

REVISTA

SOLUÇÕES

A revista da pequena empresa no Paraná

SEBRAE

Trimestral nº17 Ano 5 Mar/13

Meu
Negócio

MEU
NEGÓCIO

Meu
negócio

A nova classe média empreendedora

Mais da metade
dos empreendedores
brasileiros está
na Classe C

Mais segurança

Pequenas procuram
sistemas eletrônicos

Fuja do calote!

Saiba como se proteger
de maus pagadores

O poder da marca

Fixar identidade é
estratégia para crescer

Demanda



Mercado quer **boas ideias**

Conheça três histórias de empreendedores do Paraná que enxergaram oportunidades e as transformaram em negócios

 Por Adriana De Cunto



Uma boa ideia na cabeça e um mercado pronto para recebê-la. Somando a isso, uma dose generosa de empreendedorismo. Eis a mistura que pode render um negócio de sucesso e fazer a diferença em uma sociedade que já tem de tudo, mas que está sempre aberta para novas necessidades. O século 21 pede empresas movidas a ideias, que ganham corpo por meio de muito trabalho, criatividade e persistência.

Há cerca de seis anos, o administrador de empresas Dalmer Vinicius Maffei, 39 anos, começou a definir um projeto de negócio que finalmente ganhará vida no segundo semestre de 2013. O curitibano até poderia ter lançado o produto antes, mas percebeu que o mercado ainda não estava preparado. Em alguns meses, *pet shops* de vários estados brasileiros poderão comercializar os petiscos orgânicos para cães Advita, marca da Vitaya Alimentos, a empresa criada por Dalmer Maffei.

Ele promete inovar esse segmento comercial produzindo alimentação para animais domésticos a partir de ingredientes orgânicos. O primeiro produto será destinado para cães. Em segunda etapa, os gatos também terão seus petiscos feitos com matéria-prima livre de agrotóxicos e de adubos químicos.

As guloseimas serão fabricadas em uma propriedade industrial arrendada no município de Bocaiúva do Sul, na Grande Curitiba. Há cerca de dois anos, Dalmer Maffei e um sócio médico-veterinário vêm se dedicando com mais intensidade à nova ideia, que é inédita no Brasil. Depois de definidos os ingredientes utilizados, marca, embalagem, faltava uma coisa: saber como o mercado receberia o novo produto. Para tanto, os petiscos foram colocados em embalagens com uma marca fictícia e distribuídos para vendas em *pet shops* do Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e alguns municípios do Nordeste.

A aceitação positiva animou os sócios da recém-criada Vitaya. “Eu fiz uma marca falsa, coloquei em uma embalagem falsa e fui testar o mercado com o produto verdadeiro. A resposta foi muito positiva. Existe demanda latente para o produto diferenciado”, comemora Maffei. Ele conta que lojistas que comercializaram o produto começaram a telefonar interessados em fazer pedidos da guloseima.

O empresário explica que os petiscos para cães da Advita serão os primeiros hipoaler-

gênicos (indicados para quem tem sensibilidade a determinadas fórmulas) do Brasil e são desenvolvidos com ingredientes nutra-sêuticos, que trazem algum tipo de benefício à saúde – nesse caso, ajuda a melhorar a pelagem do animal.

Se o conceito dos produtos orgânicos é a preservação do meio ambiente e a valorização do produtor, a Advita oferecerá aos proprietários dos animais um serviço de rastreamento da matéria-prima usada, para que eles possam identificar onde foi produzida.

A Advita não é a primeira experiência empreendedora de Maffei. Há cerca de 12 anos, o administrador (com pós-graduação em Comércio Exterior) trocou o emprego em uma multinacional norte-americana e abriu a Verde Capital, que comercializa produtos orgânicos para indústrias de rações para animais.

A Verde Capital trabalha principalmente com milho, soja, feijão, óleo e subprodutos da soja. Tudo orgânico. Os produtos são exportados para vários países, entre eles, Alemanha e Estados Unidos. O conhecimento desse setor, o curitibano adquiriu desenvolvendo projetos para a firma dos Estados Unidos.

