

Pandemia aquece venda de congelados

Com restaurantes fechados, fábrica na Tijuca multiplicou faturamento



Cardápio. O medalhão de filé-mignon é um dos carros-chefes do menu da fábrica de congelados Deep Freeze

REGIANE JESUS
regiane.jesus@oglobo.com.br

“Uma explosão de vendas nunca antes vista em 38 anos de história”. Assim Luiz Eduardo Jardim, da Deep Freeze, define o que aconteceu com a fábrica de congelados que tem em sociedade com Roberto Lemos quando a Covid-19 chegou ao Brasil. Na sede da Rua Antônio Basílio 562, na Tijuca, o volume de trabalho se multiplicou tão intensamente que foi preciso contratar quatro funcionários, sendo dois cozinheiros para reforçarem a equipe, que atualmente conta com 15 profissionais só na cozinha. Tudo para dar conta das encomendas de refei-

ções prontas, como medalhões, empadões, sopas, massas e linhas light e vegetariana, além de sobremesas e salgadinhos.

— Logo no início da pandemia, o número de pedidos aumentou cerca de 200%. Isso aconteceu na época em que as pessoas compravam em grande quantidade para estocar comida em casa. Depois desse boom, o nosso crescimento se estabilizou em torno de 20%, o que é um resultado excelente. A procura por congelados se mantém grande porque há uma busca por comida caseira, gostosa, e também porque muita gente não sabe ou não quer cozinhar — observa Jardim.

O empresário aposta que a clientela conquistada recentemente veio para ficar.

— Quem experimentou essa praticidade não vai mais querer deixar de abrir o congelador e encontrar uma refeição prontinha — aposta.

O sucesso em meio à pandemia deixa o sócio da Deep Freeze satisfeito com os rumos de sua empresa, mas não feliz.

— Saber que a empresa que a minha mãe fundou em 1982, com uma sócia, se mantém forte e crescendo é motivo de orgulho, mas estou triste por conta de parceiros que tiveram uma queda imensa e ainda não sabem quando vão conseguir recuperar os prejuízos que tiveram — diz.