

LEIRIA

A Gelpinhos foi fundada em 1981 com capitais totalmente nacionais, encontrando-se sedeadada na zona Litoral Centro de Portugal, em Atouguia da Baleia, Peniche. Esta é uma das empresas de referência no nosso País quando se fala de qualidade no mercado dos congelados em Portugal. Em entrevista a «O Primeiro de Janeiro», Mário Chagas, director da Gelpinhos,

GELPINHOS – INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS ALIMENTARES CONGELADOS

Um exemplo de qualidade



A empresa tem implementado o sistema HACCP

A Gelpinhos é uma empresa tipicamente familiar, sendo esta actualmente, gerida por dois sócios, ambos portugueses. Mário Chagas recorda como tudo começou: “Um dos sócios é meu sogro e o que aconteceu foi que ele

sua aquisição por parte do grupo permitiu a continuidade dos nove postos de trabalho existentes.

A mudança da Gelpinhos para as actuais instalações aconteceu entre os anos de 1986 e 1987, ainda que nessa altura estas

muitos pontos do mundo, “que a nós já foram vetados”. A Gelpinhos importa também peixe da África do Sul, nomeadamente as pescadas, a chamada pescada branca do Cabo, bivalves da Tailândia, red fish e bacalhau

uma embaixadora do nosso País”, declara Mário Chagas. Tudo isto faz com que, actualmente, esta empresa exporte mais de 90 por cento da sua produção.

Os serviços disponibilizados são o embalagem em saco, túnel de congelação em azoto líquido, embalagem em vácuo, embalagem em dupla pele, calibração do pescado, filetagem e linha de demolha.

A empresa trabalha em quatro áreas específicas: as comunidades portuguesas, junto de agentes, o que faz com que esta exporte, hoje em dia, para cerca de uma dezena e meia de países, espalhados pela Europa e pelo mundo. A Gelpinhos labora depois “num mercado muito mais exigente e mais específico: as multinacionais. Somos fornecedores da Iglo para o mercado nacional, trabalhamos ainda com a Marks & Spencer, Tesco, entre algumas outras. Toda a gente

nais”, defende.

Outro dos mercados da empresa é mesmo o internacional. “Hoje em dia, a sardinha já começa a ser apreciada por outros povos para além do português”. Cerca de um milhão de euros da facturação da Gelpinhos provem da venda de outros produtos que não o peixe congelado. São exemplo disso as refeições prontas, os doces congelados, as massas ou bolos. Estes produtos são confeccionados por duas empresas parceiras que utilizam as redes de distribuição da Gelpinhos para a comercialização dos seus produtos tradicionalmente portugueses. Estes são colocados no mercado com a marca Gelpinhos. Mário Chagas explica o porquê desta aposta: “Começámos a comercializá-los porque estes produtos nos foram solicitados pelos nossos clientes. Sempre fomos pioneiros nesta gama de soluções dentro do mercado. Não estamos

tala sobre esta empresa, que marca a diferença no mercado português.

esteve durante muitos anos emigrado na Alemanha. Quando regressou a Portugal sentiu-se um pouco perdido na decisão de escolher a área em que iria trabalhar. Foi então que surgiu a oportunidade de criar esta empresa com mais dois sócios. Nenhum dos empresários tinha qualquer tipo de experiência relacionada com este ramo de negócio, no entanto, penso que eles foram pioneiros, juntamente com mais algumas empresas da zona, no comércio de pescado congelado. Naquela altura a empresa comprava o peixe já congelado e procedia à sua postagem e consequente venda e funcionava como uma espécie de sociedade unipessoal sob a denominação de **Manuel Machado Chagas e Outros**". De referir que a Gelpinhos pertence a um conjunto de empresas, onde vale a pena destacar a existência de uma empresa ligada ao ramo da construção civil, uma outra, que labora no mercado da comercialização do bacalhau, em parceria com uma empresa norueguesa, a LusoFiorde, para além da Luso Alentejo, localizada em Elvas, que está agora em processo de recuperação, uma vez que foi adquirida em estado de falência. Esta empresa labora na área do cash & carry e a

