

Rio de Janeiro

HISTÓRIAS DE SUCESSO

42

**CASOS DE SUCESSO DE
EMPRESAS FLUMINENSES**
Elaborados pelos Escritórios
Regionais do Sebrae Rio

SEBRAE

HISTÓRIAS DE SUCESSO

42

CASOS DE SUCESSO DE
EMPRESAS FLUMINENSES

Elaborados pelos Escritórios
Regionais do Sebrae Rio



Rio de Janeiro

2020

**© 2020. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
no Estado do Rio de Janeiro – Sebrae/RJ.**

Rua Santa Luzia 685, 6º, 7º e 9º andares - Centro –
Rio de Janeiro - RJ – CEP 20030-041 - www.sebraerj.com.br

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (lei nº 9610) – 2ª Edição.
Todos os autores retratados cederam os direitos autorais ao Sebrae Rio.

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Antonio Florencio de Queiroz Junior

Diretor-superintendente

Antonio Melo Alvarenga Neto

Diretor de Desenvolvimento

Sergio Malta

Diretor de Produto e Atendimento

Julio Cezar Rezende de Freitas

Gerência de Atendimento

Leandro Marinho – Gerente

Coordenação de Integração e Estratégia de Atendimento

José Leoncio de Andrade Neto – Coordenador

Gerência de Conhecimento e Competividade

Cezar Kirszenblatt – Gerente

Analistas técnicos

Leandro Pacheco de Melo

Luciana Cruz de Freitas Coelho

Diagramação

Futura

Bibliotecário catalogador – Leandro Pacheco de Melo – CRB 7ª 5471

H673 Histórias de sucesso : 42 casos de sucesso de empresas
fluminenses elaborados pelos Escritórios Regionais do
Sebrae Rio / [coordenação e organização] Luciana Cruz de
Freitas Coelho. – 2. ed. – Rio de Janeiro : Sebrae/RJ, 2020.
200 p. : il.

ISBN 978-65-5818-008-1

1. Estudos de caso. 2. Micro e Pequena Empresa. 3. Sistema Sebrae.
I. Coelho, Luciana Cruz de Freitas. II. Sebrae/RJ. III. Título.

CDD 658.0220981
CDU 65.017.3/.32(078.7)

AUTORES

ER BAIXADA FLUMINENSE I

Gláucia Bezerra Muniz
Edmilson Gonçalves de Mendonça
Camila Dutra

ER BAIXADA FLUMINENSE II

Ana Beatriz Gomes Prado
Caroline Lopes Rodrigues
Ueliton Almeida de Macedo

ER CENTRO SUL

Carime Baltar Elmôr
Jaqueline Lopes Soares Baptista
Luís Filipe Silva Salgado

ER COSTA VERDE

Tuane da Silva Rodrigues

ER LESTE FLUMINENSE

Dayane Castro Macedo

ER MÉDIO PARAÍBA

Júlia Almeida Correa

ER NOROESTE

Pedro Bittencourt Bravo

ER NORTE

Fabrínio Peçanha

ER REGIÃO DOS LAGOS

Suellen Anália

ER RIO DE JANEIRO I

Ewertton Marrafa
Renata Bessa Respeita
Auxiliadora Maria Pereira Itapary

ER RIO DE JANEIRO II

Aiany dos Santos Abrantes
Karen Vianna
Amanda Siqueira Lima

ER RIO DE JANEIRO III

Solange Camargo
Gláucia Rocha
Naíra Cansanção

ER SERRANA I

Juliana Longo Noronha
Rafane de Paula Silva
Raquel Mattos Stumm

ER SERRANA II

Tássia Rosa

LÍDERES REGIONAIS

ER BAIXADA FLUMINENSE I

Vanessa Cancellari

ER BAIXADA FLUMINENSE II

Ana Beatriz Gomes Prado

ER CENTRO SUL

Lorraine Serrat Serpa Oliva

ER COSTA VERDE

Tuane da Silva Rodrigues

ER LESTE FLUMINENSE

Dayane Castro Macedo

ER MÉDIO PARAÍBA

Júlia Almeida Correa

ER NOROESTE

Pedro Bittencourt Bravo

ER NORTE

Fabrínio Peçanha

ER RIO DE JANEIRO I

Ewertton Marrafa

ER RIO DE JANEIRO II

Aiany dos Santos Abrantes

ER RIO DE JANEIRO III

Tânia Alzira Custódio

ER REGIÃO DOS LAGOS

Suellen Anália

ER SERRANA I

Juliana Longo Noronha

ER SERRANA II

Tássia Rosa

SUPERVISÃO E TEXTO FINAL

Luciana Coelho

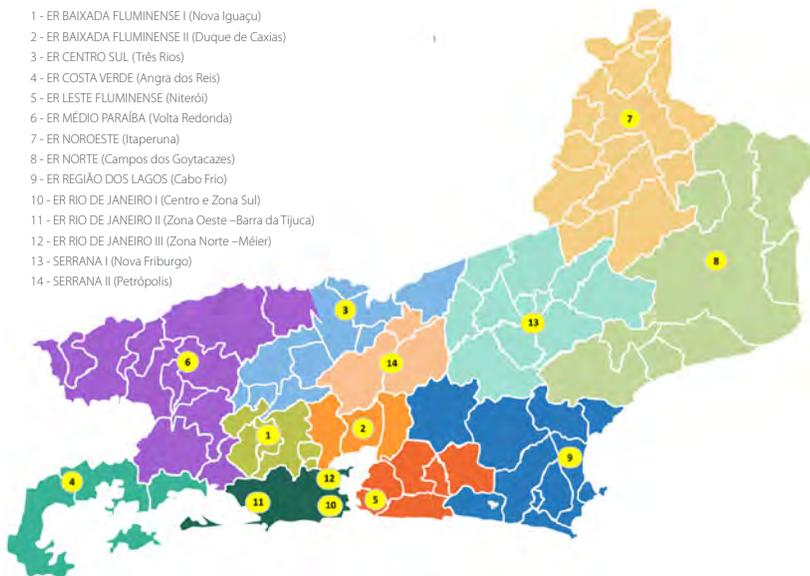
Sumário

APRESENTAÇÃO	7
ESCRITÓRIO REGIONAL BAIXADA FLUMINENSE I (NOVA IGUAÇÚ E REGIÃO)	
1 Bunker Hamburgueria Artesanal	9
2 Colormarc Serviços Gráficos.....	13
3 Tatiane Machado Hair Design	17
ESCRITÓRIO REGIONAL BAIXADA FLUMINENSE II (DUQUE DE CAXIAS E REGIÃO)	
4 Boteco do Teixeira	21
5 Plasticor.....	25
6 Senhora Tayrone.....	29
ESCRITÓRIO REGIONAL CENTRO SUL (TRÊS RIOS E REGIÃO REGIÃO)	
7 Bastos Juris Consultoria jurídica	33
8 Consultoria Celso Jacob	37
9 Ultrax Pack.....	41
ESCRITÓRIO REGIONAL COSTA VERDE (ANGRA DOS REIS E REGIÃO)	
10 Abade Construções.....	45
11 Angra Ocean.....	49
12 Pousada do Príncipe	53
ESCRITÓRIO REGIONAL LESTE FLUMINENSE (NITERÓI E REGIÃO)	
13 Dent+	57
14 Joy Rio Turismo de Experiência.....	61
15 Wander Box.....	65
ESCRITÓRIO REGIONAL MÉDIO PARAÍBA (VOLTA REDONDA E REGIÃO)	
16 Casa do Bubi	69
17 Lug's All Time Gourmet.....	73
18 RKP Serviços Metrológicos.....	77
ESCRITÓRIO REGIONAL NOROESTE (ITAPERUNA E REGIÃO)	
19 Pedras Decorativas Alves e Andrade	81
20 Café Iranita.....	85
21 L'aqua	89
ESCRITÓRIO REGIONAL NORTE (CAMPOS DOS GOYTACAZES E REGIÃO)	
22 Emapx Systems	93
23 MD Logística.....	97
24 Verde Folha Farmácia de Manipulação.....	101
ESCRITÓRIO REGIONAL REGIÃO DOS LAGOS (CABO FRIO E REGIÃO)	
25 Automotintas Comércio.....	105
26 Q'art Fitness	109
27 Academia Superação Wellness Center	113

ESCRITÓRIO REGIONAL RIO DE JANEIRO I - CENTRO (CENTRO E ZONA SUL)	
28 Hoot Cuequeria.....	117
29 Steffen Professional Cleaning	121
30 Vet Ypiranga.....	125
ESCRITÓRIO REGIONAL RIO DE JANEIRO II - BARRA (ZONA OESTE - BARRA DA TIJUCA E REGIÃO)	
31 Inove Sorriso	129
32 Issaê Sucos.....	133
33 My Lovin Cake	137
ESCRITÓRIO REGIONAL RIO DE JANEIRO III/ZONA NORTE (MÉIER E REGIÃO)	
34 Jussara Coiffeur e Boutique	141
35 Mainô Sistemas.....	145
36 Sorvetes Nonna Lina	149
ESCRITÓRIO REGIONAL SERRANA I (NOVA FRIBURGO E REGIÃO)	
37 Aurora - Moda feminina.....	153
38 Fórmula Exata.....	157
39 Simone Doces	161
ESCRITÓRIO REGIONAL SERRANA II (PETRÓPOLIS E REGIÃO)	
40 Nada Convencional Alimentos Artesanais.....	165
41 Pão de Queijo do Estacionamento	169
42 PS Celular.....	173
PERFIL DOS AUTORES.....	177
ÍNDICE REMISSIVO TEMÁTICO.....	189

MAPA DOS ESCRITÓRIOS REGIONAIS DO RIO DE JANEIRO

- 1 - ER BAIXADA FLUMINENSE I (Nova Iguaçu)
- 2 - ER BAIXADA FLUMINENSE II (Duque de Caxias)
- 3 - ER CENTRO SUL (Três Rios)
- 4 - ER COSTA VERDE (Angra dos Reis)
- 5 - ER LESTE FLUMINENSE (Niterói)
- 6 - ER MÉDIO PARAÍBA (Volta Redonda)
- 7 - ER NOROESTE (Itaperuna)
- 8 - ER NORTE (Campos dos Goytacazes)
- 9 - ER REGIÃO DOS LAGOS (Cabo Frio)
- 10 - ER RIO DE JANEIRO I (Centro e Zona Sul)
- 11 - ER RIO DE JANEIRO II (Zona Oeste –Barra da Tijuca)
- 12 - ER RIO DE JANEIRO III (Zona Norte –Méier)
- 13 - SERRANA I (Nova Friburgo)
- 14 - SERRANA II (Petrópolis)



Apresentação

Casos e aprendizados – segundo ciclo

Esta publicação apresenta 42 histórias de sucesso que refletem as soluções aplicadas por micro e pequenas empresas do Estado do Rio de Janeiro que encontraram, nos escritórios regionais, as soluções de atendimento necessárias para seus dilemas de crescimento.

Resultado do envolvimento de colaboradores em todo o Estado e do apoio da Diretoria, Gerências e Coordenações do Sebrae Rio, esta publicação é o belo resultado de um trabalho colaborativo e dá continuidade ao 1º ciclo de casos de sucesso, iniciado em 2018 com 37 casos e cujo ebook já figura entre os mais acessados do Sistema Sebrae no país.

Do aprendizado da metodologia de estudos de caso do Sebrae à versão final do texto, um novo ciclo se inicia. Colaboradores, parceiros e empresários fluminenses contam agora com mais 42 casos inspiradores para aprenderem e aplicarem as boas práticas registradas à realidade de seus negócios.

Histórias assim nos estimulam a continuar construindo, juntos, mais experiências de sucesso.

Julio Cezar de Rezende Freitas

Diretor de Produtos e Atendimento | Sebrae Rio

BUNKER **HAMBURGUERIA ARTESANAL**

Do desafio ao sucesso

1

Escritório Regional
BAIXADA FLUMINENSE I

BUNKER HAMBURGUERIA ARTESANAL

por Camila Dutra

A história da Bunker Burgers começa com um sonho dos empresários e sócios Bruno Leonardo e Leonardo Domingues: colocar em prática o aprendizado adquirido na área de gastronomia. Desde que foi inaugurada, em janeiro de 2016, o sabor e o bom atendimento atraem filas gigantescas de clientes em Nilópolis. No entanto, o crescimento foi mais acelerado que a capacidade de gerir o negócio e isso trouxe complicações de ordem financeira, que precisaram ser organizadas rapidamente.



Os sócios Leonardo Domingues (à esq.) e Bruno Leonardo (à dir.)

O sonho virou realidade

A Bunker foi a segunda hamburgueria artesanal na Baixada Fluminense e se estabeleceu na cidade de Nilópolis, após uma pesquisa de ponto e a constatação de que no local em que abriram funcionava um Polo Gastronômico em que não havia nenhuma outro estabelecimento semelhante. O ótimo retorno da hamburgueria quanto aos produtos e ao atendimento prestado pela equipe (atualmente com dezenove colaboradores) propiciou a abertura de uma filial em feverei-

ro de 2017, também em Nilópolis. A rapidez com que se deu o crescimento da Bunker foi tal que se viram em meio a um descontrole do fluxo de caixa e estoque, começando a gerar problemas financeiros. Os empresários sentiram então que precisavam buscar capacitação para acertar o ponto dessas questões e entender o porquê de não verem lucro no negócio mesmo sem concorrentes do segmento na região.



O delicioso hambúrguer - carro chefe da Bunker

Mudança no modelo

Procuraram o Sebrae para obter um diagnóstico e, posteriormente, fizeram uma consultoria de finanças - controle e planejamento financeiro. Estas soluções apontaram os fatores que mais prejudicavam a empresa em termos de contabilidade e, investigando mais a fundo, detectaram questões fundamentais relacionadas ao posicionamento do negócio. Chegaram então à conclusão que o ponto comercial não era propício para uma hamburgueria - um negócio tipicamente noturno. E já que o ponto não tinha demanda nesse horário, tomaram a decisão acertada de fechar a segunda loja mas, ao invés de entregar o ponto, empreenderam um novo negócio para atender a demanda local durante o dia.



Ambiente descontraído

Futuro promissor

Seguindo um plano de ação proposto pela consultoria, a Bunker Burgers implementou ferramentas de gestão e agora possui metas tangíveis – como a abertura de uma nova unidade já em andamento no Recreio dos Bandeirantes – e objetivos de longo prazo. Atualmente participa ativamente do projeto Edital de Bares e Hamburguerias da Baixada Fluminense I do Sebrae Rio, que oferece diversas soluções para o segmento. Bruno e Leonardo acordaram do sonho a tempo de enxergar que, com capacitação e boa gestão, a realidade pode ser bem saborosa.



Facebook: [@bunkerburgers](#)
Instagram: [@bunkerburgers](#)



COLORMARC

SERVIÇOS GRÁFICOS

Além da evolução gráfica

2

Escritório Regional
AGÊNCIA BAIXADA FLUMINENSE I

COLORMARC SERVIÇOS GRÁFICOS

por Edmilson Gonçalves de Mendonça

A Colormarc é uma gráfica com 35 anos de existência, sediada em Nova Iguaçu (RJ), e conta com trinta e cinco funcionários. Em 2018 os empresários Marcos Paulo Baptista e Alessandra Munck identificaram alguns problemas nos processos de produção. Sem saber como solucioná-los, começaram a atrasar as entregas. Como reverter a má impressão junto aos seus clientes?

Processos desordenados

A empresa já era conhecida na região e possuía um bom portfólio de trabalhos realizados, sendo seu carro chefe a linha "Print" (amplamente utilizada nas papelarias). Porém seu processo de fabricação estava desordenado, gerando um acúmulo de trabalho e alguns atrasos nas entregas. Os problemas foram se avolumando e ficou difícil até mesmo mensurar os custos e os impactos. O tempo mostrou a necessidade de melhorar os processos adotados para o manuseio das máquinas e os empresários perceberam que já era hora de buscar uma consultoria para auxiliá-los a encontrar uma solução que transformasse principalmente os processos e a rotina de produção.



Linha Print - carro chefe da gráfica, vendida em grandes papelarias



O casal de empresários Marcos Paulo e Alessandra Munck e parte da equipe Colormarc

Entrando nos eixos

Em 2019 a empresa foi convidada a participar do Programa de Encadeamento Produtivo Colmeia do Sebrae, e prontamente aceitou. No programa participou da Consultoria de Lean – manufatura enxuta e mapeamento de processos e estoque. A partir de então, foi possível implementar uma nova lógica no sistema de produção, utilizando para a linha "Print" os conceitos de produção "puxada" e para os demais itens comercializados pela empresa, os de produção "empurrada". Isto evitou o desperdício de tempo no uso da mesma máquina para diferentes processos.

Não tardou para que o Lean trouxesse também melhorias perceptíveis no layout do chão de fábrica, possibilitando à empresa organizar melhor o seu estoque e diminuir o desperdício de tempo entre as etapas de produção dos diferentes produtos (pré-impressão, impressão, acabamento de fabricação e o estoque). Com a adoção de medidas de fácil aplicação como a sinali-

zação de insumos e a contratação de um auxiliar de produção responsável por fazer a ponte entre a linha de produção e o estoque, foi possível eliminar as idas e vindas do operador que manuseava a máquina para realizar o reabastecimento dos insumos (papel, tintas, placas, etc.). Isto representou um ganho de produtividade de 41, 2% e a otimização do tempo, permitindo assim o cumprimento dos prazos acordados.

Ótima impressão

Com a implantação do Lean os empresários Marcos e Alessandra puderam desempenhar o seu papel ao melhorar os processos internos, que por sua vez se refletiram no aumento da produção. A empresa conseguiu incorporar uma cultura de organização e de qualidade em seu processo produtivo e os clientes voltaram a contar com a qualidade e a pontualidade da Colormarc. Nessa evolução gráfica ganharam todos – colaboradores e clientes!



Banners



Ambiente / fachada



Facebook: [@graficacolormarc](https://www.facebook.com/graficacolormarc)
Site: www.colormarc.com.br



TATIANE MACHADO

HAIR DESIGN

Equipe unida: lição que se aprende em casa

3

Escritório Regional
BAIXADA I

TATIANE MACHADO HAIR DESIGN

por Gláucia Bezerra Muniz

As irmãs Tatiana e Simoní Machado queriam ter um negócio no setor de beleza que refletisse a história de união familiar que elas sempre tiveram. Não queriam repetir as organizações de trabalho e as relações frias e distantes já vivenciadas por elas anteriormente em outros locais. Guiadas pela matriarca Eliane, o salão teve início quando as irmãs e também sócias, assumiram uma loja de 27 m² em maio de 2014, em Nova Iguaçu. O salão cresceu e com a contratação de profissionais externos à família, a gestão de pessoas se tornou prioridade.

Tudo num só lugar

Quando surgiu a proposta de ter um salão de beleza no centro de Nova Iguaçu, Simoní e Tatiana definiram o ambiente do salão de almejavam: sem o clima “hostil e de fofoca” que os salões de beleza tendem a ter. Queriam algo diferente, não poderia ser só mais um salão. O propósito era trabalhar com carinho e a relação com as clientes deveria ser também de amizade, não apenas financeira.

Como a Eliane já atendia clientes de estética em domicílio, decidiram agregar esse serviço ao salão. A procura foi tanta que ela trabalhava de terça a sábado e ainda ministrava cursos aos domingos e segundas. Com isso, em outubro de 2014, anexaram a loja ao lado, dobrando de tamanho. Em fevereiro de 2017, o salão mudou novamente para uma loja de 92m² na mesma rua e passou a oferecer diferentes técnicas de massagem, além dos serviços de cabeleireiro, manicure e pedicure.



(Da esq. para a dir.) Eliane e as irmãs Simoní e Tatiane

Competência reconhecida

Eliane, com 18 anos de experiência, se destacou no mercado ao desenvolver uma técnica de massagem já registrada junto ao INPI, chamada Pantala Massage Método Eliane Machado (técnica de modelagem corporal com resultados eficazes a partir da primeira sessão). Atualmente, recebe clientes de todo o Estado e profissionais de estética de outros locais do Brasil nos cursos que ministra. As oficinas SEI do Sebrae foram fundamentais para dar o ferramental necessário para a evolução do salão e a atenção dada ao relacionamento interpessoal na empresa também foi um fator de destaque.

Uma grande família

Atualmente, o salão é referência em técnicas próprias na área estética, maquiagem e colorimetria em Nova Iguaçu e na Baixada Fluminense. A equipe é composta por profissionais dedicadas e que mantêm uma união

ímpar, ao ponto de se cotizaram para construir a casa de uma delas. Elas possuem liberdade e acesso direto à direção da empresa, assim o turnover – índice de rotatividade – tem sido o maior indicador de que a missão e os valores estão estreitamente alinhados e internalizados.



Fachada moderna



Equipe Tatiana Hair Desing

Facebook: [@tatianehairdesign](https://www.facebook.com/tatianehairdesign)

Instagram: [@tatianehairdesign](https://www.instagram.com/tatianehairdesign)



BOTECO DO TEIXEIRA

Reinventando para sobreviver

4

Escritório Regional
BAIXADA FLUMINENSE II (CAXIAS)

BOTECO DO TEIXEIRA

por Ueliton Almeida de Macedo

O empresário Alessandro Teixeira já teve uma loja de roupas, uma empresa de publicidade e até uma lavanderia. Seu pai também possuía alguns negócios, dentre os quais um bar que foi posto a venda. Apesar da herança empreendedora, não se via neste mesmo segmento, mas como sempre amou esse bar, fez uma proposta ao pai e o comprou. Assim surgiu, em 2012, o Boteco do Teixeira, em Duque de Caxias. Tudo ia bem até 2014, quando a crise econômica afetou todo o entorno da Refinaria Duque de Caxias, provocando a diminuição de contratos e redução do fluxo de pessoas nas proximidades. Alessandro tomou gosto pelo mundo gastronômico e este se tornou o seu principal negócio. Mas qual a receita para dar certo nessa nova realidade?

O movimento desandou

Seus principais clientes eram fornecedores e empreiteiros que trabalhavam na manutenção da refinaria. Vinham de longe, se hospedavam na região e faturavam as despesas no bar. Até então o empresário estava confiante pois trabalhava com um segmento estável na cidade e tinha clientes fiéis que consumiam bastante todos os dias. Em 2014, no início da crise do petróleo, a empresa começou a experimentar uma queda no faturamento. Conforme as solicitações de manutenção na refinaria foram diminuindo, a queda no movimento foi bem salgada, chegando a uma diminuição de 60% do faturamento. Alessandro também



A alegria do reconhecimento

observou, conversando com os concorrentes, que a situação estava de fato ruim pois todos à sua volta também estavam sofrendo com a diminuição da demanda.

Depois de amargar um ano de perdas, o Boteco do Teixeira começou a sentir um doce gostinho de mudança quando aceitou participar do concurso "Comida de Buteco", a convite da criadora do projeto, Dona Eulália. O concurso trouxe excelentes resultados: logo no primeiro ano conquistou o 5º lugar com o prato "Punhetinha do Teixeira". Além disso, o bar ficou mais conhecido por conta da divulgação do prêmio e do prato que criou e se tornou o grande destaque da Baixada Fluminense em 2016, atraindo assim novos clientes.



Os pratos criados para o evento Comida de Buteco

A união fez a força

Alexandre percebeu que para mudar de fato a situação, os empresários locais precisavam se unir. Neste ano, o Sebrae idealizou a formação de um Polo de Gastronomia e Cultura em Duque de Caxias e contactou o Boteco do Teixeira para que participasse das reuniões de planejamento estratégico. A iniciativa ‘juntos a fome com a vontade de comer’ e empolgado, Alessandro convidou vários empresários locais para essas reuniões. A troca de experiências entre os participantes e o planejamento em conjunto com o Sebrae nas capacitações específicas para as necessidades locais ajudaram na virada do setor. E o trabalho de Alexandre foi reconhecido pelo grupo logo nas primeiras reuniões, sendo eleito presidente do Polo.

Temperando a inovação

“As participações no concurso Comida de Buteco e no Polo de Gastronomia ajudaram a profissionalizar a minha gestão.” Tudo mudou a partir daí: sua relação com funcionários e com os colegas e empresários do setor passou a ser de mais companheirismo, desde ações como participar de eventos a buscar



Fachada do bar

fornecedores em conjunto. O posicionamento da empresa também mudou para melhor: criaram novos pratos e trouxeram mais criatividade para o dia a dia do negócio, conquistando um novo público. Para o futuro, Alessandro já tempera a ideia de abrir uma filial, e quem sabe até montar franquias. “Para crescer é preciso buscar conhecimento, se profissionalizar e acreditar em sua criatividade e capacidade de gestão. E ter muita, muita persistência”, diz.



