

OPINIÃO

Menos desperdício e mais sustentabilidade para produtores rurais e o varejo alimentício

Ana Miranda (*)

Lojas e redes de hortifrúti e supermercados convivem com uma dor comum: margens apertadas e cadeias de suprimento que ainda sofrem com ineficiências de transporte e manuseio de produtos sensíveis como frutas, legumes, verduras e ovos.

Quando falamos de varejo alimentar, especialmente em alimentos frescos, uma realidade assombra os gestores de supermercados e hortifrúti: o desperdício. No Brasil, segundo dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), cerca de 30% da produção nacional de frutas e hortaliças vão parar no lixo anualmente, sendo que metade dessas perdas acontece durante o manuseio e transporte.

Estamos falando, portanto, de um prejuízo de aproximadamente um bilhão de dólares por ano, muitas vezes causado por embalagens inadequadas que comprometem a durabilidade e o frescor dos produtos. Nesse contexto, o conceito de pooling vem cada vez mais ganhando espaço no Brasil. O modelo consiste no compartilhamento de ativos logísticos retornáveis, com gestão centralizada, higienização e logística reversa.

Resumindo: em vez de cada varejista comprar e gerenciar suas próprias caixas plásticas para transportar perecíveis, eles passam a alugar esses ativos. As embalagens circulam por toda a cadeia: sai do produtor, passa pelo centro de distribuição, chega ao supermercado, volta para higienização e segue para outro fornecedor.

Dessa forma, fica claro que o pooling é um sistema de economia circular puro, onde o ativo fica sempre girando em vez de virar lixo após uma única viagem. Essa dinâmica cria um fluxo constante onde o desperdício vira exceção, não regra.

As caixas reutilizáveis são projetadas com sistemas de ventilação, resistência e padronização para reduzir amassamentos, trincas e danos nos alimentos ao serem empilhados, além de favorecerem práticas corretas no picking e no transporte, no picking e na exposição na loja. Para os gestores de supermercados e hortifrúti, o pooling resulta em menos dor de cabeça com estoque de embalagens, prejuízo com perdas dos ativos logísticos, menos espaço ocupado no depósito e menos funcionários dedicados ao gerenciamento das caixas retornáveis.

Em se tratando de hortifrúti, onde cada dia de shelf life a mais significa diferença entre lucro e prejuízo para o varejista, o pooling ganha ainda mais sentido. Embalagens padronizadas, projetadas especificamente para cada tipo de produto, protegem melhor os alimentos durante o transporte e mantêm sua qualidade por mais tempo.

Vale pontuar que a implementação do pooling não precisa ser complexa. Começa-se com uma categoria de produtos ou um fornecedor específico, testando

o modelo antes de expandir. O importante é escolher um operador que entenda as particularidades do varejo alimentar: tempos de giro, exigências sanitárias, variações sazonais. Afinal, não basta ter embalagens bonitas se elas não chegarem na hora certa ou nas quantidades corretas.

Menos custos, mais sustentabilidade e melhor reputação - No final das contas, o pooling representa uma evolução natural para um setor que vive sob pressão de margens apertadas e demanda por sustentabilidade. É uma forma prática de transformar custo em rentabilidade operacional, desperdício em eficiência, e ainda por cima, construir uma operação mais resiliente e preparada para os desafios do varejo alimentar moderno.

Para executivos acostumados a pensar em CAPEX versus OPEX, o pooling representa uma mudança de paradigma interessante. Em vez de imobilizar capital em ativos que se depreciam rapidamente, o varejo paga somente quando usa as embalagens. É como trocar a compra de veículos próprios por um sistema de frotas compartilhadas: menos investimento inicial, mais flexibilidade operacional e custos mais previsíveis.

A combinação de menos perdas físicas, melhor aproveitamento de carga no transporte e menor "capital empatado", significa produzir um custo total de propriedade competitivo frente à gestão própria — e com bônus de reputação por circularidade, que hoje pesa no relacionamento com clientes e investidores. A conta fecha devido ao maior aproveitamento de carga nos caminhões, as avarias diminuem drasticamente e o capital que antes ficava parado em embalagens próprias vira fluxo de caixa.

No pooling, a sustentabilidade não é atributo periférico: é consequência estrutural do desenho. Ao reutilizar a mesma embalagem por múltiplos ciclos, diminui-se a necessidade de produzir novos recipientes, cortam-se resíduos e diluem-se emissões por viagem, já que cargas são melhor combinadas e veículos viajam com ocupação otimizada.

Há casos em que caixas retornáveis projetadas para perecíveis atingem centenas de reuso antes da reciclagem, fechando o loop com logística reversa e controle de qualidade a cada retorno. Para quem opera perecíveis, isso se traduz em uma cadeia mais limpa, auditável e coerente com metas de ESG — sem abrir mão de eficiência operacional.

