



Conserve o frescor

e afaste o fantasma das perdas

Os cuidados vão desde uma boa compra, um rigoroso controle de qualidade, condições ideais de armazenamento e manuseio correto das frutas, verduras e legumes **SORAIA NIGRO**

Há alguns anos, no período em que as feiras livres reinavam absolutas, o segmento de frutas, legumes e verduras (FLV) nos supermercados representava apenas de 2% a 3%.

Mas os consumidores migraram do comércio de rua para o autosserviço e, hoje, o setor supermercadista enxerga a seção como uma grande oportunidade de negócio, tanto que a categoria abocanha entre 8% e 12% do faturamento total do setor. O FLV é gerador de tráfego, alavanca as vendas por impulso em outras seções e, se bem trabalhado, costuma ser considerado o cartão de visitas da loja. Por outro lado, colher bons frutos no resultado das vendas exige cuidados especiais com as perdas, que chegam a 6% no varejo. Em toda a cadeia produtiva (do produtor ao consumidor final), as perdas, em alguns produtos, podem chegar a 30%.

DIFERENCIAL

Produtos industrializados são rigorosamente padronizados. As categorias mais conhecidas e as marcas mais vendidas podem ser encontradas em qualquer lugar. A única diferença é o preço e a exposição, fatores que nem sempre são notados pelo consumidor. Por outro lado, os

serviços conferem uma personalidade exclusiva ao varejo, por exemplo: ter o melhor pãozinho da região ou cultivar a melhor seleção de frutas, legumes e verduras em

O FLV é gerador de tráfego, alavanca as vendas por impulso em outras seções e, se bem trabalhado, costuma ser considerado o cartão de visitas da loja

sua loja é a característica que vai fazer a diferença e fidelizar o consumidor. Nas lojas da rede Pão de Açúcar, 80% das compras são centralizadas e passam por rigoroso controle de qualidade, a cada recebimento de mercadoria. O diretor comercial de FLV, Leonardo Myiao, destaca ainda que, no segmento de perecíveis, o treinamento dos funcionários é de fundamental importância.

“A manipulação e a exposição fazem toda a diferença e o funcionário precisa ser orientado tanto para manusear corretamente como também para ficar atento aos produtos que não estão em boas condições e que devem ser retirados da área de vendas”, explica.



“Cuidados como a seleção de fornecedores, a padronização de produtos, o ponto de amadurecimento e o perfil da loja para a definição do mix são pontos que devem ser avaliados”

DESAFIO

Alexandre Dias, da R Dias Assessoria para varejo, reforça que evitar as perdas é o grande desafio da seção. “Se a área for mal trabalhada, as perdas podem chegar a 16% e o pior é que a maioria das empresas não consegue contabilizar corretamente qual seu índice de perdas”, diz. De acordo com Dias, é comum os fornecedores desse segmento bonificarem as empresas com algumas caixas a mais de produtos e esse extra nunca é contabilizado no inventário. “Entrou um volume maior de mercadoria e o balanço é feito com base no que foi lançado, ou seja, na prática, a perda é maior”, explica. Cuidados como a seleção de fornecedores, a padronização de produtos, o ponto de amadurecimento e o perfil da loja para a definição do mix também são pontos que devem ser cuidadosamente avaliados, lembra o especialista. “Se todas as cenouras da pilha tiverem o mesmo padrão, o consumidor não vai remexer a mercadoria para pegar a de baixo”, observa. Na rede Coop, as compras de FLV são diárias e os funcionários são orientados sobre manuseio, empilhamento de caixas e estão sempre de olho na área de vendas, para retirar as mercadorias em mau estado, mesmo assim as perdas variam entre 10% e 15%.

EXPOSITORES AUXILIARES

Fazer a exposição correta do produto, além de reduzir perdas, atrai o olhar do consumidor. O gerente de marketing da Hortiline, Danilo Marega, diz que os expositores ideais são os que têm altura de leito e inclinação que permitem menor volume de produtos expostos. “Com menos produtos em exposição, diminui a perda e a apresentação da mercadoria é melhor, embora o trabalho de reposição tenha de ser mais assíduo”. No caso de produtos folhosos, Marega diz que é fundamental mantê-los em expositores com base em aço inox e dreno para escoamento de água. O diretor comercial da Eletrofrio, Roberto Weidner, diz que as bancas “secas”, com fundo falso, melhoram a exposição sem submeter os produtos a uma pressão de peso excessiva e que os expositores refrigerados, com temperatura adequada para frutas e temperatura e umidade adequada para folhagens, também aumentam a durabilidade do produto. Weidner observa ainda que, além da temperatura adequada para manter os produtos, é importante que os expositores tenham lâmpadas de baixa emissão de infravermelho e ultravioleta, para reproduzir a cor natural dos alimentos. **G**



Foto: Arquivo Giro News

REDUZA AS PERDAS

■ **NO ESTOQUE**, evite trocar constantemente a mercadoria de lugar. Toda vez que um vegetal é manuseado perde uma parte de sua cera natural, fator que o protege contra a degradação.

■ Se possível, **UTILIZE CAIXAS DE PAPEL NO TRANSPORTE**, armazenamento e exposição dos produtos. Esse procedimento evita que os produtos amassem e se deteriorem rapidamente.

■ **COLOCAR OS PRODUTOS UM A UM** cuidadosamente nas gôndolas e expositores. Despejar os produtos nas bandejas, vascas ou cestas provoca amassados e gera perdas.

■ Não colocar um produto maduro ao lado de outro mais novo. Alguns vegetais liberam **GÁS ETILENO** na medida em que amadurecem, o que faz acelerar a maturação dos outros produtos que estiverem próximos.

■ Utilize **EXPOSIÇÕES HORIZONTAIS OU DIAGONAIS** para os produtos. O empilhamento de grandes volumes espreme os vegetais que ficam por baixo e aumentam sua temperatura, gerando deterioração rapidamente.

■ Invista na **CLIMATIZAÇÃO** do setor. O mais adequado é que depósitos, estoques e áreas de vendas tenham ar-condicionado com temperatura regulada entre 12 e 15 graus.

■ Fique atento: é importante oferecer praticidade, mas cabe lembrar que hortifrutis picados ou cortados estragam mais rápido, por isso devem ser expostos em **BALCÕES REFRIGERADOS**.