não tosem em nada similares àquilo que são hoje. **"Ainda hoje continuamos a fazer a transformação do peixe que chega até nós já congelado. Este produto provém dos navios fábrica responsáveis pela captura em alto-mar. Se assim não fosse, a nossa costa não nos forneceria peixe fresco em quantidades suficientes para que pudéssemos fazer face ao nosso volume de encomendas. Hoje em dia, os navios fábrica têm todas as condições de higiene e salubridade necessárias para efectuar este tipo de trabalho. O peixe é capturado e, desde logo, preparado e congelado, para depois ser comercializado. Estes navios são capazes de ter uma produção diária superior à produção mensal de uma fábrica como esta. Além disso, a nossa costa também não dispõe de muitas das espécies que comercializamos. Não nos podemos esquecer que somos o País do mundo que mais consome pescado per capita. Por tudo isto, fomos obrigados a encontrar alternativas"**, explica o empresário. Grande parte do pescado com o qual a empresa trabalha provém da vizinha Espanha. Os espanhóis possuem uma das maiores frotas piscatórias do mundo, o que lhes permite continuar a pescar em

da Noruega, para além de moluscus da Índia.

Trabalham na empresa actualmente 52 pessoas, o que corresponde a um volume de produção instalada de 25 toneladas por dia. A empresa ocupa uma área de 3200 metros quadrados, acrescido de quatro armazéns frigoríficos com 7400 metros cúbicos, o que se reflecte num volume de vendas no ano transacto que ascendeu aos quatros milhões de euros. Todos os anos são exportadas, em média, 1700 toneladas de produtos Gelpinhos. A unidade fabril da empresa encontra-se equipada com laboratório próprio, afim de controlar e garantir a qualidade dos seus produtos, recorrendo a laboratórios oficiais sempre que tal seja necessário.

"De referir que a empresa se encontra tecnologicamente bem equipada, com o que de mais moderno e eficaz existe no mercado", de acordo com o nosso entrevistado.

A empresa labora com cerca de 60 diferentes espécies de pescados ainda que grande parte da sua produção esteja destinada à sardinha. **"Como trabalhamos muito com as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo, não nos podemos esquecer que a sardinha é quase como que**

sabe o quão altos são os níveis de exigência que estas marcas têm para com os produtos que comercializam. É por isso que somos auditados frequentemente, assim como também recebemos inspecções constantes por parte de representantes destas marcas".

Continuando ainda a falar das áreas de negócio da empresa, esta possui também alguns clientes em território nacional, ainda que muito poucos, um ou outro cliente na zona de Lisboa e Vale do Tejo, sendo que no Norte a Gelpinhos não tem mercado. **"Os clientes nacionais funcionam muito à base do preço, acabando por não serem muito exigentes com os níveis de qualidade. A compra da Luso Alentejo foi feita tendo como objectivo a revitalização do mercado nacional, além duma tentativa de conquista do mercado espanhol, quase um prolongamento do nosso, mas que, apesar disso, ainda não possuímos. Pensamos que agora, com esta empresa localizada quase na fronteira, vamos conseguir evoluir nesta área, apesar de termos a consciência de que, ao contrário dos portugueses para quem só o que vem de fora é que é bom, os espanhóis preservam os produtos nacio-**

preocupados com o preço e é por isso que se dizemos que a embalagem tem uma posta de bacalhau, ela terá mesmo a posta lá dentro e não algo similar e distorcido, o mesmo se passa com o bacalhau à Brás, por exemplo, onde os nossos clientes conseguem encontrar verdadeiros pedaços de bacalhau. Esta escolha faz com que não estejamos preocupados com o preço que estes produtos terão no mercado, mas sim com a sua qualidade. Nesta empresa temos por máxima: *tudo o que vendemos tem que ser bom*". Alguns destes produtos estarão no mercado nacional e internacional num período de dois meses. De acordo com o empresário, este produto foi pensado especificamente para os emigrantes porque muitos deles vivem sozinhos e não têm tempo para se dedicar à cozinha, uma vez que chegam a casa cansados do trabalho. **"Com os nossos produtos eles poderão usufruir de uma verdadeira refeição portuguesa, podendo matar um pouco as saudades que têm de casa"**.

