



2025

HISTÓRIAS de INSPIRAÇÃO

Volume 1

Empreendedores do Estado do Rio de Janeiro

Conheça os caminhos
de quem faz acontecer







SEBRAE



2025

Volume 1

HISTÓRIAS de INSPIRAÇÃO

Empreendedores do Estado do Rio de Janeiro

Conheça os caminhos
de quem faz acontecer

SEBRAE

©2026. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro – Sebrae/RJ.
Avenida Marechal Câmara, 171, Centro, Rio de Janeiro/RJ.

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

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL
Robson Carneiro

DIRETOR-SUPERINTENDENTE
Antonio Alvarenga Neto

DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO
Sergio Malta

DIRETOR DE PRODUTO E ATENDIMENTO
Marcelo Fiorini

GERÊNCIA DE CONHECIMENTO E COMPETITIVIDADE
Margareth de Sousa Guimarães Carvalho – Gerente
Leandro Pacheco de Melo – Analista | Coordenador
Tayná Luiza Batista Arruda – Analista | Organizadora
Karla Marques Rodrigues de Lima – Analista
Victor Hugo Macedo Nascimento – Terceirizado
Julio Cezar Proença da Cruz – Terceirizado
Diovana Bezerra Rodrigues – Terceirizada
Maria Clara de Sá – Estagiária

GERÊNCIA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO
Carolyne Gomes Jorge – Gerente
Cinthia Brasil – Coordenadora
Priscilla Bertazzo – Analista

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Julio Cezar Proença da Cruz – Terceirizado
Diovana Bezerra Rodrigues – Terceirizada

REVISÃO
Tayná Luiza Batista Arruda – Analista
Karla Marques Rodrigues de Lima – Analista

IMAGENS
Envato
Imagens cedidas pelos empresários

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

H673 Histórias de inspiração : empreendedores do Estado do Rio : conheça o caminho de quem fez acontecer : volume 1 / Leandro Pacheco de Melo [coordenação]; Tayná Luiza Batista Arruda [organização]. - Rio de Janeiro: Sebrae/RJ, 2026. 154 p.

ISBN 978-65-5818-589-5

1. Estudo de caso - Atendimento. 2. Empreendedorismo. 3. Micro e Pequena Empresa. I. Melo, Leandro Pacheco de. II. Arruda, Tayná Luiza Batista. III. Sebrae/RJ. IV. Título.

CDD 658.0220981
CDU 65.017.3/.32(078.7)



Apresentações



Robson Carneiro
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual (CDE)
Sebrae Rio

O programa Histórias de Inspiração, do Sebrae Rio, reafirma nosso compromisso com a valorização do empreendedorismo ao registrar e compartilhar trajetórias de pequenos negócios que transformaram desafios em oportunidades e contribuíram para o desenvolvimento do estado.

As histórias reunidas nesta publicação revelam a coragem, a criatividade e a perseverança de empreendedores que, por meio de suas experiências, inspiram novos caminhos para quem deseja iniciar, fortalecer ou expandir seus negócios.

Mais do que celebrar conquistas, esta obra preserva e dissemina conhecimento, fortalecendo a cultura empreendedora e o papel transformador dos pequenos negócios na construção de um Rio de Janeiro mais inovador, competitivo e próspero.



Antonio Alvarenga
Diretor-superintendente
Sebrae Rio

O programa Histórias de Inspiração vai além de reunir relatos de sucesso. Ele valoriza o papel transformador dos pequenos negócios, que geram oportunidades, movimentam a economia e contribuem para o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

As histórias apresentadas nesta publicação revelam a coragem, a criatividade, a inovação e a perseverança de empreendedores que transformam desafios em conquistas e ajudam a construir um estado mais competitivo, sustentável e próspero.

Ao compartilhar essas experiências, o Sebrae Rio fortalece a cultura empreendedora e dissemina conhecimento. Que estas páginas inspirem novos empreendedores a acreditar em seu potencial e a seguir transformando ideias em realizações.



Marcelo Fiorini
Diretor de Produto e Atendimento
Sebrae Rio

Fortalecer os pequenos negócios é acreditar no potencial transformador do empreendedorismo. Esta publicação reúne histórias que demonstram como criatividade, resiliência e inovação ajudam empreendedores a superar desafios, gerar oportunidades e contribuir para o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

Ao compartilhar essas experiências, o Sebrae Rio reafirma sua missão de apoiar e inspirar quem empreende. Que estas páginas incentivem novos caminhos, fortaleçam a confiança dos empreendedores e reforcem o papel dos pequenos negócios na construção de um futuro mais próspero e sustentável.



Sergio Malta
Diretor de Desenvolvimento
Sebrae Rio

Esta edição do Histórias de Inspiração reúne trajetórias de empreendedores que participaram de projetos do Sebrae Rio em 2025 nos setores estratégicos, mostrando como criatividade, inovação e perseverança transformam desafios em oportunidades de crescimento.

Ao compartilhar essas experiências, o Sebrae Rio reafirma seu compromisso com o fortalecimento dos pequenos negócios. Que estas histórias inspirem novos empreendedores a acreditar em seu potencial e a contribuir para o desenvolvimento econômico e social do Estado do Rio de Janeiro.



Margareth Carvalho
Gerente de Conhecimento e Competitividade
Sebrae Rio

Empreender é transformar desafios em oportunidades. Com o Histórias de Inspiração, o Sebrae Rio compartilha experiências de empresas que inovaram, superaram obstáculos e construíram trajetórias capazes de inspirar novos empreendedores.

Mais do que registrar trajetórias inspiradoras, esta publicação transforma vivências em conhecimento compartilhado, valorizando boas práticas e fortalecendo a cultura empreendedora. Que cada relato desperte novas ideias, incentive o aprendizado e reforce a confiança de quem busca crescer e inovar.



Introdução

Empreender é muito mais do que abrir um negócio. É acreditar em uma ideia quando poucos acreditam, encontrar forças em meio às dificuldades e seguir em frente mesmo diante das incertezas. É transformar desafios em aprendizados, quedas em recomeços e sonhos em realizações. As histórias reunidas nesta publicação são testemunhos vivos dessa jornada. Elas retratam homens e mulheres que, movidos por propósito, coragem e determinação, encontraram caminhos para superar obstáculos, inovar e construir oportunidades para si, para suas famílias e para suas comunidades.

Em cada página deste livro encontramos trajetórias únicas, mas conectadas por valores comuns: resiliência, criatividade, trabalho e a disposição permanente para aprender e evoluir. São empreendedores que enfrentaram crises, reinventaram seus modelos de negócio, descobriram novos mercados e transformaram experiências pessoais em projetos capazes de gerar impacto econômico e social. Mais do que casos de sucesso, estas narrativas revelam a força humana que existe por trás de cada pequeno negócio e demonstram que empreender é, acima de tudo, um ato de esperança.

Esta obra nasce do compromisso do Sebrae Rio em valorizar e compartilhar histórias que inspiram. Produzida pela Gerência de Conhecimento e Competitividade, ela representa a crença de que o conhecimento se fortalece quando é compartilhado e de que cada experiência vivida pode se transformar em aprendizado para outros empreendedores. Ao registrar essas trajetórias, preservamos não apenas conquistas, mas também lições, escolhas, desafios e momentos decisivos que ajudam a compreender a riqueza e a diversidade do empreendedorismo fluminense.

A realização desta publicação também reflete a força do trabalho colaborativo desenvolvido dentro do Sebrae Rio. Sua construção reuniu profissionais de diferentes áreas e gerências, que atuaram de forma integrada para identificar, registrar e disseminar histórias capazes de representar o impacto do trabalho realizado junto aos pequenos negócios do estado. Essa união de esforços reafirma o compromisso institucional de fomentar a inovação, a competitividade, a inclusão produtiva e o desenvolvimento sustentável, fortalecendo o ecossistema empreendedor em todas as regiões do Rio de Janeiro.

Ao compartilhar estas histórias, celebramos não apenas resultados, mas pessoas. Pessoas que tiveram coragem de começar, persistência para continuar e confiança para seguir construindo o futuro mesmo diante das adversidades. Que cada relato aqui apresentado desperte novas ideias, fortaleça convicções e lembre a todos nós que grandes transformações costumam nascer de pequenos passos dados com determinação.

Renovamos a convicção de que o empreendedorismo é uma das mais poderosas forças de transformação da sociedade. Cada história reunida neste livro demonstra que grandes realizações começam, muitas vezes, com uma ideia simples, uma decisão corajosa ou a determinação de não desistir diante das dificuldades. São exemplos que nos lembram que o desenvolvimento econômico é construído por pessoas, sonhos e iniciativas capazes de gerar oportunidades, inspirar mudanças e deixar legados. Que estas páginas sirvam como um convite à reflexão, ao aprendizado e à ação, reforçando a certeza de que, quando conhecimento, propósito e perseverança caminham juntos, novos caminhos se abrem e novas histórias inspiradoras continuam sendo escritas.

Sumário

Baixada I 14
- Espaço Cores 15
- Kanikoss Moda Nerd 18
- Marcio Alonso Imobiliária 21

Baixada II 24
- BF Concept Academia de Ginástica 25
- Irmãos Du Corte 28
- Os Bolos da Vivi 31

Centro-Sul 34
- AmorEco 35
- Dinamic Engenharia 38
- Reforcriativ 41

Costa Verde 44
- Rancho Ayres 45
- Rancho Tânia 48
- Rio Sul Construções 51

Lagos 54
- Aldeia dos Grãos 55
- Espaço do Leandro 58
- Gabi Vitrine Criativa 61

Leste Fluminense 64
- Clínica Bem-Estar 65
- MaxSynergy 68
- MLP | epsbr 71

Médio Paraíba 74
- KSA Tecnologia 75
- Lojão das Clínicas 78
- Veterinária Volta Redonda 81

Noroeste 84
- Divina Arte Guedes 85
- Drogaria Donato 88
- Sítio Murupi 91

Norte 94
- Mercado Matias 95
- Postural Fisio 98
- Prisma Solutions 101

Rio I 104
- Anna do Pão 105
- Maria B. Confeitaria 108
- Pipa 111

Rio II 114
- Cadeira.com 115
- Gruta Farm House 118
- Óticas Solvang 121

Rio III 124
- Bora Marketing e Eventos 125
- Incomum 128
- Rio Descartáveis 131

Serrana I 134
- Frimatec 135
- Lett Sport 138
- Off Rio Destilaria 141

Serrana II 144
- Nosso Quintal 145
- Petrópolis Sob Lentes 148
- Pipoca Imperial e Adbaker 151

Capítulo 01

Baixada I

Espaço Cores

Kanikoss Moda Nerd

Marcio Alonso Imobiliária

Espaço Cores



A consolidação de um sonho

Taísa Barbosa formou-se em Psicologia em 2017 e logo percebeu uma lacuna entre a parte clínica da profissão e a gestão do próprio negócio. Sonhava com um consultório acolhedor e personalizado, mas não tinha experiência empreendedora e decidiu adquiri-la na prática.

Em 2021, planilhou custos, negociou fornecedores e assumiu crédito pessoal para tirar o projeto do papel. A reforma virou um esforço de família: pai, mãe e esposo pintaram, decoraram e até construíram mobiliário. O consultório nasceu, assim, como extensão de seus valores, de cuidado, autonomia e responsabilidade, e marcou a transição de psicóloga clínica para empreendedora da própria história.

Com o consultório pronto, nasceu o Espaço Cores, nome inspirado também no serviço de coloração pessoal, para trabalhar com autoestima das pessoas, contribuindo ainda mais para o cuidado com a saúde mental dos pacientes.

No entanto, a realização de seu sonho também trouxe novos desafios: precisaria aprimorar seu planejamento, sua proposta de valor, seu pensamento empreendedor e organizar melhor a sua oferta de serviços.

O Início do Espaço Cores

Em 2021, para viabilizar seu consultório, Taísa fez o levantamento dos custos que precisaria investir na construção do seu espaço. A psicóloga empenhou recursos próprios para viabilizar a construção e materialização do seu sonho. A reforma recebeu ajuda de toda a sua família, que a ajudou a pensar o espaço e a construir os mobiliários necessários.

No entanto, após realizar as reformas necessárias para dar início aos atendimentos no Espaço Cores, Taísa enfrentou problemas de agenda e sobrecarga. A necessidade de aumentar o faturamento para equilibrar os custos do consultório físico da psicóloga a levou a agendar cerca de 12 atendimentos diários, impactando seu tempo de estudo e sua rotina de trabalho. Diante desse cenário, Taísa enfrentou um quadro de burnout.

Devido a este problema de saúde, Taísa precisou reduzir o número de atendimentos e, consequentemente, o faturamento também sofreu uma queda brusca. Ela começou a trabalhar com a realidade alcançável e percebeu que precisava ser estratégica no planejamento para manter a qualidade e aumentar o valor cobrado nas sessões. A psicóloga reajustou o valor da consulta e se programou para faturar com menos pacientes e maior valor agregado ao atendimento.

Em 2023, após a mudança no valor das consultas, ela decidiu procurar ajuda mais especializada. Por isso, procurou o Sebrae e ingressou no Empretec em julho do mesmo ano.



Inovando após o Empretec

A partir do Empretec, Taísa percebeu que estratégia e inovação já eram parte de sua rotina no consultório. Mas, para ter mais visibilidade e credibilidade, precisava legalizar sua empresa e formalizar contratos, além de ampliar a oferta de serviços especializados. Assim, ela passou a incluir o atendimento de empreendedores e empresários que precisam trabalhar a saúde mental para continuarem empreendendo.

Recorreu novamente ao Sebrae para formalizar sua empresa e realizar consultorias de Plano de Negócios e Gestão Financeira e aprimorar seus conhecimentos, enquanto empreendedora. A partir do diagnóstico empresarial, onde aprendeu mais sobre preço e valor agregado ao serviço e qualidade da entrega. Além disso, recebeu ferramentas de trabalho, como o plano de contas, que lhe permitiram estabelecer, em sua organização financeira, metas compatíveis com sua realidade de entradas e saídas. Na consultoria de planejamento, pôde idealizar o tipo de serviço, segmentos de clientes e quais parceiros ela deveria ter para continuar a sua trajetória empreendedora. Conseguiu também avançar na descentralização das atividades e desempenhar mais a sua liderança. Ela passou a seguir o cronograma do calendário do empreendedor, trabalhando temáticas de sua profissão em cada data importante.

Taísa formalizou sua empresa em janeiro de 2024 e, com as consultorias e as implementações realizadas, colocou em prática novos serviços ampliando sua oferta para consultoria de identificação de perfis comportamentais, diagnósticos de saúde mental de funcionários, consultoria de imagem e até mesmo palestras, para entidades públicas e privadas, voltadas aos aspectos da saúde mental.

