

INDÚSTRIA

40 toneladas de pera-rocha para fazer o novo Nestum

Nestlé avalia pedidos de Angola, Moçambique e Cabo Verde para a criação de gamas específicas de Nestum.

Em breve, 30 toneladas de Nestum Pera-Rocha vão inundar o mercado, uma edição especial com prazo para comprar. A Nestlé adquiriu 40 toneladas de pera-rocha para produzir a nova gama na fábrica de Avanca e já tem pedidos de Angola, de Moçambique e de Cabo Verde para lançar outras variedades específicas que está a “avaliar lançar”.

Na fábrica da Nestlé em Avanca, a produção da nova gama de Nestum já avança a toda a velocidade. “Foram compradas 40 toneladas de pera-rocha que depois se converteram em sete toneladas de flocos. Trabalhamos com um fornecedor de flocos de fruta espanhola que cumpre todos os requisitos de qualidade e de segurança alimentar da Nestlé, que comprou a fruta a um produtor português da região da Beira Alta, que também nos garantia o cumprimento de todos os requisitos”, explica Andreia Lima, gestora de marketing da Nestum. Um reforço a rondar os 50 mil euros nas compras da companhia, junto de fornecedores nacionais, que no ano passado representou 119 milhões de euros.

A equipa da Nestlé em Portugal levou cerca de 18 meses para desenvolver esta gama, dirigida sobretudo ao consumidor portu-

guês. Trata-se de uma edição limitada que vai ficar à venda a partir de novembro e durante seis meses. “Nunca será um produto *standard* uma vez que falamos de uma fruta sazonal e, para garantir a frescura e a qualidade da matéria-prima, será limitada em termos de quantidades, mas poderá sempre ser reeditada em edição limitada”, diz.

A fábrica de Avanca produz anualmente 27 500 toneladas de produtos – das quais 25% da categoria em que se insere o Nestum, ou seja, cerca de sete mil toneladas – das quais 85% são dirigidas ao mercado português e 15% à exportação. “Vendemos Nestum para vários mercados, em especial os que têm forte presença portuguesa. O Pera-Rocha (PVP, 2,49 euros), pelo volume limitado que tem, não será exportado”, diz Andreia Lima. “Estamos a trabalhar para ter mais variedades sazonais, como Nestum Banana, também edição limitada”, refere.

A empresa tem recebido “pedidos de variedades específicas para outros mercados” que a responsável adianta estarem “a avaliar lançar”. Que mercados? Angola, Moçambique e Cabo Verde.

Por cá, com este lançamento a Nestlé estende ainda mais a oferta da Nestum, marca que continua a crescer nas vendas. “Temos uma quota de mercado acima dos 90% e no mercado total da taça de cereais de pequeno-almoço somos líder de vendas.”

Um crescimento impulsionado não só pela gama-base – o Nestum Mel continua a ser a estrela – mas também por novos produtos como o Nestum Go, lançado no ano passado. “Estamos com uma quota acima de 20% no segmento de pacotinhos lácteos.” A inovação não se fica por aqui. Neste verão, a Nestlé lançou o Nestum Zero Açúcar, respondendo à procura do consumidor por produtos com menos teor de açúcar adicionado. “Está a correr melhor do que estimávamos, em vendas, aceitação dos clientes e *feedback* dos consumidores”, assegura Andreia Lima.

— Ana Marcela

MARL

CONVERSAS GRUPO SIMAB

Wild Bran, um exemplo de empreendedorismo jovem

Henrique Vasconcelos viu na produção de barras energéticas um mercado a explorar. Já tem uma fábrica no MARL.

As barras energéticas já fazem parte da alimentação de quem pratica desporto ou de quem procura uma alimentação mais saudável. Porém, os preços nem sempre são atrativos. Foi essa razão que motivou Henrique Vasconcelos a abrir uma empresa que em dois anos cresceu em Portugal, inaugurou recentemente uma fábrica no MARL e já olha além-fronteiras. A Wild Bran é especializada na produção de barras e bolas energéticas, querendo garantir que o consumidor tem acesso a um produto de qualidade e a baixo preço.

Henrique Vasconcelos tem apenas 25 anos e um enorme espírito empreendedor que o levou a deixar a universidade para apostar na sua empresa. “Inicialmente pensámos ter uma marca própria, mas rapidamente começámos a perceber que fazia mais sentido produzir para outras marcas”, explicou o fundador e gerente da Wild Bran, que trabalha com mais uma pessoa. E, com o passo dado com uma fábrica no Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (MARL), irão ser contratadas mais duas. A empresa nasceu em março de 2017 e foi inspirada num ato tão simples como a namorada de Henrique Vasconcelos trazer umas barras energéticas de Londres. “Eram fantásticas e havia pouca oferta cá. Achei que havia uma oportunidade de colocar alguns destes produtos de alimentação saudável [em Portugal].”

Os primeiros passos da Wild Bran foram dados através da distribuição deste tipo de produto. Porém, ao ver como o preço acabava por ser um pouco elevado quando chegava ao consumidor, o fundador da empresa viu mais uma oportunidade: “Começar a produzir cá em Portugal, de forma a oferecer o produto com um pre-



Henrique Vasconcelos quer chegar a outros países. FOTO: GERARDO SANTOS/GI

ço mais acessível ao consumidor.” Afastada a ideia de uma marca própria, a Wild Bran cresceu a produzir barras e bolas energéticas e já o faz para dez marcas, número que poderá continuar a aumentar, pois o plano passa por chegar a outros países. “Queremos ter clientes fora de Portugal e já estamos a conseguir internacionalizar. Estamos a ter bastante resposta neste sentido”, disse, referindo como vai começar a exportar para a Alemanha. Acrescentou que o passo seguinte mais lógico será chegar a países próximos como Espanha e França.

Henrique Vasconcelos quer que o crescimento da empresa seja fático, realçando ainda como a integração no Loures Inova foi uma ajuda para o desenvolvimento da *startup*, que já existia quando entrou na incubadora. A nova fábrica no MARL é importante para ir cada vez mais além, com o responsável a admitir que serão fei-

tos mais investimentos, sempre que necessário, para acompanhar o crescimento da Wild Bran, como a compra de mais maquinaria, por exemplo. “O nosso objetivo como empresa é libertar quem tem uma marca, quem quer lançar um produto no mercado, de todas as preocupações inerentes à produção. A produção, toda a gente sabe, é uma chatice. A maioria das pessoas não quer estar envolvida. O nosso serviço é um bocadinho ficar com a chatice do nosso lado para as pessoas se focarem em lançar a marca, trabalhar a marca, trabalhar as vendas.”

Quanto aos ingredientes, a Wild Bran dá primazia aos produtores nacionais, salvo quando não é possível comprar no país. Henrique Vasconcelos explicou como se pode desenvolver o produto na empresa ou, se esta já o tiver, então a Wild Bran faz a produção, embala e entrega nos entrepostos logísticos.

PRODUÇÃO

30

— toneladas

É a quantidade de Nestum Pera-Rocha que começa a ser vendido em Portugal a 4 de novembro.