Material gráfico

Facebook: [@BotecoDoTeixeira](https://www.facebook.com/BotecoDoTeixeira)



PLASTICOR

A cor da inovação

5

Escritório Regional
BAIXADA FLUMINENSE II (CAXIAS)

PLASTICOR

por Caroline Lopes Rodrigues

Lorena Ballerini é formada em nanotecnologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e desenvolveu um produto inovador para o mercado. Convidada com certa frequência a palestrar e participar de eventos na área de biotecnologia, se sentia desconfortável por não poder dar muitos detalhes do seu projeto, pois temia que pudesse ser copiado. Em 2019 resolveu mudar esta situação. Mas como preservar a identidade intelectual e evitar o uso indevido do seu produto no mercado e no meio acadêmico?



Crédito: Thyago Lima

A empresária Lorena Ballerini

Sonho e sustentabilidade

Desde criança Lorena tinha o sonho de ser cientista. Em 2015, o sonho virou realidade ao passar em 6º lugar para o curso de nanotecnologia na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), campus Duque de Caxias. Mas nesse mesmo ano, a crise econômica brasileira atingiu também o setor acadêmico, com o corte de bolsas e incentivos em pesquisas para os universitários da rede pública. Coincidência ou destino, nesta época houve nas universidades um movimento que ficou conhecido como “empreendedorismo em bioeconomia”, com o objetivo de estimular soluções empresariais em bases científicas, fazendo com que Lorena

despertasse para essa nova oportunidade. Assim, ela transformou um projeto universitário em uma futura biostartup.

Em 2016, o Sebrae promoveu uma parceria com a UFRJ para fomentar o empreendedorismo por meio de projetos desenvolvidos pelos alunos. Em novembro do ano seguinte, foi realizado o 1º *Hackathon NanoBio* na própria universidade, com o objetivo de proporcionar aos alunos participantes uma imersão de três dias em busca de soluções, relacionadas à sustentabilidade, para as problemáticas propostas. Lorena criou então, junto com mais



O plástico fica verde ou rosa, dependendo do pH do alimento estragado

cinco alunos, a Biostartup Plasticor. Segundo a pesquisa "Soluções para reduzir o desperdício de alimentos no varejo na América Latina" (**), os alimentos estragados e fora do prazo de validade representam uma média de 40% de perdas no Brasil, Argentina e México.

Solução inovadora

Propor tecnologias para embalagens ajudaria a minimizar o problema de desperdício de alimentos. A solução apresentada pela Plasticor consistia em uma embalagem biodegradável inteligente que muda de cor e indica se o alimento está próprio para o consumo de acordo com a coloração (esverdeada ou rosada). O projeto, com grande potencial de inovação, foi vencedor do evento e ganhou como prêmio uma Consultoria de Gestão (Consultoria Jurídica ProInter Bio Aceleração e Internacionalização de Negócios de Alto Impacto na Bioeconomia), além da participação no Curso de *biostartup*, ambas soluções Sebrae.



Devido à visibilidade do produto desenvolvido no Hackathon, a Plasticor sentiu a necessidade de se respaldar legalmente. Após pesquisar a inexistência de similaridade no mercado, Lorena (que também é microempreendedora individual no ramo industrial) descobriu que poderia realizar o registro de patente com subsídio do programa Sebraetec, protegendo assim a invenção do grupo para que, futuramente, seu produto possa ser comercializado.

Novos desafios

A bioeconomia é um segmento que disponibiliza soluções eficazes para os grandes desafios atuais, transformando o conhecimento oriundo das pesquisas de biociências e biotecnologia em novas soluções para a indústria e sociedade. A partir do registro do Plasticor novos desafios surgirão, como o acesso ao mercado e gestão empresarial para respaldar o crescimento acelerado, característico das startups. Para Lorena, isso é só o começo. "Sou uma cientista e ainda tenho muitos sonhos a conquistar."



Equipe criadora Plasticor: Luiz Menezes, Lorena e João Lira participando da Expo SP - Sebrae like a boss, em maio/2019

(**) Fonte da pesquisa "Soluções para reduzir o desperdício de alimentos no varejo na América Latina": <https://www.embalagemmarca.com.br/2016/07/embalagens-danificadas-causam-13-do-desperdicio-de-alimentos-no-varejo/>

Instagram: [@plasticor.br](https://www.instagram.com/plasticor.br)



SENHORA TAYRONE

O doce sabor de uma nova chance

6

Escritório Regional
BAIXADA FLUMINENSE I

SENHORA TAYRONE

por Ana Beatriz Gomes de Souza Prado

Em 2016, a empresária Kelly Tayrone passou por um problema, no mínimo, peculiar: muitas empresas encerram suas atividades porque o negócio “não deu certo”. Mas o que dizer de uma empresa que fechou porque “deu certo demais”? Kelly Tayrone abriu uma loja para vender seus bolos próximo à sua casa, em Duque de Caxias, mas não imaginava a proporção que o empreendimento tomaria, pois não se planejou para tal. O resultado foi uma estafa seguida do fechamento da loja. Mas como isso foi acontecer?

Talento sem planejamento

Kelly já trabalhava produzindo e vendendo doces mesmo quando trabalhava fora, como forma de incrementar a renda. Há 13 anos, quando se casou e engravidou, largou o emprego e, de maneira informal, começou a trabalhar com buffet para festas, utilizando os aniversários do próprio filho como vitrine. Os amigos e familiares insistiam que seus produtos eram excelentes e a convenceram a abrir uma loja para venda de bolos e tortas. Imaginava que iria simplesmente vender alguns bolos e pronto. Doce engano! Acostumada ao ritmo de trabalho do serviço de buffet, se viu com uma demanda altíssima, produzindo e vendendo sete dias por semana, sem tempo para se dedicar a outras atividades e à família. Esgotada, optou pelo fechamento da loja, sem compreender o que havia feito de errado até ler o livro “O mito do empreendedor”(*). Chegou então à conclusão de que lhe faltou enxergar aquilo que fazia como um negócio e se planejar para o crescimento.



Os doces mais pedidos: cocada artesanal, palha italiana e queijadinha

Aprendizado constante

Começou a ler sobre empreendedorismo e, por conta própria, a estudar sobre planejamento em cursos e vídeos online. Em seguida, procurou o Sebrae para se legalizar como MEI e tirar dúvidas, sendo atendida prontamente e convidada a participar do Fórum Gastronômico. Kelly aponta este evento como um divisor de águas pois após o conhecimento adquirido nas palestras se viu motivada a empreender de fato. E não parou por aí - em 2018 cursou a Oficina de Crédito e com disciplina continuou estudando e se preparando até se tornar apta a fazer



Toda a gama de delícias da Senhora Tayrone Doces Finos

um curso mais avançado - Gestão Financeira Na Medida, para microempresas.

Com a visão para os negócios mais apurada, chegava assim a hora de colocar todo esse aprendizado em prática: organizou os trâmites para o negócio e os processos de

pré-preparo dos seus doces, desenvolveu dois novos produtos e começou a participar de feiras para testá-los. A resposta dos clientes foi muito boa e em 2019 Kelly abriu a loja Senhora Tayrone Doces Finos, no centro de Duque de Caxias.



Fachada da loja, inaugurada em 2019 – doces sonhos na vitrine

(*) Livro: O mito do empreendedor, do autor Michael E. Gerber

Empreendedora de visão

Planejamento é fundamental. Visão do negócio é igualmente importante. Um produto diferenciado e de qualidade é o primeiro passo, mas dissociado da veia empreendedora, não se tornará um negócio. Kelly sentiu isso na pele e depois de muitas lições aprendidas se tornou uma empreendedora visionária. Ela

planejou o seu negócio, aperfeiçoou seus processos e produtos, mapeou novos mercados e espera recuperar o investimento inicial com a loja em menos de um ano. No futuro, pretende franquear o seu negócio e diz que contará com a parceria do Sebrae ao longo de sua trajetória. “Agora estou preparada para o sucesso!”



Facebook: [@senhoratayrone](#)
Instagram: [@senhoratayrone](#)

BASTOS JURIS

CONSULTORIA JURÍDICA

Credibilidade e gestão de processos

7

Escritório Regional
CENTRO SUL

BASTOS JURIS CONSULTORIA JURÍDICA

por Jaqueline Lopes Soares Baptista

Delton Pedroso Bastos Junior, sócio fundador do escritório de serviços advocatícios Bastos Juris, em Três Rios/RJ, encontrou muita dificuldade em descentralizar os serviços da empresa. Embora o escritório contasse com profissionais especialistas nas mais diversas áreas, os clientes sempre exigiam o seu atendimento, o que o impossibilitava de buscar novos negócios e clientes em razão do grande volume de trabalho. Em 2017, Delton precisou mais do que nunca descentralizar o operacional, mas como fazer isso mantendo a credibilidade de seu escritório?

O início

Em 2002, além dos serviços jurídicos, Delton habilitou-se para exercer também corretagem de seguros, o que levou à necessidade de abertura de um espaço físico maior para atendimento aos clientes. Já em 2003 inaugurou o primeiro escritório (de 20 m²) com um advogado associado e passaram a atuar com foco em processos trabalhistas e de relação de consumo. Deu certo, continuaram crescendo e em 2006, com mais um advogado associado e uma secretária, se mudaram para outro espaço, maior. Apesar do rápido retorno gerado pelas ações, a rentabilidade financeira era baixa, pois para ganhar dinheiro precisavam de muitos processos e chegavam a fazer cerca de 700 audiências por ano. Mesmo com três advogados, os clientes continuavam querendo falar com o sócio fundador, situação que foi ficando inviável para Delton.

No ano de 2012, após um curso de planejamento empresarial no Sebrae, percebeu que pela qualidade do serviço que ofereciam deveriam mudar o perfil de seus clientes.



O empresário Delton

Apostaram então em uma nova estrutura, desta vez mais moderna e suntuosa, com o objetivo específico de atuar com pessoas jurídicas e focar na área de prevenção de riscos. E assim, no ano seguinte, já com uma equipe de quatro advogados associados, um estagiário, funcionários de secretaria e limpeza, realizaram a mudança para um escritório de 180 m². Em 2017, novamente em situação de crescimento exponencial, Delton estabeleceu um projeto pessoal: fazer mestrado (por dois anos) em Portugal. No entanto, chegou à conclusão que não poderia se ausentar por um período maior, pois praticamente todos os clientes tinham um vínculo pessoal com ele e os contratos estariam em risco. O empresário precisava aprender a delegar. E para isso, seria necessário ter processos estabelecidos, regras claras e engajamento da equipe.



Delegar para crescer

Em 2018, Delton tomou conhecimento do Sebraetec, que oferecia consultoria em Gestão de Processos. Durante um ano, com a participação de todos os colaboradores, a consultoria sugeriu mudanças que diminuiriam o retrabalho e permitiram ao sócio-diretor ter mais tempo para gerar novos negócios. Também foram criados processos, manuais de atendimento para cada área e discriminação de funções, tornando mais fácil para os sócios e novos colaboradores se adequarem aos métodos do escritório. Os resultados demonstraram a efetividade do aprendizado: se em 2008 realizaram em média 600 ações, em 2018 atenderam cerca de metade (350 ações), porém com um aumento de faturamento em torno de 2.000%, demonstrando o salto qualitativo da nova gestão.

A grande mudança

Hoje o grupo conta com quatro empresas: Bastos Juris Consultoria (Advocacia), Comseg Seguros (Corretora de Seguros), Advanced Contabilidade e Advanced Importações e Exportações. Com nove advogados especializados em diversas áreas, mudaram para melhor não só no fluxo de trabalho, mas também para um novo espaço físico em 2019 (250m²), consolidando um aumento de produtividade e captação de clientela de cerca de 22% em relação ao ano anterior. Agora sim o sonho de estudar fora do país tem meta: está previsto para 2020. Esta será, sem dúvida, uma das maiores mudanças da vida de Delton.



A nova estrutura da Bastos Justus.



Equipe reunida



Instagram: [@deltonbastos](https://www.instagram.com/deltonbastos)
Site: www.bastosjuris.com.br

8

CONSULTORIA CELSO JACOB & ASSOCIADOS

A busca pela excelência em consultoria contábil

Escritório Regional
CENTRO SUL

CONSULTORIA CELSO JACOB & ASSOCIADOS

Carime Baltar Elmor

Fundada em 1986 na cidade de Três Rios, a Consultoria Celso Jacob passou por diversas transformações e avanços em sua trajetória. Mas foi em 2011, que a sócia Rosângela Leite decidiu transformar o negócio investindo esforços na busca constante pela excelência contábil. Com o crescimento da cidade e aumento da demanda nesta área, para obter um diferencial competitivo precisava intensificar os treinamentos e investir na especialização de seus colaboradores.

Visão estratégica

Rosângela acreditava que entregar um trabalho preciso e primoroso ainda não era o suficiente para que a empresa alcançasse a excelência e ampliasse sua carteira de clientes. Para conquistar novos mercados, era necessário ir em busca de soluções que realmente agregassem valor e impulsionassem seus clientes ao crescimento empresarial.

A dedicada sócia acreditava que as empresas necessitavam de uma visão estratégica e sistêmica sobre legislação tributária para o alcance de melhores resultados e a Consultoria Celso Jacob precisava estar preparada para isso.



A empresária Rosângela Batista Leite

Dando o exemplo

Assim, a melhor maneira de exemplificar aos seus clientes o modelo de competência e excelência ideal seria transformar a própria empresa. E num passo ousado implantou, em 2011, a ISO 9001. Neste momento o Sebrae entrou na sua estratégia: participaram de diversos cursos como o Desenvolvimento de equipes, além de consultoria à distância e palestras e, seguindo as orientações dos analistas, abriram um leque de oportunidades de melhorias. Em 2012, Rosângela se sentiu segura para participar do Prêmio MPE, no qual foi reconhecida por todo esforço e dedicação. “Foi por meio das entregas, treinamentos e soluções apresentadas que o Sebrae nos mostrou que ainda estávamos longe ainda do meu real objetivo e o quanto poderíamos nos desenvolver. E por causa disso a minha equipe se manteve em constante aprendizado.” A premiação MPE foi só o início de muitas outras conquistas voltada na excelência em gestão e qualidade. Em 2019 a empresa foi convidada pelo Sebrae a participar do programa de Encadeamento Produtivo Multiâncora, topando reanalisar todos os seus processos.



Qualidade premiada



Equipe CCJ: pronta para o que der e vier



Fachada do escritório

Planejamento é tudo

A empresa vem crescendo ano após ano e hoje detém 35% do mercado de serviços contábeis na cidade de Três Rios. Crescimento que faz parte do planejamento - estar entre as melhores consultorias da região centro sul fluminense até o ano de 2022. "Quando recebemos um cliente que quer empreender ou transformar o seu negócio, sempre compartilhamos o que seguimos à risca: ter uma governança, estratégias e planos, cuidar dos clientes, mapear os processos e focar no resultado. E sempre buscar o conhecimento." Rosângela e sua equipe encaram como legado a máxima que diz que "o que não se mede, não se gerencia."



Facebook: [@celsojacobconsultoria](https://www.facebook.com/celsojacobconsultoria)
Instagram: [@consultoriacjacob](https://www.instagram.com/consultoriacjacob)
Site: www.consultoriacelsojacob.com.br



ULTRAX PACK

*Foco nas pequenas empresas
para ganho de mercado*

9

Escritório Regional
CENTRO SUL

ULTRAX PACK

por Luis Filipe Silva Salgado

O setor de produção e comercialização de produtos derivados de plástico no Estado do Rio de Janeiro sempre foi dominado pelas grandes indústrias. Diante deste cenário, os irmãos Felipe e Gustavo Marques criaram, em 2012, a Ultrax Pack, na cidade de Três Rios. Mas como uma empresa entrante poderia inovar para se destacar e ganhar uma fatia deste mercado tão competitivo?

A Ultrax Pack é uma empresa de pequeno porte, situada no município de Comendador Levy Gasparian, interior do Estado. Embora hoje também comercialize filme plástico, sua origem é o setor de logística.

Felipe Marques usou seu tino empreendedor ao criar a Ultrax quando percebeu o desinteresse das grandes empresas em atender as pequenas, devido ao baixo volume de negócios. E vislumbrou ali a oportunidade de atender um nicho menosprezado pelas grandes companhias do setor.

Entrou de forma tímida no mercado, comercializando filme plástico em pequenas quantidades para as empresas que não tinham capital suficiente para comprar os pedidos mínimos exigidos pelas líderes. E, contando com sua experiência anterior no setor de logística, otimizou as entregas fracionando-as em seus serviços de transporte, entregando a maioria das encomendas em até 24h, quando o período médio do mercado era de 15 dias. Estas duas iniciativas somadas geraram um diferencial competitivo tão grande que, no segundo ano de atuação, obteve 200% de aumento no faturamento em relação ao primeiro ano. Com mais clientela e maior demanda, surgiram alguns problemas operacionais e manter o diferencial foi ficando cada vez mais difícil. Era preciso ajustar a gestão do negócio, tornando-o mais enxuto e organizado.



Os empresários Gustavo (à esq.) e Felipe Marques (à dir.), irmãos de sangue e de trabalho

Reciclando a visão do negócio

Em 2016, certos de que o modelo de gestão não condizia mais com a proporção que a empresa havia tomado, buscaram ajuda e ingressaram no Projeto de Encadeamento Produtivo das Empresas Transformadoras de Plástico, do Sebrae em parceria com a Bras-kem. Gustavo conta que a participação neste projeto ofereceu informações que melhoraram toda a operação e isso foi fundamental para a organização do negócio.

Melhoraram as instalações internas para proporcionar maior organização e fluidez no processo de produção de despacho de mercadorias; organizaram a gestão financeira desenvolvendo indicadores de desempenho que facilitaram suas tomadas de decisão; fortaleceram a área comercial e traçaram novas estratégias para inserção em novos nichos de mercado no futuro. “Nossa empresa sempre teve uma característica muito familiar e agora sim nos profissionalizamos, mas mantendo nossa principal característica: a simplicidade”, comenta Felipe.

Profissionalismo para seguir adiante

A empresa que começou apenas com os dois irmãos, hoje conta com 15 colaboradores e unidades de distribuição em São Paulo e Petrópolis. Por meio de parcerias no setor de transportes, atendem aos cerca de 300 clientes fixos que adquirem 60 toneladas de filme *stretch* e fitas adesivas por mês, além

dos serviços de distribuição de produtos. “Hoje entendemos que fazíamos as coisas de forma muito amadora. Mas absorvemos bem as ideias passadas pelo Sebrae e as executamos da melhor maneira possível, operacional e institucionalmente. Temos muito a aprender - agora estamos no caminho certo”, comemoram.



Sede da Ultrax, em Comendador Levy Gasparian



Filme stretch sem tubo - 500mm

Facebook: [@ultraxpackoficial](#)

Instagram: [@ultraxpack](#)

Site: www.ultraxpack.com.br



ABADE CONSTRUÇÕES

*A qualidade como diferencial
competitivo para o mercado*

10

Escritório Regional
AGÊNCIA COSTA VERDE

ABADE CONSTRUÇÕES

por Tuane da Silva Rodrigues

A Abade Construções é uma empresa especializada em construções e projetos de engenharia em funcionamento desde 2007, no município de Angra dos Reis. Rita Abade Franco, a proprietária, é uma empresária ávida por conhecimento. Percebeu que precisava buscar um diferencial para se tornar mais competitiva e, em 2018, tomou uma decisão importante: se tornar a primeira pequena empresa certificada em qualidade na região Costa Verde. Mas como se diferenciar num mercado que só se importava com o preço?



A empresária Rita Abade Franco

Percepção de valor

Desde 2015, a empresária observava que o crescimento da concorrência em seu setor no município de Angra dos Reis estava se tornando desleal, baseada em preços baixos. Em experiências anteriores como funcionária de grandes empresas industriais, Rita sabia que as certificações de qualidade eram de grande valia para o setor. Acostumada a fazer obras grandes pelo município, queria alçar voos maiores com a Abade. Consciente de seu potencial e segura sobre seus conhecimentos técnicos, buscar pelos atestos de qualidade seria uma forma de comunicar isso ao mercado.

Uma das certificações mais relevantes para o mercado é a ISO 9001 - um sistema de gestão que funciona como um instrumento para ajudar o gestor a encontrar e corrigir processos ineficientes e documentar a cultura da organização. Obtê-la representa um atestado de reconhecimento nacional e internacional, pois a ISO 9001 assegura boas práticas de gestão e relacionamento entre clientes e fornecedores. Além disso, possibilita maior desenvolvimento dos colaboradores, serve como alavanca para a qualidade total, pro-



Obras a todo vapor

picia maiores condições de competitividade, otimização de processos e a redução de custos. Rita identificou que não possuía os sistemas de controles de gestão necessários e isto impactava negativamente em seus resultados financeiros, nos prazos de entrega das obras e na organização dos canteiros. E sem organização não atingiria seus objetivos.

Dois em um

Em 2018 Rita procurou a orientação do Sebrae e por meio do programa Sebraetec contratou uma empresa especializada em certificações, iniciando o trabalho para implementar a ISO 9001 com subsídio financeiro de 70%. Durante oito meses a empresa passou pelos

processos de readequação e consultorias para acessar a certificação. Aproveitou a oportunidade e também implementou, no mesmo ano, a certificação PBQP (Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat), um instrumento do Governo Federal para garantir o cumprimento da organização do setor de construção civil com foco na melhoria da qualidade e na modernização produtiva. Para uma pequena empresa, possuir esta qualificação é um pontapé inicial para o aumento da competitividade no setor, a melhoria da qualidade de produtos e serviços, a redução de custos e a otimização do uso dos recursos públicos. Elementos essenciais para conquistar o objetivo de atingir o diferencial competitivo e se destacar nas licitações.



Obras a todo vapor



Escritório da Abade, em Angra dos Reis

Construindo desafios

Com as certificações, a empresa teve a possibilidade de assumir obras de maior porte, como licitações da Caixa Econômica e Prefeitura Municipal, entre outras no Estado. Além disso, ganhou mais maturidade de gestão e organização para gerir contratos mais robustos e de longo prazo. Rita sabe que todo

seu esforço e dedicação valeram a pena pois conquistou o que tanto queria: o diferencial competitivo no mercado local, tornando-se reconhecida como a primeira pequena empresa certificada em ISO 9001 e PBQP na região Costa Verde. Qualidade dá uma mão de obra... mas compensa.



A empresária Rita Abade e sua equipe, em obra recente (Cheche da Banqueta)

Facebook: [@AbadeConstrucoes](#)
Site: www.abadeconstrucoes.com.br

ANGRA OCEAN

Liderar é inspirar pessoas

11

Escritório Regional
AGÊNCIA COSTA VERDE

ANGRA OCEAN

por **Andriéle Maia**

A Angra Ocean é uma agência de turismo sediada em Angra dos Reis, desde 2010, e referência na região pela qualidade dos serviços prestados. Em 2012, após o nascimento de seu filho, a empresária Letícia Varella precisou alinhar as funções maternas e profissionais, ficando a cada dia mais sobrecarregada, o que a fez procrastinar demais as decisões importantes da agência. Em 2018 no entanto, não podia mais adiar essa questão e decidiu trabalhar suas habilidades de líder para alcançar resultados melhores e mudar de vez a gestão de pessoas de seu empreendimento.

Mar revolto

Angra dos Reis é um mercado competitivo para as agências de turismo e para se posicionar bem é preciso ter valores e diferenciais percebidos pelos clientes. Mesmo com a alta demanda, é necessário trabalhar com qualidade e organização para garantir o faturamento ao final do mês.

A Angra Ocean conta com uma equipe de oito colaboradores entre marinheiros, auxiliares de turismo, supervisora de operações e financeiro. Ao longo da trajetória da empresa, os desafios da empresária em desenvolver sua liderança de maneira efetiva se refletiam na rotina diária: questões como gargalos na comunicação, falta de organização nos processos financeiros, funcionários sobrecarregados e má distribuição das tarefas estavam se tornando corriqueiros. Como as estratégias não eram compartilhadas, os funcionários não compreendiam bem as decisões tomadas e isto foi criando um clima de individualidade na equipe. Além disso, a empresa não possuía metas claras e os cargos e planos de desenvolvimento dos



A empresária Letícia Varella, de bem com a vida e com a profissão



Passeios guiados pela Angra Ocean pelos locais paradisíacos da região

colaboradores não estavam bem desenhados. Às vezes Letícia tinha a impressão de que quando os resultados de sua empresa iam mal, se deviam ao baixo movimento de turismo na cidade ou às crises na economia ou até mesmo ao comportamento e produtividade dos colaboradores.



