

50
50
anos
SEBRAE

30 Casos de Sucesso de Inovação



50
50
anos
SEBRAE

30 Casos de Sucesso de Inovação



© 2022. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei no 9.610/1998).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – Brasília/DF – CEP 70200-904
Tel.: 0800 570 0800
Site: www.sebrae.com.br

CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

José Roberto Tadros – Presidente

DIRETORIA EXECUTIVA

Carlos Melles
Bruno Quick
Eduardo Diogo

UNIDADE DE INOVAÇÃO

Paulo Renato Macedo Cabral –
Gerente
Paulo Puppim Zandonadi –
Gerente Adjunto

EQUIPE TÉCNICA:

Arthur Guimaraes Carneiro
Alessandra Cunha Souza
Frederico Lopes Cabaleiro
Maíra Fontenele Santana
Debora Franceschini Mazzei
Marcus Vinicius Lopes Bezerra
Ana Carolina de Almeida Toledo
Natalia Lorena Bertussi
Cristina Mieko Costa Bando
Fernanda Zambon de Carvalho
Matheus Lopes de Queiroz Campos

COORDENAÇÃO

Arthur Guimarães Carneiro

CONSULTORES CONTEUDISTAS

Diego Fernando Waltrick
Ana Pinto

PROJETO GRÁFICO

Faros Educacional

REVISÃO

Faros Educacional

DIAGRAMAÇÃO

Faros Educacional

Agradecimentos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) comemora em 2022 seus 50 anos de vida, desenvolvendo o empreendedorismo no Brasil e promovendo o acesso à inovação de milhões de pequenos negócios.

Ao longo de sua história, o Sebrae sempre soube da importância da inovação para melhorar a competitividade e a produtividade dos pequenos negócios, por isso a temática sempre foi um valor da instituição. A primeira iniciativa do Sebrae que fomentava, em âmbito nacional, a inovação nos pequenos negócios foi em 1981 com a co-realização do Patme (Programa de Apoio Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas). Esse programa foi criado pela FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos) e tinha como objetivo disseminar os critérios para o desenvolvimento tecnológico industrial, trazendo em sua essência o foco de cultura tecnológica na empresa.

O Patme foi evoluindo nos anos seguintes e com isso o Sebrae constatava a importância de levar o viés de inovação para os pequenos negócios. Nessa evolução, em 2002, foi criado o Programa Sebrae de Consultoria Tecnológica (Sebraetec), que contava com articulações institucionais, como a parceria com o então Ministério da Indústria e do Comércio (MIC) cujo objetivo era promover ações de engajamento dos pequenos negócios no Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade (PBQP).



Com o passar dos anos, o Sebraetec foi fortalecido e outros programas de inovação foram criados, como o ALI (Agentes Locais de Inovação), que em parceria com o CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), disponibiliza milhares de bolsistas para implementar a gestão da inovação nas micro e pequenas empresas. Na última década, o Sebrae também vem atuando fortemente no estímulo a ideação, tração e aceleração de startups, em iniciativas especialmente criadas para projetar os pequenos negócios brasileiros em grandes mercados, como o Inova Amazônia e Up Digital.

Dessa forma, agradeço a todos os pequenos negócios que confiaram no Sebrae para alavancar suas inovações de processos, produtos, marketing ou organizacional. Aos colaboradores, parceiros, bolsistas e prestadores de serviços tecnológicos que dedicaram esforços no fomento à inovação de pequenos negócios, o meu muito obrigado. Com o apoio notável de todos vocês, foram gerados resultados importantes para milhões de empresas no país.

Bruno Quick Lourenço de Lima
Diretor Técnico do Sebrae Nacional





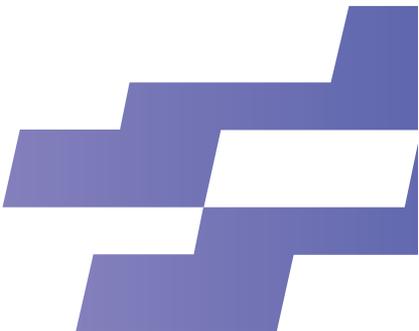
Apresentação

O Sebrae é um dos principais atores no Sistema Nacional de Inovação do Brasil. São inúmeros produtos, convênios e iniciativas que beneficiam e estimulam os pequenos negócios por meio do acesso à inovação.

Em comemoração aos 50 anos de trabalho dedicados a milhares de brasileiros e brasileiras, este livro conta histórias de sucesso dos mais diversos ramos do empreendedorismo que demonstram o impacto das ações do Sebrae em inovação no país.

Você vai conhecer os principais desafios enfrentados pelos empreendedores e como eles conseguiram se diferenciar no mercado com as soluções criativas e inovadoras sugeridas, caso a caso, pelas equipes técnicas do Sebrae.

São casos reais que demonstram, na prática, a importância da atuação junto dos empreendedores e a quantidade de serviços oferecidos para todo tipo de negócio, e em qualquer lugar do país.



Todas as empresas foram atendidas com um ou mais produtos de inovação, com destaque para as seguintes soluções:



O Sebraetec é um produto nacional que tem como objetivo garantir aos clientes o acesso a serviços tecnológicos para inovação, por meio da melhoria de processos, produtos e serviços, ou da introdução de inovação no negócio. Assim como uma plataforma, o Sebrae conecta pequenos negócios a uma rede de mais de 2.500 prestadores de serviços tecnológicos, distribuídos em todo o país.

Criado em 2002, o Sebraetec já promoveu milhares de serviços tecnológicos, atendendo, em média, 52 mil pequenos negócios por ano. São mais de 250 serviços de consultoria tecnológica, prototipagem, serviços metrológicos e avaliações de conformidade nas áreas de produção e qualidade, design, sustentabilidade e desenvolvimento tecnológico.

O Agentes Locais de Inovação (ALI) funciona desde 2008 e também atua no fomento à inovação para os pequenos empreendedores. Nesse tempo, cerca de 140 mil pequenos negócios foram acompanhados pelo projeto, mais de 6.360 bolsistas capacitados, 4.360 bolsistas em campo e 139 orientadores acadêmicos.



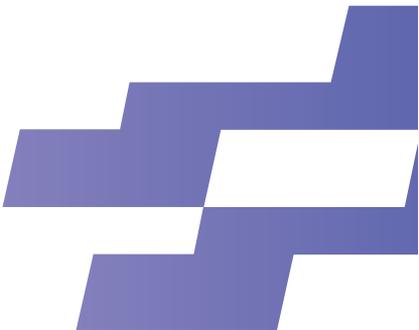
Em sua terceira edição, o objetivo agora é promover a inovação para reduzir os custos e/ou aumentar o faturamento das microempresas e das empresas de pequeno porte, a partir da instrumentalização e da experimentação de ferramentas ágeis, bem como do compartilhamento de experiências entre os empresários.

Para as startups, o Sebrae Like a Boss é uma excelente oportunidade. O projeto está presente em todos os estados do Brasil e atende mais de 4 mil startups formalizadas por ano. O objetivo é atuar no desenvolvimento do empreendedor e do seu negócio, bem como potencializar suas conexões, de modo a fortalecer o ecossistema do negócio.

Desde 2012, o projeto realiza e apoia iniciativas nacionais e estaduais que fortalecem os pequenos negócios inovadores, oferecendo mentorias, capacitações, consultorias, missões, entre outras. Anualmente, cerca de 8 mil candidatos a empresário são atendidos pelo Sebrae Like a Boss.

Realizar o sonho de empreender pode estar mais perto do que você imagina. Procure o Sebrae e venha inovar junto com a gente.

Boa leitura!





Sumário

Agronegócio

Produtor José Avilmar	12
Berganês Rancho Dudé	20
Pesque e Pague San Diego	28
Solomaster Adubos Orgânicos	34

Comércio

Dona Zuca	42
Casa de Sucos Mix	50
Marrocos Lanches	58
Destak Home Decor	66
Paluto Móveis	74
MRB Chocolates	82

Indústria

Tüm Energy Drink	90
Tensei	98
The Prime Sabor	108
Eco Caixas	118
Podoshop	126
Mouelbras Per Bambini	136
Dobra	144
Com Afeto Papelaria	152

Serviços

Riscos & Mossas	160
Laboratório Biolab	168

Café Moto Racing	176
Pontal dos Carneiros Resort	184
Lylla Centro de Beleza e Estética	192
Vacinaclean	200
Huribi Contabilidade	208
Atta Training	216

Startup

EnviPRO Soluções e Treinamentos	222
Preuisiown	230
Phygitall	240
Otacom	252



José Avilmar Lino da Silva

Produção de leite livre de alergênicos

Há 12 anos, o produtor rural José Avilmar Lino da Silva dedica-se à criação, seleção e melhoramento genético do Gir leiteiro. Ele trabalha no segmento de pecuária leiteira, produzindo e vendendo leite e animais Gir leiteiro e Girolandos, na Fazenda Lagoa Grande, situada às margens do km 422 da BR-352, que liga Pitangui a Martinho Campos, Minas Gerais.

O melhoramento genético resulta da criação e seleção dos melhores animais, utilizando provas zootécnicas, como a pesagem de leite oficial pela Associação Brasileira de Criadores de Zebu (ABCZ) e da Associação Brasileira de Criadores de Girolando, bem como a realização do genoma de todo o rebanho.

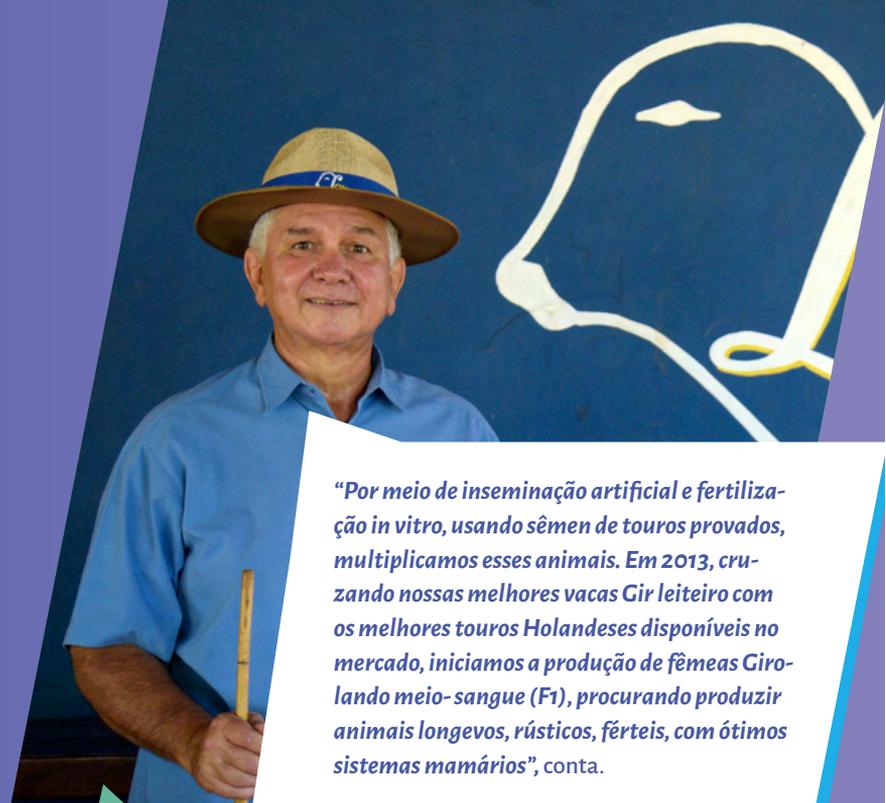
Uma vez identificadas, as melhores vacas são multiplicadas por meio de inseminação artificial (IA) e de fertilização *in vitro* (FIV), sendo acasaladas com os melhores touros da raça Gir, buscando melhoramento das novas gerações, ou da raça holandesa, com sêmen disponível no mercado, produzindo fêmeas Girolando F1 (meio-sangue) e 3/4.



Em 2020, a propriedade rural produzia em torno de 2 mil litros de leite ao dia. Por ano, vendia em torno de 50 vacas Girolando F1, 50 bezerras 3/4, cerca de 20 bezerras F1, além de aproximadamente 20 fêmeas Gir leiteiro – e uns 10 tourinhos. Eram usadas novilhas F1 como receptoras de embriões.

Com a parceria do Sebrae, por meio do Programa Sebraetec FIV, passaram a utilizar vacas em lactação também como receptoras de embriões. Assim, em 2020 e 2021, produziram 197 prenhez com embriões de F1, sendo 183 fêmeas, e mais do que dobraram a produção de nascimentos de Girolandas meio sangue (F1).

A fertilização *in vitro* é uma inovação e tecnologia de ponta para o pequeno produtor. Dessa forma, trouxe a oportunidade de melhorar geneticamente o seu rebanho e a possibilidade de ter um negócio lucrativo e produtivo, capaz de gerar renda e emprego para pessoas na região. Entre os benefícios da parceria com o Sebrae, pode-se afirmar que houve o crescimento da oferta de rebanho e alto valor agregado, bem como maior oferta de leite no mercado, gerando a manutenção de empregos e a permanência de famílias e de colaboradores no campo.



“Por meio de inseminação artificial e fertilização in vitro, usando sêmen de touros provados, multiplicamos esses animais. Em 2013, cruzando nossas melhores vacas Gir leiteiro com os melhores touros Holandeses disponíveis no mercado, iniciamos a produção de fêmeas Girolando meio-sangue (F1), procurando produzir animais longevos, rústicos, férteis, com ótimos sistemas mamários”, conta.

José Avilmar Lino da Silva

Produtor rural

Uma história que começa no tempo do ouro

Essa é uma história que começa ainda na época em que os portugueses vinham para o Brasil atraídos pelo ouro. Desde então, a atividade agropecuária vem passando de pai para filho na família do produtor rural José Avilmar Lino da Silva.

O seu quinto avô, o senhor Gerônimo Vieira de Souza, chegou ao município de Pitangui/MG em 1718. Mas, diante do fim da época do ouro, ele adquiriu uma sesmaria naquele município, na região denominada Abadia de Pitangui, às margens do Rio São Francisco e Rio Pará, e fundou a Fazenda da Barra, um engenho de cana-de-açúcar. Em 1936, Abadia de Pitangui foi emancipada e passou a se chamar Martinho Campos.

José conta que, em 2009, foi implementado na propriedade um projeto de criação, seleção e melhoramento genético de Gir leiteiro, denominado Gir do Lino, com seis vacas e dez novilhas oriundas dos principais rebanhos brasileiros.



Leite de qualidade, livre de alergênicos

O projeto teve continuidade e, em 2015, foi dado início a um processo de seleção de rebanho Gir e Girolando para produção de leite com beta-caseína A2 (uma das proteínas do leite). Pelo fato de não ser alergênica¹ como a beta-caseína A1 pode ser, hoje, mais de 90% do rebanho da propriedade é produtor de beta-caseína A2.

Atualmente, diversos estudos relacionam o consumo do leite produzido com beta-caseína A2 a benefícios para a saúde humana, afirmando que essa proteína reduz o colesterol no soro, além de diminuir a concentração de lipídios de baixa densidade, desempenhando um importante papel na prevenção de doenças vasculares humanas².

¹ A alergia à proteína do leite de vaca desencadeia uma série de reações, algumas parecidas com a intolerância à lactose, podendo gerar confusão entre os dois problemas.

² Conf. PEGHINI, Bethânea Crema. A genotipagem da beta-caseína e o leite A2A2. Disponível em: <https://genealdiagnostics.com.br/noticia/genotipagem-da-beta-caseina-e-o-leite-a2a2>. Acesso em 28/10/2021.

Perspectiva de produção

Como resultado da parceria com o Sebrae, a propriedade rural viu aumentar a produção de fêmeas Girolando meio-sangue, de alto valor genético e produtivas, assim como a produção de leite e do número de animais disponíveis para comercialização. Consequentemente, houve uma melhora considerável da situação financeira da Fazenda Lagoa Grande, trazendo melhor remuneração aos proprietários e mais possibilidade de empregos para pessoas da região, o que certamente impactou nas condições sociais local e regional.

O produtor rural comenta que essas melhorias possibilitaram também remunerar melhor os colaboradores, gerando maior satisfação e restando os melhores, o que facilita o treinamento da equipe e oferece melhores condições de vida para todos eles.



“Até 2018, tínhamos seis funcionários fixos na fazenda. Com o crescimento de nossa atividade a partir de 2019, hoje precisamos de oito funcionários, além dos diaristas e dos empregos indiretos que nosso negócio gera na região”, relata José Avilmar.

Dando continuidade ao projeto, retendo todas as bezerras F1, a partir de 2023 o proprietário rural tem a expectativa de produzir 4 mil litros de leite ao dia, além de esperar condições de ofertar ao mercado 150 fêmeas F1 (100 vacas e 50 bezerras), 100 bezerras 3/4, além de fêmeas e tourinhos Gir leiteiro.

Atualmente, a Fazenda Lagoa Grande mantém oito funcionários fixos para desenvolver as atividades de produção de embriões (aspiração das doadoras, protocolos das receptoras, transferências de embriões, diagnóstico de prenhez, sexagem das prenhez), prover cuidados com todo o rebanho (cria de bezerras, recria de novilhas, pré-parto, partos e ordenhas das vacas), bem como realizar as inseminações artificiais.

As atividades desenvolvidas geram ainda cerca de vinte empregos indiretos. Isso permite afirmar que a fertilização *in vitro* é uma inovação no que se refere à tecnologia de ponta para a pequena propriedade rural. A adoção das técnicas adequadas trouxe para esse produtor de Minas Gerais a oportunidade de melhorar geneticamente o seu rebanho e a possibilidade de ter um negócio lucrativo e produtivo, capaz de gerar renda e emprego para pessoas na região.







Berganês Rancho Dudé

Produção de ovelhas de
excelência no semiárido

As sucessivas secas, que dificultavam a produção agrícola, e o clima semiárido levaram, na última década, um grupo de agricultores do interior de Pernambuco a pensar em novas fontes de renda para o sustento de suas famílias. Foi a partir daí que surgiu a raça Berganês, atualmente produzida no Rancho Dudé, que é uma ovelha fruto do cruzamento das raças Bergamácia e Santa Inês, oriundas, respectivamente, da Itália e do Brasil.

E você deve estar se perguntando: mas por que criar ovelhas em meio ao clima semiárido daquela região? Simples: a ovelha Berganês não possui lã. É uma raça que é destinada à produção de carne e se adaptou muito bem à região da caatinga. Assim, por meio de uma criteriosa seleção de animais, o Rancho Dudé, em Cabrobó – cidade localizada no eixo norte da transposição do Rio São Francisco –, buscou, ao longo de 10 anos, oferecer ao mercado da ovinocultura o melhor da raça Berganês.

Segundo os proprietários, após as orientações do Sebrae, o rancho passou a produzir animais de grande porte, excelentes para produção de carne, e fêmeas com uma extraordinária habilidade materna além de boa produção de leite, ou seja, matrizes de excelência.

É importante destacar que a raça desenvolvida pelos agricultores do interior do Nordeste brasileiro tem uma grande importância na economia da região, movimentando milhões de reais na comercialização desses ovinos, que possuem, em média, 4,5 kg de peso ao nascer e 12 kg aos 30 dias de vida, podendo atingir de 130 a 140 kg com 18 a 24 meses.



A group of black goats is shown in a fenced enclosure. The goats are of various breeds, including some with long, floppy ears. They are standing on a dirt and gravel ground. The background shows a wooden fence and some greenery.

De fazenda a pequeno negócio

Em 2020, o Rancho buscou orientação do Sebraetec para melhorar o seu rebanho, pois trabalhava com o consumidor final de carne caprina, leite de cabra e seus derivados (iogurte e queijo), fornecendo-os para restaurantes, supermercados e a prefeitura (merenda escolar) na região do São Francisco.

A intenção era aumentar a comercialização e inovar na melhoria genética do plantel, já que o Rancho Dudé pretendia continuar trabalhando com o Berganês. Como a raça é nova, era necessário realizar um trabalho de melhoramento genético dos animais, aumentando seu padrão e, por consequência, ampliando o plantel.

Foi aí que entrou em cena o Sebraetec de Melhoramento Genético de Caprinos e Ovinos. Com orientações sobre transferência de tecnologia, seleção e cruzamento dos melhores animais PO (Puro de Origem), bem como de manutenção do plantel, o produtor João Berlúcio conseguiu aumentar seu rebanho, que teve ganho de carcaça e aumento de peso por animal, obtendo assim um melhor padrão de comercialização. Desde então, o produtor passou a se reconhecer como um empresário e a sua fazenda a ser vista como um “pequeno negócio”.



Resultados promissores

Com o apoio do Sebrae, ao final do trabalho foram produzidos 29 embriões viáveis e implantados 19 em receptoras, o que resultou em 18 prenhez, o equivalente a 65,51% de sucesso, merecendo, portanto, ser replicado.

Atualmente, além de participar de exposições, o Rancho Dudé passou a comercializar reprodutores, matrizes consideradas de excelência, inclusive por meio de leilões virtuais.

Como surgiu a raça Berganês

De acordo com pesquisa desenvolvida pela Assistência Técnica de Extensão Rural (Ater), durante uma atividade realizada em 2007, no município de Dormentes, percebeu-se a existência de um ecótipo (variante genética de uma espécie adaptada a uma determinada região geográfica) da espécie ovina, de porte grande, produtivo e rústico.

A pesquisa investigativa foi realizada entre 2012 e 2013 e demonstrou que o ecótipo Berganês tem origem na década de 80, quando um grupo de agricultores iniciou as atividades de ovinocultura, no sistema de agricultura e produção familiar. E como tudo isso aconteceu? Em 1987, foram adquiridos ovinos das raças Santa Inês e Bergamácia, e então realizados sucessivos cruzamentos aleatórios entre o grupo de ovelhas mestiças de Santa Inês.

Em 2003, os ovinos já eram considerados de padrões raciais homogêneos por apresentarem herdabilidade genética³. Do cruzamento entre si, originou-se então a ovelha Berganês, caracterizada por ter chanfro convexo, orelhas grandes e pendulosas, ausência de chifres, cascos e mucosas escuras, pelagem sólida e ser deslanada.

O estudo aponta ainda que os cruzamentos realizados pelos produtores, após nove gerações de descendentes, resultaram em um animal com possível grau de sangue de 41,21% oriundo da raça Bergamácia e 58,79% da raça Santa Inês. Hoje, as notícias são de que já existem criadores desse ecótipo nos estados de Pernambuco, Piauí, Maranhão, Paraíba e Bahia.

³ Conforme apontam os pesquisadores Paulo Alves Nogueira Filho e Sandra Mari Yamamoto, em artigo intitulado "A história do Berganês, ecótipo ovino do semiárido pernambucano", disponível em: <http://www.berganes.com.br/p/historia-doberganes.html?m=1>. Acesso em: 26/10/2021.





Pesque e Pague San Diego

Controle de manejo garante 40% de
melhora na produtividade

Um paraíso para descanso e lazer com canoas e pedalinhos e um imenso lago com tambaquis, matrinxãs, tucunarés, acarás e até pirarucus: esse maravilhoso espaço de descontração se chama Pesque e Pague San Diego e está a apenas 20 minutos da cidade de Manaus/AM. O local possui mais de cem mil unidades de peixes, que poderão, inclusive, ser consumidos no próprio ambiente.

Com 97 hectares de área, além de um enorme lago, há outros espaços para a pesca, em tanques menores, onde são criados os filhotes de variadas espécies – estes são vendidos para os supermercados de Manaus. “Um desses” tanques, vale destacar, é usado somente para os pirarucus, que são peixes maiores.

Entre as opções encontradas no Pesque e Pague San Diego, estão as pequenas cabanas individuais para a pesca. Já os pescadores que não possuem os equipamentos de pesca também podem dispor de varinha de bambu e linha comprida. A pesca esportiva também é uma opção. Mas atenção: um dos cuidados do local é com a tranquilidade, então é preciso fazer reserva, pois os proprietários limitam a entrada a um determinado número de veículos.



O empreendimento e o controle de manejo

O empreendimento Pesque e Pague San Diego possui o diferencial de oferecer uma diversidade de peixes e estar próximo do centro urbano, o que atrai um bom número de clientes interessados em pescaria. Por isso, tem como principais públicos os supermercados da região metropolitana, com a venda de peixes da piscicultura, e também os clientes do Amazonas e de outros estados com interesse em desfrutar de um final de semana com a experiência de pesca (pescue e pague), além de oferecer a gastronomia regional no restaurante do próprio local.



Duas necessidades incentivaram a empresa a procurar a consultoria Sebraetec: em 2020, o empreendimento buscava melhorar o processo produtivo e, em 2021, buscava apoio para o licenciamento ambiental para ampliação da piscicultura.

As consultorias tecnológicas para melhoria da produtividade e licenciamento ambiental contribuíram para ampliar a diversidade de espécies cultivadas, implementando os controles de manejo e gestão, maior controle dos custos e entregando aos clientes peixe com qualidade.

O Pesque e Pague San Diego passou a ter um melhor entendimento e aplicabilidade quanto às boas práticas de manejo na piscicultura, tendo melhoria na produtividade (em torno de 40%) e regularização da área a ser ampliada.

Como inovação, está nos planos do empreendedor Diego Barroncas, que dá continuidade ao negócio deixado pelo seu pai, inaugurar outras atividades e serviços, como um espaço com cabanas individuais com armadores de redes (redário), uma piscina natural cercada por areia para banho e natação, além de um bar, para bons e inesquecíveis momentos com a família ou amigos.





Solomaster Adubos Orgânicos

Transformando resíduos orgânicos em
insumos agrícolas de qualidade

A Solomaster surgiu há alguns anos, com a aquisição de uma chácara. A empresa, instalada em Brasília, no Distrito Federal, atua no mercado desde 2017 tendo como público-alvo produtores rurais e empresas do segmento de floricultura e paisagismo. Com o objetivo de obter orientações sobre boas práticas agrícolas no beneficiamento e compostagem dos insumos agrícolas, a empresa necessitava de uma consultoria especializada em agricultura orgânica. Para isso, buscou a parceria do Sebrae, por meio do serviço da consultoria “Boas Práticas Agrícolas”, do Sebraetec.

O diagnóstico inicial confirmou a necessidade de melhorar os aspectos operacionais e de processos de produção. Seguindo as orientações, o produto final comercializado começou a ganhar mais qualidade e aceitabilidade por parte dos clientes, o que vem favorecendo o empresário a acessar novos mercados graças ao feedback positivos de clientes.



A Solomaster produz e comercializa para outras empresas e para o consumidor final de insumos agrícolas – como terra vegetal, adubo orgânico, substratos, entre outros, todos produzidos no empreendimento. O diferencial está no fato de que se trata de um produto orgânico certificado, seguindo todos os requisitos legais para a produção desses alimentos.

Grande parte da matéria-prima desses insumos é proveniente de resíduos orgânicos oriundos de granjas de aves do Distrito Federal e do entorno. A grande inovação está na forma sustentável de transformar um passivo ambiental (resíduo orgânico) em oportunidade de negócio. O empreendimento faz a compostagem, beneficia e embala esses insumos para entregar ao mercado, pronto para o consumo.





