

Histórias de sucesso

No começo, era a produção familiar, a empresa de fundo de quintal, a teimosia em virar empresário. Sem incentivos, mas com muita determinação, eles conseguiram criar marcas fortes, tipicamente brasi-

lienses. Mas, nestes primeiros anos do século 21, o Distrito Federal parece ter encolhido diante das possibilidades oferecidas por um mercado cada vez mais globalizado. A cada dia é maior o número de

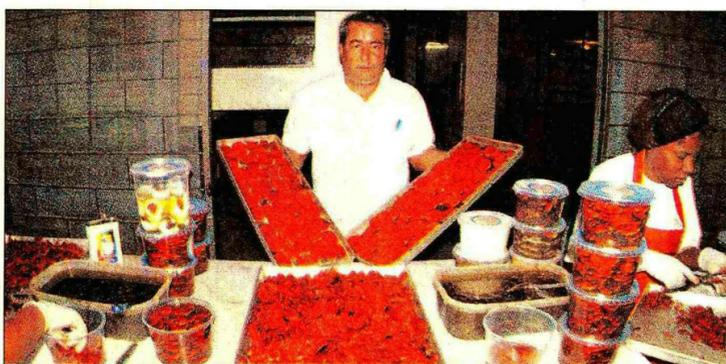
empresários locais interessados em expandir seus negócios, Brasil e mundo afora. A seguir, seis histórias de empresas e consórcios candangos que estão no caminho do sucesso. (AHP)

Do "negocinho" à China

Em 1967, o mineiro Geraldo Amorim, 62 anos, teve uma feliz lembrança: a nova capital precisava se alimentar. Resolveu, então, montar um "negocinho", na 516 Sul, onde os fregueses escolhiam frangos ainda vivos para serem abatidos. Nascia a Só Frango. No começo, eram abatidas 3 mil aves por dia. Agora são 120 mil. O primeiro ponto de criação de aves multiplicou-se em 320 galpões em todo o DF. Além do mercado candango, a empresa abastece Rio de Janeiro, Norte e Nordeste. A expansão dos negócios animou o empresário a exportar. Hongkong (China), o primeiro destino internacional, recebe frango em cortes duas vezes por semana. "Preparamos

agora uma linha de frangos desossados para a China e alguns países árabes, para onde começaremos a exportar nos próximos meses", revela Geraldo. O novo mercado também provocou algumas alterações na linha de produção da Só Frango. Os pontos de sangria foram virados para Meca (a cidade sagrada dos muçulmanos) e esse processo, que já era mecanizado, voltará a ser manual. Cumprida a exigência dos novos clientes, a Só Frango está pronta para abastecer Kuwait, Iraque e vários outros países islâmicos, aumentando seu faturamento em exportações do US\$ 1 milhão registrado em 2002 para os US\$ 2 milhões previstos para 2003 e 2004.

fotos: Julio Fernandes



A força do tomate

Em 1998, a dona-de-casa Tânia Wanderley descobriu uma receita simples: como fabricar tomate-seco sem sair de casa. Produção que era vendida à vizinhança e aos colegas de trabalho do ex-marido de Tânia, Pedro Teodoro da Silva, 45 anos. Com o sucesso repentino, o casal passou a abastecer alguns restaurantes da cidade. "Logo, a família inteira estava envolvida. Trabalhávamos à noite, nos fins de semana e tivemos que comprar um forno semi-industrial", conta Pedro. Em pouco tempo, além das encomendas diretas, os Silva tinham como clientes 12 restaurantes da cidade. O jeito foi constituir uma microem-