Agência, nas ruas do centro de Angra dos Reis

Navegar é preciso

Desde que abriu a agência, a empresária acompanha os projetos e atividades do Sebrae. Em 2018, ao tomar conhecimento da solução Líder Coach, identificou ali uma ferramenta para aprimorar o desafio de exercer a liderança ativa, além de uma oportunidade para seu autoconhecimento e para alcançar resultados melhores em sua empresa. Com esta metodologia, ela descobriu as causas da procrastinação



Material gráfico

constante e começou a gerenciar seu negócio de uma maneira diferente: com uma postura agregadora e integrativa, compartilhando suas estratégias e mantendo a organização das tarefas diárias. Outra mudança fundamental foi se autorresponsabilizar pelos resultados alcançados. Criou também estruturas sólidas para delegar e monitorar as funções dos colaboradores, fazendo uma distribuição mais harmoniosa entre os integrantes da equipe, de forma que todos pudessem se desenvolver e aprimorar suas habilidades.

Terra à vista

As principais lições aprendidas foram conhecer seu perfil de liderança e liderar pessoas com responsabilidade. A partir daí, Leticia conseguiu compartilhar com a equipe a consciência de que se a empresa não vai bem, todos saem perdendo. Cenário bem diferente de tempos atrás. Hoje a relação é "ganha-ganha". Com os processos internos ajustados, a Angra Ocean está modernizando sua marca, layout e se posicionando nas redes sociais, a fim de se tornar ainda mais atrativa para os clientes. "Fazer com que seus colaboradores tenham o mesmo brilho nos olhos que os donos, que acreditem uns nos sonhos dos outros e trabalhem para alcançá-los juntos." Este é o mar a ser desbravado pela líder Leticia.





Equipe Angra Ocean: (da esq. par a dir., em cima) Cipriano Feitosa (sócio fundador), Wagner Maia, Wellington Generoso, Marco Alberto Silva (Embaixo): Arinaldo Gonçalves, João Victor, Victor Silva, Angélica Oliveira, Daniel Santos, Erika Araújo Leticia Varella (sócia fundadora)

Facebook: [@angraoceanurismo](https://www.facebook.com/angraoceanurismo)

Instagram: [@angraoceanurismo](https://www.instagram.com/angraoceanurismo)

Site: www.angraocean.com.br

POUSADA DO PRÍNCIPE

Resultados reais com a metodologia lean

12

Escritório Regional
AGÊNCIA COSTA VERDE

POUSADA DO PRÍNCIPE

por Jaqueline Teixeira Neto

A empresária Geórgia Joufflineau arrendou a Pousada do Príncipe, na cidade de Paraty, em 2015. Consciente de que a empresa possuía custos altos e poderia melhorar a produtividade, buscou estratégias e oportunidades que resolvessem este problema e otimizassem seus ganhos. Em busca de melhores resultados para a sua empresa, em 2018 resolveu mudar esse quadro e perseguir novas metas.

Mudança necessária

Situada em Paraty, cidade turística que recebe milhares de visitantes durante todo o ano e possui hospedagem para todos os tipos de público, a Pousada do Príncipe se destaca por estar no centro histórico e atender a clientela das classes A e B, dos quais 60% estrangeiros.

A empresa já possuía alguns processos mapeados mas nada que pudesse mensurar e indicar os resultados da empresa. Além disso, o restaurante era subutilizado, funcionando basicamente para o café da manhã pois, mesmo aberto para almoço e jantar, não havia divulgação nem cardápio estruturado para os clientes externos.

Mesmo identificando estes gargalos, faltavam ferramentas para que a empresa pudesse tomar novos rumos e inovar dentro de seu modelo organizacional. Se fazia urgente a necessidade de tornar todos os serviços mais rentáveis, diminuir custos e tempo gasto com o operacional.



A empresária Georgina

Clareza e produtividade

Em 2018, Georgina tomou conhecimento que o Sebrae realizava o programa Lean Manufacturing - manufatura enxuta - baseado na redução de desperdícios e aumento de produtividade e qualidade. A empresária optou então por realizar o programa de seis meses, *in company*, por meio do Sebraetec, com subsídio financeiro de 70%. Logo identificou e eliminou procedimentos em duplicidade e ações que impediam o desenvolvimento da empresa. Também criou indicadores de tempo e de faturamento, possibilitando uma análise apurada dos resultados diários. A partir de dados concretos, passaram a trabalhar com mais clareza: medidas simples como providenciar equipamentos adequados para a limpeza dos quartos e para a comunicação com a recepção otimizaram o tempo gasto nas tarefas. O restaurante se tornou um grande atrativo, a partir de uma boa estratégia de marketing que criou um conceito gastronômico, a reformulação do cardápio e a captação de clientes externos, aumentando o faturamento em incríveis 785% num período de quatro meses (out/18 a jan/19).

Visão real

Os resultados expressivos são uma confirmação não só da aplicação da metodologia, mas também da atitude visionária de Geórgia e seu comprometimento com desenvolvimento da empresa e de seus 22 funcionários. Com clientes mais satisfeitos e processos definidos, agora a empresa se prepara para se tornar referência na gastronomia local com o restaurante Perú.



Equipe da Pousada do Príncipe



Facebook: [@pousadoprincipe](#)
Instagram: [@pousadoprincipe](#) / [@peroooficial](#)
Site: www.pousadoprincipeparaty.com.br



DENT+
*Mindset empreendedor como
estratégia de transformação*

13

Escritório Regional
LESTE FLUMINENSE

DENT+

por Dayane Castro Macedo

Marcello Mariano queria abrir um negócio em sua área de formação - odontologia. Não possuía conhecimentos em gestão empresarial mas como era excelente profissional, decidiu comprar uma cadeira de dentista e abrir seu próprio consultório no ano de 2007, em São Gonçalo, um dos municípios mais populosos do Rio de Janeiro. Não tardou para as dificuldades aparecerem – da abertura à gestão da empresa, passando pela organização financeira. Além disso, o alto índice de inadimplência o deixou de boca aberta. A reestruturação do seu negócio era uma emergência. Como reparar os danos e reverter a situação?

Vivendo e aprendendo

Essa primeira empresa – o consultório - foi aberta em 2007 com um sócio, também dentista. A sociedade não deu certo e em 2013 Marcello começou a fazer uma pós graduação (MBA) em gestão na área de saúde, para que pudesse complementar os conhecimentos adquiridos com a vivência ao longo desse tempo. Iniciou também diversos cursos voltados para a gestão administrativa e foi aperfeiçoando cada vez mais a sua veia empreendedora, para abrir um negócio de acordo com o que idealizava. No ano de 2014, inaugurou a Dent+. Mas mesmo com mudanças positivas, ainda havia muita inadimplência devido à deficiência de organização financeira e processual.



O dentista e empresário Marcello Mariano em seu consultório de Niterói

Atitude empreendedora

Marcello modificou todo o layout da empresa, treinou a equipe, contratou novos dentistas e investiu em consultorias do mercado (financeira e de mapeamento de processos), implementando um serviço mais previsível e transparente para o cliente, com pagamento via boleto e contratos de serviços prestados. Também organizou os processos da empresa e estabeleceu indicadores. No ano de 2016, iniciou sua trajetória junto ao Sebrae ao descobrir o seminário Empretec, no qual se inscreveu para potencializar o seu

comportamento empreendedor. Em seguida, continuou a se capacitar por meio dos cursos de Gestão Financeira (Intermediário), Consultoria de marketing e participou ativamente do Projeto de Desenvolvimento de Empresas da Cadeia de Saúde e Serviços 4.0 nos módulos de Gestão Estratégica e Gestão Financeira Avançada. Este projeto tem o objetivo de desenvolver e reunir empresas do segmento, com capacitações para os empresários e seus funcionários. Com tanta força de vontade de aprender e empreender, em abril de 2018 abriu a segunda unidade da Dent+, na cidade de Niterói.

Segmentou a empresa em três áreas: administrativo/financeiro, comercial e operacional. E com indicadores claros, constatou um aumento de 30% em seu faturamento, além de um aumento significativo na conversão dos cadastros efetuados e diminuição da inadimplência em mais de 20%.



Sala de espera da unidade de Niterói



Facebook: [@dentmais](https://www.facebook.com/dentmais)

Crescer+

O crescimento pautado nas estratégias desenvolvidas ao longo do projeto trouxe ganhos para a empresa e para os pacientes. Com duas unidades e mais de 15 colaboradores, entre funcionários registrados e parceiros, os planos para o futuro são abrir mais seis consultórios no Estado. Sempre focado em planejamento e organização, Marcello avalia o seu desenvolvimento: "Considero determinante para o crescimento da Dent+ a estruturação da minha gestão, setorizando a empresa, estabelecendo metas e empoderando os meus colaboradores com autodesenvolvimento, confiança e responsabilização. Assim, crescemos estruturados e trabalhamos para o que sonhamos ser - uma grande empresa."



Atendimento com qualidade e atenção



JOY RIO TURISMO DE EXPERIÊNCIA

Visão empreendedora para diferenciação

14

Escritório Regional
LESTE FLUMINENSE

JOY RIO TURISMO DE EXPERIÊNCIA

por Dayane Castro Macedo

Elvira Menezes é contadora de formação. Em 2006 se mudou de São Paulo para o Rio de Janeiro e começou a atuar como guia de turismo na Zona Sul, mas sentia muita dificuldade por conta da enorme concorrência. Persistente e com forte espírito empreendedor, começou a trabalhar com grupos de viagens e em 2013 abriu a empresa Joy Rio Turismo, na cidade de Niterói/RJ. Mas num segmento tão acirrado, como Elvira se diferenciou das grandes agências?



A empresária Elvira Menezes e toda a sua simpatia

Viajando na crise

Elvira formalizou a sua empresa de turismo após a participação na Feira do Empreendedor/RJ de 2013. No ano de 2016, a crise econômica afetou demais a sua pequena agência - a alta do dólar provocou uma queda de 40% no faturamento do negócio, e ela se viu obrigada a cancelar ações que já estavam planejadas. O momento exigia novos caminhos. Era necessário se diferenciar da concorrência para ganhar mercado de forma expressiva e atingir novos clientes, com perfil para viagens nacionais.

Novos horizontes

Elvira precisava de ajuda para fazer a JoyRio deslanchar e procurou o Sebrae em busca de capacitação, parcerias e networking, a fim de melhorar a sua gestão empresarial. Passou então a participar das ações do Projeto Tour da Experiência – Caminhos do Brasil Imperial, um projeto de turismo que inclui vários setores. Por meio dele, participou de eventos e passou a ter conhecimento de boas práticas, associativismo e cooperativismo, firmando parcerias em vários segmentos e até mesmo com grandes empresas. Conquistou a certi-

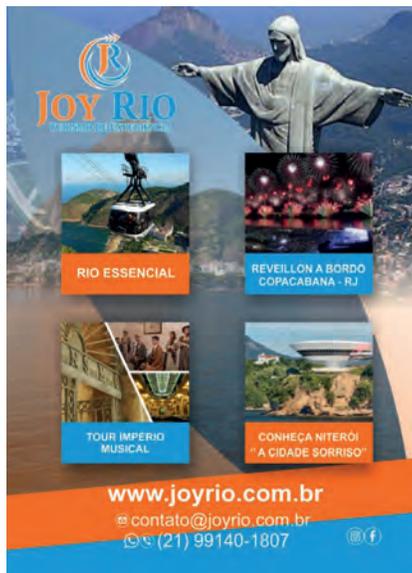
ificação Marca Brasil e a partir daí passou a receber convites para aparecer em programas de TV, ganhando visibilidade. Mas os 15 minutos de fama não lhe subiram à cabeça e continuou em sua viagem pela capacitação, por meio de treinamentos do Sebrae como Seminário Empretec, Programa Líder Coach, Invest Turismo, Oficina de cocriação da marca de turismo de Niterói, dentre outros.

Todo esse aprendizado a fez mudar o foco das viagens dentro do Estado do Rio de Janeiro para locais paradisíacos no território brasileiro, promovendo passeios em grupos ou pacotes individualizados. Começou a trabalhar com grandes operadoras, cruzeiros, comercialização de seguro viagem e passagem aérea. Essa diferenciação nos serviços permitiu que ela alcançasse um novo nicho de mercado e, apesar de ainda sentir os impactos da crise, desde 2018 vem percebendo uma melhora gradativa. Atualmente, Elvira fica responsável pela parte estratégica e comercial da empresa, administrando todas as áreas e atua com uma equipe de guias e prestadores de serviço.

Pronta para decolar

Elvira participa de eventos específicos do setor, como expositora, o que fez a Joy Rio ter grande visibilidade e credibilidade no mercado. Em 2019 Elvira participou como expositora, sem nenhum investimento financeiro, da ABAV Expo 2019 - a maior feira de brasileira de turismo. O convite partiu do Ministério do Turismo por conta de sua atuação no Projeto do Sebrae. Segundo Elvira estar na ABAV foi uma oportunidade maravilhosa e gerou muitos contatos promissores.

Futuramente, pretende aumentar as parcerias a partir do estudo de novas tendências. "Eu vejo a Joy Rio daqui a cinco anos como uma referência em turismo de experiência no Estado do Rio de Janeiro." Se depender da sua persistência, a Joy alçará altos voos.



Material promocional da Joy Rio



Elvira em estande na Expo ABAV



Facebook: [@joyrioturismo](https://www.facebook.com/joyrioturismo)
Instagram: [@joyrioturismo](https://www.instagram.com/joyrioturismo)
Site: www.joyrio.com.br



WANDER BOX

Parceria para reestruturação

15

Escritório Regional
LESTE FLUMINENSE

WANDER BOX

por Dayane Castro Macedo

Vander Matta é proprietário da Wander Box (WB), uma microempresa de fabricação de esquadrias e comércio de vidros criada por seu pai em 1978, no município de São Gonçalo/RJ. Quando começou a trabalhar neste mercado, na década de 90, Vander percebeu que para ser competitivo a empresa precisava ser reformulada. Estudou novos materiais, o novo público que desejava alcançar e a empresa prosperou, até que a crise econômica de 2015 abalou seus planos, sendo necessário se reinventar para não quebrar.

Visão e crise

Quando Vander iniciou sua trajetória empresarial em 1995, a WB era especializada em estruturas de alumínio, ferro e esquadrias. Novos produtos estavam surgindo e poucas empresas estavam acompanhando as mudanças. O empresário vislumbrou esse diferencial como uma boa oportunidade. Fez cursos para se especializar nos novos materiais, mudou seu foco para vidros temperados, box e espelhos, aumentando o mix de produtos e tornando a Wander Box pioneira em 2008 nesse segmento em São Gonçalo e nos municípios vizinhos.

No ano de 2015 porém, seu negócio foi fortemente afetado pela crise econômica e teve uma queda de 30% no seu faturamento, chegando a 50% em 2018. A construção civil foi um dos setores mais atingidos pela crise, e a WB precisava se reerguer.



Vander no showroom criado em sua loja

Aprendizado e parcerias

Desde 2008, quando Vander buscou o Escritório Regional do Sebrae, começou a participar de treinamentos em gestão empresarial e financeira, visando a melhoria de sua empresa e a capacitação da equipe de vendas (processos, vendas e gestão de pessoas). E em 2009 deu um passo ousado: abriu uma filial na cidade de Niterói vislumbando esse novo público, já que sua principal atividade tinha se tornado mais comum no setor de construção civil.

A partir daí, não parou mais de se capacitar: fez o seminário Empretec e o curso Estratégias empresariais Sebrae Mais (2012), Sebraetec (busca e registro de marca, em 2013), aderiu ao projeto Integração da Cadeia Produtiva de Construção Civil (2013-15), fez os cursos de Gestão Financeira Avançada Sebrae Mais (2016) e Líder Coach (2017). Tanto empenho trouxe ao empresário, em 2015, o reconhecimento como destaque no Prêmio Rio Produtivo.



Peça de marketing da empresa

Depois do abalo da crise econômica em seu faturamento, Vander aplicou o que aprendeu: mapeou todos os processos, aumentou a produtividade eliminando desperdícios, demitiu funcionários e reduziu despesas. Se reestruturou montando um núcleo de arquitetura e design que atua em parceria com designers de interiores e arquitetos, que indicam lojistas do núcleo para seus clientes. Investiu também em mídias sociais e marketing (site responsivo, Google AdWords), montou um showroom e passou a participar de eventos multissetoriais e específicos do setor, a fim de se recuperar financeiramente.

Facebook: [@lojawanderbox](#)
Instagram: [@wbwanderbox](#)
Site: www.wanderbox.com.br

Visão de futuro

Grande parte dos problemas econômicos foram resolvidos com a reestruturação e o núcleo de arquitetura e design já conta com mais de 20 arquitetos. A partir da união com esses profissionais, conseguiu conquistar um público mais seletivo, que demanda serviços de decoração, design de interiores e obras.

Com o *know how* conquistado no segmento, pretende abrir outra loja e aumentar a sua fatia de mercado com clientes “pessoa jurídica”. Empolgado, Vander prevê: “Daqui a cinco anos, vejo a WB como líder de mercado tanto no ramo de vidros temperados quanto no de esquadrias de alumínio, e com mais uma filial na região oceânica de Niterói.”



Prêmio Rio Produtivo, WB foi destaque em 2015





CASA DO BUBI

Gestão de pessoas como fator chave de sucesso

16

Escritório Regional
MÉDIO PARAÍBA

CASA DO BUBI

por Júlia Almeida Corrêa

Muitas empresas almejam o sucesso e o resultado positivo, porém poucas se preocupam com seus recursos humanos como alavancador desse objetivo. No caso do restaurante Casa do Bubi, empresa familiar gerenciada pelas irmãs Louise e Tatiana Allers, foi diferente. Elas reconheceram a importância de liderar bem sua equipe e utilizar isso a favor do negócio para cumprirem a missão e visão estabelecidas e reposicionar a empresa no mercado.

Negócios em família

O restaurante Casa do Bubi está em funcionamento há mais de 28 anos, em um posto de gasolina da família localizado na Via Dutra, na altura do município de Pirai, região Médio Paraíba. Este estabelecimento foi criado junto ao posto com o intuito de ser uma parada para viajantes do eixo Rio X São Paulo. No início, o restaurante era alugado para outros empresários, não fazendo parte da administração do posto. Em 2007, os Allers resolveram assumir a administração do restaurante junto com um sócio, mas em dois anos a sociedade se desfez e o negó-



As empresárias Tatiana e Louise Allers

cio ficou sob gestão familiar. Nessa nova fase, decidiram investir na atualização da marca, trocando o nome de *Parada do Bubi* para *Casa do Bubi*, a fim de dar uma nova identidade à empresa e, aos poucos, tornar o negócio mais a “cara” deles.

Em 2018, com o falecimento do pai – o Sr. Bubi – Louise resolveu assumir o restaurante. Tatiana acumulava várias funções e pouco conseguia se dedicar ao desenvolvimento de sua equipe. O foco então se voltou para a área de gestão de pessoas, uma necessidade latente.



Arícia Rodrigues exibindo qualidade



Fernanda Irineu, servindo com sorrisos

Trabalho em equipe

Nessa época, Louise investiu no curso de Gestão de Pessoas Avançado do Sebrae e junto com uma colaboradora se dedicou muito. “Precisávamos abrir a cabeça das pessoas para a mudança que queríamos no negócio”,

ênfata a empresária. Louise foi colocando em prática várias ferramentas e aprendizados do curso e vivenciaram resultados satisfatórios na equipe e na empresa: passaram a descrever os processos operacionais da cozinha, pois cada prato era feito de uma forma.



Pratos saborosos esperando por você

Criaram assim um padrão de execução, trazendo maior qualidade às entregas feitas aos clientes. Em seguida, organizaram os cargos, ajustando o perfil dos colaboradores às funções existentes; realocaram pessoas e deram novos desafios aos colaboradores. "Foi um sucesso total", conta Louise ao ver as pessoas se sentirem mais felizes e valorizadas na empresa, trabalhando com mais empenho. As empresárias também investiram nos talentos internos, estimulando a criação de novos pratos com a marca Casa do Bubi. A confeitaria é um exemplo disso: todos os produtos eram terceirizados mas agora são produzidos internamente, com receitas desenvolvidas por eles (algumas até premiadas). As mudanças foram tão positivas que refletiram no engajamento da equipe. Zeraram o número de reclamações e o faturamento aumentou 35% entre outubro de 2018 e setembro de 2019 (data deste estudo).



Material gráfico

Receita de valor

Tornar-se referência em estabelecimento de parada para carros de passeio (não mais para caminhoneiros). Esse é o reposicionamento esperado para um futuro próximo – já estão até ampliando as instalações físicas para isso. Louise entendeu que fazer o melhor depende do engajamento das pessoas que compõem sua equipe e que trabalhar para que se sintam felizes e confiantes na empresa reflete positivamente na imagem do negócio. "Valorizar as pessoas (da equipe) para que valorizem os clientes", esse é o seu lema. E "atendimento acolhedor para que o cliente se sinta em casa" é a sua missão.

LANCHONETE	
SANDUÍCHES DA CASA	
QUEIJE QUEIJE	R\$40,00
MINAS QUENTE	R\$40,00
MEIO QUENTE	R\$40,00
PÃO NA CHUVA	R\$40,00
TUQUEMÃO PROFISSIONAL	R\$40,00
PÃO COM OMELETE	R\$40,00
QUEIJE BOMÉ - OMOALINE	R\$ 6,00
SANDUÍCHES ESPECIAIS	
CARNE SOLMA	R\$13,90
MOJON	R\$17,00
FRANCO	R\$22,00
LINGUEÇA	R\$16,90
BEBIDAS	
ÁGUA DE COCO	R\$6,00
BEBIDA À LA TIRETE DO VALLÉ	R\$8,00
ÁGUA MINERAL COM GAS	R\$2,00
REFRIGERANTE	R\$2,00
2 LITROS	R\$17,00
SARAPOLHO	R\$2,00
QUAVAVITA	R\$2,00
QUAVAVITON	R\$2,00
REFRIGERANTE SARDINES	R\$7,00
REFRIGERANTE SARDINES	R\$7,00
BEBIDAS DA CASA	
MILK SHAKE NATURAL	R\$7,00
OVOMALINE	R\$7,00
MATE	R\$2,00
REFRESCO CAJI E BANANADA	R\$3,00
TRIO LINGUEÇA ESPECIAL	
LINGUEÇA (FRANCO + PÃO)	R\$19,90
SARDINE (MOJON + BEBIDA)	
CHEESE ANGUS	
TRIO	R\$13,00
(FRANCO + SARDINE + BEBIDA)	
COMPLEMENTOS	
MILK SHAKE NATURAL (FRANCO + BEBIDA)	R\$8,00
PORÇÕES	
SALATA À PORÇÃO	R\$ 6,00
MOJON PORÇÃO MOJON	R\$ 6,00
SALGADOS	
EMPANADINHO	R\$8,00
PÃO DO OURO	R\$8,00
PAIOLLO (DOIS PÃOZINHOS + BEBIDA)	R\$8,00
PAIOLLO ASSADO (DOIS PÃOZINHOS)	R\$8,00
PAIOLLO DE FORNEDO (CAMARÃO)	R\$8,00
CAFÉ	
CAFÉ COM LEITE	R\$5,90 / 6,90
CAFÉ ESPRESSO	R\$4,00
CAPUCCINO	R\$4,00
CHOCOLATE QUENTE	R\$8,00
CHOCOLATE FRIJO	R\$8,00
CHA	R\$4,00
SOBREMESAS	
BOLO CASABO 600G	R\$4,90
BOLO CASABO 1000G	R\$8,90
BOLO CASABO 1500G	R\$12,90
MOQUESE (CACHORRO-LEITE + CHOCOLATE)	R\$7,00
DOCE DE BARRA	R\$8,00
TRUFA DE CHOCOLATE COM MALCAMA	R\$8,00
TRUFA	R\$8,00
TRUFA	R\$8,00
TRUFA	R\$8,00
PUDIM DE LEITE MOÇA	
	R\$ 7,50
CASA DO BUBI	

Cardápio variado, para todos os gostos

Facebook: [@CasaDoBubiOficial](#)
Instagram: [@casadobubi](#)

LUG'S ALL TIME GOURMET

*A gestão financeira como
ingrediente para o desenvolvimento*

17

Escritório Regional
MÉDIO PARAÍBA

LUG'S ALL TIME GOURMET

por Júlia Almeida Corrêa

Guilherme Ramos adorava cozinhar. Com o passar do tempo, o desejo de fazer uma transição profissional para esta atividade aumentou e junto com Pollyana Santos, sua esposa, decidiu investir no setor de alimentação, num modelo de franquia. Assim surgiu, em 2018, a Lug's All Time Gourmet, em Volta Redonda. A inexperiência gerencial trouxe muitos obstáculos, mas após aplicarem técnicas e ferramentas financeiras de maneira adequada, viram a realidade mudar, contabilizando ganhos e ampliando suas perspectivas.