Bokashi⁴: um superadubo

Os empreendedores iniciaram o processo de certificação orgânica de hortaliças e logo procuraram o Sebrae com o objetivo de melhorar a produtividade da propriedade. Foi nessa fase que receberam orientações acerca da produção de hortaliças e do manejo orgânico de pragas, além de instruções sobre como fazer adubo compostado com ativação biológica (Bokashi).

⁴ Trata-se de um adubo orgânico completo, de origem oriental, resultante da fermentação de produtos de origem vegetal ou animal, que utiliza também os chamados micro-organismos eficientes.



Deu tão certo que, além de atenderem toda a demanda, começaram a comercializar para outros produtores – orgânicos e convencionais. Hoje, o empreendimento conta com cinco funcionários, e a expectativa é de dobrar o número em 2022. Além disso, em situações pontuais, são contratados diaristas para atender a demanda.

Atualmente, a Solomaster está conseguindo colocar seus produtos (insumos) em todos os viveiros e empresas do segmento de jardinagem do Distrito Federal, além de já estar distribuindo para outros estados. Para fazer frente a esses novos desafios, a empresa está investindo na construção de mais uma loja física, além de mais estufas e telados de produção.

Consultoria para as várias etapas

Os proprietários já conheciam o trabalho do Sebrae por observar como eram atendidos outros produtores rurais, então sabiam que a consultoria era fundamental para empreender com eficiência e competitividade. Eles relatam que foram assistidos no desenvolvimento das várias etapas de implantação da empresa, desde a elaboração de imagens de rótulos, marcas, além de contatos em outros níveis por meio de feiras e eventos, tais como a Hortitec, onde foram fechados negócios, bem como compradas máquinas e equipamentos.

Essa projeção foi o que permitiu o crescimento do empreendimento mesmo em tempos difíceis.



“Tínhamos em mente muitas estratégias comerciais, porém meio desorganizadas, inacabadas, como um filho gerado, mas ainda em formação: com um nome, mas sem registro; com potencial, mas sem estratégia; com muita força, mas sem dirigibilidade; com a carga necessária para a viagem, mas sem rota definida. O Sebrae nos ajudou e, hoje, estamos aqui, firmes e ainda cheios de planos”, comemoram.





Dona Zuca: Doce que nem uó

Aumentando o faturamento e o
reconhecimento da marca

Que tal um cafezinho acompanhado de um bolinho, um docinho e, de quebra, um colinho de vó? Mas prepare-se para ser – deliciosamente – surpreendido: os produtos da Dona Zuca devem ser degustados por paladares que apreciam bolos e doces produzidos com inovação, cores, criatividade e beleza, resultando em uma verdadeira explosão de sabores.

Instalada no bairro da Asa Norte, em Brasília, a loja Dona Zuca, que recebeu esse nome em homenagem à avó da boleira proprietária, Ludy Moura, produz os mais variados tipos de produtos: crumble com brownie, tortas geladas de biscoito, gelatos, waffles com coberturas de sorvetes ou brigadeiros e geleias, bolos de diversos tipos como tabuleiros, vulcões, gelados, no copo, tortas, taças geladas, brownies, cestinhas, tiramissus, bombons, empadas doces, cafés (gelados, expressos, coados).



A empresa atua no mercado desde 2016 e preza sempre pela qualidade, por isso todos os produtos são feitos de forma artesanal, utilizando ingredientes altamente selecionados. O ambiente é um diferencial da loja física, pois remete a uma casa de vó pelo aconchego e pela forma atenciosa e acolhedora no atendimento, bem como pelas sobremesas, sempre fartas.

Outro atrativo são as sobremesas, que podem ser personalizadas de acordo com o perfil e gosto do cliente. Mensalmente, o cardápio é abastecido com novas opções em doces e bolos, visando atrair, fidelizar e fazer com que os clientes não “enjoem” de ver (e comer) sempre os mesmos produtos. O famoso astrocake é um dos carros-chefes. Um bolo personalizado com o signo solicitado em uma destas três opções de combos: mensagem de automotivação, mapa astral ou um com previsões de oportunidades no novo ciclo. O astrocake é produzido em parceria com a astróloga Sylvia Dimittria.



Nem tudo na vida é doce!

Mesmo produzindo doces deliciosos, muito bem elaborados e reconhecidos pela qualidade, o empreendimento enfrentava alguns desafios e precisava buscar formas de reduzir custos, consolidar a marca no mercado e fidelizar os clientes no competitivo mercado dos bolos, doces e guloseimas da capital.

Foi em 2021 que a Ludy e seu esposo e sócio Lucas Ferreira Rodrigues procuraram o Programa ALI do Sebrae. Assim, foi realizada uma análise sobre as dores da empresa e como eram realizados os processos nas áreas mais importantes, identificando-se, assim, alguns problemas.

A solução traçada pelo plano de ação do Programa ajudou a empresa a resolver alguns pontos, como: um controle maior de perdas de estoque, o reconhecimento da marca no mercado, o início de parcerias para ampla divulgação dos produtos e o começo de novos projetos.



Dessa forma, “concorrentes” tornaram-se parceiros para divulgar o mercado de doces em Brasília, fortalecendo as duas marcas e trazendo início a novas parcerias e reconhecimento social. Os processos foram refeitos e modernizados, reduzindo os custos. O uso da tecnologia com foco em redes sociais permitiu melhorar o atendimento ao cliente e fidelizar a marca, que está se tornando cada dia mais reconhecida no mercado.

Os esforços e as mudanças propostas trouxeram resultados muito positivos, fazendo com que os clientes se encantassem com os produtos e despertassem o desejo de consumo. Os funcionários “vestiram a camisa” da empresa e hoje destacam-se nas redes sociais, tendo um ambiente de trabalho agradável, de acordo com a avaliação de desempenho apresentada nos vários instrumentos disponibilizados. Há pessoas que vão à loja e os chamam pelo nome, elogiando também a forma de divulgação e atuação nas redes sociais. A empresa já conseguiu fazer parceria com fornecedores para divulgação da marca e obter maior reconhecimento no mercado.

Maior faturamento e reconhecimento

Após as ações propostas pelo Sebrae, os resultados foram visíveis, exemplo disso é o faturamento da empresa, que praticamente dobrou, além dos prêmios e das avaliações positivas conquistadas.

Em 2021, a empresa concorreu ao prêmio Novidade do Ano, na categoria Lanches/Guloseimas, pela revista Encontro Gastrô. Além disso, ganhou a certificação de Restaurante Recomendado em 2021, pelo Restaurante Guru, na categoria sobremesas. E não é só isso, pois está muito bem avaliada em aplicativos de entrega como o IFood, assim como em outras pesquisas de satisfação na internet e nas redes sociais. A empresa também tem se destacado nas mídias, com reportagens especiais sobre os doces e bolos que produz.





CACHORROS
seu bem viver

PESSOAS
seu bem viver

Regulador de Temperatura
Compre para 10 a 15%
de desconto em 30 dias
em qualquer loja da loja
de venda de produtos de
eletrodomésticos
SOMA
DUCE

Um Cafézim, bo...



INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
Porção de 200 mL (10%)

Quantidade por porção (10%)	% do Valor Diário*
Valor Energético	20 kcal
Carboidrato	10g
Proteína	0g
Gorduras Totais	0g
Gorduras Saturadas	0g
Gorduras Trans	0g
Fibra Alimentar	0g
Sódio	0g

Nota: Valor energético: 100 kcal/100g. Valor energético: 20 kcal/200 mL.

Outras Informações:
* O % de valores diários é baseado em uma dieta de referência para adultos com necessidades dietéticas médias.
** Porção de 200 mL.
*** Valor energético: 100 kcal/100g. Valor energético: 20 kcal/200 mL.
**** Valor energético: 100 kcal/100g. Valor energético: 20 kcal/200 mL.
***** Valor energético: 100 kcal/100g. Valor energético: 20 kcal/200 mL.

Fab. Validade: 07 dias
Conservar refrigerado de 5°C.



Casa de Sucos Mix

De um espaço de 12 m² para
modelo de franquia.

Criada como uma empresa genuinamente familiar ainda em 2016, a franquia Casa de Sucos Mix tem sua sede em Barra do Corda, no Maranhão, e atende consumidores de sucos naturais em geral, além de empresários interessados em atuar no ramo. Os sucos são 100% naturais, não contêm conservantes, e a empresa vinha se destacando tanto nas vendas como nas premiações que recebeu.

Entretanto, precisava fazer adequações para atender às exigências sanitárias e havia o desejo de tornar-se referência na região, implantando também o sistema de franquia. A solução foi buscada com o Sebraetec.

Primeiramente, o objetivo era a adequação às normas sanitárias e, em seguida, a formatação de franquia para expansão do negócio.



As consultorias e capacitações auxiliaram tanto o empresário como seus colaboradores para melhoria do atendimento e relacionamento com o público e parceiros. Além disso, também apontaram para a necessidade da ampliação do mix de produtos, que acabou resultando na expansão do foco de atuação com abertura de novas lojas e da franquia.

Segundo o jovem empresário Manuel Thomas Vital de Miranda, de 22 anos, a Casa de Sucos Mix entende que seu papel não é apenas comercial, mas também social.



“Nosso intuito é tornar cada vez mais acessíveis as opções de bebidas saudáveis, sem perder a qualidade e o sabor, nossa marca registrada”, afirma.

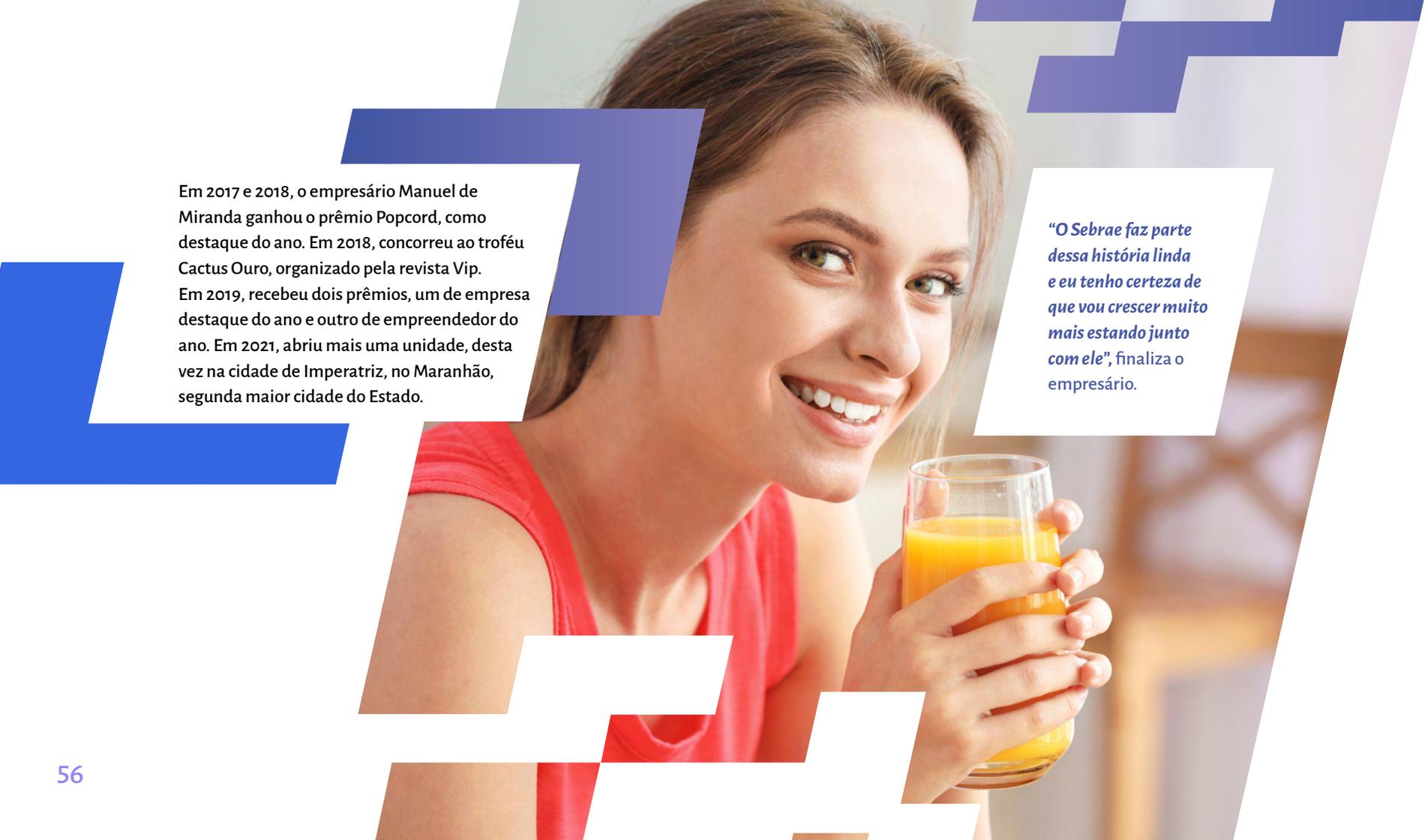


Um dos maiores ganhos da empresa com as consultorias oferecidas pelo Sebrae foi a obtenção de um produto certificado e com garantia de qualidade para oferecer aos seus clientes. Os funcionários, por sua vez, ganharam conhecimento, crescimento profissional e melhorias nos processos que facilitaram as tarefas do dia a dia. Para o empresário, o relacionamento com o Sebrae foi um facilitador, uma ponte para empreender.

Rompendo as fronteiras de um pequeno espaço

Quem conhece a história da Casa de Sucos Mix surpreende-se com os rumos que a empresa tomou. Tudo começou no ano de 2016, em um espaço de 12m², em Barra do Corda, onde foram instalados os primeiros equipamentos e feitas as primeiras vendas, somente de garrafas de 5 litros.

No segundo ano de funcionamento, a marca ampliou o mix de produtos e as novas embalagens começaram a ser vendidas: 270 ml, 1 litro e 2 litros. Em 2018, a aceitação do produto no mercado já era muito grande e, mesmo com a crise que o país enfrentou, as vendas só cresceram, pois a marca estava se tornando conhecida do público. O sucesso não parava por aí. No mesmo ano, a segunda unidade da Casa de Sucos Mix foi aberta na cidade.



Em 2017 e 2018, o empresário Manuel de Miranda ganhou o prêmio Popcord, como destaque do ano. Em 2018, concorreu ao troféu Cactus Ouro, organizado pela revista Vip. Em 2019, recebeu dois prêmios, um de empresa destaque do ano e outro de empreendedor do ano. Em 2021, abriu mais uma unidade, desta vez na cidade de Imperatriz, no Maranhão, segunda maior cidade do Estado.

“O Sebrae faz parte dessa história linda e eu tenho certeza de que vou crescer muito mais estando junto com ele”, finaliza o empresário.



O modelo de negócio da franquia (para loja de rua) prevê um investimento total de R\$ 148.692,00, sendo R\$ 30 mil de taxa de franquia, R\$ 98.692,00 para instalação e R\$ 20 mil de capital de giro; royalties 5% e taxa de publicidade de 2%.

A marca comercializa hoje em torno de 22 mil litros de sucos por mês, o equivalente a 265 mil litros de suco por ano.





Marrocos Lanches

Da falência ao sucesso do negócio.



A Marrocos lanches surgiu em 1981 na cidade de Presidente Prudente/SP e, desde então, o sucesso dos sanduíches artesanais e demais lanches ofertados pelo empreendimento só cresceu.

A história do surgimento da empresa é um tanto quanto inusitada. Tudo começou por conta de uma dívida. Um amigo do proprietário-fundador, David Castro, recebeu um trailer como forma de pagamento e resolveu levá-lo para a cidade com o intuito de montar uma lanchonete. Algum tempo depois, o amigo desistiu do negócio e o trailer foi adquirido por ele e sua mãe, que mantiveram o nome da lanchonete. Pouco tempo depois, quem deu prosseguimento ao negócio foram os irmãos David e Osvaldo.

No início, o trailer ficava estacionado no ginásio da cidade, chamado Parque de Uso Múltiplo, e era lá que aconteciam as festas de carnavais, shows e parques de diversão, o que garantia um grande movimento para a lanchonete. Porém, na década de 90, muitas lanchonetes semelhantes foram abertas na cidade.

Por falta de investimentos em infraestrutura e inovação, além de uma divergência entre os irmãos, o Marrocos faliu em 2000, mesmo continuando com as portas abertas. Como não conseguiam mais levar o sustento para suas famílias com o trabalho na lanchonete, os dois irmãos passaram a se dedicar a outras atividades rentáveis.

O recomeço e a expansão

Osvaldo desistiu do negócio e, uma vez que não havia lucro a dividir, acabou deixando o trailer para o irmão David, que ficou na dúvida se prosseguia ou não com as atividades. A esposa Marlei foi quem tomou a iniciativa. Abriu o CNPJ, comprou tintas e pintou o trailer, adquiriu mesas e cadeiras novas e incorporou molhos novos ao cardápio. Foi um pequeno recomeço que, aos poucos, atraiu os antigos clientes e conquistou novos.

E assim o movimento voltou com tudo. Em 2005, o espaço já não comportava mais os clientes e era preciso expandir a capacidade de atendimento. Foi aí que os proprietários compraram o trailer que funcionava ao lado e, com isso, dobraram a quantidade de recebimento de clientes. Nessa época, a empresa contava com um chapeiro, um auxiliar de chapa, dois entregadores e um atendente, além dos filhos de Davi que começaram a ajudar no negócio, Jean e Mayer.

A visão empreendedora foi se consolidando e as melhorias acontecendo. Uma delas foi a criação de uma embalagem para a entrega dos lanches. Após várias tentativas, em conjunto com uma gráfica, eles criaram uma caixa de papel para a entrega. A empresa foi pioneira na região, o que lhe rendeu, por muitos anos, o apelido de “o trailer do lanche na caixinha”.

A lanchonete passou também a utilizar motos próprias para ter um controle maior da logística (mesmo quando faltava entregador, havia a moto, então o Davi ou algum dos filhos ia entregar), começou a aceitar cartões, passou a ter duas linhas telefônicas para receber pedidos (uma só não deu conta). Em 2008, implantou o atendimento por sistema de bina integrada, que detectava o endereço do cliente e agilizava os pedidos.

“O lanche pode ser a única coisa boa do dia de alguém”

Esse é o lema da empresa, que, mesmo com quarenta anos no mercado, continua se reinventando diariamente. Em 2016, o Jean, filho mais novo, conheceu o Empretec, um programa do Sebrae que possibilita ao participante aprender mais do que apenas técnicas de empreender. As horas de capacitação o levaram a descobrir o seu perfil empreendedor, suas habilidades e a desenvolver suas capacidades.

Em 2017, depois de 37 anos no mesmo local, por conta de uma legislação que não permitia que espaços públicos fossem ocupados por empresas fixas, o Marrocos Lanches teve que se mudar. A família soube administrar muito bem essa situação e transformou isso em uma grande oportunidade de evolução. Em 2018, a lanchonete se mudou para um local com o dobro de tamanho de produção e também em espaço de atendimento.

A partir daí, a empresa não parou mais e investiu pesado em seus propósitos. Passou a oferecer batata frita, novos sabores de lanches, espaço e cardápio kids (MarroKids) e colocou no papel: sua missão, visão, regimento interno, descrição de cargos etc. Em 2020, durante a pandemia, a empresa não demitiu nenhum colaborador e implantou o sistema drive-thru. Nesse momento, passou a realizar três operações simultâneas: delivery, atendimento presencial e drive-thru.



A empresa oferece lanches tradicionais de rua como cachorro-quente, bauru, xis frango, e demais opções de hambúrguer convencional e artesanal. “Justamente por ter produtos ‘comuns’, o diferencial da empresa está no sabor, na agilidade e na marca forte”, afirma Jean, que se tornou o gestor (CEO) da lanchonete. Segundo ele, a empresa busca constantemente por inovação, exemplo disso são os lanches rosa e azul nos meses Outubro Rosa e Novembro Azul, período em que os lucros são revertidos em doações para as entidades de apoio das respectivas causas. “Essas novidades, atreladas à busca por fazer o simples bem feito, fazem a empresa se destacar e ser referência no segmento”, afirma Jean.

Outras inovações foram possíveis depois que a empresa decidiu abraçar as atividades oferecidas pelo Sebrae. Em 2019, eles participaram do Programa ALI e do Empreenda. As capacitações em Finanças, Marketing, Gestão de Pessoas, além das consultorias particulares, fizeram a diferença na criação de algumas iniciativas, como o MarroClube, programa de fidelidade e cashback; o serviço de sucos naturais; e o BBLanches, com um novo sabor de sanduíche, a cada semana, inspirado no Big Brother Brasil.

Profissionalização e gestão de processos

O fundador David Castro (presidente), aos 61 anos, continua atuando no negócio, mas o gestor (CEO) é o filho Jean. Hoje o Marrocos Lanches tem 12 colaboradores.

“O Sebrae nos fez ver a empresa como empresa. Percebemos que devemos depender de processos — e não de pessoas —, pois os funcionários saem e mudam, mas, existindo processos, os produtos e o trabalho serão sempre os mesmos, independentemente de quem os faça.”, afirma Jean, que completa afirmando sobre a importância de um tratamento mais humano com a equipe: ***“o nosso tratamento mudou com os colaboradores e nos fez ter um olhar mais humano, de forma a proporcionar um crescimento pessoal, com ambiente agradável, mas, principalmente, com benefícios, metas e reconhecimento. Hoje é, sem dúvida, o melhor momento da história de nossa empresa”***.

Para se ter uma ideia da importância do trabalho do Sebrae com a empresa, a consultoria que atendeu a Marrocos Lanches aponta que a equipe era extremamente desmotivada e desunida, além de haver a necessidade de criar pequenos processos para melhorar o controle do estoque e higiene na manipulação dos alimentos. Com base no controle financeiro, a empresa observou que alguns fornecedores cobravam a mais, como, por exemplo, o fornecedor de queijo, o qual, semanalmente, entregava 50 kg do produto a um preço 30% maior do que outro distribuidor conseguia oferecer. Somente nesse caso, a empresa teve uma economia de quase R\$ 1.000,00 já no primeiro mês.

Foi realizada também a descrição de cargos no programa Na Medida Gestão de Pessoas, observando o papel que cada função deve desempenhar para ficar claro o que era esperado de cada funcionário. Essa medida facilitou a gestão de pessoas, pois as funções passaram a serem preenchidas por colaboradores com o perfil adequado à função.

Dessa forma, os próprios colaboradores começaram a propor melhorias nos processos e produtos, como a ideia do baú de moto com isolamento térmico e led, além de melhoria no fluxo da cozinha, na embalagem, no cardápio e na tecnologia.

Recentemente, com a segunda mudança de sistema, em plena pandemia, informatizaram-se todos os setores da empresa com atendimentos realizados por meio de celulares — e não mais manualmente.

O ganho é de todos

Os impactos da consultoria do Sebrae com a Marrocos Lanches são muito significativos para todos os envolvidos. É importante destacar que os clientes contam com produtos padronizados (com medidores e pesagem e sem alteração de sabor), mais higiênicos (embalagem lacrada, guardanapos individuais, molhos feitos com ovo pasteurizado) e com maior cuidado (possuem estufa para pedidos que ficam prontos aguardando entregadores, além de logística própria, com motos próprias e baús com isolamento térmico).

Os fornecedores também tiveram ganhos, pois, com o aumento nas vendas, também houve maior compra com fornecedores, pagamento em dia, divulgação por parte da empresa, que preza pela qualidade e, em consequência, ganho de imagem pela associação à marca Marrocos Lanches.

Já os funcionários trabalham em uma empresa com missão, visão e valores claros, com recrutamento, seleção e treinamento de colaboradores, o que torna o trabalho de cada um mais assertivo. Com o espaço de decompressão (com puff para descanso, micro-ondas para esquentar alimentos e armários para guardarem itens pessoais), podem se distrair durante o expediente. A empresa passou a oferecer ainda plano de saúde a todos os colaboradores, parcerias com outras empresas e está trabalhando em um plano de carreira para os funcionários.





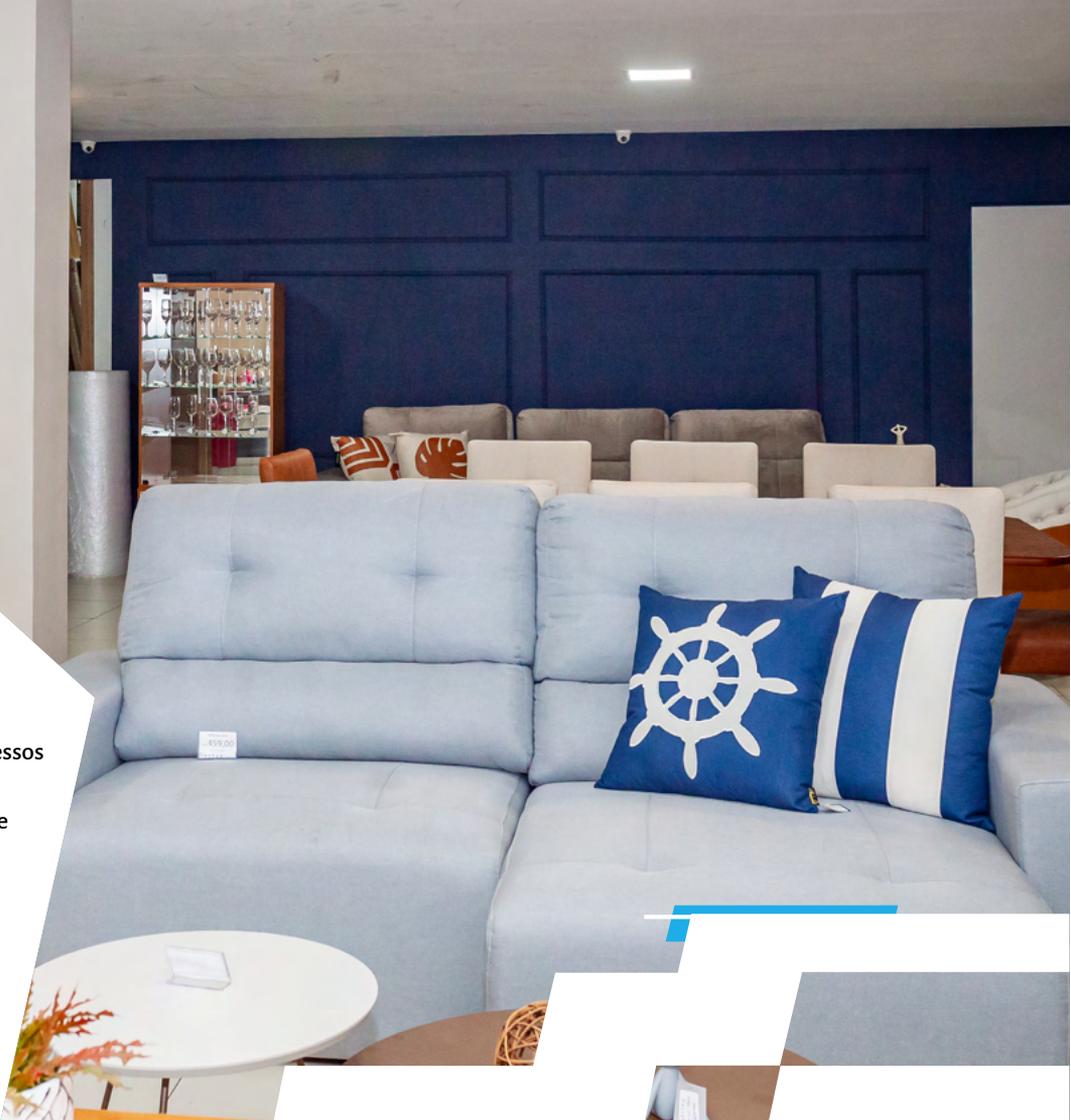
Destak Home Decor

Aumento de 53% de
faturamento em 1 mês



No mercado de móveis e decoração desde 2019, a loja Destak Home Decor, localizada em Camaçari/BA, procurou o Sebrae em 2021 para melhorar a sua competitividade no mercado. A efetivação de ações para a modernização da empresa, em conjunto com a implementação de novos produtos e serviços, proporcionou uma maior aproximação com os clientes e mais qualidade e preço justo ao empreendimento.