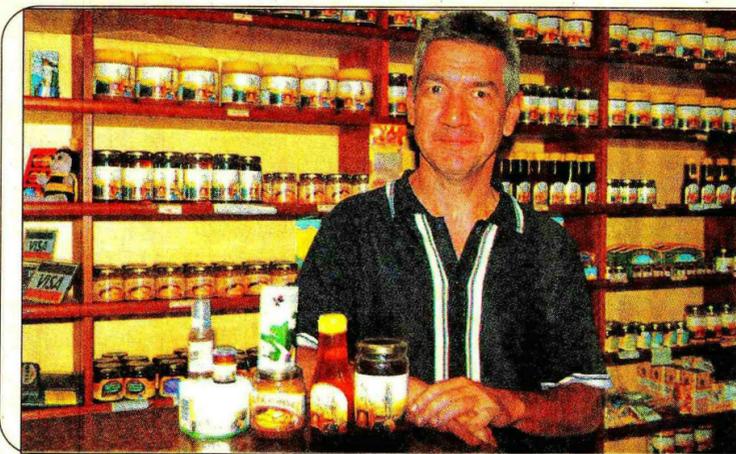
presa. Em 1999, surgiu a La Cuccina Anti-Pasti, sediada na 115 Norte e especializada na produção de tomates-secos e patês. Em 2000, Pedro se desligou do Banco do Brasil e virou sócio da empresa. Foi quando a dupla passou a abastecer toda a rede Pão de Açúcar do DF. Hoje, a mesma rede em Goiânia é cliente, assim como os supermercados Extra do DF, mais de trinta restaurantes brasileiros e vários outros em Curitiba, Salvador e Manaus. A empresa, que começou no fundo de quintal, emprega agora vinte funcionários, produzindo mensalmente uma tonelada de tomate-seco e mais 26 tipos de patês e antipastos.

O babado do biquíni

São 14 anos dedicados à costura. Se precisar, Maria da Conceição Silva, 56 anos, ainda costura, borda, faz fuxico... Mas sua principal atividade é administrar a Ação Artigo do Vestuário – uma das doze confecções brasileiras que formam o consórcio de exportação Flor Brasil. Criado há três anos, o consórcio especializou-se na produção de biquínis à base de artesanato – tricô, crochê, fuxicos, pedrarias, sementes, búzios e conchas. Pequenas obras de arte, disponíveis apenas para clientes da Itália, França, Alemanha, Holanda, Inglaterra, Israel, Grécia e Estados Unidos. Marca que, no primeiro ano de trabalho, faturou US\$ 25 mil. Em 2002, US\$ 70 mil. Este ano, o lucro foi de US\$ 600 mil. "Esperamos vender, na coleção



2004, 70 mil peças e triplicar o faturamento, chegando a US\$ 1,8 milhão", calcula Roselene de Almeida, gerente administrativa do consórcio. Juntas, as confecções mantêm 140 funcionários fixos. Empregam ainda 250 mulheres carentes do Distrito Federal, que se encarregam de providenciar fuxicos e bordados em geral, na época de entrega das encomendas internacionais. A costureira Maria Conceição, que começou a trabalhar no fundo de casa, com o auxílio de uma sobrinha e da filha, hoje tem dez funcionários fixos.



Adoçando a Terra do Sol Nascente

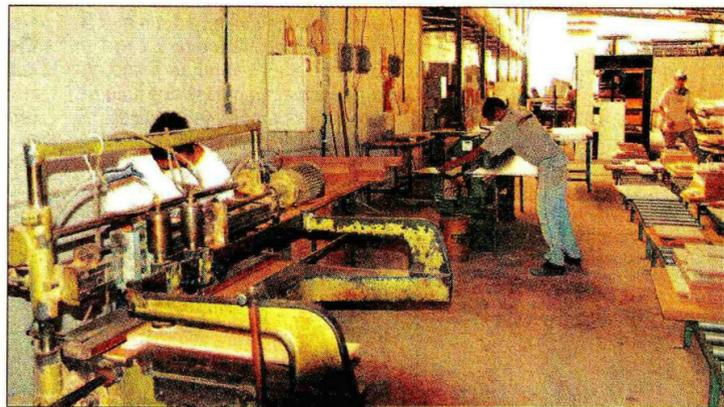
Léo Cardoso, 46 anos, é formado em Geologia e especializado em Geofísica. Mas, desde que passou umas férias prolongadas no Rio de Janeiro, ele trabalha com apicultura. Em 1985, resolveu criar, com sede no Distrito Federal, uma empresa especializada. "Em 1985, fundei a Mel do Sol", resume o empresário. No início, a empresa fornecia mel in natura para supermercados e drogarias do DF e Entorno. Em 1991, com um selo de qualidade do Serviço de Certificação Federal, estava habilitado para abastecer as redes Pão de Açúcar e Carrefour, além de todas as grandes redes de drogarias do DF.