O interesse do povo brasileiro por produtos mais naturais cresce a cada dia, constata Maffei. “Os supermercados já entenderam que o orgânico não é um nicho de mercado. Ele é um mercado”, constata o empresário, comentando ainda que “hoje a oferta de orgânico é pequena para a potencialidade de consumo que existe, que é muito maior do que as pessoas imaginam”. O Brasil, segundo o administrador, é um dos países que mais ofertam matéria-prima para a indústria de orgânicos.

Maffei também conta com a participação de um sócio na Verde Capital. “Em cada modelo de negócio eu tenho uma pessoa (sócio) junto comigo”, diz. Ele explica que trouxe essa “filosofia” da empresa americana onde trabalhou. Na opinião dele, os sócios acabam se envolvendo mais no negócio do que um funcionário. Para o desenvolvimento da Advita, o empresário está contando com a ajuda do Sebraetec, programa do Sebrae que auxilia os pequenos a terem acesso a serviços em inovação e tecnologia.

Inovação chega ao toalete

Uma ideia inovadora pode aparecer de várias maneiras. No caso de Guilherme Bosso-



O século 21 pede empresas movidas a ideias, que ganham corpo por meio de trabalho, criatividade e persistência





Foto: Rodolfo Kuhre/la. Imagen

Dalmer Vinicius Maffei, empresário



Uma ideia inovadora pode aparecer de várias maneiras, a mais comum é quando há uma necessidade



ni, 30 anos, o *insight* aconteceu quando leu em uma revista reportagem sobre o aumento do número de restaurantes que cobravam por quilo, nas maiores cidades brasileiras. Crescia significativamente a quantidade de pessoas que almoçavam fora de casa. O então estudante de Direito contou sua intenção para o colega de juventude, Eduardo Silva Arruda, acadêmico de Odontologia. Ele queria desenvolver um produto para ajudar essas pessoas a fazerem a higiene bucal no próprio banheiro do restaurante.

Oito anos se passaram e hoje os dois saboreiam o sucesso da Hálito Puro. A empresa desenvolveu e patenteou um equipamento que funciona como um reservatório com enxaguante bucal, copinhos e fio dental. Ideal para quem almoça longe de casa e não carrega necessário com esses itens.

A carteira de clientes de Bossoni e Arruda conta com 600 empresas de vários tamanhos e segmentos. De restaurante por quilo em Curitiba, passando por churrascarias, clínicas odontológicas, bares, boates, *shoppings*, a grandes empresas que fornecem alimentação para os funcionários, como a *New Holland*.

A ideia já atravessou fronteiras municipais e estaduais. O equipamento Hálito Puro

pode ser encontrado no interior do Paraná, Santa Catarina e na gigante Votorantim, em São Paulo. A dupla de empresários já foi procurada por vendedores do Rio de Janeiro e Brasília, dispostos a representar a marca nesses locais. Atualmente, os proprietários contam com ajuda de um consultor do Sebrae/PR na formatação da ampliação do negócio por meio de representantes.

Bossoni recorda que o começo foi bastante difícil. Os dois primeiros anos foram de trabalho árduo para desenvolver e aperfeiçoar o protótipo do reservatório que funciona como um dispensador do enxaguante. Contrataram, de forma terceirizada, engenheiros e *designers*. “Estávamos fazendo uma coisa que não existia”, orgulha-se Bossoni. Assim que se formaram na faculdade, os sócios abraçaram também a profissão de advogado e dentista em paralelo à administração da Hálito Puro. Foi graças a isso que o investimento inicial total de R\$ 10 mil foi suficiente para os primeiros anos.

“A gente ficou uns dois, três anos sem tirar nada da empresa. Tudo o que entrava, a gente reinvestia”, explica. No início, o lucro era muito pouco, lembra o advogado, pois eles decidiram alugar apenas seis máquinas e acompanhar o desempenho delas e a aceitação do produto.

