

Marcos é produtor de morango há 10 anos



» ANA CAROLINA ALVES

A mistura de morango fresco, brigadeiro branco e calda crocante vermelha virou sensação nas redes sociais e movimentou confeitarias de todo o país. Inspirado na tradicional maçã do amor das festas juninas, o morango do amor viralizou, conquistou o público e provocou uma corrida por unidades do doce — e pela fruta nos mercados.

A confeitaria Helena Nolletto, em funcionamento desde 2019 em Taguatinga Norte, entrou na onda do morango do amor na última semana e viu o movimento disparar. “Vi no Instagram e os clientes começaram a ligar perguntando. Falei para os funcionários: ‘Gente, precisamos fazer o morango do amor’”, conta Ana Paula Gonçalves, sócia da confeitaria. A produção, que começou de forma experimental, chegou a 600 unidades por dia. “Foi uma loucura. Tivemos que contratar três freelancers e reorganizar toda a equipe para dar conta da demanda”, afirma.

#### Preço dobrou

Segundo ela, o sucesso repentino trouxe muitos clientes novos à loja, além de aumentar o faturamento da confeitaria. “Teve gente que veio só pelo morango, mas acabou conhecendo outros produtos. O mais pedido foi o de brigadeiro branco, que agora vamos manter no cardápio e até oferecer em eventos, como casamentos”, diz. Ela também notou um aumento no preço da fruta, que chegou a dobrar por causa da alta procura, mas comemora a visibilidade gerada pela tendência: “Foi muito bom para o negócio. A gente não se lembra de outro produto que tenha viralizado tanto assim”.

Na Maria Amélia Doces, o produto era conhecido pelos

clientes. “Eu amo doce caramelizado, então fazia o morango e a uva com brigadeiro e envolvidos na calda de açúcar desde o ano passado, mas agora que viralizou de vez”, conta Maria Amélia Campos, dona da confeitaria.

O aumento nas encomendas foi tão grande que ela precisou antecipar o fim das férias de uma funcionária para dar conta da produção. “Só ontem (domingo), fizemos 700 morangos, hoje mais 50, mas desde a semana passada vendemos mais de 2 mil”, relata. Apesar da demanda alta,

nem todos os pedidos puderam ser atendidos. “Todo mundo que trabalha com isso queria que essa febre do morango do amor durasse pelo menos um mês, para aquecer de vez o mercado”, brinca.

#### Alta da fruta

As vendas de morango no Distrito Federal cresceram cerca de 12% na Central de Abastecimento do DF (Ceasa) em comparação à mesma época no ano passado, impulsionadas principalmente pela popularização do doce. Dennyel Dantas, diretor da Ceasa, destaca um aumento de 34% no preço da fruta.

# LUCRO COM O MORANGO DO AMOR

Doce viral impulsiona vendas, lota confeitarias e aquece produção no Distrito Federal. A venda da fruta na Ceasa aumentou 12% em relação ao ano passado



festas juninas e julinas. São datas que naturalmente aumentam a procura, e este ano veio a onda do morango do amor, que ajudou ainda mais”, comenta.

De acordo com Dantas, o impacto da tendência é amplamente positivo para a cadeia produtiva do DF. “É bom para os produtores, para os comerciantes e até para quem fornece a matéria-prima. Aumenta o escoamento da produção local, movimenta a economia e ajuda o varejo a vender mais”, afirma.

Produtor de morangos há 10 anos em Brazlândia, Marcos da Silva Almeida relata que as vendas da fruta dispararam nas últimas semanas. “Tivemos um aumento de mais de 50% pela procura e venda do morango nas últimas duas semanas. A caixa com quatro bandejas saiu de R\$ 17 para R\$ 40”, relata.

#### Faturamento

Para ele, a tendência trouxe um efeito positivo ao setor, mas é preciso estar atento aos riscos que podem comprometer a imagem da cadeia produtiva. “Assim como o morango do amor ajuda, o mau uso de agrotóxicos ou mão de obra (para acelerar a produção) pode prejudicar a todos”, diz. Apesar dos desafios, ele comemora o bom momento. “O lado positivo é poder honrar os compromissos e ganhar um pouco mais. Essas ondas ajudam a dar visibilidade ao produtor e ao produto”, afirma.

Morador de Ceilândia, o vendedor José Augusto Vitorino de Sousa também comemora o impacto da tendência. Ele trabalha com morango há oito anos e relata uma procura intensa nas últimas semanas. “A procura pelo morango aumentou uns 60% de uns 10 dias para cá. O morango do amor virou uma febre e tem vezes que eu nem dou conta de fazer todas as entregas”, conta.



**O crescimento da comercialização tem a ver com a alta demanda causada pela tendência do morango do amor, mas também foi influenciado pelas geadas no Sul de Minas, que reduziram a oferta nacional do produto”**

**Dennyel Dantas**, diretor da Ceasa



**Tivemos um aumento de mais de 50% pela procura e venda do morango nas últimas duas semanas”**

**Marcos da Silva**, produtor

Ana Paula Gonçalves contratou três freelancers para dar conta da produção