Gerenciamento complexo

Logo de início, os sócios sentiram a complexidade de serem responsáveis por todas as etapas da operação, da cozinha até a parte estratégica. As áreas mais difíceis foram a produção e contato com fornecedores, obrigatoriamente definidos pela franquia. Esta questão impactou diretamente na capacidade de compra e estocagem dos insumos, levando a crescentes dificuldades financeiras na empresa. "Víamos o dinheiro entrar e sair muito rápido, parecia uma torneira aberta" diz Guilherme, que viu o sinal vermelho acender quando a poupança pessoal estava acabando.

Decisões acertadas

Em 2019, procuraram o Sebrae e iniciaram o Programa Gestão Financeira Avançada, composto por aulas e consultorias personalizadas. Aprenderam conceitos importantes, trocaram experiências e, por meio da atuação



Os empresários Pollyana Santos e Guilherme Ramos

direta do consultor financeiro, construíram planilhas analíticas. A partir daí, perceberam que a empresa não precisaria aumentar suas vendas para obter resultados positivos e decidiram reduzir os custos. Assim, deram preferência aos fornecedores locais, diminuindo o custo com transporte e compra em escala; passaram a produzir insumos dentro do próprio restaurante levando em conta o pedido mínimo da franquia. Também renegociaram taxas de cartão, pararam de vender pelo iFood e ajustaram as escalas de trabalho, reduzindo horas extras e temporários. Para aumentar o faturamento, retiraram do cardápio os pratos pouco lucrativos, incluíram sobremesas e bebidas com melhor custo para o negócio e acrescentaram o café expresso. Também investiram na equipe, capacitando dois colaboradores por meio do curso Líder Coach e passaram a comissionar os funcionários pelo desempenho nas vendas. Os resultados dessas mudanças foram expressivos: aumento de 50% no ticket médio do restaurante em dias de movimento regulares, impactando positivamente o faturamento e a lucratividade do restaurante.



Equipe

Capacitação, sempre

O casal continua focado nas melhorias e inovações: "Não podemos nos acomodar, sabemos que temos muito a melhorar e inovar". Como sócios, dizem que o Sebrae foi um divisor de águas para o desenvolvimento da empresa. E com a certeza de que conhecimento é primordial para tocar o negócio, eles pretendem continuar investindo em capacitação para, num futuro próximo, tornar o Lug's uma referência em gastronomia na região.



Ambiente agradável para pais e filhos



Cardápio bem cuidado para uma clientela fiel

Facebook: [@lugsvr](https://www.facebook.com/lugsvr)
Instagram: [@lugs.voltaredonda](https://www.instagram.com/lugs.voltaredonda)



RKP SERVIÇOS METROLÓGICOS

Objetivos claros para crescer continuamente

18

Escritório Regional
MÉDIO PARAÍBA

RKP SERVIÇOS METROLÓGICOS

por Júlia Almeida Corrêa

A empresa RKP Serviços Metrológicos, desde seu início em 2011, manteve o foco na prestação de um atendimento personalizado para conquistar seus clientes e se destacar no mercado de Pinheiral, sul do Estado. Ser referencial na área de gestão da qualidade era o principal objetivo do empresário Felipe Rossini e sua sócia, que, em 2014, decidiram ampliar seu portfólio de serviços e consequentemente, o seu mercado. Mas para promover essa mudança, precisavam alcançar outro patamar.

Demanda reprimida

Na região Médio Paraíba não havia laboratórios de metrologia acreditados pelo Inmetro e as empresas locais precisavam contratá-los de fora. Em 2014, Felipe percebeu esta demanda e decidiu abrir um laboratório de calibração em sua casa, com poucos serviços, mas pronto para atender clientes do entorno.

Acreditando no crescimento

Investiram então no programa Gestão Estratégica Avançada, uma ação conjunta do Sebrae de Volta Redonda e a Firjan. Durante os dois anos do programa, construíram o planejamento estratégico da empresa e constataram que 70% do faturamento da RKP estava concentrado nas consultorias de gestão da qualidade. Neste cenário, concluíram que a RKP tinha potencial para inverter esse perfil de faturamento, tornando os serviços de metrologia o maior responsável pela receita da empresa. Para isso, os empresários sabiam que seria necessário ampliar seu mercado com clientes de maior porte, geradores de mais serviços nesta área. Fornecer serviços de calibração RBC



O empresário Felipe Rossini



Laboratório para calibração de instrumentos de medição

se tornou então uma meta fundamental. Em 2015, com a liberação do termo de cessão de espaço pela Prefeitura do município, começaram a obra da nova sede e em 2016 começaram a trabalhar no local.



(Da esq. para a dir.) Mondrian, Sabrina, Letícia e Enaielly: equipe que acredita no futuro da empresa



Os novos laboratórios de metrologia

Entre a construção do planejamento e a acreditação, Felipe tomou conhecimento do projeto do Sebrae com o Cluster Automotivo Sul Fluminense, que incluía diagnóstico gerencial e capacitações. Mesmo sabendo de sua impossibilidade de atender de imediato as empresas desse setor, decidiu entrar no grupo para conhecer toda a cadeia produtiva de seus potenciais clientes. Assim, Felipe ampliou sua carteira com novas pequenas empresas que também participavam do projeto, atendendo-as com serviços metrológicos, aumentando significativamente seu faturamento. Em 2018, a RKP atingiu a meta da acreditação e finalmente alcançou as montadoras do cluster automotivo, como fornecedor. A partir de então, a empresa aumentou em 300% o volume de serviços metrológicos, aproximando-se do objetivo traçado no planejamento estratégico escrito em 2015: inverter a polaridade do faturamento.

Qualidade é o futuro

Atualmente a RKP está em expansão, finalizando a construção de mais três laboratórios de metrologia em sua sede. Além disso, está investindo em um novo nicho de mercado voltado para automação e se credenciando como prestador de serviço do programa Sebraetec, de atuação estadual. Felipe ressalta

dois aprendizados: a importância de sua equipe nessa trajetória e a boa comunicação com os clientes, o que permite o atendimento das expectativas. “Revisamos nosso planejamento todo ano, repetindo ou acrescentando metas. Pensamos grande e queremos continuar crescendo”, diz com a segurança de quem busca a qualidade no que faz.



Fachada da empresa em Pinheiral, Médio Paraíba



Ambiente acolhedor e organizado



Facebook: [@RKPServicosmetrologicos](#)

Instagram: [@rkpservicosmetrologicos](#)

Site: www.rkp.com.br

PEDRAS DECORATIVAS ALVES E ANDRADE

Inovar ou virar pó

19

Escritório Regional
NOROESTE

PEDRAS DECORATIVAS ALVES E ANDRADE

por Pedro Bittencourt Bravo

A família do empresário Carlos Augusto Andrade possuía uma propriedade de onde eram extraídas pedras para corte e acabamento, atividade comum na cidade de Santo Antônio de Pádua. Ele já atuava no setor com seu irmão desde a adolescência, lá pelos idos de 1992, mas ainda informalmente. Desde que se tornou empresa, a concorrência cresceu, o mercado mudou e para se manter competitivo em 2014 Carlos se viu num grande dilema: como conseguir inovar em uma atividade conservadora e bem no interior do estado?

Tirando leite de pedra

A empresa Alves e Andrade Extração de Pedras foi fundada em 1996. No setor de pedras ornamentais é comum segmentar o negócio em dois tipos de empresas, uma de extração de pedras e outra de corte e acabamento da pedra bruta. As serrarias é que são responsáveis pelo produto “acabado”, que pode ser usado em decoração de casas, edifícios e outras construções. Mas ambos precisam atender a uma legislação ambiental severa, e esta se torna uma das principais barreiras de entrada no mercado.

Em 2013, havia mais de 100 empresas do setor somente em Santo Antônio de Pádua e região próxima, segundo dados do Sebrae Rio. Ainda assim, o estado do Espírito Santo é o maior responsável pelo volume de negócios do setor no país, com mais de 5.000 empresas atuantes. E a competitividade ainda se torna mais acirrada devido aos “cortadores clandestinos” de pedras, que as negociam a preços abaixo do mercado.



Carlos em frente à entrada de sua empresa



Showroom de alguns produtos

Inovação continuada

Diante deste cenário, Carlos percebeu que estaria lascado se não recorresse a alguma ajuda externa e em 2014 buscou o Sebrae para obter orientações. O primeiro passo foi a legalização ambiental de sua empresa, por meio do Sebraetec, programa do Sebrae que subsidia 80% do custo para consultorias tecnológicas. Com isso a empresa conseguiu sua licença a um custo menor do que o de outras soluções do mercado.

No mesmo ano, submeteu à Faperj um projeto de cunho inovador: prototipar uma máquina nacional de corte de grande porte, até então disponível somente no exterior. Foi aprovado e criou de uma ferramenta a um custo 50% menor do que uma máquina importada, além de diminuir o desperdício em 30% no corte dos blocos extraídos da pedra. Porém, em 2015, foi necessário realizar um ajuste no software da ferramenta para que operasse com o grau de refinamento necessário para se ter um

acabamento ainda melhor. Novamente o Sebraetec entrou em ação. Desta vez, para o desenvolvimento de um painel de controle que utiliza a automação para obter um ajuste mais fino. Este novo painel permitiu a utilização de todo o potencial da nova ferramenta, tornando automático o ajuste de corte milimétrico, proporcionando ainda mais produtividade e diferenciação.



Crédito: Luciano Apolinário

Serra automatizada



Aplicação das pedras decorativas



Fachada da Alves e Andrade Pedras Decorativas

“Água mole em pedra dura...”

Hoje, em 2019, somente a Alves e Andrade e mais uma empresa possuem esta tecnologia na região. O grande desafio ainda permanece na proposta de valor para o cliente final pois a maioria dos clientes deste mercado ainda compra a pedra, mesmo decorativa, considerando apenas o preço e deixando a qualidade em segundo plano. O objetivo de Carlos é aumentar o valor agregado do produto e ele diz que sua empresa acertou quando decidiu fabricar produtos diferencia-

dos, transformando a visão regional de que a pedra é apenas uma *commodity*. Para o futuro, Carlos quer continuar a inovar no design do produto final e na melhoria contínua dos seus processos, certo de que a perseverança é um fator fundamental para o sucesso.



Produtos embalados, prontos para entrega

Facebook: [Alves e Andrade Pedras Decorativas](#)

CAFÉ IRANITA

Sabor de qualidade

20

Escritório Regional
NOROESTE

CAFÉ IRANITA

por Pedro Bittencourt Bravo

O Café Iranita nasceu junto com a sua primeira colheita no ano de 1995, em Purilândia - alto do Distrito da cidade de Porciúncula - numa propriedade da família da empresária Ana Regina Majzoub. Após o falecimento do pai, em 2005, Ana assumiu as terras e iniciou uma nova etapa nos negócios. Desde o início de sua gestão o objetivo era se diferenciar e mudar de segmento, buscando um novo mercado que privilegiasse a qualidade, e até 2017 foram feitos investimentos para melhorar o produto. Mas como produzir um café artesanal e ao mesmo tempo manter a produtividade?

Vai um cafezinho?

No final de 2018, o Brasil conquistou o posto de maior consumidor de café do mundo, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café. Mas mesmo neste cenário favorável, o café produzido no estado do Rio de Janeiro representa menos de 1% da produção do Brasil. Neste mercado competitivo e de enorme potencial, a busca por redução de custos e aumento de produtividade são fatores de sucesso.

Apesar de conhecer o processo produtivo e manter a atividade há mais de 20 anos, Ana e Suhail - seu esposo e parceiro nos negócios - não conheciam todos os seus custos e tinham dificuldades no processo de logística. E como o café tem pouco valor agregado, a logística causa grande impacto no preço final do produto. Era a hora de melhorar a gestão. Investiram em cursos de atualização no setor de café e para melhorar o controle de custos buscaram parcerias por meio de fretes compartilhados para otimizar a entrega dos seus produtos. A produtividade da gestão estava crescendo, mas a da lavoura ainda poderia melhorar.



A empresária Ana Regina Majzoub

Semeando qualidade

Pensando nisso, em 2017 Ana buscou o Sebrae e descobriu o Sebraetec - programa que contempla soluções tecnológicas para o pequeno empreendedor. Contrataram uma consultoria e aperfeiçoaram a gestão e as técnicas de produção da propriedade, focando principalmente a obtenção de mercado para cafés especiais, de maior valor agregado. Criaram então um manejo cultural do café, implementaram novas tecnologias sem elevar custos e qualificaram a mão de obra. As ações que se seguiram em 2018 foram monitoradas e avaliadas e os números apurados foram surpreendentes: aumento comprovado de 30% da produtividade de cafés especiais, diminuição em 50% no uso de defensivos agrícolas, aumento no valor agregado do café torrado em 30% e um salto na pontuação do café natural de 80.0 para 85.6 pontos - indicador de qualidade de um café especial. A implantação do manejo cultural do café permitiu tornar a produção mais sustentável, trazendo os princípios da responsabilidade ambiental para o seu agronegócio.

Com tantas inovações, o Café Iranita concorreu e ganhou o prêmio Rio Produtivo 2018, realizado no Rio de Janeiro, gravando a marca da produtividade na sua gestão. E não pararam por aí - ainda em 2018 cursou o Empretec e como boa 'empiteca', percebeu uma oportunidade no comércio exterior.



Linha de produtos Café Iranita

Colhendo o que foi plantado

Ana vê efeitos positivos em seu aprendizado e encoraja outros empreendedores: “Um planejamento bem feito permite enxergar o retorno dos esforços. Nossos parceiros e meeiros são mais motivados a produzir com qualidade porque têm uma renda maior com a venda da sua parte do café. Isso nos permitiu melhorar qualidade e aumentar a nossa produção, além da chance de buscar novos clientes para aumentar os pontos de venda do nosso produto”. O casal agora se planeja para colher mais frutos: quer exportar o Café Iranita para outros países, encarando o desafio da melhoria contínua exigida pelo mercado *gourmet*.



Secagem da colheita de café



Facebook: [@cafeiranita](#)
Instagram: [@cafeiranita](#)
Site: www.cafeiranita.com.br



L'AQUA

Bebendo na fonte da gestão

21

Escritório Regional
NOROESTE

L'AQUA

por Pedro Bittencourt Bravo

A L'Aqua é uma empresa que produz água mineral com e sem gás, localizada em Raposo, distrito de Itaperuna, cidade do Noroeste Fluminense. Fundada em 2002, é composta por quatro sócios: Marcelo e Marcos Pacheco, Ricardo e Ronaldo Faria. Durante seus 17 anos de existência a L'Aqua cresceu e conquistou grande parte do mercado já consolidado por outras marcas da região. Porém, em 2018, o negócio começou a enfrentar problemas no gerenciamento da produção e distribuição. Os processos já não eram eficientes e os custos aumentavam em maior proporção que o faturamento.

Sede de informações

Na região que abrange os municípios mais próximos à Itaperuna, a L'Aqua disputa o mercado com quatro empresas concorrentes. Sua linha de produção é composta por cinco tamanhos de recipientes: 330 ml, 500 ml, 1,5 l, 10 l e 20 l. Mesmo num setor muito competitivo e de baixo valor agregado, o cenário se mostrou favorável em 2018 pois já contava com mais de 50% do mercado dos recipientes até 1,5 l e detinha quase 40% do mercado dos de 10 e 20 litros.

A planta industrial sempre atendeu às demandas sem percalços até que, nesse mesmo ano, ao fazerem o levantamento de custos e faturamento, os sócios perceberam que não obtinham dados confiáveis. Os processos já estavam falhando em entregar informações gerenciais e havia alguns vícios de gestão que precisavam mudar. O esgotamento foi tal que os custos quase se equipararam ao faturamento, demonstrando que havia uma barreira organizacional a ser rompida para ampliar a escalabilidade da produção.



Os sócios (da esq. para a dir.) Ronaldo Faria, Marcelo Pacheco, Ricardo Faria e Marcos Rubens Pacheco Filho

Resultados cristalinos

Para evitar que o faturamento da empresa fosse por água abaixo, em janeiro de 2019 um dos sócios procurou o Sebrae e contrataram uma consultoria em gestão organizacional. Já desde o primeiro momento os empresários precisaram fazer mudanças e a principal delas foi alterar o sistema de produção, que antes era *Just in Time* (produção “puxada”, que produz somente após o pedido do cliente) para *Make to Stock* (produção “empurrada”, que produz para estocar). Essa mudança permitiu reduzir o tempo de *set up* da produção, elevando a produtividade em 15%. A necessidade de horas extras foi reduzida em mais de 90%, aumentando o resultado financeiro líquido da empresa.

Por meio da consultoria, os processos gerenciais de custos, de despesas e de vendas também foram revistos. Implantaram ainda uma nova ferramenta para o levantamento de informações, obtendo alta acurácia para a elaboração de indicadores e a partir daí foram estabelecidas novas estratégias para o aumento das vendas. Esse conjunto de medidas inaugurou uma fonte de esperança: em agosto de 2019, a L'Aqua gerou um resultado 7% superior à própria meta estabelecida de vendas para o mês.

Pensou em água, pediu L'Aqua

Apurados os bons resultados, os sócios comentam o que aprenderam: "O empresário não sabe de tudo, para trabalhar com produtos de baixo valor agregado é preciso estar atento aos detalhes e às mudanças do mercado". Apontam também seus principais acertos: "O desenvolvimento de uma marca forte foi fundamental para o posicionamento do produto como "água mineral" (que tem mais benefícios do que a "água natural", mais

conhecida). E a escolha societária se mostrou muito assertiva, pois permitiu a construção de uma relação de respeito e alinhamento de expectativas entre nós". Para o futuro, a L'Aqua continuará apostando firmemente na qualidade da sua produção, na credibilidade perante seus consumidores e numa postura ambiental e socialmente responsável. Assim, a empresa pretende expandir seu mercado para outras regiões do Estado e ir além.



Produtos L'Aqua



Estoque de produtos prontos para a distribuição



Linha de produção: recipientes de 330ml, 500ml e 1,5l.

Facebook: [@agua.mineral.laqua](https://www.facebook.com/@agua.mineral.laqua)

Instagram: [@laquaagua](https://www.instagram.com/@laquaagua)

Site: www.laqua.com.br



EMAPX SYSTEMS

Empreendendo uma startup no interior do Estado

22

Escritório Regional
NORTE

EMAPX SYSTEMS

por Fabrínio Peçanha Gioffi Luiz

Em 2016, Luiz Felipe Rangel idealizou e desenvolveu um sistema inteligente para mapear e monitorar os níveis de acidentes de trabalho organizacionais. Assim nasceu a EmapX, uma das *startups* pioneiras da cidade de Campos dos Goytacazes, no interior do Estado. Luiz enfrentou diversos desafios para se enxergar como empreendedor, pois tinha a segurança de um emprego com carteira assinada. Seria promissor vender a sua ideia e focar apenas nesse negócio inovador?

Muitas ideias, pouco tempo

Apaixonado por tecnologia e inovação desde os primeiros anos da sua formação em Ciência da Computação, já durante o período da faculdade, em 2014, Luiz desenvolveu um site para registrar ocorrências em geral: assaltos e furtos, acidentes, homicídios, desastres naturais, etc. Meses depois, já trabalhando em uma grande empresa, dedicou noites e finais de semana a melhorar esse site, focando somente no mapeamento e registros na área de segurança do trabalho. Foi além e criou um aplicativo, intitulado EmapX. Durante os oito meses em que foi melhorando as funcionalidades, ele intuía que precisava focar a sua carreira nisso, vender a sua ideia e ampliar o alcance do seu aplicativo. Seu produto tinha perfil para se tornar uma Startup - empresas mais jovens e inovadoras que procuram desenvolver um modelo de negócio escalável e repetível num ambiente incerto. Mas trabalhando em tempo integral, não havia espaço na rotina e ele não sabia como fazer isso sozinho.



O jovem empresário Luiz Felipe em uma das ações do programa Inovativa Brasil



Em frente ao Prédio da Startup Macaé: a conquista de ser um dos negócios inovadores contemplados

Crédito: Thayná Brandão Batista Gomes

Correndo atrás do sonho

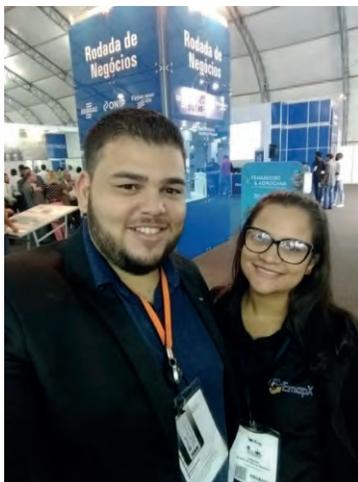
O empreendedor sempre teve o Sebrae como fonte de orientações. Em outubro de 2017, cursou o Seminário Empretec, fortalecendo suas habilidades empreendedoras e sua tomada de decisão. Optou por descontinuar seu vínculo empregatício e priorizou se dedicar integralmente ao seu negócio. Ainda no mesmo ano, participou de uma Rodada de Negócios realizada pelo Sebrae e conseguiu seu primeiro contrato ao se apresentar a empresas âncoras do Porto do Açú, grande empreendimento localizado em São João da Barra. Este contrato abriu portas para outros clientes como a Santa Casa de Misericórdia, um dos maiores hospitais de Campos. Ao

final de 2018, conheceu o programa Startup Macaé, por meio de reuniões periódicas sobre ecossistema empreendedor, organizadas pelo Sebrae. Nesta ação, a prefeitura de Macaé oferece acompanhamento técnico e bolsa de R\$ 5 mil durante doze meses para negócios inovadores se desenvolverem. A EmapX foi uma das selecionadas e Luiz Felipe não hesitou em se mudar para o município vizinho, onde teria capital para investir em sua Startup e estaria perto das empresas do segmento de petróleo e gás. Queria tanto agarrar esta oportunidade, que migrou de microempreendedor individual para o porte de microempresa.



Crédito: Carlos Henrique Rodrigues Pereira

(Da esq. para a dir.): Janaina Lima (irmã e colaboradora), Larrissa Rangel (esposa e sócia) e Luiz Felipe, prontos para apresentar as soluções da empresa em um evento.



Luiz Felipe e Larissa marcando presença na Rodada de Negócios 2019

Dedicação acelerada

O jovem empresário tem aprendido que correr riscos calculados é essencial para se alcançar novos mercados e que, ao se deparar com uma oportunidade, é necessário ter iniciativa para conquistá-la. Já com sua base operacional transferida para Macaé, a EmapX foi acelerada no primeiro semestre de 2019 pelo Programa InovAtiva Brasil – ação conjunta do Sebrae, Ministério da Economia e Fundação CERTI que oferece

mentoria, aceleração e conexão de novas startups junto a investidores, grandes empresas e afins. Junto à Larissa, sua esposa e diretora de marketing da empresa, traça estratégias e prepara uma equipe de vendas para revitalizar a carteira de clientes a partir de 2020. Luiz Felipe agora sabe que seu pequeno negócio inovador, que começou em uma cidade do interior, está no caminho certo para ajudar pessoas e chegar a outros locais do país num futuro próximo.



Facebook: [@emapx](#)

Instagram: [@emapxsystems](#)

Linkedin: [EmapX Systems](#)

Site: [www.emapx.com](#)

MD LOGÍSTICA

Seguindo o caminho da inovação em serviços

23

Escritório Regional
NORTE

MD LOGÍSTICA

por Fabrínio Peçanha Gioffi Luiz

Em Rio das Ostras, o casal de gestores Fernanda e Luiz Araújo, vivenciaram na MD Logística uma situação desafiadora em 2016: a empresa responsável por grande parte do seu faturamento não iria renovar o contrato de serviços de transporte e movimentação de cargas. A crise do petróleo que abalou Macaé e região a partir do ano de 2015 fez os empresários perceberem que eles não possuíam um setor comercial de fato, e sem enxergar seus serviços como produtos para vender a outras empresas, ficaram desorientados. Mas como desbravar novos caminhos?

Carga pesada

A MD Logística trabalha com transporte de cargas gerais, resíduos, produtos químicos, perigosos, controlados e explosivos, além de contêineres (refrigerados ou não). Atua desde 2008 no mercado offshore, em especial com a cadeia de óleo e gás e de comércio exterior. Após o encerramento do contrato que possuíam como principal fonte de receita, a dupla de gestores fez várias tentativas para desenvolver novas vendas, mas a maioria não obteve sucesso.