Criar um novo produto não é fácil, mas o resultado é gratificante, diz Bossoni. “Tem que ser muito persistente. Mas extremamente persistente”, afirma. Ele conta que cansou de escutar comentários de que a ideia não daria certo. “Para as pessoas falarem que vai dar errado, é muito fácil”, lembra. Mas os sócios insistiram e, muitas vezes os dois, que não são engenheiros, passavam a noite trabalhando no protótipo da máquina. Os primeiros equipamentos eram grandes, com reservatório para cinco litros de enxaguante. Depois, o *design* foi diminuindo para acomodar um litro do produto.

A estrutura da empresa é bem pequena, com apenas uma funcionária que recebe telefonemas, faz trabalhos burocráticos e monta os equipamentos. A fabricação das máquinas é terceirizada e ela chega desmontada ao escritório da empresa, que ocupa um local amplo, nos fundos da casa de Bossoni. “A gente está começando. Não deu ainda para investir em uma sede legal, como eu quero”, diz.

Manter as despesas controladas é fundamental para quem está começando, ensina Bossoni, lembrando que é preciso “suar a

camisa". Os sócios fazem a venda e entregam. "Se precisar furar uma parede, a gente fura. Tem muito cliente meu que não sabe que eu sou dono da empresa", diverte-se. No começo, ele e o sócio passavam a noite montando as máquinas. "Nós não tínhamos dinheiro para contratar pessoas e tínhamos uma vontade muito grande de crescer. E ainda temos."

Os reservatórios são alugados e os proprietários dos estabelecimentos pagam também pelo enxaguante e fio dental. O serviço custa para o dono do restaurante três centavos por cliente. "É um investimento para uma empresa. Para um bar ou para um restaurante, é um diferencial", comenta o advogado. O enxaguante bucal é marca própria e, em alguns meses, eles terão também o fio dental Hálito Puro. Tudo é produzido por indústrias terceirizadas na Grande Curitiba.

Em breve, quando o reservatório ainda mais compacto for lançado e o enxaguante e o fio dental Hálito Puro começarem a ser vendidos no mercado, os sócios acreditam que vão melhorar o pró-labore e provavelmente até contratar outros funcionários. Por enquanto, a dupla tem procurado fazer mais investimento que retiradas e sem recorrer a empréstimos. "A gente é muito pé no chão. Se este mês não dá para tirar nada, a gente não tira nada", resume.

Um novo projeto já está em fase final de elaboração. Bossoni e Arruda planejam colocar no mercado uma linha de produtos de higiene pessoal masculina. O empreendedorismo

está na família. O advogado conta que cresceu atrás de balcão de loja, pois os pais são empresários do ramo de confecção, fabricando e vendendo roupas. Mas ele confessa que antes da Hálito Puro, pensava em abrir um restaurante. Hoje, o sonho é ver a empresa se desenvolver. "Quanto mais eu crescer, mas saúde estou gerando para as pessoas. Sou apaixonado pela minha empresa. Não troco por nada. É problema todo dia, mas eu amo o meu trabalho", afirma.

Aluga-se tecnologia

O sonho de empreender chegou cedo na vida do estudante de Administração Fernando Baggetti, 22 anos, de Curitiba. Desde as primeiras aulas da Universidade Federal do Paraná (UFPR), ele descobriu que desejava abrir um negócio próprio. O sonho tornou-se realidade depois que Fernando conheceu o engenheiro civil Victor Coelho, 24 anos, outro apaixonado por empreendedorismo.

Eles foram apresentados, em abril do ano passado, por um amigo em comum, que sabia da vocação dos dois para empresário. Na época, Coelho estava trabalhando como engenheiro em uma obra no Pará. Largou a segurança do emprego fixo e voltou à capital paranaense para abrir, junto com Fernando, a *Implement*. Trata-se da primeira locadora de aparelhos *mobile* de Curitiba, principalmente *tablets*.

