O abastecimento de frutas e legumes precisa amadurecer

As frutas são as primeiras a atrair minha atenção quando entro em uma loja. Nada é mais sedutor que o frescor de uma fruta madura, suculenta, perfumada e de um colorido encantador. Porém, nada é mais decepcionante que uma fruta verde, murcha, manchada e pálida. Mas, ainda tem coisa pior, ou seja, aquelas frutas lindas de se ver e péssimas de se comer: azedas, sem gosto e batidas por dentro.

Essa falta de padronização (tipo e tamanho), a variação de grau de maturação e a má conservação das frutas sempre me intrigaram. Certa vez perguntei a um diretor de rede de supermercado norte-americano como eles faziam para ter sempre frutas padronizadas, com um grau de maturação ideal e maravilhosas, em suas lojas. Ele não entendeu qual era a minha dúvida, se as frutas chegavam às lojas absolutamente como encomendadas.

Essa falta de padronização (tipo e tamanho), a variação de grau de maturação e a má conservação das frutas sempre me intrigaram

Essa entrevista aconteceu em 1980 e foi difícil eu explicar que no Brasil não se encomendava frutas por telex, que o comprador precisava ir ao Ceasa escolher pessoalmente os produtos para abastecer as lojas. Ele ficou escandalizado, tirou de uma gaveta um livretinho de classificação e padronização de frutas e legumes. Fiquei encantado e entendi como era simples fazer encomendas por telex, ou telefone: o comprador escolhia, por exemplo, tomate tipo A com grau 2 de maturação e fazia a cotação diretamente nos centros produtores, depois era só fechar o negócio e receber a mercadoria no centro de distribuição, exatamente como havia pedido.

Jovem, ingênuo e entusiasmado, trouxe o livreto para o Brasil, escrevi sobre o assunto e comentei com um empresário o quanto o sistema norte-americano de classificação e padronização de frutas e verduras simplificava o abastecimento. O modelo, além de permitir um atendimento direto do centro produtor ao canal de vendas, continha muitas outras vantagens, como eliminar perdas e principalmente evitar o passeio turístico até um centro consumidor. Recebi em retribuição um sorriso glacial, seguido da pergunta:

– Um projeto desses não rende votos. Os centros de produção ficam escondidos na roça, os Ceasas, não, são enormes e muito visíveis. Qual é o político que se interessaria por isso?

Até hoje, 30 anos depois, quando escolho um simples tomate, penso: nosso sistema de abastecimento não amadureceu.

EQUIPE GIRO NEWS

Diretor geral: Antonio Carlos Yazbek
yazbek@editorasupergiro.com.br
Diretora comercial: Tereza Barion
tbarion@editorasupergiro.com.br

REDAÇÃO redacao@editorasupergiro.com.br
Editor: Renato Rogenski
renato@editorasupergiro.com.br
Editor Portal: Luis Moreira
luis@editorasupergiro.com.br
Colaboradores: Débora Mendonça, Karin Fuchs, Pablo Curty, Rafael Dantas, Raquel Prado, Soraia Nigro
Revisão: Suiang Guerreiro
Design gráfico: Patricia Braga
Imagem Capa: Pablo Curty
Imagens miolo: Stock.Xchng

COMERCIAL comercial@editorasupergiro.com.br
Gerente Administrativo de Vendas: Paulo Ávila
Executiva de contas: Cláudia Cotrim

REPRESENTANTE gironews@uol.com.br
Brasília: A2 Representações – Brasília/DF
Tel. (61) 223-7005/ 223-7006
Fax. (61) 223-0001
alaormachado@uol.com.br

CIRCULAÇÃO circulacao@editorasupergiro.com.br
Responsável: Roberto Lopes Costa

Gerente administrativo: Rose de Paula
Impressão: Prol Editora Gráfica Ltda
Jornalista responsável: ACY - Mtb 9.105
Assinatura anual: R$ 96,00
Editora Supergiro Ltda
Tel.: (11) 3675-1311 Fax.: (11) 3672-2936
supergiro@editorasupergiro.com.br
PORTAL: www.gironews.com

Circulação Nacional
A primeira em distribuição ao Trade
Exclusivamente para quem decide – diretores, empresários e executivos de supermercados e atacados

Filiada

IVC Instituto Verificador de circulação
anatec www.anatec.org.br

Tiragem: 30.300 exemplares mensais

artigo_161.indd 34 25/03/2010 15:22:31