A empresa tem implementado o sistema HACCP e encontra-se em fase final do seu processo de certificação com base na norma ISO 9001/2000. **"É por isso que conseguimos ser impor-**

LEIRIA

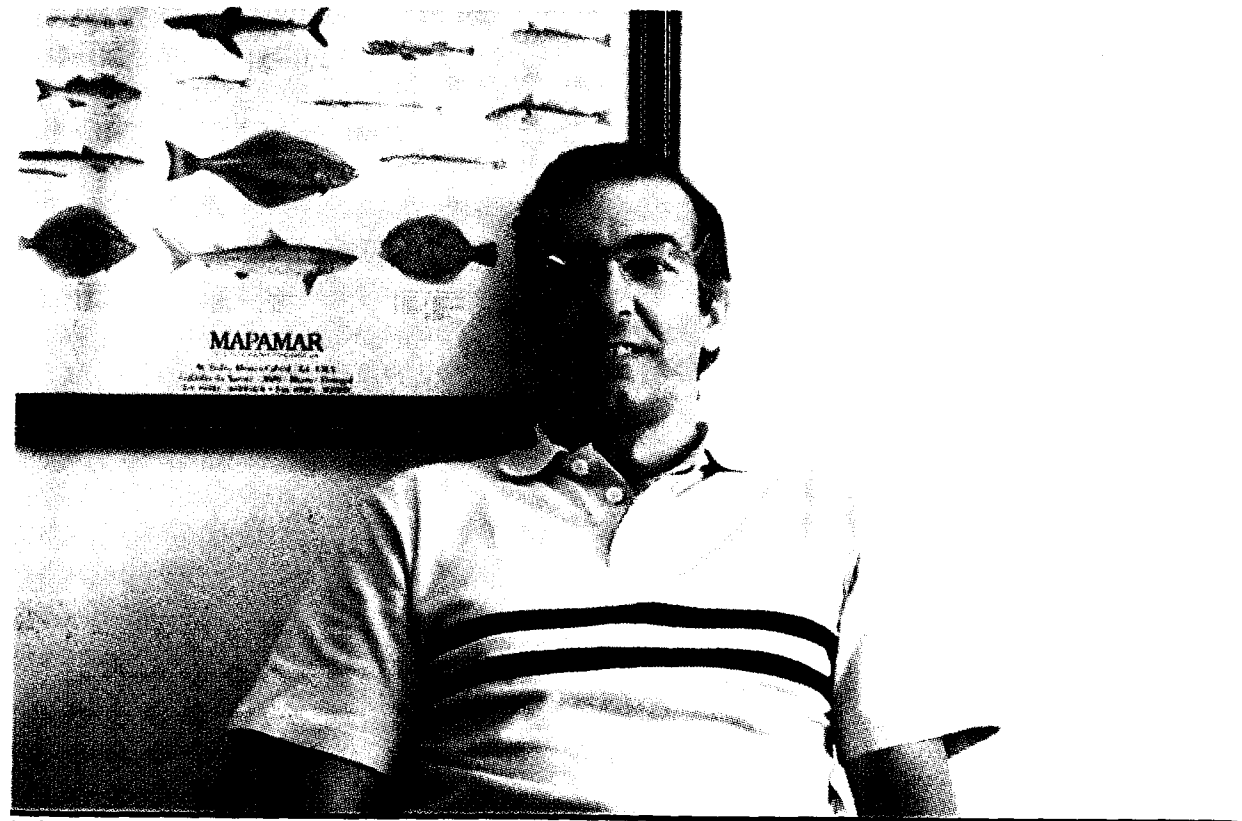
tantes fornecedores de inúmeras multinacionais em Portugal e no estrangeiro, sendo que o sucesso que temos vindo a obter nos permite encarar o futuro com optimismo. O nosso objectivo é certificar não só a empresa, como também o nosso processo de HACCP", reitera.

Mário Chagas refere que, apesar de não ser pessimista e negar a atitude derrotista que caracteriza os portugueses, ao nível do mercado externo, o único problema que a empresa enfrenta tem a ver com a extensão dos prazos de pagamento. Alguns clientes começam a ter dificuldades, mesmo em mercados como o alemão ou o francês, tradicionalmente dinâmicos e fortes. Ao nível do consumo, o volume de vendas tem vindo a subir, assim como o número de clientes.