Tendo em vista uma importante fase de crescimento da empresa, as sócias – e irmãs – Suzelle Andrade e Mirelle Andrade procuraram o Sebrae para reorganizar alguns processos e implementar melhorias contínuas, tais como controle de despesas, organização na entrega, controle das assistências e distribuição das atividades.



Elas também queriam organizar melhor todo o funcionamento da loja, pois tinham o desejo de melhorá-la esteticamente e fazer com que fosse reconhecida por mais pessoas. Foi assim que entrou em ação a metodologia do programa ALI, que busca, por meio de um facilitador de gestão de inovação, o aumento da produtividade dos pequenos negócios

As empresárias puderam então revisitar a visão de negócio da empresa e buscar inovações, identificando oportunidades de melhorias no espaço da loja física e trazendo a essência e a proposta de valor para o ambiente de contato com os clientes. Além da mudança de layout da loja, foi implementado também o serviço de móveis planejados. Já a criação do site foi feita por meio do Sebraetec e pela consultoria de gestão do Sebrae Ágile de Marketing.

Com essas soluções, a empresa inovou em processos e produtos e aumentou seu faturamento, já no mês seguinte às mudanças, em 53%. No seu portfólio, pôde oferecer também uma variedade e qualidade maior em produtos e serviços.



Destak
Home Decor

Segundo as empresárias, hoje a empresa tem maior organização e controle. *“Os principais dados financeiros e indicadores estão na palma da nossa mão por meio de planilhas on-line. Temos uma loja física mais atrativa, onde, além de expor nossos produtos, inspiramos nossos clientes com ambientes harmônicos e decorados, conquistando novos públicos”*, destaca uma das sócias.

Uma história de tradição e inovação

A Destak Home Decor surgiu, em 2019, a partir da vontade de duas irmãs, uma empreendedora e outra arquiteta, de seguir com o ramo da mãe, que possui uma loja de móveis há mais de 18 anos.

Elas resolveram unir seus sonhos, talentos e competências e trazer para a cidade de Camaçari uma loja de móveis e decorações que unisse qualidade, bom gosto e preço justo, além de proporcionar ao cliente um ambiente e atendimento diferenciados.

Quando iniciou suas atividades, a empresa tinha apenas quatro funcionários. Hoje, dois anos e meio depois, conta com nove funcionários fixos e três prestadores de serviço.

Mesmo com todos os problemas enfrentados em razão da pandemia, o faturamento médio mensal subiu 180% em comparação a 2019.

As empresárias atribuem os excelentes resultados ao fato de que estão sempre em busca de ideias inovadoras para expandir sua área de atuação. Assim, uma das atividades das quais participam com frequência são as feiras do setor, que permitem a busca de novos e melhores produtos.

Ao atender às classes A e B, a loja física tem como proposta promover maior conforto aos clientes, em um espaço decorado com disposição dos móveis e itens de decoração em contexto, simulando ambientes internos da própria casa. Além de comercializar móveis e objetos de decoração – como tapetes, luminárias, puffs, quadros e espelhos –, a empresa possui uma projetista disponível para planejamento de ambientes com móveis modulares e planejados, o que permite a elaboração de um projeto para cada cliente.

E não para por aí. Outro diferencial é a visita à casa do cliente para consultoria e composição da decoração do ambiente escolhido: ***“Fazemos a produção na casa do cliente, levando peças decorativas escolhidas por eles ou por nossa arquiteta, para que assim possam visualizar o produto em sua casa, no seu móvel, sem nenhum custo adicional, antes de comprar”***, afirma Suzelle.

Está incluso também na compra o serviço de montagem dos móveis.

Além das inovações implantadas, que tornou a Destak mais competitiva, foi desenvolvido o site da empresa com o apoio do Programa Retoma Camaçari.





A iniciativa permitiu o comércio online dos produtos e a expansão dos negócios para a região metropolitana da Bahia.



Paluto Móveis

Casa Inteligente Open Hub inova e
cria parcerias

Empreender em plena pandemia pode ser uma tarefa árdua. No entanto, é nos momentos de crise que o empreendedor pode se destacar, e foi isso que aconteceu com o empresário Paulo Paluto. Mesmo diante de um cenário incerto mundialmente, em março de 2020 o empresário inaugurou a Paluto Móveis e Decorações na cidade de Lavras/MG.

Vindo de uma família tradicional, com mais de 40 anos no ramo moveleiro, a empresa surgiu conectada a uma das principais características de seu fundador: buscar inovação de forma constante e contínua para entender o mercado e atender sempre melhor e de diversas formas o seu cliente, esteja ele onde estiver.

A fundação da Paluto ocorreu após um planejamento estratégico alinhado às novas tendências de atendimento no mercado, principalmente em relação ao sistema de vendas on-line, por conta do momento pandêmico. Dessa forma, a disruptura digital foi a palavra-chave que tracionou e engajou todo o processo de vendas e atendimento do grupo em busca de um crescimento diferenciado.





Hoje, o grupo conta com uma estrutura física de 800 metros quadrados e uma equipe qualificada de 12 colaboradores diretos e indiretos. Com o lema “da nossa família para a sua família”, a principal característica do empreendimento é a constante busca por crescimento, e a excelência e alta performance a tudo a que se dedica.

Espaço colaborativo para inovação

Quando pensamos em uma loja de móveis, imaginamos um espaço que oferece, obviamente, apenas móveis. Porém, a Paluto queria mais: havia o desejo de inovar e oferecer produtos e serviços diferenciados e exclusivos para os seus clientes.

Foi quando, no primeiro semestre de 2021, Paulo participou do programa Brasil Mais, do Sebrae. Por um período de cerca de quatro meses, a Paluto, em conjunto com várias empresas locais, e com o suporte do Sebrae, trocou experiências sobre como sobreviver de maneira mais eficaz nesse mercado de grande transformação.

Um dos problemas identificados foi a subutilização do segundo andar da loja e a dependência da empresa com arquitetos e projetos arquitetônicos. Assim, surgiu a ideia do Ambiente Inteligente Open Hub, um espaço físico onde as startups estabelecem suas operações, ou seja, contam com um local para desenvolver suas atividades, estimular a inovação e oferecer oportunidades de crescimento para outras iniciativas.

Foi com esse conceito que surgiu a Casa Inteligente Open Hub, que funciona no segundo andar da loja para uso de profissionais da área como arquitetos, designers e empresas de engenharia. Para Paulo “o Open Hub é um espaço colaborativo de inovação no coração de Lavras pronto para receber empresas, empresários, startups, *players*, investidores e inovadores. Todo negócio é bem-vindo para a região, o importante é que ele passe por aqui”.

Assim, a Paluto passou a trabalhar com parcerias e produtos exclusivos, agregando à empresa a prestação de serviços de consultoria e projetos arc decor de interiores, que podem ser oferecidos tanto no espaço físico como na plataforma digital, por meio do escritório de arquitetura Grafaete.

Segundo Paulo, o espaço é um organismo vivo em constante crescimento e evolução seletiva. Para ele, o local é um verdadeiro mostruário, uma grande vitrine de produtos, negócios e oportunidades. “Muitos parceiros fizeram e fazem parte ainda do nosso projeto. Tudo o que temos dentro do Ambiente Inteligente Open Hub são serviços que podem ser usufruídos e comercializados com os nossos clientes e vice-versa, criando um ciclo virtuoso de negócios e oportunidades”, comenta.

Outra inovação foi a criação de uma empresa para ir ao encontro das necessidades do cliente, a Decorar Delivery, uma frente de vendas que vai diretamente ao cliente, oferecendo a oportunidade de customizar o ambiente em tempo real.

Paulo lembra da necessidade de trabalhar de forma objetiva e prática nos aspectos que precisam ser melhorados. O trabalho com o Sebrae apontou, no início, que áreas como sustentabilidade e gestão precisavam de uma atenção especial.



“Investimos em processos, ERP, treinamentos de colaboradores, na estrutura organizacional do grupo e na identidade dos colaboradores com a nossa cultura de trabalho, o que nos deu a oportunidade de contar hoje com um time afinado com o nosso DNA”, comenta.

Paulo Paluto
Empresário



O proprietário cita que o desenvolvimento dessas áreas trouxe um grande equilíbrio nas competências da empresa, “esse foi o grande e verdadeiro ganho de benefícios junto ao programa do Sebrae”, comenta.

Importante lembrar que o espaço, antes subutilizado, agora atua como fomentador para novos negócios. Além das próprias empresas e startups, é utilizado para fechar negócios das mais variadas frentes de vendas, como a Grafaete, Decorar Delivery, QSS Lab, Paluto Móveis Corporativo, e as franqueadas V4 Company e Omie. Desse modo, o grupo possui uma forte tendência de buscar empreendedores que apostam no futuro inovador, focando na evolução contínua de negócios promissores em áreas multidisciplinares.

Hoje, o grupo Paluto é destaque na região, pois ampliar o mercado, inovar e abrir portas para outros empreendimentos trouxe visibilidade e reconhecimento.



MRB Chocolates

Novo modelo de atendimento contribui
para aumento de 37% de produtividade

A MRB Chocolates é um empreendimento franqueado de uma famosa marca 100% brasileira presente há mais de 90 anos no mercado. A empresa produz chocolates com a mais pura manteiga de cacau e em máquinas de última geração, o que lhe confere um sabor sofisticado e inigualável. Os chocolates feitos com ingredientes de altíssima qualidade são o grande diferencial dos produtos, que seduzem, encantam e proporcionam uma emoção única, seja experimentando um clássico ou uma novidade. As embalagens também são pensadas e desenvolvidas para cada momento da vida, desde o chocolate consumido no dia a dia até para um presente mais especial.

Entretanto, mesmo com todos esses atributos, a loja não gerava o resultado esperado pela proprietária Bárbara Fonseca, que abriu sua primeira loja no Shopping Catuaí, em março de 2015, à época com quatro funcionários, e em 2018 adquiriu a operação do Shopping Maringá Park.





O atendimento é a chave do sucesso

Com o objetivo de detectar os problemas existentes que impediam o faturamento desejado, a empresária procurou o programa ALI Brasil Mais, do Sebrae. Durante a consultoria, foi evidenciada a principal barreira para obter o crescimento desejado: o atendimento.

“Conhecendo o potencial da marca e o público que ela atende, sabíamos que os clientes poderiam consumir muito mais a partir de uma boa experiência de atendimento presencial. Assim, analisando como era a abordagem e o comportamento da equipe ante o cliente, decidimos alterar o processo desde a entrada do cliente na loja até o momento de saída”, relata Bárbara.

Bárbara Fonseca
Empresária



A partir da definição de como deveria ser o atendimento de sucesso e quais os valores a marca oferece, com a ajuda do Sebrae, foi elaborada uma cartilha com os passos de como deveria ser a abordagem ao cliente. Também foram incluídas frases para auxílio no diálogo com o cliente e realizado o treinamento da equipe.

Essas alterações, no entanto, provocaram muitas mudanças na equipe: “Algumas colaboradoras que estavam na zona de conforto decidiram desligar-se da empresa. A loja do Shopping Catuaí passou a ter uma nova equipe e uma supervisora, e a loja do Shopping Maringá Park também sofreu alterações na equipe”, comenta a empresária. Com base na cartilha, que continha seis passos, incluindo frases estratégicas para a conversão de vendas, as colaboradoras adaptaram as orientações e puderam oferecer um atendimento relevante, mesmo em dias de grande movimento como em datas especiais, por exemplo.



A adoção da cartilha de atendimento também impactou no ticket médio da empresa, além da redução de custos por meio da busca por fornecedores específicos. Antes, as compras eram feitas em supermercados e em pequenas porções, a partir das novas orientações, os insumos para a produção das bebidas, como leite e leite condensado, passaram a ser comprados em maiores porções com um custo menor.

O empenho impactou positivamente os resultados: de abril a setembro de 2021, a empresa apresentou um aumento de 37% na produtividade, mesmo considerando o início das compras de Natal, além de uma redução significativa de reclamações e um crescimento no engajamento da equipe. Para a empresária Bárbara, a experiência foi muito relevante e gratificante.



Valores e resultados

Os principais resultados obtidos com a consultoria foram a inovação no atendimento, a redução dos custos com insumos, o aumento do faturamento e a reformulação da equipe. Por meio de um mapeamento e da melhoria dos serviços, e tendo como ponto central a promoção dos valores da franquia, a loja se diferenciou das demais concorrentes, elevando suas compras e fortalecendo a fidelização.





Beba bem
gelado!



energy drink

energy d

vegano

café 100% natural
baixo teor de sódio
sem adição de açúcares
sem aromatizantes
sem corantes

275ml

85mg
de café



TüM Energy Drink

A inovação da bebida energética
que cresce aceleradamente

Um energético totalmente natural, vegano e com sabor de frutas vermelhas foi a aposta empreendedora que os sócios Guilherme Machado (22) e Isabela Girardi Ronchi (21) lançaram no mercado em 2020. Apesar da pouca idade, os fundadores já demonstravam uma vocação empreendedora: Guilherme é estudante de Marketing e já havia investido em uma marca de roupas; e Isabela é estudante de Engenharia Química e já havia trabalhado em uma empresa júnior de desenvolvimento de alimentos e bebidas.



Como essa ideia surgiu?

Em 2019, os dois sócios buscavam ideias para lançar algo inovador na área de bebidas e alimentação. Foi então que Guilherme, fã de energéticos, ao fazer uma viagem pelos Estados Unidos para conhecer o mercado exterior, percebeu que os energéticos naturais tinham uma boa aceitação e ainda eram desconhecidos no Brasil.

Após uma série de pesquisas sobre o mercado de energéticos, ambos perceberam o crescimento desse nicho no Brasil e resolveram apostar na produção da própria bebida.

Nos últimos meses, o empreendimento tem aumentado o percentual de faturamento em dois dígitos por mês e as bebidas já são vendidas em mais de 100 pontos de venda em Florianópolis/SC. O produto também é comercializado em outros estados como São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Mas nem sempre foi assim. Até chegar na fórmula final, foram mais de 200 testes e muita dedicação. Após a validação, os empreendedores decidiram terceirizar a produção com uma fábrica de Blumenau/SC. Além disso, ao se depararem com grandes concorrentes, os sócios decidiram procurar o Sebrae para uma consultoria de Branding e para a definição da identidade visual da marca.

Os desafios de competir num mercado com grandes *players*

Esse foi um dos primeiros desafios enfrentados pelos jovens empreendedores: como se destacar em um mercado dominado por grandes concorrentes como Red Bull e Monster?

Com a bebida exposta em gôndolas de supermercado ao lado de marcas conhecidas, o energético precisava chamar a atenção dos consumidores para ter espaço no mercado local.

Foi aí que eles decidiram procurar o Sebrae: “A gente sabia que marca e o naming chamariam a atenção por conta do diferencial do nosso produto. Precisávamos nos comunicar de modo eficiente e mostrar ao público que o Tūm não era apenas um energético”.



Os sócios receberam uma consultoria de Branding do Sebraetec para apoiar no processo de definição do nome, bem como da identidade visual do negócio. Para eles, o objetivo era impactar o público e demonstrar o que era o Tūm pela identidade e pela marca.

“Hoje em dia, todos que conhecem a nossa garrafinha e a nossa marca vêm nos elogiar”, ressalta Guilherme. “Nossa identidade e nosso branding é o número ‘1’ para a gente”, completa.

A bebida natural

Produzir uma bebida sem cafeína sintética e altas doses de açúcar é o que diferencia o Tūm das grandes marcas concorrentes. “É um produto com muita inovação. Além de ser vegano, é natural e não tem componentes sintéticos.”, conta Guilherme.

Por enquanto, o energético de frutas vermelhas é o único produto, mas já há dois novos sabores em testes que serão lançados em breve.

Com a marca e a identidade visual atrativos, os empreendedores estão gradualmente adentrando em novos mercados. Atualmente, o produto é comercializado por e-commerce e por representante comercial, que vende para lojas de produtos naturais, distribuidoras, mercados, supermercados, empório de bebidas e quadras de esportes.

Com um rótulo que chama bastante atenção, quem olha fica com vontade de experimentar, e quem experimenta gosta e vira consumidor.

Resultados da consultoria do Sebrae

Para Guilherme e Isabela, o objetivo inicial da consultoria era desenvolver uma marca que conversasse com o seu público e que os consumidores identificassem o conceito do negócio apenas pelo nome e pela identidade visual.

O conceito do nome foi pensado na junção de energia + um nome simples + o som de uma batida (“tum-tum”, tambor, coração). Tùm significa “tudo” em turco, nome que agrega valor em campanhas como “Beba Tùm, Beba Tudo”, por exemplo.

Ao conseguir transmitir com clareza de que se trata de um energético natural e vegano, a criação da marca ganhou os consumidores e deixou os sócios satisfeitos. O sucesso foi tão grande que a Tùm está em negociação com uma empresa de Santa Catarina para aderir à sociedade.

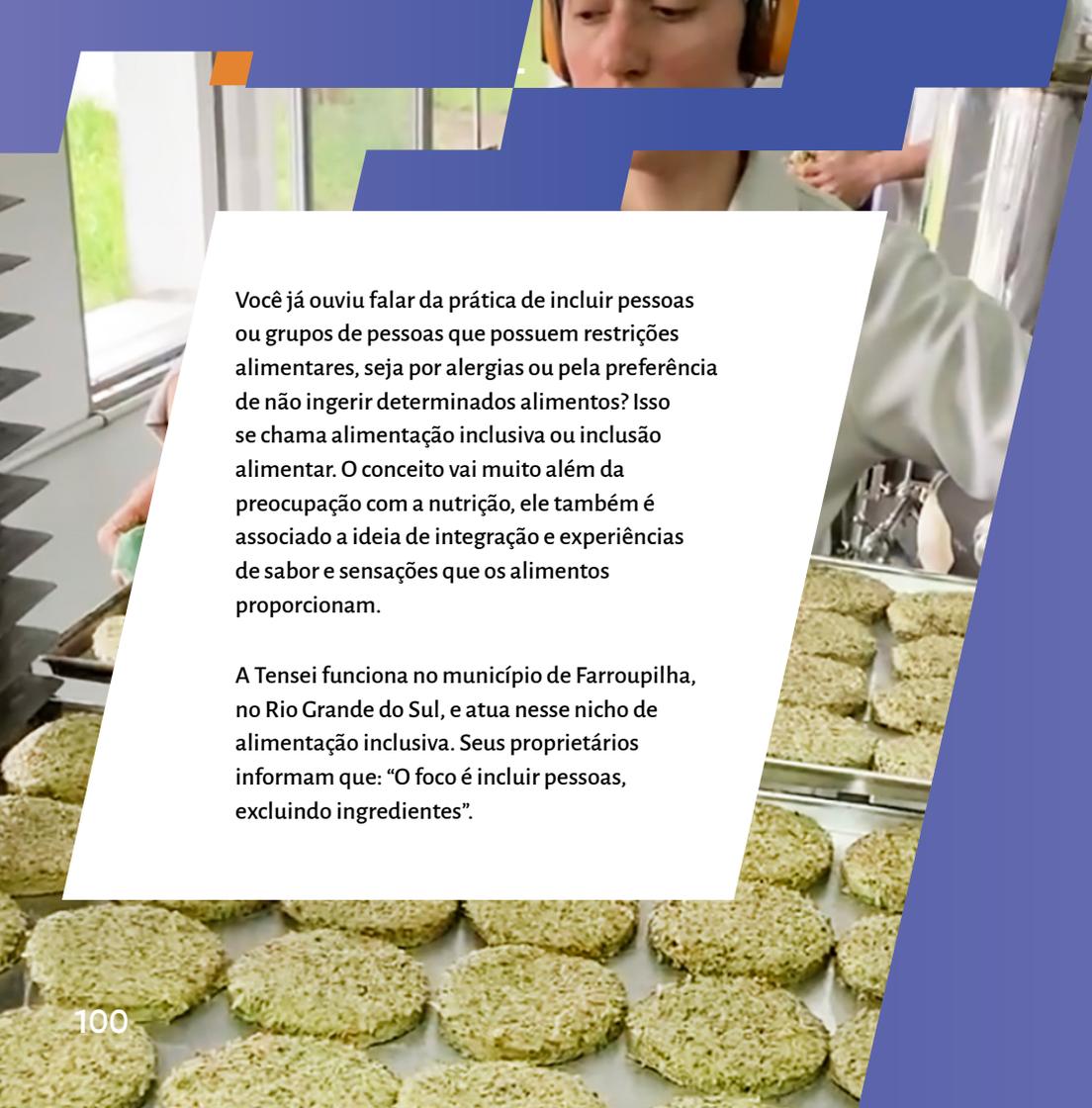






Tensei

Alimentação inclusiva para quem possui restrições alimentares



Você já ouviu falar da prática de incluir pessoas ou grupos de pessoas que possuem restrições alimentares, seja por alergias ou pela preferência de não ingerir determinados alimentos? Isso se chama alimentação inclusiva ou inclusão alimentar. O conceito vai muito além da preocupação com a nutrição, ele também é associado a ideia de integração e experiências de sabor e sensações que os alimentos proporcionam.

A Tensei funciona no município de Farroupilha, no Rio Grande do Sul, e atua nesse nicho de alimentação inclusiva. Seus proprietários informam que: “O foco é incluir pessoas, excluindo ingredientes”.

Assim, toda a linha de produtos da empresa possui as seguintes características:

- São hipoalergênicos (sem soja, sem glúten, sem lactose, sem látex, entre outros);
- Não têm conservantes;
- São nutricionalmente equilibrados;
- São livres de transgênicos;
- Possuem embalagens biodegradáveis (zero plástico);
- São utilizados produtos orgânicos certificados;
- São minimamente processados;
- Possuem *clean label* (ingredientes naturais, sem química ou produtos sintéticos).

A photograph of a man and a woman smiling. The man is on the left, wearing a maroon hoodie. The woman is on the right, wearing a blue and white patterned sweater. They are standing in front of a large window that reflects the sky and some buildings. The image is framed by white and orange geometric shapes.

Os proprietários relatam que quando assumiram a Tensei, em maio de 2017, começaram a pesquisar intensamente o mercado de produtos veganos e vegetarianos para compreender como posicionariam a empresa.

“Notamos que o mercado era – e ainda é – bastante promissor. Contudo, é quase que integralmente composto de derivados de soja”, contam.



Nesse contexto, eles acharam interessante criar alternativas à essa fonte de proteína vegetal: “decidimos posicionar a Tensei em uma lacuna do mercado que sistematicamente é negligenciada pelas grandes indústrias alimentícias, e focamos em gerar inclusão por meio da alimentação”, analisam.

É importante destacar que a empresa Tensei apresenta-se como um frigorífico vegano sustentável (alimentação vegana congelada), ou seja, trata-se de uma combinação de legumes, grãos, sementes e farinhas que atende a estabelecimentos comerciais, instituições, empresas, restaurantes e os demais lojistas em todo território nacional.

Seu principal diferencial em relação aos concorrentes é a ausência de soja e glúten na elaboração dos seus produtos. De todos os *players* do mercado, apenas dois possuem produtos glúten free e os outros possuem alguns produtos livres de soja. Nessa combinação livre de soja e glúten, apenas a Tensei está presente no mercado.



Depois de desenvolver produtos hipoalergênicos – sem nenhum dos alergênicos listados na Anvisa –, e 100% vegetal, a empresa foi ampliando o leque de inclusão, produzindo alimentos orgânicos certificados (sem cebola, alho e pimenta no tempero, uma vez que são alergênicos menores), livres de transgênicos e em embalagens 100% biodegradáveis, de modo que, juntando pequenos nichos de mercado, geraram uma representatividade interessante para a Tensei.

Produtos de qualidade, com sanidade comprovada

A empresa foi adquirida de um espólio. Após o falecimento da fundadora da Tensei, Bernardete Romanzini, vegetariana, mestra de aikido e budista, a família não teve interesse em manter a empresa e vendeu para o casal Thiago Guerra e Caroline.

Quando eles adquiriram o negócio, se depararam com um problema de licenciamento ambiental. Foi nesse momento que entrou em cena o Sebraetec, que contemplava a demanda de Licenciamento Ambiental. Desde então, a Tensei acessou vários serviços de Sebrae, como o ALI ciclo 21/22 e também o Projeto Segmentado do Polo de A&B – Desenvolvimento da Cadeia Produtiva de Alimentos. Desde essa primeira experiência, a empresa mantém um estreito relacionamento com o Sebrae para vários atendimentos de consultoria em gestão, acesso a feiras, entre outros serviços.

Um dos grandes desafios da Tensei sempre foi a adequação do ambiente de produção, desenvolvimento de produtos e ampliação dos prazos de validade. Para essa demanda, foi executada a solução Consultoria Boas Práticas de Fabricação (BPF) – PAS Indústria, Sebraetec Alimentos e Bônus Metrologia Análises Laboratoriais.

Com o BPF, os empreendedores puderam organizar o layout e o processo produtivo, melhorando a produtividade e reduzindo desperdícios. Fez parte desse atendimento a adequação de alguns procedimentos exigidos pelos órgãos sanitários, o que facilitou o registro dos produtos.

O Sebraetec Alimentos auxiliou o negócio a desenvolver novos produtos, bem como melhorar o processo produtivo daqueles já em linha, aperfeiçoando a apresentação, textura, fatores nutricionais e ganhos com tempo de prateleira, por meio da escolha adequada de embalagem e do processo de embalagem. As análises laboratoriais comprovaram a sanidade do produto, requisito em alguns mercados.



Diversificação dos produtos

Em 2017, quando começaram as atividades na empresa recém adquirida, trabalhavam apenas o empresário Thiago e sua esposa. O sogro ajudava nos dias de produção, que, com muito esforço, era de 180 a 200 kg de hambúrgueres por mês. Porém, durante os quatro anos e meio em que estão à frente da empresa, desenvolveram mais produtos para diversificar o seu portfólio.

Itens como salsichas veganas, nuggets veganos, lanches prontos veganos e um bacon vegano fazem parte do leque de opções oferecidas pela Tensei.

“Investimos em capacidade produtiva, padronização de produção e segurança alimentar. Atualmente, somos cinco colaboradores diretos e mais dois indiretos. Produzimos e comercializamos cerca de 2,3 toneladas de produtos/mês e temos uma capacidade produtiva de oito toneladas/mês”, informa Thiago.

No início, a Tensei tinha somente quatro sabores de hambúrguer, nenhum orgânico. Atualmente, são seis sabores de hambúrguer, três orgânicos e três convencionais; dois veggets, um orgânico e um convencional; três salsichas, duas convencionais e uma orgânica (a primeira salsicha orgânica do mundo); dois lanches prontos; e o bacon vegano.

