

Edição

**Nº 257** Ano XIX

**25 de Março  
de 2010**

### IV Gama cresce extraordinariamente

De acordo com a Kantar Worldpanel, os produtos frescos perecíveis representaram, em 2009, 32% do gasto total feito pelos lares em produtos de grande consumo.

A IV Gama cresceu em todos os indicadores - 9,5% em volume e 8,9% no preço médio

Continua / Pág. 12

### Limpeza 100% ecológica

A única marca verde certificada na categoria de higiene caseira em Portugal está a piscar o olho à Sonae MC e à Jerónimo Martins.

Entrar numa destas cadeias é meio caminho andado para a concretização do objectivo: democratizar a L'Arbre Vert. Cátia Costa, gestora da marca, deixa a certeza: "o nosso posicionamento em preço está ao nível das marcas líderes de mercado".

Continua / Pág. 16

João Reis

## "O caminho é internacional"



Págs

### Produção



Antes da aquisição do olival ao grupo espanhol SOS, a Sovena mudou a imagem de Oliveira da Serra. Luis Santos explica porquê

Pág. 8

### Produção



A Paladares Alentejanos andou a pesquisar como os antigos faziam enchidos e aplicou este saber à escala industrial

Pág. 10



### Produção

As embalagens entraram no dia-a-dia de qualquer hiper, super, loja tradicional ou lar, seja em cartão, vidro ou plástico

Pág. 14

### Logística



900 executivos gestores de top tentaram adivinhar como será o mercado económico daqui a 10 anos

Pág. 18



# Produção

Hipersuper - 25 de Março 10  
www.hipersuper.pt

## Paladares Alentejanos

A Paladares Alentejanos andou a pesquisar como os antigos faziam enchidos e aplicou este saber fazer à escala industrial. A arte de encher chouriços renasceu em Serpa e agora preocupa-se com o baixo teor de sal



Régo Bambas

# Enchidos alentejanos com receita da avózinha

Rita Gonçalves  
rgoncalves@hipersuper.workmedia.pt

A pesquisa começou em 1998. O projecto teve início em 2009. Foram quase 10 anos a aprender a técnica de fazer enchidos de Vila Nova de São Bento, localizada no concelho de Serpa, para criar a Paladares Alentejanos, uma empresa que produz enchidos só com carne de porco preto alentejano.

"Cada zona do País tem a sua técnica de confecção e modo de curar típico", explica Miguel Elias, fundador da empresa, que, em conjunto com dois sócios, investiu um milhão de euros para erguer a fábrica, precisamente em São Bento, a poucos quilómetros de Espanha.

A empresa conheceu a luz do Sol em Janeiro de 2009. "Os dois primeiros meses foram quase totalmente dedicados à transposição deste "saber fazer" para a escala industrial. Uma réplica tão fiel quanto possível dos enchidos que se faziam nesta zona há 50 anos". Um pouco por influência espanho-

la, os enchidos desta região do baixo Alentejo permanecem muito pouco tempo em fumeiro mas têm cura prolongada. Além disso, os fabricados pela Paladares Alentejanos, em particular, têm baixo teor de sal. Desengane-se quem pensa que os enchidos com estas características diminuem as suas qualidades organolépticas. "Os produtos com excesso de sal e fumo mascaram sabores e aromas extraordinários".

O baixo teor de sal é aliás uma das bandeiras da empresa. "Grande parte dos enchidos oferece teor de sal acima dos 4%. A Organização Mundial de Saúde recomenda 3%. Mas nós utilizamos 2%, por três razões estratégicas: primeiro porque o excesso de sal é nocivo à saúde, depois porque queremos que os consumidores desfrutem de sabores e aromas que na maior parte das vezes são mascarados com o excesso de salina e fumo e,

por último, porque é um factor de diferenciação em relação à concorrência", explica o engenheiro em zootécnica.

## Pouco fumo

A fábrica da Paladares Alentejanos ocupa 180 metros quadrados e tem capacidade para produzir mais de 70 toneladas de produto acabado. Actualmente, fabrica 2,5 toneladas por mês. É no cais de recepção que o processo de fabrico tem início. Por enquanto, a empresa recebe a matéria-prima (leia-se carne de porco preto alentejano desmanchada e desossada) apenas duas vezes por semana mas a meta é utilizar este espaço – o cais de recepção – com maior frequência. Até ao final do ano, Miguel Elias espera trabalhar 120 toneladas de carne. Paredes meias, na sala de fabrico, as carnes são picadas e colocadas no misturador a vácuo onde vão ter o primeiro contacto com os restantes ingredientes. Na grande maioria dos enchidos, os principais ingredientes são a massa de pimentão e a massa de alho. É na câmara de maturação que os ingredientes vêm descansar, a temperatura controlada - por um período que o responsável prefere não divulgar já que o segredo é a alma



do negócio, como diz a sabedoria popular. “No período de maturação utilizamos culturas de arranque. São microorganismos isolados da carne e depois introduzidos nas massas para conduzirem os processos fermentativos das carnes”, explica o engenheiro. Em linguagem mais simples, são bactérias boas que tornam o produto mais seguro do ponto de vista higiénico-sanitário e conferem melhor aroma, sabor, cor e textura.

A massa é novamente misturada e no processo final, na enchedora, é colocada em tripas com a ajuda dos operadores. Os enchidos seguem depois nos carros de fumeiro para um dos três fumeiros com capacidade para cerca de 400 quilos cada. “Usamos muito pouco o fumo. No processo de fabrico, o fumeiro representa apenas 7% do total do tempo de produção”.

### **Cura prolongada**

A arte final tem lugar nas três salas de cura. A Paladares Alentejanos fabrica paio do lombo, palaio, salsichão, chouriço preto, linguiça, catalão, entre outros produtos, e o tempo de cura varia consoante a dimensão do alimento. Assim, os



enchidos de calibre superior – como os salsichões e o paio – têm um mês e meio de cura enquanto nos mais delgados o tempo é reduzido para 30 dias. “A cura prolongada pronuncia o sabor e o aroma”, confidencia.

A empresa tem um produto único no mercado. O paio preto. “O chouriço preto que criámos alcançou tanto sucesso que resolvemos criar um produto com calibre maior, mais nobre, mas com as mesmas caracte-

terísticas”.

Com preços muito competitivos à saída da fábrica, garante Miguel Elias, a Paladares Alentejanos comercializa o portefólio em restaurantes, pequenas lojas, mercearias e também está presente em alguns supermercados. “Estamos em negociações com um operador que detém uma pequena cadeia de lojas em Lisboa e no Porto. Vendemos ainda em algumas lojas do grupo Intermarché e na loja Gourmet do

Centro Comercial Amoreiras. Este ano queremos reforçar a distribuição em Lisboa, Setúbal, zona Centro e também no Norte de Portugal”.

A exportação é outro projecto para 2010. O mercado da saúde – comunidades de portugueses instaladas na Europa – é o alvo prioritário. “Por causa da facilidade e proximidade”, remata o também professor da Universidade de Évora. ■