

INDÚSTRIA ALIMENTAR

Charcutaria de Famalicão à procura do sotaque brasileiro

Paulo Duarte



Tiago Freitas quer levar a Porminho para o Brasil, em breve.

A Porminho vende para 11 mercados e entre as suas prioridades está entrar no Brasil. Com 30 anos de vida, a empresa já conta com uma linha gourmet e vai investir no aumento de produção.

ALEXANDRA NORONHA
anoronha@negocios.pt

O que começou como um pequeno negócio de carnes, em Famalicão, há 30 anos “transformou-se numa empresa de actividade industrial, no sector agro-alimentar, nomeadamente nas carnes de charcutaria”. Tiago Freitas, presidente da Porminho, adiantou que a sociedade precisa mesmo de se expandir e que, para isso, vão submeter uma candidatura ao Portugal 2020, para conseguir fundos comunitários que ajudem no projecto.

“O investimento é de cinco a seis milhões de euros. Vamos, assim, aumentar a capacidade produtiva e vamo-nos munir de ferramentas para fazer cada vez mais produtos inovadores para fazer face às exigências do mercado”, explicou o

empresário. O objectivo é dobrar a capacidade de produção de charcutaria.

A empresa emprega 233 pessoas e terá que contratar mais 30 ou 40 para fazer face à expansão. A parte nova da Porminho deverá estar em velocidade de cruzeiro dentro de três anos, permitindo à sociedade atingir os 50 milhões de euros de volume de negócios. “Em 2010 facturávamos 17 milhões”, recordou Tiago Freitas, adiantando que o negócio gerou 41 milhões de euros em 2014.

Uma das principais prioridades do grupo passa por aumentar as vendas lá para fora. “Actualmente a exportação representa cerca de 13% do volume de facturação da empresa e pensamos dobrar este

BARÓMETRO

PORMINHO CONTRATOU EM 2014

Radiografia da empresa nos últimos dois anos

A Porminho aumentou a sua força de trabalho para 233 pessoas no ano passado, uma subida de 23,9% face a 2013, sendo que com o investimento na expansão que a empresa tem em curso ainda terá que contratar mais trabalhadores. O volume de negócios aumentou 13,8%, para 41 milhões de euros. A exportação pesa 13,5% na facturação.

	2013	2014	Varição
Facturação*	36	41	13,8%
Trabalhadores	188	233	23,9%
Exportação	13,07%	13,5%	0,41 p.p.
Mercados	-	11	-

Fonte: Porminho; Valor em milhões de euros

valor nos próximos anos”, referiu Tiago Freitas. Entre os principais mercados da empresa estão Angola e Moçambique e vários países europeus, como Espanha, França, Bélgica, Luxemburgo. Actualmente, a Porminho está “a finalizar o processo burocrático para entrar no Brasil”, acrescentou o presidente da sociedade.

“É difícil, com produtos de origem animal”, explicou o empresário. “Já fizemos uma viagem de prospecção ao Brasil, para perceber que produtos seriam indicados para trabalhar no mercado”, explicou Tiago Freire.

Além disso, a empresa quer ainda entrar num segmento mais ligado à saúde e bem estar, para o que a empresa pretende “melhorar a nível de glúten e sal”

dos produtos. “Queremos também trabalhar as aves com maior preponderância e inovar o mais possível nas tendências de mercado, também para criar expectativas”, ressaltou o empresário. O segmento dos produtos gourmet é outro em que a Porminho já está a trabalhar.

A empresa vende para todos os canais, desde o pequeno comércio, mercado de distribuidores, até à distribuição grande. E trabalha todas as fases de produção. “Abatemos e transformamos a matéria prima. As compras que fazemos que não são de animais vivos, mas de carnes, têm uma expressão pequena porque temos vindo, com este crescimento, a aumentar os abates”, adiantou Tiago Freitas. ■



AS 3 LIÇÕES DO EMPRESÁRIO

Trabalho e oportunidades

FAZER TRABALHO DE CASA

Tiago Freitas afirmou que é preciso começar a “fazer algum trabalho de casa para saber em que condições queremos chegar e onde. Sabemos que o mercado está complicado, mas há uma série de oportunidades que se abrem”, com a crise, referiu o presidente da Porminho.

TRABALHO

Para Tiago Freire, “o trabalho acima de tudo tem que prevalecer”, não esquecendo a “visão” para o negócio que os empresários devem obrigatoriamente ter.