Essa diversificação na linha de produtos é resultado do foco que a empresa tem dado ao processo de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), com o objetivo de continuar inovando e surpreendendo os clientes com novos sabores e produtos cada vez mais disruptivos, como, por exemplo, o recém lançado hambúrguer de pinhão, butiá e araquá, o hambúrguer de grão de bico, tomate e farinha de semente de uva, nutricionalmente pensado para consumidores acima de 60 anos de idade.

Para 2022, a empresa pensa em lançar uma linha infantil, com nuggets e um hambúrguer desenvolvidos para crianças de 4 a 9 anos, uma linha de mistura de hambúrguer vegetal, para fazer em casa, adicionando somente água, e um hambúrguer orgânico, à base de subprodutos de agroindústrias gaúchas, incluindo as classes C e D no consumo desses alimentos, chegando ao consumidor final por até R\$ 2,00 a unidade.



“Teremos ainda duas misturas prontas para hambúrguer vegetal, feito com frutas e legumes liofilizados, além de uma apresentação convencional e uma apresentação orgânica (inédito no mundo). Com esse produto, colocamos o pé fora da cadeia de frios e entramos na cadeia de produtos secos, o que nos abre espaço para estarmos em novos locais de vendas”, antecipou o empresário.





The Prime Sabor

Qualidade e processos garantem
ganho de 30% de produtividade

Reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial de Pernambuco pela Lei Estadual nº 13.436/2008, o bolo de rolo é uma iguaria genuinamente pernambucana, de sabor incomparável, molhadinho, feito de camadinhas finas de uma massa à base de farinha de trigo, ovos, açúcar e manteiga, enroladas na deliciosa goiabada derretida.

Essa tradicional receita pernambucana é o carro-chefe de muitas indústrias do estado. Mas então o que diferenciaria um produto tão tradicional?

Essa história quem conta são os sócios da The Prime Sabor, em Camaragibe, Pernambuco. Segundo eles, a ideia de implementar uma fábrica de bolo de rolo surgiu de Alamys Cassiano, que convidou seu irmão Alesson Aguiar para iniciar um novo empreendimento, juntos, em novembro de 2018. A ideia partiu de um insight que ele teve, uma vez que o mercado se mostrava com bastante espaço para inserir o genuíno bolo de rolo pernambucano, mesmo com tantos outros concorrentes já atuando.



No mês seguinte, eles procuraram o Sebrae para obter mais informações de como empreender. A partir daí, deram início ao desenvolvimento do plano de negócio, que meses depois foi validado pela entidade. Em seguida, iniciou-se a formalização da empresa com os órgãos municipais, estaduais e federais, além do registro de domínio do site na web e registro da marca.

Em julho de 2019, começaram as operações de fabricação e comercialização dos produtos. Na época, a empresa começou com quatro diretores das áreas comercial, produção, administrativo-financeira e tecnologia da informação e comunicação.

Além da direção já estruturada, havia mais dois colaboradores na linha de produção. Atualmente, a equipe é composta por 12 colaboradores: a direção, seis na produção, e mais um vendedor da casa e uma assistente administrativa. A empresa também gera empregos indiretos com a prestação de serviços em logística, para a entrega dos produtos.

O diferencial

Segundo os sócios, o diferencial do bolo de rolo da empresa passa pelo sabor, pela apresentação e pela qualidade do produto. O processo de fabricação garante melhor sabor, aparência e textura do produto em comparação aos concorrentes. As embalagens são atrativas e têm um tom de sofisticação, destacando o produto frente ao concorrente ao ser exposto em uma prateleira de vendas. Elas foram pensadas para atender tanto aqueles clientes que compram para seu próprio consumo quanto aqueles que queiram presentear alguém.

No que diz respeito à qualidade, a empresa desenvolveu um rigoroso controle na seleção dos fornecedores de matéria-prima, além de ter treinado toda a equipe da linha de produção para saber boas práticas de manipulação e acondicionamento dos produtos.

A linha de produtos também possui um diferencial – curioso, sustentável e delicioso –, que passa pelo reaproveitamento da sobra de matéria-prima, o que fez surgir: a broa de bolo de rolo, biscoitos e tarecos. Isso foi possível com a organização da cadeia de suprimentos e controle dos insumos.

A partir da criação de novos produtos, os empresários perceberam um aumento nas vendas, praticamente zeraram o desperdício, desenvolveram novos fornecedores, aumentaram o ticket médio de venda, ampliaram o quadro de funcionários e consequentemente obtiveram um aumento na carteira de clientes e no faturamento.

Atualmente, além de produzir o tradicional bolo de rolo, a The Prime Sabor também fabrica e comercializa biscoito amanteigado, biscoito de bolo de rolo, salgadinho de queijo, salgadinho de cebola, torrada, bolo de rolo para noivas e bolos em camadas recheadas em diversos formatos e tamanhos customizados. Além disso, a produção de bolos não se resume apenas ao recheio de goiabada, oferecendo também bolo de rolo de chocolate e de doce de leite.

Parceria que vai longe

A empresa procurou o Sebrae desde a ideia de empreender em uma fábrica de bolo de rolo e mantém a parceria até hoje. Naquela época, ainda nem existia nome para a empresa, pois os empreendedores buscavam entender melhor o mundo dos negócios e como iniciar um novo empreendimento.

No começo das operações, não havia um cliente sequer na carteira, mas foram em busca do mercado e logo foram surgindo as oportunidades e, dado o constante crescimento, dia após dia, precisavam mudar fluxos, reestruturar as áreas, fazer novas aquisições e investir em tecnologia. Tudo isso ocorreu por conta do crescimento maior do que as expectativas traçadas no plano de negócio para aquele primeiro ano.



Em paralelo, novas oportunidades comerciais surgiram, e em consequência, aumentava o volume de trabalho nas demais áreas. A partir daí, o Sebrae orientou os empreendedores em consultorias para a gestão, área comercial, produção, financeira, jurídica, entre outras.

Consultoria em gestão: a empresa necessitava de mais organização nas divisões das tarefas, de forma organizada e estratégica, pois os sócios estavam muito mergulhados no operacional e negligenciando a gestão da empresa. Entre os assuntos abordados nessa consultoria, a empresa destaca: as seis dimensões para que uma organização evolua e tenha sucesso no fornecimento de bens/ serviços (talento humano, inovação, gestão e qualidade, cliente e mercado, sociedade e sustentabilidade e cidadão e serviço público); planejamento estratégico; missão, visão, objetivos da organização; ferramentas de comunicação; definição de metas, análise de ambientes (força, oportunidade, pontos fracos e ameaças).



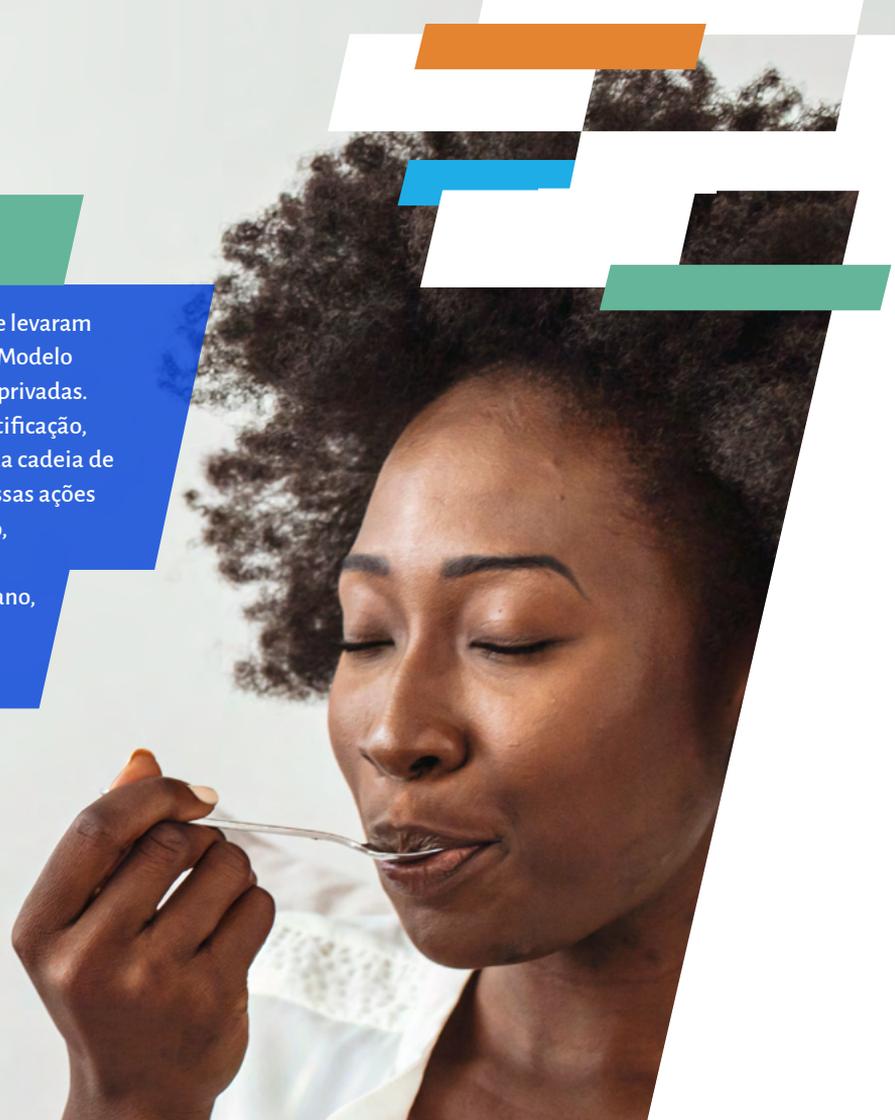
Consultoria financeira: as margens de lucro não estavam bem definidas e isso impedia que a empresa atingisse o ponto de equilíbrio. Para se ter uma ideia, alguns produtos estavam com margem negativa e os sócios não enxergavam isso com clareza. A consultoria entregou ferramentas, entre elas um modelo de Demonstração de Resultado de Exercício (DRE) completo e seus indicadores, que ajudam a empresa até hoje no monitoramento das margens de lucro. Além do DRE, foram abordados aspectos relativos a despesas, receitas, custos, margem de contribuição e ficha técnica individual de cada produto.

Consultoria jurídica: a partir do surgimento de novas oportunidades de comercialização, foram necessários novos modelos de documentação jurídica (tipos de contratos) que dessem um amparo legal às relações comerciais com clientes, representantes e distribuidores, ou seja, maior segurança para ambas as partes.

Consultoria comercial: com o aprendizado da consultoria financeira, a empresa compreendeu que precisava vender mais e com qualidade. Até então, ela não tinha uma estrutura comercial montada, com definição de percentual de comissão, metas e atuação por área geográfica. A Consultoria Comercial proporcionou a discussão desses aspectos e uma maior visão do que é necessário para atingir objetivos e metas.

Colhendo resultados

Os resultados da parceria com o Sebrae são muitos e levaram a empresa a receber o certificado bronze do MOSE, Modelo Orientador para o Sucesso de Entidades, públicas e privadas. Os empreendedores revelam que: “Por meio da certificação, diagnosticamos e planejamos ações de melhoria da cadeia de suprimentos, qualificando melhor o fornecedor. Essas ações resultaram na implementação do PCP . Além disso, durante a fase de certificação do MOSE Prata, na aplicação dos objetivos da dimensão talento humano, conseguimos identificar melhor o perfil de cada liderança organizacional”.





Outros resultados positivos apontados pelos sócios são o entendimento da importância da definição de regras objetivas e comunicação assertiva, os treinamentos de equipes, e o monitoramento de rotinas dos vendedores/representantes e gerenciamento dos clientes. Após a consultoria, comercial, por exemplo, todos os controles dessa área foram realizados por meio de ferramentas tecnológicas de business intelligence (BI).

Segundo os empresários de The Prime Sabor, a parceria com o Sebrae tem sido muito importante.

“Hoje, com pouco mais de dois anos de operação, a empresa amadureceu muito com as consultorias realizadas em parceria com o Sebrae, e isso nos trouxe ganhos em diversas áreas, desde a gestão até o operacional”.



Para eles, o amadurecimento derivado das consultorias incentivou o setor de TI na implementação de ferramentas tecnológicas de business intelligence, ferramentas mobile, entre outras, para viabilizar as tomadas de decisão, o trabalho operacional e a comunicação entre os setores.

Além disso, afirmam que a empresa ganhou mais eficiência na linha de produção com o redesenho do layout, e algumas ações realizadas durante a implementação do PCP permitiram um aumento imediato de 30% na produtividade com os mesmos recursos. Eles concluem que: “Ao implementarmos mais algumas ações, logo atingimos uma média de 60% de eficiência na nossa produção, que resultou no consequente aumento do nosso faturamento. Nossa meta estimada de crescimento é entre 7,5% e 10% a cada mês – e assim temos alcançado”.





Eco Caixas

Crescimento, produção eficiente
e redução de desperdícios

Pensou em pedir uma pizza de um metro?
Sim, já existe quem produza essa delícia!
E a embalagem que será utilizada para que ela
chegue até você é feita pela Eco Caixas, empresa
localizada em Camaçari, na Bahia, que atua no
mercado desde 2015.

O empreendimento começou pequeno,
no quintal da avó de um dos sócios, local
com apenas 50 metros quadrados. O plano
era vender 500 caixas no primeiro mês de
funcionamento, mas as vendas superaram as
expectativas, chegando a 700 caixas no primeiro
mês. Percebendo que o setor era promissor,
os proprietários Renilson Conceição (Diretor
de Planejamento) e Mirna Andrade (Diretora
Administrativa) trabalharam com mais
entusiasmo e, mesmo com a crise econômica de
2014, sentiram-se fortalecidos.

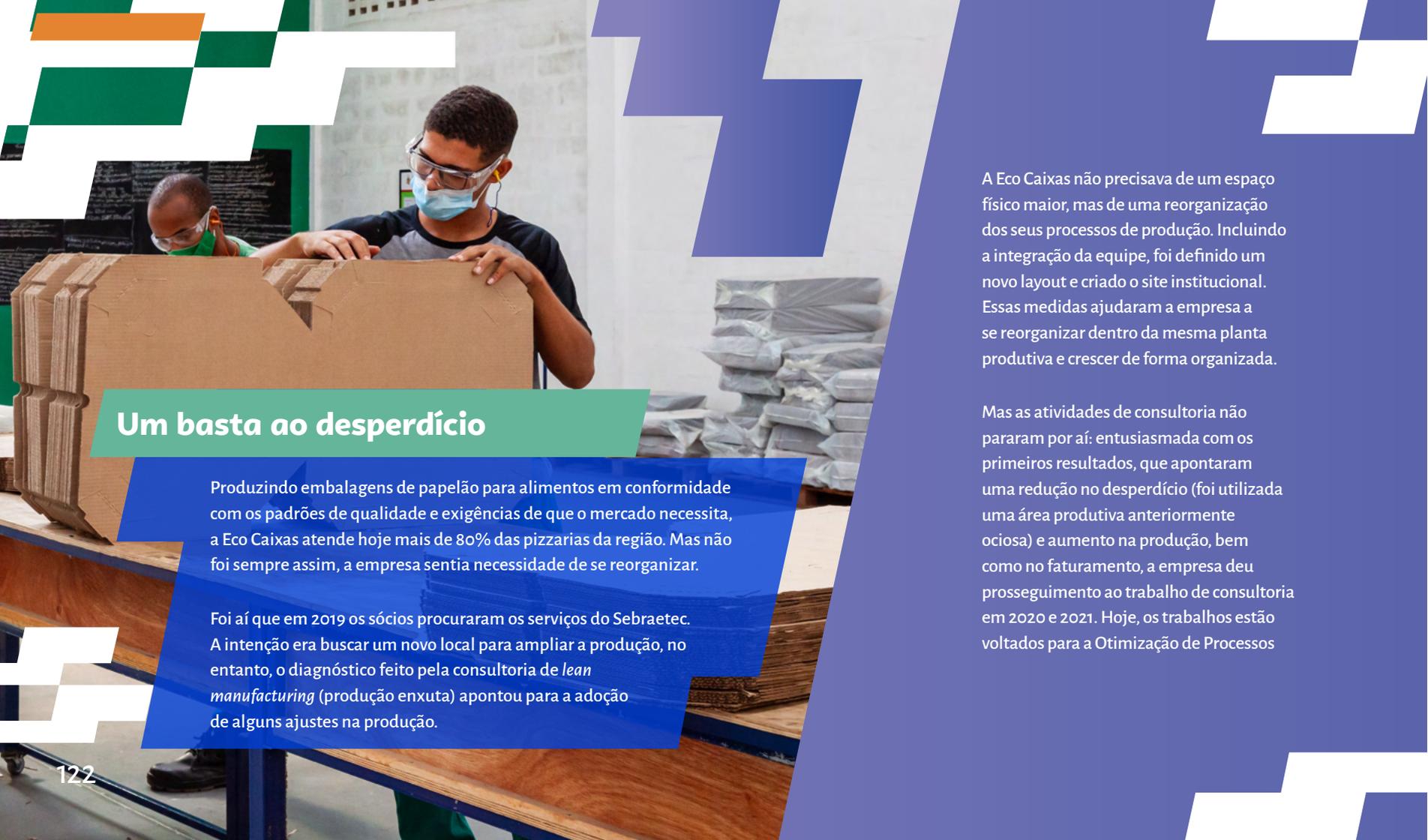


*“Descobrimos em
nós habilidades que
desconhecíamos”.*

A empresa não parou de crescer, contratou seu primeiro funcionário e logo os proprietários compraram um local maior, com 150 metros quadrados, onde construíram o primeiro galpão. Novamente, as metas foram superadas e o espaço ficou pequeno outra vez. Com mais funcionários, a empresa se organizou por setores e passou a atender outras regiões. Adquiriu também um novo terreno, com 600 metros quadrados, e iniciou a construção de um novo espaço, para onde se mudaram em junho de 2021.

Em agosto, completaram sete anos de funcionamento, e contam com 120 clientes e 10 funcionários, atendendo as regiões de Camaçari, Dias Dávila, Mata de São João, Catu, Pojuca, Alagoinhas, Lauro de Freitas, Salvador, Aracaju, Maceió, Candeias, São Francisco do Conde e Madre de Deus.





Um basta ao desperdício

Produzindo embalagens de papelão para alimentos em conformidade com os padrões de qualidade e exigências de que o mercado necessita, a Eco Caixas atende hoje mais de 80% das pizzarias da região. Mas não foi sempre assim, a empresa sentia necessidade de se reorganizar.

Foi aí que em 2019 os sócios procuraram os serviços do Sebraetec. A intenção era buscar um novo local para ampliar a produção, no entanto, o diagnóstico feito pela consultoria de *lean manufacturing* (produção enxuta) apontou para a adoção de alguns ajustes na produção.

A Eco Caixas não precisava de um espaço físico maior, mas de uma reorganização dos seus processos de produção. Incluindo a integração da equipe, foi definido um novo layout e criado o site institucional. Essas medidas ajudaram a empresa a se reorganizar dentro da mesma planta produtiva e crescer de forma organizada.

Mas as atividades de consultoria não pararam por aí: entusiasmada com os primeiros resultados, que apontaram uma redução no desperdício (foi utilizada uma área produtiva anteriormente ociosa) e aumento na produção, bem como no faturamento, a empresa deu prosseguimento ao trabalho de consultoria em 2020 e 2021. Hoje, os trabalhos estão voltados para a Otimização de Processos

com Conectividade (IoT), Marketing B2B e Estratégias de Vendas B2B para o mercado organizacional.

Ao conter um desperdício na ordem de 70%, a empresa viu o seu faturamento praticamente dobrar e segue em uma rota de crescimento. Com o aumento da demanda, deu andamento ao processo de aquisição de um novo galpão para melhorar a capacidade produtiva.

O portfólio da empresa, além das caixas para pizza em diversos tamanhos e formatos, inclui caixas personalizadas para cesta básica, bolos e outros alimentos.

A importância do plano de negócios

“O nosso primeiro contato com o Sebrae foi para formalização, no entanto, nos apresentaram o Empretec. Foi aí que percebemos a importância do plano de negócios. Queríamos montar um negócio, fazer a diferença, oferecer algo de qualidade e que atendesse a necessidade do mercado, porém fazíamos da forma errada. O Sebrae nos deu um norte”, relataram os sócios Renilson e Mirna sobre a importância do trabalho do Sebrae.

“No início, tínhamos a ideia de um negócio, de imediato colocamos em prática, depois fazíamos uma pesquisa de mercado. Antes da Eco Caixas Ba, fizemos três tentativas de negócios. Nenhuma deu certo justamente pela falta de um planejamento”, reconhecem.



A consultoria realizada possibilitou uma visão melhor do negócio, analisando cada ponto de deficiência na empresa, sugerindo melhorias. “A nossa procura pelo Sebrae tornou-se constante, participamos de várias oficinas e palestras”, completa. Entre os benefícios apontados pelos empresários, estão a captação de novos clientes; o controle de estoque e de produção; o aumento de vendas sem a necessidade de aumentar o quadro de funcionários; a diminuição de custos e o aumento de visibilidade da empresa.

Para eles, de todos os programas oferecidos pelo Sebrae, o que causou maior impacto na empresa foi o Lean Manufacturing.



“As mudanças na nossa empresa após esse programa foram perceptíveis e impressionantes. Passamos a ter um controle do estoque e da produção, deixamos de produzir e comprar mais do que precisávamos e sabemos quanto tempo leva para produzir determinado produto. Além disso, [o programa] possibilitou a organização do layout da produção e aumentou o engajamento de toda a equipe”.

Mirna Andrade
Diretora Administrativa

As melhorias no processo produtivo permitiram à empresa oferecer aos clientes vários diferenciais nos produtos, que passam por logística, prazo de entrega menor do que o dos concorrentes (por conta da organização), design que torna a caixa mais resistente, qualidade de impressão, criação da logomarca do cliente, atendimento personalizado e foco na sustentabilidade.



Podoshop

Inovar para crescer 40 vezes
em oito anos

A Podoshop foi idealizada em 2012 pelos sócios Clayton Fuzetti e André Mendes, ambos fisioterapeutas, que trabalhavam com órteses plantares, mais especificamente palmilhas para tratamento de patologias. A ideia de fundar a empresa surgiu da dificuldade de encontrar matéria-prima de qualidade e um atendimento consultivo dedicado ao profissional.

Foram necessários dois anos para a estruturação da empresa, instalada em Londrina/PR. Nesse período, os empreendedores foram em busca do levantamento de capital financeiro, de fornecedores e da elaboração dos produtos, dando início às atividades em fevereiro de 2014. Até 2016, tudo era realizado somente pelos sócios, porém, com o faturamento duplicando no primeiro ano, e triplicando no segundo, eles perceberam a necessidade de aprimorar os conhecimentos.

Já no início do negócio, procuraram o Sebrae e constataram que as maiores necessidades iam desde a gestão de um negócio, com planejamento, criação de processos (incluindo o de industrialização) até o marketing. Segundo eles, “foi assim que o Sebrae fez toda a diferença em nossa história. Iniciamos com o ALI com direcionamento de atividades, ferramentas, inovação, marketing e gestão, e participamos da nossa primeira feira de exposição, a hospitalar 2017”, contam.

Cursos como Lean Manufacturing, consultorias em gestão, marketing, finanças, PCP, inovação e subsídios por meio do Sebraetec também fizeram parte do processo de crescimento, sendo, inclusive, estendidos a colaboradores – mesmo com uma grande parte de processos terceirizados.



Os desafios de empreender e inovar

Os sócios afirmam que manter a empresa sadia sempre foi o foco deles. “Empreender e inovar não é tão fácil quanto parece no nosso país, e sem o Sebrae seria praticamente impossível chegar aos resultados que temos, com um crescimento aproximado de 40 vezes em oito anos”, comemoram. Hoje, a empresa conta com três colaboradores e com mais uma vaga aberta, e estima dobrar o número de colaboradores em 2022, bem como expandir a linha de produtos, chegando também até o consumidor final. “Esperamos um crescimento de 20% nos produtos e serviços ofertados para 2022, aumentando em mais 20 a 40% nosso crescimento”, estimam os empresários.

Segundo eles, o conceito de inovação sempre esteve presente. “Nosso propósito era suprir a necessidade

e facilitar o trabalho dos nossos clientes e colegas, com produtos de qualidade e praticidade e com cordialidade, como gostaríamos de ser atendidos por qualquer empresa.” Além dos produtos para confecção de palmilhas, peças e elementos, a empresa também se preocupava com a melhora da qualidade profissional no ramo. Foi daí que surgiu a ideia do Palmilhando, uma plataforma de ensino e estudos que já conta com mais 500 profissionais qualificados.

Além dos materiais e serviços dedicados às palmilhas, com o apoio do Sebrae foi possível desenvolver, entre outras soluções, um equipamento para esterilização de calçados em UV e um aplicativo para avaliação dos pés.

Marca já está entre as principais do mercado

Hoje, a Podoshop tem clientes em praticamente todos os estados brasileiros e já começa a exportar seus produtos para países do Mercosul e Portugal. Atualmente é uma das três marcas mais lembradas no segmento em que atua, com crescimento anual de em torno de 25%. “A realidade de uma empresa sustentável só foi possível por conta do acompanhamento dos vários programas do Sebrae nos quais participamos” relatam os empresários.

De início, foi realizado um diagnóstico, o qual identificou muitas falhas de gestão de estoque, de precificação e de marketing. Segundo os proprietários da Podoshop, “depois desse diagnóstico inicial, contratamos um sistema para gestão de notas fiscais e estabelecemos um controle de estoque e de expedição. Com isso, surgiu a necessidade de contratar mais dois funcionários.”

No ano seguinte à primeira intervenção do Sebrae, a empresa obteve um crescimento de 48% comparado ao ano anterior. “Saímos do anonimato e já começamos a brigar entre as principais marcas do mercado de palmilhas”, conta um dos sócios.

Após participar de alguns programas de inovação como o By Tech e de três projetos do Sebraetec, a Podoshop observou um fortalecimento como marca no mercado, o que motivou a implementação de um programa permanente de inovação dentro da empresa.

Hoje, a marca está voltada para o desenvolvimento profissional de seus clientes, e oferece soluções para tornar o dia a dia profissional mais ágil, prático e assertivo. Essas soluções incluem treinamentos, suporte de marketing e finanças, além de produtos de qualidade internacional já beneficiados.

Importante destacar que a Podoshop atua no mercado B2B, empresa para empresa, de saúde dos pés há nove anos e, nos últimos anos, vem expandindo seus negócios para o mercado B2C (empresa para consumidor) com projetos de inovação em higienização de calçados e meias especiais.

Crescimento organizado

Ter procurado o Sebrae já no início das atividades da empresa foi fundamental para o planejamento estratégico que orientou o crescimento organizado da Podoshop.

Entre os resultados que a parceria trouxe, os empresários citam a organização estrutural da empresa com criação de processos, indicadores, planejamento e inovação; a melhoria do processo de digitalização da empresa por meio do e-commerce; a captação de novos clientes por meio de feiras e eventos promovidos pelo Sebrae, além do acesso mais rápido aos produtos com a implementação do site e do sistema de expedição e de novas modalidades de fretes.



