

cliente CA



## Deliciosamente...

...Ti Piedade\*. Nome de pão-de-ló, que rima com... avó. O neto da criadora de tão famosa iguaria, Carlos Miguel Henriques, anda a conquistar o mundo com a doçura de um bolo caseiro de sabor bem português



**N**a pequena freguesia de Painho, concelho do Cadaval, há um nome grande da doçaria portuguesa: Ti Piedade. Assim era conhecida Piedade da Silva Henriques, portuguesa de mãos sábias na arte de um pão-de-ló que, passados mais de trinta anos, vai adoçando Portugal e muito boa gente por esse mundo fora. O neto de Ti Piedade, Carlos Miguel Henriques, engenheiro de Produção Hortofrutícola, assumiu em 2007 as rédeas de um negócio cada vez mais virado para a exportação. Vejamos como tudo começou... Pouco depois da Revolução de 1974, António Carlos, pai de Carlos Miguel, era então bancário em Lisboa. O seu espírito comercial e a facilidade de promover relações públicas levaram-no a propor a sua mãe que fizesse alguns pães-de-ló com destino a algumas das mais requisitadas pastelarias lisboetas, como a Colombo e a Mexicana, que entretanto se mostraram

disponíveis para testar o produto... Escusado será dizer que, num abrir e fechar de olhos, o promissor pão-de-ló com a assinatura Ti Piedade revelou-se um sucesso. De tal forma que, passado algum tempo, mãe e filho decidiram unir talentos e concentrar todas as suas energias exclusivamente no novo negócio feito de ovos, açúcar, farinha e uma vontade imensa que tudo desse certo. E deu. "Nos primeiros tempos, tínhamos duas entregas semanais de pão-de-ló em Lisboa, e cinco anos depois passámos a ter uma entrega semanal também no Porto. E assim foi até ao início dos anos 90, quando alargámos a nossa presença aos hipermercados Jumbo, começando por Alfragide e Maia", recorda Carlos Miguel Henriques. Nesses tempos, com a avó a coordenar a produção e o pai a assegurar a gestão comercial de uma empresa então já com 10 Colaboradores, o jovem Carlos Miguel dava uma ajuda na parte logística, con-

cretamente nas entregas. De 1990 a 1998 o pão-de-ló Ti Piedade entrou em todas as cadeias da grande distribuição em Portugal. E depois ultrapassou fronteiras. "Com a ampliação da fábrica e de novos investimentos na logística de distribuição, passámos a ter outros argumentos que nos permitem hoje apostar com toda a confiança na exportação, que deverá representar, já este ano, cerca de 10% do nosso volume de negócios, envolvendo países como a Espanha, França, Suíça e Inglaterra". Os argumentos de que nos fala Carlos Miguel passam também por uma capacidade de produção diária de 5.000 pães-de-ló (na variedade de 500 grs., o formato 'estrela' da casa). Estamos a falar do maior consumidor de gema pasteurizada em Portugal, com um gasto semanal entre 800 e 1.000 kg – qualquer coisa como 72 mil ovos! –, a que se somam 500 kg de açúcar e 200 kg de farinha. Acresce ainda a tudo isso uma

referência muito relevante: a certificação SGS na área da segurança alimentar. "Esse reconhecimento oficial mostra bem todo o nosso empenho, todo o nosso investimento, não tanto em fazer mais, o que é importante, mas antes disso, em fazer cada vez melhor". Há mais de 15 anos que o pão-de-ló Ti Piedade tem uma quota de mercado de cerca de 50%, sendo que no canal horeca (hotelaria, restauração e *catering*) o objectivo a curto prazo é chegar aos 35%. Diante deste cenário de crescimento imparável, há uma pergunta que se impõe: e o pão-de-ló, continuará ele fiel à sua essência? Ao visitarmos a fábrica em Painho, vimos que o processo de fabrico se mantém dentro dos mesmos moldes definidos por Piedade da Silva Henriques. Resultado: um pão-de-ló com todos os atributos de um bolo caseiro. Muito fofo e suculento. Que bem apetece repetir...

\*Cliente do Crédito Agrícola do Cadaval