

Um negócio de família

Quando era pequeno, Diogo Baldaia costumava brincar dentro das urnas que o pai fabricava e que a mãe costumava estofar. Habitado a correr entre os caixões e a esconder-se dentro deles, decidiu aos 19 anos seguir os passos do pai e do avô que há muito abriu a primeira fábrica de urnas da família Baldaia na garagem lá de casa. Hoje, aos 20 anos, é um dos responsáveis pelo [Grupo Baldaia](#) e tem a seu cargo uma fábrica de onde saem mensalmente 1.500 urnas. Quando questionado sobre se gostaria de trabalhar noutra área, não hesita: **“Não me imagino a fazer outra coisa.”**

Desde que o avô Baldaia fundou a primeira fábrica de urnas em Marco de Canaveses, no distrito do Porto, muita coisa mudou. “Trabalhava na garagem com os filhos. Faziam cinco urnas por semana”, contou Diogo. O lucro não era muito, “mas dava para pagar as contas”. “Para sobreviver.” O pai estava fora do mercado funerário há dez anos quando decidiu retomar o negócio da família e abrir o Grupo Baldaia. A empresa começou por dedicar-se exclusivamente à revenda de artigos funerários, mas o vício estava lá e Agostinho depressa tomou a decisão de abrir uma nova fábrica Baldaia. “Ele ainda tinha a maquinaria que era do meu avô.” Estávamos em 1996.



▲ Diogo Baldaia, de 20 anos, trabalha há um ano na empresa da família, a fábrica de urnas Baldaia

Desde então, o Grupo Baldaia não tem parado de crescer. À fábrica de Marco de Canaveses juntou-se uma outra, ainda por abrir. Os três funcionários iniciais tornaram-se em 60. Mas os Baldaia não querem parar por aí. No início de abril, a empresa participou pela primeira vez na [Tanexpo](#), a maior feira europeia dedicada ao setor funerário, em Bolonha. “Foi a nossa primeira vez em Itália”, contou Diogo. “É um mundo completamente diferente do português, abrimos novos caminhos.” Na semana seguinte, rumaram à Batalha.

Diogo juntou-se há empresa há um ano apesar de, como ele diz, nunca ter saído de lá. Apesar do curso de técnico administrativo, admite que, muito provavelmente, não era capaz de fazer outra coisa. E isso nota-se na maneira como fala. “Adoro isto, adoro o stress do dia-a-dia.” Adora que o incomodem a meio da noite porque falta alguma coisa, adora certificar-se de que está tudo bem, que os clientes estão satisfeitos. Adora o que faz.

A história dos Baldaia não é muito diferente da de muitas empresas portuguesas ligadas ao setor funerário. A grande parte pertence há várias gerações à mesma família. É um negócio familiar, como muitos outros. “O mercado nacional caracteriza-se largamente por ser de âmbito familiar, quer se trate de agências funerárias ou fábricas de fabricação de urnas”, explicou ao Observador Paulo Moniz Carreira, presidente da Associação Portuguesa dos Profissionais do Setor Funerário (APPSF). De acordo com o presidente, **as empresas são sobretudo PME ou micro-empresas.**