Empreendendo cada vez mais

Ao passar por toda a transformação em seu empreendimento, Taísa entendeu que toda a estrutura do seu negócio passa por uma constante inovação, característica de sua personalidade. De julho a dezembro de 2023, o Espaço Cores aumentou em 100% seu faturamento e, no primeiro semestre de 2024, cresceu mais 30% em relação ao que havia faturado no ano anterior.

A empresária aprendeu que, sabendo onde se deseja chegar, descentralizando e entendendo a sua proposta de valor, ela consegue manter uma carteira de clientes fiéis com pouco esforço e ter um mix de serviços mais robusto a oferecer. Ela também entendeu que o planejamento estratégico poupa o desgaste e aumenta o faturamento, por meio de organização financeira e do uso adequado de ferramentas.

A mudança e o engajamento com o empreendedorismo foram tão cativantes para Taísa que ela percebeu que sua veia empreendedora poderia romper as portas de seu consultório. Por isso, propôs uma sociedade ao seu esposo, dono de uma empresa de marcenaria. Dessa forma, o Espaço Cores é a representação do sucesso de um empreendimento, mas, principalmente, de uma empresária, que segue aplicando toda a aprendizagem e conhecimento adquiridos ao longo da sua experiência empreendedora.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Vanessa Soares da Silva atua no Sebrae Rio desde 2018, no Escritório Regional Baixada Fluminense I. É formada em Gestão de Recursos Humanos, com MBA em Empreendedorismo e pós-graduação em Psicologia Organizacional e do Trabalho. Atua como orientadora de negócios e gestora de projetos voltados para a economia criativa, com foco no desenvolvimento de empreendedores e territórios.

Kanikoss Moda Nerd



Da loja física ao universo digital: como se reinventa um empreendedor

Alexandre Bezerra da Silva, o "Kitsune", é o criador da Kanikoss Moda Nerd, marca dedicada a roupas e acessórios geeks inspirados em personagens de games e HQs. Fundada em 2016, a empresa nasceu de um olhar atento para a cultura pop como território de pertencimento: peças que não são apenas estampas, mas um jeito de vestir o que se ama.

Desde então, a Kanikoss trilhou seu próprio "arco do herói". Começou com tiragens enxutas, testando modelos, tecidos e temas, ajustou coleções conforme o feedback da comunidade e aprendeu a equilibrar criatividade e viabilidade. Em cada fase, precisou se reinventar, do aperfeiçoamento do design e da qualidade da produção à ampliação dos canais de venda e à otimização do atendimento personalizado.

As mudanças do mercado exigiram adaptação: a marca fortaleceu sua presença digital, organizou seu catálogo, padronizou processos e investiu em lançamentos temáticos e séries limitadas para manter o frescor e o desejo. Ao mesmo tempo, preservou a essência que a trouxe até aqui: referências bem cuidadas, respeito à cultura geek e um diálogo próximo com o público.

O Início de uma trajetória

A Kanikoss iniciou sua trajetória promovendo encontros de HQ e mangá e, pouco a pouco, ganhou tração ao marcar presença em feiras e minieventos de shoppings do Rio, como o Via Brasil. Essa rotina consolidou a comunidade em torno da marca e preparou a abertura da primeira loja física, em Cascadura, cujo principal motor de vendas tornou-se o contato direto com o cliente. O site existia como uma vitrine estática para apresentar variações de produtos e direcionar o público para os pontos de venda. A operação, portanto, era essencialmente presencial, com mix centrado em camisetas, bonés e acessórios geeks. Dentro desse universo, a diferenciação veio do recorte temático: a Kanikoss apostou nos super-heróis brasileiros, conectando identidade nacional e cultura pop para criar um nicho fiel e reconhecível.

Com a pandemia da Covid-19, a loja física foi diretamente impactada pela paralisação das atividades comerciais. Em pouco tempo, Kitsune precisou encerrar a operação presencial, momento que marcou

a transição da Kanikoss para o ambiente 100% digital. O site passou a ser o principal canal de vendas e a entrada em marketplaces como a Shopee, mostrou-se estratégica. Ao mesmo tempo, percebeu que a demanda por mangás e quadrinhos crescia e precisou se reinventar novamente no meio digital para reposicionar seus produtos.

O isolamento social durante a pandemia redesenhou o mercado nerd: o consumo de cultura pop e de itens colecionáveis cresceu, abrindo espaço para quem soubesse se adaptar.

A virada da história

A virada da Kanikoss ocorreu quando o empresário buscou o Sebrae, em 2024, com dúvidas sobre crédito. A principal solução foi a consultoria em Crédito e Finanças, que esclareceu riscos, custos e boas práticas de controle, além de apresentar serviços como os de cartão corporativo, o que lhe permitiu investir em equipamentos e estoque. A partir de então, ficou evidente que capacitação contínua e suporte especializado são estratégicos para qualquer empresa. Kitsune reconhece: se tivesse procurado o Sebrae desde o início, não teria cometido alguns erros que levaram a desperdícios de recursos que poderiam ter sido investidos na marca, levando-a a outro patamar. Com orientação técnica, implantou controles de estoque, compras e fluxo de caixa, dando rumo à gestão.

A partir do contato com o Sebrae, ele passou a entender melhor os mecanismos de gestão, marketing digital e posicionamento em marketplaces. As ações foram conduzidas com foco em sua profissionalização: revisão do site, otimização de anúncios na Shopee, análise de público-alvo e planejamento financeiro, incluindo a preparação para a tomada de crédito. O empreendedor relata que começou a pensar estrategicamente, com base em dados e orientações práticas, abandonando o modelo de tentativa e erro que predominava antes.

A partir das medidas implementadas, a venda de quadrinhos, que acabou por se tornar o carro-chefe da nova operação, foi impulsionada por estratégias digitais bem estruturadas. O acompanhamento do Sebrae também trouxe segurança para decisões futuras, como a expansão do mix de produtos e a consolidação da marca no ambiente online, além de possibilitar sua apresentação ao Edital de Games do Sebrae em 2025. Kitsune passou a enxergar o negócio como um projeto que pode ser escalável, com potencial de crescimento, e ampliou sua rede de contatos e de networking com quadrinistas amadores e desenvolvedores de jogos indie.



Aprendizado contínuo e uisão de futuro

Como nos quadrinhos de heróis, a jornada de Alexandre, o Kitsune, foi um arco de aprendizado profundo, feito de tentativas, erros e evolução, que o tornou consciente da importância de planejar e executar em fases.

Sua maior lição: buscar conhecimento desde o início. Ele reconhece que muitos equívocos teriam sido evitados com orientação adequada e reforça que o Sebrae foi decisivo para a virada do negócio. Sua mensagem aos novos empreendedores é direta: "Não perca tempo tentando adivinhar, procure apoio especializado".

O resultado das mudanças que implementou é expressivo: no último trimestre de 2024, a Kanikoss Moda Nerd registrou um crescimento de aproximadamente 30% em seu faturamento. Esse é o presente que prepara a Kanikoss para um futuro de ainda mais crescimento e vitórias.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Edmilson Gonçalves de Mendonça atua no Sebrae Rio, no Escritório Regional Baixada Fluminense I. É bacharel em Direito pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e possui MBA em Gestão de Projetos pela Universidade Estácio de Sá. Atua como gestor regional de Agronegócios, Políticas Públicas no município de Belford Roxo, Negócios Tecnológicos, SebraeLab e Startups.

Marcio Alonso Imobiliária



Chave antes da porta: oportunidades no mercado imobiliário

Após o colapso do mercado imobiliário em 2015, Márcio Alonso precisou se reinventar.

Apesar da resistência do mercado e da insegurança inicial, ele continuou perseguindo seu objetivo e abriu um novo negócio em Nova Iguaçu.

Com o crescimento da empresa, Márcio se deparou com a desorganização interna e com a falta de processos claros.

No entanto, o momento de virada do empresário veio a partir de sua participação no Empretec e do apoio do Sebrae, com a identificação de falhas, a estruturação de processos e a mudança de comportamento para se tornar um líder.

Vendedor ao longo da vida

Marcio iniciou a carreira como representante comercial de várias empresas. Em 2009, ingressou no mercado imobiliário e começou a atuar como corretor de imóveis, principalmente de lançamentos. Em 2011, ele se tornou campeão em vendas de uma das empresas em que atuava.

No entanto, em 2015, o "estouro da bolha" imobiliária provocou uma desaceleração inesperada nas atividades do setor, levando à estagnação do mercado, principalmente em Nova Iguaçu, onde o empresário atuava. Como consequência, as grandes imobiliárias da região não conseguiram absorver novos clientes, e Márcio viu a oportunidade de auxiliar investidores a alugarem os imóveis. Inicialmente, o corretor era responsável pela integração entre o locador e o locatário, e não estava no planejamento a abertura de seu próprio negócio.

"Cresci ouvindo do meu pai que ele nunca seria empresário, porque ser empregado era mais seguro. Aquela ideia me influenciou profissionalmente por muitos anos, só que a vida me enviou para um caminho diferente", conta o empreendedor.

No entanto, com o crescimento da demanda, Márcio recebeu uma proposta de um cliente: uma sala comercial cujo aluguel seria negociado posteriormente. Com o ponto fixo, o corretor e empreendedor passou a ser reconhecido de forma mais profissional pelos próprios clientes e, em pouco tempo, formalizou seu negócio, abrindo um CNPJ.

Mas como dar sequência a um empreendimento sem experiência com gestão?



De corretor a empresário

Para adquirir conhecimentos como empreendedor, Márcio ingressou no Seminário Empretec em setembro de 2022, que o ajudou a entender sua missão e função enquanto empresário.

"O Empretec mexe com o emocional, com sua postura, suas decisões e com a forma como você enxerga a própria empresa (...) Na quarta-feira daquela semana, voltei ao escritório. Todos já tinham ido embora. Sentei e olhei para cada mesa e tentei visualizar o que cada colaborador fazia. Foi uma virada de chave, em que eu percebi que estava tudo desalinhado. A empresa não era uma engrenagem ajustada, era um emaranhado de processos sem padrão. Ali entendi que precisava reorganizar tudo", conta.

Depois do seminário, o empreendedor identificou os pontos de mudança para o crescimento e buscou apoio na consultoria Sebraetec Controle e Melhorias de Processos para fortalecer a operação. Assim, ele mapeou os processos da imobiliária, reestruturou os fluxos de trabalho e promoveu alinhamentos com a equipe. Márcio também realocou os colaboradores de acordo com o perfil profissional e comportamental de cada um, oferecendo treinamentos e capacitações.

As mudanças implementadas resultaram em um crescimento da estrutura do espaço, no quadro de colaboradores e no aperfeiçoamento das ferramentas

utilizadas. A Márcio Alonso Imobiliária também aumentou em 113% a quantidade de contratos e registrou crescimento de 40,6% no faturamento, de setembro de 2022 até julho de 2025.

Experiência empreendedora

Entre outubro de 2015 e setembro de 2022, o empresário viveu um ciclo de sete anos que divide em dois momentos: antes e depois do Sebrae. Em quatro anos, profissionalizou a gestão, reduziu erros e passou a tomar decisões mais estratégicas.

Com o crescimento, Márcio passou a atuar em outras cidades além de Nova Iguaçu, gerando mais empregos, e pôde ampliar o portfólio: além de locação e administração de imóveis, passou a gerir condomínios, realizar legalização imobiliária e abriu uma empresa de seguros.

Para ele, buscar apoio especializado é fundamental para quem deseja empreender e busca crescimento para o negócio: "(...) Cometi menos erros e tomei decisões mais estratégicas para meu negócio", resume Márcio.

Os resultados da Márcio Alonso Imobiliária são a representação de que capacitação, implementação e adaptação aos cenários são peças-chave para empreender com mais segurança e construir um caminho de sucesso.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Daiane Helen atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É formada em Administração de Empresas, com MBA em Marketing e Vendas. Atua no atendimento aos pequenos negócios e em projetos dos segmentos de Beleza, Turismo e Saúde, além de contribuir como intrainfluenciadora, apoiando iniciativas de comunicação e engajamento interno.

Capítulo 02

Baixada II

BF Concept Academia de Ginástica

Irmãos Du Corte

Os Bolos da Vivi

BF Concept Academia de Ginástica



Saúde, bem-estar e gestão inovadora em Duque de Caxias

Alexsandre Souza Pereira, Lilian Rocha e Alexia Pereira, proprietários da Academia BF Concept, identificaram no Jardim Primavera, bairro onde residem, a ausência de um espaço de qualidade de vida voltado para famílias que buscavam saúde e bem-estar.

Em agosto de 2020, após cinco anos de estudo e planejamento, eles inauguraram o negócio. Com a realização do sonho, enfrentaram um desafio inicial: conquistar clientes durante a pandemia de Covid-19, período de restrições sanitárias e de alta incerteza econômica.

Mas com resiliência, apoio do Sebrae e uma gestão voltada para a inovação, a academia superou as dificuldades, cresceu em número de alunos e, hoje, se consolida como referência local.

Do sonho à realidade: empreender para transformar o bairro

Alexsandre é contador e Lilian é administradora. Mas, mesmo não sendo do ramo fitness, enxergaram uma oportunidade de negócio alinhada ao propósito de oferecer saúde de qualidade para famílias do Jardim Primavera, em Duque de Caxias. A ideia surgiu da própria experiência como consumidores: sentiam a necessidade de uma academia que atendesse pessoas que buscassem melhor qualidade de vida e acolhimento.

Entre 2014 e 2019, o casal se dedicou a estudar o mercado: contratou consultoria de viabilidade empresarial e enfrentaram o desafio de encontrar um espaço adequado. Após longas negociações, conseguiu alugar um antigo salão de festas. O projeto exigiu investimentos significativos, realizados com recursos próprios, empréstimos e crédito pessoal.

A inauguração, prevista para março de 2020, precisou ser reagendada devido à pandemia, e foi realizada em agosto do mesmo ano. O momento foi delicado: academias eram vistas com desconfiança, e o negócio, recém-aberto, corria riscos. Ainda assim, a proposta diferenciada da BF Concept atraiu um público fiel, formado por famílias e pessoas que buscavam saúde e acolhimento em meio à crise. No primeiro ano, a academia alcançou uma boa quantidade de alunos, e o número cresceu gradativamente até superar a meta inicial de matrículas.

No final de 2023, percebendo a necessidade de elevar ainda mais a experiência dos alunos, o casal iniciou a modernização do espaço e dos equipamentos. A iniciativa mostrou-se acertada: o bairro começou a atrair o interesse de grandes redes e modernizar era preciso. Mas foi também nesse ponto que Alexsandre e Lilian entenderam que o diferencial da BF Concept deveria ir além da estrutura física.

