

“A CRISE ESTÁ À PORTA E NÃO QUEREMOS TRABALHAR COM EMPRÉSTIMOS, APENAS COM DINHEIRO À VISTA

“COM O PRÉMIO CONQUISTADO EM INGLATERRA ACREDITO QUE AS EXPORTAÇÕES VÃO AUMENTAR



Portugal e^{cepcional}

DÁRIO ALBANO ZINA PIMPÃO DE ÓBIDOS

GINJA D'ÓBIDOS CONQUISTA MERCADO INTERNACIONAL

“Há 25 anos surgia uma empresa dedicada ao licor de ginja, confeccionado de forma caseira. É produto de referência e acaba de ganhar um prémio num concurso em Inglaterra. Agora vai apostar forte na exportação

FRANCISCO GOMES

Visitar Óbidos sem provar uma ginjinha é como ir ao Vaticano e não ver o Papa? A expressão, pese embora o exagero da comparação, explica-se pela fama que o licor alcançou, levando ao aparecimento de várias empresas a dedicarem-se à produção. Na aldeia do Sobral da Lagoa, cujas encostas ficam cobertas de branco durante o período de floração das ginjetras, a empresa Dário Albano Zina Pimpão, criada há 25 anos, foi a pioneira, e viu o trabalho recompensado com a atribuição da medalha de bronze no reputado certame International Wine and Spirit Competition, em Inglaterra.

A empresa efectuou elevados investimentos ao longo do tempo no sentido de garantir o cumprimento das exigentes normas de Segurança Alimentar e Higiene e Segurança no Trabalho. Nos anos 30 do século passado, Joaquim Pimpão percorria o País a vender ginja, fruto que

comprava aos produtores do Sobral da Lagoa. O seu filho, Albano, seguiu-lhe as pisadas, assim como o seu neto, Dário, que acabaria por fundar esta empresa. Marta Pimpão, filha única de Dário Pimpão, 28 anos, licenciada e mestre em biologia, seguiu-lhe agora os passos, sendo da sua responsabilidade dar continuidade ao negócio da família, continuando a produção da Ginja de Óbidos Oppedum e Licor de Ginja com Chocolate.

“Deixei a investigação na Faculdade de Ciências para abraçar este projecto. Tinha bolsa e trabalho garantido para os próximos anos e ia para doutoramento. Mas o meu pai teve um acidente de moto e decidi que nada mais fazia sentido, porque eu cresci no meio da produção da ginja”, recorda Marta Pimpão.

Tendo imprimido uma nova dinâmica à empresa, em menos de dois anos lançou outro produto – os bombons de ginja – e uma nova embalagem, e conduziu o processo de certificação da empresa, que foi aprovado.

O sucesso prosseguiu com o prémio obtido em Inglaterra. “Achei que era uma boa aposta e concorremos. Foi uma boa conquista este reconhecimento”, afirma, mostrando-se convicta de que “6 meses uma garantia para o consumidor de que o nosso produto, realizado no estrangeiro, tem mérito. É quase como uma auditoria externa”.

“Com o prémio abrem-se outras portas e acredito que o volume de exportação vai aumentar”, manifesta Marta Pimpão. Actualmente, quime por conta da produção e exportada sobretudo para Alemanha e Espanha. Tam-

PULSO DA CRISE

REINVENÇÃO Como diz a conhecida hipótese da Rainha Vermelha da Alice do País das Maravilhas: “Tens de correr o mesmo sítio. Se queres chegar a uma nova embalagem, e conduzir o processo de certificação da empresa, que foi aprovado.



bém já foi vendida ginja para Austrália, Israel e Estados Unidos, em formatos que podem ir dos 5 centilitros aos 4,5 litros.

O facto da bebida ser bastante procurada no mercado interno levanta preocupações acerca das

BI DA EMPRESA

GINJA: A empresa, com sede no Sobral da Lagoa, em Óbidos, foi fundada em 1987, na sequência de uma tradição familiar ligada ao fruto. Em 2011, foram produzidos 82 mil garrafas de ginja.