Os funcionários da empresa também receberam incentivos: “Criamos um sistema de premiação por metas e por produção que impactou positivamente no relacionamento interno e no baixo índice de reclamações”.

O e-commerce foi implementado em 2016 (Bis2Bis) e resolveu o problema naquele momento, que era estar no meio digital, porém dificuldades com comunicação entre sistemas, de certa maneira, impossibilitavam a expansão de vendas on-line. Agora, a Podoshop está em processo de implementação e ajuste final do novo site e novo sistema, e estima que essas mudanças poderão gerar um aumento do faturamento entre 15% e 50% em até dois anos.

Consultorias e programas

A empresa participou de diversos programas do Sebrae e atividades de consultorias, entre elas:

- **MEG** – Modelo de Excelência da Gestão, que auxiliou no trabalho com os indicadores da empresa;
- **PCP** – Planejamento e Controle da Produção, o qual permitiu a criação de processos e o levantamento de custos de produção, fundamental para organização da produção;
- **Lean em parceria com FNQ** – Fundação Nacional da Qualidade, na criação de processos e organização;
- **Consultoria em finanças, organização financeira e DRE** – Demonstrador de Resultado de Exercício, que permitiu um melhor entendimento da saúde financeira e planejamento de compras e estoque.



Também foi efetuada a criação do processo de exportação para pequenos clientes, o que permitiu à empresa realizar pequenas vendas para alguns países como Portugal, EUA e Paraguai. Além disso, outra ação é o mapeamento de inovação e lançamento de novos produtos, prevendo para dezembro de 2022 o lançamento de uma linha de produtos para o consumidor final.

Os empresários apontam ainda a participação no programa By Tech Sebrae 2020, com presença em duas feiras no segmento hospitalar, o que levou à expansão e captação de novos clientes e foi responsável por um aumento em 20% do faturamento em cada participação.

Foi realizada ainda a criação do APP AVALIA, que auxilia na captação de novos clientes, e desenvolvido o equipamento para esterilização de calçados em UV (esterilize), produto que está em fase final e já possui a patente Esterilize.







Movelbras Per Bambini

Alcançando novos mercados com
uma nova linha de produtos



A Movelbras está instalada no município de Bento Gonçalves, considerado polo moveleiro no Rio Grande do Sul, e atua no setor há mais de 20 anos. A empresa possui canais de venda nos maiores marketplaces do segmento, possui e-commerce próprio e também trabalha com o cliente final. Entretanto, em 2019, ao participar do programa Sebraetec, viu-se diante de um desafio: ampliar o seu mercado de atuação. Assim, iniciou o projeto de uma linha de móveis infantis, denominado Movelbras Per Bambini. A nova marca é inspirada em duas características dos pilares do método Montessori: a liberdade (autonomia) e a sabedoria (educação).

Sob a orientação do Sebrae – Programa Sebraetec –, a empresa decidiu criar uma coleção nova, com novos produtos, nova logomarca e materiais gráficos. Para isso, foi realizada a consultoria de design de produtos e de design de comunicação. Anteriormente produzindo tampos, a empresa viu no desenvolvimento de produtos a oportunidade de diversificar sua atuação, aumentar o faturamento e gerar maior lucratividade. As mudanças levaram a empresa a contratar mais funcionários, hoje são 18 colaboradores, bem como fizeram a produtividade aumentar, aproveitando melhor suas máquinas e os recursos internos.

A marca é bastante diversificada e dispõe de uma linha de produtos que vão desde as camas e bicamas, passando por mesas, baús, escadinhas infantis, porta-livros, estantes, miniclosets e banquinhos.



Um sonho que precisava virar realidade

O fundador da Movelbras, Marcelo Anceski, desde criança, sonhava em ter uma empresa de móveis, já que o ramo moveleiro sempre fez parte da sua família. Quando ele tinha 14 anos, participou do curso de marcenaria no Senai e passou a trabalhar na indústria moveleira, pois queria empreender para gerar renda para a família e oportunidade de empregos para a sociedade.



Em 1997, com 23 anos de idade, juntamente com dois amigos, fundou a Movelbras Indústria Moveleira. Depois de um tempo, os amigos saíram da empresa para seguir seus caminhos profissionais, mas Marcelo seguiu com a proposta. Em 2001, Simone Anceski, esposa do Marcelo, ingressou no negócio, e desde então ambos trabalham juntos nas estratégias do empreendimento.

No início do trabalho, a empresa fabricava móveis sob medida. Depois de um tempo, foram substituídos por terceirização para empresas, com fabricação de tampos de mesa, tampos de balcão de cozinha, mesas de refeitório e diversas outras peças.

“Já fazia alguns anos que tínhamos o sonho de ter uma linha própria de móveis. Inspirados em nossas filhas, começamos a pensar em móveis infantis. Conhecemos o Sebrae em 2019 e precisávamos de ajuda para lançar essa linha de móveis e fazer o sonho se tornar realidade. Inicialmente contratamos, por meio do Sebrae, uma consultoria que nos auxiliou no desenvolvimento dos produtos e da nossa nova identidade visual”, comenta a empresária Simone.

Nascia, assim, a Movelbras Per Bambini. No entanto, a empresa precisava entrar no mundo digital, pois até então as vendas aconteciam somente no formato presencial. Dessa forma, os empresários participaram de outras consultorias do Sebrae para adquirir conhecimentos na área. “As consultorias, programas e ações do Sebrae foram fundamentais para nos ensinar sobre o universo digital e começar a vender on-line, situação que foi acentuada com a pandemia.” Para Simone, os aprendizados obtidos com o Sebrae são imensuráveis: “nem consigo imaginar como teria sido se não tivéssemos esse suporte”, afirma a empresária.

Durante as consultorias, foram abordados aspectos de marketing digital, estratégias de negociação, estratégias comerciais, segmentação de mercado, dicas de fotografia para expor o produto, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), estratégias de vendas em e-commerce, entre outros. “Com o auxílio do Sebrae, nós inovamos totalmente a linha de produtos. Antes, vendíamos nosso serviço de terceirização de empresa para empresa de maneira off-line. Agora, estamos vendendo nossa linha própria de móveis de maneira on-line, para o consumidor final.”

Apesar de ser um canal de vendas totalmente novo para eles, ela afirma que o aprendizado tem sido enorme. Além disso, reforça a importância do Sebrae na construção desse novo formato de produção: “nós já tínhamos todo o maquinário necessário para a fabricação de móveis, usávamos para fazer as peças de terceirização. Com o auxílio do Sebrae, conciliamos as máquinas e o know-how que já possuíamos e tornamos o nosso grande sonho realidade”.



As filhas foram a inspiração

Com base na experiência que têm com suas filhas, os empresários Marcelo e Simone fabricaram os móveis pensando na segurança das crianças. Optaram por iniciar com os móveis montessorianos, pela liberdade e autonomia que eles proporcionam, já que ficam na altura da criança e possuem cantos arredondados com perfil PVC soft, proporcionando maior conforto ao toque. Em alguns móveis, são utilizados parafusos estruturais, que proporcionam maior resistência.

A linha de produtos

Os produtos produzidos pela MoveBras Per Bambine são diversos. Vão desde camas, bancos, mesas e cadeiras multifuncionais, até closets infantis, escadas, baús, entre outros.

A cama Mimo, com casinha porta-livros, é o charme do quarto. Além de ser prática e resistente, deixa o quarto com um ar lúdico e os livros preferidos da criança sempre à mão. Inicialmente, a cama pode ser montada rente ao chão, proporcionando segurança e autonomia para a criança descer e subir. Quando a criança crescer, é possível colocar os pés e utilizar até a adolescência, já que o móvel suporta até 120 kg. Nesse sentido é considerado um ótimo custo-benefício. “Pensamos em fazer uma cama reforçada para que um adulto possa deitar junto e fazer a criança dormir”, explica Simone. A cama é fabricada em dois tamanhos, solteiro e minicama.

O banquinho possui um compartimento na parte inferior para guardar livros e brinquedos e é firme para a criança sentar. A mesa Mimo possui tampo em postforming 180 graus com fórmica branca e brilho antibacteriano, sendo fácil de higienizar e segura para a criança brincar, pintar e fazer as refeições.

O porta-livros possui quatro rodízios, assim a criança leva sua biblioteca para seu canto de leitura preferido. Possui também cinco espaços para guardar livros e revistas. Já o closet montessoriano Mimo é um móvel multifuncional, que permite à criança autonomia para escolher suas roupas nas prateleiras e cabideiros. Possui também uma caixa com rodízios para guardar brinquedos, uma mesinha e um porta-livros.

A mesa e cadeira Luna, com regulagem de altura, acompanham o crescimento da criança, e podem ser utilizadas por vários anos, pois, conforme a criança cresce, a altura do tampo pode ser ajustada. O tampo é fabricado com fórmica (laminado decorativo de alta pressão) antibacteriana, fácil de higienizar e seguro para a criança brincar, desenhar e fazer as refeições.

A escadinha é firme e resistente, suporta até 80 kg e auxilia a criança a alcançar a pia do banheiro e a bancada da cozinha, proporcionando autonomia e liberdade. Pensando na segurança das crianças, o baú produzido por eles possui um rebaixamento na parte frontal para evitar que a criança machuque as mãozinhas ao fechar a tampa.



Dobra

Otimizando processos e
transformando realidades



“Entrar para uma comunidade de pessoas malucas e apaixonadas por deixar o mundo um lugar mais aberto, irreverente e do bem.”

Por mais estranha que essa fala possa parecer, ela é, sim, a proposta norteadora da Dobra Projetos Irados Ltda., uma empresa de Montenegro, no Rio Grande do Sul, que vem se consolidando na produção de carteiras, porta-cartões, bags, tênis, camisetas, cachepôs, entre outras opções, norteada por conceitos de sustentabilidade, criatividade e inovação.

Já pensou em devolver um produto usado e trocar por um novo com direito a desconto? Na Dobra, é assim. Conhecida por seus produtos feitos com um material especial que parece papel, mas não é, a Dobra utiliza o Tyvek, material 100% sintético, leve, durável e resistente à água e à abrasão, feito de fibras de polietileno trançado de alta densidade e com 30% de material já reciclado. O seu carro-chefe é a carteira dobrável, mas a empresa possui uma linha de mais de 15 produtos.

Com uma cultura forte de inovação e disposta a enxergar os seus problemas, a Dobra decidiu, em 2021, que era o momento de procurar o Sebrae. Por meio do programa ALI, a iniciativa buscou aprimorar o seu processo de produção, que continuava o mesmo desde que a empresa iniciou as suas atividades, em 2016.

Guilherme Massena, fundador da iniciativa, relata que o trabalho realizado com o Sebrae apontou, por meio do feedback dos funcionários, que a logística da rede (terceirizados que auxiliam a empresa na parte de costura e cola dos produtos) acabava atrasando o processo de produção, tendo em vista que não era estipulado horário de recolhimento e entrega dos produtos, o que demandava muito tempo por parte dos funcionários.

Identificado o problema, a solução encontrada foi relativamente simples: a contratação de um motoboy para realizar o recolhimento e a entrega em horários específicos, diminuindo, assim, a dispersão dos funcionários da produção. O teste desse novo processo já foi realizado e as projeções mostraram que, com essa mudança, a produção da carteira diminuiu de oito para três dias, uma redução de mais de 50% do tempo gasto anteriormente.

Investimento em projetos sociais

A Dobra Produtos Irados, que em breve começará a exportar para a Austrália e Canadá, possui uma comunidade muito forte, e, por conta disso, realiza diversos tipos de parcerias. Hoje, a empresa possui mais de mil artistas catalogados em sua plataforma para escolha das estampas personalizadas dos produtos, cuja comercialização é feita pelo e-commerce.

Como a inovação é um dos principais eixos que norteiam a Dobra, o investimento no aspecto social é uma das preocupações da empresa, que destina uma parte dos lucros das vendas para investimento em projetos sociais. Uma das propostas realizadas, por exemplo, incentivou os alunos do CIEP, colégio estadual de Montenegro, a desenhar estampas para as carteiras. Todo o lucro da venda foi revertido para realizar o sonho dos estudantes: reformar o pátio da escola para transformá-lo em um espaço divertido e criativo.

Outro diferencial da empresa é disponibilizar em seu site os moldes abertos de seus produtos, permitindo que ONGs como o Projeto Identidade, de Recife, por exemplo, confeccionem carteiras para ajudar a bancar o projeto de alfabetização de jovens, adultos e idosos que não tiveram oportunidade de se alfabetizar quando crianças.

A experiência do cliente

E as inovações não param por aí. Já pensou em receber um produto que você compra em uma embalagem que se transforma em outro produto? Isso mesmo!

A Dobra também pensou nisso, e as embalagens podem se transformar em post-it, com seu nome escrito à mão, cheirinho bom ao abrir o pacote, cofrinhos de moedas, até copos e tapetinhos. Nada vai para o lixo! “Até mesmo o nosso cartãozinho com informações sobre a compra do consumidor, na verdade, é um papel biodegradável cheio de sementinhas. Depois de ler, é só plantar e cuidar, que vai nascer uma plantinha.”



Sistema de autogestão e collab: diferenciais que impulsionam uma empresa humanizada

Que o material utilizado na linha de produção da Dobra é um grande diferencial é incontestável, mas esse é apenas um dos aspectos que permitem inserir a empresa em novos modelos de negócios. Guilherme Massena conta que tudo começou em um apartamento, com a venda de carteiras produzidas com tyvek: “Jamais entendemos a venda do produto como objetivo final, mas sim como meio para atingir algo maior. Nosso propósito, no início do negócio, era trazer mais abertura, irreverência e práticas ‘do bem’ para o ambiente organizacional. Todos os produtos são produzidos, desde o início, sob demanda e feitos especialmente para quem os comprou”, informa.



Após conhecerem conceitos do capitalismo consciente e do sistema B, empresas Teal e empresas regenerativas, os fundadores, Guilherme e Augusto Massena, que são irmãos, e Eduardo Hommerding, que é primo deles, implantaram outras inovações, como o sistema de autogestão, em que afirma que atuam “sem hierarquia imposta por cargos, com salários iguais, liberdade de horário e flexibilidade.” A produção em rede, comenta, é feita por pessoas da cidade que recebem cinco vezes mais que o padrão de mercado e são donos da própria demanda. Atualmente são 14 pessoas que trabalham na empresa.

A iniciativa, que já possui uma sede, também adota o sistema de Collab, no qual qualquer pessoa pode criar estampas para os produtos e receber uma comissão sobre cada item vendido. Dessa forma, são mais de duas mil estampas dos mais variados estilos disponíveis.

Atendimento humanizado e compartilhamento de aprendizados relacionados ao negócio são algumas das ideias que regem esse empreendimento. Os cuidados na produção e a escolha dos materiais livres de testagem ou de origem animal levaram a empresa a receber o selo PETA-Approved Vegan ⁵.

5 Certificação que garante que os produtos são livres de quaisquer ingredientes de origem animal.





Com Afeto Papeleria

O e-commerce que abre as
portas para novos clientes



Administrada pelas irmãs Thalita, Samara e Winny Saionara Alves de Lima, a papelaria Com Afeto oferece serviços e produtos únicos, que podem, inclusive, ter parte da biografia do cliente refletida na experiência. Criatividade, cores e formas são disponibilizadas em diferentes estilos, como minimalista, floral, boho, entre outros, ou personalizados ao gosto do cliente.

A papelaria, localizada em Petrolina/PE, atua no ramo desde 2017 e atende empresas, noivas, pais de bebês, pais de pets, além do público em geral, oferecendo inúmeros produtos, como agendas, planners, blocos, canecas personalizadas, squeezes, álbuns, cadernos, moleskines, convites (de casamento, de aniversário e outros eventos), canetas, quadros, receituários, além de serviços como criação de logotipos, de identidade visual e de cartões interativos.



Como a ideia saiu do papel?

Ainda em 2017, Winny, uma das três irmãs, havia feito o curso Empretec do Sebrae e as ideias fervilhavam em sua cabeça para colocar em prática um empreendimento.

Na mesma época, outra irmã, Samara, ia se casar, porém elas tiveram dificuldade em encontrar na região uma empresa que oferecesse o serviço de papelaria personalizada para o evento. A união entre a vontade de empreender e a necessidade enfrentada fez surgir a primeira versão da Papelaria Com Afeto – na época com outro nome, e com a participação de apenas duas das três irmãs.

Com o passar do tempo, elas começaram a trabalhar em outro ramo da papelaria personalizada: a confecção de planners e agendas sob demanda com superpersonalização. Foi aí que perceberam o potencial do nicho, bem como a necessidade de uma roupagem mais profissional, com a disponibilização de um e-commerce. Nesse momento, a Samara, terceira irmã, passa a fazer parte do empreendimento, que hoje conta também com duas colaboradoras fixas.

Problema x solução

Quando resolveram investir no e-commerce, as empresárias testaram algumas plataformas pré-formatadas: “Foi um desastre! Não nos atendiam de jeito nenhum, e então entendemos que precisaríamos contratar um serviço exclusivo para esse fim. O primeiro sentimento foi de desânimo, porque tínhamos uma noção de que o desenvolvimento de um site do zero tem um alto custo envolvido e naquele momento não teríamos condições. Foi quando tomamos conhecimento do programa Sebraetec”, recordam as empreendedoras.

Segundo elas, encontrar um programa que atendesse exatamente às suas necessidades foi um grande facilitador.

“Foi ágil, rápido e simples, e ficou muito distante da imagem de burocracia e letargia que tínhamos. Entramos em contato com o Sebrae de Petrolina, pegamos algumas orientações, estudamos mais um pouco sobre o projeto com as informações no próprio site do Sebrae e demos entrada no processo. Poucos dias depois já estávamos em contato com a empresa ganhadora para a construção do nosso site”, contam elas.

Thalita, Samara e Winny Saionara Alves de Lima
Empresárias



A facilidade do *omnichannel*⁶

O site que a empresa pretendia criar tinha características bem diferentes do convencional, porque era preciso possibilitar a montagem dos produtos conforme a preferência do cliente, com vários campos personalizados e com várias opções em cada um.

As empreendedoras relatam que, como se tratava de um projeto subsidiado, a expectativa era que ele fosse realizado por uma empresa “engessada” e que tivesse dificuldade em implementar as características únicas - e trabalhosas - do site que a papelaria estava propondo.

Mas ocorreu o contrário! “As empresas parceiras do Sebrae são muito boas. Quando o site entrou no ar, percebemos que estávamos atingindo um novo perfil de cliente, tanto de comportamento quanto de outros polos consumidores, até mesmo de fora do Brasil”, informam.

⁶ Estratégia que permite o uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação e que diminui as barreiras entre o on-line e o presencial.



A facilidade no acesso aos produtos e serviços é um dos seus principais diferenciais. Antes, as vendas estavam restritas às redes sociais da empresa e das três proprietárias; agora, tudo está disponível na loja on-line e pode ser adquirido de qualquer lugar do país.

A procura pela personalização e a demora para escolha caso a caso pelos clientes levaram as empresárias ao Sebrae para melhorar as estratégias de vendas digitais. O e-commerce canalizou e diversificou, em um só canal, a vitrine e a venda dos produtos e serviços da empresa, tornando-a mais competitiva.

Ao atingir outros mercados e públicos, bem como buscar estratégias de lançamento e criação de novos produtos, o site fez o empreendimento das três irmãs crescer 200% no ano de 2020. Em 2021, o desafio foi continuar crescendo. Para isso, as irmãs optaram pelo aperfeiçoamento do site, deixando-o mais fluido, fácil e intuitivo, além do desenvolvimento de outras ferramentas para aumentar a competitividade em nível nacional.

Essa solução impactou de forma geral a empresa, pois possibilitou a melhoria do processo de escolha dos produtos e serviços pelos clientes. Com o novo formato, as empresárias conseguiram aumentar o número de vendas e controlar os pedidos. O tempo de solicitação de entrega também diminuiu.

A loja virtual gerou valor à apresentação dos produtos e serviços com um perfil diferenciado e diversificado de público. Nela, o consumidor pode optar por agendas, planners e toda uma linha pet, baby e de presentes, com a possibilidade de escolher entre diversas combinações de cores e acabamentos de sua preferência, o que torna o produto único para cada cliente. O novo canal permite ao consumidor uma compra segura, de forma intuitiva, bem explicada e no horário que melhor lhe convier.

Além disso, é possível realizar a montagem dos produtos de acordo com o desejo do cliente e solicitar o desenvolvimento de artes que fazem sentido para ele, serviços que dificilmente são encontrados no mercado. “Além de todo o capricho envolvido, fazemos questão de trabalhar com *overdelivery*⁷ e tornar a experiência de compra mais rica e afetuosa para os nossos clientes. E, por fim, disponibilizamos atendimento humanizado em nossos canais de comunicação, tanto para dúvidas, quanto de apoio ao pré e pós-venda”, concluem as empreendedoras.

⁷ Estratégia que permite o uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação e que diminui as barreiras entre o on-line e o presencial.





Riscos & Mossas

O conceito de oficina verde



A Riscos & Mossas é uma empresa que oferece serviços de oficina de carro de maneira sustentável, com rapidez, qualidade e agilidade. Surgiu no mercado há mais de vinte anos, em Salvador/BA, com o intuito de atender uma lacuna entre as concessionárias e as demais oficinas por meio da oferta de serviços com atendimento diferenciado e de forma dinâmica.

Com o crescimento expressivo ao longo dos anos, a empresa, que começou com apenas três colaboradores em um espaço de 120 m², hoje conta 15 funcionários, e funciona em uma área de 1.100 m².

Utilizando vários equipamentos modernos, como cabine de pintura climatizada, repuxadeira elétrica, ciborgue e vários outros equipamentos que garantem a qualidade e produtividade, a Riscos & Mossas é uma oficina que oferece serviços de funilaria e pintura, martelinho de ouro, limpeza e higienização interna automotiva, polimento técnico, conserto de para-choque, além de serviços de estética automotiva, como microrretoque localizado, customização de teto e rodas e embelezamento interno.

Entre as principais inovações da empresa, uma das maiores do setor em Salvador, está a busca pela sustentabilidade, valendo-se do conceito oficina verde. Além de utilizar produtos de alta tecnologia que respeitam o meio ambiente, e de implantar diversas ações ecologicamente corretas, a empresa é a única oficina da capital baiana com sistema de lixamento aspirado – um processo menos poluente.

Quando a empresa procurou o Programa Brasil Mais/ALI do Sebrae e deu início ao processo de identificação de problemas, o setor de marketing havia sido apontado como uma das prioridades, mas a empresa, em parceria com o Sebrae, acabou mudando o alvo e passou a buscar ações voltadas para a sustentabilidade, pois o desejo de implementar melhorias nesse sentido era muito forte.

Foi durante a jornada ALL que o processo de sustentabilidade da empresa sofreu aceleração. O problema priorizado foi o lixamento, que produzia muito resíduo e sujava os funcionários e o ambiente de trabalho. A solução proposta foi o lixamento aspirado, um processo inovador e que não produz resíduos. Essa mudança impactou também as pessoas que trabalham na oficina, já que, ao não gerar resíduos, suja menos o fardamento e o ambiente de trabalho.

A sócia Marta Pisani classifica a experiência como “importante, interessante e instigante”, pois a empresa conseguiu priorizar as ações e estabelecer um caminho para a realização do projeto Oficina Verde.



“Compararia a uma escadada de montanha, pois foi preparando, afinando, otimizando até definirmos a nossa primeira possibilidade”, afirma.

Marta Pisani
Sócia

Outras ações sustentáveis

A Riscos & Mossas pretende usar as ações de sustentabilidade como carro-chefe do marketing da empresa. O resultado obtido durante o programa do Sebrae gerou valor para a oficina, colocando-a em uma posição bastante confortável em relação aos concorrentes. A empresa foi considerada um caso de sucesso na reunião internacional da Sherwin Williams por conta da mudança de produtos e processos de média para alta tecnologia — o técnico da fornecedora ajudou a implantar o processo na oficina após a testagem e apresentou o caso na reunião da empresa.



Depois das mudanças implantadas, os empresários começaram a analisar outros projetos de sustentabilidade, como utilização água de poço, algo que foi implantado na empresa no mesmo período da jornada do ALL, reaproveitamento de água de chuva, projeto de energia fotovoltaica e eólica, e substituição de estruturas metálicas por madeira reflorestada.

O aumento de produtividade, assim como a limpeza e apresentação do serviço prestado numa área crítica para a satisfação do cliente, foram os responsáveis por gerar uma economia de tempo de aproximadamente de 22,5% e uma redução dos custos na ordem de 5,3%.



“Continuamos no intuito de sermos ágeis, aprimorando sempre a qualidade. Ampliamos o nosso leque de serviços, indo desde a reparação automotiva à estética automotiva. Atualmente, atendemos também reparos de companhias seguradoras, tentando sempre manter nossa característica, que é atendimento e agilidade na prestação de serviços, sempre com foco no cliente”, finaliza a empreendedora.



LA FERRERA
DISTRIBUIDORA DE AUTO PEÇAS LTDA.
FONE: (11) 3872-8776 / 3864-8440
@ (11) 96922-4795
laferrera@laferrera.com.br

MARCO 2022

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	

BIOCLIN 2000

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31



Laboratório Biolab

Utilizando a Realidade Virtual para
agregar valor ao atendimento

Atuando na área de análises clínicas, patológicas, toxicológicas, investigação de paternidade e medicina do trabalho, o Laboratório Biolab, da cidade de Frutal, em Minas Gerais, decidiu inovar o seu atendimento quando a gestora Daybyane da Silva Santana optou por participar do programa Brasil Mais, do Sebrae, em 2021.

Antes de ser proprietária do Biolab, a empresária trabalhou no laboratório por dois anos, quando saiu da empresa para trabalhar em outro setor. Em 2013, no entanto, surgiu a oportunidade de comprar o laboratório. No começo, era apenas ela e uma funcionária. Após três anos, com a saída da funcionária, Daybyane decidiu que estava na hora de cursar outra faculdade para não depender somente de funcionários: “Hoje sou eu e mais uma pessoa responsável pelo laboratório, no total são cinco funcionários”, informa.