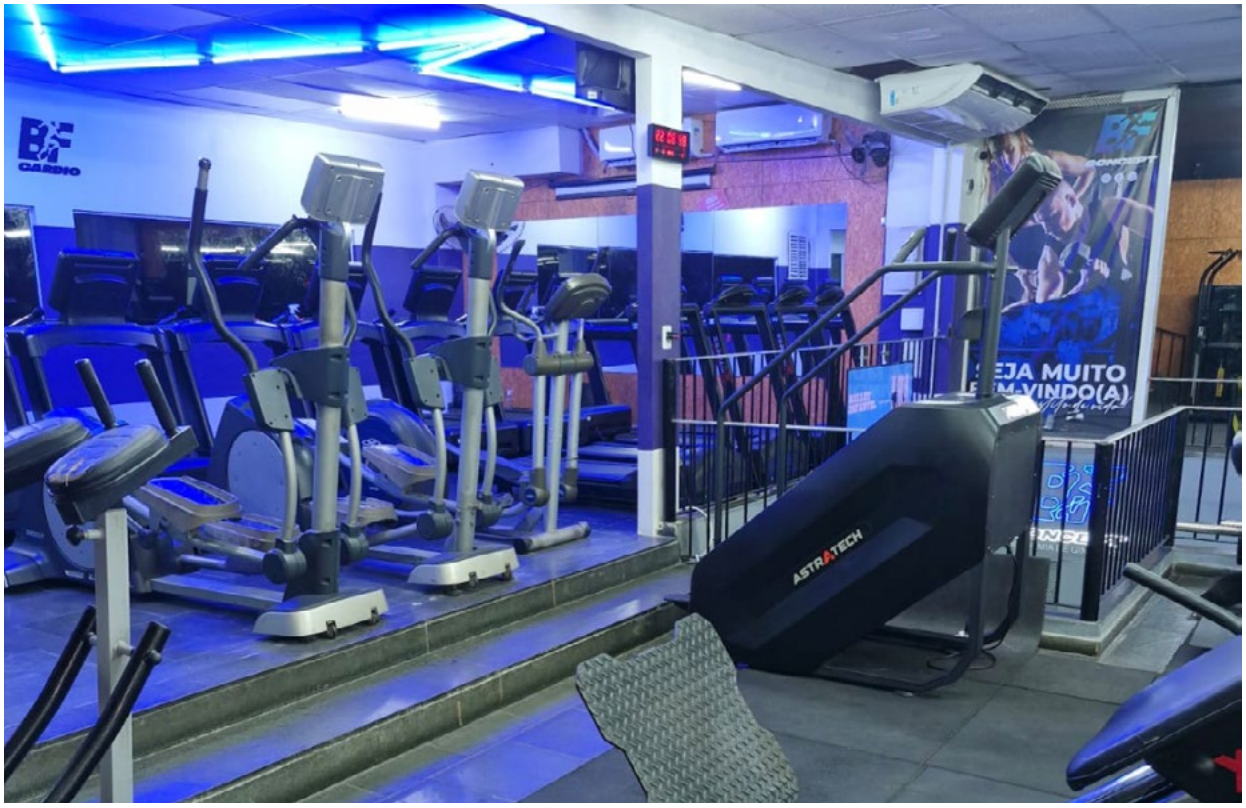
Profissionalizar e crescer

Em 2024, após a fase inicial de sobrevivência e crescimento, os empresários tiveram contato com o Sebrae e conheceram a solução Sebraetec, programa que possibilitou a contratação de consultoria especializada em arquitetura e layout. O projeto incluiu melhorias no espaço físico, como a ampliação da sala de musculação e de pilates, a criação de um lounge de convivência e ajustes na mobilidade interna.

Os resultados foram imediatos: tornar o ambiente mais aconchegante e funcional trouxe feedbacks positivos. Os relatos de satisfação e indicações fortaleceram a imagem da academia, trazendo mais clientes.

Mesmo considerando a sazonalidade natural do início do ano. Foi percebido um ganho líquido real de aproximadamente 15% na base ativa, resultado do impacto positivo das melhorias estruturais realizadas, que elevaram o desempenho no período.

Paralelamente, os empresários também buscaram apoio do Sebrae em Gestão e Marketing, consolidando um processo de profissionalização, com a implementação de campanhas de marketing direcionadas ao público-alvo, gerenciamento de tráfego nas redes sociais e ajuste dos controles financeiros. A combinação entre propósito, inovação e suporte técnico permitiu que a academia abandonasse o caráter amador do início e alcançasse um novo patamar de maturidade empresarial.



Lições aprendidas e visão de futuro

A trajetória da BF Concept mostrou a importância da resiliência, da gestão responsável e do apoio de parceiros estratégicos. Entre os principais aprendizados, Alexsandre e Lilian destacam a necessidade de planejar, investir em conhecimento e não desistir diante das dificuldades. Hoje, percebem alguns erros iniciais comuns, como depender do crédito pessoal e improvisar em alguns processos, mas aprenderam que a profissionalização é o caminho para a sustentabilidade do negócio.

Atualmente, a academia se mantém sólida e passou a oferecer serviços inovadores, como eletroestimulação, gamificação de treinos e atividades aquáticas em parceria com um clube local. Também promove ações sociais, com bolsas para crianças da rede pública e eventos comunitários.

O futuro reserva novos desafios: expandir para outras unidades, ampliar a oferta de serviços e manter a fidelização dos alunos por meio da inovação constante. E o Sebrae segue como parceiro estratégico nesse processo. Para Alexsandre e Lilian, o maior retorno é ver a transformação dos clientes e da comunidade: "Lucro é importante, mas nada paga a satisfação de ver a vida das pessoas mudar para melhor."



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Ana Paula Lima Ferreira atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É formada em Administração de Empresas, com pós-graduação em Gestão Pública Municipal e MBA em Gestão de Negócios. Trabalha na condução regional dos projetos de Educação Empreendedora, Salas do Empreendedor e Políticas Públicas, além de apoiar o atendimento a empreendedores locais e iniciativas voltadas ao fortalecimento do ambiente de negócios nos municípios.

Irmãos Du Corte



Uma história de transformação

Fundada em 2017, a barbearia Irmãos Du Corte nasceu do desejo do empreendedor Bruno Henrique de transformar vidas através do ofício de barbeiro.

Com o apoio do irmão e de uma equipe dedicada, ele criou uma marca com identidade forte e grande potencial que, além de gerar um negócio, dava oportunidade para meninos e meninas em situação de vulnerabilidade a aprenderem um ofício.

Bruno sempre foi um jovem inquieto, com muita vontade de crescimento. À frente da barbearia Irmãos Du Corte, tinha carisma, vontade e uma clientela fiel, mas a gestão não era organizada.

Sem controles financeiros, metas ou um plano estratégico, o negócio andava no impulso: preços definidos “no olho”, agenda desorganizada, compras sem padrão e caixa que não fechava no fim do mês. Assim, o sonho de expandir parecia cada vez mais distante.

Como tudo começou

Quando Bruno tinha 12 anos, em 2002, pegou escondido a máquina de cortar cabelo do pai e arriscou o primeiro corte em si mesmo. Naquele momento, nasceram a confiança nas mãos, a paciência do acabamento e a descoberta de um ofício que, anos depois, se transformaria na Irmãos Du Corte.

Depois de um tempo cortando o próprio cabelo, ele passou a cortar também o cabelo dos seus irmãos. Sua habilidade começou a ser comentada e logo a vizinhança ficou sabendo. Muitos se tornara clientes, atendidos ainda de maneira informal, com cortes a valores simbólicos.

O que começou como uma experiência se tornou uma paixão crescente: com apenas 16 anos, Bruno decidiu transformar um carro antigo, uma Brasília, em uma barbearia móvel. Adaptou o veículo e montou ali seu “acampamento”, levando seus equipamentos e oferecendo cortes em diferentes lugares. Essa experiência foi um divisor de águas, pois lhe permitiu alcançar um público ainda maior e mais diversificado. A mobilidade era um diferencial e o negócio foi crescendo.



Em 2010, ele abriu sua primeira barbearia, que representou a realização de um sonho antigo do empresário. Em 2017, o nome Barbearia Irmãos Du Corte, surgiu com um propósito social, além da prestação de serviço. Dentro do negócio, Bruno montou uma escola de barbeiros que atende pessoas que saem de clínicas de reabilitação e crianças em situação de rua, ensinando o ofício de barbeiro e encaminhando essas pessoas para o mercado de trabalho.

No entanto, apesar de ter uma clientela fiel e muitos alunos em suas aulas, o crescimento foi desordenado: as contas não fechavam, não havia controle de estoque, nem cadastro sólido de clientes. Tudo era feito no improviso e a energia empreendedora se dispersava em várias direções, sem alcançar os resultados esperados. O mercado local, competitivo e em expansão, exigia mais do que talento: era necessário ter estratégia, organização e visão de longo prazo.

Organizando a empresa e obtendo resultados

Em novembro de 2024, sete anos depois da reabertura da Irmãos Du Corte, um cliente o indicou ao Sebrae e ele ingressou no Seminário Empretec, para aprender a direcionar sua energia empreendedora de forma produtiva e estratégica.

Com os conhecimentos adquiridos durante o seminário, Bruno implantou um sistema de gestão financeira, definiu metas semanais e mensais, reorganizou o fluxo de atendimento e passou a delegar tarefas com critérios claros.

Os resultados foram rápidos: em poucos meses, o faturamento aumentou, a equipe ganhou estrutura e surgiu um plano de carreira que fez os colaboradores se enxergarem como parte do crescimento. Isso motivou ainda mais a equipe e impulsionou o crescimento empresarial, agora de forma ordenada e com visão de futuro.

Na escola de barbearia, Bruno ampliou as turmas e firmou parcerias com a Faetec de Magé, abrindo caminhos para orientar novos barbeiros e alcançar mais jovens em busca de mudança de realidade.

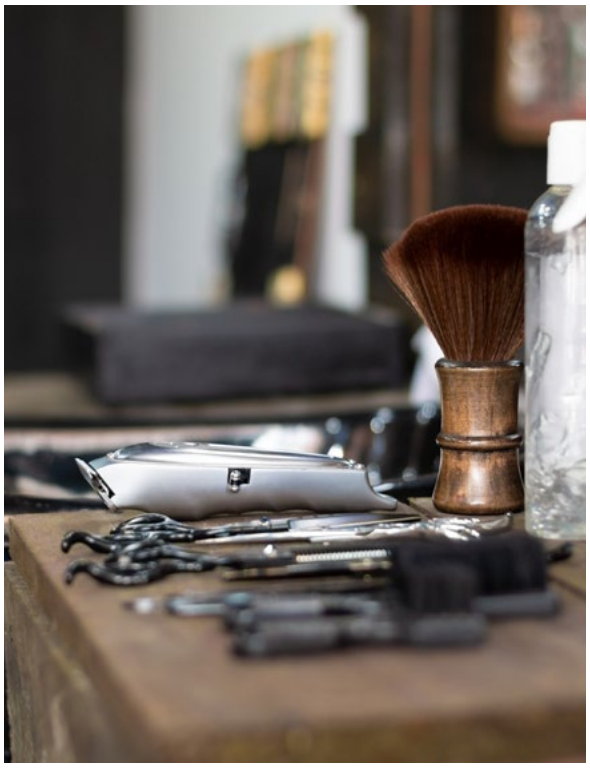
Além dos lucros, a Irmãos Du Corte alcançou seu objetivo mais ambicioso: promover orientação técnica de qualidade, criando oportunidades e impactando socialmente a comunidade ao redor do negócio.

De sonho à inspiração: a jornada de superação da Irmãos Du Corte

Atualmente, Bruno sabe que a energia, antes dispersa, se transformou em estratégia. Com mais de 880 atendimentos mensais, planos de expansão por meio de franquias e uma escola para formar futuros colaboradores, a Irmãos Du Corte se tornou um exemplo de como o conhecimento certo no momento certo pode mudar uma história.

Seu conselho para outros empreendedores é simples: "Organize seus números, conheça seus clientes e não tenha medo de pedir ajuda".

Para o empresário, o crescimento da empresa é o seu crescimento como empreendedor.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Tatiana Vicente da Silva atua no Sebrae Rio desde 2009, na Gerência de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Baixada Fluminense, em Duque de Caxias. É graduada em Administração e pós-graduada em Marketing Estratégico pelo Ibmec. Atua nas ações regionais voltadas para Turismo, Agronegócios, Economia do Mar e Artesanato.

Os Bolos da Vivi



Do camelódromo para a confeitaria afetiva

Viviane Gonçalves cresceu em uma família de comerciantes e teve sua história marcada por um incêndio que destruiu o box de ferramentas do pai no "camelódromo" da Central do Brasil, no Rio de Janeiro.

Após perdas financeiras e emocionais, percebeu os desafios e as incertezas do empreendedorismo. Ainda assim, em 2022, Viviane começou o próprio negócio com bolos e doces afetivos, colocando em prática todo o seu aprendizado e descobrindo a necessidade de se aperfeiçoar enquanto empresária.

Dentre os desafios estava uma decisão importante: a empreendedora precisava definir que caminho sua empresa seguiria, expandindo com novas filiais, de forma cautelosa, ou diversificando, ao investir em outros modelos, como cafeterias.

Origens no comércio popular

Viviane Gonçalves traz em sua trajetória o DNA do comércio popular. Desde cedo acompanhava o trabalho do pai no camelódromo da Central do Brasil, no Rio de Janeiro, um dos maiores polos de vendas populares do estado. Nesse ambiente agitado e desafiador, ela aprendeu a se relacionar com clientes, a entender de logística e a vivenciar, na prática, a dinâmica de um comércio.

O incêndio, que atingiu o local em 2010 e destruiu dezenas de boxes marcou profundamente sua família, despertando nela a consciência sobre as dificuldades do pequeno empreendedor diante de situações inesperadas.

Mas Viviane encontrou direção e transformou a dor em um novo recomeço. Começou a trabalhar em uma confeitaria, com uma amiga que, pouco tempo depois, faleceu.

Após a morte de sua amiga, os clientes começaram a procurá-la, o que a levou a abrir seu próprio negócio. Nele, Viviane passou a conquistar clientes não só com bolos, mas com outros doces e passou a atender encomendas personalizadas, um diferencial competitivo. O cuidado com a qualidade e com o atendimento fizeram com que a marca fosse reconhecida na região.

