

Especial

# Bolachas da Vieira galgam fronteiras do Brasil ao Japão

**Indústria alimentar** Nasceu em 1943 e de lá para cá já lançou 200 referências de bolachas, outras tantas de amêndoas e 50 de rebuçados. Está em 53 países, sendo que em Cabo Verde e Angola a marca é tão ou mais conhecida do que em Portugal

## dados da empresa :

**30,5**

### MILHÕES DE EUROS

Foi quanto a Vieira de Castro faturou em 2014. Esta empresa familiar portuguesa perspetiva crescer cerca de 3% este ano. O equilíbrio de forças entre as exportações, o mercado interno e o "private label" são um objetivo permanente.

**198**

### COLABORADORES

Na fábrica situada em Gavião, no concelho de Famlidão, a marca de bolachas, amêndoas e rebuçados emprega, diretamente, 198 pessoas. A proximidade com os trabalhadores é uma das preocupações da família Vieira de Castro.

**53**

### PAÍSES

Há mais de 20 anos que a empresa iniciou o processo de exportação. Hoje representa 51% do volume da sua faturação anual. Japão, Cabo Verde, Angola, Brasil, Irlanda e Itália são os países mais representativos.

**450**

### REFERÊNCIAS

Há 72 anos no mercado e com forte presença internacional, a inovação tem colocado a Vieira de Castro na linha da frente. Por isso, lançou já cerca de 450 referências, das quais 200 são bolachas, 200 são amêndoas e 50 rebuçados.



**Marta Araújo**  
economia@jn.pt

► O logótipo vermelho e amarelo é bem visível, mesmo ao longe, no complexo industrial de cor branca localizado na freguesia de Gavião, no concelho de Vila Nova de Famalicão. De imediato saltam à memória as bolachas Maria, as Água e Sal, as Torradas, os rebuçados Flocos de Neve ou mesmo as amêndoas Cláudias. Mas à medida que a proximidade do edifício é maior, o cheiro a framboesa desperta os sentidos. No momento da nossa visita, o aroma de um novo produto pairava pela fábrica. Uma novidade que chegará em breve ao mercado com a chancela da Vieira de Castro.

E o que estava então a apelar ao nosso olfato? Tratavam-se de wafers recheadas com pedaços de fruta que, não tarda, estarão nas prateleiras dos super e hipermercados portugueses. "Existem em cinco sabores: limão com pedaços de limão; baunilha com pedaços de framboesa; caramelo com pedaços de caramelo; chocolate com pedaços de stracciatella; e a outra variedade trata-se de uma wafer escura com recheio de baunilha", explica Raquel Vieira de Castro, membro do Conselho de Administração da empresa.

Enquanto esta nova gama chega e não chega ao mercado português, "porque existe todo um processo normal de negociação", certo é que estas wafers estão já a ser exportadas. "O Japão, por exemplo, foi o primeiro país a adquirir o produto, que já está a caminho. O mesmo acontece com o mercado brasileiro. São os dois grandes destinos que vão fazer um forte investimento nesta novidade", acrescenta.

Esta responsável pelo pelouro de marketing e área comercial refere que a marca tem "uma média de 30 produtos que estão em constante desenvolvimento", sendo o reflexo da forte vertente de "inovação" levada a cabo pela empresa. A comprovar isso está o facto de terem já lançado cerca de 450 referências de produtos, das quais 200 referentes a bolachas, outras 200 a amêndoas e as restantes 50 relacionadas com rebuçados.

"Dentro de portas temos imensos projetos de desenvolvimento que estão na gaveta à espera do mo-



mento certo e do mercado adequado, porque para tudo é preciso que se conjuguem uma série de fatores para que as coisas funcionem. E, portanto, isso faz com que o nosso número de referências seja bastante alargado", refere a administradora. "O fenómeno do aparecimento de marcas próprias também fez com que houvesse um aumento de referências da empresa", acrescenta. Deste modo, a Vieira de Castro produz também em formato de "private label" (para outras marcas), uma área de negócio que representa 26% da faturação.