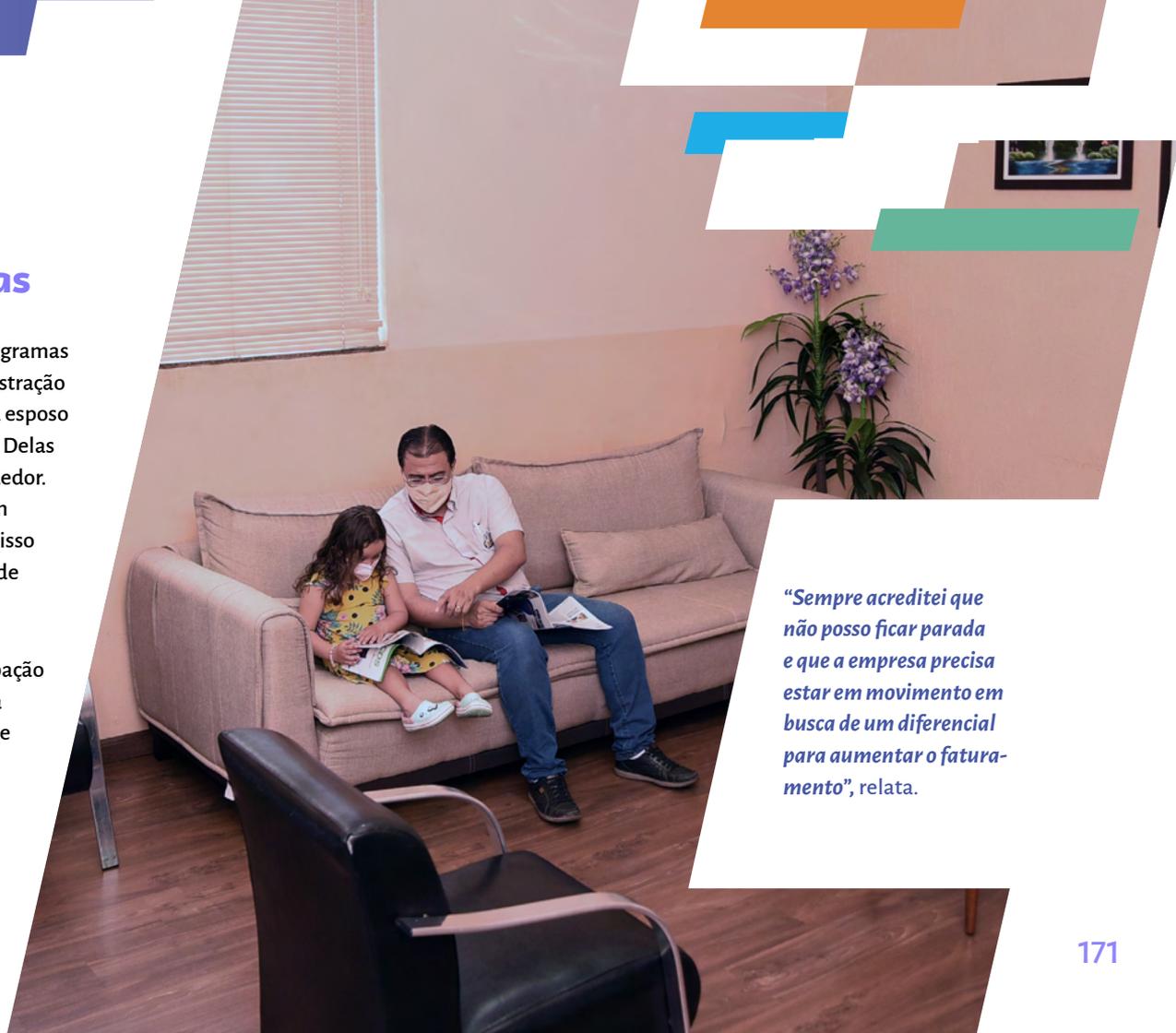
O começo não foi fácil, lembra Daybyane, pois, apesar de não fechar no vermelho, o Laboratório não dava lucro. Aos poucos, algumas mudanças foram implementadas como modificar o ambiente da recepção para torná-lo mais aconchegante aos clientes.



Um divisor de águas

Para Daybyane, a participação nos programas do Sebrae foram um marco na administração do Laboratório Biolab: “Em 2020, meu esposo sugeriu que eu participasse do Sebrae Delas para desenvolver meu lado empreendedor. Sempre tive várias ideias e busquei um diferencial, crescer e me destacar, por isso posso afirmar que esse foi um divisor de águas em minha vida.”

Segundo a empresária, após a participação em programas do Sebrae, ela passou a enxergar a empresa com outros olhos e perceber o que precisava melhorar.



“Sempre acreditei que não posso ficar parada e que a empresa precisa estar em movimento em busca de um diferencial para aumentar o faturamento”, relata.



Daybyane sempre buscou se capacitar. Além do Sebrae Delas, um programa de aceleração com o objetivo de aumentar a probabilidade de sucesso de ideias e negócios liderados por mulheres, e do ALI, a empresária também participou do Empretec, principal programa de formação de empreendedores do mundo, criado pela Organização das Nações Unidas (ONU), e promovido no Brasil pelo Sebrae, bem como de seminários sobre redes sociais.

A equipe do Sebrae acompanhou a gestão do Biolab e verificou que o faturamento estava abaixo do potencial. Uma das sugestões foi implementar equipamentos de realidade virtual para os clientes jovens e crianças com o objetivo de aumentar a confiança das mães em relação aos exames que seus filhos precisassem fazer. A intenção era que a coleta de material, normalmente traumática para as crianças, se tornasse um momento menos doloroso e sofrido.



A gestora também foi orientada a criar, testar e implantar um processo que aprimorasse o relacionamento com os clientes que já tinham realizado exames toxicológicos. Visto a determinação legal que estabelece que motoristas das categorias C, D e E realizem esses exames a cada 2 anos e meio, essa seria uma oportunidade de fidelização dos clientes e, conseqüentemente, aumento de faturamento.

Essas pequenas, mas importantes mudanças, trouxeram os esperados resultados! A utilização do aparelho de realidade virtual viabilizou que as mães tivessem maior inclinação em levar seus filhos a realizarem exames no Laboratório Biolab e, no caso do aprimoramento do relacionamento com os clientes de exames toxicológicos, estes se sentiram “cuidados” pelas atendentes do laboratório, levando a um crescimento de 10% na coleta de exames em apenas seis dias. A metodologia ALI auxiliou na minimização de risco, assertividade, eficiência e eficácia do processo.

Aprendizagens

A gestora conta que sempre quis colocar em prática a ideia de usar nas crianças os óculos de realidade virtual, mas queria que tudo fosse perfeito e personalizado. Porém, por meio dos programas do Sebrae, percebeu que poderia buscar algo mais simples antes que alguém lançasse a novidade primeiro. “Foi então que eu decidi comprar os óculos de realidade virtual pela internet e passar a usar no laboratório. Hoje em dia é um sucesso”, afirma a empresária.

A experiência positiva não se restringe às mudanças implantadas. Daybyane afirma que passou a perceber detalhes que antes não despertavam a sua curiosidade, como, por exemplo, quantos exames são realizados por mês, quantos clientes são fidelizados, quantos clientes novos foram feitos. A empresa adotou, ainda, um sistema de avaliação no qual, a cada dois meses, os clientes respondem uma pesquisa sobre o atendimento, a limpeza e o tempo de espera.



Bonificação

A gestora comenta que tinha o desejo de aumentar o salário dos funcionários, mas, em plena pandemia, estava difícil colocar essa ideia em prática.

Discutindo o assunto com o bolsista do programa ALI, surgiu a ideia de implantar um sistema de bonificação de acordo com o lucro no final de cada mês, além de economizar em algumas partes para alcançar esse objetivo.





Café Moto Racing

Mais planejamento, mais
competitividade

Às margens da BR 116 (Rio/Bahia), Km 710, na cidade de Muriaé, em Minas Gerais, o piloto Franco Lopes deu forma ao seu sonho: um empreendimento que concentrasse vários produtos para motocicletas e motociclistas em um único lugar. Assim nasceu o maior complexo motociclístico de Minas Gerais, iniciado em 2020 e aberto em junho de 2021. O complexo fica a apenas 167 km do Autódromo Internacional de Potenza, em Juiz de Fora.

E para mostrar que o projeto tinha intenção de se tornar grandioso, o complexo nasceu hospedando três das cinco marcas do grupo “Café Business”: “Café Moto Racing”, “Café Motoschool” e “Piloto Franco Lopes”. Mas não foram somente esses os espaços criados, pois a empresa oferece desde oficina à escola de pilotagem, além dos serviços de centro estético, borracharia, lavador, boutique, Workshop Bike Café, agência de turismo, consórcio, financiamento, seguro, administradora de patrimônio compartilhado, eventos (Origens Eventos) e *remap*.



A construção do site

A abertura do Café Moto Racing foi em 2021, durante o projeto ALI (Agente Local de Inovação) realizado pelo Sebrae. O grande desafio era construir o site da empresa, que já se destacava no mercado de Minas Gerais. Além do programa ALI, foram contratados também os serviços do Sebraetec.

Com base na metodologia do Radar da Inovação, foram encontrados alguns pontos a serem melhorados antes da abertura da empresa. Nesse contexto, foram mapeadas as prioridades e traçado um planejamento que previu não somente a redução de custos e o aumento do faturamento, mas também ações que poderiam gerar um maior grau de competitividade da empresa.

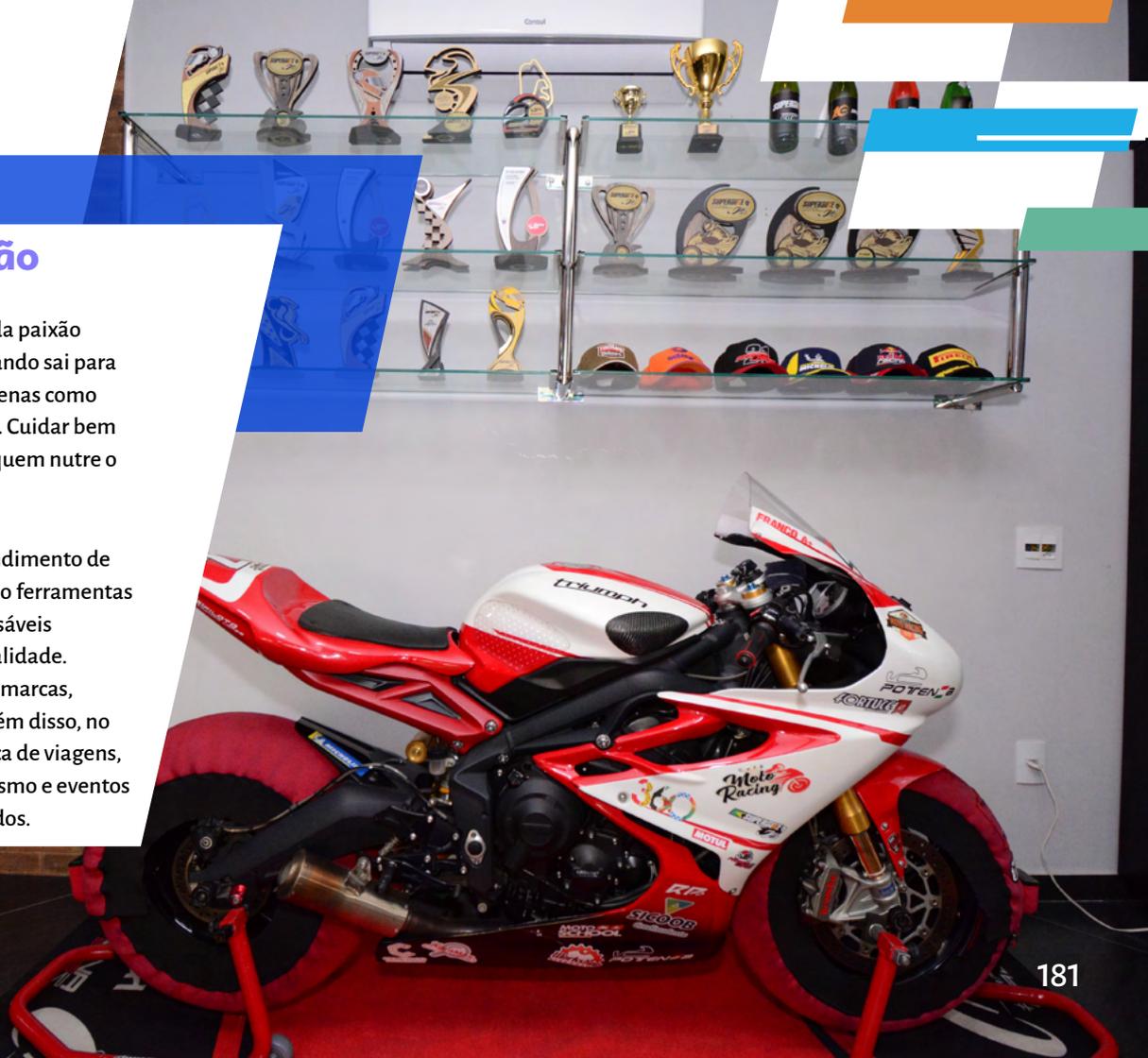
The background features a complex, abstract geometric pattern. It consists of various overlapping shapes in shades of blue, a prominent green horizontal bar at the top, and an orange horizontal bar near the bottom. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some elements appearing to step forward or recede into the background.

Mas e o principal desafio de construir o site da empresa? Também foi implementado – e com sucesso! Nele, é possível inscrever-se para os cursos oferecidos, como o Pilotagem Defensiva, voltado para iniciantes no mundo das rotas; o On Road, um curso voltado para motociclistas que procuram um aprendizado em técnicas para pilotagem em rodovias aumentando sua segurança em nível internacional, além de treinamento de equipe de expedicionários ou na forma de coach; e o Racing, ministrado no autódromo de Potenza.

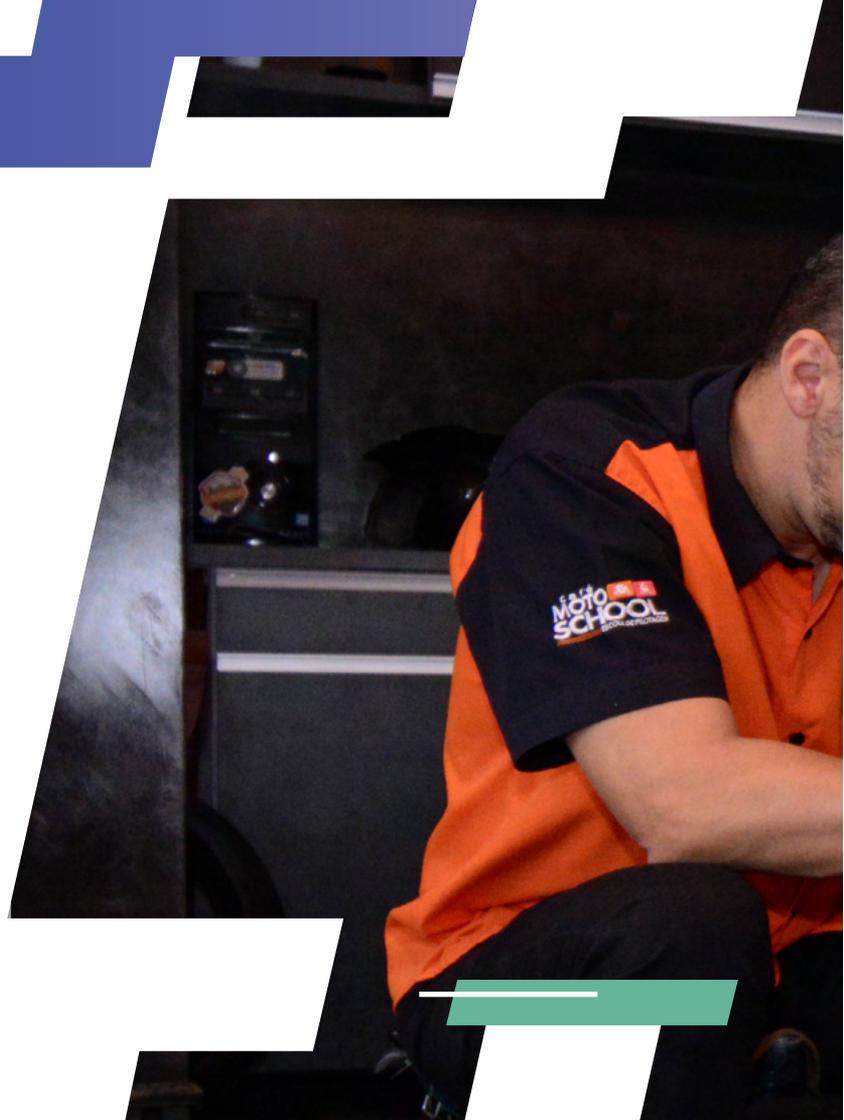
A serviço de uma paixão

Somente quem pilota moto é capaz de falar da paixão que sente quando coloca o pé na estrada, quando sai para uma aventura ou mesmo quando a utiliza apenas como transporte ou como um meio para o trabalho. Cuidar bem dessa máquina é uma das características de quem nutre o amor pela vida sobre duas rodas.

Por isso, cada serviço oferecido pelo empreendimento de Franco Lopes possui um diferencial, utilizando ferramentas e equipamentos de última geração, indispensáveis para a realização de uma manutenção de qualidade. Na boutique, o piloto conta com as melhores marcas, atendendo os gostos e estilos de cada um. Além disso, no complexo, é possível ter acesso a uma logística de viagens, monitoramento, guias e batedores, mototurismo e eventos motociclísticos, entre outros serviços oferecidos.



Franco Lopes é vice-campeão brasileiro e bicampeão paulista de motovelocidade, piloto da SBK Brasil (maior campeonato de motovelocidade das Américas), conquistador das Américas (Bolívia, Peru, Chile, Argentina e Uruguai), além de palestrante, coach, avaliador de pilotagem e consultor. Hoje, o empreendimento fundado por ele é a única escola de pilotagem de motocicletas homologada pela Federação de Motociclismo do Estado de Minas Gerais (FMEMG), num total de quatro cursos orientados por instrutores altamente capacitados.







Pontal dos Carneiros Resort

A Transformação Digital se
traduzindo em mais clientes

A photograph of a modern bedroom with a large bed, a balcony with a view of the ocean, and a wooden ceiling. The room is decorated with a white bedspread, a rolled-up towel, and a wicker chair on the balcony. The ceiling is made of dark wood beams. The balcony has a glass railing and a view of the ocean and palm trees. The room is decorated with a white bedspread, a rolled-up towel, and a wicker chair on the balcony. The ceiling is made of dark wood beams. The balcony has a glass railing and a view of the ocean and palm trees.

Feche os olhos e imagine um lugar paradisíaco, com um magnífico coqueiral à beira de uma das praias mais lindas do Brasil. Imaginou? É em Tamandaré, Pernambuco, a poucos passos da Igrejinha de São Benedito, que fica o Pontal dos Carneiros Beach Bungalows. Um lugar perfeito para casal ou família, feito sob medida para quem quer estar perto do mar, da natureza, fazer passeios inesquecíveis ou simplesmente descansar lendo um livro à sombra de um coqueiro. Mas, se quiser experimentar um banho de argila, receber uma massagem à beira-mar, navegar pelos lençóis ou pelo rio Ariquindá ou visitar o manguezal, também é possível!

O Pontal dos Carneiros nasceu na Fazenda de Cocos dos Manguinhos, com 110 hectares de extensão, e pertence à família Rocha há mais de 80 anos. Tudo começou quando, em 1937, um empreendedor de Garanhuns, Rosalvo Ramos Rocha, decidiu arriscar tudo o que tinha e trocar o empreendimento da família – uma padaria – pela aposta de fazer uma fazenda paradisíaca no litoral sul de Pernambuco. Até hoje, a fazenda é cuidada com carinho e dedicação pelos seus membros e funcionários.

Ao todo, 16 bangalôs estão espalhados sob o centenário coqueiral, à beira-mar. A fazenda recebe hóspedes e clientes para férias, casamentos, lua-de-mel ou qualquer outra celebração, dispondo de diferentes tipos de acomodação.



Transformação digital

Administrando uma empresa referência no segmento do turismo no litoral sul de Pernambuco, a empresária Christiana Carneiro Monteiro e Silva decidiu participar da Jornada da Transformação Digital com a Metodologia M2P2 (MindSet, Mercado, Pessoas e Processos) a fim de ter maior segurança nos processos, atendendo a uma necessidade específica da definição dos indicadores-chave do negócio com foco no crescimento.

O objetivo da metodologia é trabalhar em exercícios, com muita experiência prática na criação de conteúdo, análise de indicadores usando ferramentas gratuitas de Growth Hacking, como o Google Trends, e otimização em vários canais com a metodologia Lean Startup.



A principal necessidade era a de adquirir novos usuários (ampliação de mercado), além de atrair sua base de clientes potenciais. Hoje, o diferencial dessa empresa que entrega conforto, qualidade e experiência em seus serviços de hotelaria é a comunicação e interação com o público por meio das redes sociais.

A identificação da necessidade da empresa aconteceu pela consultoria Sebraetec na área de serviços digitais, Omnichannel – Growth Hacking, com a realização de diagnóstico e definição dos objetivos da empresa, além da criação da página Google Business da empresa. Foi feita a modelagem das configurações das postagens da empresa no Google Business (Business Plan) e a capacitação da empresária para monitorar remotamente os indicadores do Google Business da empresa.

Outro encaminhamento foi o repasse de técnicas de monitoramento de indicadores aos colaboradores da empresa, o que permitiu um engajamento de toda a equipe. Foi efetuada ainda a estruturação do conteúdo das postagens pelos colaboradores da empresa no Google Business, que foram capacitados a monitorar remotamente os indicadores do Google Business Plan.





Na medida em que ficou sistematizado o formato de interação e comunicação - envolvendo desde a proprietária até a equipe de atendimento através da ferramenta utilizada na consultoria -, a aplicação da solução tornou a empresa mais próxima ao seu público-alvo, melhorando o atendimento.

Novas estratégias com redução de custos

A jornada da transformação digital proposta foi a utilização do método de Design Sprints M2P2 e gerou benefícios como o alinhamento entre os sócios e as estratégias da empresa no modelo de negócios. Foi realizado um estudo do mercado e seus competidores para um posicionamento mais estratégico e com aumento da consideração de compra do cliente em até 50%.

Toda a equipe foi direcionada pelas metas e métricas em tempo real, o que permitiu um ajuste ágil nas estratégias de marketing e vendas. Por fim, o processo implantado proporcionou uma redução de custos de marketing em 20% pelo alcance otimizado do orgânico.



Lylla Centro de Beleza e Estética

Faturamento e crescimento mesmo
em tempos de pandemia

A aposta no relacionamento personalizado com o cliente, o marketing digital e o investimento no pós-venda foram os diferenciais que levaram o Centro de Beleza e Estética Lylla, em Teresina, Piauí, a ver o seu faturamento crescer e ultrapassar a marca dos 42%, mesmo com os desafios enfrentados pela pandemia.

No mercado há três anos, o Centro de Beleza e Estética atua no sistema de parceria – 50% salão, 50% parceiros, com contrato e MEI –, o que permite um catálogo variado de serviços, que passam pela esmalteria, manicure e pedicure, alongamento de unhas, cabeleireiros (hidratação, alisamento, corte, escova, tintura, entre outros), depilação, design de sobrancelha, tratamento de pele, isso tudo com atendimento físico no salão ou por delivery.



Referência no ramo da beleza

O atendimento e a diversidade de serviços oferecidos tornaram o Centro de Beleza e Estética Lylla referência no ramo da beleza na região em que atua. A proprietária Dalylla Matos usou o próprio nome na marca - que é registrada - porque tem o objetivo de expandir ainda mais os— negócios e trabalhar no sistema de franquia.

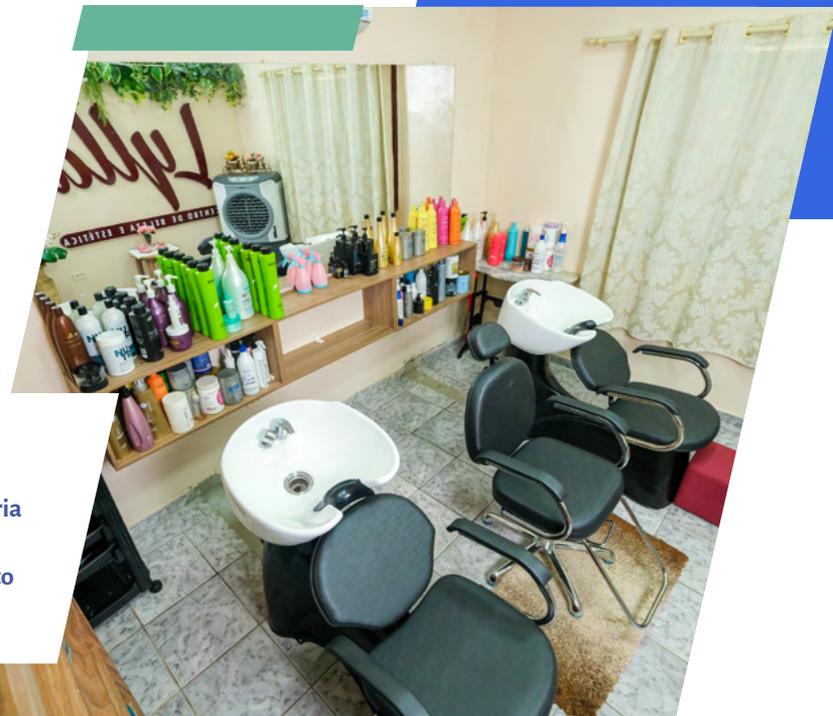
No entanto, a vocação empreendedora e administrativa precisava de algumas melhorias que, sozinha, Dalylla não conseguia enxergar. Na maioria das vezes, ela buscava fora do salão as promoções e ofertas que ofereceria aos clientes.

Foi a orientação do Sebrae, por intermédio do programa ALI, que fez ela mudar o procedimento. Após aplicar um radar de diagnóstico, foram detectados alguns pontos que precisavam de melhoria, como a adoção de um sistema informatizado, a redução de equipamentos eletroeletrônicos, a expansão da empresa na cidade (abertura de filiais) e o aumento do relacionamento com clientes.

Dalylla conta que não foi ela quem procurou o Sebrae, mas a agente local que a convidou para participar do projeto. Além disso, revelou a importância de ouvir a clientela para o aprimoramento da oferta dos seus serviços.

Dessa forma, o Centro de Beleza e Estética implantou um sistema de comanda interna, em que a cliente dá o feedback sobre o atendimento e aponta os aspectos a melhorar.

“Eu tinha a necessidade de visualizar quais as ofertas e promoções eu deveria pegar com a minha própria cliente, e não pesquisar no mercado. Eu não tinha a visão de que minha própria cliente poderia trazer as necessidades do salão. Quando eu viajava, trazia coisas de fora para implementar, mas agregou muito mais ouvir o meu público”, afirma a empresária.



Captação de clientes pelas redes sociais e pós-venda

A proximidade com as clientes e o atendimento individualizado e personalizado foi um dos principais aspectos que levaram o Centro de Estética e Beleza Lylla a uma história de sucesso. Outro diferencial do empreendimento é o marketing digital. A empresa apostou em um trabalho intenso nas redes sociais e obteve um resultado surpreendente: cerca de 60% da clientela captada pelas redes sociais.

Hoje, o empreendimento possui o serviço de pós-venda implantado e um número considerável de clientes fixas e fidelizadas. Com as mudanças, o público se sentiu mais valorizado e passou a recomendar o serviço. A partir daí, a qualidade do atendimento teve um crescimento constante e o relacionamento com a empresa também.

Além disso, a equipe tornou-se mais engajada, alinhada e especializada nos serviços oferecidos, passando sempre por treinamentos, inclusive os oferecidos pelo Sebrae.





Dalylla analisa que participar do programa a fez perceber vários pontos em que precisava melhorar: “As parceiras participam de tudo, pois, quando todos compram, a ideia é mais fácil fluir. O programa abriu os meus olhos em relação à equipe, quem está junto comigo e quem não está. Para ela, mostrar às parceiras como funciona o negócio foi um importante passo. “Comecei a convidá-las para participarem de tudo o que o salão faz, para que elas saibam a responsabilidade que é ter uma empresa. Se elas pensam em colocar o negócio próprio, quero, sim, que elas cresçam, mas que elas entendam como é o por trás de tudo isso. Para o salão estar lotado, tem toda uma estratégia para isso”, considera.