Pé na tábua

Fernanda e Luiz sentiam que precisavam fazer diferente e, em setembro de 2017, se inscreveram no Scale Up, um programa liderado pelo Sebrae em parceria com a Endeavor e a Babson para acelerar o crescimento dos pequenos negócios fluminenses com grande potencial. Única empresa selecionada da região Norte, perceberam que o primeiro passo foi a mudança de mentalidade: uma empresa de base tradicional pode sim investir em tecnologia e inovação a fim de captar



Crédito: Helen Barros Fotografia

O casal Fernanda e Luiz Araújo: comprometidos com a inovação

novos clientes. No ano seguinte, durante orientação em um atendimento no Sebrae, contrataram a solução Sebraetec Design de Serviços e durante três meses repensaram seu portfólio de serviços. Como resultado, melhores alternativas com criação da jornada do cliente e o desenvolvimento de um novo serviço em formato de aplicativo-programa – o MD Conecta. Nele, o foco é ofertar a *gestão logística* ao invés do frete, permitindo ao contratante acompanhar cada etapa da entrega solicitada. Uma área comercial foi estruturada para monitorar e proporcionar uma melhor experiência ao comprador, aumentando a percepção de valor do serviço adquirido. Para conquistar novos contratos, foi incluída no fluxo da prospecção a realização de um diagnóstico que personaliza a solução logística para cada cliente. Como resultado dessas ações, conquistaram clientes importantes para o faturamento, duplicaram o quadro de funcionários (33) para atender as novas demandas e já sinalizaram que vão fechar 2019 com o triplo do faturamento de 2018. E não pretendem parar por aí – o casal já se inscreveu num dos programas do Sebrae que orienta e aprimora a gestão de indicadores e resultados (GIR).

Na estrada do sucesso

Ao abrirem os olhos para a tecnologia como forma de inovar em seu negócio, Fernanda e Luiz puderam focar nas decisões estratégicas da empresa e passaram a delegar mais aos colaboradores. Eles aprenderam que a busca constante por produtividade e competitividade é um caminho sem volta.



Crédito: Rui Porto

Um dos caminhões da frota da MD Logística



Crédito: Helen Barros Fotografia

Equipe em reunião de planejamento estratégico (da esq. para a dir.): Denia Almeida, Hugo Cavalcante, Fernanda Araújo, Mário Almeida, Luiz Araújo e Davi Souza



LinkedIn: MD Logística e Transportes

Site: www.md-logistica.com



VERDE FOLHA FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

*A fórmula secreta: gestão
enxuta e melhoria contínua*

24

Escritório Regional
NORTE

VERDE FOLHA FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

por Fabrinio Peçanha Gioffi Luiz

Em outubro de 2013, Lara Smiderle aceitou o desafio de assumir a gestão da Verde Folha, farmácia de manipulação fundada por seus pais na década de 90. Seu pai havia sido diagnosticado com Alzheimer, estava em tratamento e, com isso, sua mãe, gestora na época, confiou à filha essa missão de gerenciar as demandas desse tradicional negócio localizado em Campos dos Goytacazes para que pudesse se dedicar ao tratamento do esposo, sem nunca deixar de contribuir diretamente e de maneira determinante nas múltiplas temáticas envolvidas no trabalho da empresa, contando também com apoio e parceria permanentes de sua irmã. Nessa época, a empresa tinha 70 funcionários, mas para manter a saúde dos negócios e continuar no mercado era necessário se organizar internamente.

Muitas doses de desafios

Mesmo conhecendo mais da parte técnica do que de gestão em si, a jovem empresária contava com a experiência e orientações da sua mãe, sócia da empresa. Porém, as duas constataram que a equipe seguia sem rumo, devido à carência de organização dos processos internos. Os erros nos pedidos só cresciam e geravam retrabalho. Atrasos e faltas dos colaboradores passaram a ser mais constantes, abrindo espaço para sobrecarga de uns e ociosidade de outros. Tudo isso influenciava negativamente o fechamento das vendas. Além disso, a carga tributária no setor de manipulados e consumo de energia e telefonia aumentavam consideravelmente.



Crédito: Murilo Manhães

Negócio em família: Lara (à dir.), com seus pais, José Abílio e Maria Helena Smiderle, e a irmã Clarice (à esq.)



Crédito: Lara Smiderle

Fórmula sendo manipulada, conforme pedido do cliente



Crédito: Murilo Manhães

Equipe inteira reunida

Otimizar e Inovar

Em março de 2018, Lara contratou o programa Lean Manufacturing do Sebrae, que foca na redução de desperdícios e custos desnecessários, a partir da otimização de processos internos para aumentar qualidade e eficiência. Era o que ela precisava! Após o diagnóstico inicial, a empreendedora sensibilizou sua equipe e definiu líderes para cada oportunidade de melhoria apontada. A primeira ação foi solicitar aos colaboradores que utilizassem um aplicativo de gerenciamento de tarefas e prioridades, para que todos pudessem enxergar o andamento das demandas e resultados da Verde Folha. Treinamentos e reuniões passaram a ser constantes, a fim de minimizar erros nos pedidos e apresentar os números alcançados. Foi desenvolvido também um setor de pós-venda, que contactou todos os clientes

para avaliar a satisfação daqueles que fecharam os pedidos e também entender o motivo dos que não concluíram. Durante seis meses, Lara criou processos internos claros, negociou taxas das máquinas de cartão, reduziu 26% nos gastos com telefonia e diminuiu 35% nas despesas com entregas em domicílio. Com a equipe, realocou funcionários para setores mais apropriados e conseguiu enxugar em 72% o índice de absenteísmo e 47,4% nos gastos com planos de saúde renegociando os contratos. Ao final do programa, no último trimestre de 2018, animada com os resultados, cursou o Seminário Empretec, participou com sua equipe de uma oficina de inovação e intraempreendedorismo e ainda conquistou o 1º lugar no Prêmio Rio Produtivo, que reconhece os melhores e mais produtivos pequenos negócios fluminenses.

Futuro com gestão

Para 2020, Lara planeja modernizar os equipamentos dos laboratórios, além de implementar melhorias como a pesagem monitorada das fórmulas e a reforma das lojas. Como lição aprendida, a jovem empresária reconhece a importância de olhar para suas potencialidades e desenvolver seus comportamentos empreendedores de forma contínua, além de focar em pequenas, mas assertivas, ações de inovação junto às três unidades da Verde Folha. Se depender dela, o legado de sua mãe - que fundou e a cada momento aprimorou a empresa com total apoio e parceria de seu pai - está garantido.



Lara recebendo o Prêmio Rio Produtivo 2018

Facebook: [@verdefolhafarmacia](https://www.facebook.com/verdefolhafarmacia)

Instagram: [@verdefolhafarmacia](https://www.instagram.com/verdefolhafarmacia)

Site: www.verdefolha.com.br

AUTOMOTINTAS

Muito além da venda de tintas

25

Escritório Regional
AGÊNCIA REGIÃO DOS LAGOS

AUTOMOTINTAS

por Suellen Analia

Mudar de área de atuação também é empreender. E como qualquer desafio, não é tarefa fácil. Obstáculos surgem ao longo do caminho e mesmo uma vasta carteira de clientes na antiga área de atuação não é garantia de que a migração destes se faça para a nova empreitada. Ainda assim, o empresário Cláudio Viviani, proprietário da loja Lagotintas, na Região dos Lagos, acreditou na oportunidade de mudança e em 2019 deu uma nova cor para a sua vida profissional.

O negócio vai além de vender tintas

Em 1993, Cláudio firmou sociedade com três amigos numa loja de tintas em Cabo Frio. A parceria durou apenas dois anos e depois o empresário assumiu as rédeas do negócio. De lá para cá, seus esforços fizeram a empresa crescer: a marca Lagotintas possui duas filiais na região - uma loja em São Pedro da Aldeia e outra em Armação dos Búzios. Em 2019, o foco das vendas passou a ser o consumidor final (principalmente no público feminino). Cláudio promoveu uma mudança radical nos pontos de venda tornando a loja mais moderna e funcional para melhorar e incrementar a experiência de compra, promovendo assim o consumo de produtos complementares.

Nessa mesma época, Cláudio detectou um nicho crescente de mercado – o das tintas automotivas (produto que vendia desde 2002). Estudou o segmento e resolveu abrir um espaço somente para atender este público, inaugurando a loja Automotintas.



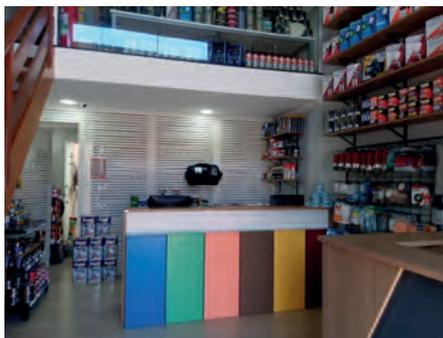
O empresário Cláudio Viviani

Uma nova loja para um novo cliente

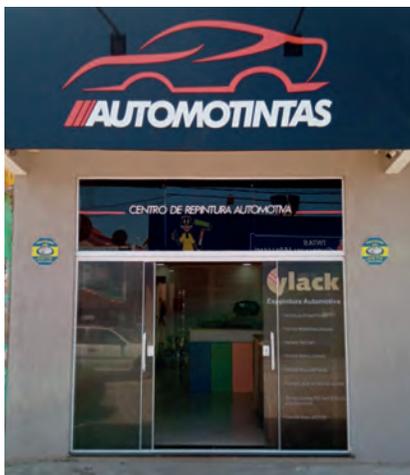
Para pensar nessa divisão e atuar nesse novo mercado, Cláudio contou muito com o apoio do Sebrae. Com o programa Estratégias Empresariais, o empresário pôde perceber que havia mercado para justificar aquele novo negócio. E o programa Gestão Financeira Avançado deu a segurança que ele precisava em relação às suas compras, vendas, controle de estoque e preço dos produtos. Contratou também uma consultoria de *naming* , crucial para a criação e desenvolvimento do nome do novo negócio. Segundo o proprietário, os funcionários são “médicos de vender tintas”. Ele conta que não se trata de “empurrar um galão”; é necessário entender o problema do cliente, analisando o que precisa ser feito para recomendar corretamente e assim gerar um fluxo constante de compras para a empresa.

Decisão acertada

Recém-chegada à região, a Automotintas já é líder no segmento e atende as maiores oficinas e as principais montadoras como Ford, Chevrolet, Fiat, Renault e Jeep. Cláudio é o tipo de empresário que faz questão de ouvir seus clientes e colaboradores e, assim, consegue estruturar melhor suas decisões gerenciais. Fora das lojas, é considerado um marqueteiro ambulante. Por onde passa, observa o ambiente ou os carros e dá dicas. Mesmo que a pessoa diga que não vai mexer ali no momento, ele aproveita para entregar o cartão da empresa e falar: “Não precisa ser agora, mas quando fizer, não deixe de me procurar”.



Grande variedade de artigos, no espaço bem cuidado da Automotintas



Fachada

Facebook: [@lagotintas](#)

Instagram: [@lagotintas](#)

Site: www.lagotintas.com.br



Q'ART FITNESS

Sempre em movimento

26

Escritório Regional
AGÊNCIA REGIÃO DOS LAGOS

Q'ART FITNESS

por Suellen Analia

Desde muito cedo a empreendedora Fabrícia Costa demonstrou tino para os negócios. Iniciou sua vida profissional como vendedora aos 13 anos, e alguns anos mais tarde abriu a sua primeira loja de roupas femininas, em Cabo Frio. Em 2008, vislumbrou uma oportunidade de mudar o rumo dos negócios. Deu certo. Veja a seguir como a Q'art se transformou na maior loja conceito em moda fitness da região.

Santa mercadoria

A história da Fabrícia começou na moda feminina, em 2003, quando seu esposo (e também empresário) acreditou em seu potencial e a apoiou financeiramente na abertura de uma loja de roupas e peças indianas, com uma sócia.

No ano de 2008, durante o feriado da Semana Santa, havia poucas roupas na loja. Seu esposo então cedeu algumas peças de sua loja de moda praia e fitness. Todas foram vendidas, até mesmo os modelos que ela não gostava. O ótimo desempenho de venda das mercadorias fitness despertou na empresária a vontade de empreender neste segmento. A essa altura, a gestão de seu negócio não estava dando muito certo, e ela procurou o Sebrae em busca de orientação.



A empresária Fabrícia Costa

Oportunidade de inovar

Fabrícia participou então do seminário Empretec – ‘um divisor de águas’, diz. Nele, potencializou algumas características do comportamento empreendedor e tomou decisões importantes, como dissolver a sociedade e investir num novo nicho de mercado. Assim, em 2009 foi inaugurada a Q'art Fitness, com uma proposta diferente: uma loja sofisticada e com peças mais estilizadas, para serem usadas também fora da academia. Nesta nova empreitada, a empresária contou com a importante parceria de uma pequena confecção de Cabo Frio, chegando

a ser auxiliar de corte para dar conta do volume de peças a serem produzidas.

A loja iniciou suas atividades em um espaço 18m² com mais de 30 mil peças. Para divulgar a marca, a empresária usou e abusou de técnicas de marketing, fortalecendo a sua marca junto ao universo fitness. Em 2010 procurou novamente o Sebrae a fim de profissionalizar sua gestão e, ao participar do programa Estratégias Empresariais, identificou que o volume do seu estoque era muito incomum, aceitando a sugestão de começar a atuar no atacado. A partir daí, a Q´art mudou seu modelo de negócio e se preparou para os anos seguintes: entre 2013 e 2014, o estilo *fitness* virou moda e a Q´art chegou a fazer uma venda recorde para um cliente que comprou mais de 100 mil reais, de uma só vez.

Expansão e reconhecimento

Em dezembro de 2015, a Q´art inovou novamente e inaugurou sua loja conceito de 100m² na Gamboa, em Cabo Frio. Incrementou os investimentos em marketing e em quatro anos, se tornou a marca mais lembrada da região em seu segmento. O lema da marca Q´art - “sempre em movimento” - é um reflexo da empresária, que não fica parada e tem muita sede de aprendizado. Por meio do Projeto de Moda Praia, apoiado pelo Sebrae, Fabrícia já participou de cinco missões internacionais e alguns safaris urbanos, adquirindo experiências sobre novas oportunidades de negócios, além de muito conhecimento e um olhar técnico mais apurado. Com essas características empreendedoras, a Q´art irá muito além das tendências.



Coleções cheias de estilo



Ambiente preparado para clientes exigentes

Facebook: [@QartFitBrasil](#)
Instagram: [@qartfitbrasil](#)
Site: www.qartfitbrasil.com.br



ACADEMIA SUPERAÇÃO WELLNESS CENTER

A importância de crescer com controle

27

Escritório Regional
AGÊNCIA REGIÃO DOS LAGOS

ACADEMIA SUPERAÇÃO WELLNESS CENTER

por Suellen Analia

Rosane Abrantes sempre teve o sonho de ter um negócio próprio que ajudasse as pessoas, e descobriu na Educação Física uma forma de realizá-lo. Evoluir de um spacinho alugado nos altos de um supermercado para a maior academia da região dos Lagos exigiu disciplina e muito aprendizado. Mas para entender as rápidas mudanças e manter o crescimento de forma estruturada, em 2013 a empresária precisou se planejar.

Ganhando musculatura

Rosane Abrantes sempre quis empreender. Já na faculdade e com a ideia de ter sua própria academia, a empresária trabalhou na padaria de sua mãe e em seguida como garçom em um bar famoso na região para viabilizar o seu sonho. Em 2006, um primo ofereceu o espaço de cima de seu supermercado para que Rosane desse início à sua academia. Juntou todas as suas economias, comprou os equipamentos e assim começou a Superação, num espaço de 150m² e com dois funcionários: uma recepcionista e o Vinicius, seu namorado na época e hoje marido e sócio. Logo estavam com 70 alunos, passando a 400 no segundo ano de atividade. Em 2007, o espaço foi ampliado, passando a ter 240m², e cerca de mil alunos. Vendo a clientela crescer exponencialmente, Rosane e Vinicius já guardavam dinheiro pois sabiam que, mais cedo ou tarde, teriam que ter um espaço próprio e ainda maior, só não sabiam como.



A empresária Rosane Abrantes e Vinicius Duarte, seu esposo e sócio

Quando o universo conspira a favor

Em 2011 a empresária conheceu a primeira solução do Sebrae: o programa Estratégias Empresariais. Por meio dela, definiu objetivos, missão e visão da academia e entendeu que aquele espaço já não comportava o potencial do negócio. Precisava então se tornar gestora de fato e planejar a expansão. No ano seguinte, em 2012, a mãe do Vinicius pôs à venda uma pousada que mantinha na cidade. Rosane providenciou um crédito imobiliário, fez uma proposta de compra do imóvel à sogra e o casal iniciou a obra da Superação Wellness Center, atualmente a maior academia da Região dos Lagos, em um espaço de 1.500m² com três andares e mais de 40 funcionários.

Feliz com o crescimento, mas frustrados por terem perdido o contato mais direto com cada aluno, o casal buscou novamente o apoio do Sebrae, e aprenderam, por meio da solução Lider Coach que: “não dá para abraçar o mundo com as mãos, delegar funções é tarefa básica de um bom líder”.



Estrutura de peso

Superação e força

Com 13 anos de mercado, mais de 20 mil alunos já passaram pela Superação. A perspectiva do setor é de que surjam novos produtos e modelos de negócios nos próximos anos. Por isso, a grande aposta da empresária está na capacitação dos seus colaboradores para que a humanização seja, de fato, o diferencial do seu negócio. A ideia é fazer com que os alunos se sintam seguros em praticar atividades físicas com profissionais que realmente entendem do assunto. E animada, anuncia o resultado: “Aqui não é mais só a Superação da melhor estrutura, mas também a Superação da melhor equipe.”



Equipe firme e forte da Superação Wellness Center

* De acordo com dados da Associação Internacional de Fomento ao Universo de Saúde e Exercícios – IHRSA, o Brasil é considerado o segundo maior mercado mundial do setor fitness, perdendo apenas para os Estados Unidos. No ano de 2015, em pleno turbilhão da crise, o setor do fitness cresceu 8% no país.

Facebook: [@superacaowc](#)
Instagram: [@superacaowc](#)



HOOT CUEQUERIA

Um novo olhar para a cueca samba-canção

28

Escritório Regional
AGÊNCIA RIO DE JANEIRO I - CENTRO

HOOT CUEQUERIA

por Renata Maria Bessa Respeita

O empresário Raphael Bravo tem uma trajetória de ousadia e transformação. Nascido e criado na cidade de Saquarema, no interior do Estado, em 2008 mudou-se para o Rio de Janeiro, para fazer seu curso superior. Trabalhando para pagar a faculdade, se formou em 2012, ingressou na pós-graduação e conquistou um emprego de auditor numa grande multinacional. Tinha uma excelente projeção na carreira, porém, não estava feliz. Em 2017, Raphael pesquisou o mercado e em 2018, pediu demissão para se dedicar ao sonho de empreender. Foi ousado ao escolher o produto: cuecas samba-canção. Mas será que fez uma boa escolha?

Pesquisa foi fundamental

Raphael gostava do setor de moda e sabia que este movimentava a economia do Rio de Janeiro. Fez uma pesquisa de mercado e concluiu que no Brasil a cueca é um produto que não tem identidade. Entrevistando vendedores, descobriu que um dos itens mais difíceis de vender numa loja de vestuário é a cueca, constatação que lhe causou grande surpresa, já que todo homem usa. Raphael buscou um propósito para seu produto e tomou para si o desafio de mudar a forma de consumo de um produto básico: a cueca samba-canção seria transformada em desejo de consumo e opção de presente. Nascia a Hoot Cuequeria.

Para tangibilizar o produto, precisava de moldes para fazer uma peça piloto. Como não existia uma marca brasileira de qualidade como parâmetro, o empresário trouxe alguns modelos utilizados no exterior para criar um molde. Não foi fácil: visitou dez confecções até conseguir uma pilotista que aceitasse o desafio. Precificar o produto foi outro obstá-



Crédito: Luma Duarte

O empresário Raphael Bravo

culo, por tratar-se de um produto incomum. No início, poucos clientes se convenciam do valor do produto e isso trouxe dificuldades financeiras para o negócio.

Virada inovadora

O empresário sentiu que precisava se capacitar para ter as ferramentas necessárias para colocar o seu talento em prática. Com o Curso de Gestão Financeira Na Medida do Sebrae ganhou confiança para precificar o seu produto. E as coisas começaram a melhorar: da necessidade de reduzir em 60% os seus custos, passou a um aumento de 20% no faturamento. Com resultados positivos, em 2019 procurou novamente o Sebrae para participar do Empretec e, de uma vez por todas, se convenceu da importância do planejamento. A Hoot ampliou a

funcionalidade do produto - desenvolveu uma cueca samba-canção personalizada, com design diferenciado, podendo ser usada como cueca ou short. Criou modelos femininos e infantis, explorando um público até então inexistente para cuecas. Reinventou o produto, com uma abordagem muito atrativa. Sua maior clientela é de mulheres, que compram para presentear.



Crédito: Mazzei

Produtos de estilo



Crédito: Muraca

Campanha publicitária da marca (Projeto Hoot nas ruas)

Todos querem Hoot

Em maio de 2019, A Hoot Cuequeira participou do projeto Moda Sustentável do Sebrae Rio, oportunidade que aumentou o seu acesso ao mercado, com participação em eventos de moda como o Vest Rio, no mesmo ano. Com uma loja física na cidade do Rio de Janeiro, a empresa atende também por e-commerce e Instagram e está presente nas grandes feiras de Moda da cidade, como Babilônia Feira Hype e Vest Rio. Hoje é a referência em cuecas samba-canção no Brasil.



hoot
↓
CUEQUEIRA

Instagram: [@hootcuequeira](https://www.instagram.com/hootcuequeira)
Site: www.hootcuequeira.com.br



STEFFEN
PROFESSIONAL CLEANING
Virando o jogo

29

Escritório Regional
AGÊNCIA RIO DE JANEIRO I - CENTRO

STEFFEN PROFESSIONAL CLEANING

por Auxiliadora Maria Tereza Itapary

Anna Lílian Steffen saiu de Santa Catarina na década de 1960 para jogar vôlei no Rio de Janeiro. Mesmo obtendo sucesso como atleta, rapidamente percebeu que precisaria empreender para realizar seus sonhos. Assim, começou a vender produtos químicos de limpeza para condomínios, segmento ainda pouco explorado na época, e em 1970 fundou o que se tornaria uma das maiores distribuidoras do segmento no Estado - a Steffen Professional Cleaning. De 2009 a 2012 porém, um dilema marcou a empresa: crescia em faturamento, mas sua lucratividade despencou. Como Anna resolveu o problema?

Bola fora

Desde 2008, a Steffen vinha investindo fortemente em atendimento ao cliente. E o resultado apareceu: o crescimento médio anual de faturamento era de cerca de mais de 9%, muito acima do PIB (*). Mas de 2009 a 2012, ainda que com recordes em venda, as margens de lucro, paradoxalmente, estavam a cada dia mais baixas e a empresa apurou prejuízos crescentes, o que foi uma novidade preocupante para a empresa. Os motivos para os resultados ruins ficaram claros: o crescimento excessivamente rápido sem estruturação adequada, a falta de foco em produtividade, a carência de processos mapeados e bem definidos, e a ausência de índices de performance em alguns setores-chaves da empresa. Esse jogo precisava virar.



A empresária na Convenção Time de Vencedores Steffen, em 2018

Crédito: Eduardo Martins

Virando o jogo

Em 2012, a empresária buscou o Sebrae e implementou a solução Sebraetec, por meio de consultorias para mapeamento de melhorias de processos e automação comercial. O projeto teve início pela área de compras, seguido da área de distribuição e finalizado na área comercial em meados de 2014, e mudaram completamente o destino da empresa. Novos processos para o setor de compras, baseado em negociação e produtividade foram implementados, regidos por parâmetros, como ponto de ressuprimento, estoque de segurança e LEC (lote econômico de compras). Indicadores de performance foram implementados com base nos processos mapeados, como a falta de produtos, CMV (custo da mercadoria vendida) e giro de estoque. No projeto de mapeamento dos processos comerciais, foi implementado o conceito de “funil de venda”, e a empresa passou a controlar todo seu processo comercial, e as medições de conversão. Processos

* Fonte: <https://www.ibge.gov.br>

que geravam morosidade e ineficiência como o de vendas casadas (produtos que não faziam parte do portfólio da empresa) e de entrada de notas fiscais em desconformidade com a ordem de compras, passaram a ser controlados com rigor, aumentando de forma disruptiva a produtividade da equipe. Foi instituída a formalização da responsabilidade pelo recebimento de mercadorias e também no processo de inventário. Definiram ainda uma nova política de trocas e devolução de produtos, diminuindo os custos com “retrabalho”.

