

Empresários imprevistos

Nada os fazia adivinhar homens (e mulher) de negócios. Começaram na escrita e no palco, mas, hoje, fazem contas às empresas que têm. E algumas já facturam milhões

Texto Joana Madeira Pereira
Fotos Tiago Miranda

O **ESCRITÓRIO** de Nuno Artur Silva, CEO das Produções Fictícias, está escrupulosamente arrumado. "É para disciplinar a minha mente caótica", diz. Também o gabinete de Catarina Portas, num apartamento que partilha com dois designers e um genealogista, prima pela organização. São os quartéis-generais destes empreendedores: fizeram-se profissionais pelo uso da palavra – o primeiro como escritor e guionista, a segunda como jornalista –, mas hoje têm as rotinas de qualquer empresário. E se Filipe La Feria prefere os palcos à exiguidade de um escritório, Pedro Abrunhosa gosta de traçar a estratégia da Boom! Studios à secretária, onde estão duas das suas ferramentas de trabalho: a revista norte-americana *Songwriter* e o luso *Diário Económico*.

A COMERCIANTE DELICADA

As chaves tilintam. São de todas as formas e feitios e têm o peso dos seus negócios: duas lojas, três quiosques, dois armazéns, outros tantos escritórios. Ainda há espaço para coleccionar mais chaves, se quiser. Aos 41 anos, Catarina Portas anda "sempre com esta coisa atrás", diz, apontando para o chaveiro. Esta mulher, que odeia rotinas, gosta de lembrar "os tempos em que largava tudo". Já não o pode fazer: tem muitas portas para abrir e uma equipa de mais de 30 pessoas que de-

pende de si. Assim, vai ficando, a desbravar caminho para as marcas antigas nacionais deixarem de ganhar pó nas drogarias mais escansas do país. "Isto é muito divertido, porque fazemo-lo com a prata da casa e com os produtos que as pessoas já nem sabiam que existiam", conta, desvelando a lista de produtos que fazem os *best-sellers* de A Vida Portuguesa, a insígnia que criou e que assenta arraias no Chiado, em Lisboa, e junto à Torre dos Clérigos, no Porto: os sabonetes e perfumes das centenárias Ach Brito e Confiança, os lápis Viarco, as faianças Bordalo Pinheiro, as conservas da Conserveira de Lisboa ou o dentífrico Couto.

Em 2004, enquanto pesquisava para um livro sobre marcas antigas, enganando a escassez de trabalho no jornalismo, descobriu outra vocação. Olhou para as caixas

A LOJA DO CHIADO GANHOU, EM 2009, 720 MIL EUROS. OS QUIOSQUES FIZERAM 520 MIL SO NO PRIMEIRO ANO. CATARINA PORTAS JÁ PENSA NO ESTRANGEIRO

de sapatos onde guardava "aquelas relíquias nacionais" e pensou: "Isto pode ser um negócio. Concluí que era possível vender estes produtos e revalorizá-los, mantendo as características que os marcaram durante décadas. São artigos que não encontraram o seu lugar na nova ordem comercial, liderada pelos supermercados", diz.

VENDER A HISTÓRIA DE UM PAÍS

Apresentou o projecto a quem a quis ouvir e uma amiga, revendedora de decoração étnica, emprestou-lhe os conhecimentos comerciais. Firmaram sociedade e, numa carrinha, fizeram-se à estrada para visitarem os fabricantes que decidiram comercializar. José Fernandes, director-geral da Ach Brito, foi o primeiro a compreender os seus planos. A parceria mantém-se até hoje, com a produtora de sabonetes e perfumes a deter um terço do capital da loja no Porto, inaugurada em Novembro de 2009.

Cada uma das sócias entrou com 1000 euros e, no Natal de 2004, numa loja de design, no Chiado, venderam 60 caixas em apenas dez dias. A acompanhar, seguiam os "livrinhos" que contavam a história de cada uma das insígnias e davam forma à sua estratégia de revalorização dos artigos. Chamou ao negócio Uma Casa Portuguesa, a provocar os tabus que insistiam em esconder a memória dos anos de ditadura, mas em Maio de 2007 a marca passou a ostentar novo nome: A Vida Portuguesa. Na época natalícia seguinte faziam-se filas de espera na loja que lhe cederam, por um mês, no Bairro Alto. O Natal de 2006 havia de chegar já no armazém da Rua da Anchieta, no Chiado, numa altura em que a sociedade se desfz e Catarina Portas decidiu levar o negócio avante.

Com as marcas nacionais, começou a desenvolver alguns produtos exclusivos. À Confiança pediu para reeditar artigos exclusivos embrulhados nos rótulos que jaziam, esquecidos, nas prateleiras, da antiga fábrica. Na Bordalo Pinheiro, conseguiu ressuscitar as andorinhas que, não só se tornaram num dos produtos mais procurados (num ano, venderam-se 5 mil), como imagem da própria A Vida Portuguesa. Neste momento, 200 andorinhas figuram no Pavilhão de Portugal, na Expo de Xangai. As espátulas salazares estão disponíveis na loja do MoMa, em Nova Iorque, e muitas das mais de 2600 referências patentes nas duas lojas da



Os negócios correm-lhe de feição, mas Catarina Portas, de 41 anos, não sabe se quer que cresçam mais

marca estão disponíveis para revenda em cerca de 20 estabelecimentos do Norte a Sul de Portugal e em países como os Estados Unidos e Espanha. Com parceiros, procura soluções para se internacionalizar e assume que poderá abrir um estabelecimento no estrangeiro, "já no próximo ano". A loja *on-line*, lançada em Novembro último, começa a "ter uma dinâmica importante".

A estratégia valeu-lhe uma facturação de 720 mil euros, na loja do Chiado. No Porto, ainda não se fizeram contas aos primeiros seis meses de vendas. Só no início de 2010, começou a sentir os efeitos da crise. Mas mantém-se os planos que delineou para o futuro: expandir a loja lisboeta e apostar na venda de mobiliário português. Em fase avançada está também o primeiro livro, entre os sete que a marca quer editar, dedicado à história de 20 fábricas nacionais.

INVESTIGADORA DE NEGÓCIOS

A dois passos de A Vida Portuguesa, no Chiado, no quiosque antigo que dá nova cara à Praça Luís de Camões aviam-se comes e bebes à antiga, como o "leite perfumado" com canela e limão ou as sanduiches de bacalhau com grão. Estes Quiosques de Refresco – também no Jardim do Príncipe Real e na Praça das Flores – são outros dos projectos de Catarina Portas, que lançou com o amigo e arquitecto João Regal, num investimento de 120 mil euros. Inaugurados no final de Abril de 2009, os quiosques renderam 520 mil euros nos primeiros 12 meses.

A oportunidade surgiu numa altura em que a Câmara Municipal de Lisboa abriu concursos para a exploração de quiosques antigos, precisamente quando Catarina Portas e João Regal projectavam uma parceria nas aulas que ambos frequentavam no Nova Fórum, o instituto de formação de executivos da Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa. "Fiquei a perceber mais umas coisas, mas sobretudo vi que não tinha cometido grandes erros até aí", avalia esta empresária que, todavia, não se revê nesta palavra: "Actuo mais na área do comércio delicado, que se preocupa com os fabricantes, produtos e clientes", diz Catarina, a quem um amigo chegou a apresentar como "Miss Naftalina, especialista em *retro-branding*". No fundo, "a minha atitude continua a ser a de uma jornalista: investigo as marcas, recolho a informação, reflecto e, depois, dou a conhecê-la", afirma.