

Empreendedor

Don Macaron

O negócio dos bolinhos chiques

Um viajante de alma e uma pasteleira de coração juntaram-se num projecto que quer fazer destas bolachas, camaleónicas nas cores e versáteis nos sabores, a coqueluche da pastelaria do século XXI.

Cátia Barbosa



TERESA GENS

Grandes lustres de cristal, cortinas de veludo e espelhos pomposos, fazem da Ladurée, casa de chá parisiense ao estilo do século XIX, um local obrigatório nos Campos Elíseos. É lá que os macarons, pequenas bolachas coloridas e decoradas e com sabores que vão do clássico chocolate, aos exóticos côco e menta, renderam fama ao lugar.

É certo que, sem o brilho dos lustres ou os veludos da casa parisiense, a portuguesa Don Macaron não quer ficar atrás na qualidade dos macarons. Desde Maio deste ano, numa loja “on-line”, no Natal a Don Macaron ocupará, também, um espaço físico, espécie de galeria de bolachas crocantes por fora, macias por dentro, com paladares clássicos, como o sabor a morango, ou ousadas como as de champanh.

“Temos consciência de que só virá a atrair genuinamente quem esteja na disposição de pagar o devido valor por um produto desta nature-

za”, diz Miguel Castro Santos, o criador da marca que, aos 33 anos, decidiu apostar neste negócio açucarado. Mas, haverá, nos próximos tempos, clientes a darem-se ao luxo de trincar uma bolacha por um euro cada?

“Para precavermos uma receptividade menos boa, por causa da crise, estamos, desde logo, a ter cuidado na escolha do local de venda, pois seria irresponsável assumir uma renda mensal de arrendamento com um valor astronómico”, comenta o empreendedor. Apostar numa divulgação pró-activa da marca “Don Macaron” é mais importante do seu ponto de vista - o que não significa que descurem a localização.

Miguel Castro Santos sabe da importância de ‘abrir’ num bom espaço. A sua família está, há muito, ligada à restauração tendo sido dos primeiros lojistas do Centro Comercial das Amoreiras. Mas, curiosamente, esta é a maior dificuldade que os empreendedores têm enfrentado: “estamos à espera, até hoje, de respostas à nossa primeira abordagem com

centros comerciais bastante bem conceituados da cidade de Lisboa.”

Macarons vendem-se

O criador da marca Don Macaron, licenciado em Relações Internacionais, e consultor em “franchising” nos últimos cinco anos (ver perfil), considerou que era chegado o momento de comandar o seu próprio barco. A ideia dos macarons foi da mulher, Liliana Pinto, experiente na manufactura e venda destes bolinhos chiques.

Como já tomaram o pulso ao negócio sabem o essencial: os macarons não só se vendem, como há alturas do ano em que a oferta não cobre a procura. Foi, por isso, que Miguel Castro Santos se decidiu a apostar neste negócio, criando o seu posto de trabalho. Aguarda, agora, decisões da Segurança Social (antecipação do subsídio de desemprego na totalidade), sendo certo que o “timing” para inauguração da loja será antes das festas de Natal e Ano Novo.

Se esta tática falhar, contam com capitais próprios para garanti-

rem “margem de manobra”. Planearam um investimento na casa dos 20 mil euros e estão convictos de que não demorarão a atingir o “break-even” operacional.

Com um orçamento “bem controlado” por Miguel Castro Santos, e o “know how” de Liliana Pinto, acreditam que o negócio vai durar. Actualmente, a Don Macaron emprega três pessoas a tempo inteiro - um em promoção e dois na produção. A fábrica está localizada em Sintra mas a área de actuação é a Grande Lisboa.

A médio e longo prazo, é desejo do casal, fazer chegar os seus produtos a espaços “gourmet”, restaurantes especializados e indústria hoteleira. Até ao final do ano, os empreendedores esperam consolidar a presença no mercado nacional através crescimento da notoriedade da marca Don Macaron junto do público. Em 2013, planeiam a abertura de um Don Macaron num mercado internacional. Provavelmente, um quiosque, no Brasil, para vender os seus macarons.

BILHETE DE IDENTIDADE

Miguel Castro Santos trabalhou em marcas como a Remax, GMAC Imobiliária e Vivafit e o seu percurso teve uma influência internacional.

Em 2002 foi viver para Melbourne, no âmbito do programa Contacto, do então ICEP, tendo ajudado na abertura dos escritórios deste instituto do comércio externo, tutelado pelo Ministério da Economia, naquele mercado. Os horizontes abriram-se, aumentou o seu interesse por outras culturas e formas de desenvolver negócios. Desde então, viajou pelo mundo, a maior parte das vezes por motivos profissionais. Até à abertura da Don Macaron, foi director de expansão internacional na Vivafit, tendo contactado com “muitos empreendedores com visões e ideias de negócios muito heterogénias.” Toda essa experiência ajudou, e muito, a dar o passo de criar a Don Macaron.

Uma receita que vem de Veneza

Na forma de disco, crocante por fora e macio por dentro, o Macaron é uma criação da Veneza renascentista. Tornou-se conhecido inicialmente por “maccherone” e viria a alcançar impacto em França, onde aportou com a comitiva de Catarina de Médicis. Graças à iniciativa de um pasteleiro, o bolo decorado foi um presente no casamento de Luís XIV, em 1660. O rei jamais viria a esquecer. Desde então, os seus descendentes perpetuam a tradição. Na corte de Versalhes, macarons eram servidos à realeza. Ao ‘povo’ deram-se a conhecer em dois estabelecimentos do Bairro Latino de Paris: o salão de chá Pons e a casa Ladurée - onde, ainda hoje, os sabores são os de antes, variando com as estações do ano.