Mas crescer trouxe novos desafios. Entre 2022 e 2023, a produção girava em torno de 20 a 30 bolos diários, entre bolos caseiros e decorados. Diante desse cenário, Viviane percebeu a necessidade de profissionalizar a gestão, estruturar processos, equilibrar a produção com as demandas administrativas e fortalecer a marca.

Apesar das conquistas, a empresa ainda dependia diretamente da presença da própria empreendedora para ampliar o alcance e atender a um público cada vez mais exigente. A sobrecarga de tarefas e a pressão por crescimento mostraram que, para alcançar novos patamares, ela precisaria alinhar sua visão de expansão com estratégias bem planejadas, garantindo que o negócio crescesse de forma sustentável e sem perder sua essência artesanal.

Entre desafios e oportunidades

Ao navegar na internet, Viviane encontrou o Projeto Sebrae Delas e decidiu participar com a esperança de estruturar a gestão do negócio. No projeto, recebeu consultorias que a incentivaram a organizar a gestão administrativa, separando as atividades de produção das rotinas financeiras e operacionais. Para isso, implantou controles simples, mas eficazes, como planilhas de fluxo de caixa, acompanhamento de custos fixos e variáveis, além de um sistema de registro de pedidos que facilitou a comunicação entre a produção e os clientes. A empresária também investiu no fortalecimento da marca, contratando o Sebraetec Branding como pontapé inicial.

Na produção, Viviane estabeleceu padrões de receita, tempo de preparo e funções de cada funcionária, o que aumentou a previsibilidade do trabalho. Também investiu em equipamentos que otimizam tarefas repetitivas, liberando tempo para a criação de novos produtos e para o atendimento estratégico dos clientes. Além disso, percebeu a importância de mapear processos para evitar desperdícios e produzir mais com menos, garantindo maior lucratividade sem perder a qualidade. Para apoiar essa etapa, contratou outra consultoria do Sebraetec, a Ficha Técnica, que foi fundamental na organização e melhoria contínua do negócio.



Outro movimento importante foi a descentralização de tarefas. Passou a delegar parte das atividades administrativas a colaboradores de confiança, dedicando-se mais ao planejamento e ao estudo de viabilidade da expansão.

A empresária também fortaleceu sua presença digital. O uso de redes sociais e do WhatsApp ampliou o alcance do negócio, gerando novas encomendas e fidelizando consumidores. Esse canal direto também possibilitou ajustes rápidos diante de feedbacks, aumentando a satisfação do público.

A grande virada

A partir da implementação das mudanças, os resultados começaram a aparecer de forma consistente. A empresa passou a registrar maior estabilidade no faturamento, reduziu atrasos e falhas na entrega e se tornou referência pela qualidade e confiabilidade.

Sua produção também aumentou de forma significativa: anteriormente, produzia de 20 a 30 bolos por dia. Com as mudanças, passou a fazer uma média de 120 bolos caseiros, além de outras dezenas de produtos que inseriu em seu cardápio.

A trajetória de Viviane Gonçalves mostra que o crescimento de um negócio precisa estar apoiado em bases sólidas. Seu maior acerto foi reconhecer que a expansão não poderia ser precipitada: antes era necessário organizar a gestão, estruturar a produção e buscar apoio especializado.

O contato com o Sebrae foi decisivo nesse processo, oferecendo orientação prática para planejar cada etapa e enxergar novas oportunidades de forma realista. Ela aprendeu que empreender exige paciência, disciplina e, sobretudo, disposição para ajustar a rota sempre que necessário.

Viviane conseguiu expandir seu negócio e abriu uma filial no bairro do Pilar e, agora, pretende investir para adequar seu negócio ao modelo de franquia. Mais preparada para os desafios, encerra este ciclo com a certeza de que a resiliência e o planejamento andam lado a lado no empreendedorismo.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Ariane da Paz Terra Passos atua no Sebrae Rio desde 2022, na região da Baixada Fluminense II. É formada em Psicologia e possui MBAs em andamento. Atua como gestora regional de projetos de empreendedorismo feminino, além de conduzir iniciativas voltadas ao empreendedorismo social e à economia criativa. Também é responsável pela gestão do atendimento na região e pela formação e desenvolvimento de estagiários.

Capítulo 03

Centro-Sul

AmorEco

Dinamic Engenharia

Reforcriativ

AmorEco



Transformando desafios em crescimento

A AmorEco nasceu de uma dor pessoal de Camila Trombinni, fundadora da marca: sua filha era alérgica a diversos agentes presentes na composição de produtos, o que requeria grande atenção. Em 2020, presa a uma rotina de muitos medicamentos, Camila decidiu pesquisar e adotar alternativas naturais. Com o tempo, transformou essa busca em propósito e depois em negócio.

Em 2022, com o incentivo da mãe, que já havia feito diversas capacitações com o Sebrae, decidiu se aproximar da instituição. A partir desse momento, passou a participar ativamente de eventos e ações, adquirindo conhecimentos que transformaram sua rotina, sua vida e seu negócio.



Quando o cuidado vira negócio

Camila sempre se interessou por um estilo de vida saudável e vegano, e introduzia esses hábitos na rotina de sua família. Com as fortes alergias de sua filha, Lavínia, começou a estudar e se capacitar para criar os próprios produtos de higiene e limpeza. Ainda durante a pandemia, fez desse novo aprendizado uma oportunidade de empreender, criando seus primeiros produtos: o creme para os pés, que permanece como um dos favoritos até hoje, e o desodorante, que ela continuou aprimorando por sua preocupação com a saúde e o cuidado com o corpo.

As vendas começaram de forma simples, no "boca a boca", com familiares e pessoas próximas. Com o tempo, a empresária começou a postar no Instagram e a participar de feiras temáticas. Depois, expandiu para parcerias e eventos, diversificando cada vez mais os formatos e os locais de atuação.

No entanto, logo no início de sua jornada, deparou-se com um grande desafio: a extrema timidez que a impedia de oferecer seus produtos e vendê-los, bem como divulgar seu trabalho nas redes sociais.

Em feiras e eventos, muitas vezes, acabava se escondendo atrás de sua mãe e a deixava fazer esse contato com os clientes, tudo para evitar o contato com as pessoas, algo que a incomodava, pois, quando sua mãe não podia ir, ela acabava perdendo vendas.

Outro desafio que Camila enfrentava era manter o fluxo de vendas nos períodos em que os clientes ainda estavam utilizando os produtos recentemente comprados. Com boa durabilidade, muitos produtos demoravam para acabar.

Diante desses dilemas, a empresária resolveu mudar de atitude e dar a guinada necessária para evoluir seu negócio.



Da transformação pessoal ao crescimento do negócio

Para se desenvolver e superar suas dificuldades, Camila procurou o Sebrae em 2022 e ingressou no projeto Sebrae Delas. A partir das consultorias técnicas, principalmente as de Marketing e Vendas, e com a participação nas oficinas coletivas, ela começou a entender a importância de enfrentar sua timidez e se destacar mais, para impulsionar o crescimento do seu negócio.

A empresária passou a frequentar eventos presenciais e a participar de rodadas de negócios, aprimorando sua habilidade de negociação e vendas. Camila criou uma rotina de postagens no Instagram, onde passou a aparecer para suas clientes, gerando uma conexão mais profunda com elas, o que resultou no aumento de suas vendas.

Além do projeto Sebrae Delas, Camila também fez consultorias de Finanças e Planejamento e conseguiu implementar mudanças significativas na empresa. Estruturou regras internas, organizou seu espaço físico, horários e metas, além de controles financeiros mais rigorosos. Ela passou a documentar e definir processos financeiros objetivos e começou a firmar parcerias e frequentar eventos alinhados ao propósito e aos valores de sua marca.

Com o tempo, aprimorou seu método de planejamento e entendeu que a qualidade dos seus produtos agrega valor a eles, e não apenas um preço. Dessa forma, Camila passou a tomar decisões mais estratégicas para o negócio.

Crescimento que reflete a transformação

Desde 2022, quando começou a implementar melhorias na sua empresa, Camila passou a mensurar um aumento significativo no faturamento: 15% em 2023, 20% em 2024 e 25% em 2025.

O crescimento é resultado de mudanças internas e externas da empreendedora. A transformação gradual do seu comportamento impulsionou novas oportunidades para a empresa, que teve seu espaço físico estruturado para receber clientes que queiram usufruir de uma experiência de compra diferenciada.

Sua participação no projeto Sebrae Delas foi muito importante para o seu desenvolvimento: o "empurrãozinho" que precisava para se empoderar, desenvolver e deixar a timidez de lado, mostrando-se mais em prol do crescimento do seu negócio e do seu desenvolvimento pessoal, como mulher e empreendedora.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Renata Bernardes atua no Sebrae Rio desde 2022, na Gerência de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Centro-Sul. É pós-graduanda em Gestão de Pequenos Negócios e em Psicologia. Atua como gestora regional do projeto Sebrae Delas, apoiando ações voltadas ao fortalecimento do empreendedorismo feminino e ao desenvolvimento dos pequenos negócios na região.

Dinamic Engenharia



Construindo o futuro: da base empírica à gestão estratégica

Douglas Bastos assumiu a Dinamic Engenharia em 2018, com uma estrutura frágil: faturamento baixo, poucos clientes na carteira e ausência de processos, o que resultava em alto índice de retrabalho. Essas questões minavam a qualidade do serviço e a previsibilidade do negócio, gerando grande insegurança.

Com a chegada do primeiro filho, Douglas viu a necessidade latente de profissionalizar a operação para que a empresa crescesse, impulsionando a geração de renda. Para isso, o empresário procurou o Sebrae e, por meio de capacitações, padronizou os processos e estabeleceu rotinas empresariais. Isso lhe permitiu alcançar, em um semestre, o faturamento anual previsto de aproximadamente R$ 200 mil reais.

Engenharia com visão de futuro

Douglas começou a empreender em 2007, mas foi em 2018 que sua história como empresário ganhou um novo rumo. Após assumir uma empresa de projetos de engenharia originalmente criada por um amigo, Douglas passou a focar na execução de projetos elétricos e hidráulicos, área que dominava.

Naquele momento, a estrutura do negócio era frágil: o faturamento anual girava em torno de R$ 200 mil, a atuação estava limitada a poucos clientes e à falta de processos estabelecidos. Os erros operacionais também se tornaram uma dor: retrabalho por falha de comunicação e a falta de preparo das equipes para lidar com os clientes eram dilemas constantes. E tudo isso impactava diretamente a qualidade dos serviços e a previsibilidade financeira.

Com a chegada do primeiro filho e a necessidade de melhorar sua renda mensal, Douglas se viu ainda mais motivado a transformar o negócio. Em 2019, conheceu melhor os serviços do Sebrae, iniciando um ciclo de melhorias que marcaria a virada do negócio nos anos seguintes. A pandemia foi um período desafiador, mas também serviu de gatilho para acelerar a profissionalização da empresa.

Estratégias e soluções que transformam negócios

O primeiro passo foi uma consultoria do Sebraetec para melhoria de processos. Douglas estruturou a operação, criou checklists, organizou a rotina da equipe e implantou padrões que reduziram falhas na execução dos projetos. Em paralelo, iniciou o planejamento estratégico da empresa, com definição de missão, visão e valores, e começou a adotar políticas de compliance e ética, exigidas em contratos com grandes empresas.

Com o tempo, outras soluções foram incorporadas: consultorias em ESG, Marketing Digital, Vendas para Grandes Empresas, Licitações e Finanças. Também ofereceu capacitações para o time, com treinamentos, especialmente em atendimento ao cliente. Além disso, desenvolveu um aplicativo próprio para organização e pós-venda.

As mudanças resultaram em um salto na eficiência da equipe, na redução do retrabalho e no aumento do volume de contratos. No primeiro semestre de 2025, mesmo com um cenário econômico desafiador, a empresa já havia faturado R$ 2,4 milhões.

A organização interna foi estratégica e permitiu ampliar a carteira de clientes, levando a empresa a novos patamares no segmento B2B da engenharia.



Lições que permanecem, metas que avançam

Douglas reconhece que já cometeu erros ao longo da trajetória, principalmente ao investir em soluções pouco eficazes. Mas destaca dois grandes acertos: persistência e busca por ajuda qualificada.

Em sua visão, todo empresário deveria recorrer a suporte técnico especializado e manter-se em constante atualização diante das dinâmicas do mercado. Isso é o que torna empresas cada vez mais competitivas. Atualmente, seu objetivo é sair da operação diária para focar na expansão e iniciar atividades de importação, ampliando a atuação do negócio.

A trajetória de Douglas mostra que, com esforço, visão e suporte adequado, é possível transformar um pequeno negócio em uma operação sólida e com visão de futuro.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Sharon de Queiroz Silva atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Centro-Sul. É graduada em Administração e possui MBA em Gestão de Vendas. Atua no apoio a micro e pequenos empreendedores, com foco em temas relacionados à gestão, estratégia e desenvolvimento de negócios.



Lorraine Serpa Oliva atua no Sebrae Rio desde 1997, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Centro-Sul. Possui graduação e pós-graduação em Educação Empresarial. Atua na gestão do projeto ALI Produtividade, além de ser responsável por atividades administrativo-financeiras e pela gestão de contratos.

Reforcriativ



Estofando com sustentabilidade e propósito

Valdinei Marques, fundador da Reforcriativ, localizada em Paraíba do Sul, transformou sua experiência, na tapeçaria, em um projeto de impacto social e rentável.

Enfrentando desafios financeiros e estruturais desde a juventude, em 2016, o empresário uniu propósito social e negócio, estruturando uma iniciativa de formação profissional para jovens em situação de vulnerabilidade da comunidade por meio da produção de móveis sustentáveis. A ideia surgiu a partir de suas próprias vivências e observações, ao perceber a falta de perspectivas de muitos jovens em relação ao mercado de trabalho.

Com o apoio do Sebrae, estruturou o negócio e expandiu sua visão de mercado, transformando um projeto informal em uma empresa com potencial de franquia e impacto nacional.

Do projeto social à estrutura empresarial

A relação de Valdinei com o empreendedorismo começou cedo, sob influência do pai, que era empreiteiro na zona rural. Aos 15 anos, teve seu primeiro contato com uma tapeçaria e logo passou a sonhar em ter sua própria fábrica. Aos 16 anos, com apoio dos pais, adquiriu sua primeira máquina de costura e começou a realizar pequenos trabalhos.

Em 1994, Valdinei iniciou atividades voluntárias com jovens em situação de vulnerabilidade social, por meio de atividades esportivas e de lazer. Dois anos depois, fundou uma escolinha para ensinar a reforma de sofás infantis. Em 1998, abriu sua primeira fábrica de estofados, mas, sem estrutura financeira, encerrou as atividades e vendeu o maquinário.

