

Estoque e logística são desafios de ‘hubs’ de produtores

O Estado de S. Paulo

Seja pela busca por uma alimentação mais saudável e sustentável ou até mesmo pelo prazer de consumir alimentos regionais, muitos brasileiros optam por comprar produtos naturais e artesanais, de fabricação quase caseira e em pequena escala.

A empresária Kim Machlup é uma dessas consumidoras que preferem fazer compras nas mãos de pequenos produtores. Além de estimular a economia familiar e local, ela conhece a procedência e a qualidade do que está levando para casa. Porém, com a pandemia, ela sentiu mais dificuldade para adquirir produtos. Viu aí uma oportunidade para empreender, servindo de ponte entre o cliente e muitas microempresas de produtos artesanais.

“Durante a pandemia, eu me senti meio órfã desses alimentos. Justo agora que as coisas estão mais complexas, deixar de comprar desses pequenos produtores é ainda pior. Comecei

a buscá-los online, mas cada um tinha um formato de comunicação, o que tornava o processo complexo”, conta ela.

Como é comum que cada produtor forneça produtos únicos, para fazer um lanche, por exemplo, ela precisava comprar o pão em um lugar, a geleia em outro e assim por diante. “Para cada coisa que comprava, tinha de pagar um frete diferente. Isso não é sustentável.”

Focada em achar uma maneira mais fácil de conseguir esses produtos, conversou com produtores e realizou uma pesquisa com 150

potenciais compradores. Kim trabalhava no ramo imobiliário e largou o emprego em julho do ano passado, com o objetivo de que a nova empresa começasse a funcionar um mês depois. Deu certo. Assim surgiu a Baskets.

A Baskets é uma loja online que reúne uma rede de vendedores diferentes, mas a administração do estoque e do envio dos produtos para os clientes finais é toda feita por Kim. “A ideia é conseguir trazer o pequeno produtor para o mundo digital, mas não é a praia deles.” Enquanto isso não acontece, criase acesso para que consumidores consigam chegar mais facilmente aos produtos deles. Hoje, são mais de 60 produtores e 450 produtos no e-commerce.

Ali, o cliente consegue fazer uma compra completa, com produtos variados, pagando um único valor de frete e recebendo tudo de uma vez. Mas, por trás dessa facilidade, existe uma logística complexa. Os produtos vêm de diversos Estados do País e, além disso, possuem as próprias particularidades. Um queijo, por exemplo, tem uma validade inferior a uma garrafa de azeite.

Cada produtor é responsável por enviar os alimentos para a sede da Baskets, que fica na cidade de São Paulo. Para o cliente final, o prazo de entrega varia de um a cinco dias úteis. No momento, a empresa atende apenas na Grande São Paulo e, recentemente, abriu uma loja física na capital, na Vila Madalena, zona oeste.

Assinaturas e entrega. Há oito anos no mercado, o Cateto nasceu como um bar focado em produtos artesanais de pequenos produtores,

com destaque para as cervejas, que eram acompanhadas por queijos e itens de charcutaria.

Ao longo desse tempo, foram abertas duas unidades na capital paulista, a última encerrada no ano passado por conta da pandemia. “Fomos obrigados a procurar um outro modelo, pois era insustentável, uma vez que o nosso serviço e os produtos não funcionavam muito bem em delivery. A saída que encontramos para conseguir manter o trabalho vivo, com o trabalho de curadoria dos pequenos produtores, foi criar um clube de assinaturas. Aí nasceu o Cateto Crafters”, conta Eduardo Jarussi, um dos sócios da marca.

Dos pampas gaúchos ao sertão baiano, todos os meses o Cateto seleciona produtos artesanais feitos por pequenos produtores de alguma microrregião do País e entrega em uma cesta para os assinantes.

Até o momento, todas as cestas contaram com produtos inéditos. Apesar das entregas mensais, todo o processo de compra e armazenagem ainda é um grande desafio. Pela diferenciação dos produtos, Eduardo conta que, a cada mês, é necessário encontrar novos produtores que consigam entregar a quantidade necessária dentro do prazo e sem perder a qualidade.

A assinatura é feita pelo site do Cateto. Atualmente, são cerca de 130 assinantes em São Paulo. “Imagina entregar, em três dias, mais de 100 cestas em uma cidade grande como São Paulo? É um trabalho bem delicado.”

Com dois anos no mercado, o e-commerce Chocolate (que reúne variadas marcas nacionais) segue em crescimento e já entrega em todo o País. De acordo com o diretor Danilo Fortunato, os produtos vêm de diferentes partes do Brasil e são armazenados na sede da empresa na capital paulista, em locais com temperatura regulada de acordo com o tipo de chocolate.

Para garantir que o produto chegue à casa do consumidor sem perder a qualidade, todo o processo de entrega precisa ter alguns cuidados. Os pedidos feitos em São Paulo são entregues em até quatro horas, já aqueles que precisam sair da capital têm um processo diferente.

Antes da venda, os chocolates são comprados e armazenados em São Paulo, e o tamanho do estoque depende do nível de demanda e da validade do produto. Por mês, são vendidas cerca de 500 a 600 barras.

- Estratégia “Imagina entregar, em três dias, mais de 100 cestas em uma cidade como São Paulo? É um trabalho bem delicado.” Eduardo Jarussi SÓCIO DA CATETO CRAFTERS

Núcleo de Inteligência - Sedet

Edição 158 - Em 13 de julho de 2021

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.