

Sabor especial e bons lucros

Empresa de comida congelada atrai clientes com pratos caseiros

Cardápio variado, com pratos com sabor de comida caseira e preço acessível. Essa parece ser a receita de sucesso de empresas que atuam no ramo de comida congelada. No Rio, uma das marcas mais antigas nesse mercado é a Deep Freeze, criada na Tijuca há 23 anos pelas amigas de infância Maria Alice e Ana. Elas perceberam que o ramo de alimentos congelados vinha ganhando cada vez mais adeptos em outros países e resolveram montar um negócio nessa área.

Ao longo dos anos, a empresa passou por mudanças, mas o cuidado artesanal no preparo

dos alimentos foi mantido. Resultado: hoje, a Deep Freeze comercializa 20 mil pratos/mês.

Mercado muito concorrido, tem grandes empresas

"A empresa cresceu, mas, apesar das mudanças, mantivemos o sabor caseiro dos pratos e o cardápio variado, que fizeram da marca uma das mais respeitadas no setor", comenta Luiz Eduardo Jardim, um dos sócios que administram a empresa. Ele explica que o cardápio da Deep Freeze conta com 240 pratos. Do total, ressalta Jardim, quase 30 opções são de comida caseira.

Luiz Eduardo diz que o mercado é concorrido e conta com grandes empresas, como Sadia e Perdigão: "Para conquistar a fidelidade dos clientes, é preciso estar atento à qualidade e sempre reformular o cardápio, incluindo novas opções".

A Deep Freeze também vende produtos para supermercados, cantinas, bares e cafés: "Temos linha de sopas, com mais de 20 itens, criada para servir estabelecimentos que têm clientes que buscam alimentação leve e rápida", acrescenta Luiz Eduardo.

Deep Freeze:
(21) 3478-3000

PAULO ALVADIA



ROBERTO LEMOS E LUIZ EDUARDO JARDIM, da Deep Freeze: bons negócios com comida congelada

Para entrar no setor, alguns cuidados são recomendados

■ O comércio de comida congelada pode se tornar uma atividade bem rentável, mas, para entrar nesse mercado, é preciso alguns cuidados. Um deles é fazer uma boa pesquisa. "Quem quiser atuar no ramo precisa, primeiro, saber onde está o público consumidor e como chegar até ele", ressalta o consultor de varejo Luiz Antonio Martins.

Ele lembra ainda que é pre-

ciso profissionalismo e uma boa dose de criatividade e de boa vontade por parte do empresário, que, pelo menos de início, terá que dedicar várias horas do seu dia ao negócio.

"O mercado pode ser promissor, mas os custos de produção são elevados, principalmente por causa dos gastos com energia elétrica. Por isso, é preciso ficar de olho, acompanhar de perto o processo

de produção, para evitar gastos desnecessários, mas sem perder o foco na qualidade", orienta Luiz Antonio.

Para ele, oferecer um cardápio bem diversificado é importante, pois ajuda a fidelizar os consumidores. "A variedade de pratos é fundamental porque os clientes gostam de ter opções para escolher, seja de pratos doces ou salgados", conclui Luiz Antonio.