Em 2000, criou a Reforcriativ, adotando um modelo de consórcio para capital de giro, alternativa à falta de recursos iniciais. Durante alguns anos, a atuação manteve-se entre o voluntariado e a prestação de serviço. Mas Valdinei seguiu com o objetivo de servir a comunidade, oferecendo capacitação e treinamento a quem precisasse.



Em 2016, iniciou um trabalho mais consistente de formação de jovens em situação de vulnerabilidade, oferecendo oficinas gratuitas de tapeçaria.

O diferencial da Reforcriativ é a produção de sofás infantis, ainda pouco encontrados no mercado. Esse produto, além de instrumento de capacitação técnica dos alunos, foi decisivo para aguçar o olhar mercadológico de Valdinei, que passou a enxergá-lo como ferramenta pedagógica.

Além do valor afetivo, o empresário também incorporou sustentabilidade à produção, reaproveitando sofás descartados para transformá-los em novos produtos. Isso aumentou seu potencial de mercado e abriu oportunidades para escalar o negócio.

No entanto, Valdinei precisava profissionalizar sua empresa que, por muitos anos, funcionou de maneira informal.

Gestão, estrutura e visão de futuro

A partir de 2016, a Reforcriativ iniciou um trabalho mais consistente de formação de jovens em situação de vulnerabilidade, oferecendo oficinas gratuitas voltadas à capacitação em práticas de tapeçaria. A relação de Valdinei com o Sebrae teve início ainda na década de 1990, quando, por indicação de um amigo, passou a participar de palestras e capacitações que despertaram seu olhar empreendedor e fortaleceram sua confiança para seguir no caminho do negócio próprio.

Em 2018, houve a formalização como associação e, posteriormente, a organização como empresa. O ponto de virada na gestão do negócio veio por meio de cursos como “Como Iniciar seu Pequeno Negócio”, “Como Vender Mais e Melhor” e oficinas sobre vendas e participação em feiras e eventos. Essas capacitações permitiram que Valdinei compreendesse melhor seu produto, desenvolvesse estratégias comerciais mais eficazes e passasse a enxergar o potencial de crescimento e escalabilidade da Reforcriativ.

Outro fator decisivo para a empresa foi a participação no Expo Favela 2022, que despertou o interesse por temas como ESG e ampliação de impacto, impulsionando a participação em projetos e cursos na temática, como o Impacta.

Desde 2023, a empresa participa da feira de empreendedorismo de Paraíba do Sul, o Liquida PS, estabelecendo parcerias estratégicas, inclusive com a Universidade Rural de Três Rios. Esses eventos proporcionaram networking, ampliaram sua busca por novos fornecedores e grupos de tapeceiros e estofadores fora da região interessados no seu serviço social e no seu negócio.

Cada vez mais empoderado em relação à sua gestão, Valdinei aumentou o poder de negociação, o que o levou a fazer uma pesquisa no mercado de fornecedores, encontrando preços mais baixos e melhorando as condições de compra. Com maior controle financeiro, criou um sistema próprio de crediário e financiamento interno, aumentando o ticket médio e o número de vendas. O faturamento mensal, de R$ 4 mil em 2021, passou a ser de R$ 13 mil a R$ 17 mil.

Valdinei passou a adotar metas, estruturar a equipe, descentralizar tarefas e investir na formação dos colaboradores: um jovem que iniciou na empresa como aprendiz começou a cursar Administração, preparando-se para a gestão do negócio.

Do aprendizado à visão de futuro

A história de Valdinei mostra que persistência, visão e apoio são fundamentais. Os erros iniciais, como a falta de planejamento mais consistente, serviram como aprendizado para construir uma gestão mais madura. O Sebrae foi um parceiro decisivo nessa transição, oferecendo conhecimento, rede de contatos e oportunidades de se apresentar no mercado.

Hoje, a Reforcriativ atua com foco em sustentabilidade socioambiental, inovação e formação cidadã. O objetivo para o futuro é consolidar o modelo de franquia social e expandir a presença da empresa em outros municípios da região e em municípios de fora do estado.

A experiência de Valdinei é um exemplo de que, mesmo as ideias mais simples, quando bem conduzidas, podem transformar realidades e deixar um legado positivo para muitas gerações. A Reforcriativ mostra que ter paixão e propósito é um diferencial não apenas de mercado, mas de vida.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Edmilson Gomes atua no Sebrae Rio desde 2021. É graduado em Psicologia e possui MBA em Gestão de Pequenos Negócios. Atua como interlocutor regional dos programas de Educação Empreendedora, Empretec, Mercado Digital e Economia Criativa, com foco em Artesanato, além de desenvolver ações de atendimento territorial nos municípios de Três Rios, Mendes e Engenheiro Paulo de Frontin.

Capítulo 04

Costa Verde

Rancho Ayres

Rancho Tânia

Rio Sul Construções

Rancho Ayres



Tradição caiçara transformada em negócio sustentável

Da cozinha tradicional caiçara às mesas de eventos globais, Aparecida Rosa Ayres, à frente do Rancho Ayres, em Paraty, transformou a paixão herdada da família em um negócio inovador que une cultura, sustentabilidade e protagonismo feminino. Em 2021, ela enxergou nas algas um ingrediente pouco explorado, mas cheio de potencial para se tornar diferencial competitivo e sustentável. O desafio era grande: como equilibrar a tradição gastronômica caiçara com a necessidade de estruturar um negócio rentável e reconhecido no mercado?

Foi a partir desse dilema que o projeto Algas na Mesa começou a ganhar forma. O Rancho Ayres, já consolidado como espaço de valorização cultural e gastronômica em Paraty, passou a incluir as algas em suas criações, mantendo a identidade da tradição, mas abrindo caminho para a inovação.



Herança como parte da inovação

O Rancho Ayres sempre foi um espaço de valorização da cultura caiçara, oferecendo experiências gastronômicas autênticas em Paraty. E foi pensando em inovar nas experiências que a família Ayres decidiu explorar o potencial das algas como diferencial competitivo e sustentável.

Apesar da riqueza cultural e do produto inovador, a dificuldade estava em transformar essa ideia em um negócio consistente. Era preciso definir o modelo de gestão, criar estratégias de comunicação e encontrar canais de comercialização. O dilema de Aparecida era equilibrar tradição, inovação e sustentabilidade, sem perder a identidade cultural, mas conquistando novos mercados.

O caminho estratégico da mudança

Já parceira do Sebrae, em 2024, Aparecida intensificou sua participação em programas e consultorias.

A partir das capacitações, adotou práticas de gestão e planejamento financeiro, que resultaram no aumento do faturamento. Além disso, reforçou a presença digital, ampliando o alcance a públicos antes inacessíveis.

A participação em eventos de relevância nacional e internacional, como o GreenRio e o Global Ocean Day, abriu portas para novos contatos e consolidou o Algas na Mesa como referência em gastronomia sustentável.

Ampliar os horizontes da ideia inovadora foi a estratégia certa para o negócio, que contou também com estruturação e organização para galgar novos mercados.



A cultura como parte do futuro

Com as mudanças implementadas na empresa, o Rancho Ayres alcançou não só resultados quantitativos, mas também qualitativos, com reconhecimento, visibilidade e impacto.

Aparecida se tornou exemplo de protagonismo feminino, mostrando que as mulheres caiçaras podem inovar sem renunciar à tradição, alinhando seu trabalho a grandes causas globais como sustentabilidade e igualdade de gênero (ODS 5). Hoje, o Algas na Mesa é mais do que um projeto gastronômico: é um modelo de como a cultura tradicional pode dialogar com inovação e consciência global.

O futuro já está sendo desenhado, com novas experiências gastronômicas, parcerias no turismo pedagógico e produtos que podem levar o sabor e a força das algas de Paraty para além das fronteiras. A empresária planeja expandir o buffet, participar de mais eventos nacionais e internacionais e fortalecer o papel das algas como produto gastronômico e sustentável, mantendo viva a identidade caiçara e gerando impacto positivo para a comunidade.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Maiumi Monteiro da Silva atua no Sebrae Rio desde 2019, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Costa Verde. É graduada em Administração e possui pós-graduação em Gestão de Projetos. Atua em iniciativas voltadas ao fortalecimento dos pequenos negócios e ao desenvolvimento territorial, com experiência em planejamento, estruturação e apoio a empreendimentos.

Rancho Tânia



Inspiração através da comida

Tânia Rosa Ayres, proprietária do Rancho Tânia, na Praia de São Gonçalo, em Paraty, é reconhecida por sua força e determinação. Caiçara de raiz, iniciou sua jornada empreendedora ainda muito jovem, como forma de sobrevivência, enfrentando inúmeras dificuldades até conquistar um espaço próprio.

Antes de ter o rancho fixo, a empreendedora vendia churrasquinhos na praia. Hoje, o Rancho Tânia é referência pela culinária caiçara saborosa e já ganhou até destaque em programas de TV.

Dona Tânia se tornou uma verdadeira inspiração em sua comunidade: uma mulher que abriu caminhos, convidou outras mulheres a empreender e mostrou que é possível transformar desafios em oportunidades.

Seu grande dilema, no entanto, estava em aumentar o faturamento do negócio. Apesar da boa aceitação do público, faltava aprimorar a gestão e o atendimento para que o Rancho alcançasse resultados mais consistentes.

Gestão para o futuro



O Rancho Tânia é um restaurante de culinária caiçara localizado à beira-mar, com redes, hortas, plantio próprio e uma decoração acolhedora. O espaço é reconhecido por seus pratos típicos preparados com ingredientes frescos e receitas tradicionais, proporcionando aos clientes uma experiência autêntica e culturalmente rica.

No entanto, apesar da boa reputação e do reconhecimento conquistado, o negócio enfrentava dificuldades de gestão, sobretudo em relação ao aumento do faturamento, ao controle financeiro

e à precificação dos produtos. Esses fatores fragilizavam a operação e limitavam o crescimento sustentável do empreendimento.

A trajetória empreendedora de Dona Tânia teve início nos anos 2000, marcada por inúmeros obstáculos e pela constante necessidade de se reinventar. Sua força e persistência garantiram que o Rancho permanecesse ativo, mas as falhas na gestão se tornaram uma barreira real para a consolidação do negócio. Ainda assim, sua postura serviu de inspiração para outras mulheres da comunidade caiçara de São Gonçalo, que passaram a enxergar no empreendedorismo um caminho possível.



Aprender para transformar

Em 2021, Dona Tânia procurou o Sebrae para profissionalizar seu negócio. Participou de oficinas, consultorias e atendimentos individualizados.

Em 2024, Dona Tânia percebeu que para superar os desafios de gestão e alcançar o tão desejado crescimento do Rancho seria necessário adotar novas práticas. Com o apoio do Sebrae, ela participou de consultorias de Precificação e de oficinas de Revisão de Cardápio, Atendimento ao Cliente e Manipulação de Alimentos.

As ações começaram pela reformulação do cardápio, que foi reorganizado de forma mais enxuta e estratégica. A decisão de reduzir a quantidade de opções visava não apenas facilitar a operação da cozinha, mas valorizar pratos de maior aceitação e margem de lucro. Em paralelo, a precificação dos produtos foi revista com base em critérios técnicos, corrigindo distorções que impediam o faturamento de acompanhar os custos do negócio.

Outro passo fundamental foi a capacitação da equipe de atendimento. Dona Tânia entendeu que, para se destacar em um mercado competitivo e turístico como o de Paraty, era essencial oferecer mais do que boa comida: era preciso garantir uma experiência acolhedora e de qualidade. Com o treinamento, o atendimento se tornou mais ágil, simpático e organizado, reforçando a identidade cultural do Rancho.

A implantação dessas mudanças exigiu dedicação e acompanhamento de perto por parte da empresária, que se envolveu diretamente em todas as etapas. Mas os resultados foram expressivos: ao final de 2024, o Rancho Tânia registrou um aumento de 40% no faturamento e passou a operar com maior controle financeiro, redução de desperdícios e atendimento mais qualificado.

Uma jornada de conquistas

A experiência vivida por Dona Tânia com o Sebrae deixou como principal aprendizado a importância da gestão profissionalizada para garantir a sustentabilidade de um negócio. Ela compreendeu que acompanhar custos, precificar corretamente e investir em capacitação são fatores determinantes para o sucesso.

Outro ponto marcante foi perceber que o atendimento é tão valioso quanto a qualidade dos pratos. O cuidado com a recepção, a escuta atenta aos clientes e a valorização da cultura caiçara transformaram a experiência no Rancho em algo ainda mais autêntico e memorável, fortalecendo o vínculo com moradores e turistas.

Com os resultados alcançados em 2024, a empresária passou a enxergar o futuro com mais confiança. Sua meta é continuar inovando no cardápio, ampliando a divulgação do restaurante e, sobretudo, manter o ciclo de aprendizado contínuo junto ao Sebrae, para que o Rancho siga crescendo de forma estruturada.

O Rancho Tânia mostra como a combinação entre persistência empreendedora e orientação técnica pode transformar desafios em conquistas. A jornada com o Sebrae não apenas solucionou os dilemas de gestão, mas também abriu caminho para que a empreendedora projetasse novos horizontes, consolidando o restaurante como referência em culinária caiçara em Paraty.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Maiumi Monteiro da Silva atua no Sebrae Rio desde 2019, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Costa Verde. É graduada em Administração e possui pós-graduação em Gestão de Projetos. Atua em iniciativas voltadas ao fortalecimento dos pequenos negócios e ao desenvolvimento territorial, com experiência em planejamento, estruturação e apoio a empreendimentos.

Rio Sul Construções



Da estrutura à excelência

A Rio Sul Construções (RSC), fundada em 2005 pelo casal empreendedor Douglas e Cláudia, é uma empresa do setor da Construção Civil que atua no município de Itaguaí e tem foco em obras industriais, infraestrutura e prestação de serviços especializados. Visto que já possuíam experiência em outras empresas do ramo, os empresários conseguiram clientes desde o início da operação e começaram suas atividades na região.

Com a pandemia, em 2020, os empresários se depararam com novos desafios. Mas sua capacidade de adaptação e análise crítica permitiu transformar esses desafios em oportunidades. A empresa começou sua expansão desde então e segue trilhando uma jornada de crescimento com base em inovação e melhoria contínua.

Buscando eficiência para acompanhar o crescimento

A Rio Sul Construções (RSC) atua com foco em obras industriais, infraestrutura e prestação de serviços especializados. Por já terem experiência no ramo, os empresários iniciaram a empresa com uma carteira de clientes, o que sustentou uma boa parte da operação. Por ser uma família empreendedora, onze anos depois da inauguração, o filho de Douglas e Cláudia, Douglas Júnior, entrou para a equipe, dando suporte ao sonho consolidado em união.