Estas ações fizeram a Steffen alcançar mais de 40% de lucratividade por três anos seguidos (de 2013 a 2015) e tais resultados a levaram a ganhar o Prêmio do Rio Produtivo de Produtividade em 2014.



Produtos

Jogada estratégica

Atualmente, a Steffen já é uma empresa de médio porte, e mantém seu DNA inovador como uma das patrocinadoras do Projeto Nexos, realizado pelo Sebrae Nacional com o objetivo de fomentar inovação e desafios tecnológicos, incentivando a parceria entre Startups brasileiras e empresa de maior porte. Anna Lílian deixa uma grande sacada para os empresários que passam por situação de crescimento rápido: “busquem especialistas - como o Sebrae - para (re)estruturar suas empresas. Não há mais espaço para o amadorismo no mundo dos negócios. Para crescer, profissionalismo é fundamental.”



Gráfico da virada



Equipe unida em campo

steffen
PROFESSIONAL CLEANING

Facebook: [@SteffenProfessionalCleaning](https://www.facebook.com/SteffenProfessionalCleaning)

Instagram: [@steffen_professionalcleaning](https://www.instagram.com/steffen_professionalcleaning)

Site: www.steffen.com.br

VET YPIRANGA

Expansão e consolidação no mercado pet

30

Escritório Regional
AGÊNCIA RIO DE JANEIRO I - CENTRO

VET YPIRANGA

por Ewertton Martins S. Marrafa

Em 1974, quando ainda não existiam no Rio de Janeiro clínicas veterinárias 24 horas, nasceu no bairro de Laranjeiras a Policlínica Veterinária Ypiranga. O fundador, Dr. Aristeu Pessanha Gonçalves, um apaixonado por animais, identificou naquela região uma demanda de atendimento para *pets*. O legado construído segue até hoje com seu filho – o Dr. Gustavo Almeida Gonçalves. No entanto, em 2014, ao abrir a segunda unidade “o bicho pegou”. Como conquistar novos clientes num novo mercado?

O gato subiu no telhado

Já na faculdade de Veterinária, Dr. Gustavo desenvolveu um viés empreendedor. Na década de 90 inicia sua carreira no já Hospital Veterinário Vet Ypiranga. Em 2002, Dr. Gustavo inova mais uma vez no mercado pet: disponibiliza em sua clínica os serviços veterinários por especialidades. Implanta também um novo processo de gestão e modernização colocando a Vet Ypiranga num novo patamar com vacinas; exames laboratoriais e de imagem; endocrinologia; dermatologia; cardiologia; etc. Com aumento de clientes e equipe, inicia em 2011 reforma na sede (própria) e pensa em abrir mais uma unidade. Mas atrasos na execução da reforma causaram problemas de ordem financeira ao empresário. Mesmo assim, o empresário conta que isso não foi suficiente para abalar sua iniciativa e em 2014, finalmente inaugura a unidade da Tijuca.

Superados os primeiros desafios, outros surgiram: apesar do reconhecimento da sua marca, o início da atuação no novo bairro foi bem difícil. O empresário conta que no ponto comercial escolhido funcionou anteriormente outra clínica veterinária, que ao fechar não deixou boa imagem com clientes, dificultando a aproximação destes com o novo empreendimento.



Crédito: Marcelo Monteiro

O empresário Gustavo Gonçalves e o fundador da Vet Ypiranga, Dr. Aristeu Gonçalves

Orientação e resultado

Em busca de uma solução, o empresário divulgou a marca Vet Ypiranga na Tijuca mas não foi o suficiente. Como já havia cursado o Empretec anos antes, em 2018 procurou novamente o Sebrae Rio em busca de orientações. Optou então pelo Sebraetec, contratando serviços digitais - repaginação de site e planejamento de mídias sociais.

Com isto, Dr. Gustavo destacou um funcionário para ações de marketing, apresentando a Vet Ypiranga como a nova empresa instalada naquele ponto, enfatizando a expertise veterinária e presença de tradição, eficiência e atendimento humanizado. Dr. Gustavo passa então a observar, baseado na análise de indicadores: aumento da fidelização e de 45% de clientes nesta unidade, além do incremento de vendas de produtos e medicamentos da loja. Adotou a mesma estratégia na unidade de Laranjeiras, e também obteve resultados positivos, fortalecendo ainda mais a marca numa região que antes a empresa acreditava ter explorado totalmente.

Um olho no peixe e outro no gato

Durante a sua trajetória profissional, o aprendizado com marketing e gestão marcou o empresário: “As ações adotadas foram fundamentais para que a empresa continuasse na conquista de mercado em sua segunda unidade.” Com o olhar no futuro, em um mercado com previsão de faturamento de R\$ 20 bilhões em 2020, o veterinário continuará se capacitando para que a Vet Ypiranga se mantenha competitiva, aliando o conhecimento técnico de sua profissão aos desafios de gerir um empreendimento. Atualmente as duas unidades contam com uma equipe de 55 veterinários e cerca de 100 funcionários. E assim Dr. Gustavo segue em frente, confiante em sua equipe, no legado e no propósito de sua empresa.



Atendimento com profissionalismo e carinho



Fachada da 1ª clínica, em Laranjeiras



Ambiente com excelente infraestrutura

Facebook: [@VetYpiranga](https://www.facebook.com/VetYpiranga)
Site: www.vetypiranga.com.br



INOVE SORRISO

Expansão de sorrisos e saúde

31

Escritório Regional
AGÊNCIA RIO DE JANEIRO II - BARRA

INOVE SORRISO

por Caio Moniz Almeida

A Inove Sorrisos surgiu em 2014, a partir da vontade de oferecer aos indivíduos de bairros mais humildes uma opção de clínica odontológica com instalações e atendimento de qualidade. Valcir Domingues teve a ideia de se tornar empresário depois de um período de trabalho numa rede de clínicas odontológicas. Se apaixonou pelo ramo e, junto com seu amigo Anderson Calheiros, ortodontista, decidiu buscar recursos financeiros para montarem um negócio próprio no setor. Mas dois anos depois, idealismo e força de vontade já não eram suficientes para superar os desafios do crescimento do empreendimento.

Fazendo os clientes sorrirem

Segundo o Conselho Federal de Odontologia (CFO), nove em cada dez brasileiros acreditam ser muito importante ir ao dentista regularmente, corroborando a tendência de um mercado potencial para novas empresas do setor, que faturou nos últimos anos mais de R\$ 38 bilhões.

Primeiro numa família de dez irmãos a conseguir um diploma superior, Valcir se formou em psicologia, foi coordenador de treinamento numa multinacional e após especializar-se em Gestão de Pessoas, tornou-se gerente de Recursos Humanos em uma rede odontológica. Em agosto de 2014 abriu a primeira unidade da clínica odontológica InoveSorriso, no bairro de Campo Grande. Oferecendo tratamentos multidisciplinares e preço acessível, aliados ao foco na qualidade dos produtos, nos serviços e no atendimento, o negócio se firmou rapidamente, despertando o interesse do mercado.



O empresário Valcir em sua empresa: só sorrisos

Orientação para expandir

Atentos a esta oportunidade, em 2016 o empresário e seu sócio procuraram o Sebrae para orientação no processo de formatação de franquias - desejo que não conseguiriam concretizar sozinhos. A partir de um diagnóstico, detectaram a necessidade de uma consultoria de controles financeiros. Em seguida, o empresário realizou o curso Empretec, que lhe possibilitou ampliar a visão do negócio, dar maior autonomia para sua equipe e criar melhores indicadores de resultado. E o pontapé inicial para o projeto de franqueamento veio como o programa Sebraetec de EVTE (Estudo de viabilidade técnico e econômico). A segunda unidade da empresa foi inaugurada em 2019, desta vez no bairro de Madureira. E para que Valcir pudesse cuidar cada vez mais da posição estratégica do negócio, inscreveu suas duas Gerentes no curso Sebrae Mais Líder Coach, a fim de incentivar melhorias contínuas na gestão de seus colaboradores.

Preparados para crescer

Com o crescimento mais estruturado, a InoveSorriso vem trabalhando para padronizar toda sua operação e aumentar a eficiência de sua equipe. Sorrindo, Valcir nos conta: “Todos os cursos e consultorias realizadas foram decisivos em nossa gestão e fazem parte de um planejamento do Sebrae para que a empresa cresça. Estamos confiantes e a caminho de nos tornar uma franquia de sucesso”.



Fachada moderna e atrativa



Equipe da filial Campo Grande



Facebook: [@clinicainovesorriso](https://www.facebook.com/clinicainovesorriso)
Site: www.inovesorriso.com.br



ISSAÊ SUCOS

Planejamento e sabor na Zona Oeste

32

Escritório Regional
CIDADE DO RIO DE JANEIRO II

ISSAÊ SUCOS

por Karen Vianna dos Santos Fernandes Netto

Os sócios – e irmãos – Guido de Souza Guida e Yanka Maria de Souza Guida observaram uma oportunidade de negócio na região de Guaratiba e, em 2015, abriram uma lanchonete especializada em açaí, sanduíches e sucos naturais, com preços acessíveis. Empreendedores desde sempre, logo pensaram em expandir o negócio. Trabalhando inicialmente sozinhos na gestão e no operacional, ao final do primeiro ano já contavam com nove funcionários. Mas em 2018, já com três pontos de venda, esse crescimento vertiginoso não se sustentou e eles se viram estagnados, em meio a um custo alto demais. Precisavam rapidamente gerir o negócio de forma mais profissional.

Vivendo e aprendendo

Em 2016, abriram o segundo ponto, também em Guaratiba. O crescimento surpreendente do negócio trouxe a necessidade de buscar conhecimentos técnicos e práticos de gestão. Guido começou então a fazer um MBA em gestão empresarial e Yanka iniciou um curso superior de administração de empresas.

Em 2018, abriram o terceiro ponto de vendas em Campo Grande sem um estudo de mercado, com aluguel alto e movimento aquém do esperado. Por falta de planejamento e com resultados negativos, esta loja em acabou prejudicando a saúde financeira da primeira. Com duas lojas em funcionamento e um centro de distribuição, precisavam se organizar financeiramente para entender a real situação da empresa, analisar corretamente os resultados e expandir novamente.



Os irmãos Yanka e Guido

Cada coisa em seu lugar

Guido procurou o Sebrae ainda em 2018 e realizou o curso Gestão Financeira Intermediária que lhe apontou muitas questões a serem ajustadas, mas ainda necessitava de um acompanhamento individual. Assim, realizou uma consultoria financeira em análise, controles e planejamento para aumentar a eficiência da gestão, já que a ideia era continuar a expandir o negócio. Durante a consultoria, outros modelos de negócios foram abertos e testados: um ponto comercial foi destinado apenas para delivery de todo o cardápio disponível e outro, um quiosque, apenas para delivery de açaí. Indicadores foram implementados e os lançamentos feitos da maneira correta. Segundo o empresário, a consultoria trouxe como maior benefício a segurança para a tomada de decisão. “Antes trabalhávamos vendados, hoje enxergamos com clareza e exatidão onde podemos reduzir custos ou aumentar ganhos”.

Energia para crescer

Hoje, com quatro anos de existência, a Issaê Sucos acertou na receita e os empresários dão algumas dicas saborosas: “Para o sucesso do negócio, não podemos desistir. Erros acontecem e nos fazem evoluir e ganhar experiência. É muito importante planejar antes de agir, assim como analisar com cuidado onde o seu negócio implantado. E procure orientação – isso faz toda a diferença!”



Ambiente descontraído, perfeito para um lanchinho



As delícias do Issaê



Os sócios com a equipe

Facebook: [@issaesucos](https://www.facebook.com/issaesucos)

Instagram: [@issaesucos](https://www.instagram.com/issaesucos)

Site: www.issaesucos.saipos.com



MY LOVIN CAKE

Com açúcar, com afeto

33

Escritório Regional
AGÊNCIA RIO DE JANEIRO II - BARRA

MY LOVIN CAKE

por Amanda Siqueira Lima

A empresa My Lovin Cake começou em 2011, dentro da cozinha do apartamento da Bianca Ramos, no Rio de Janeiro. Desde que “herdou” da avó um caderninho de receitas, ela passou a tirar dali as receitas de bolos e doces de festa que, de tanto sucesso entre os amigos, em 2014 a fizeram se formalizar como MEI, alugando um espaço para a produção e dando forma à empresa. Vencidas as dificuldades iniciais e com o apoio da família, a demanda cresceu, e muito. Em 2017, Bianca atendia pedidos diferentes do que gostava de fazer, mas de grandes empresas da cidade, e com o tempo passou a sentir sobrecarregada e infeliz. Mas como, a essa altura, retomar o rumo para o segmento de festas e eventos?

Vontade de viver o sonho

A doce Bianca passou por situações bem amargas durante sua trajetória empresarial: enfrentou preconceito pela decisão de ser “boleira” e teve problemas de ordem burocrática junto à Prefeitura para liberar o ponto comercial – uma demora que a fez perder 80% dos clientes já conquistados. Em meio a tudo isso enfrentou um problema sério de saúde, mas que só aumentou a sua vontade de viver e lutar pelos seus sonhos.

No início da empresa, contou com o apoio fundamental de seu irmão, que acreditou no negócio e foi para a cozinha junto com ela. Com o aumento da demanda, contratou uma funcionária batalhadora, a Sheila. Em 2016, teve muita procura para abrir uma franquia da loja pois a empresa estava produzindo 500 bolos por semana e os fornecia para a maioria das cafeterias da região. Mas não era essa posição que queria ocupar no mercado - queria ser referência de bolos para o segmento de festas e eventos.



Bianca Ramos e André Luiz: parceiros na vida pessoal e profissional

Mão na massa

Em 2018, André – seu marido e sócio – foi até o Sebrae em busca de orientação. Sua empresa foi visitada para um diagnóstico mais preciso. Quinze dias depois, iniciaram uma consultoria de planejamento estratégico. Foi uma revolução na carreira e na vida da empresária: em apenas duas sessões ela descobriu que o que gostava mesmo era de confeitaria e de decorar bolos artesanalmente, e decidiram encerrar todos os contratos de fornecimento para PJ (pessoa jurídica). Diante disso, o Sebrae propôs a consultoria de plano de negócios, com o objetivo de estruturar o foco para essa nova atividade e novo público. Em 2019, inaugurou a Confeitaria e Cafeteria My Lovin Cake num belo espaço e bem do seu jeitinho, em Vargem Pequena, Zona Oeste do Rio de Janeiro.

Sabor de conquista

O casal de empresários aprendeu a importância do planejamento. Num futuro próximo, voltarão a fornecer para empresas, dessa vez apenas docinhos. E, até 2023, pretendem abrir a segunda loja em outra região do Rio de Janeiro. A empresária acredita que todas as pessoas são capazes e talentosas e retribui o aprendizado que a vida lhe proporcionou por meio de uma ação em comunidades, ministrando um curso de bolos – e empoderamento – para quem quer ter uma profissão e, quem sabe, empreender também. Bianca enfim, voltou a sorrir.



Alexandre (irmão da Bianca), Sheila (auxiliar da cozinha) e Bianca Ramos



Esse bolo é só uma amostra do trabalho e assinatura da My Lovin Cake

Facebook: [@mylovincakeoficial](#)

Instagram: [@mylovincake](#)

Site: www.mylovincake.com.br



JUSSARA COIFFEUR E BOUTIQUE

A beleza do planejamento

34

Escritório Regional
RIO DE JANEIRO III/ZONA NORTE

JUSSARA COIFFEUR E BOUTIQUE

por Solange Camargo

A empresa Jussara Coiffeur e Boutique começou em 2013, como MEI, em Olaria. De acordo com a empresária Jussara Moreira, o negócio era a realização de um sonho, mas, sem planejamento, as dificuldades não demoraram a aparecer e, na crise de 2015, ameaçaram a continuidade do Salão. Era o momento de olhar a verdade no espelho e achar uma solução.

Planejar é preciso

Quando agarrou a oportunidade de montar o Salão, Jussara não teve tempo para fazer um planejamento. E depois, em plena rotina, não conseguia sequer pensar nisso. Além de não dominar a precificação de serviços, começou a enfrentar problemas na hora de comprar os produtos, adquirindo-os com prazo e quantidades erradas, gerando tal desperdício que impactava fortemente no fluxo de caixa, comprometendo a saúde financeira da empresa.

Segundo a *Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético (Abihpec)*, a venda dos produtos de beleza e higiene tem crescido uma média de 4,5% ao ano, nos últimos 10 anos.(*). considerando a quantidade de negócios informais que ofereciam uma concorrência desleal, Jussara percebeu que para aproveitar o potencial de seu setor, seria necessário se diferenciar para ter lucro.

(*)Fonte: Tendências para o negócios de beleza: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9757c668a232b1db04e94fb4e56eddba/\\$File/5421.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9757c668a232b1db04e94fb4e56eddba/$File/5421.pdf)



A empresária Jussara Moreira fazendo o que gosta

Capacitação para inovar

Certa de que precisava profissionalizar a sua gestão, Jussara buscou a orientação do Sebrae em 2015 e contratou soluções que lhe permitiram enxergar alternativas e obter uma visão sistêmica da empresa. Participou de quatro oficinas SEI (controlar meu dinheiro, formar meu preço, Comprar e Vender, Empreender), dos cursos Redução de custo e estoque, Gestão e finanças para Salão de Beleza e Oficina sobre Salão Parceiro, além das Sessões de negócios e diversos seminários do Projeto de Beleza, promovidos em sua região, ampliando a sua rede de contatos. Jussara inovou ao criar no mesmo espaço do salão um ambiente de moda e cafeteria, oferecendo lanches, roupas e acessórios modernos. Isso gerou uma nova receita com as vendas e uma fonte de distração para a clientela.

A empresária diz que só não 'quebrou' porque aplicou todo o aprendizado obtido nas capacitações, principalmente sobre redução de desperdícios, diminuindo seus custos em 60% e aumentando seu faturamento. Outro resultado positivo veio também da participação em um curso focado no atendimento ao cliente do Sebrae, que aumentou em 30% a sua carteira de clientes.



O salão aconchegante e climatizado

Visão sustentável

Jussara é uma mulher forte, de bem com a vida e persistente. As dificuldades não cansaram sua beleza. Para se manter no mercado, aprendeu que encantar os clientes é um diferencial sim, mas não basta. É prioritário se planejar e gerir a empresa de forma profissional. Eliminando os desperdícios, garantiu a sustentabilidade da empresa. O Sebrae ampliou sua visão e desenvolveu sua capacidade de promover estratégias, tornando viável a sobrevivência num mercado altamente competitivo.



A Cafeteria, que 'salva' as clientes na hora dos cuidados com a beleza



Algumas delicias, servidas com capricho



Clima descontraído pra colaborares e clientes

Facebook: [@jussaracoiffeurecafeateria](https://www.facebook.com/jussaracoiffeurecafeateria)
Instagram: [@jussara.coiffeur](https://www.instagram.com/jussara.coiffeur)



MAINÔ SISTEMAS

Gestão de talentos

35

Escritório Regional
RIO DE JANEIRO III/ZONA NORTE

MAINÔ SISTEMAS

por Naira Cansação

Em 2007, os sócios Eduardo Ferreira e Felipe Gabriel fundaram a Mainô Sistemas, em Del Castilho. Focada em gestão para negócios de comércio exterior B2B por meio de um software, o diferencial da empresa não está apenas na inovação, mas em atender demandas reais de mercado, ancoradas em um modelo de negócios viável e escalável. A startup cresceu rápido e três anos após a abertura, os gestores precisavam de mais flexibilidade para dar conta das novas exigências do negócio. Mas como desenvolver novos líderes sem abalar a cultura da empresa?

Inovação premiada

Muitos são os desafios no comércio exterior para as pequenas empresas, já que no mercado internacional há diferentes obstáculos para os quais é necessário ter fôlego para transpor. A Mainô Sistemas é uma das líderes nacionais em gestão fiscal para negócios de comércio exterior, tendo como principal produto um sistema integrado de gestão empresarial (ERP) que realiza todos os trâmites fiscais. Os empresários ganharam, em junho de 2019, o prêmio programa Finep Startup, da Financiadora de Estudos e Projetos. Dentre as 19 empresas contempladas, a Mainô recebeu o aporte máximo: R\$ 1 milhão. Grande conquista, novas responsabilidades. Os sócios precisavam se dedicar de forma integral e dar andamento ao processo de ampliação da empresa, mas para isso era primordial desenvolver novos líderes nas equipes de trabalho.



Felipe Gabriel e Eduardo Ferreira recebendo o prêmio máximo no programa Finep Startup

Conhecimento = produtividade

Por meio do Programa Scale Up, uma parceria entre Sebrae, Endeavor e Babson Entrepreneurship Ecosystem Project para acelerar o crescimento de negócios com grande potencial, conheceram diversas soluções do Sebrae, dentre as quais a capacitação Líder Coach, que era exatamente o que precisavam. Entre outubro de 2018 e maio de 2019, fizeram duas turmas programadas (sócios e quatro gestores). Essas capacitações proporcionaram um novo direcionamento ao negócio, permitindo mais mobilidade aos sócios e gerando oportunidade de promoção dos colaboradores, sem utilizar recursos humanos externos. Preservar o conhecimento e aprendizado já existente na empresa também aumentou a produtividade. Desde a participação no curso, cuja metodologia é focada nas pessoas e resultados, a empresa vem mantendo a sua cultura e identidade.

Liderança e engajamento

Focar na gestão de lideranças foi um passo importante e fundamental para o crescimento, além de proporcionar mais autonomia aos sócios. Os colaboradores se tornaram profissionais mais capacitados e também aliados como equipe à missão da empresa. Saber lidar com o lado humano é mais que uma característica: é um valor importante para a Mainô e este objetivo foi alcançado, como os sócios tanto queriam. Agora, a expectativa do grupo é capacitar mais dois líderes e dobrar o faturamento de 2019, contribuindo para que os colaboradores sejam desenvolvam novas estratégias.



Equipe unida e animada

Facebook: [@mainosistemas](#)

Linkedin: [Mainô](#)

Site: www.maino.com.br

Youtube: [Mainô Sistemas](#)



SORVETES NONNA LINA

Gostinho de superação

36

Escritório Regional
RIO DE JANEIRO III/ZONA NORTE

SORVETES NONNA LINA

por Gláucia Rocha

A empresa Nonna Lina, sediada em Niterói, produz sorvetes do tipo gelato italiano, artesanal, sem adição de gordura trans e com textura cremosa e leve. A empresária Ilka Mendonça começou com vendas para amigos e atualmente distribui sorvetes, picolés e açaí para mais de 40 empresas, em todo o estado do Rio de Janeiro. A crise econômica de 2015 derreteu alguns de seus planos e, em 2018, fez a empresa enfrentar uma grande queda nas vendas. Ilka precisou encontrar alternativas rapidamente.

Gestão limitada

A Nonna Lina iniciou suas atividades como MEI em 2011, migrando posteriormente para o porte de Microempresa (Eireli), em 2014. Diante da perspectiva de crescimento apontada pela Associação Brasileira das Indústrias e do setor de Sorvetes (Abis), na qual o Brasil aparece como o 10º maior produtor mundial e o 11º maior consumidor em 2016, a empresa percebeu que precisava se profissionalizar para manter-se saudável frente a um mercado altamente competitivo. Melhorou então a qualidade e a apresentação das embalagens, dos produtos e do site, mas a gestão financeira era limitada devido a não ter lastro para investimentos que proporcionariam melhor alavancagem das vendas e do capital de giro. Dessa forma, não conseguia ter uma gestão eficaz, diante do cenário restritivo da crise, que impactava diretamente nos indicadores de vendas.

Fonte: Ideias de Negócio - <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-sorveteria,1f997a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>



A empresária Ilka Mendonça, saboreando a vida

Aprendizado e resultados

Ilka sempre buscou a excelência em tudo que faz. Mesmo enfrentando problemas financeiros, se capacitou por meio de vários cursos online gratuitos e assim teve o primeiro contato com o Sebrae e em 2018 começou a participar do projeto Sorvetes Artesanais. A partir daí, identificou que, por desconhecimento, cometeu erros na substituição tributária. Percebeu também que poderia utilizar seu círculo de contatos como fonte de parcerias e prospecção de novos negócios. Pela atuação no projeto, conseguiu participar de grandes eventos do setor (Expo Food e Fispal) que lhe trou-

xeram um aprendizado extraordinário, além de consultorias em gestão de pessoas, marketing, vendas, consultoria tributária e perfil comportamental. Esta última propiciou um ajuste importante na condução do negócio, gerando melhores condições de transpor as dificuldades impostas pelo cenário da crise.

