

SUCESSO

Uma maçã por dia - ele sabe o bem que lhe fazia

A Simple Fruit nasceu em Londres. Mas é tão portuguesa como a cereja do Fundão. Quatro anos depois de ter mudado a forma como os britânicos olhavam para a hora do lanche, está a fazer o mesmo em Portugal

TEXTO **ÂNGELA MARQUES** / FOTO **PAULA NUNES**

Num anúncio dos anos 90, um homem (podemos dizê-lo) bem parecido tirava pontualmente às 16h30 a camisa e bebia uma Coca-Cola light perante o olhar embevecido dos funcionários de uma empresa vizinha. Durante anos as 16h30 foram “a hora Coca-Cola light”. E se não há relatos de nutricionistas a desmaiar de desgosto pela campanha da Coca-Cola (um refrigerante como lanche), é porque a ideia não pegou verdadeiramente. Por aquela altura, Vasco Gray de Castro estava em Londres. E apesar de já gostar de fruta, nem sonhava que um dia seria ele o homem das 16h30.

Verdade seja dita, não é Vasco quem entrega os cestos de fruta nos escritórios que já contrataram os serviços da Simple Fruit. Vasco é o homem (a par com Daniel Ernst, seu sócio e amigo de infância) que se lembrou de abrir uma empresa que leva cestos de fruta a outras empresas para que o lanche deixe de ser a hora de beber uma Coca-Cola light. Ou de ir buscar croissants à máquina. Ou de ir à rua perder 15 minutos com um café. Ou de comer uma empada e um Sumol de ananás (o que, tudo junto ou em separado, também altera o ritmo cardíaco a muitos nutricionistas). Na verdade, Vasco é só o homem que percebeu que nas empresas de Londres onde já se comia fruta ao lanche havia sempre uma secretária que a ia comprar contrariada.

Mas o mérito, reconhece, não é todo dele. Foi Daniel, seu colega de casa em Londres, quem chegou um dia ao apartamento a dizer que no banco onde trabalhava se comia muita fruta, mas se protestava ainda mais - ou porque a fruta era má ou porque era demasiado cara ou porque toda a gente a queria comer mas ninguém a queria ir comprar. Numa altura em que os dois estavam cansados de trabalhar por conta de outrém (Vasco no banco de investimento Barclays Capital - “com um ordenado tão confortável que quando disse que queria entrar no negócio da fruta muita gente me chamou louco” - e Daniel na PricewaterhouseCoopers) e procuravam boas ideias de negócio, surgiu esta: “E se houvesse uma empresa que levasse fruta às outras empresas?”

Um “www.google.pt” depois e perceberam que não havia concorrência para

eles em Londres. “Não havia ninguém a distribuir fruta nos escritórios. Havia quem distribuisse para hotéis e restaurantes, mas um serviço mais especializado não havia”, diz Vasco. Para inglês ver, em Dezembro de 2005 pensaram e em Junho de 2006 fizeram. E desde aí mais de 35 mil britânicos já comeram fruta da Simple Fruit (que por lá se chama FruitFul Office). Em 2009, num jantar combinado numa vinda a Lisboa, Vasco e Daniel, falaram sobre o negócio entre amigos. E antes da sobremesa já estavam a montar escritório em Portugal com mais três sócios: Rita Sousa Tavares, Bernardo Seabra e Cesário Pereira. De Londres para Lisboa, o conceito replicou-se: “A Simple Fruit quer dar saúde e bem estar àqueles que trabalham. Quer mostrar às empresas que dar fruta aos seus funcionários é uma forma de elas mostrarem que se importam. E compara da com outras acções (como parcerias com ginásios, por exemplo) esta fica muito barata - a partir de 35 céntimos por pessoa por semana a empresa já pode receber os nossos cestos.”

Menos constipações e mais alegria. É isso que a Simple Fruit acredita que já trouxe a 15 mil portugueses distribuídos por 350 empresas. “Do BES à Microsoft, ao BPI, ao Banif, à Unilever ou à Google”, enumera Vasco de Castro. E as reacções, sempre positivas? “A aceitação tem sido boa. Até melhor do que as expectativas. Penso que os portugueses estão abertos a novas ideias, sobretudo quando elas vêm de fora. Nós até começámos cá em ano de crise, mas isso fez-nos ser mais agressivos em termos de marketing e parece que funcionou. Claro que houve empresas a resistir. Sobretudo algumas que consideram que já pagam bem aos seus funcionários e que não têm de pagar por mais um benefício a dar-lhes.”

Mas para essas mais resistentes Vasco tem a resposta na ponta da língua: “Menos constipações são menos dias que os funcionários faltam ao trabalho. A fruta é uma preocupação com a fruta.” A Simple Fruit faz isso por elas. E faz a sério. A fruta que distribui é toda portuguesa - “para não ter de viajar muito” - e na linha de produção da Marl (de onde partem as carrinhas para a Grande Lisboa e o Porto) a fruta é escolhida a dedo. Numa peça que um comum consumidor de fruta consideraria perfei-

Menos constipações e mais alegria no trabalho. É isso que a Simple Fruit acredita que trouxe a 15 mil portugueses distribuídos por 350 empresas. Do BES à Microsoft, ao Banif à Unilever, ao BPI à Google

ta, a Simple Fruit encontra defeitos. “Mas como são defeitos que não alteram a qualidade da fruta, não desperdiçamos nada. Mandamos toda a fruta que não vai nos cestos para o Banco Alimentar.”

E que não se duvide da qualidade. Por que se quando começou o negócio Vasco não sabia “nada sobre fruta”, hoje sabe o mais importante: “Que este não é um produto qualquer, é um produto com um prazo de validade muito curto.” A exigência é um dos lemas deste empresário que apesar de “gostar de fruta desde sempre e ser um desportista que se preocupa com a saúde”, nunca pensou que aos 33 anos estaria a vender pêras e maçãs. “Sempre soube que queria trabalhar com empresas, mas o meu percurso levou-me a trabalhar em bancos de investimento.” Com o curso de Economia na London School of Economics, e um MBA no Insead, escola de negócios em Paris, Vasco tinha já traçado um caminho e uma carreira de sucesso. Mas o sucesso não se vê no recibo de ordenado. E hoje Vasco não se arrepende de ter trocado o dinheiro pela vontade de trabalhar todos os dias.

“Deixei um ótimo salário, mas hoje sou senhor do meu destino e isso dá-me uma grande satisfação. Nunca mais tive aquele “sunday blues” de que se fala em Londres. Agora gosto de vir trabalhar todos os dias.” É verdade que espantou a família, mas a mãe (também empresária) não duvidou das suas capacidades empreendedoras. Também é verdade que no Barclays lhe marcaram reuniões atrás de reuniões para o demover, mas ele estava decidido. E é verdade que houve quem achasse que tinha perdido a cabeça quando entendeu que o negócio da fruta era o seu futuro, mas a esses nem os ouviu: “Os princípios que fazem a Simple Fruit ter sucesso aplicam-se a outros produtos. Estamos a vender fruta mas temos planos para vender outros produtos.”

Vasco quer também ir para outros países. Mas primeiro quer consolidar a posição da marca em Portugal. “Há muitas empresas que ainda não conseguimos convencer aqui.” Em Londres, há uma que lhe ficou entalada na garganta. “O meu grande objectivo é ter como cliente o banco de onde saí para fundar a Simple Fruit.” Vasco di-lo com um ar confiante. Com o ar de que vai conseguir. E de quem não espera levar uma péra a tentar.