



## Fazedor do ano: meia.dúzia em bisnaga e tubos de ensaio

Entre os 30 sabores de compotas de frutas que existem atualmente na meia.dúzia é possível escolher seis para a meia dúzia de experiências.

Mariana de Araújo Barbosa | 01/12/2014 | 09:41

**Combateram o ceticismo com a originalidade: criaram embalagens de compota como se fossem tintas de pintar. As bisnagas enfeitam lojas em Espanha, Colômbia, Áustria e Angola**

Se há ideias que podem mudar a maneira como pensamos sobre determinados produtos, a **meia.dúzia** é uma delas. Ou melhor, seria, porque passou da ideia à prática em apenas um ano. Os irmãos Jorge e Andreia Ferreira Silva, de 38 e 25 anos, começaram como a maioria dos fazedores: queriam encontrar uma maneira de poderem criar um **negócio próprio**, que dependesse do entusiasmo e da vontade.

Jorge, engenheiro químico, trabalhou na indústria têxtil durante quase uma década e só abandonou a maquinaria e os tecidos porque decidiu que era o momento de apostar num negócio próprio. "A **ideia de ter um projeto meu** surge numa altura em que senti necessidade de fazer alguma coisa por mim e em que, por coincidência, a minha irmã estava a acabar o curso e sem perspectivas de futuro a nível de trabalho", conta ao **Dinheiro Vivo**.

À falta de uma **oportunidade de trabalho** e, confrontada com a proposta do irmão, Andreia não pensou duas vezes. Inspirados nas bisnagas de tinta acrílica que Jorge usava para pintar os seus quadros - além de engenheiro, Jorge Ferreira Silva também pinta -, decidiu aproveitar os pacotes das **bisnagas** e enchê-los de outra coisa que não tinta. Andreia começou a procurar receitas de compotas e doces caseiros, e a testá-las na cozinha dos pais e, pouco tempo depois, os dois investiram 40 mil euros, quase todos direcionados para a compra de uma máquina que enche as bisnagas de alumínio com compotas de frutas.

Sim, leu bem: **ameia.dúzia** produz e vende compotas de frutas, todas feitas em regime de produção integrada ou biológica, ou de denominação de origem protegida (nos casos da pera rocha do Oeste ou do ananás da Madeira). No entanto, apesar de o produto que vendem ser clássico e artesanal, escolheram vendê-lo numa embalagem completamente diferente do habitual: a cada fruta corresponde uma bisnaga de cor diferente, para cada cor um sabor distinto.

"O nosso produto foi a grande aposta. Apostámos em **compotas em bisnaga**, adaptando uma coisa que já existe a um conceito nunca antes visto. Queremos, além de **vender compotas de alta qualidade**, proporcionar aos clientes uma experiência de sabores portugueses", explicava Jorge Ferreira Silva ao Dinheiro Vivo, quando o negócio estava ainda no início.

Esses primeiros meses foram vividos entre a confiança e o medo. A mãe de Jorge e Andreia era uma das vozes mais cétricas. "Achava a ideia de vender compotas em bisnaga descabida e não acreditava que as pessoas pudessem comprar uma coisa que não viam nem tinham como provar", recorda a filha e cofundadora da meia.dúzia.

A verdade era essa: ninguém sabia ao certo qual seria a reação das pessoas ao serem surpreendidas por bisnagas de compota de frutas, em vez dos tradicionais e mais caseiros frascos de vidro enfeitados com tecidos e cordel.

Mas às críticas da mãe de Jorge e Andreia opôs-se o entusiasmo do risco: os dois fatores ajudaram os irmãos a pensar numa maneira de contornar a questão da imagem. "À primeira vista, a imagem funciona e chama a atenção mas sentimos que era preciso mais. Pensámos e chegámos a esta solução, que é bastante simples, por sinal: fazemos questão de que qualquer pessoa que queira comprar as nossas compotas as prove primeiro", detalha o engenheiro químico.

Entre os 30 sabores de compotas de frutas que existem atualmente na meia.dúzia - e que incluem, por exemplo, compota de abóbora e laranja com mel de rosmaninho, eucalipto, mel e amêndoa, pêra rocha com moscatel do Douro, mirtilo com cidreira ou amora com avelã e noz moscada, entre muitos outros -, é possível escolher seis para a meia dúzia de experiências. Esta paleta de bisnagas é o produto base da marca destes irmãos, à venda nas cerca de 130 lojas em que a meia.dúzia tem presença, espalhadas por todo o país.

No ano passado, a meia.dúzia já vendeu 40 mil bisnagas de compota, que representam 80% do volume de negócios da empresa; este ano, a produção deverá mais do que duplicar, assim como o número de pessoas que os irmãos têm a trabalhar na equipa da meia.dúzia, 16 de momento. As obras que os fundadores fizeram na fábrica têm como objetivo aumentar a produção - se em 2013 a faturação chegou aos 200 mil euros, este ano deverá duplicar em termos de valor.

Outro contributo para o aumento da qualidade e da quantidade dos produtos é a produção de frutos de baga (framboesas, mirtilos e amoras) que a meia.dúzia fará por sua conta. Este ano, são colhidos os primeiros mirtilos meia.dúzia, que vão assegurar 100% das necessidades para a produção das compotas de mirtilo com cidreira e mirtilo com baunilha e Vinho do Porto. "Queremos que a embalagem chame a atenção, mas acima de tudo que o produto surpreenda também pelo sabor e pela qualidade que tem", explica Jorge.

Além das compotas, a empresa criou uma linha de 12 chás e 12 licores, vendidos em tubos de ensaio, e uma gama de seis qualidades de chocolate de S. Tomé e Príncipe com frutas misturadas, também vendidos em bisnaga. Depois do mercado nacional, a empresa exporta para a Bélgica, Colômbia, Angola, Alemanha, Áustria, Reino Unido, Polónia, Itália e Espanha. Este último é, neste momento, o mercado mais importante da meia.dúzia em volume depois de Portugal, sobretudo depois do 1º prémio do concurso internacional no Salón Gourmet, atribuído em Madrid, em março deste ano. As compotas em bisnaga portuguesas de doce extra de morango com Vinho do Porto e malagueta e doce extra banana da Madeira e clementina com rum conquistaram o júri entre mais de 1090 novidades e um total de mais de 30 mil produtos de todo o mundo, e deram à meia.dúzia a validação que precisava para prosseguir com os planos de expansão. Estados Unidos e Rússia são os próximos mercados para onde a meia.dúzia vai exportar nos próximos meses.

Às exportações e às vendas nacionais veio juntar-se um novo ponto de venda, a primeira loja pop-up em Lisboa, no 1.º andar do Atrium Saldanha, em pleno centro da cidade de Lisboa.

Apesar de não ser uma localização permanente, a loja foi inaugurada para preparar a época de Natal, um período que é "sempre uma incógnita em termos de vendas e de faturação", admite o cofundador do conceito. Apesar de esta ser uma loja temporária, Jorge Ferreira Silva, promete para breve a abertura de uma loja permanente em Lisboa.

Pouco mais de dois anos depois do início da empresa, a meia.dúzia tem já uma loja permanente, no Mar Shopping. A loja no Atrium Saldanha estará aberta até aos primeiros dias de janeiro.