De acordo com o empresário, aquilo que a Gelpinhos pretende é que os seus clientes cres-

vas, ou se dedicam ao retalho, com distribuição própria, uma opção com custos substanciais devido à complexidade da sua logística, ou os empresários optam por trabalhar directamente para as grandes superfícies comerciais. Eu tenho evitado, ao máximo, tomar essa decisão. Para colocar a marca Gelpinhos nas grandes superfícies é extremamente complicado e acarreta custos muito elevados. Se colocarmos a marca do próprio hipermercado voltámos à guerra do preço, com baixos níveis de qualidade. As empresas têm que trabalhar para poderem subsistir, sendo assim não concebo que quem trabalhe sejamos nós e que quem ganhe o dinheiro sejam eles", acusa o empresário, que continua dizendo que, neste tipo de mercado, as exigências são muitas, os pagamentos efectuados o mais tardiamente possível e os custos são extremamente avultados, na medida em que tudo é pago.

Segundo Mário Chagas, muitas empresas que optaram por esta solução acabaram por entrar em processo de falência.



Mário Chagas, proprietário da empresa

O empresário afirma que tem orgulho no facto da empresa trabalhar com as melhores matérias-primas, que consegue encontrar no mundo para cada espécie. É óbvio que essa escolha se reflecte depois na concorrên-

Em relação ao futuro, Mário Chagas afirma: "Vamos tentar desenvolver o mercado nacional, através de uma maior aposta na Luso Alentejo, o que nos permitirá crescer tanto em Portugal, como também em

durante todos estes anos, um obrigado pela confiança e pela fidelidade. Espero que saibam que podem contar com a Gelpinhos, para que consigam atingir os seus objectivos, para que cresçam, comercializando

os nossos produtos, tanto para as comunidades portuguesas, como também para os autóctones que apreciam, cada vez mais, a nossa cozinha e os sabores tradicionalmente portugueses"

çam para que a empresa possa crescer juntamente com eles. É por isso que a Gelpinhos aposta em dar aos seus agentes meios e produtos que lhes permitam evoluir e prosperar no seu negócio. "Temos uma política muito protectora em relação a todos os nossos clientes, independentemente do seu tamanho e volume de compras. Para nós são todos iguais e respeitámo-los ao máximo. É por isso que não temos dois clientes a comercializar o mesmo produto na mesma área, não queremos que façam concorrência um ao outro. Talvez seja por isso que continuamos a preservar os nossos clientes iniciais, quase nunca perdemos um, seja porque razões for". Esta empresa faz tudo ao seu alcance para que consiga cumprir todos os seus compromissos, sejam eles ao nível do pagamento, sejam ao nível dos prazos de entrega. "Aqui não nos limitamos a vender peixe, prestamos também um serviço. Gosto de clientes exigentes, que venham aqui e nos coloquem desafios, eles não podem é depois quer discutir preços abaixo de determinado valor".

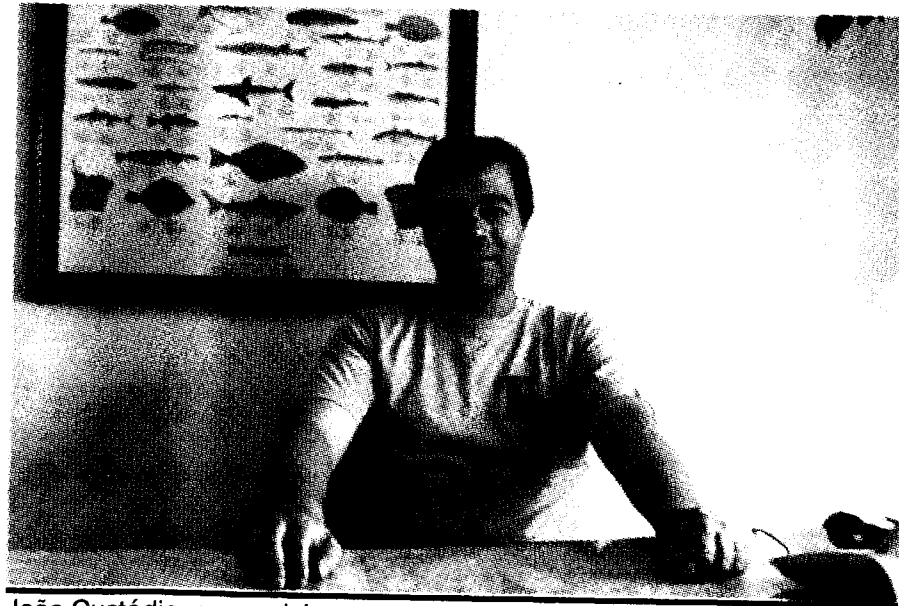
Em relação ao mercado nacional, "as coisas já estão mais complicadas. No nosso País, as empresas só têm duas alternati-