Outro fator impactante foi a melhoria na produção e a constatação da alta qualidade oferecida. Expor os diferenciais de seus produtos – totalmente artesanal, dentro das normas de saudabilidade, matéria prima importada e preço acessível – aumentou em 20% o faturamento.



Participação e divulgação da marca no evento CrossFit, na Barra da Tijuca



Área de produção dos deliciosos sorvetes Nonna

Vocação e profissionalismo

Com as intervenções do projeto, a empresária reforçou a certeza de que ama o que faz. E agora, o faz de forma mais profissional. Continua participando de eventos para divulgar a marca Nonna Lina e buscar mercado para seus produtos, sejam empresas para parceria nas vendas ou o consumidor final que queira conhecer as delícias que produz. Atualmente a sua marca já está sendo homologada por várias franquias em todo o Brasil: Espeto Carioca, Bendito Cookies, Coffee Town-The American Coffee e está em negociação com outras marcas. Com uma visão ampliada das possibilidades, Ilka traçou como meta a montagem de uma loja física. Que venham os clientes!



Geraldo de Moraes - marido e maior parceiro



Facebook: [@nonnalinagelato](https://www.facebook.com/nonnalinagelato)

Instagram: [@nonna_lina](https://www.instagram.com/nonna_lina)

Site: www.nonnalina.com.br

AURORA MODA FEMININA

Bom atendimento ao cliente nunca sai de moda

37

Escritório Regional
AGÊNCIA SERRANA I

AURORA MODA FEMININA

por Rafane de Paula Silva

A Aurora é uma loja de roupas femininas, criada em 2011 pelo casal Marcelaine e Pedro Dutra na cidade de Nova Friburgo. As peças eram vendidas numa simpática van, a “Loja Móvel PHM Modas”, com a qual participavam de feiras na cidade, sempre chamando muita atenção. O bom atendimento, a comodidade e as condições de pagamento foram conquistando muitos clientes. Porém, o sonho do casal sempre foi montar uma loja e em 2018 resolveram levar adiante esta ideia. Mas como fazer uma mudança que deixaria de oferecer um dos seus grandes diferenciais – a comodidade – aos clientes?

Momento de decisão

A Loja Móvel atendia bem as necessidades da clientela. Os atendimentos eram feitos pelo próprio casal, que administravam bem as visitas aos clientes. Havia fidelização e muitas oportunidades de novas vendas pois, no ato do pagamento, geralmente vendiam outras peças. Entretanto, o sonho da loja no shopping permanecia. Marcelaine e Pedro sabiam que o novo ambiente em que a loja seria inserida envolvia muita competitividade e demandava estratégias bem traçadas. Deveriam também substituir o diferencial da comodidade por outros, para que mantivessem a carteira de clientes de longos anos e conquistassem novos.



Marcelaine e Pedro, casal alinhado

Até então, não investiam muito em marketing e a empresa era conhecida pelos nomes dos próprios empresários. Existia uma relação muito pessoal com os clientes, algo que iria mudar com a abertura da loja. Tudo isso gerava grande ansiedade no casal. Eles tinham ciência de que os resultados não viriam de forma imediata, por isso planejaram a necessidade de capital de giro e demais obrigações que teriam.

Planejamento e estratégia

Ao longo do ano de 2018, Marcelaine contou com uma série de atendimentos do Sebrae. Nessa época a empresa ainda era enquadrada como MEI e não possuía funcionários. No segundo semestre após passarem por capacitações como Atendimento ao cliente e Visual Merchandising, iniciaram a pesquisa sobre a localização da loja, escolhendo um Shopping da região. Migraram para a categoria microempresa e contrataram duas funcionárias. Ponto escolhido, faltava definir a nova marca já que PHM Modas não estava mais adequada à nova identidade da empresa. Nascia então a Aurora.

Ainda em 2018, por meio do Sebraetec, contrataram consultorias para a criação da identidade visual e do projeto de design de ambientes. Como estratégia para levar para a loja os clientes antes atendidos em suas residências, mantiveram a circulação da loja móvel ainda por um tempo, focando na sensibilização dos clientes e mostrando que na loja eles teriam maior opção de peças, ali-

mentando neles o prazer de fazer compras no Shopping. Decidiram então atuar com esforço total na nova loja, fortalecendo parcerias e a migração. Essa transição trouxe muitos desafios e novos custos fixos, mas muitas oportunidades também: tanto o faturamento da loja quanto a carteira de clientes dobraram em 11 meses de funcionamento.

Inovação para o futuro

Uma lição aprendida pela empresária foi que, além de acreditar em seu sonho, é fundamental investir em planejamento. A escolha por manter o atendimento da loja móvel em paralelo ao da loja física para os clientes fiéis foi um gesto de atenção e carinho reconhecida por boa parte destes, que migraram para a loja. Novos desafios continuam surgindo, mas as perspectivas para o futuro são otimistas – estão estudando sobre comércio eletrônico e inovaram criando o serviço personalizado de entrega de roupas em domicílio de acordo com o estilo do cliente. Aurora de novos tempos...



Muitos produtos na loja Aurora



A equipe de vendedoras Luciana Vianna (à esq.) e Larissa da Rocha (à dir.)



Fachada da loja no shopping Cadima



A van, onde tudo começou



Instagram: [@aurora_moda_feminina](https://www.instagram.com/aurora_moda_feminina)

FÓRMULA EXATA

Inovação na medida certa!

38

Escritório Regional
SERRANA I

FÓRMULA EXATA

por Juliana Noronha

A Fórmula Exata é uma farmácia de manipulação com 28 anos de atuação no mercado, sob a gestão das empresárias Monica e Anna Estefan. A empresa, que anteriormente possuía três unidades, hoje tem sede na cidade de Nova Friburgo/RJ e uma filial em Cordeiro/RJ, no interior do Estado. Em 2015, a empresa enfrentou problemas por sua estrutura robusta e as sócias identificaram a necessidade de inovar e aperfeiçoar o lado operacional. Mas como manter a competitividade após tantos anos de mercado?

Problemas em altas doses

Num período de três anos, a Fórmula Exata foi influenciada por uma série de acontecimentos: em 2011, pela tragédia climática que devastou Nova Friburgo; em 2012, por uma dissolução societária que abalou a empresa e em 2014, pela crise econômica que se instalou no país. Diante deste cenário nada favorável, os problemas operacionais dificultaram ainda mais a gestão do negócio.

A Fórmula Exata tinha uma estrutura física robusta, composta por três lojas que não tinham controles de custo separados, dificultando uma análise mais profunda sobre a viabilidade de todas elas. Os números do faturamento anual não eram confiáveis, pois não existia um controle rigoroso de entradas e saídas de recursos. Além disso, o quadro de funcionários da empresa era inchado - contava direta ou indiretamente com 46 colaboradores que apresentavam baixa produtividade e alto índice de absenteísmo.



As empresárias Anna Estefan (à esq.) e Monica Estefan (à dir.)

Resultados competitivos

Diante desses fatos e considerando a importância de manter-se competitiva no mercado, em 2015 Mônica buscou a ajuda do Sebrae. E por meio do Programa Sebratec, que subsidia 70% do valor de consultorias para o cliente, foi implantada na empresa a metodologia *Lean Manufacturing*. Baseada no Sistema Toyota de Produção, esta metodologia tem como princípios criar valor para o cliente, produzindo apenas o solicitado, mantendo uma melhoria contínua e redução de desperdícios. Os resultados foram muitos: uma economia de R\$ 110 mil/ano com o remanejamento de atividades

e o fechamento da terceira filial, que apresentava prejuízo mensal reduzindo o lucro das outras duas lojas. Obtiveram também uma economia de quase R\$79 mil/ano com a reestruturação do seu sistema financeiro (reavaliaram de despesas mensais, reduziram taxas de cartão, mudaram o regime de competência de caixa e ajustaram o plano de contas). Reduziram as perdas de fórmulas em 15%, o retrabalho em 95%. A eficiência aumentou em 20% e a capacidade produtiva em 17%, com treinamentos no laboratório. Processos ajustados, reduziram em 79% o absenteísmo. Com isso, puderam readequar a equipe, reduzindo em 28% o quadro de funcionários e contratando um profissional de gestão de pessoas para assegurar o salto de qualidade obtido para todos na empresa.

Ousadia premiada

De acordo com a empresária, além dos resultados numéricos, ganhos intangíveis também foram alcançados: as inovações implementadas, o aperfeiçoamento da visão sistêmica, a mudança cultural e a união entre a equipe e os gestores trouxe um novo conceito de gestão para a organização. E o mercado reconheceu este aprendizado – a Fórmula Exata ganhou o Prêmio Rio Produtivo 2017, em meio a 200 concorrentes. Valeu a pena ousar.



Fachada da loja – moderna e acolhedora



Extensa gama de produtos de qualidade



A equipe responsável pela saúde da empresa



Facebook: [@FormulaExataManipulacao](https://www.facebook.com/FormulaExataManipulacao)
Instagram: [@formula_exata](https://www.instagram.com/formula_exata)

SIMONE DOCES

O doce despertar do empreendedorismo

39

Escritório Regional
AGÊNCIA SERRANA I

SIMONE DOCES

por Raquel Mattos Stumm

Simone Alves é uma novata no mundo dos negócios. E foi pelo incentivo e motivação dos filhos Flávio e Manuela, de apenas oito e seis anos de idade, que se viu desafiada a empreender. Lembrou que no local onde o marido trabalha havia muitos coqueiros e muitas vezes os cocos eram desperdiçados. Decidiu então aproveitar essa matéria prima e iniciar uma pequena e caseira fabricação de cocadas, no município de Cantagalo. Até que, em 2019, surgiu uma grande oportunidade nas vendas. Mas como agarrar esta chance, de forma estruturada?

Sabor e muita vontade

Simone, de origem humilde, nem pensava em ter um negócio. Para sua surpresa, a ideia veio dos filhos, motivados pelo Programa JEPP - Jovens Empreendedores – Primeiros Passos do Sebrae, do qual faziam parte na Escola Municipal Lucia Helena Pinheiro do Couto. Com a ajuda de seus pequenos, de suas professoras e de buscas na internet, em 2018 deu início a algumas experiências. Testou daqui e dali e foi encontrando a receita exata da cocada. Sabor aprovado, matéria prima em abundância e vontade de ver o negócio dar certo – esses foram os ingredientes para o início de sua jornada empreendedora.

De porta em porta, ofereceu suas deliciosas cocadas diariamente, durante um ano. Com as vendas, Simone começou a melhorar a qualidade de vida de sua família, que até então dependia exclusivamente do trabalho do marido, como lavrador. Vendia cerca de 500 cocadas por mês e começou a perceber que o negócio tinha potencial. Assim, em 2018,



A empreendedora Simone compartilhando seu conhecimento

formalizou a *Simone Doces* e continuou a produção. Em 2019, foi convidada pela Secretaria de Educação do município a participar do Programa Cantagalo Compra de Cantagalo, voltado para a compra de produtos e serviços dos empreendedores locais para a merenda escolar. Os desafios eram grandes pois a produção iria quadruplicar, o produto passaria por uma transformação no tamanho, ingredientes, embalagem e principalmente no custo e na formação de preço. Era preciso se estruturar para encarar esse desafio.

Aprendizado e resultados

Simone já conhecia um pouco do trabalho do Sebrae e solicitou uma consultoria de formação de preços. Aprendeu alguns conceitos, levantou os custos fixos e variáveis e as despesas de comercialização. Inovou nos sabores e ingredientes da cocada em parceria com a nutricionista responsável pela merenda escolar: as cocadas ficaram coloridas utilizando ingredientes naturais e mais nutritivos como beterraba, cenoura, abóbora, maracujá, hortelã e abacaxi. Com o preço definido e o produto adaptado, testado e aprovado pelas crianças, novamente o Sebrae entrou na história. Dessa vez, para orientação sobre fornecimento para órgãos públicos, por licitação. Atualmente, a Simone Doces está em sua terceira venda para a Prefeitura de Cantagalo e sua produção passou de 500 para 4 mil cocadas/mês.

Legado familiar

Novos mercados estão se abrindo e o incremento na renda possibilitou investimentos na ampliação das instalações, compra de equipamentos industriais, inovação na embalagem e produtos. E como uma formiguinha doceira, Simone não para! Já ingressou em outro programa oferecido pelo Sebrae – Terra Nossa Alimentos e Bebidas, que orienta sobre acesso a novos mercados, na expectativa de que suas cocadas sejam conhecidas e vendidas para toda a região. “Mais que ver o crescimento da empresa, espero que meus filhos continuem sonhando, acreditando e se aventurando nesse mundo ao mesmo tempo mágico e real do empreendedorismo!” diz Simone, com a alegria de quem buscou melhores oportunidades de vida.



Produção cercada de cuidado e carinho



Produto aprovado por quem entende do assunto



NADA CONVENCIONAL ALIMENTOS ARTESANAIS

Alimentar a saúde com qualidade e amor

40

Escritório Regional
AGÊNCIA SERRANA II

NADA CONVENCIONAL ALIMENTOS ARTESANAIS

por Tássia da Rocha Rosa

Luciana e André Monsores têm em comum o gosto pela alimentação saudável e o sabor artesanal. Em abril de 2014, em viagem ao Peru, o casal se encantou com os chips de banana, conhecida por lá como *patacones* (fatia grossa de banana da terra) e *chifles* (banana verde em fatias finas)*. De volta a Petrópolis, nem imaginavam que aquele encanto se transformaria em uma oportunidade de negócio dois anos depois. Mas para crescer, precisavam se estruturar.

Yes, nós temos banana

Em 2015, Luciana desenvolveu uma linha de salgados sem glúten. Incentivados por amigos que aprovaram seus quitutes, decidiram participar de uma feira de cervejas artesanais em Petrópolis, e criaram o nome Nada Convencional (*"já que você é diferente do convencional, você é nada convencional"*). Se o tempo estava ótimo para a tempestade de ideias, o casal não previa que um fenômeno atmosférico também iria marcar a sua história naquele período: a feira foi atrapalhada por muita chuva e as vendas foram bem abaixo da expectativa. Muito desanimados, somente em julho de 2016 decidiram participar de um novo evento, desta vez um festival no interior de Petrópolis. Assim, ao buscar alguns insumos para as receitas, avistaram um enorme cacho de bananas verdes e Luciana teve um *insight*: faria a iguaria que conheceu no Peru. E assim criou a banana chips frita em óleo de algodão - o sucesso de vendas do festival!



O casal Luciana e André, desenvolvendo seus produtos

Em 2017, Luciana se formalizou como MEI, com objetivo de distribuir os produtos em pontos de venda, tendo o *business to business (B2B)* como modelo de negócio. André e Luciana acreditavam que para ter uma empresa rentável era necessário um vasto mix de produtos diferenciados e focados em seu principal objetivo - produtos sem glúten - desenvolveram uma linha de salgados, geleias e chips de banana. Contudo, a lucratividade não era visível, tampouco real. Perceberam então que, para crescer, precisavam de ajuda na gestão.

(*) Sobre patacones e chifles: <https://www.laylita.com/receitas/patacoes-tostones-patacones/>

Receita de crescimento

O casal misturava com frequência as contas da empresa com as contas pessoais, não sabendo ao certo a rentabilidade da empresa. Buscaram o Sebrae e tiveram consultorias coletivas e individuais de gestão, nos temas de marketing, gestão financeira e gestão de pessoas, por meio de um projeto de fortalecimento da panificação e confeitaria na Região Serrana. Mais seguros, decidiram focar em uma matéria-prima que subsidiasse outros produtos, tornando a banana chips o centro de toda a produção.

Por meio do Sebraetec realizaram um novo desenho dos rótulos (que já atendiam as recomendações da Anvisa) para tornar os produtos mais atrativos nas prateleiras.



Chips de banana num ponto de venda na região serrana

“Não existe crise para quem quer empreender”

Em 2019, a Nada Convencional migrou da categoria MEI para Microempresa. Da cozinha industrial de 20m² construída no terreno da casa onde residem, André e Luciana estão de mudança para um galpão de 200m² no qual produzirão os chips de banana (doce e salgada), a farinha de banana verde, o *brownie* feito com esta farinha (xodô da Luciana) e o fubá artesanal de milho, que compõem o novo mix de produtos.

O casal estuda novas frentes para o seu negócio: transformar as sobras dos alimentos e cereais processados em adubo e se inserirem fortemente no segmento gluten free. E ensinam o ponto certo do diferencial da empresa: “Se planeje e não tenha medo. Seja nada convencional”.



Linha de produtos nada convencional: farinha de banana verde, fubá artesanal e o famoso chips de banana



Facebook: [@nconvencional](#)
Instagram: [@nconvencional](#)



PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO

Qualidade chama quantidade

41

Escritório Regional
SERRANA II

PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO

por Tássia da Rocha Rosa

A empresária Elisângela Scarcel – a Elis – iniciou a vida profissional como vendedora de planos de saúde e assinatura de revistas em estacionamentos de supermercado e no aeroporto de Porto Alegre. Em 2005, ao se mudar para Teresópolis com a família, viu sua enorme paixão por vendas como alternativa profissional. Os negócios foram se expandindo, mas sem planejamento decisões difíceis tiveram que ser tomadas.



A empresária Elisângela Scarcel

Fome de vendas

Elis era uma vendedora nata. Ao chegar na nova cidade, começou a vender polpas de frutas aos lojistas, de porta em porta. Insatisfeita com o faturamento, começou também a vender pão de queijo congelado. Em 2009, Elis viu que seria mais rentável trabalhar exclusivamente com a iguaria mineira e abriu uma distribuidora com um sócio. A partir de 2010 a empresa passou por algumas mudanças - a sociedade foi dissolvida e de distribuidora passou a ser ponto de venda. Assim, no mesmo ano, surgiu o primeiro quiosque Pão de Queijo do Estacionamento, no centro da cidade. E o crescimento foi rápido como fermento na massa: apenas alguns meses depois, dois pontos de vendas foram inaugurados no mesmo bairro.

Ao perceber que as vendas estavam em queda e o capital de giro 'no vermelho', em novembro de 2011 Elis procurou o atendimento no Sebrae e por meio de uma consultoria, realizou um diagnóstico empresarial. Neste, o consultor identificou que ter um quiosque e mais dois pontos de venda em um mesmo raio de quilometragem tinha criado uma competição predatória entre os três, o que levaria ao canibalismo* das unidades. Recomendou que as duas menos rentáveis fossem fechadas, pois o custo tinha sido triplicado e o público se dividido entre os três pontos. Elis percebeu que a expansão foi realizada sem planejamento estratégico e deveria agir rápido para evitar a falência de seu negócio.

(*) Conceito de competição predatória/canibalismo:

<https://exame.com/pme/as-franquias-mais-e-menos-quentes-para-investir-em-2018/>

Pão de queijo no Brasil: https://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A3o_de_queijo

Minas Gerais – ciclo mineração - surgimento do pão de queijo: https://www.portaldoqueijo.com.br/noticias_queijos/2017/08/17/para-comemorar-a-deliciosa-historia-do-pao-de-queijo/

Não tem que estar bom, tem que estar ótimo!

Após a consultoria, a empresária manteve apenas o primeiro ponto e fez mudanças no layout, disponibilizando cadeiras para os clientes esperarem confortavelmente até sentirem o cheirinho dos pães de queijo saindo do forno. Ideia simples mas que valorizou um dos trunfos de seu produto - ser produzido na medida para se manterem fresquinhos. Em 2015 foi aberto o segundo quiosque, dentro de um grande supermercado de Teresópolis. Em maio de 2017, Elis cursou o Seminário Empretec e aprendeu a ser 'mais empresária e menos intuitiva' na tomada de decisões. Estruturou a gestão empresa e se capacitou por meio das Oficinas Pratique Abordagem em Vendas, Atendimento e Gestão do Tempo. No curso Marketing Na Medida aprendeu a fazer um plano de marketing correto e até inovou com pequenos sacos para acondicionamento dos pães de queijo: já que o seu público é o passageiro, nada melhor que usar a embalagem como forma de divulgação da marca.



Peça publicitária

Uma pitada de sonho

Uma parceria com a rede de supermercado (onde está o segundo quiosque) abriu portas para a inauguração do terceiro quiosque na cidade de Petrópolis, em maio de 2019. Elis agora tem planos ambiciosos: quer industrializar sua criação de capuccino que os clientes adoram levar com o pão de queijo quentinho. Para quem está começando, a empreendedora dá uma dica: "faça o que pode com os recursos que possui". A julgar pelo sucesso do Pão de Queijo do Estacionamento, essa receita deu certo.



Pão de queijo quentinho a toda hora

Crédito: Digitativa



1º Quiosque – Avenida Delfim Moreira, Várzea (Teresópolis) | Elis e as funcionárias Isabela e Débora Carolina



2º Quiosque - Hipermercado Extra, Várzea (Teresópolis) | Elis e as funcionárias Valéria Therezinha e Daiana - trabalho de equipe há uma década neste quiosque



3º Quiosque – Hipermercado Extra, Itaipava (Petrópolis) | Elis e as funcionárias Daiana e Letícia

PS CELULAR

Linha direta com ações empreendedoras

42

Escritório Regional
AGÊNCIA SERRANA II

PS CELULAR

por Tássia da Rocha Rosa

Leonel Bastos começou a empreender com apenas 18 anos, no ano de 2000, ao observar o irmão que consertava celulares. Estes aparelhos começavam a se popularizar no Brasil e mesmo com todos os percalços de uma nova tecnologia, Leonel avistou longe e desceu a serra de Teresópolis para se especializar em um curso técnico no Rio de Janeiro. A competência de seus serviços foi atestada pelo mercado mas em 2016, quase desistiu. Como vencer a crise econômica e manter o seu negócio?

‘Feito dominó’

Em 2001, Leonel e o irmão alugaram uma loja onde até hoje funciona a empresa e o saudoso padrao Naná sugeriu o nome: “Pronto socorro do celular”. Até 2003, a loja faturava e tudo ia bem quando sofreu o primeiro baque: o furto dos celulares guardados para conserto. Leonel reverteu a situação junto aos clientes e continuou, junto com o irmão. Após quatro anos, sofreu outro furto, com prejuízo menor. Nesta ocasião, já trabalhando sozinho, decidiu investir em segurança e adaptações nas janelas, a fim de evitar novas perdas. Com as questões de segurança da loja providenciadas, voltou sua atenção para melhorar continuamente a qualidade dos serviços. Em 2010, com o surgimento da categoria empresarial MEI, se formalizou, dando total atenção ao laboratório de



Crédito: Daniel Costa

O empresário Leonel, feliz com a nova realidade da empresa

consertos e manutenção. Os anos seguintes também não foram fáceis: em 2011, devido ao desastre natural pelo qual a região passou, a empresa sofreu forte queda no volume de atendimento e, a partir de 2015, a crise econômica (estadual e municipal) atrasou o salário dos funcionários públicos e o dinheiro parou de circular no município, causando um ‘feito dominó’.

A venda de peças para o conserto dos celulares parecia uma boa alternativa para gerar receita. Assim, Leonel começou a investir numa maior variedade de peças e negociá-las na loja física e num marketplace. No entanto, aprendeu na prática que estoque cheio é sinal de dinheiro parado e fator-chave para prejuízo. Além disso, ele não fazia gestão financeira: as contas da empresa e as contas pessoais eram misturadas e o faturamento só diminuía.

Popularidade do celular no Brasil: https://pt.wikipedia.org/wiki/Telefone_celular#No_Brasil

Decisão e persistência

Em 2016, pensou novamente em desistir da loja por não enxergar como poderia reverter a situação. Persistiu com o apoio de amigos e assim dois anos se passaram até que, em 2018, procurou o atendimento do Sebrae. Após participar do Seminário Empretec, Leonel vislumbrou novas oportunidades e tomou decisões para sair da crise. Inovou no *layout* da loja, abreviou a marca para *PS Celular* para uma comunicação mais direta com o cliente e adquiriu um software para auxílio no fluxo de caixa e ordem de serviço.



Crédito: Daniel Costa

O empresário Leonel, feliz com a nova realidade da empresa

Trabalho duro e reconhecimento

“Eu tinha que fazer a loja se reerguer!”, conta. Leonel decidiu então que a melhor hora para se capacitar seria justamente quando tudo parecia estar dando errado. Há quase 20 anos neste negócio, o mercado local reconheceu suas iniciativas. Após meses de muito trabalho dobrado, o microempresário vê a PS Celular voltar ao crescimento, com planos de expansão e geração de emprego.