Desde então, Léo tem desenvolvido novos produtos e estabelecido parcerias com produtores de várias regiões brasileiras para garantir a diversidade dos produtos que comercializa. Hoje, a Mel do Sol trabalha com mais de 50 itens em 30 parceiros Brasil afora. Aos poucos, descendentes de japoneses que moravam no DF passaram a mandar os produtos candangos para o Japão. Quando percebeu, Léo já mandava 10% de sua produção anual para esse país. O que não é pouco. A Mel do Sol chega a produzir 5 mil quilos de mel e 200 litros de extrato de própolis no auge do inverno.

De bites em bites

O goiano Avaldir da Silva Oliveira, 51 anos, guarda na ponta da língua as principais credenciais de sua empresa. É a empresa de informática mais lembrada pelos brasileiros. Por dois anos consecutivos (2002 e 2003) foi considerada a melhor empresa do ramo na região Centro-Oeste e também a que mais cresceu, em todo o país, entre 1998 e 2000. "Nos orgulhamos porque a CTIS Informática é uma empresa genuinamente brasileira. Em julho, completamos 20 anos no mercado", comenta Avaldir. A empresa, que de início trabalhava só com treinamento e consultoria, hoje atua em quatro segmentos: oferece assistência técnica, so-

luções e desenvolvimento de sistemas; mantém, no DF, duas das maiores lojas de informática do país; desenvolveu uma gráfica de solução integrada (off set e a laser) que faz o processamento dos dados dos clientes, especialmente da área de telefonia; e abriga um portal de vendas de informação pela Internet. Um quinto do faturamento da empresa tem destino certo: é voltado ao treinamento e qualificação dos 2.200 funcionários, todos moradores do DF. Qualidade que levou a CTIS a estabelecer filiais em São Paulo e Minas Gerais, além de escritórios de representação em quase todas as capitais brasileiras.



Negócio das arábias

Numa conversa informal surgiu a idéia. Empresas moveleiras do DF deviam se unir para exportar. Assim, os donos da Móveis German, Nobel Móveis, Cimpla, Formatus Móveis, Stok Office, Brasília Divisórias (Bradviv) e Implá passaram a pesquisar o mercado internacional. Em 1999, nascia o Brasília Export, que entrou imediatamente no mercado externo. "No mesmo ano, fizemos contato com Oriente Médio e Estados Unidos. Em 2000, participamos de uma feira nos Emirados Árabes. Em 2001, da Feira Index, no Emirado de Dubai, com produtos de móveis e decorações", conta José Luiz Dias Fernandez, dono da Ger-

man. "Hoje, temos um show-room em Dubai. Até o final do ano teremos outro, nos Estados Unidos", revela. É fato que os negócios no Oriente Médio e Estados Unidos esfriaram com os conflitos no Iraque. Mas as previsões de venda ainda são animadoras: eles faturaram US\$ 60 mil, em 2001, e US\$ 200 mil, em 2002. "Devemos fechar 2003 com US\$ 500 mil", calcula José Luiz, lembrando que, além do Oriente Médio e Estados Unidos, Espanha e Alemanha também se renderam ao charme das cadeiras, mesas, cristaleiras, estantes, salas de jantar, móveis residenciais e guardarroupas candangos.