Dalylla Matos

Empresária-proprietária

Pioneirismo

O Centro de Estética se tornou referência na área também pelo pioneirismo nos serviços oferecidos. Os processos internos automatizados se tornaram mais ágeis e reduziram a sobrecarga de função dos colaboradores. Além disso, o aumento do faturamento – em razão das melhorias implantadas, bem como da redução de custos de aluguel, água e energia – proporcionou a abertura da primeira filial, abrangendo alguns serviços que ainda não eram oferecidos por falta de espaço físico.

Um dos serviços inovadores que o salão oferece é o tratamento de melasma (manchas escuras na pele) sem efeito rebote, que não existe em nenhum outro lugar do Piauí. Dalylla conta que realizou vários cursos, especializando-se para fazer o procedimento nas clientes, mas só enxergou essa demanda depois de participar do programa do Sebrae.



Vacinaclean

Concretizando o sonho da
franquia própria



Você já parou para pensar que a carência de um serviço ou produto na sua cidade pode se transformar em uma excelente oportunidade de empreendimento? Foi o que aconteceu com o empresário Renato Antonio Campos Freire, que era proprietário de farmácia desde 1990 e, ao necessitar de vacinas especiais para seu filho, precisava se deslocar para outras cidades.

Naquela época, em Araguaína, Tocantins, não havia clínicas especializadas em vacinas fora da rede pública, e essa foi a inspiração para o surgimento do novo negócio.

Renato conta que resolveu, então, adquirir dos distribuidores e dos laboratórios multinacionais vacinas contra meningites, pneumonias, varicela e hepatites.

“Diante de tal necessidade, resolvi compartilhar com colegas médicos, farmacêuticos e enfermeiros, tendo em vista que havia grande interesse para também protegerem seus filhos. Para atender essa demanda, que com o tempo foi aumentando, decidimos abrir um serviço de vacinação privado juntamente com um amigo médico infectologista”.



Assim, a procura foi aumentando gradativamente, levando a população a tomar conhecimento de um serviço exclusivo na cidade, o qual proporcionava acesso a vacinas inovadoras, com alta tecnologia farmacêutica, fruto de pesquisas e desenvolvimento de imunobiológicos especiais.

A região do Tocantins passava, então, a contar com os mesmos produtos que estavam disponíveis para a população de países mais desenvolvidos. O empresário Renato relembra que: “a partir daí, criamos a primeira clínica de medicina preventiva da cidade, e a primeira clínica de vacinação do estado do Tocantins”.

A Vacinaclean trabalha com vacinas e imunobiológicos de alta tecnologia, importados e autorizados pelos órgãos regulatórios, entre eles a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). Os produtos são classificados como vacinas humanas, apresentando maior cobertura de doenças preveníveis por vacinação, polivalente, de aplicação combinada com outras vacinas, oferecendo segurança, individualidade e diminuição de eventos adversos pós-vacinação.

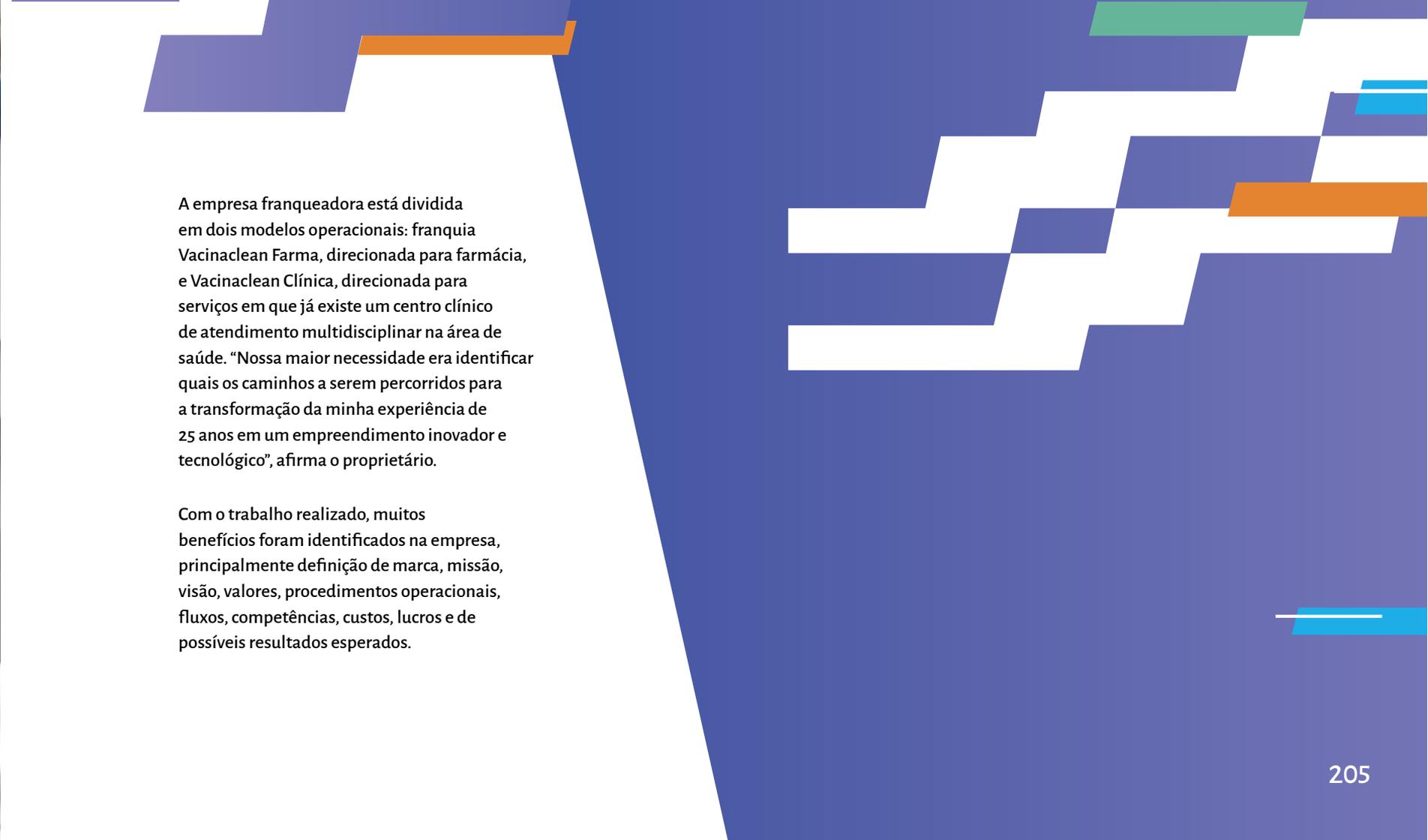
Nasce uma franquia

Entre 2018 a 2019, os sócios da Vacinaclean procuraram a consultoria do Sebrae para esclarecimentos sobre como transformar a empresa em uma franquia.

“Os consultores do Sebrae nos ofereceram a consultoria para concretização deste novo sonho. Tivemos vários encontros, com buscas de informações físico-financeiras, contábil, definição de processos internos da empresa existente até chegarmos ao produto com todos os quesitos necessários para se transformar numa franquia”.

O proprietário relata que foi durante as visitas realizadas pelos consultores que foram definidos a criação do modelo arquitetônico, manual da marca, móveis, equipamentos e utensílios para padronização ideal, uniformes, layout, cores e espaços físicos de acordo com as exigências regulatórias do setor.





A empresa franqueadora está dividida em dois modelos operacionais: franquia Vacinaclean Farma, direcionada para farmácia, e Vacinaclean Clínica, direcionada para serviços em que já existe um centro clínico de atendimento multidisciplinar na área de saúde. “Nossa maior necessidade era identificar quais os caminhos a serem percorridos para a transformação da minha experiência de 25 anos em um empreendimento inovador e tecnológico”, afirma o proprietário.

Com o trabalho realizado, muitos benefícios foram identificados na empresa, principalmente definição de marca, missão, visão, valores, procedimentos operacionais, fluxos, competências, custos, lucros e de possíveis resultados esperados.

Franquia Farma: R\$ 15 mil como taxa de franquia, mais 1% do faturamento para marketing e 4% do faturamento bruto como royalties. Investimento inicial em torno de R\$ 45 mil.

Franquia Clínica: R\$ 25 mil como taxa de franquia, mais 1% do faturamento para marketing e 4% do faturamento bruto como royalties. Investimento inicial em torno de R\$ 75 mil.

Investimento para ser um franqueado

A formatação da franquia da empresa foi efetuada depois de realizada avaliação estratégica do negócio, análise da concorrência, definição dos modelos de franquias que seriam adotados, análise de viabilidade financeira e definição das taxas do sistema de franquia, documentos jurídicos, manuais de franqueado. Implantada a empresa franqueadora, foram estabelecidos dois modelos de franquia, para os quais são necessários os seguintes investimentos:

Expansão

A franquia teve sua formatação finalizada em 2020 e, em menos de um ano, a empresa vendeu três unidades, que estão instaladas em Goiânia (Goiás), Palmas e Gurupi (Tocantins). A meta de fechamento da franquia para 2021 é de cinco unidades e, para 2022, de dez unidades.

“Temos um plano de marketing digital na busca de candidatos, participamos de feiras de franquias, realizamos captação de leads pelas redes sociais, bem como divulgação por site e divulgação para colegas da área de saúde compreendendo nossa rede de relacionamento”, informa o empresário.



Huribi

Contabilidade

Otimizando processos e
conquistando novos mercados

A Huribi Contadores Associados fica localizada no município de Garopaba-SC e oferece, há 12 anos, serviços de contabilidade e gestão empresarial para diversos empreendimentos locais. A empresa tem como missão oferecer excelência na prestação de serviços contábeis e de gestão empresarial na região sul do estado de Santa Catarina. Segundo o fundador, Huribi Alexandrina, “somos reconhecidos por estimular e proporcionar o crescimento financeiro intelectual e a qualidade de vida no trabalho para nossos clientes e colaboradores”.



Consultoria do Sebrae para certificação ISO 9001 e 30401

Com o objetivo de reativar uma experiência passada em relação à padronização dos processos internos do escritório, o empresário buscou uma consultoria no Sebrae. No decorrer do trabalho, foi optado por unir a implantação de duas normas – ISO 9001 e ISO 30401⁸, como forma de implementar o sistema de gestão de forma integrada. Quando foi apresentado às normas, prontamente estabeleceu o objetivo de realizar o trabalho e buscar a certificação nas duas.

Todos os colaboradores da empresa foram envolvidos na execução com o desenho dos processos e a transmissão de conhecimento. A equipe participou de capacitações, diálogos e oficinas durante o processo. Foi criado um comitê de implementação com quatro pessoas responsáveis e, após esse movimento, a empresa padronizou os seus processos, com indicadores sendo medidos e todos os requisitos das duas normas foram implementados.

⁸ A ISO 30401 foi emitida em novembro de 2018 e estabelece requisitos para um Sistema de Gestão do Conhecimento. Trata-se de uma nova norma ISO, “com uma nova abordagem, focada na aquisição, aplicação, manutenção, transferência e transformação do conhecimento nas organizações”, segundo ALVEZ, Juliano Keller, em artigo disponível no site <https://www.qmsbrasil.com.br/blog/iso-30401-o-que-e/>. Acesso em 30/10/2021. Já a norma ISO 9001 foi concebida com a intenção de melhorar a qualidade da empresa por meio de um sistema de gestão que garanta a otimização de processos, “maior agilidade no desenvolvimento de produtos e produção mais ágil a fim de satisfazer os clientes e alcançar o sucesso sustentado”, em conformidade com o site <https://certificacaoiso.com.br/iso-9001/>. Acesso em 30/10/2021.



Com as propostas em andamento, a empresa passou a gerir o conhecimento interno e advindo dos clientes, com mecanismos modernos de gestão, na busca de versatilidade e polivalência na eliminação da dependência de conhecimentos específicos das pessoas, reduzindo o impacto potencial da rotatividade.

Entre os benefícios adquiridos após a implantação das normas, estão:

- Aumento do número de clientes (o escritório é hoje o maior de Garopaba);
- Redução do retrabalho e da inadimplência;
- Aumento dos conhecimentos compartilhados e adquiridos. Para todos esses tópicos, a empresa conta com indicadores medidos/monitorados.

Além de obter a certificação ISO 9001, a empresa tornou-se a primeira do país com certificação ISO 30401 – norma de gestão do conhecimento que passou a ser emitida em novembro de 2018.

“A consultoria do Sebrae foi essencial e primordial para que pudéssemos obter a certificação pelas normas ISO 30401 e 9001.” Destaca Huribi. A implantação e revisão dos processos necessários para obtenção das ISOs foi feito com a participação de todo o time.



Segundo o proprietário, foi criada uma cultura da padronização e da gestão do conhecimento, o que possibilitou o crescimento e a evolução das pessoas e dos processos: “hoje temos indicadores avaliados mensalmente, auditorias internas, reuniões para solucionar problemas e analisar a empresa estrategicamente”, relata Huribi.

O empresário explica ainda que, em relação à ISO 30401, o destaque fica para o inventário do conhecimento: “Temos um plano em que levantamos os conhecimentos existentes em cada processo e como fazemos para mantê-lo ativo, além daqueles que devemos adquirir”.

Para ele, essa é uma oportunidade para melhorar cada vez mais. “Isso nos ‘força’ a nunca estagnar, faz com que a empresa tenha sempre uma dinâmica de melhoria contínua e favorece a integração das pessoas, o sentimento de time, além das possibilidades de todos crescerem juntos”, conclui.

Serviços e especialidades

A Huribi atende a mais de 150 empresas de variados segmentos de Garopaba e cidades vizinhas do litoral sul catarinense. Seu maior diferencial é o apoio técnico oferecido ao cliente na área administrativa, gestão de pessoal, fiscal e contábil, legalização de empresas e imposto de renda para pessoa física, além do suporte com órgãos públicos, quando necessário.

Além disso, a empresa também trabalha no sistema de contabilidade, e oferece serviços de análise do balancete e dos resultados empresariais, com geração de uma agenda de ações ao cliente.



Atta Training

Tratamento inovador precisa de
consultoria tecnológica de qualidade

Uma empresa que desenvolve uma tecnologia inovadora precisa garantir que seu produto não seja copiado por outras empresas. Uma das principais formas de proteger sua criação é por meio da propriedade intelectual.

E foi justamente a necessidade de patentear e colocar no mercado uma técnica e um equipamento inovadores desenvolvidos para médicos vasculares o que levou o sócio-administrador da empresa Atta Training Ltda., Daniel Amatuzi, a procurar a orientação do Sebraetec, um programa do Sebrae que disponibiliza serviços tecnológicos para as empresas, conectando os pequenos negócios a uma ampla rede de prestadoras de serviços tecnológicos em todo o Brasil.

“O Sebrae, com sua consultoria, atenção e alta capacitação das empresas parceiras, foi e está sendo de extrema importância no desenvolvimento do produto ATTA Control como no plano de expansão dos cursos ATTA training e da própria Clínica ATTA Concept”, foi assim que Daniel descreveu a participação do Sebrae na construção e no sucesso do seu negócio. Segundo ele, a ATTA viu, no último ano, o faturamento dobrar e o quadro de funcionários aumentar de três para dez empregos diretos e indiretos.



A woman with dark hair tied back, wearing a white lab coat, is leaning in and talking to an elderly man with white hair wearing a blue plaid shirt. The man is smiling and looking towards the woman. The background is a blurred indoor setting with a plant and some boxes. There are decorative geometric shapes in the top right and bottom right corners of the page.

Como tudo começou?

O empresário tem formação em cirurgia vascular há 15 anos e, nos últimos dez, dedicou-se ao tratamento de varizes com foco no uso do endolaser, uma técnica minimamente invasiva. Ao longo do tempo, ele observou a necessidade de resultados no tratamento de varizes que fossem superiores aos obtidos com a cirurgia convencional e, por isso, desenvolveu um protocolo de tratamento de varizes inteiramente realizado com uso do laser, denominado ATTA (Ablação Térmica Total Assistida), sem necessidade de hospitalização, anestesia, cirurgia ou mesmo repouso – o que otimiza a saúde, beleza e tempo dos pacientes.

Essa técnica altamente eficiente foi expandida para outros profissionais por meio de um curso de treinamento. Além disso, era preciso desenvolver um dispositivo que facilitasse a manipulação da fibra do endolaser e evitasse a sua contaminação. Foi então que criaram o ATTA Control, um equipamento com design apropriado e ergonômico, para facilitar o uso seguro dos equipamentos desenvolvidos.

Veja como funciona

A técnica utiliza fibras ópticas para aplicar o laser dentro das varizes por meio do ATTA Control, um dispositivo de tração mecânica no qual a fibra do laser é inserida no interior do aparelho e coberta com uma capa plástica para prevenir a contaminação. A ponta do equipamento possui um botão que, ao ser girado, a cada clique, faz a retração da fibra a 1 mm/seg, tornando o procedimento mais seguro e eficaz.

Conforme o protocolo técnico, para permitir a emissão das ondas do laser com exatidão para o tratamento, as fibras precisam de uma manipulação precisa ao serem tracionadas a 1 mm/seg de forma manual. Do contrário, as chances de contaminação durante o procedimento podem ser altas.

A photograph of surgeons in an operating room. The scene is dominated by blue tones. In the foreground, a surgeon's hands are visible, wearing white gloves and using surgical instruments on a patient. In the background, other surgeons are seen from the side, wearing blue scrubs, white masks, and hairnets. One surgeon in the center is wearing a head-mounted display (HMD) with a camera. The room is brightly lit by large, multi-colored surgical lamps. The overall atmosphere is professional and clinical.

Resultados promissores

A criação do produto ATTA Control transformou os métodos de tratamento de varizes no Brasil. A iniciativa vem se consolidando no mercado e tem se mostrado extremamente promissora. Exemplo disso é a quantidade de procedimentos realizados com sucesso nos últimos anos.

“Atualmente, realizamos todos os nossos tratamentos em nível ambulatorial, ou seja, sem necessidade de uma internação para cirurgia. Nos últimos 30 meses, realizamos 323 casos em nossa clínica que, de outra forma, necessitariam de um hospital, cirurgia com cortes e repouso prolongado com afastamento de suas atividades laborativas por mais ou menos 30 dias”, completa Daniel.

Ekooa

EFETIVIDADE **EDUCAÇÃO** CONFIANÇA
COMPROMETIMENTO
TRANSPARÊNCIA EMPATIA TRANSFORMAÇÃO
SUSTENTABILIDADE RESPONSABILIDADE RESPEITO
SINGULARIDADE COERÊNCIA



A tecnologia está incorporada de tal forma ao dia a dia das pessoas que é praticamente impossível alguém dizer que não depende dela. A era 4.0 da internet já chegou e, com ela, muitas mudanças, especialmente em relação à comunicação e ao armazenamento de dados.

As indústrias, as empresas de um modo geral e a educação, sim, a educação, em tempos de pandemia, mais do que nunca, viveram experiências relacionadas à revolução tecnológica. A EnviPRO Soluções e Treinamentos, em funcionamento desde 2016, em Salvador/BA, é uma edtech – empresa que atua com o desenvolvimento e uso da tecnologia para potencializar a aprendizagem – voltada ao segmento de cursos em meio ambiente, nos formatos on-line e presencial.

A empresa é administrada por Edmilson Puridade Júnior e Leonardo Barros, que foram colegas de graduação durante o curso de Engenharia Ambiental e Sanitária na Universidade Salvador (UNIFACS).



Foi no último ano da faculdade, em 2014, que eles se descobriram empreendedores na área da educação: “Observamos que muitos dos nossos colegas e amigos estavam enfrentando uma imensa dificuldade em se inserir no mercado de trabalho, o qual buscava um perfil muito diferente do que estava sendo construído em nossa formação”, conta Edmilson. Ele ainda relata como surgiu a ideia de organizar o primeiro curso: “observando que existia uma lacuna ainda na faculdade, organizamos o nosso primeiro curso presencial, tendo como temática a Recuperação de Áreas Degradadas, ministrado por professores e profissionais que havíamos conhecido por meio da network dos nossos estágios. Assim, montamos uma ementa educacional e o foco que o curso deveria ter”.

O primeiro projeto lotou uma sala com 40 pessoas, inclusive com lista de espera, e deu origem a um curso que já capacitou mais de 800 interessados, além do projeto de criar uma ponte entre os profissionais e o mercado por meio da educação.

Os ex-colegas de faculdade seguiram com suas carreiras pessoais, mas continuaram realizando os cursos paralelamente. Em um certo momento, perceberam que o que haviam observado na faculdade ainda era uma realidade, e que os cursos poderiam se tornar um negócio mais amplo. Assim, criaram a EnviPRO, nome que surgiu da junção dos termos “Environmental” e “Professional”, ou seja, “Profissionais de Meio Ambiente”.

Sebrae: fundamental em momentos decisivos

Para os sócios, o Sebrae foi fundamental em dois momentos decisivos da empresa: durante o processo de aceleração do Sebraelab, e quando viabilizou a participação da EnviPRO na Missão da Bahia para o Startup Summit, em Florianópolis.

No Sebraelab, os empresários revisitaram os conceitos referentes à construção de um negócio e, segundo os sócios, apesar da EnviPRO ser um pouco mais madura, foi importante participar para validar alguns pontos estruturantes: “com a participação dos demais membros da equipe, conseguimos capacitá-los em relação aos seus papéis dentro da iniciativa, bem como sobre como funciona uma startup”.



A participação no Startup Summit em Florianópolis foi decisiva para a inserção da empresa no ecossistema das startups. Além de aumentar a rede de contatos dos empresários, “conseguimos avaliar o nosso posicionamento nesse ecossistema e pensar em estratégias para fazê-lo se tornar cada vez mais relevante”, relatam os sócios. Ao longo de 13 semanas, a empresa participou de capacitações e mentorias nas áreas: Inovação e Startups, Modelo de Negócio, Validação de Mercado, Planejamento Estratégico e de Produto, Gestão para Resultados, Liderança e Desenvolvimento de Times, Comunicação e Branding, Marketing Digital, Vendas, Gestão Financeira, Jurídico Aplicado a Startups e Acesso a Capital. A intervenção auxiliou a equipe a revisar todo o seu processo de gestão empresarial e na tomada de decisões relativas à expansão do negócio.





Mais de 35 mil pessoas impactadas

Até 2019, a Edtech realizou diversos cursos profissionalizantes com foco no ensino de conhecimentos técnicos transversais para o segmento de meio ambiente, assim como passou a ofertar também conteúdos de matérias técnicas para concursos ambientais. “Nesse meio tempo, capacitamos cerca de mil pessoas e realizamos cursos na Bahia e em outros estados do Brasil, todos de forma presencial. No final de 2018, começamos a enxergar o grande mercado que existia nacionalmente nesse segmento e a falta de *players* atuando no fornecimento de conteúdos dessa natureza”, conta o empresário Edmilson.

Foi nessa fase que a empresa começou a repensar o seu modelo de negócio. Observando as limitações existentes no modelo presencial e alinhada à vontade de impactar mais pessoas, a EnviPRO passou a investir e a converter os seus conteúdos para o formato digital. Dessa forma, a empresa se reinventou e passou a produzir e distribuir produtos digitais nacionalmente.

As inovações trouxeram resultados tão positivos que, em 2019, os sócios abandonaram seus empregos para se dedicarem exclusivamente ao projeto da empresa.

Em 2020, mesmo com os desafios da pandemia, a iniciativa duplicou o faturamento e aumentou ainda mais a base de alunos. Além disso, intensificou a produção de conteúdos gratuitos com a realização de cursos e lives periódicas sobre a situação ambiental atual.

Em 2021, ano que foi atendida pelo Sebrae, a EnviPRO capacitou mais de 5 mil alunos e impactou mais de 35 mil pessoas com seus conteúdos. Atualmente, conta com quase 40 cursos em seu portfólio, além de possuir uma plataforma de streaming por assinatura para o desenvolvimento das soft skills e de conhecimentos complementares dos alunos. “Hoje, nossa plataforma é acessível de forma que os alunos podem assistir às aulas em qualquer dispositivo com suporte web e contém recursos de interatividade para agregar ainda mais a experiência de aprendizado”, relatam eles.

Essa agenda de crescimento fez com que a EnviPRO passasse por um processo de fusão com a 2B Educação, que culminou no surgimento de uma nova empresa, a Ekoa Educação, que está mais focada no desenvolvimento de ações e soluções voltadas a Sustentabilidade e ESG.





Previsiown

Inovação e tecnologia no centro de tudo



A startup Previsiown, da cidade do Rio de Janeiro, é uma plataforma de inteligência de dados em nuvem para a indústria da mobilidade que tem como finalidade transformar as percepções do condutor/ passageiro do meio de transporte em cenários de análises objetivas para os negócios da mobilidade.

A empresa está fundamentada em três pilares:

- A tecnologia do georreferenciamento e clima;
- A telemetria conectada – o diferencial entre todas as tecnologias concorrentes;
- O ser humano como um sensor, provendo informações/ percepções por meio do comando de voz.

O campo de atuação da Previsiown está na coleta e análise dos dados dos sensores já presentes nos automóveis, sem modificar a engenharia de fábrica, integrando tecnologias que agilizam o processo de identificação do comportamento e/ou desempenho do veículo, seja à combustão, elétrico ou autônomo.

A empresa atende fabricantes de veículos leves e pesados, assim como sistemistas de origem internacional, como dos Estados Unidos e da Europa. O foco, nos próximos três anos, é se consolidar globalmente, crescendo com os atuais clientes e tornando-se referência para o mercado da mobilidade inteligente.

Organização e capacitação pelo Sebrae

O Sebrae esteve presente desde a concepção da ideia da plataforma. Os empresários e sócios Adolfo Oviedo, Glauco Torres, Ivan Vianna e Víctor Gonçalves destacam alguns momentos decisivos para o sucesso da proposta, entre eles, estão as missões internacionais, que serviram como fonte de inspiração, conexão e ampliação de visão de mercado, a capacitação e as consultorias em todos os aspectos da gestão empresarial, com destaque para o Empretec, e o financiamento, cujos recursos do Sebrae foram determinantes para a viabilização da primeira PoC (Proof of Concept – prova de conceito) em parceria com a Embrapii, Associação Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial⁹, e o CPqD, Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações.

⁹ Organização social qualificada pelo Poder Público Federal que, desde 2013, apoia instituições de pesquisa tecnológica e a inovação na indústria brasileira.

A woman with short dark hair, wearing glasses and a blue blazer over a white shirt, is smiling and looking to her right. She is in a server room, with rows of server racks visible in the background. The lighting is blue and dim, creating a professional and tech-oriented atmosphere. There are several abstract geometric shapes in shades of blue and purple overlaid on the image.

Os sócios relatam que as capacitações foram muito importantes na construção de toda a organização, precificação e gestão da empresa.

“Podemos destacar os recursos aportados por meio da parceria com a Embrapii, para validação da primeira prova de conceito, a visibilidade que tivemos em eventos organizados pelo Sebrae, as consultorias e as capacitações”.

