

Frueat: um exemplo na economia circular

26 de Setembro, 2017

A Frueat não é apenas a empresa que comercializa a marca de fruta desidratada Fruut. No que ao ambiente diz respeito, é um exemplo de empreendedorismo e de economia circular, bem como uma referência na área da sustentabilidade. Isto porque, além de aproveitar fruta que, de outra forma, seria desperdiçada ou comprada aos agricultores locais por preços irrisórios, a Frueat usa um método de fabrico que quase dispensa água, além de destinar os seus resíduos (cascas e caroços) para os agricultores locais usarem nas suas terras.

Tudo começou com o objetivo de preencher uma lacuna no mercado: a escassa oferta de snacks saudáveis, 100% naturais. Em 2012, Filipe Simões conheceu a Sociedade Agrícola Quinta do Vilar, do outro cofundador Henrique Menezes, cujo principal negócio é a comercialização de fruta fresca, mas que desenvolvia paralelamente, ainda que sem expressão em termos de vendas, a desidratação de fruta. Tornaram-se sócios e fundaram a Frueat, com o objetivo de lançar a marca Fruut.

“A nossa principal inspiração foi criar algo que transcendesse o produto. Queríamos deixar o nosso contributo para um mundo melhor, com hábitos alimentares mais saudáveis, sustentabilidade e uma agricultura mais dinâmica”, conta Filipe Simões, CEO da Frueat, empresa com sede no Porto, que comercializa a Fruut.

Assim, nasce a Fruut: uma marca de snacks saudáveis, que transforma fruta com baixo valor comercial, a chamada fruta feia que o mercado rejeita, num snack sem aditivos ou conservantes. Não são utilizados químicos na produção, apenas água para lavagem e transporte, a desidratação recorre a ar natural e não comprimido e as embalagens não contêm alumínio.

Em quatro anos, 15 milhões de peças de fruta fresca, correspondentes a 2.500 toneladas, foram aproveitadas. Isto quando 30% da fruta produzida na Europa é desaproveitada todos os anos. Além disso, não há desperdícios, garante a empresa, já que as cascas e caroços – 70 toneladas desde 2013 – são reaproveitados por agricultores locais para alimentação de animais e para fertilização dos solos.

A Fruut chega já a cinco mercados – além de Portugal, vende para Espanha, Japão, Emirados Árabes Unidos e Reino Unido – e prevê faturar perto de dois milhões de euros este ano, ou seja, mais 45,7% que em 2016. Em apenas quatro anos, a marca vendeu cinco milhões de embalagens, 8% das quais apenas em maio passado.