Crédito: Daniel Costa

Assistência técnica qualificada





PERFIL DOS AUTORES



ER BAIXADA FLUMINENSE I



BUNKER

CAMILA DUTRA é graduada em Administração, com MBA em Planejamento e Gestão Estratégica. No Sebrae desde 2014, atua como analista no Escritório Regional Baixada Fluminense I como Orientadora de Negócios e Gestora do Projeto de Gastronomia e Panificação. Camila escolheu este caso como exemplo de reinvenção de um negócio e pela fome de crescimento dos sócios.



COLORMARC

EDMILSON GONÇALVES DE MENDONÇA é graduado em Direito e pós-graduado em Gestão de projetos. No Sebrae desde 2011, atua no Escritório Regional Baixada Fluminense I como gestor regional do Programa de encadeamento produtivo Condor/Sebrae, gestor regional do projeto PAIS Caruanas da Danone/Sebrae, gestor regional de Construção Civil. Edmilson escolheu este caso pois representa o sucesso obtido com a implantação das metodologias de Lean Manufacturing e Kanban.



TATIANE HAIR DESIGN

GLÁUCIA BEZERRA MUNIZ é graduada em Administração e pós-graduada em Marketing e vendas. No Sebrae desde 2014, atua no Escritório Regional Baixada Fluminense I como orientadora de negócios e gestora regional de projetos. Gláucia escolheu este caso pela excelência em Gestão de pessoas.

ER BAIXADA FLUMINENSE II

BOTECO DO TEIXEIRA



UELITON ALMEIDA DE MACEDO é graduado em Administração, com especialização em Gestão de projetos e pós-graduado em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde o ano 2000, atua no Escritório Regional Baixada Fluminense II (Caxias) com os setores de Gastronomia, Petróleo e Gás e transportes. Ueliton escolheu escrever este caso para inspirar muitas empresas que também enfrentam altos e baixos devido à crise econômica a continuar lutando e buscando novas soluções.

SRA TAYRONE DOCES FINOS



ANA BEATRIZ GOMES DE SOUZA PRADO é graduada em Turismo e pós-graduada em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2013, atua no Escritório Regional Baixada Fluminense II (Caxias) como interlocutora do Sebraetec. Ana escolheu este caso pela representatividade do setor de alimentação fora do lar em sua região e por inspirar e motivar pequenos empresários em suas trajetórias de crescimento.

PLASTICOR



CAROLINE LOPES RODRIGUES é graduada em Administração e pós-graduada em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2015, atua no Escritório Regional Baixada Fluminense II (Caxias) como gestora local do município de Magé, nos projetos Biostarup, Educação Empreendedora Universidades, Soluções Avançadas (Sebrae Mais) e Sebrae Saúde. Caroline escolheu este caso pois a UFRJ Campus Caxias, mais conhecida como Polo Xerém, é atualmente um polo avançado de tecnologia e poderá vir a se tornar referência no setor de bioeconomia e trazer mais casos como a Plasticor para a região.

BASTOS JURIS



JAQUELINE LOPES SOARES BAPTISTA é graduada em Administração e pós-graduada em Gestão de projetos de arranjos produtivos locais. No Sebrae desde 2003, atua no Escritório Regional Centro Sul como articuladora do Empretec e também nos projetos de tecnologia, moda, consultoria empresarial, Sebraetec, grandes eventos e missões empresariais. Jaqueline escolheu este caso pela guinada realizada pelo empresário a partir do Sebraetec, solucionando vários problemas na empresa e tornando-a muito mais lucrativa, inclusive com a abertura de novos negócios.

CONSULTORIA CELSO JACOB



CARIME BALTAR ELMOR é formada em engenharia de produção, atua no Sebrae desde 2018, no Escritório Regional Centro Sul, na cidade de Três Rios. Interlocutora do projeto de Encadeamento produtivo Multiâncora, escolheu este caso também pelo engajamento do cliente às atividades do Sebrae, mas principalmente pelo alto desempenho apresentado.

ULTRAX PACK



LUIS FILIPE SILVA SALGADO é graduado em Administração de empresas com especialização em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2010, atua no Escritório Regional Centro Sul como interlocutor do programa SebraeTec e gestor do projeto Sebrae na Mesa. Luis Filipe escreveu sobre a Ultrax como exemplo de inovação na percepção de oportunidades em um novo nicho de mercado.

ABADE



TUANE DA SILVA RODRIGUES é graduada em Psicologia, com MBA em Gestão empresarial e MBA em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2014, atua no Escritório Regional Costa Verde como gestora regional de projetos e atendimento presencial aos empresários. Tuane escolheu este caso por ser a primeira pequena empresa certificada pela ISO9001 em sua região e, por meio dele, incentivar outras empresas a buscar a qualidade.

ANGRA OCEAN



ANDRIÉLE MAIA é graduada em Administração. No Sebrae desde 2014, atua no Escritório Regional Costa Verde no atendimento e como gestora de projetos de turismo, gastronomia, diferenciação da produção aquícola da Costa Verde (Maricultura) e bairro Empreendedor. Andriéle escolheu este caso por demonstrar os impactos da liderança nos resultados de uma empresa.

POUSADA DO PRÍNCIPE



JAQUELINE TEIXEIRA NETO é graduada em biologia, com MBA em Gestão de pequenos negócios e MBA em Gestão comercial. No Sebrae desde 2013, atua como analista no Escritório Regional Costa Verde no atendimento e gestão de projetos. Jaqueline escolheu este caso pelos resultados efetivos na empresa, com melhorias dos processos, aplicações de ferramentas e aumento de faturamento.

ER LESTE FLUMINENSE



DENT+, JOY RIO, WANDER BOX

DAYANE CASTRO MACEDO é graduada em Pedagogia, pós-graduada em Gestão de RH com MBA em Gestão de projetos e especialização como Analista de Negócio. No Sebrae desde 2011, atua no Escritório Regional Leste Fluminense orientando as MPE nas áreas de planejamento, marketing, mapeamento de processos, empreendedorismo e inovação. É interlocutora regional do Programa de Soluções Avançadas e ministra palestra e oficinas a microempreendedores individuais da região. Dayane escreveu sobre a Joy Rio pelo comportamento empreendedor, trajetória de superação e relevância do Sebrae desde a criação da empresa. Sobre a Dent+ pelo engajamento do empresário e o desenvolvimento exponencial de sua empresa após as capacitações em gestão. E em conjunto com sua equipe, sobre a Wander Box pela inovação, parceria e reestruturação da empresa após forte abalo da crise econômica em seu segmento.

ER MEDIO PARAÍBA



CASA DO BUBI, LUG'S GOURMET, RKP

JÚLIA ALMEIDA CORRÊA é graduada em Publicidade e Propaganda, com MBA em Marketing empresarial e Gestão de pequenos negócios e graduanda em Teologia. No Sebrae desde 2012, atua no Escritório Regional Médio Paraíba como gestora de programas avançados e do Empretec, além do atendimento aos clientes dos setores varejo e indústria. Julia escreveu sobre a Casa do Bubi pela transformação que a empresa viveu, pautada num planejamento sólido e com conhecimento de mercado, conseguindo assim reposicionar a empresa em seu mercado. Sobre o Lug's Gourmet pela temática da gestão familiar, e pela história de superação e gerenciamento, capazes de reposicionar a empresa em seu mercado. E sobre a RKP pela transformação que a empresa viveu, pautada num planejamento sólido e com conhecimento de mercado, conseguindo assim se reposicionar em seu mercado.

ER NOROESTE



ALVES E ANDRADE, CAFÉ IRANITA, L' AQUA

PEDRO BITTENCOURT BRAVO é graduado em Engenharia de produção, Gestão de projetos e Especialista em gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2013, atua no ER Noroeste como gestor das ações de artesanato da região e também no atendimento e coordenação de treinamentos, consultorias e palestras. Pedro escreveu sobre a Alves e Andrade por considerá-la um exemplo de inovação em busca do aumento de eficiência e produtividade no setor de rochas ornamentais. Sobre o Café Iranita por ser um exemplo de uso de tecnologia de baixo custo nos processos, com resultados quantitativos e qualitativos. E sobre a L' aqua pelo exemplo de otimização na gestão organizacional, com êxito tanto na gestão da produção como na esfera gerencial.

ER NORTE



EMAPX, VERDE FOLHA, MD LOGÍSTICA

FABRÍNIO PEÇANHA GIOFFI LUIZ é formado em Administração, pós-graduado em Gerenciamento de projetos e em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2013, atua no Escritório Regional Norte como orientador de negócios e é responsável pelo Seminário Empretec em sua região. Fabrínio escreveu sobre o caso Emapx por abordar uma das primeiras startups desenvolvidas em Campos dos Goytacazes e pela participação ativa do empresário nas soluções da instituição. Sobre a MD Logística pelo pioneirismo em adotar o design de serviços como solução para inovar e também pelas soluções encontradas, graças aos relatos de Kelly Avila, analista responsável pelo atendimento à empresa no Sebrae em Macaé. Sobre a Verde Folha, pelo pioneirismo da empresa na aplicação da metodologia Lean e pelos resultados significativos, além da participação ativa da empresária junto às ações da instituição, acompanhada por Jessica Rangel, responsável pelo atendimento à empresa.

ER REGIÃO DOS LAGOS



AUTOMOTINTAS, SUPERAÇÃO E Q'ART

SUELLEN ANÁLIA DA COSTA é graduada em Publicidade e propaganda e pós-graduada em Gestão empresarial e Marketing. No Sebrae desde 2010, atuou no Escritório Regional Região dos Lagos com atendimento ao cliente e suporte a projetos de gestão. Suellen escreveu sobre a Automotintas pelo comprometimento do empresário em levar adiante o negócio, após o rompimento da sociedade e também perspicácia quanto ao potencial da empresa com a divisão do negócio. Sobre a Q'art por ser um exemplo de inovação numa região tão pequena e pelo perfil da empreendedora, sempre em movimento e em busca de conhecimento para levar novos conceitos às suas peças. E sobre a Superação, tanto pela história da empresária quanto pela satisfação em acompanhar o crescimento da academia ao longo de todos esses anos.



HOOT CUEQUERIA

RENATA MARIA BESSA RESPEITA é graduada em Produção cultural, com MBA em Gestão cultural. No Sebrae desde 2012, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro I (Centro) no atendimento aos clientes com ações setoriais de moda na indústria, comércio e serviços, e é interlocutora nos projetos Sebraetec da região. Renata escolheu este caso pela reinvenção de um artigo pouco valorizado e pela trajetória deste empreendedor, que conseguiu construir uma empresa atuante e movimentar a economia do Estado.



STEFFEN PROFESSIONAL CLEANING

AUXILIADORA MARIA PEREIRA ITAPARY é graduada em Desenho industrial, em Design estratégico e pós-graduada em Design de moda e consumo. No Sebrae desde 2001, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro I (Centro) com orientações, vendas e eventos de consultorias tecnológicas e soluções do Sebraetec. Aparecida escolheu este caso pois a empresa passou por vários cenários econômicos desde 1960 e construiu uma história de relevância para um setor pouco trabalhado, se tornando uma das principais empresas neste segmento no Estado.



VET YPIRANGA

EWERTTON MARTINS S. MARRAFA é graduado em Marketing com MBA em Gestão empresarial e Gestão da qualidade. Atuou no Sebrae no Escritório Regional Rio de Janeiro I (Centro) no atendimento aos clientes. Ewertton escolheu este caso pois, para além de ser uma história de sucesso, a empresa atua num segmento que segue em constante crescimento, avesso às crises econômicas - o mercado Pet.

INOVE SORRISOS



CAIO MONIZ ALMEIDA é graduado em Administração de empresas, com MBA em Gestão empresarial. No Sebrae desde 2016, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro II (Barra) no atendimento aos clientes na aplicação de diagnósticos empresariais, palestras, oficinas e cursos e é gestor de Consultoria empresarial do Sebraetec e de projetos setoriais em sua região. Caio escolheu este caso pelo histórico de parceria do cliente com o Sebrae.

ISSAÊ SUCOS



KAREN VIANNA é graduada em Administração de empresas e pós-graduanda em Comunicação e marketing em mídias digitais. No Sebrae desde 2016, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro II (Barra) no atendimento e em soluções educacionais para os clientes desta região. Karen escolheu este caso pelo reconhecimento do empresário quanto à efetividade da orientação do Sebrae.

MY LOVIN CAKES



AMANDA SIQUEIRA LIMA é graduada em Administração e pós-graduanda em Gestão de pessoas. No Sebrae desde 2018, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro II (Barra) como orientadora de negócios. Amanda escolheu este caso por retratar a transformação de uma empresária 'daquelas que arrastam multidões e faz as pessoas acreditarem em seus sonhos'.

JUSSARA COIFFEUR



SOLANGE CAMARGO é graduada em Direito e pós-graduada em Políticas públicas. No Sebrae desde 1999, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro III (Norte) como gestora de projetos dos setores de beleza e autopeças, além de articuladora das entidades institucionais e parceiras. Solange escolheu este caso pela trajetória da empresária, competente e inovadora, 'daquelas que fazem do limão uma limonada'.

MAINÔ SISTEMAS



NAÍRA CANSANÇÃO SILVA é graduada em Turismo. No Sebrae desde 2014, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro III (Norte) como gestora do Empretec e do Projeto Invest Turismo Madureira, interlocutora de atendimento digital e do Sebraetec. Náira escolheu este caso pois dificilmente o empresário reconhece a importância da gestão de pessoas e retenção de talentos e neste caso, foi fator determinante para o seu sucesso.

NONNA LINA SORVETERIA



GLÁUCIA MARTINS ROCHA é graduada em Direito e pós-graduada em Gestão de projetos. No Sebrae desde 2010, atua no Escritório Regional Rio de Janeiro III como gestora dos projetos Sebrae Delas, Sorvetes Artesanais, Panificação, Moda e Sebrae Mais. Gláucia escolheu este caso pela trajetória inspiradora e pela superação e conquistas da empresária.

ER SERRANA I



AURORA MODAS

RAFANE DE PAULA SILVA é graduada em Administração de Empresas e pós-graduanda em Gestão de Pequenos Negócios. No Sebrae desde 2013, atua no Escritório Regional Serrana I como gestora de projetos de moda. Rafane escolheu este caso por ver os empresários, cheios de energia, construírem passo a passo um sonho com dedicação, trabalho e comprometimento.



FÓRMULA EXATA

JULIANA NORONHA é graduada em Administração de empresas, com MBAs em Marketing, Gestão empresarial e Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2014, atua no Escritório Regional Serrana I como gestora de projetos do setor de alimentos e bebidas, além de prestar orientação empresarial e sobre o Sebraetec. Juliana escolheu este caso para possibilitar que outros empresários se inspirem nos resultados obtidos pela empresa e vejam que, em alguns casos, fechar uma unidade pode ser a melhor saída.



SIMONE DOCES

RAQUEL MATTOS STUMM é graduada em Administração de empresas, com especialização em Inovação e difusão tecnológica. No Sebrae desde 1995, atua no Escritório Regional Serrana I no atendimento aos empresários e Prefeituras da região, em prol da manutenção e operacionalização da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, e neste contexto com o Programa JEPP – Jovens Empreendedores – Primeiros Passos. Raquel escolheu este caso por ver crianças trabalhando o empreendedorismo de forma lúdica, sonhando e transbordando seus conhecimentos e pelas perspectivas de melhores momentos às suas famílias.

ER SERRANA II



NADA CONVENCIONAL,
PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO, PS CELULAR

TÁSSIA DA ROCHA ROSA é advogada especialista em Direito processual civil com MBA em Gestão de pequenos negócios. No Sebrae desde 2013, atua no Escritório Regional Teresópolis diretamente no atendimento aos empreendedores e empresários. Juntamente com a equipe Serrana II, escreveu sobre a Nada Convencional pelo crescimento significativo da empresa, migrando do porte de MEI para ME em apenas dois anos de existência. Sobre o Pão de Queijo do Estacionamento por retratar bem o setor de alimentação fora do lar situado em quiosques, modelo de negócio que está em constante crescimento. E sobre a PS Celular pois o empresário sobreviveu à crise a partir da relevância do aprendizado durante o Seminário Empretec.

ÍNDICE REMISSIVO TEMÁTICO





Encontre aqui a história de sucesso que deseja, de acordo com a(s) temática(s) abordada(s) no caso, tendo em vista o dilema e/ou a solução empresarial.

COOPERAÇÃO

3 TATIANE MACHADO HAIR DESIGN - Equipe unida: lição que se aprende em casa.....	17
(Ambientes colaborativos)	
4 BOTECO DO TEIXEIRA - Reinventando para sobreviver	21
(Ambientes colaborativos)	

EMPREENDEDORISMO

6 SENHORA TAYRONE - O doce sabor de uma nova chance	29
(Busca de oportunidades e iniciativa)	
8 ULTRAX PACK - Foco nas pequenas empresas para ganho de mercado.....	37
(Busca de oportunidades e iniciativa)	
12 POUSADA DO PRÍNCIPE - Resultados reais com a metodologia lean	53
(Exigência de qualidade e eficiência Comprometimento Busca de oportunidades e iniciativa)	
13 DENT+ - Mindset empreendedor como estratégia de transformação.....	57
(Planejamento e monitoramento sistemáticos Busca de informações)	
22 EMAPX SYSTEMS - Empreendendo uma startup no interior do estado	93
(Correr riscos calculados)	
26 Q'ART FITNESS - Sempre em movimento.....	109
(Busca de oportunidades e iniciativa)	
31 INOVE SORRISO - Expansão de sorrisos e saúde	129
(Busca de oportunidades e iniciativa Comprometimento Busca de informações)	
36 SORVETES NONNA LINA - Gostinho de superação	149
(Busca de oportunidades e iniciativa Busca de informações)	
39 SIMONE DOCES - O doce despertar do empreendedorismo.....	161
(Busca de oportunidades e iniciativa Formalização)	
41 PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO - Qualidade chama quantidade	169
(Busca de informações)	
42 PS CELULAR - Linha direta com ações empreendedoras	173
(Busca de informações)	

FINANÇAS

1 BUNKER HAMBURGUERIA ARTESANAL - Do desafio ao sucesso.....	9
(Técnicas e ferramentas para gestão financeira Capacitação em Gestão financeira)	
17 LUG'S ALL TIME GOURMET - A gestão financeira como ingrediente para o desenvolvimento.....	73
(Técnicas e ferramentas para gestão financeira Capacitação em Gestão financeira)	
29 STEFFEN PROFESSIONAL CLEANING - Virando o jogo.....	121
(Técnicas e ferramentas para gestão financeira)	
32 ISSAÊ SUCOS - Planejamento e sabor na zona oeste.....	133
(Capacitação em gestão financeira)	

INOVAÇÃO

5 PLASTICOR - A cor da inovação.....	25
(Iniciativa sustentável Melhoria de produto)	
14 JOY RIO TURISMO DE EXPERIÊNCIA - Visão empreendedora para diferenciação.....	61
(Diferenciação da concorrência)	
19 PEDRAS DECORATIVAS ALVES E ANDRADE - Inovar ou virar pó.....	81
(Melhoria de produto e processo)	
20 CAFÉ IRANITA - Sabor de qualidade.....	85
(Melhoria de produto e de processo Diferenciação da concorrência)	
28 HOOT CUEQUERIA - Um novo olhar para a cueca samba-canção.....	117
(Relacionamento com cliente Melhoria de serviço Diferenciação da concorrência)	
29 STEFFEN PROFESSIONAL CLEANING - Virando o jogo.....	121
(Melhoria de processo Diferenciação da concorrência)	
30 VET YPIRANGA - Expansão e consolidação no mercado pet.....	125
(Melhoria de serviço Diferenciação da concorrência)	
38 FÓRMULA EXATA - Inovação na medida certa!.....	157
(Melhoria de processo)	
40 NADA CONVENCIONAL ALIMENTOS ARTESANAIS - Alimentar a saúde com qualidade e amor.....	165
(Melhoria em layout ou design)	

LEIS E NORMAS

9 CONSULTORIA CELSO JACOB & ASSOCIADOS - A busca pela excelência em consultoria contábil.....	41
(Certificação)	
10 ABADE CONSTRUÇÕES - A qualidade como diferencial competitivo para o mercado.....	45
(Norma ISO)	

MERCADO

8 ULTRAX PACK - Foco nas pequenas empresas para ganho de mercado.....	37
(Análise de tendência de mercado)	
15 WANDER BOX - Parceria para reestruturação.....	65
(Análise de tendência de mercado)	
18 RKP SERVIÇOS METROLÓGICOS - Objetivos claros para crescer continuamente.....	77
(Técnicas, estratégias e políticas de vendas)	
23 MD LOGÍSTICA - Seguindo o caminho da inovação em serviços.....	97
(Técnicas, estratégias e políticas de venda)	
28 HOOT CUEQUERIA - Um novo olhar para a cueca samba-canção.....	117
(Pesquisa de mercado)	
30 VET YPIRANGA - Expansão e consolidação no mercado pet.....	125
(Relacionamento com o cliente)	
36 SORVETES NONNA LINA - Gostinho de superação.....	149
(Feiras e eventos)	
37 AURORA MODA FEMININA - Bom atendimento ao cliente nunca sai de moda.....	153
(Técnicas, estratégias e políticas de venda Relacionamento com cliente)	
40 NADA CONVENCIONAL ALIMENTOS ARTESANAIS - Alimentar a saúde com qualidade e amor.....	165
(Técnicas, estratégias e políticas de venda)	
41 PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO - Qualidade chama quantidade.....	169
(Análise de tendência de mercado)	

ORGANIZAÇÃO

2 COLORMARC SERVIÇOS GRÁFICOS - Além da evolução gráfica.....	13
(Eficiência e eficácia de produção Rotina de trabalho Estratégia do processo de produção Gestão do fluxo produtivo)	
7 BASTOS JURIS CONSULTORIA JURÍDICA - Credibilidade e gestão de processos.....	33
(Gestão de fluxo produtivo)	
15 WANDER BOX - Parceria para reestruturação.....	65
(Gestão do fluxo produtivo)	
21 L'AQUA - Bebendo na fonte da gestão.....	89
(Eficiência e eficácia de produção Estratégias de processo de produção)	
24 VERDE FOLHA FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO - A fórmula secreta: gestão enxuta e melhoria contínua.....	101
(Eficiência e eficácia de produção)	
29 STEFFEN PROFESSIONAL CLEANING - Virando o jogo.....	121
(Padronização de processo)	

PESSOAS

3 TATIANE MACHADO HAIR DESIGN - Equipe unida: lição que se aprende em casa.....	17
(Cultura e clima organizacional)	
7 BASTOS JURIS CONSULTORIA JURÍDICA - Credibilidade e gestão de processos.....	33
(Retenção e gestão de conhecimento)	
9 CONSULTORIA CELSO JACOB & ASSOCIADOS - A busca pela excelência em consultoria contábil.....	41
(Treinamento e desenvolvimento de pessoas)	
11 ANGRA OCEAN - Liderar é inspirar pessoas.....	49
(Gestão de conflitos Capacitação do empresário em gestão de pessoas)	
16 CASA DO BUBI - Gestão de pessoas como fator chave de sucesso.....	69
(Captação e retenção e talentos Treinamento e desenvolvimento de pessoas Capacitação do empresário em gestão de pessoas)	
17 LUG'S ALL TIME GOURMET - A gestão financeira como ingrediente para o desenvolvimento.....	73
(Líder Coach)	
35 MAINÔ SISTEMAS - Gestão de talentos.....	145
(Treinamento e desenvolvimento de pessoas Capacitação e retenção de talentos Retenção e gestão de conhecimento)	

PLANEJAMENTO

18 RKP SERVIÇOS METROLÓGICOS - Objetivos claros para crescer continuamente.....77 (Inteligência competitiva)	77
25 AUTOMOTINTAS - Muito além da venda de tintas..... 105 (Pesquisa de mercado, de fornecedor e de cliente)	105
27 ACADEMIA SUPERAÇÃO WELLNESS CENTER - A importância de crescer com controle.... 113 (Análise SWOT/FOFA)	113
33 MY LOVIN CAKE - Com açúcar, com afeto..... 137 (Plano de negócios)	137
34 JUSSARA COIFFEUR E BOUTIQUE - A beleza do planejamento 141 (Diagnóstico empresarial)	141
41 PÃO DE QUEIJO DO ESTACIONAMENTO - Qualidade chama quantidade 169 (Diagnóstico empresarial)	169



Anotações



Anotações



Anotações





www.sebraerj.com.br

0800 570 0800

The logo for SEBRAE, featuring the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. Above the letters "E", "B", and "R" are three horizontal white bars of varying lengths, creating a stylized graphic element.

SEBRAE

www.sebraerj.com.br | 0800 570 0800

 /sebraerj

 /sebraerj

ISBN: 978-65-5818-008-1



CBL

9 786558 180081