidade produtiva e 2011 será um ano melhor”, avança o responsável da empresa. Também positiva foi a entrada em funcionamento da nova fábrica da Portucel, em Setúbal, com efeitos diretos no consumo nacional de amidos que irá revelar-se sobretudo nas contas de 2010.

Com uma carteira de clientes estável, a Copam decidiu acompanhar o crédito ao cliente. “É cada vez mais notória a falta de disponibilidade dos bancos para financiar os nossos clientes. Os aumentos de preços originam necessidades crescentes de fundo de maneio, começámos a atribuir, internamente, *plafonds* aos clientes”, explica Carmona e Costa. A aposta nas relações de fidelidade é essencial. “As nossas indústrias são a dos antibióticos, do papel, do cartão canelado e indústrias alimentares. São sectores onde não há muitas empresas a fechar.” ■