

# Queijaria Sapata regista crescimento anual de 40% nos últimos cinco anos

FERNANDA SILVA TEIXEIRA

**5**0 anos de experiência conferem à Queijaria Sapata uma responsabilidade acrescida na transformação do leite e seus derivados. A experiência adquirida ao longo de todos estes anos permite à empresa conjugar, de uma forma única, tradição e inovação.

Apostando no controlo e seleção de matéria-prima, assim como no processo de fabrico/cura, a empresa procura assegurar os mais elevados padrões de qualidade, obedecendo às mais exigentes normas de Higiene e Segurança Alimentar e garantindo que todo o produto expedido chega nas melhores condições ao consumidor final e com a qualidade que os caracteriza.

Gerida por Luís Melo e sua esposa, São Sapata, desde há cerca de nove anos, a Queijaria Sapata foi fundada há cerca de cinco décadas pelos sogros do atual proprietário. A “implementação de novas dinâmicas e a aposta forte na diversificação da oferta permitiu-nos ter outro posicionamento no mercado e contribuiu para o forte crescimento que se tem verificado nos últimos 5 anos, que chega a ultrapassar os 40% ao ano”, assegura Luís Melo.

Salientando que a prioridade da produção pela manutenção da “receita-mãe”, o empresário refere ainda que “não confundir quantidade com qualidade é uma das premissas do sucesso”. Se a isto juntarmos a “relação de proximidade com o cliente” e a “humildade com que trabalhamos todos os dias”, é assim que a Queijaria Sapata se distingue da concorrência.

“90% das nossas vendas são feitas de forma direta, onde a interação diária com o cliente/consumidor permite a valorização dos nossos produtos, desde a forma com que recebemos a crítica até ao compromisso e preocupação na melhoria”, afirma Luís Melo.

## Periodicidade semanal chega a quase todo o país

Questionado pela ‘Start&Go’ sobre qual a relevância deste setor para a economia local, o gerente da Queijaria Sapata adianta



que, sendo esta “uma zona desfavorecida por se encontrar no interior do país”, o papel desempenhado por este tipo de empresas na economia local “é muito importante”.

Contudo, o responsável admite que este “poderia ser ainda maior se houvesse investimento interno/externo no que toca à produção de leite de ovelha, sendo que, neste momento, para suprir as nossas necessidades temos de recorrer a outras zonas e até mesmo a outros países, nomeadamente a nossa vizinha Espanha”. Por isso, Luís Melo considera que um dos principais desafios que o setor enfrenta é a “desertificação do interior, aliada à inexistência de apoios para o investimento no setor primário” (produção de leite) que condicionam muito este negócio quer ao nível do investimento quer ao nível da inovação.

Apesar de todas estas condicionantes, a Queijaria Sapata já consegue fazer chegar os seus produtos, de forma direta e com periodicidade semanal, a quase todo o país. “Temos um entreposto em Estarreja que garante o fornecimento de Coimbra até ao Porto e algumas regiões mais a norte. Temos também um entreposto em Lisboa que abrange a área da grande Lisboa e margem Sul e temos ainda uma distribuição para todo o Alentejo e Algarve”.

Relativamente aos mercados externos, a marca está igualmente presente, através do mercado da ‘saudade’, em países como a Bélgica, França, Alemanha, Suíça, Holanda, muito embora estes representem ainda uma “pequena fatia” do volume de vendas.

Quanto aos objetivos a curto/médio prazo, estes passam por consolidar a posição no mercado ao nível nacional e apostar no crescimento ao nível das exportações, com a introdução de novos produtos que permitirá à Queijaria Sapata ter “outra visibilidade e consequente procura”.

Tendo registado em 2018 um volume de negócios de cerca de 650 mil euros, a Queijaria Sapata prevê encerrar o ano em curso com cerca de 850 mil euros. Neste sentido, o grande objetivo passa por atingir a meta de milhão de euros de faturação já em 2020. ■