O empresário entendeu que não valia a pena correr este risco. "É indiscutível que estas lojas têm uma grande capacidade de venda, mas nós não podemos ficar com toda a nossa produção dependente de uma empresa apenas, quando, de um momento para o outro, eles podem rescindir o contrato que têm connosco, o que faz com que fi-quemos com a fábrica parada e conseqüente prejuízo. Prefiro trabalhar com empresas que querem qualidade, serviço e que não se importam de pagar mais por isso".

cia. "É claro que os preços dos produtos no mercado também são distintos, a escolha terá que ser do consumidor. O mais importante é que as empresas sejam sérias e não coloquem uma etiqueta no produto, quando este é bem diferente. Muitos destes produtos têm regras que é preciso cumprir e medidas que têm que ter, tanto ao nível do comprimento, como da gramagem. Estas regras devem ser sempre cumpridas para que os consumidores, que não estão dentro deste assunto, não sejam enganados".

Espanha. Tenho ainda outros projectos já pensados há muito tempo que me falta concretizar, nomeadamente a presença em África e o desenvolvimento de uma linha de produtos para os mais novos. Talvez assim conseguíssemos educar desde o início as nossas crianças para que estas passassem a comer e a apreciar mais o peixe".

O empresário aproveita ainda esta oportunidade para deixar uma mensagem a todos os consumidores e clientes: "Quero deixar uma mensagem de agradecimento por acreditarem em nós



João Custódio, comercial

PRODUTOS COMERCIALIZADOS

Para além de dezenas de espécies de peixes, moluscos e marisco, a Gelpinhos comercializa ainda inúmeros produtos pré-cozinhados, como é o caso dos pastéis de bacalhau, rissóis de camarão, carne e pescada, croquetes de carne, almofadas de carne e de atum, folhados mistos, empadas de galinha, filetes de frango, panadinhos de queijo e fiambre, para além de uma completa gama de pratos tradicionais portugueses, dos quais podemos destacar o bacalhau dourado ou bacalhau à Brás, o caldo verde, a sopa de grão, o arroz de pato, o bacalhau no forno, a sopa de feijão branco, bacalhau com grão, com broa, à Zé do Pipo, feijoada de chocos, sopa de peixe, lulas e potas recheadas com carne estufada ou tâmaras enroladas em bacon. A empresa comercializa ainda massas lêvedas folhadas e massas folhadas, legumes congelados (caldo verde, favas, ervilhas, jardineira, feijão verde cortado, espinafres, alho francês e cenoura), carnes diversas (frango, bifanas, entremeadas, dobrada, unha de porco, cozido à portuguesa, mão de novilho, costeletas de novilho e porco, moelas, miúdos de frango, codornizes, lombo limpo, coelho, cabrito, borrego e picanha) bolos de sobremesa e bolo-rei (placa de São Marcos, bolo de bolacha com e sem fios de ovos, placa Tiramisú, placa trufa, bolo de chocolate, bolo brigadeiro, tartes de café, morango, ananás, manga, whisky, natas, amêndoa, laranja, frutos do bosque, lampreia, tronco de Natal, mini bolo-rei, massa de bolo-rei, bolo-rei pré cozinhado e bolo rainha), produtos prontos (queque de noz e mel, de amêndoa, laranja, chocolate, bolo de arroz e donuts simples) e pão (pão com chouriço, de queijo e bacon, d'avó redondo, com passas, de forma, de cachorro, para hambúrguer, baguette, bola de mistura, cacete, chapata e rústico).