

# Companhia de Pescarias do Algarve estreia-se nas conservas

TEXTO E FOTOS Bruno Filipe Pires

A Companhia de Pescarias do Algarve, conhecida pela produção de mexilhão e ostras em mar aberto (*offshore*) ao largo de Olhão – está a lançar uma nova linha de conservas de especialidades e bivalves que promete conquistar o mercado gourmet nacional

Lingueirão ao natural, em conserva de água e sal, com todo o sabor a mar, e patê de mexilhão produzido ao sabor das marés em frente à ilha da Armona são as novas iguarias que começam agora a chegar, pela primeira vez, ao concorrido mercado das conservas portuguesas.

A ideia é nova e ironicamente, nasce da não-realização de uma outra, segundo nos conta Jorge Farinha, 28 anos, ex-consultor financeiro e estreado no setor alimentar das «conservas e patês».

A Companhia de Pescarias do Algarve (CPA), gerida pelo pai, António Farinha, tem um projeto para construir uma unidade de congelação. Uma vez em funcionamento, permitiria que estivessem sempre disponíveis ao consumidor ao longo todo o ano, mesmo em altura de interdições.

Contudo, trâmites burocráticos têm atrasado o plano, de tal forma que a empresa sediada no porto de pesca de Olhão começou a procurar

outras alternativas. Não teve de procurar muito longe, contudo. Em abril de 2014, adquiriu a fábrica conserveira «Faroapeixe», na zona industrial da cidade, ali a poucos metros. E desde há um ano para cá, Jorge Farinha tem-se dedicado a modernizar e lançar uma linha nova de produtos, tendo agora cerca de 30 conservas diferentes.

«A ideia de lançar esta linha de conservas com o selo da Companhia de Pescarias do Algarve foi trabalhar exclusivamente com produtos da região. Utilizamos a cavala e a sardinha da nossa costa, apesar de cada vez haver menos. Fazemos a conserva de barriga de atum, sempre que possível quando está disponível em lata». O elevado preço que chega a atingir e também a disponibilidade deste peixe, faz com que esta conserva seja um produto quase exclusivo, a cada lote, e portanto, difícil de se produzir a ritmo industrial.

No caso do mexilhão, «fe-

lizmente, não nos tem faltado. Começámos em abril a introduzir o patê de mexilhão, foi uma inovação, creio que não existe no mundo», diz Jorge Farinha.

No entanto não foi notícia, porque «queríamos ver primeiro como é que o mercado reagia». «Teve uma boa aceitação e esgotámos logo o primeiro stock de 3000 latas», revela.

O destino não foi a grande distribuição, mas as «lojas mais pequenas onde temos maior contacto com o consumidor final», um pouco por todo o país, de forma a obter opiniões. «Em vez de enviarmos muita coisa para poucas lojas, mandamos pouca coisa para poucas lojas», brinca.

Outra inovação no mercado é o lingueirão ao natural, em latas de 125 gramas. «É cozido e preparado à mão, um a um, de forma tradicional, tal e qual como se estivéssemos a comê-lo fresco em casa. Aqueles que não ficam apresentados são considerados perda».

## Um core business a manter

«Compram-se empresas em duas fases, ou quando estão muito bem e fazem-se propostas milionárias para se agarrarem os projetos, ou então, compram-se empresas quando as coisas não estão tão bem para se tentar salvá-las. Aqui foi mais nesse caso. A marca FIDES tem bom reconhecimento em Portugal e Espanha, mas estava um pouco numa fase descendente», admite o ges-

tor Jorge Farinha.

Em menos de um ano, a «Faroapeixe» passou a produzir cerca de 30 conservas diferentes. «Houve oportunidade de ficarmos com as marcas Nero, Naval, Caira e Georgete. Fizemos uma parceria, ficámos com as receitas e o know-how. Não quis entrar na guerra do atum em óleo que já se vende a 40 centimos. Quis fazer coisas diferentes, especia-

lidades novas como salmão com segurelha, peixe-espada preto de Sesimbra, atum com presunto, atum com algas e molhos», exemplifica.

No entanto, Farinha considera que o core business continua a ser a marca principal «Fides» de patês, que também são produzidos com o rótulo de marcas próprias para várias cadeias de distribuição, que pesam cerca de 90 por cento da faturação.



«Já fizemos experiências com azeite, mas rouba um pouco o sabor» a mar. Já o mexilhão de conserva está disponível em molho de escabeche, normal e picante. «É uma receita que tem grande tradição em Espanha», explica.

Questionado sobre se tem uma relação comercial privilegiada com o fornecedor (pai), Jorge Farinha faz questão de afirmar que não. «Temos o melhor preço que praticam para os outros clientes. Penso que é justo, faz sentido e é eticamente correto. Que-

ro estar em pé de igualdade» com outros clientes.

Sobre este negócio, o ex-consultor financeiro da KPMG, diz que «há muitas marcas no mercado e é difícil ir ganhando o nosso espaço num mercado tão competitivo. Acredito que se houver encomendas, podemos produzir facilmente até 100 mil latas por ano», conclui.

Nesta fase inicial, a linha está à venda em lojas gourmet, na Conserveira da Trindade (Lisboa) e nas instalações da «Faroapeixe» em Olhão.

## ADMITEM-SE: COMERCIAIS

**O jornal Barlavento, parte do Grupo Open Media, o maior grupo editorial da região, procura recrutar angariadores de publicidade em diversas zonas do Algarve para representar este jornal, bem como vários meios do grupo, entre os quais jornais, revistas e websites de língua portuguesa, inglesa, alemã e francesa.**

Se é uma pessoa dinâmica, com conhecimentos de informática na óptica do utilizador e viatura própria, oferecemos ordenado base e comissões.

**Apenas serão considerados candidatos que dominem bem a língua inglesa.**

Envie-nos o seu CV para:  
[recrutamento@open-media.net](mailto:recrutamento@open-media.net)



[www.open-media.net](http://www.open-media.net)