

Empresa nascida no interior de São Paulo investe R\$ 55 milhões em nova unidade e prepara projeto de internacionalização

Tortuga de olho nas Américas

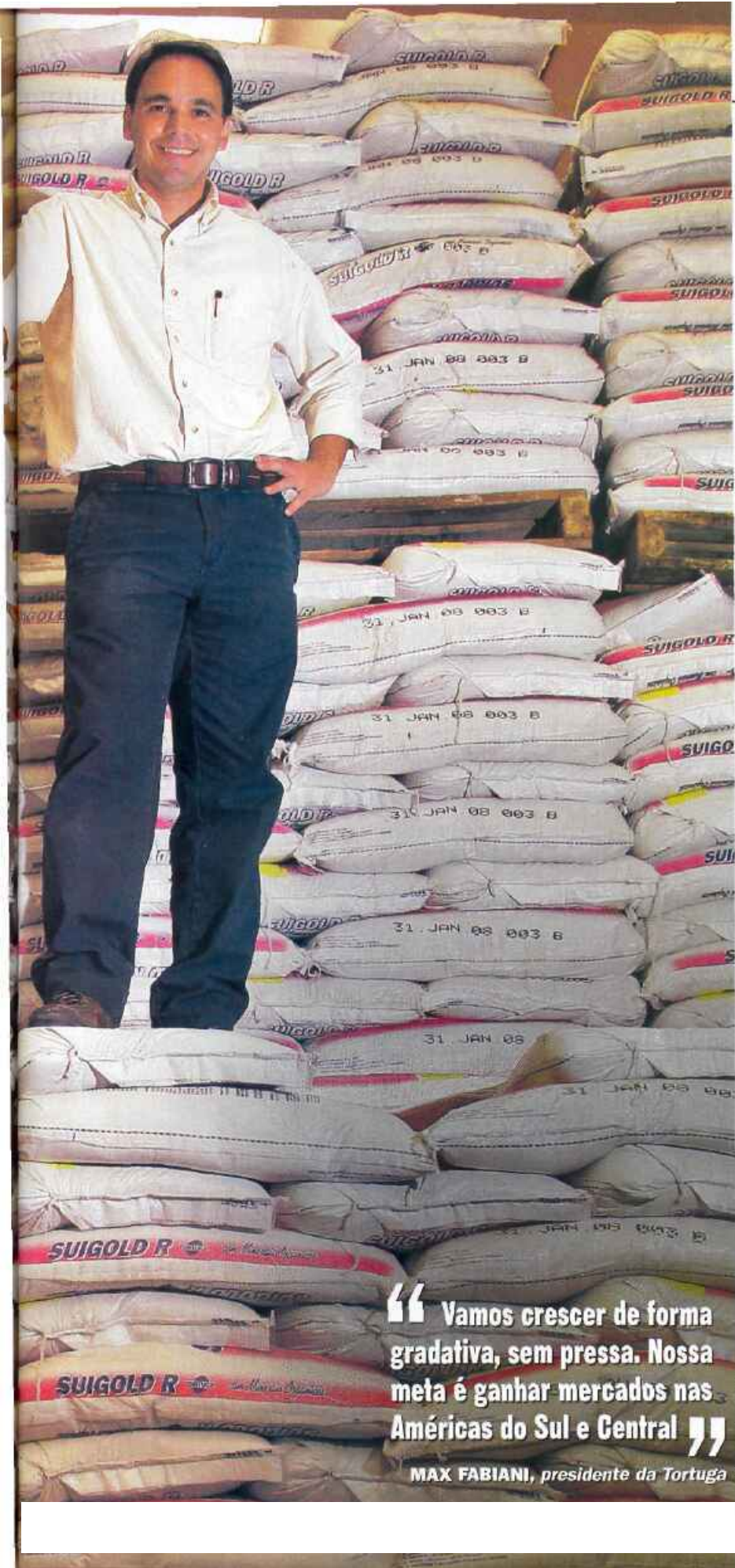
Há 49 anos no mercado, a Tortuga já conquistou seu espaço no Brasil. Seus produtos controlam 40% do mercado nacional de nutrição animal. Graças a uma gestão agressiva de lançamento de novos produtos, a empresa tem crescido a taxas de 15% ao ano e atingiu um faturamento de R\$ 450 milhões ao ano. Não é para menos. Como pano de fundo, a empresa tem um mercado pecuário que movimenta R\$ 9 bilhões por ano. Segundo dados do Sindicato Nacional de Alimentação Animal (Sindirações), o setor deve crescer algo

em torno de 7%. Mas a Tortuga quer mais. **A empresa aposta suas fichas na construção de uma nova fábrica no Ceará, um investimento de R\$ 55 milhões, que deve aumentar em 30% sua capacidade produtiva, que hoje é de 40 mil toneladas, produzidas somente na fábrica de Mairinque (SP).** A novidade vem atender a um plano de internacionalização que pretende ganhar mercados nas Américas do Sul e Central. "Boa parte da produção da fábrica do Ceará será destinada para o mercado externo, pois conseguiríamos oferecer nossos produtos com mais eficiência e

com custos reduzidos, em função da logística", diz o presidente da empresa, Max Fabiani. Entre os países que terão destaque estão Argentina, Paraguai, Venezuela, Colômbia e Panamá. "Acreditamos que esses novos mercados representarão um incremento de 10% no nosso faturamento, a partir da operação dessa fábrica", afirma Fabiani. Os embarques externos representam 10% das receitas da Tortuga. Ter uma presença mais forte no Exterior é um projeto que, há anos, vem sendo tocado pela Tortuga. O Paraguai, 15 anos atrás, foi o primeiro país em que a empresa

R\$ 450 MILHÕES
é o faturamento, que deve crescer 10% com a entrada de uma nova unidade de produção no Ceará





“ Vamos crescer de forma gradativa, sem pressa. Nossa meta é ganhar mercados nas Américas do Sul e Central ”

MAX FABIANI, presidente da Tortuga

abriu um escritório. Em funcionamento há pontos no Uruguai e distribuidores na Bolívia, Guatemala e Colômbia.

Mas, para se estabelecer nesses países, a empresa terá de fazer algumas adaptações por causa das características locais, diferentes da realidade brasileira. **A nova fábrica também servirá para atender a região Norte e Nordeste do Brasil, que observa franco avanço da pecuária.** "Estamos nos reestruturando para esse crescimento", diz Fabiani. Além da fábrica no "Ceará, a empresa está investindo na reformulação de centrais de distribuição, reformando um galpão no Pará e em breve irá construir uma unidade em Cuiabá, em Mato Grosso. "Estamos acompa-



DIVISÃO DE MERCADO:
fábrica de Mairinque (SP) atenderá os mercados do Sul e Sudeste do País

nhando a subida do gado e todo esse eixo de desenvolvimento que tem surgido nessa região", completa. **Todos esses investimentos, que somam mais de R\$ 600 milhões, serão tocados de acordo com a filosofia da companhia, ou seja, sem pressa e de forma segura, buscando alcançar longevidade.** "Estamos nos posicionando gradativamente, conquistando a confiança do mercado local, mostrando que viemos para ficar." O que pode soar conservador para muitos faz parte do segredo do crescimento de uma empresa familiar fundada em 1959, que hoje está na vanguarda de seu setor. "Vamos no nosso ritmo", afirma Fabiani. •

Eduardo Savanachi