Uso de dados na indústria da mobilidade

A história da empresa está diretamente ligada ao desejo e à inquietude dos sócios, que, antes mesmo de se conhecerem, já pensavam em criar algo inovador para a indústria da mobilidade, com base nos dados que são gerados a partir do uso dos veículos.

Um evento do Sebrae que reuniu lideranças empresariais e públicas da região do Vale do Paraíba, o Líder, foi o responsável por unir os sócios, que se conheceram e se aproximaram pela intensidade do projeto. Os encontros se tornaram cada vez mais frequentes e, neles, as ideias individuais criavam mais solidez, entusiasmo e sinergia, transformando-se em um anseio coletivo.

“O entusiasmo que ali nascia nos fez embarcar em um segundo projeto do Sebrae chamado Missão ao Vale do Silício, Califórnia – Estados Unidos. Essa missão, que contou com todo apoio da organização com estrutura, planejamento, assistência e orientação, nos levou ao que melhor existe no mundo sobre empreendedorismo e tecnologia, como, por exemplo, o mais famoso evento de tecnologias disruptivas do mundo, o Techcrunch”, relatam os empresários, que também tiveram a oportunidade de participar, durante uma semana, das aulas de mestrado de empreendedorismo de Berkeley como alunos visitantes.

Os sócios da Previsiown afirmam que, durante toda a viagem, graças ao planejamento do Sebrae, puderam ter uma visão global de empreendedorismo e criação de ambientes para negócios inovadores. O projeto também possibilitou a troca de experiência com os setores públicos de inovação das prefeituras de San Francisco, Fremont, San Jose e Menlo Park.

Já, nos ambientes privados, eles visitaram a Samsung, Plug and Play, Zendesk, entre outras. Essa missão do Sebrae foi fundamental para que, no meio do Vale do Silício, os quatro sócios tivessem certeza do fundamento e potencial da ideia e de que os integrantes do grupo possuíam as competências e características complementares.

Do desembarque no Brasil até a oficialização como empresa passou-se exatamente um ano e, em setembro de 2019, nasceu a Previsiown. Ao longo dos 12 meses, a ideia inicial foi desenvolvida e apresentada em ambientes de inovação, na grande maioria, apoiados pelo Sebrae. “Fomos selecionados para participar do BNDES Garagem e do Inovativa, sendo destaque nos dois programas.”



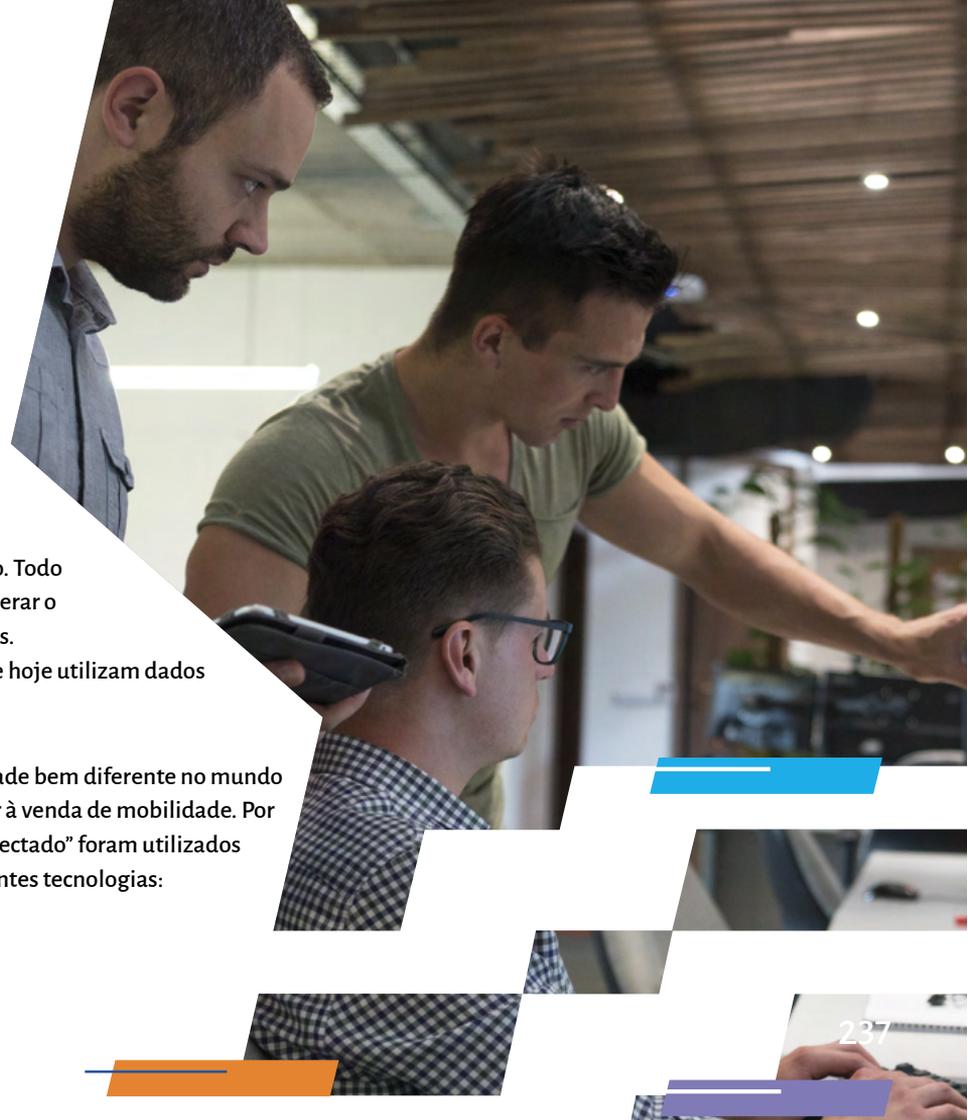
“No mesmo ano, recebemos a indicação ao prêmio de Startup Revelação de 2019 pela ABStartups. Em 2020, realizamos nossa primeira rodada de investimento, escolhendo a Cávée Angels como primeira parceira investidora. Atualmente, nossa empresa, além da maturidade adquirida no desenvolvimento do produto, tem conquistado a confiança dos clientes realizando investimentos em projetos de desenvolvimento para o Brasil por meio do apoio do Sebrae, Embrapii e CPqD, sendo o último nosso parceiro para desenvolvimento de tecnologia”, explicam os sócios.



Hoje, a Previsiown é composta, de forma direta e incluindo os sócios, por dez colaboradores. Já, indiretamente, emprega aproximadamente quinze pessoas. A empresa segue trabalhando com companhias internacionais que lhe permitem estabelecer a base de desenvolvimento no país de interesse e planeja a expansão internacional para América Latina e Europa.

A empresa transformou o modo como são realizados os testes de rodagem e validação de veículos, oferecendo uma ferramenta que facilita a identificação e reprodução das falhas percebidas em campo. Todo o processo gera uma grande base de conhecimento que permite acelerar o lançamento comercial de veículos, reduzindo os custos com garantias. Assim, os testes de rodagem realizados pela indústria automotiva de hoje utilizam dados percebidos pelo motorista, que atua como um importante sensor.

Conforme os empresários, o cenário de hoje aponta para uma realidade bem diferente no mundo automotivo, em que veículos deixarão de ser vendidos para dar lugar à venda de mobilidade. Por isso, os conceitos da indústria avançada, indústria 4.0 e do “carro conectado” foram utilizados para construir a solução oferecida pela startup, valendo-se das seguintes tecnologias:



Internet of Things: veículos que possuem tecnologia embarcada, sensores e conexão com a rede capaz de coletar e transmitir dados para a plataforma Previsiown.

Voice Command: a interação do condutor do veículo com a Previsiown se dá por meio de comandos de voz, com a possibilidade de criar marcos durante o processo de testes e inserir informações relevantes para a equipe na fábrica.

Big Data: a Previsiown coleta e analisa um grande conjunto de dados por meio dos sensores do veículo e do condutor. Os usuários visualizam um dashboard com informações em tempo real.

Machine Learning: os dados, armazenados durante o processo de testes dos veículos, serão utilizados para treinar a inteligência da solução, facilitando a identificação de padrões e falhas no veículo.

Segundo os empresários, a partir do monitoramento em tempo real de todas as variáveis do veículo, sua localização e análise dos dados incluídos pelo motorista, via comando de voz, é possível reduzir a subjetividade do processo de teste, de modo que a Previsiown permite aos engenheiros uma maior assertividade no desenvolvimento do projeto automotivo, no atendimento aos requerimentos de segurança e performance geral, agilizando o lançamento comercial do automóvel.

O portfólio de clientes da startup, a partir do desenvolvimento dessas novas tecnologias, inclui gigantes como Peugeot, Citroen e PSA Group.







Phygitall

Explorando as conexões
de mercado para oferecer
soluções tecnológicas



A Phygital é uma startup do Rio de Janeiro, fundada em 2016, com o propósito de desenvolver tecnologias para o mercado da Internet das Coisas (do inglês Internet of Things – IoT). A ideia de fundar o negócio surgiu durante o programa Startup Rio, do governo do estado do Rio de Janeiro, que fomenta o empreendedorismo e empresas de base tecnológica.

Foi nele que a história da empresa e as mentorias do Sebrae se cruzaram pela primeira vez: “O Sebrae foi e é um dos apoiadores do programa Startup Rio e, durante a aceleração, seus instrutores nos ajudaram a validar nossos produtos e modelo de negócio. Em 2016, fomos um dos finalistas do programa e ficamos entre as dez startups mais promissoras da edição daquele ano”, afirmam os sócios.

Naquele ano, a empresa começou a se aprofundar em uma tecnologia inovadora chamada LoRa, a qual permitiu que, em 2017, a Phygital criasse a primeira rede IoT do Brasil com cobertura total em uma rede Lorawan, na Baía de Guanabara. A iniciativa foi uma parceria com o Instituto de Pesquisa da Marinha (IPqM), sendo patrocinada para a Marinha do Brasil.

A photograph of a male worker in a yellow hard hat and high-visibility vest, talking on a mobile phone and holding a clipboard. He is in a warehouse setting with high shelves in the background. The image is framed by large, stylized geometric shapes in blue and green.

E não parou de crescer! Em 2020, a empresa foi vencedora da segunda edição do Prêmio EDF Pulse Brasil, que reconheceu projetos inovadores de startups nacionais com soluções inteligentes para os desafios das cidades e indústrias na categoria Smartfactory. Na ocasião, criou o Phyll Smartbadge, um crachá Inteligente que identifica a localização, os atos inseguros e a exposição de trabalhadores a áreas risco dentro de ambientes industriais agressivos e perigosos.



A parceria com o Sebrae deu visibilidade à empresa

A parceria da Phygitall com o Sebrae surgiu durante o programa Startup Rio, por meio das mentorias e dos métodos de Lean Startups aplicados pelos mentores do Sebrae ao longo do programa de aceleração.

Depois dos primeiros contatos, o Sebrae orientou a startup em outras ocasiões, como em rodadas de negócios com empresas do Cluster de Defesa – fórum de fornecedores da cadeia produtiva de Itaguaí, no Rio de Janeiro. Também foi responsável por convites para exposição da tecnologia produzida pela empresa em eventos como o Tech Day Cluster Automotivo Sul Fluminense (2018), em Porto Real, no Rio de Janeiro.



Na edição do evento Encadear 2018, promovido pelo Sebrae Nacional, o sócio Lucio Cesar F. Netto foi convidado a participar do painel “Impactos da transformação digital nas cadeias produtivas de valor”, sob a mediação do engenheiro Jefferson Gomes (do Instituto Tecnológico de Aeronáutica [ITA], Senai/SC e Unesco). Na ocasião, foram apresentados os cases da empresa no contexto do ecossistema de inovação com as indústrias cariocas em conformidade com o Programa de Encadeamento Produtivo, que conecta as pequenas empresas e startups às grandes indústrias.

Segundo os sócios, a parceria com o Sebrae tem rendido bons frutos e, desde então, proporciona ótimas oportunidades para a empresa apresentar suas soluções ao mercado: “outro aspecto positivo da parceria com o Sebrae foi a participação no Sebrae Day, no Rio de Janeiro, além da nossa participação no Startup Win 2021 e dos prêmios nacionais e internacionais que temos obtido”, reconhecem os parceiros do Sebrae.

Os atendimentos realizados pelo Sebrae sempre apontaram para a empresa, soluções como o Programa de Pré-Aceleração, consultorias, participação em rodadas de negócios, missões internacionais, além do Programa Grandes Empreendimentos. Todos eles auxiliaram os empresários na captação de novos clientes e recursos. Outro impacto foi o aumento do portfólio de produtos e serviços, bem como do número de funcionários e parceiros.

Produzindo IoT para grandes nomes da indústria nacional

Foram meses de desenvolvimento tecnológico e testes em ambiente marítimo com lanchas e helicópteros na Baía de Guanabara e no litoral norte do Rio de Janeiro que ajudaram a Phygital a desenvolver seu primeiro produto e entregar uma solução robusta e eficiente para a Marinha do Brasil. O Programa teve como objetivo promover o ambiente de negócios entre startups e indústrias, atuando com foco em ações de integração digital das diferentes etapas da cadeia de valor dos produtos industriais.

Em 2017, a empresa foi reconhecida como uma das 27 melhores startups voltadas à indústria, segundo a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), o que a levou à participação no Programa Conexão Startup Indústria com o desenvolvimento de uma POC (Prova de Conceito) de solução de rastreabilidade de ativos junto com a equipe de engenheiros da Embraer (empresa Brasileira de Aeronáutica).



Os sócios da Phygital, o CEO Gustavo Nascimento e o CMO Lucio Netto, revelam que, após seis meses de experimentação, levantamento de informações, planejamento e execução da POC, provaram “a viabilidade de aplicação do conceito de internet das coisas no chão de fábrica, para solucionar alguns dos problemas apresentados por engenheiros e funcionários da Embraer”.

Em 2018, com os cases Marinha do Brasil e Embraer, a empresa ganhou notoriedade:



“Após a boa repercussão, nós conseguimos nos aproximar do Centro de Inovação da CISCO (COI), único da Latam. Essa proximidade nos permitiu alcançar alguns grandes nomes da indústria nacional, como Gerdau, Renault e outros”, revelam eles.

Gustavo Nascimento e Lucio Netto

CEO e CMO



Crachá inteligente contra comportamentos de risco

Em 2018, surgiu a oportunidade de desenvolver para a Ambev, uma das maiores empresas de bebidas do mundo, um dispositivo que identificasse em tempo real atos inseguros e comportamento de risco de funcionários, bem como limitasse acesso de colaboradores e visitantes a áreas de risco na planta fabril.

Foi nesse contexto que o primeiro dispositivo IoT voltado para o trabalhador da indústria: o Smartbadge (crachá inteligente) foi criado. O crachá se transformou no principal produto IoT da Phygitall, com várias funcionalidades que o destacam em relação a outros produtos do mercado.

Em 2019, ele foi validado no projeto Cervejaria do Futuro da Ambev, na planta em Guarulhos/SP. No ano seguinte, a Phygitall fechou o primeiro grande contrato com uma das maiores empresas logísticas do Brasil, a VLI Logística, para a implantação de 800 unidades do Smartbadge, além do aplicativo de segurança na planta Tiplan em Cubatão/SP.

A man with dark hair, wearing a dark blue button-down shirt, is looking down at a clipboard he is holding with both hands. He is holding a pen in his right hand, ready to write. The background is a blurred industrial setting, likely a factory or warehouse, with shelves and equipment visible. The image is overlaid with large, stylized geometric shapes in blue and white.

Os sócios revelam que têm homologado a solução criada pela startup em indústrias de diversos segmentos. Recentemente fecharam contrato com a JTI, uma multinacional de tabaco com presença em 120 países.

No início de 2021, surgiu o Phyll Smartband, uma pulseira inteligente desenvolvida a partir do desafio “Solução Dinâmica para Tempo Ciclo de Operação”, da gigante automotiva Stellantis, em Betim/MG. A solução previa o uso dos wearables IoT da Phygital para analisar os movimentos das mãos com o objetivo de determinar o início e o fim (tempo de execução) de uma atividade de montagem das peças na linha de produção automotiva.

Uma startup premiada e reconhecida no mundo IoT

A curta, porém bem-sucedida, história da Phygital é marcada também por algumas premiações que reconhecem o case de sucesso da empresa. A primeira delas, que inclusive rendeu uma nota na Forbes Brasil, foi ter vencido a categoria Smartfactory do Prêmio EDF Pulse Brasil 2021.

A empresa também ficou na quarta colocação entre as vinte startups que disputaram a 3ª Edição do Startup Olé 2021 Latam Road Show Brasil. Em maio, teve seu nome incluído em um dos mais importantes e completos relatórios sobre tecnologias e tendências para a Indústria 4.0: o Distrito Indústria 4.0 Report 2021.

Em maio de 2021, assim como em 2019, os empreendedores foram convidados a participar da InnoVEX TAIPEI, evento considerado uma das maiores plataformas da Ásia para startups inovadoras e que ocorre simultaneamente à Computex, principal evento global de ICT e IoT. A história de sucesso é, agora, reconhecida também pelo Sebrae, como um dos “30 casos de sucesso de inovação de 2021”.

A linha de produtos da startup

A linha de produtos da empresa está dividida em duas categorias: a Connected Worker e a Connected Things. Ambas com soluções e tecnologias focadas em indústria 4.0, mas que podem ser endereçadas a outros setores, tais como agronegócio, utilidades, saúde 4.0, segurança-defesa e construção civil. Conheça cada uma delas:

Connected Worker

- **O Phyll Smartbadge** é um crachá que identifica e previne atos inseguros, sendo o primeiro e único dispositivo do Brasil com grau de proteção ATEX, que permite utilização em ambiente de atmosfera explosiva.
- **O Phyll Smartband** é uma pulseira inteligente que mensura o tempo de execução de atividades dentro de linha de montagem das indústrias, sendo um produto voltado a tornar mais produtivos os processos industriais.

Connected Things

- **O Phyll Tracker** é um dispositivo para rastreabilidade ferramentas, veículos, embalagens e ativos de modo geral nas indústrias.
- **O Phyll Connect** permite conectar equipamentos desconectados e transmitir informações por meio de rede IoT LoRawan de longo alcance.



...na que você

pensa





Otacom

Tecnologia para a indústria 4.0



A Otacom é uma empresa que atua com soluções para rastreabilidade de produtos desde 2011, e tem como público-alvo indústrias, atacadistas, distribuidoras, transportadoras e varejo. A empresa oferece um sistema que agiliza a distribuição e facilita o controle e a gestão dos processos do negócio do atacadista distribuidor. O software acompanha todas as etapas, desde a compra de mercadorias, o recebimento e a armazenagem de produtos, passando pela venda, separação, expedição, faturamento, acerto de carga, tesouraria, financeiro e chegando até as operações fiscais e contábeis de uma empresa.

Parceria com Sebrae estrutura startup

Em 2019, a empresa procurava uma forma de estruturar uma startup, conseguir novos mercados e realizar um estudo de viabilidade econômica e financeira do negócio. Esses fatores motivaram a busca pelas consultorias do Programa de Pré-Aceleração Sebrae Startup Win Ideação e Startup Win Operação e Tração.

Inicialmente, foi realizada a identificação das necessidades da empresa e de mercado (IVTE), o que ajudou a entender melhor onde estão os clientes – em nível regional –, bem como a criar uma estratégia para alcançá-los. Em 2020, o Projeto Sebrae Startup Win Ideação validou seu modelo de negócio, realizando diversas consultorias. Já em 2021, a empresa participou do Startup Win Operação e Tração, melhorando a operação com conteúdo de liderança e marketing.

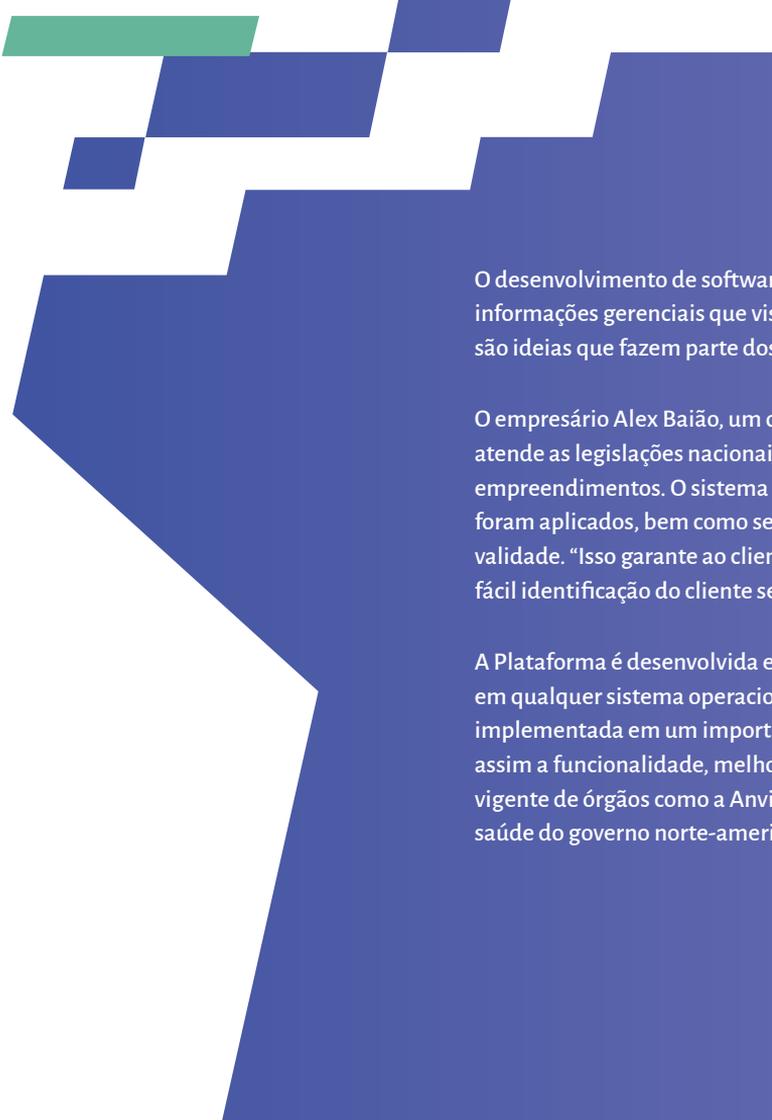




Um dos cinco maiores fornecedores de solução no Brasil

A Otacom nasceu em Juiz de Fora, Minas Gerais, mas, por uma questão estratégica, expandiu o mercado, abrindo filiais no Rio de Janeiro (em Três Rios) e em Fortaleza, no Ceará.

Hoje, com pouco mais de dez anos de atividade, a empresa atingiu a marca de mais de 2.500 teclados (computadores/usuários) instalados por 20 estados do Brasil, dos quais 65% correspondem ao segmento de distribuidores atacadistas, setor onde a Otacom se destaca entre os cinco maiores fornecedores de solução no Brasil.



O desenvolvimento de softwares e aplicativos de automação, o alto fornecimento de informações gerenciais que visam ao planejamento estratégico e, por fim, a adaptabilidade, são ideias que fazem parte dos produtos e serviços da Otacom.

O empresário Alex Baião, um dos sócios da empresa, comenta que o produto desenvolvido atende as legislações nacionais e internacionais e melhora os controles internos dos empreendimentos. O sistema identifica a origem dos insumos por lote, a que produto final foram aplicados, bem como seu destino, permitindo o controle de lotes de fabricação e validade. “Isso garante ao cliente final um produto com boas práticas de fabricação, além da fácil identificação do cliente se houver necessidade de um recall”, explica.

A Plataforma é desenvolvida em ambiente de nuvem, ou seja, pode ser executada em qualquer sistema operacional por meio de um navegador. No final de 2019, ela foi implementada em um importante fabricante nacional de vacinas alérgenos, comprovando assim a funcionalidade, melhorando os processos de controle, e atendendo à legislação vigente de órgãos como a Anvisa, FDA – Agência reguladora ligada ao departamento de saúde do governo norte-americano – e EMA – Agência de Medicamentos Europeia.



O ano de 2021 foi considerado de crescimento. Até outubro, a empresa havia enviado 85 propostas de contrato, das quais já havia fechado 27, contando com indústrias farmacêuticas, metalúrgicas, indústria naval, fábricas de blocos estruturais, fábricas de argamassas, laboratórios de análises clínicas, empresas de tratamento e distribuição de água, distribuidoras de alimentos, distribuidoras farmacêuticas e material hospitalar.

“Contratamos, por meio do Sebrae, uma consultoria para internacionalização do produto. Possuímos hoje uma equipe multidisciplinar com dez colaboradores. A nossa expectativa é contratar trinta até o início de 2022”, informa Alex.



Após a consultoria do Sebrae, a empresa viu crescer o número de clientes e o faturamento aumentar. Entre os principais resultados que a empresa alcançou, estão a melhoria da apresentação do portfólio, o aprimoramento do produto e sua respectiva proposta de valor, que gerou diferenciais no mercado.

Rastreabilidade na indústria 4.0

Em 2021, a Otacom participou em três painéis da RioInfo, considerado o principal evento de tecnologia e negócios do Brasil. Na ocasião, abordou temas como os benefícios da telemetria e a rastreabilidade na indústria 4.0 – que se utiliza de tecnologias avançadas, como robótica, inteligência artificial, computação em nuvem, internet das coisas, permitindo a automação e troca de dados em grande escala.

Baião explica que a rastreabilidade “é a capacidade de conhecer todo o caminho de uma determinada matéria-prima, desde sua origem até o produto final.” O conceito surgiu pela demanda da indústria por manter um melhor controle de sua cadeia produtiva, assim como repassar essa informação aos consumidores. “O objetivo é criar controle para a manufatura e transparência sobre os processos para o cliente final, garantindo uma visualização completa de todo o ciclo produtivo de um produto”, completa ele.

A rastreabilidade pode ser atingida pelo desenvolvimento de um mapa de dados, o qual conterá todas as informações a serem rastreadas acerca de cada item. São muitas as opções para isso: códigos de barras, RFID (Radio-Frequency IDentification) e 2D Data Matrix, mas todos demandam o auxílio de equipamentos de leitura.

Além de possibilitar a realização de recall de produtos com rapidez e eficácia – transparência e segurança da cadeia produtiva –, a rastreabilidade colabora com a garantia da qualidade e agrega muito mais valor ao produto.

Alex Baião informa ainda que se trata de uma solução que permite conectar todos os elos da cadeia de suprimentos, possibilitando um fluxo de informação para todo o mercado. “E com a mudança de comportamento do consumidor, inovação é uma das palavras-chave do seu negócio”, pondera.

Service desk

Para que os conceitos de gestão aplicados nos softwares alcancem realmente os efeitos desejados na empresa do cliente, a Otacom Technologies mantém em sua estrutura de pessoal uma equipe de Service Desk. Com isso, a empresa garante aos clientes implantações consistentes do sistema, treinamentos eficientes aos funcionários e suporte constante por meio de visitas agendadas e contatos on-line.

O empresário considera que o maior beneficiário desse sistema é o cliente final, pois estará comprando de uma empresa que se preocupa com seus processos internos e transparência em suas informações. Para ele, “além de tecnologia de ponta e inovação, e aplicação de indústria 4.0, levamos ao nosso cliente o conceito de transparência para uma indústria ou distribuição moderna”, comenta Baião.





A força do empreendedor brasileiro.