

# 50 Novas Franquias de R\$ 5 mil a R\$ 1 milhão

PEQUENAS www.globo.com/pegn  
**Empresas**  
& GRANDES  
**Negócios**

**MEU MODELO É...**  
HAVAIANAS,  
THE BODY SHOP...  
**HISTÓRIAS DE**  
GIGANTES QUE  
INSPIRAM AS  
PEQUENAS

» **SOLUÇÕES**  
SIMPLES PARA  
AJUDÁ-LO A  
SAIR DO  
VERMELHO

## COMO DESCOBRIR O NEGÓCIO PERFEITO PARA VOCÊ

**Saiba o que combina com a  
sua personalidade e conheça  
o exemplo de quem:**

- Fez carreira solo depois da demissão
- Transformou estilo de vida em lucro
- Quebrou, mas ganhou uma nova chance

**+  
TESTE**

**Encontre sua verdadeira  
vocação empreendedora**

**Mitos e Verdades  
sobre a arte de ser patrão**



» **CÁSSIO PORTO ADRI,**  
em um dos 90 galpões da sua  
empresa de logística, a **Art  
Services:** sua personalidade  
pró-ativa o ajudou a passar de  
empregado a empreendedor



EDITORA  
GLOBO

MARÇO 2009 | Nº 242 | R\$ 8,90



# COMO DESCOBRIR O NEGÓCIO PERFEITO PARA VOCÊ

Equilibrar afinidades e habilidades técnicas é um dos caminhos para se **chegar ao sucesso nos negócios**. Por isso, a ordem é levar em conta a própria personalidade antes de fazer qualquer escolha

Por **Katia Simões** Fotos **Omar Paixão** Ilustração **Pepe Casals**



Cássio Porto  
Adri, sócio da Art  
Services: "A meta  
é faturar R\$ 80  
milhões em 2009"

## REALÍSTICO-GERENCIAL

DE EMPREGADO A **PATRÃO**

**C**ássio Porto Adri tinha pouco mais de 19 anos quando chegou à Nestlé como estagiário. Construiu sua carreira por nove anos, dedicando-se basicamente às áreas de planejamento logístico e ações promocionais para o varejo. “Foi uma grande escola. Empresas desse porte permitem que os funcionários transitem por várias áreas, ampliem seus conhecimentos e treinem o olhar para enxergar as brechas deixadas pela concorrência”, afirma. Foi graças ao olhar treinado para ler nas entrelinhas as demandas do mercado, que ele notou a falta de uma empresa especializada no gerenciamento de materiais promocionais no ponto-de-venda. Ideia que mais tarde se transformaria na Art Services, operadora de materiais promocionais, aberta em sociedade com o amigo Reinaldo Rodrigues Júnior.

“Fui amadurecendo os conceitos pouco a pouco e, quando me desliguei da Nestlé, tinha a certeza de que poderia investir em um pequeno negócio nessa área”, lembra Adri. Antes, porém, decidiu testar suas habilidades como empreendedor em um negócio já formado. Comprou uma franquia da Amor aos Pedacos. “Foi meu grande laboratório”, afirma. Em uma escala menor, ele conta que passou a aplicar na doceria o conhecimento que havia acumulado como empregado de uma multinacional, no que diz respeito a planejamento de longo prazo, cálculos benfeitos, ações de marketing pontuais, entre outras coisas.

“Por suas características de metas claras, habilidades gerenciais bem desenhadas, pensamento concreto e uma boa noção de realidade, ele é o típico empreendedor do grupo realístico-gerencial”, afirma a psicóloga Ana Fraiman. E foram justamente esses traços que provavelmente o ajudaram a concretizar a proposta de investir em uma operação logística de materiais promocionais, quando o mercado nem sequer conhecia profundamente o conceito do negócio. A Art Services nasceu no fim de 2000 e teve seu grande teste na Páscoa do ano seguinte, quando gerenciou o processo promocional da Kraft Foods Brasil. “Ao acompanhar o trabalho, da produção do material à sua distribuição no ponto-de-venda e possível descarte, conseguimos reduzir os índices de desperdício da empresa de 35% para 2%, que gerou uma economia próxima de R\$ 700.000”, lembra Adri.

O empresário observa que, com um inventário, é possível medir, por exemplo, qual a quantidade ideal de material para um determinado ponto-de-venda, os índices de ociosidade, o percentual de unidades de uma campanha que poderá ser descartado ou reaproveitado, além de realocar materiais de um varejo para outro. “Todo o processo pode ser acompanhado em tempo real pelo cliente, via web”, afirma. Para diminuir os gastos de armazenamento das empresas, a Art Services mantém 90 centros de distribuição em todo o país.

De acordo com Adri, hoje com o conceito já disseminado, a concorrência começa a aparecer, mas ainda longe de abalar o ritmo de crescimento da Art Services, na casa dos 20% ao ano. Com 35 clientes em carteira, ele espera faturar em 2009 cerca de R\$ 80 milhões. “Ainda temos muito que explorar, pois estima-se que esse mercado movimente R\$ 1 bilhão”, afirma o empresário. “Hoje, trabalhamos apenas pela metade, já que os outros 50% ainda estão nas mãos dos clientes, que realizam o gerenciamento de maneira doméstica.”

Com um planejamento estruturado para médio e longo prazo, o empresário diz que não tem medo da crise. “Aprendi, ainda nos tempos da Nestlé, que quando a operação é bem gerenciada, a instabilidade econômica pode sinalizar uma nova oportunidade de negócio”, diz.

**MITO**

Empreendedores são seus próprios chefes e completamente independentes

**REALIDADE**

Estão longe de ser independentes, pois servem a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores, família)