Porém, com a pandemia, surgiram diversos desafios. O olhar aguçado do casal, no entanto, permitiu notar novas oportunidades diante deles. Foi então que a empresa começou sua expansão, tanto no atendimento quanto no território, trilhando uma jornada de crescimento sustentado pela inovação e pela melhoria contínua.

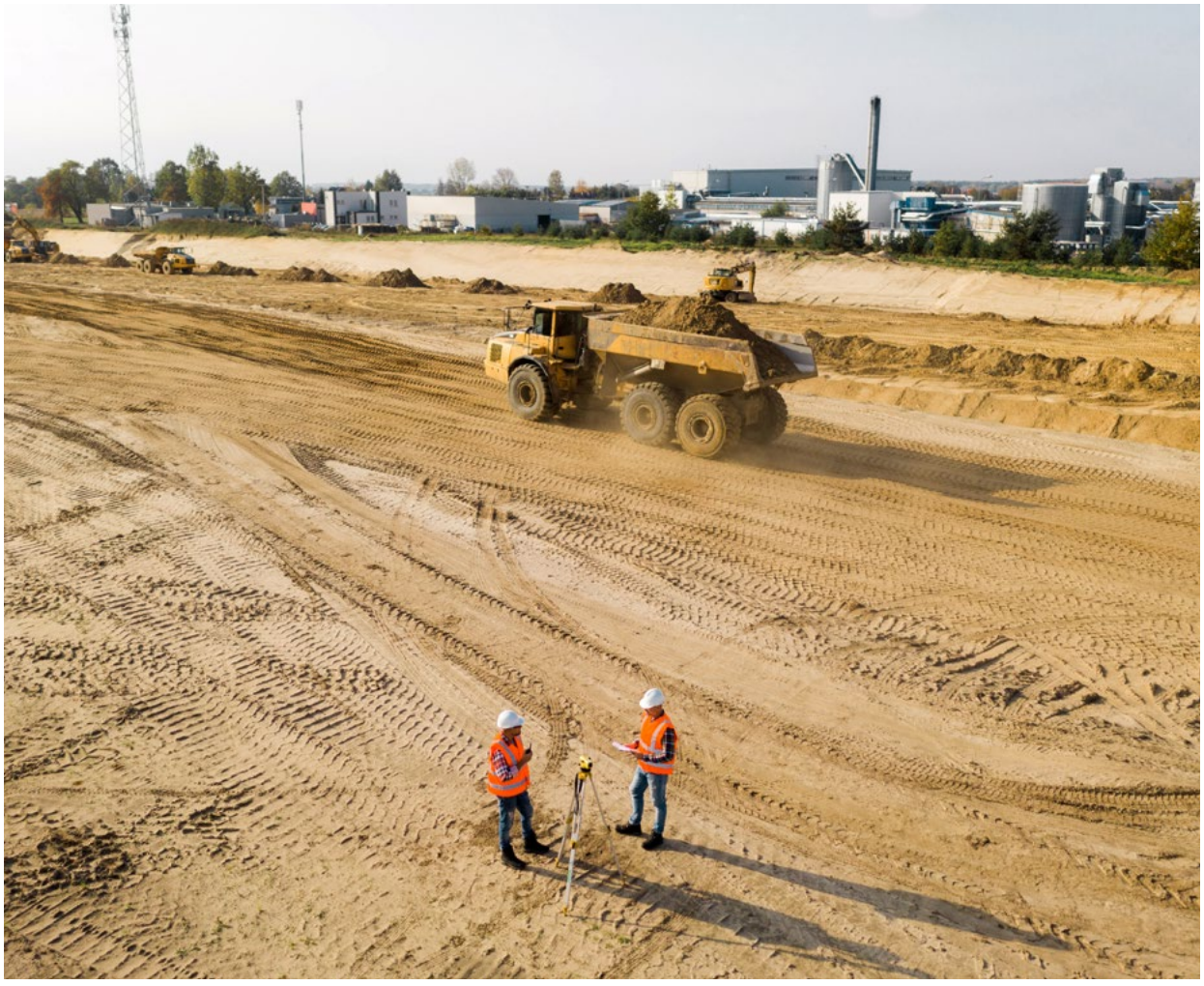
Seu desafio central passou a ser, então, aumentar a eficiência de processos internos, consolidar práticas de gestão mais estruturadas e preparar a liderança para sustentar o crescimento do negócio, que acontecia de forma acelerada.

Profissionalização da gestão e fortalecimento da liderança

Em 2023, os sócios entraram em contato com o Sebrae em busca de orientações para os dilemas ligados à padronização de processos e ao desenvolvimento de lideranças. A intenção era que a empresa pudesse desenvolver um modelo organizacional a fim de garantir que os seus serviços satisfizessem as necessidades dos clientes e os requisitos regulamentares, resultando em uma maior confiabilidade e competitividade.

As principais consultorias realizadas pela empresa foram as voltadas para o Lean Manufacturing, a produção e a qualidade, no segmento de mapeamento e melhoria de processos. Essas consultorias estabeleceram a distribuição de tarefas e a definição de grupos de trabalho. A participação no Projeto de Encadeamento Produtivo Vale possibilitou que os empresários realizassem networking de qualidade, e os treinamentos de Liderança e Gestão de Pessoas permitiram o desenvolvimento de líderes capazes de sustentar a expansão organizacional, bem como qualificá-los para relacionamento com grandes clientes e cadeias produtivas, algo que exige qualificação e processos internos bem definidos.

Focados no desenvolvimento da equipe, os empresários da Rio Sul Construções indicaram, no primeiro semestre de 2025, a colaboradora Andrine Alves para o Empretec. Na imersão, ela compreendeu a complexidade e a importância de gerir indicadores de desempenho, fundamentais para medir a eficiência e a produtividade da equipe, melhorar a performance e dar segurança às decisões estratégicas em conjunto com Douglas Júnior que hoje está no quadro societário e segue trabalhando no desenvolvimento da liderança para dar continuidade ao legado familiar.



Construindo o futuro

A parceria com o Sebrae tem se mostrado estratégica ao permitir maior profissionalização da gestão e preparo para competir em um mercado exigente e em expansão. A Rio Sul Construções compreendeu que a ausência de processos claros, indicadores bem definidos e preparo da liderança para sustentar o crescimento organizacional foram erros que limitaram a produtividade e o crescimento organizacional.

Em contrapartida, os acertos se destacam: a decisão de buscar apoio externo especializado e a disposição para aplicar imediatamente os conhecimentos adquiridos foram diferenciais para os resultados. Douglas e Cláudia transformaram desafios em oportunidades, estruturaram processos, fortaleceram a liderança e ampliaram sua competitividade.

Com as mudanças implementadas e os novos conhecimentos, a empresa alcançou resultados expressivos: crescimento de receita superior a 50%, ampliação do quadro para 200 colaboradores e expansão de oportunidades com grandes clientes. Também obteve as certificações ISO 9001, ISO 37001 e ISO 37301, conquistas viabilizadas, sobretudo, pelas consultorias de Lean Manufacturing.

O principal plano da Rio Sul Construções para os próximos anos é expandir sua atuação em grandes contratos na área industrial, fortalecendo sua participação em cadeias produtivas estratégicas. Também pretende consolidar a cultura de gestão por indicadores, garantindo que os aprendizados obtidos entre 2023 e 2025 se tornem práticas permanentes. Em vez de esperar que os problemas se agravem, a empresa passa a agir preventivamente, contando com o apoio de parceiros como o Sebrae.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Vinícius Coutinho atua no Sebrae Rio desde 2011, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Costa Verde. É graduado em Administração, Ciências Contábeis e Gestão Financeira, com pós-graduação em Gestão de Projetos e Gestão de Negócios.

Capítulo 05

Lagos

Aldeia dos Grãos

Espaço do Leandro

Gabi Vitrine Criativa

Aldeia dos Grãos



De professora a empreendedora

Marilene Costa, professora aposentada e apaixonada por Educação, jamais imaginou abrir um negócio. Em 2019, seu plano era objetivo: estudar para o doutorado e seguir carreira acadêmica na Bahia. Mas uma visita despretensiosa à loja da sobrinha e o desejo de ajudar um amigo em dificuldades acabaram dando início a uma jornada empreendedora cheia de desafios e superações.

Motivada a ter seu próprio negócio, ela investiu suas economias num espaço de venda de produtos naturais em São Pedro da Aldeia, no Rio de Janeiro, com o objetivo de oferecer saúde e bem-estar à população local.

Tudo ia bem e Marilene estava pronta para abrir as portas do seu novo sonho. No entanto, no dia marcado para a inauguração, o Brasil entrou em *lockdown* por causa da pandemia de Covid-19. Com prateleiras cheias de produtos perecíveis e sem clientela, os desafios chegaram antes mesmo da jornada começar.



A Aldeia dos Grãos e o desafio de se adaptar

Já aberta, em 2020, a Aldeia dos Grãos, inaugurada no auge da pandemia, contava com Marilene sozinha à frente de todas as operações: desde a reposição de estoque à entrega dos pedidos.

Localizada no centro de São Pedro da Aldeia, a loja começou do zero em um mercado competitivo, com poucos recursos, sem preparo formal em gestão empresarial e diante de uma pandemia.

Apesar desse cenário, o segmento de produtos naturais era favorável, o que ajudou a dar

coragem à empreendedora diante das instabilidades do momento. Segundo dados do Sebrae, o mercado de alimentos saudáveis cresceu mais de 30% nos últimos anos, impulsionado pela busca por saúde e imunidade. Isso motivou a empreendedora a buscar caminhos para solucionar os dilemas enfrentados naquele momento.

Como o maior desafio era a impossibilidade de receber os clientes, Marilene percebeu que precisava inovar. Com o apoio do marketing, implantou o serviço de delivery e passou a entregar pessoalmente os pedidos. Essas medidas não apenas garantiram faturamento, mas permitiram que ela conhecesse melhor a cidade e criasse vínculo com os clientes.

No entanto, sem formação em Administração, sem controle financeiro e com a loja operando com fluxo de caixa negativo, acumulou dívidas com fornecedores e chegou a ter 13 protestos registrados em cartório. Diante do cenário crítico, precisou encarar a decisão mais difícil: fechar as portas ou buscar ajuda para reerguer o negócio.

O colapso financeiro e o primeiro passo para recomeçar

Para solucionar essas questões da empresa, Marilene recorreu ao Sebrae. Em 2022, deu início a um processo de reestruturação e, com o apoio da instituição, participou de diversas capacitações, inclusive do Empretec.

A empresária recebeu atendimentos com orientação personalizada, incluindo consultorias pontuais e treinamentos voltados à liderança, vendas, atendimento ao cliente, organização de processos e gestão de estoque.

Um dos marcos dessa fase foi sua participação no Curso Avançado de Planejamento Estratégico do Sebrae, que contribuiu significativamente para a nova direção do negócio. A partir desse programa, a empresária não apenas passou a visualizar o negócio com mais clareza, mas teve novas ideias para fortalecer sua identidade no mercado, aumentar a competitividade e organizar suas finanças.

Em 2023, conseguiu quitar os últimos protestos e consolidar um novo ciclo para sua empresa. No mesmo ano, iniciou mais um processo com o Sebrae para a reestruturação e organização do estoque empresarial, implementou ferramentas de gestão como controle de metas e análise de ticket médio.



Inspirada pelo curso, também começou a estudar modelos de expansão de forma mais aprofundada, cogitando a criação de um café dentro da loja e até de uma distribuidora, sempre com foco na estruturação sólida do negócio antes de qualquer crescimento.

Em 2025, realizou o Sebraetec Design de Ambientes, transformando a sua loja e proporcionando mais bem-estar e melhor experiência para os clientes.



Persistência, capacitação e apoio certo

Com as ações implementadas, o impacto na empresa foi nítido: entre 2024 e 2025, a Aldeia dos Grãos cresceu cerca de 25%. Marilene não apenas recuperou o crédito no mercado, como conquistou a confiança de fornecedores e clientes, consolidando uma gestão mais profissional e estratégica.

Para a empresária, é importante reconhecer o que faltou no início: preparo. Por isso, busca aprimoramento constante para não cometer os mesmos erros: "Não adianta tentar fazer sozinho o que você não sabe. É preciso pedir ajuda, estudar, aprender a empreender", afirma.

Atualmente, ela treina seus funcionários, participa de eventos, compartilha aprendizados e reforça: "Ofereço aos meus funcionários a empresa em que eu gostaria de ter trabalhado".

Sua história é mais do que uma reviravolta empreendedora, é a prova de que, com coragem, apoio certo e vontade de aprender, é possível transformar crise em crescimento.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Ingrid Castelo Nogueira atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É formada em Administração de Empresas, bacharel em Ciências Contábeis, com pós-graduação em Vendas de Relacionamento e MBA em Marketing Digital. Atua no atendimento e na orientação a empreendedores, contribuindo para o fortalecimento dos pequenos negócios e o desenvolvimento local.

Espaço do Leandro



Cozinha inspiradora

Em 2017, Leandro Calderim e Débora Bessa migraram de São Gonçalo para a Região dos Lagos. De forma despretensiosa, iniciaram um pequeno negócio, com uma panela de caldos e uma chapa para churrasquinhos, atendendo a demanda do bairro onde moravam, localizado em uma área estratégica entre os municípios de Cabo Frio e Armação dos Búzios, também conhecida como Caminho de Búzios.

A ideia surgiu por conta de um grupo de amigos que jogava futebol na quadra do bairro. Percebendo a demanda, o casal começou, então, a oferecer churrasquinhos e caldos. O sucesso foi imediato: em pouco tempo, o negócio cresceu e se capitalizou o suficiente para que pudessem alugar um espaço maior, com estrutura para servir lanches, refeições e até promover eventos comemorativos.

Com o crescimento da marca e o aumento da clientela, Leandro e Débora formalizaram a empresa, buscaram capacitação e envolveram toda a família na operação. Um dos maiores desafios foi treinar a equipe e padronizar os processos essenciais da loja.

Em busca de apoio, Leandro procurou o Sebrae em 2020. Desde então, o casal conta com o suporte contínuo para fortalecer e expandir o negócio e, hoje, a empresa é uma referência no Caminho de Búzios, conhecida pela comida caseira saborosa e pelo atendimento acolhedor de Débora, a “dona do pedaço”, que recebe cada cliente como se estivesse abrindo as portas da própria casa.

Uma gestão familiar e profissional

O nome “Espaço do Leandro” nasceu de uma curiosidade carinhosa: Débora é cercada por “Leandros”, o marido e os dois filhos, que, desde o ventre, acompanham seu ritmo incansável.