OPORTUNIDADES

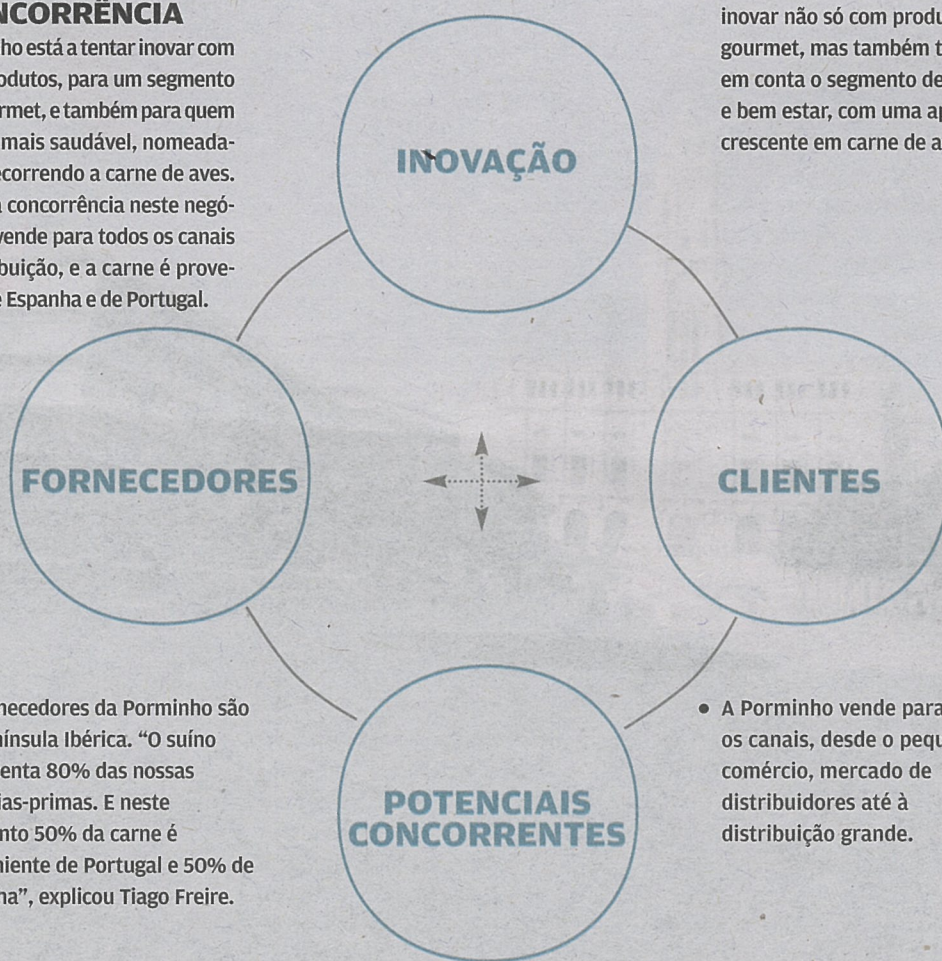
A Porminho aproveitou as oportunidades da crise e Tiago Freire aconselha os empreendedores a estarem sempre atentos. “Este momento, sendo um momento mau, acaba por ter oportunidades que podem ser aproveitadas”, referiu o empresário. E dá o exemplo. “A Porminho aproveitou-as. Acaba por ser uma empresa que, quando à partida o consumo estaria mais baixo, conseguiu uma estrutura de custos aceitável, mantendo a qualidade”, explicou.

NOVOS PRODUTOS E CONCORRÊNCIA

A Porminho está a tentar inovar com novos produtos, para um segmento mais gourmet, e também para quem quer ser mais saudável, nomeadamente recorrendo a carne de aves. Há muita concorrência neste negócio, que vende para todos os canais de distribuição, e a carne é proveniente de Espanha e de Portugal.

Os fornecedores da Porminho são da Península Ibérica. “O suíno representa 80% das nossas matérias-primas. E neste momento 50% da carne é proveniente de Portugal e 50% de Espanha”, explicou Tiago Freire.

A empresa tem vários grandes concorrentes, como a Nobre ou a Izidoro, no mesmo negócio ou com produtos semelhantes.



A Porminho está a tentar inovar não só com produtos gourmet, mas também tendo em conta o segmento de saúde e bem estar, com uma aposta crescente em carne de aves.



Queremos fazer com que a Porminho seja um ‘player’ considerável nesta área, com produtos inovadores e diversificadores.

TIAGO FREITAS
Presidente da Porminho

A empresa controla o processo de produção, desde o abate do animal até ao embalamento dos produtos. 80% da carne usada é de suíno.

Publicidade