

Negócio Pão-de-ló, do Cadaval para o Mundo

Carlos Henriques tornou os dotes da avó na confecção do pão-de-ló artesanal num negócio que, desde há um ano, começou a conquistar os mercados externos e que continua a crescer.



"O meu pai há muitos anos pediu à minha avó para fazer uns bolos para levar para as melhores pastelarias e confeitarias de Lisboa. Depois, foi introduzido na grande distribuição e agora estamos a comercializá-lo para o estrangeiro", conta à agência Lusa Carlos Henriques, administrador, resumindo assim uma história de mais de 30 anos.

Ao fim de ano e meio, as exportações representam 5% da sua facturação anual de 1,5 milhões de euros e, estima o administrador da empresa, pode chegar aos 10% até ao final deste ano.

A empresa fez também investimentos na conservação em frio, criando para as várias gamas do pão-de-ló um produto congelado, com oito meses de validade.

"Todas estas inovações têm permitido colmatar a crise, manter vendas e continuar a crescer", sobretudo no mercado das exportações, sublinha o administrador, que todos os dias vai recebendo ecos da qualidade deste pão-de-ló, o único certificado em Portugal.

"Esta semana fomos contactados pela Embaixada em Portugal na Coreia do Sul, onde houve pessoas que provaram o nosso pão-de-ló em Paris e querem lá ter o nosso produto", exemplificou.

Depois da Suíça, França, Inglaterra e Alemanha, já conseguiu penetrar nos mercados canadianos e angolanos, aos quais se vão juntar em breve o Brasil, a Coreia do Sul e o Japão.

A cozinha da avó 'Ti Piedade', que deu o nome ao negócio, transformou-se num espaço de confecção industrial, onde 12 pessoas trabalham com batedeiras e fornos eléctricos industriais, mantendo contudo os segredos do fabrico artesanal do produto.

Desde 2007, ocasião em que apostou numa nova imagem comercial do produto e foi criada a empresa, que o negócio ganhou dimensão, com a criação de um bolo de 85 gramas, a pensar no consumo em pastelarias, hotéis e restaurantes.

Rapidamente o tradicional pão-de-ló começou a ganhar novos sabores, com um sem açúcar e outro de chocolate e o de canela já está a ser testado e entra ainda este ano em comercialização.

A empresa, que possui 19 trabalhadores, vai construir uma nova fábrica, um investimento de 1,5 milhões de euros que vai permitir ter mais área de fabrico para dar uma maior resposta à procura e criar mais postos de trabalho.

Em Abril, o Governo atribuiu interesse público ao projecto, a ser implantado em solos da Reserva Agrícola Nacional, cuja autorização de ocupação já foi concedida.