Além deles, sua filha Thais e os cunhados, Fabíola e Fabrício, fortaleceram e apoiaram o processo todo desde a fundação do negócio, dando suporte ao longo de toda sua trajetória.

Entre panelas, receitas e a rotina acelerada do dia a dia, Débora nunca deixou de trabalhar com garra para manter a família unida e transformar o negócio em uma referência na Região dos Lagos. Com um

olhar atento à expansão e à melhoria no atendimento, o casal procurou o Sebrae, em março de 2020, em busca de orientação. Com os desafios da pandemia, durante o lockdown, iniciaram uma consultoria remota em marketing digital e mobilizaram a equipe para aprimorar o atendimento on-line, o que refletiu no presencial.

Além do marketing, revisaram o planejamento estratégico da empresa por meio do curso de Planejamento Estratégico Avançado, no qual puderam corrigir rotas, construir um plano de ação robusto e alinhar as decisões ao propósito maior do negócio.

Um dos grandes desafios enfrentados pelo Espaço do Leandro foi estruturar a governança familiar. Manter a harmonia entre gestão e relações pessoais nem sempre é simples. Com o crescimento do negócio e o aumento das demandas, foi necessário revisar processos e adotar uma postura mais profissional, especialmente para atender aos requisitos sanitários e às expectativas dos clientes.

Porém, por meio do diálogo, do apoio técnico e do amadurecimento, o negócio encontrou um caminho de equilíbrio, unindo os laços familiares com a gestão eficiente.

Da cozinha ao território

Ao longo de cinco anos, recebendo orientações e acessando diversas soluções do Sebrae, os gestores do Espaço do Leandro foram implementando novos procedimentos operacionais e desenvolvendo um olhar mais estratégico. Com foco nos objetivos, passaram a compreender a importância de treinar, delegar e acompanhar as tarefas da equipe de forma estruturada.

Débora, em especial, participou de oficinas, caravanas temáticas promovidas pelo Escritório Regional Lagos e de eventos voltados ao comportamento empreendedor. Com isso, passou a organizar melhor sua rotina para ocupar um papel mais estratégico no negócio, fortalecendo parcerias, posicionando a marca e atraindo novos clientes, sempre com o apoio de Leandro e da equipe.

Durante um atendimento presencial do Sebrae, ao relembrar sua trajetória, Débora foi provocada a compartilhar seus aprendizados e inspirar outras mulheres empreendedoras da região. A ideia ficou ecoando como um chamado que ela não poderia ignorar e que logo se transformou em uma nova iniciativa da empresária, movida pelo propósito de difundir conhecimento e engajar outras empreendedoras.



O primeiro passo foi reunir sua equipe e convidar empresárias locais para um bate-papo sobre empreendedorismo feminino. De um insight, nasceu o projeto da Feira de Negócios e Empreendedorismo Feminino no Caminho de Búzios. Com apoio do Sebrae e da Associação de Moradores, a primeira edição aconteceu em 19 de novembro de 2023, celebrando o Dia Internacional do Empreendedorismo Feminino e reunindo mais de 22 mulheres expositoras.

A repercussão foi imediata e positiva. Novos apoiadores surgiram e, mesmo diante de desafios, entre janeiro e agosto de 2024, Débora anunciou a segunda edição do evento, agora com dois dias de programação, incluindo palestras, networking e relatos inspiradores.

O impacto foi significativo: o evento aproximou empresários e moradores do bairro ao Sebrae, gerando novas conexões e impulsionando a comunidade. Em 2024, aconteceu a terceira edição do evento, que já faz parte do calendário de eventos do bairro e que, para além de divulgar a marca "Espaço do Leandro", revela a importância do empreendedorismo no território.

Um futuro construído com propósito

Finalista do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2024, ao compartilhar sua trajetória inspiradora, Débora continua colhendo os frutos de sua dedicação. Em dezembro de 2025, a família comemorou mais uma conquista: a inauguração da segunda unidade do Espaço do Leandro, no bairro Peró, um dos bairros mais visitados por turistas em Cabo Frio.

Com visão empreendedora e foco na sustentabilidade do negócio, o casal segue comprometido com a melhoria contínua. Em agosto de 2025, iniciaram por meio do Sebraetec a consultoria de Lean Manufacturing para implementação de cultura focada na produtividade e qualidade, reforçando o padrão de qualidade pelo qual são reconhecidos.

Sempre atentos ao presente e planejando o futuro, Débora, Leandro e sua equipe seguem como exemplo de que é possível empreender com amor, estratégia e impacto positivo, inspirando muitos outros pelo caminho.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Heloísa Huck atua no Sebrae Rio desde 2019, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Lagos. É formada em Marketing pela Universidade Estácio de Sá, licenciada em História pela Unopar e pós-graduada em Gestão Estratégica Empresarial pela Cenes. Atua como interlocutora de crédito no Escritório Regional Lagos, apoiando iniciativas voltadas ao acesso a crédito e ao desenvolvimento dos pequenos negócios da região.

Gabi Vitrine Criativa



Costurando sonhos na trajetória empreendedora

Em 2019, aos 31 anos e durante a gravidez, após ter empreendido por oito anos em um salão de beleza, Gabriela começou a costurar, usando a máquina de sua mãe para produzir peças do enxoval do bebê.

Após o parto, enfrentou um quadro de depressão e, sem conseguir sair de casa, encontrou na costura uma forma de permanecer ativa. O hobby novo se tornou negócio e Gabi passou a vender suas peças para reinvestir em materiais e continuar produzindo.

Com o passar do tempo, adquiriu novas máquinas, ampliou a produção e, após se mudar, montou um cômodo exclusivo para o trabalho. Mas com a perda da mãe, um marco doloroso, Gabriela ficou seis meses sem conseguir costurar.

Ao retornar, decidiu estruturar o negócio e, em 2022, inaugurou sua primeira loja física. Depois da abertura, o desafio deixou de ser apenas produzir e passou a ser gerir o negócio.

Com o crescimento da empresa, Gabriela buscou orientação do Sebrae para aprimorar a gestão e expandir por meio da criatividade e da educação. Entre os principais desafios identificados estavam o aumento das vendas e a padronização dos processos internos, garantindo mais qualidade, consistência e eficiência na operação.

Do ateliê caseiro ao negócio estruturado

A empresa Gabi Vitrine Criativa nasceu do desejo de transformar uma atividade terapêutica em um negócio estruturado e guiado com propósito. Gabriela começou produzindo em um cômodo da própria casa. Quando o espaço ficou pequeno, construiu um ateliê na garagem, adquirindo máquinas de segunda mão e ampliando sua produção aos poucos.

Diante da dificuldade de encontrar materiais na cidade, abriu um pequeno armarinho em casa. Depois, passou a gravar vídeos com passo a passo no YouTube, o que lhe permitiu ganhar visibilidade nas redes sociais e isso impulsionou novos clientes e pedidos.



Além do crescimento natural da demanda, Gabriela também enxergou a oportunidade de trazer para a cidade produtos diferenciados e oferecer cursos de qualidade voltados para a economia criativa. E foi em 2022 que ela inaugurou sua primeira loja física.

Com o crescimento da empresa e após participar do Seminário Empretec, em 2023, Gabriela buscou o Sebrae para qualificar sua gestão. Seus principais desafios eram organizar as finanças, aumentar as vendas e estruturar processos que, até então, eram conduzidos de forma intuitiva.

Com o apoio da consultoria em finanças, conseguiu organizar as contas e estruturar o fluxo de caixa, um ponto crítico. Paralelamente, participou dos cursos de Atendimento ao Cliente e Vendas, o que trouxe técnicas e uma visão mais estratégica para aprimorar o relacionamento, fortalecer as abordagens comerciais, incentivar a fidelização e ampliar o faturamento de maneira mais consistente.

Um dos grandes desafios da empresa nesse novo ciclo foi desenvolver um planejamento estruturado, com metas, indicadores e direcionamento claro para o crescimento. Com uma nova visão empreendedora e o apoio do Sebrae, foi possível estabelecer um caminho mais estratégico, permitindo um crescimento mais equilibrado e sustentado pelo planejamento.

Da atividade criativa à expansão estratégica

Ao longo de três anos, com acesso a diversas soluções do Sebrae e um comportamento empreendedor voltado para aprimorar tanto a parte técnica quanto a gestão, Gabriela trilhou um caminho mais estratégico para seu negócio.

Em 2023, após realizar a consultoria de finanças, passou a compreender melhor a importância da organização financeira e contratou uma pessoa dedicada exclusivamente a esse processo. Com os conhecimentos adquiridos em cursos e palestras de vendas e atendimento, Gabriela conseguiu orientar melhor seus funcionários, fortalecendo a equipe e a operação da empresa. Ainda no mesmo ano, iniciou a renovação da identidade visual, percebendo a necessidade de mostrar aos clientes as mudanças significativas que estavam ocorrendo. Para isso, contratou consultoria do Sebraetec, para alinhar a comunicação da marca a um posicionamento mais moderno e estratégico.

Também em 2023, Gabriela participou do projeto Sebrae Delas, que contribuiu para sua qualificação e ofereceu orientações específicas para mulheres empreendedoras, fortalecendo não apenas o aprendizado técnico, mas também sua visão de negócios.

Já em 2024, participou de algumas ações de atualização e capacitação, mas precisou se afastar temporariamente devido ao nascimento de seu terceiro filho. Mesmo assim, nesse ano, deu início ao projeto de expansão da loja.

Em 2025, após ampliar o espaço e incluir novos produtos e serviços, identificou a necessidade de aumentar as vendas no meio digital. Para isso, buscou o Sebrae novamente e contratou nova consultoria do Sebraetec para criar uma loja virtual, com o objetivo de expandir o negócio para outros municípios e estados.

Hoje, Gabriela é referência para muitas mulheres que desejam empreender na economia criativa. Desde 2022, ela já triplicou o espaço físico da empresa, e o faturamento aumentou em 50%. Além disso, ela planeja novos projetos para apoiar outras empreendedoras a alcançarem seus objetivos.

Empreender com propósito: planejamento, coragem e resultados

Gabriela compreendeu que o crescimento sólido de um negócio vai além da criatividade e do esforço diário, exigindo organização, planejamento e decisões embasadas em dados. Ela reconhece que um dos principais erros do início da jornada foi conduzir a empresa de forma intuitiva, sem ferramentas de gestão e metas claras. Mas destaca a atitude empreendedora, que a manteve em movimento, mesmo durante fases emocionalmente delicadas, e a disposição para buscar apoio e capacitação quando percebeu que precisava se profissionalizar.

Para quem vivencia desafios semelhantes, aconselha que não hesite em procurar orientação especializada para evoluir como empreendedor, pois o conhecimento aplicado gera clareza e direcionamento.

Para os próximos passos, Gabriela planeja fortalecer a presença digital da marca, ampliar as vendas por meio do comércio eletrônico e capacitar outras mulheres por meio das aulas e oficinas da loja, gerando impacto positivo na comunidade.

Sua história evidencia que, com coragem para recomeçar e suporte adequado, é possível transformar pequenos passos em grandes conquistas.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Angélica Correa Pagini atua no Sebrae Rio desde 2021, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Lagos. É formada em Administração e possui MBA em Gestão Estratégica de Negócios. Atua no apoio ao desenvolvimento e fortalecimento de micro e pequenas empresas da região.

Capítulo 06

Leste Fluminense

Clínica Bem-Estar

MaxSynergy

MLP | epsbr

Clínica Bem-Estar



Gestão saudável: como a Clínica Bem-Estar curou seus processos operacionais para expandir

A Clínica Bem-Estar está localizada na cidade de Maricá e surgiu da vontade da empresária Suelen Tavares de ter algo próprio e de entregar à população local um serviço de qualidade. Empreendedora desde jovem, movida e motivada pelos negócios, a jornalista Suelen já foi vendedora de roupas e proprietária de uma *lan house* antes de iniciar sua atuação no segmento de saúde.

Em 2016, diante de uma oportunidade, Suelen e Aline, sua amiga e sócia, uniram forças e embarcaram em uma parceria com um investidor para iniciar sua primeira clínica de saúde e bem-estar. No entanto, pouco tempo depois, a sociedade com o investidor foi desfeita e a clínica, vendida. Mas Suelen e Aline não desistiram.

Em 2018, ainda com o sonho em vista, nasceu a Clínica Bem-Estar, com apenas dois consultórios e uma equipe enxuta. Rapidamente, porém, houve aumento da demanda, o que também trouxe grandes e novas responsabilidades.

O foco das sócias nos aspectos operacionais deixou em segundo plano o planejamento estratégico e o aspecto gerencial amplo, impactando diretamente na ausência de processos e de controles financeiros. A partir desse desafio, as empresárias precisaram se capacitar e se reestruturar para manter a Bem-Estar Maricá atuante em seu propósito. Foi então que nasceu a parceria com o Sebrae.

A sobrevivência como estratégia única

A Bem-Estar nasceu no fim de 2018 como um recomeço após perdas no negócio anterior. Sem capital, base de clientes ou confiança, Suelen e Aline priorizaram gerar receita imediata. A operação começou com dois consultórios e uma equipe mínima, em parte familiar, sem planejamento estratégico, análise de mercado ou processos formais.

Na prática, tudo era manual: agenda em papel, confirmações por ligações individuais, comunicação baseada em memória e conversas informais. O telefone fixo era atendido pela mesma pessoa do

balcão, gerando filas e chamadas perdidas, e o WhatsApp era um número pessoal, sem respostas automáticas ou janela de atendimento. O modelo não escalava e produzia retrabalho.

O contexto externo, porém, apontava potencial: havia demanda reprimida por atendimento local, mas também uma alta expectativa por uma experiência digital de qualidade, com agendamento ágil, comunicação clara e pouco tempo de espera. A concorrência começou a se intensificar, e a diferenciação passou a depender da experiência completa do paciente, desde o primeiro contato até o pós-consulta, etapa em que a estrutura artesanal da clínica mais falhava.

Nas finanças, o cenário era incerto e desorganizado. Não havia precificação técnica (o custo por hora de cada sala, o rateio de despesas fixas por procedimento, a margem por especialidade) e os preços por "referência de mercado" geravam distorções: procedimentos complexos podiam dar prejuízo enquanto serviços simples subsidiavam a operação. O fluxo de caixa, sem categorização, impedia previsões, planejamento e avaliação real de lucratividade.

Com uma equipe enxuta e funções fluidas, não existiam metas, feedback estruturado ou plano de desenvolvimento. A comunicação verbal gerava ruído e perda de informação, e as sócias centralizavam todas as decisões, elevando o estresse e o risco operacional.