A inspiração para o negócio surgiu quando Baggetti assistiu a um programa de televisão que mostrava esse tipo de atividade sendo



O empresário que oferece uma boa ideia ao mercado não pode ter medo de testar e fugir do convencional



Foto: Rodolfo Buhner/La Imagen



Guilherme Bossoni e Eduardo Silva Arruda, empresários



Fernando Baggetti e Victor Coelho, empresários

desenvolvida na Europa. Os dois sócios pesquisaram e descobriram algo semelhante em São Paulo. Quatro meses depois de terem se conhecido, Baggetti e Coelho investiram R\$ 100 mil e iniciaram o negócio, começando com três *tablets* da *Apple*, o *iPad*.

Em quatro meses, a empresa já tinha aumentado em 500% o número de equipamentos, fechando o ano com 30 *tablets*, além de outros itens que, perceberam, havia demanda para locação: máquina fotográfica profissional, *iPhones*, *iPod*, cadeados eletrônicos, televisores, impressoras e computadores.

Nos primeiros meses, o foco de atenção da *Implement* foi direcionado para empresas, principalmente as de eventos. No final do ano, a freguesia se diversificou e, por conta das viagens de férias, pessoas físicas se tornaram os principais clientes. Famílias alugaram tanto os *tablets* quanto a máquina fotográfica. As necessidades da clientela são as mais variadas. As empresas de eventos alugam os equipamentos para apresentações, enquanto tem gente que procura um *iPhone* saber se vai se adaptar com a tecnologia. No caso dos *smartphones*, Coelho explica que a proposta é atender estrangeiros que visitam a cidade e precisam de um número de telefone local ou para funcionários de empresas em viagem.

“O mercado de locação para aparelhos mobile é muito grande”, diz Baggetti. Ele co-

menta que Curitiba já oferecia o serviço de aluguel de *notebooks*, porém a preços bem mais caros do que o praticado pela *Implement*. Para a locação de um *tablet* há vários pacotes. Os contratos longos compensam mais. Por exemplo, a diária de um plano anual sai por R\$ 4,99. A locação para apenas um dia custa R\$ 12,90 e ainda é possível agregar diversos serviços, como seguro, fone de ouvido, 3G.

A empresa ainda não tem funcionários, mas os sócios planejam a contratação de vendedores e representantes. Por enquanto, os dois visitam empresas para apresentação da novidade. A expectativa para 2013 é otimista: quadruplicar ainda mais o número de equipamentos, que por enquanto têm grande giro - os *tablets* nem param na prateleira.

Neste ano, eles também esperam boa aceitação para um diferencial que começa a ser apresentado aos clientes. São soluções e aplicativos especializados para cada segmento. Por exemplo, cardápio eletrônico para restaurantes, pesquisa de satisfação do cliente, entre outros. Segundo Coelho, os aplicativos têm custo baixo, que pode ser diluído no aluguel do aparelho.

Coelho conta que fez um curso no Sebrae/PR sobre como abrir uma empresa. Mas os sócios não querem ficar só com a *Implement*. Eles já começaram a criação de um segundo negó-

cio, na área de educação e tecnologia, na cidade de Ponta Grossa. A proposta é oferecer diversos cursos para população de baixa renda, com conteúdo profissionalizante ou preparatório para concursos.

O engenheiro comenta que sua disposição para trabalhar mudou após abrir a empresa. “Para mim, empreender é a alegria de trabalhar”, afirma. “É mais estressante. Você trabalha muito mais. Mas eu me divirto. Sou uma pessoa muito mais feliz. Antes chegava domingo à noite e já ficava lamentando. Domingo, para mim não é mais um dia deprimente porque tenho que trabalhar na segunda-feira. Pelo contrário.” **S**



Saiba mais

Os futuros empreendedores podem encontrar no *site* do Sebrae/PR várias dicas sobre como transformar uma ideia em negócio. Uma dica importante é conhecer os quatro fatores básicos que podem contribuir para o sucesso da futura empresa: autoconhecimento, planejamento; preparo; conhecimento e afinidade com o ramo de atividade.

Veja mais no endereço eletrônico www.sebraepr.com.br.