Ginja de Óbidos

imitações que se apresentam como sendo ginja da região de Óbidos. “Nos últimos anos têm aparecido marcas de ginja de Óbidos como se fossem cogumelos. Despertou interesse e contrafeição”, aponta Marta Pimpão. Por isso, a empresa mudou o visual da marca e tem feito acções de marketing. A agência recusa industrializar o modo de produção, preferindo manter-se fiel à tradição antiga de confeccionar ginja de forma caseira, sem adições artificiais. “Não calaremos na tentação de descurar na qualidade do produto 100% natural para tentar abarcar todo o mercado com algo de qualidade duvidosa”, diz.

OS MEUS CONSELHOS

1 FAZER SEMPRE MELHOR DO QUE ONTEM

Fazer mal é fácil e já existem muitos a fazê-lo. Sempre ou o meu pai dizer: “Fago apenas o melhor que sei”. É isso que procuro fazer, tentando que hoje seja melhor que ontem.

2 MANTER SEMPRE A BOA QUALIDADE

Nunca calmos na tentação de descurar na qualidade do nosso produto para tentar responder a todo o mercado com algo de qualidade duvidosa. O consumidor acabaria por ditar o fim do produto.

3 SER ORIGINAL NO USO DO NOSSO PRODUTO

Temos um produto distinto. Fomos pioneiros na criação da ginja com chocolate, nos bombons de ginja, no conceito de beber em copo de chocolate.

4 TRANSPARÊNCIA E HONESTIDADE

A honestidade é um valor precioso. Está acima de qualquer negócio. É preciso agir com transparência.

5 CONTAS EQUILIBRADAS E MARGEM AO CLIENTE

É importante dar uma margem de tempo aos clientes e ser um bom pagador, mantendo as contas equilibradas.

6 TESTAR O MERCADO COM CUIDADO

É imprescindível planear o rumo da empresa a uma velocidade que tenho a certeza de conseguir atingir. É preciso ir testando o mercado aos poucos e com cuidado.

7 SUCESSO SÓ SE CONSEGUE COM TRABALHO

Boas ideias não podem ficar

na gaveta à espera que se faça magia. Só se transformam em sucesso depois do trabalho.

8 É PRECISO SER SIMPLES E OBJECTIVO

Não me perco em contornos rebuscados e por menores cujo resultado é o aumento da entropia. Há que ser objectivo e apostar na simplicidade.

9 SER VERSÁTIL E FAZER QUALQUER TAREFA

Saber assumir qualquer função dentro da empresa, desde varrer a casa a tratar com os clientes, é para mim crucial.

10 APRENDIZAGEM CONTÍNUA

A grande aprendizagem está fora dos muros da universidade e não perco uma oportunidade de aprender, seja a ouvir, ler, observar ou experimentar.

PESSOAS E EMPRESAS

PARCERIA



A Porto Business School e o Grupo Pestana desenvolveram uma parceria no âmbito do curso de Pós-Graduação em Gestão do Turismo e Hotelaria. O objectivo é ajudar o grupo liderado por Dionísio Pestana a seleccionar profissionais qualificados para as suas operações em África e nas Américas.

REFORÇO



Com o objectivo de reforçar os mercados de serviços na região EMEA, a EMC anuncia a nomeação de Carlos Janicas para Global Services Lead para Portugal e Espanha que terá como responsabilidade trabalhar com as equipas de vendas e Serviços Globais.

NOMEAÇÃO



Hervé Silva, de 34 anos, é o novo associate partner da Mikesen, passando a conduzir as operações da consultora multinacional no continente africano. Segundo a empresa, esta nomeação é fruto de uma carreira de sucesso em consultoria.

VICE-PRESIDENTE

Peter Agnefjäll foi nomeado vice-presidente do Grupo Ika e deverá substituir Mikael Ohlsson como presidente e CEO em 1 de Setembro de 2013. Agnefjäll tem 41 anos e era country manager da Ika na Suécia.

Ohlsson já tinha informado que se queria afastar para se dedicar a actividades de aconselhamento.