Os produtos desta empresa familiar portuguesa chegam já a 53 países e representam 51% do volume

# Prémios Fazemos Bem

Setor Secundário  
10 de setembro – Exponor

Entrada gratuita : inscrição para marketing.jn@jn.pt / 22 2096195

 <http://fazemosbem.jn.pt/>



## conferência :

**Empresas** Desde o dia 6 de julho, o JN publicou reportagens que retrataram com pormenor dez empresas do setor secundário que foram consideradas de excelência pelo júri dos Prémios Fazemos Bem. Estas empresas de topo estarão presentes na conferência que se irá realizar já na próxima quinta-feira, dia 10, pelas 9.15 horas, na Exponor. Mira Amaral, presidente do BIC, será o orador principal. O secretário de Estado da Economia fará o encerramento.

**01 AMORIM CORK COMPOSITES**  
APLICAÇÕES DA CORTIÇA

**02 OLIVEIRA & IRMÃO**  
TECNOLOGIA DE AUTOCLISMOS

**03 PETRATEX**  
VESTUÁRIO DESPORTIVO E DE LUXO

**04 LAMEIRINHO**  
TÉXTIL LAR

**05 GRAPHICLEADER**  
EMBALAGENS E RÓTULOS

**06 ADIRA**  
METALOMECÂNICA

**07 FERREIRA E AVELAR**  
CALÇADO

**08 AM CLASSIC**  
MOBILIÁRIO

**09 IBEROMOLDES**  
MOLDES E PLÁSTICOS

**10 VIEIRA DE CASTRO**  
INDÚSTRIA ALIMENTAR

daquilo que é produzido. Ao nível europeu a Irlanda e a Itália são os destinos mais representativos. Cabo Verde, Angola e Japão, por motivos distintos, são também fulcrais para esta marca que exporta há mais de 20 anos.

“Em Cabo Verde e Angola, a marca Vieira de Castro é tão ou mais conhecida do que em Portugal. No caso de Cabo Verde, porque foi a primeira marca de bolachas portuguesas a entrar no mercado e também porque fizemos uma parceria muito interessante com um operador que se estava a instalar lá e com o qual até hoje trabalhamos. No caso de Angola, foi diferente, tratou-se de um processo muito mais

longo porque já existiam outras marcas. Tivemos um trabalho minucioso de colocação dos produtos nos locais corretos, sempre no canal formal, de modo paciente e persistente”, explica a empresária.

Já no que concerne ao mercado japonês, um dos mais antigos na história de internacionalização da marca, tratou-se de um autoteste no que à excelência diz respeito. “Sendo um dos mercados mais exigentes do Mundo, a Vieira de Castro entendeu que o desafio era termos que ser muito bons e nada como começar pelo Japão, porque se esse país nos acolhesse e se conseguíssemos desenvolver esse mercado, estaríamos prontos para qualquer

outro”, recorda Raquel Vieira de Castro. A prova foi superada com distinção.

“A exigência deles é tão grande que o envolvimento com o nosso parceiro chegou mesmo ao nível industrial, ou seja, eles vinham trabalhar connosco no desenvolvimento de ideias e de melhorias que podíamos implementar e que aumentassem a eficiência da operação e sucesso do produto”.

Volvidos 72 anos de atividade empresarial, a pergunta impõe-se à única empresa 100% portuguesa com tal longevidade que se dedica a este setor de atividade. Quais são os produtos mais vendidos? Raquel Vieira de Castro tem a resposta na

ponta da língua: “Em Portugal, são as Bolachas Água e Sal e ao nível das amêndoas, as Cláudias são os best sellers”. Já no mercado internacional, “o Sortido Princesa e a Bolacha Maria”, são os mais destacados.

Questionada sobre o futuro, a administradora garante que a empresa será “diferente” e acredita que daqui a cinco anos “possa enveredar por outras áreas de negócio”. Em paralelo, acrescenta, “imagino que a Vieira de Castro possa progredir no sentido de se instalar em alguns mercados internacionais de uma forma física, com atividade comercial, distribuição e logística. É este o caminho da internacionalização”, conclui. ●