Em um setor onde cada ponto de margem é disputado na gôndola, capturar eficiência logística sem comprometer qualidade é raro; fazê-lo enquanto se reduz resíduo e emissões é diferencial.

Quando a embalagem deixa de ser fim e vira meio — padronizado, limpo, rastreável e disponível — o resultado aparece no inventário mais enxuto, na gôndola cheia e na diminuição considerável do desperdício de alimentos.

(*) CEO da HB Pooling.

WhatsApp Business vira ferramenta de negócios no campo

Automação no atendimento pela ferramenta é capaz de multiplicar o faturamento de empresas

Com presença em praticamente todos os celulares no Brasil, o WhatsApp se consolidou como uma ferramenta de trabalho para pequenas e médias empresas em todo o país. O app está instalado em 99% dos celulares no Brasil e mantém 147 milhões de usuários, segundo o estudo Digital 2024: Brazil.

Para especialistas em canais de atendimento, o que antes era apenas um meio informal de contato agora ganha papel estratégico: cada vez mais empresas estão automatizando processos, organizando suas operações e vendendo diretamente pelo aplicativo.

Segundo relatório da OpinionBox, 82% dos brasileiros já utilizam o WhatsApp para se comunicar com empresas, e 60% afirmam já ter feito compras pelo app. Não é à toa que o número de negócios que usam a versão empresarial — o WhatsApp Business — também cresceu: o Brasil é um dos maiores mercados do mundo para a solução. Cerca de 70% das empresas brasileiras já usam o app como parte de suas estratégias de marketing, vendas e relacionamento, segundo o Panorama de Marketing e Vendas 2024, da RD Station.

“Antes, tudo era manual. Hoje, consigo falar com dezenas de clientes ao mesmo tempo, sem deixar ninguém esperando”, diz Gabriel Sávio, diretor de uma loja de móveis em Goiás. Após automatizar o atendimento e vendas pelo WhatsApp, ele afirma ter multiplicado o faturamento por seis. “Organização e agilidade fizeram toda a diferença”. Ele utiliza a plataforma de atendimento da Poli Digital em suas operações, empresa também de Goiás, que possui chatbot, automações e CRM para atendimento de clientes.

“A plataforma atrelada à automação pode ser um verdadeiro motor de vendas de uma empresa. Há uma diferença grande entre atender um pedido e operar um processo comercial inteligente, escalável e eficiente”, afirma Alberto Filho, CEO da Poli Digital.

Casos como o de Gabriel não são isolados. Uma pesquisa da Meta (2023) ouviu



“Antes, tudo era manual. Hoje, consigo falar com dezenas de clientes ao mesmo tempo, sem deixar ninguém esperando”

6,5 mil adultos de 13 países, incluindo o Brasil, e mostrou que 81% dos brasileiros disseram achar mais fácil enviar mensagens para uma empresa do que acessar um site para ter esse contato, e 78% afirmam ter mais chance de fechar uma compra quando conseguem resolver tudo por ali — do primeiro contato ao pagamento.

Alessandra Bona, da Burntech Caldeiras Equipamentos Industriais, também cliente da Poli Digital, cita que a possibilidade de responder aos clientes na mesma tela, atendendo diversos canais ao mesmo tempo, facilitou muito o dia a dia. “Permitir ter tudo registrado em um funil de pré-vendas (mensagens e ligações) foi um fator decisivo”.

Além de aprimorar as conversas, o WhatsApp também impulsiona as vendas com recursos integrados. Um dos mais utilizados é o Click-to-WhatsApp, que transforma anúncios no Instagram e Facebook em conversas diretas na plataforma

de atendimento. Segundo a Meta, mais de 40% dos anunciantes brasileiros já adotaram essa funcionalidade — sinal de que o WhatsApp se tornou um ponto central na jornada de compra.

Outro destaque é o Poli Pay, ferramenta desenvolvida pela Poli Digital que funciona como um sistema de gestão de pedidos direto pelo WhatsApp e Instagram. Ela permite que empresas enviem e recebam cobranças diretamente pelo chat, com catálogo de produtos integrado e carrinho de compras. A funcionalidade movimentou cerca de R\$ 7 milhões desde seu lançamento em 2020. A taxa de conversão alcançada com o Poli Pay foi de 46%, o dobro da média dos e-commerces tradicionais.

“Ou seja, com suporte e organização, conseguimos crescer mesmo com uma equipe enxuta. O WhatsApp é o app que já está no bolso, é ágil, direto e conveniente — uma vantagem competitiva enorme”, diz Alessandra Bona.

Ao contrário de soluções robustas criadas para grandes empresas, que muitas vezes são caras e difíceis de implantar, o WhatsApp Business oferece uma porta de entrada acessível para a digitalização das PMEs. “Automatizar o atendimento, registrar históricos de conversa, treinar equipes e integrar pagamento direto pelo chat. Tudo isso já é possível, e não exige grandes investimentos”, afirma Alberto Filho.

