

Entrevista ao Eng. Lorenzo Herrero, Director-Geral da Loja das Sopas



Lorenzo Herrero

Revista da APH – Quando é que surgiu este projecto e como é que se transforma um produto tradicional da alimentação mediterrânica, com um certo estigma de rejeição por parte das crianças e dos jovens, num produto moderno de sucesso. Foi apenas uma questão de marketing bem sucedido?

Lorenzo Herrero – A Sopa está enraizada nos hábitos alimentares dos portugueses. E a Loja das Sopas soube aproveitar essa oportunidade. Desde 1998 que a nossa preocupação se prende com a alimentação tradicional, saudável e portuguesa. O nascimento da marca, foi muito bem conseguida, pois teve uma pesquisa de mercado muito intensa.

APH – O vosso menu de sopas que é muito variado, assenta apenas na recolha de receitas da cozinha tradicional, ou existe também uma vertente de inovação e criatividade para lançar novos produtos?

LH – Temos mais de 200 receitas de sopas, e estamos continuamente a inovar. Os últimos lançamentos foram as Sopas Sem Batata, que foram de encontro às expectativas dos consumidores.

APH – Qual é o papel que a sopa deve ter numa alimentação equilibrada e

saudável, e quais são os ingredientes que consideram mais nobres para confeccionar este prato?

LH – A Sopa é um elemento indispensável numa alimentação saudável, porque além do seu valor nutricional, tem também benefícios preventivos e protectores para a saúde. Quanto aos ingredientes, os de eleição são sempre os da época.

APH – Para além das sopas, quais são os outros produtos que vendem nas

vossas lojas como complemento de refeição?

LH – Tartes, Saladas, Salgados, Sobremesas e Sumos Naturais.

APH – Uma empresa que lida com produtos frescos, como os vegetais e os frutos, deve ter um grande rigor em termos de qualidade e segurança. Quais são as normas que impõem aos vossos fornecedores e como é que é feito o aprovisionamento desses produtos?





LH – As lojas recebem todos os dias os produtos frescos (vegetais e frutas), para garantir a excelente qualidade dos produtos acabados. Os produtos são confeccionados nas próprias lojas, não existe nenhuma cozinha central que faça o abastecimento das lojas. Os nossos fornecedores passam por vários testes de qualidade quando começam a trabalhar connosco e têm também visitas surpresa pelo nosso departamento de qualidade.

APH – Para garantir a qualidade e a melhor composição dos pratos que preparam, têm o apoio de algum nutricionista ou de consultoria externa nesta área?

LH – A Loja das Sopas dispõe de um departamento interno de inovação e desenvolvimento que cria os produtos que confeccionamos.

APH – Quantas lojas têm actualmente, qual é o vosso volume de negócios e quantos trabalhadores empregam?

LH – Temos 33 lojas, das quais 13 são próprias e 20 são franchisadas. Toda a rede factura cerca de 11 milhões de euros, com cerca de 300 trabalhadores.

APH – O franchising é apenas para o mercado interno, ou pensam também internacionalizar este conceito de alimentação?

LH – A Loja das Sopas tem actualmente 2 lojas em Barcelona, mas a prioridade é a expansão em Portugal. Procuramos Lojas em Centros Comerciais a partir de 55 m², Lojas de Rua a partir de 120m²; Zonas urbanas, locais turísticos, de preferência em localizações de publico cativo, capitais de distrito e cidades com mais de 50 mil

habitantes; Espaço com condições técnicas para exaustão e climatização; Espaço com possibilidade de licenciamento para uso de estabelecimento comercial, na área de restauração.

APH – Recentemente lançaram no mercado a chamada Base de Sopa com o slogan “A Sopa que fazemos juntos”, que é um produto industrializado e embalado. Criaram alguma unidade industrial para este fim, ou contrataram o seu fabrico a uma empresa já existente?

LM – As Bases de Sopa são produzidas numa unidade industrial especializada em tecnologia líquida em Burgos-Espanha. Esta unidade pertence à Gallina Blanca.

APH – Para além deste produto, têm algum projecto novo em carteira que pode vir a surpreender os consumidores?

LM – A Loja das Sopas irá lançar em Maio um Gaspacho, de modo a oferecer aos seus consumidores uma sopa fria de Verão.

APH – Quais são os grandes objectivos de crescimento e de diversificação da empresa a partir de agora?

LH – O objectivo é termos 40 lojas abertas até ao final do ano, e continuaremos a inovar os nossos produtos.

Obrigado por esta entrevista, que nos deu a conhecer melhor uma empresa, que de uma forma inovadora tem contribuído para recuperar e promover um prato tradicional da alimentação mediterrânica, que foi muito desvalorizado e esquecido num passado recente.

MANUEL AUGUSTO SOARES
Presidente da APH

