

[Notícia anterior](#)[Próxima notícia](#)3 abr 2017 | O Globo | george.vidor@globo.com GEORGE VIDOR

TESTE DO CHOCOLATE

As vendas que antecedem a Páscoa vão mostrar para o comércio se já há recuperação de fato ou não

Tanto no Brasil como em qualquer parte do mundo, o comércio se apoia em algumas datas comemorativas. E a Páscoa é uma das mais marcantes. Vende-se muito chocolate e alguns tipos de alimentos, pois as famílias costumam se reunir em almoços nos dias de feriado. Hábitos de consumo vêm mudando nos últimos anos, e o chocolate agora faz parte da lista de produtos que devem ser consumidos com moderação, por ser muito calórico e geralmente conter açúcar em demasia. Ainda assim, o Brasil permanece como quarto mercado em todo o planeta. Os brasileiros são chocólatras. Não temos mais produção suficiente de cacau para atender à demanda da indústria. De exportador, o país se tornou importador de cacau. Por isso, o chocolate ficou também tão caro por aqui.

De qualquer forma, a Páscoa será o primeiro teste que o comércio varejista terá em mãos para medir se a recuperação da economia de fato começou a ocorrer.

Ainda bem

Não é por falta de tecnologia que continuamos correndo o risco de comer gato por lebre. Pouca gente sabe, mas muitas indústrias já conseguem identificar, desde a origem, a qualidade de todos os produtos que utilizam na produção de alimentos. O problema maior está no varejo, pois nada impede que fraudes sejam cometidas por comerciantes inescrupulosos, que vendem mercadoria falsificada utilizando, por exemplo, embalagem de um produto que tem bom conceito junto a consumidores. Mas, mesmo nesse caso, é possível verificar a procedência dos alimentos oferecidos, com testes de laboratórios.

Um grupo de biólogos e bioquímicos, originários da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), criou há poucos anos uma empresa chamada Myleus (nome científico do peixe Pacu), com esse objetivo. Financiada por dois fundos de desenvolvimento geridos pelo estado, a Myleus começou com testes de DNA que verificam se o que está sendo vendido é aquilo mesmo. Os primeiros clientes foram importadores de pescados. Quando o contêiner chega ao Brasil, uma amostra é levada para Belo Horizonte e em cinco dias a empresa responde se é bacalhau mesmo ou se trata de um primo próximo.

Uma das patentes da Myleus é o teste de DNA que responde se a tal muçarela de búfala é realmente de leite da própria ou de vaca (há casos comprovados em que 100% do leite não é de búfala; clarificantes e outros produtos são adicionados para confundir o consumidor).

Marcela Drummond, que é presidente executiva da Myleus, diz que o controle feito pelas grandes indústrias de alimentos é apropriado no Brasil, pelo que sua empresa tem constatado na prática. Para o varejo, agora a Myleus trabalha para redes de refeições rápidas, fazendo testes aleatórios em alimentos e até nas condições de higiene dos empregados que manuseiam os produtos. Tem sido um trabalho importante para quem tem extensa rede de franquias, que nem sempre seguem os padrões e normas estabelecidos no contrato com o franqueador.

Uma curiosidade: mulheres são maioria entre os que trabalham na Myleus, que, no caso do teste de DNA, só tem como concorrente uma companhia que faz os exames em laboratórios na França.

Espetando

A propósito, em meio a toda essa crise, uma rede que começou com uma pequena loja na Barra da Tijuca não para de crescer. Já é vista por empreendedores de shopping centers como chamariz ou âncora. Chama-se Espetto Carioca. Do Rio, se espalhou por Piracicaba e Campinas, em São Paulo, e mais recentemente se instalou em Juiz de Fora, Minas Gerais. As lojas têm 50 tipos de espetinhos (carnes e até verduras) prontos e temperados para serem grelhados na hora. São vendidos mais de oito mil espetinhos por dia. Com os adicionais e bebidas, a venda média por consumidor é de R\$ 70. Agora a rede pretende se expandir, instalando lojas-contêineres em postos de gasolina. Nelas, a ideia é que o consumidor possa também comprar os espetos para grelhar em casa. Se precisar, leva também carvão, sal, molhos, espetos. A crise tem obrigado empreendedores a puxar pela criatividade. Menos mal.

Surpreendente

Por incrível que pareça, o conjunto de 162 empresas analisadas pela Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca) para o relatório anual da entidade teve mais lucro em 2016 — R\$ 57,6 bilhões, 18,7% acima do resultado do exercício anterior, que foi de R\$ 48,7 bilhões. Mas foi um crescimento calcado na desvalorização do real. Nas atividades-fim das companhias, o lucro cresceu 2%. A Abrasca retirou da amostra, para não distorcê-la, companhias nas quais a variação do câmbio teve um impacto ainda mais excepcional, como foi o caso da Vale. Considerando as 350 empresas listadas na BM&FBovespa, o lucro despenca.



[oglobo.globo.com/ blogs/vidor](http://oglobo.globo.com/blogs/vidor)

Impresso e distribuído por NewspaperDirect | www.newspaperdirect.com, EUA/Can: 1.877.980.4040, Intern: 800.6364.6364 | Copyright protegido pelas leis vigentes.

[Notícia anterior](#)

[Próxima notícia](#)