Vacas felizes, leite de melhor qualidade? Cinco verdades sobre o leite que você precisa conhecer

Segundo dados do Ministério da Agricultura e da Pecuária, o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de leite, produzindo mais de 34 bilhões de litros por ano. O setor movimenta mais de R\$ 80 bilhões ao ano, gerando empregos e garantindo nutrição para a mesa de milhares de pessoas. Muito além dos números, o leite é um alimento que acompanha o brasileiro desde a infância, e desempenha papel fundamental na dieta, servindo como uma fonte rica em cálcio, proteínas e vitaminas — nutrientes aliados na saúde e na prevenção de doenças.

“Falar sobre o leite com base em fatos é uma maneira de valorizar esse alimento tão presente na vida dos brasileiros. Quando compartilhamos informações corretas, ajudamos a aproximar as pessoas da realidade do campo e a reconhecer o cuidado, a tecnologia e a ciência envolvidos desde a produção até a chegada desse alimento à mesa. É uma forma de fortalecer o elo entre o produtor e o consumidor, com mais transparência e confiança”, afirma Daniel Miranda, Gerente de Produto da Zoetis.

Abaixo, o especialista esclarece algumas das fake news mais populares sobre esse alimento:

Tem hormônio no leite

Mito. No leite, o que existe é ciência. Daniel esclarece que na produção leiteira há um rigoroso controle sanitário e nutricional, o que garante um leite de qualidade. “O que vemos nas propriedades rurais são práticas baseadas em ciência e tecnologia, manejo adequado e bem-estar animal, que se traduzem diretamente na qualidade do leite que chega à mesa do consumidor”, explica.

O brasileiro consome menos leite do que deveria

Verdade. O gerente técnico esclarece que, de acordo com o Ministério da Saúde, a recomendação de consumo ideal é de 219 litros de leite por pessoa ao ano. Enquanto isso, o brasileiro consome apenas 163 litros



por ano. Daniel ressalta, ainda, que esse déficit pode impactar a ingestão adequada de cálcio e outros nutrientes essenciais, especialmente em crianças e idosos.

Vacas bem cuidadas produzem mais — e com menos impacto para o meio ambiente

Verdade. O manejo responsável, que engloba alimentação balanceada, cuidados preventivos e condições ambientais confortáveis, torna o sistema leiteiro mais sustentável e faz toda a diferença na eficiência da fazenda. “O bem-estar animal está diretamente ligado à eficiência e à sustentabilidade da produção leiteira. Vacas bem cuidadas vivem melhor, produzem mais leite e geram menos impacto ambiental”, reflete.

Para proteger e garantir esse cuidado integral, a Zoetis oferece soluções que atuam diretamente na saúde e produtividade do rebanho leiteiro. A CattleMaster®, vacina polivalente que protege contra doenças respiratórias e reprodutivas, ajuda a manter os animais saudáveis e o ciclo produtivo em pleno funcionamento. Já o Valcor™, antiparasitário de amplo espectro recém-lançado, combate os parasitas internos e externos que

comprometem o desempenho das novilhas durante o período de recria. Complementando o portfólio, Leptoferm® 5 reforça a proteção contra a leptospirose bovina, uma das principais causas de perdas reprodutivas e produtivas nas fazendas.

O leite é um dos alimentos com processos de aprovação mais rigorosos do país

Verdade. O leite passa por diversos processos fiscalizatórios e de controle da fazenda até chegar ao consumidor final, desde análises microbiológicas, até análises físico-químicas. “Esse processo garante a segurança e confiabilidade do produto que chega aos brasileiros. É um dos alimentos com maior controle rastreabilidade no país”, ressalta Miranda.

Leite de caixinha é menos nutritivo que o fresco

Mito. O leite UHT, também conhecido popularmente como “leite de caixinha”, preserva todos os valores nutricionais essenciais do leite fresco, especialmente no que diz respeito às proteínas, cálcio e vitamina D. Segundo Daniel, “o processo de ultrapasteurização (UHT) aquece o leite rapidamente a temperaturas entre 130°C e 150°C, eliminando micro-organismos maléficos sem comprometer seu valor nutricional. É uma opção segura e nutritiva para o dia a dia”.

A produção de leite é um processo que exige ciência, qualidade e responsabilidade em cada etapa, desde o cuidado com a saúde e bem-estar dos animais, até a garantia de um alimento seguro para a população. “Desvendar mitos e valorizar as verdades sobre o leite é também reconhecer o trabalho de quem está no campo e de quem investe em tecnologias que tornam esses processos mais eficientes e sustentáveis. Na Zoetis, apoiamos produtores e veterinários com soluções que fazem diferença para o bem-estar animal e para produção mais segura e eficaz deste alimento tão significativo”, finaliza Daniel.