O ponto de ruptura veio com a abertura da segunda unidade, em agosto de 2020: a demanda justificava o passo, mas a complexidade multiplicou as falhas de agendamento, confirmação, comunicação e controle financeiro. Sem sistemas e padronização, a gestão manual tornou-se inviável, deixando claro o dilema a ser enfrentado: a necessidade de profissionalizar processos e finanças ou limitar o crescimento.



Do diagnóstico à ação

Em 2021, com o alto estresse operacional, Suelen concluiu que paixão e boa comunicação já não bastavam para sustentar o crescimento da Bem-Estar. Buscou apoio estruturado no programa Agentes Locais de Inovação (ALI) Produtividade, do Sebrae, priorizando um acompanhamento prático. O diagnóstico conduzido pelo agente mapeou fluxos, entrevistou a equipe e identificou o principal gargalo: a centralização excessiva na recepção, que acumulava agendamentos, pagamentos, dúvidas e repasses internos.

A solução veio em duas frentes: descentralização do atendimento e formalização da comunicação. Foi criado um núcleo dedicado, com a realocação e o treinamento de um colaborador para gerenciar ligações e mensagens pelo WhatsApp, além de um número exclusivo para separar o fluxo digital do presencial.

Paralelamente, foram implementados e-mails corporativos padronizados e um protocolo simples de uso para registrar solicitações e comunicados. As medidas, de baixo custo e rápida execução, reduziram ruído, organizaram filas e liberaram a recepção para acolhimento ao paciente. Ao final do ciclo do ALI, a clínica registrou aumento de 20% de produtividade, medida pela queda do tempo de espera para agendar e pelo aumento de atendimentos por colaborador.

Em 2025, com a operação minimamente organizada, Suelen buscou o Empretec, para fortalecer competências de planejamento, metas, persuasão e cálculo de riscos. A imersão trouxe mentalidade e ferramentas para sair do "incêndios" e adotar uma visão de planejamento para o futuro, incluindo um projeto social antigo que estava engavetado. De volta à clínica, identificou o próximo ponto de melhoria: a gestão de pessoas. A empresária já começou o processo de orçamento de uma consultoria especializada em RH para estruturar um plano de cargos e salários, avaliação de desempenho e trilhas de treinamento, preparando o time para o próximo salto: a inauguração de um novo espaço e a criação de um instituto social, com foco em famílias atípicas.

Uma jornada de aprendizado

A trajetória da Bem-Estar é uma lição contundente sobre a natureza paradoxal do sucesso. A pandemia gerou uma demanda significativa por serviços de saúde, e a clínica viu seus números de atendimento dispararem. No entanto, esse aumento de volume, enquanto a empresa operava sem nenhuma estrutura de processos, quase levou a empresa ao colapso. Porém, com as soluções implementadas, a Clínica Bem-Estar passou de cinco para vinte colaboradores, além de ter aumentado a receita em 20%. O principal aprendizado que Suelen compartilha é sobre o perigo de crescer sem se estruturar, e seu grande acerto foi reconhecer seus limites e buscar por ajuda especializada: "O erro foi acreditar que apenas a nossa força de vontade seria suficiente para dar conta de tudo", reflete. "A paixão te faz começar, mas são os processos que te permitem continuar".

Para o futuro, Suelen busca consolidar cada vez mais a Clínica Bem-Estar como uma referência em saúde acessível e de alta qualidade, com foco em alavancar o instituto social, transformando-o em um centro de apoio relevante para crianças atípicas e suas famílias na região.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Diego Jesus atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial, apoiando empresários no desenvolvimento da gestão financeira, estratégica e organizacional. É bacharel em Ciências Contábeis e graduado em Gestão Financeira, com MBA em Finanças pelo IBMEC-RJ. Possui formação em Psicologia e especialização em Neuropsicologia.

MaxSynergy



A jornada de transformação da MaxSynergy

Antes de se tornar empreendedor, Marco Barboza construiu uma sólida experiência como analista de sistemas, atuando em diversas áreas e empresas. Essa vivência lhe proporcionou uma ampla bagagem em tecnologia, análise de dados e desenvolvimento de soluções digitais.

Paralelamente à carreira corporativa, Marco sempre buscou empreender. Embora algumas iniciativas não tenham prosperado, cada uma delas trouxe lições valiosas, servindo de laboratório para compreender melhor os desafios do mercado e a importância de alinhar as expectativas com os clientes.

Em parceria com seu sócio, Edinei, Marco inaugurou a MaxSynergy, em 2021, com o propósito de atuar como assessoria de tecnologia para pequenos negócios. A ideia central era ir além do tradicional marketing digital, focando em apresentar soluções práticas e baseadas em tecnologia para resolver problemas concretos e alavancar as operações dos clientes.

Mas, apesar da sólida bagagem técnica dos sócios, a MaxSynergy enfrentou desafios críticos, comuns a muitas startups de serviços que iniciam com um leque muito amplo: a diluição de esforços por falta de foco e a sensação de "patinar" e não sair do lugar.

Primeiros desafios: como tornar o negócio sustentável

A trajetória de Marco Barboza no mundo dos negócios é marcada por coragem, aprendizados e pela constante busca por evolução. Antes de se tornar empreendedor, ele construiu uma sólida experiência como analista de sistemas, atuando em diversas áreas e empresas. Ao longo da carreira, trabalhou em organizações como Caixa Econômica, Correios, Cedae e até mesmo na indústria farmacêutica.

Com uma mistura de experiência técnica e espírito empreendedor, Marco e seu sócio, Edinei, decidiram consolidar uma nova proposta de negócio. A MaxSynergy nasceu em 2021, como MEI. A ideia era oferecer soluções tecnológicas para pequenos negócios, indo muito além do que tradicionalmente se chama de marketing digital. O foco era ajudar empreendedores a resolver problemas concretos

em suas operações, muitas vezes por meio de ferramentas digitais, mas sempre com uma abordagem prática e personalizada.

No entanto, nos primeiros anos, a MaxSynergy enfrentou dificuldades comuns a muitos pequenos negócios. O leque amplo de serviços, que incluía desde a criação de sites até a gestão de tráfego pago e o desenvolvimento de cursos, acabava diluindo os esforços da equipe. Sem foco, a empresa não conseguia se consolidar como referência em nenhuma área específica.

Havia também falhas de comunicação e ruídos no relacionamento com os clientes, o que gerava insatisfação e retrabalho. Marco se via constantemente "apagando incêndios", sem conseguir construir um modelo de negócios sustentável.

O ponto de virada estratégico

Esse cenário começou a mudar entre 2023 e 2024, quando Marco se aproximou do Sebrae. Inicialmente, sua intenção era apenas ampliar sua rede de contatos com empresários da região. Porém, logo percebeu que havia ali uma oportunidade muito maior: absorver conhecimento estratégico para transformar sua empresa.

Durante todo o ano, Marco se dedicou às capacitações: ingressou em cursos de Finanças, Planejamento Estratégico e Marketing, tanto em nível intermediário quanto avançado. Também participou do Seminário Empretec, que transformou sua visão empreendedora.

Essas formações trouxeram não apenas conteúdo técnico, mas também reflexões profundas sobre comportamento empreendedor. Marco passou a compreender que empreender vai muito além de ter um CNPJ: exige disciplina, visão de longo prazo e capacidade de execução. Além disso, os cursos lhe mostraram a importância de ter previsibilidade financeira, metas claras e foco em nichos específicos de mercado.

A partir desse aprendizado, a MaxSynergy se reposicionou como parceira estratégica de seus clientes. Inspirado pelo conceito de sinergia, Marco passou a enxergar a empresa como um elo de confiança, capaz de cuidar de toda a parte tecnológica para que seus clientes pudessem se concentrar no que realmente dominam.



Com esse novo posicionamento, a empresa começou a definir nichos prioritários de atuação. Entre eles, escolas e hotéis despontaram como setores promissores e carentes de inovação tecnológica. No segmento educacional, a MaxSynergy já desenvolve soluções de automação com inteligência artificial, capazes de simplificar processos de atendimento e gestão por meio de integrações com aplicativos, como o WhatsApp. Em paralelo, a empresa enxerga na hotelaria, de pousadas a grandes redes, um mercado vasto e ainda pouco explorado.

A transformação também foi pessoal. Marco amadureceu sua forma de lidar com clientes, parceiros e colaboradores. Passou a selecionar projetos alinhados à estratégia da empresa e a valorizar parcerias baseadas em confiança e objetivos em comum. O empresário também aprimorou sua escuta ativa para entender as reais necessidades dos clientes. Sua formação complementar em coaching, programação neurolinguística e análise comportamental reforçou essa visão humanizada de que qualquer negócio é, acima de tudo, formado por pessoas.

Processos estáveis, crescimento seguro

Atualmente, a MaxSynergy está em uma fase de consolidação: atua com processos estáveis e direção definida, com planejamento, metas e clareza de propósito. Como resultado, apresenta crescimento seguro e sustentável, de cerca de 10% ao ano.

Marco sabe que ainda há muito a construir. O empreendedor vê o futuro da empresa com mais segurança e previsibilidade, o que lhe permite projetar a mudança de categoria empresarial para ME no próximo exercício fiscal.

As capacitações do Sebrae não apenas ampliaram seu repertório de ferramentas de gestão, como também mudaram sua mentalidade empreendedora. A MaxSynergy, que antes patinava em meio a diversas tentativas, hoje caminha com firmeza em direção a se tornar referência nos nichos que escolheu.

A história de Marco e da MaxSynergy mostra como conhecimento aplicado, coragem para mudar e disposição para aprender podem transformar completamente a trajetória de uma empresa.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Leonardo Martins atua no Sebrae Rio há 16 anos, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Leste Fluminense. É graduado em Administração e possui pós-graduação em Análise Financeira e Projetos. Atua na execução de projetos voltados à Educação Empreendedora, Políticas Públicas e Inovação, além de contribuir para o desenvolvimento de iniciativas direcionadas aos pequenos negócios da região.

MLP | epsbr



A certificação como caminho para o crescimento

Fundada em 2007, na cidade de Niterói, a MLP | epsbr, liderada pelo empresário Marcos Levy Pacheco, se consolidou como referência em soluções para prevenção, prontidão e combate a emergências ambientais em terra e mar.

Por se tratar de um serviço muito técnico, à medida que o mercado evoluiu, tornaram-se indispensáveis certificações internacionais para manter a MLP | epsbr competitiva.

Foi nesse cenário que o empresário se deparou com um grande desafio: como conquistar a certificação ISO 9001, essencial para sua expansão, diante de recursos limitados e processos complexos?

Como se tornar mais competitivo diante de um mercado cada vez mais exigente

O serviço de soluções de proteção ambiental exige alta competência técnica. Por essas razões, o mercado se tornou cada vez mais seletivo na hora de contratar.

Licitações públicas, contratos de grande porte e parcerias com empresas de alto nível passaram a colocar certificações internacionalmente reconhecidas como pré-requisito, e não como diferencial.

Para se adequar, a MLP | epsbr precisava conquistar um selo de qualidade específico: a ISO 9001. Isso traria mais credibilidade à empresa, além de novas oportunidades de mercado e maior competitividade para o negócio.

O problema é que certificações desse tipo custam caro e exigem domínio de processos que fogem do dia a dia operacional de quem trabalha com emergências ambientais. E foi essa lacuna levou Marcos Levy a buscar o Sebrae.

O apoio do Sebraetec para ampliar a competitividade

Ao estabelecer a parceria, o empresário conheceu o programa Sebraetec, que tornou realidade aquilo que parecia distante, permitindo que a empresa antecipasse seu plano de crescimento em até dois anos.

O apoio técnico, o acompanhamento contínuo e o subsídio de 70% foram decisivos para ampliar ainda mais a competitividade da MLP | epsbr. O que começou com a busca por uma certificação inicial logo tomou proporções maiores. A ISO 9001, que trabalha com a padronização de processos, trouxe maior credibilidade e um salto de dois para sete produtos certificados, impactando diretamente a qualificação e os resultados comerciais.

O salto estratégico fortaleceu a presença da empresa no mercado, elevando seu nível de excelência. Isso possibilitou o crescimento da capacidade operacional, o que ampliou o faturamento da empresa em 40%, bem como o tamanho da equipe, que vem se preparando para demandas crescentes em função das certificações conquistadas.



Certificações que trazem resultados

A história de Marcos Levy e da MLP | epsbr com o Sebrae é um exemplo claro de como a combinação entre conhecimento técnico, comprometimento empresarial e apoio especializado pode transformar desafios em oportunidades reais de crescimento.

Hoje, a empresa segue mais forte, confiável e preparada para continuar crescendo, sempre pautada pela qualidade, pela responsabilidade ambiental e pela inovação, que marcou toda a sua trajetória.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Brunet Iwase atua no Sebrae Rio desde 2012, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Leste Fluminense. É graduada em Turismo, especialista em Gestão de Projetos e mestre em Metrologia e Qualidade. Atua como assessora de negócios, gestora de projetos, embaixadora do atendimento e interlocutora do Sebraetec.

Capítulo 07

Médio Paraíba

KSA Tecnologia

Lojão das Clínicas

Veterinária Volta Redonda

KSA Tecnologia



Inovação que transforma: a jornada para conquistar o futuro

Marcelo Mendes, empresário à frente da KSA Tecnologia, em Volta Redonda, construiu uma trajetória marcada por escolhas ousadas e pela capacidade de se reinventar. A empresa nasceu em um cenário desafiador: trazer para a região uma tecnologia até então restrita a grandes centros, em um mercado dominado por soluções importadas e de alto custo.

No início, o desafio era sobreviver em um ambiente de incertezas, em que as decisões precisavam ser rápidas e estratégicas. O dilema estava posto desde o primeiro dia: como transformar uma pequena operação em um negócio capaz de competir em igualdade de condições, conquistar a confiança do setor e abrir caminho em mercados onde a inovação é pré-requisito de sobrevivência?

A resposta, como o próprio Marcelo costuma dizer, sempre esteve ligada a enxergar além do básico, apostar em pessoas e buscar apoio nos parceiros certos.

Da oportunidade ao desafio de empreender

A KSA Tecnologia surgiu em 1993, em meio à implantação, pela Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), de um sistema inovador de rastreamento de produtos. A proposta era identificar materiais por meio de códigos de barras, coletando dados via rede de radiofrequência, uma tecnologia pioneira no Brasil e precursora do que hoje conhecemos como Wi-Fi. Na época, Marcelo trabalhava na CSN e acompanhou de perto o movimento. A empresa responsável pela implantação, sediada em São Paulo, precisava de um braço técnico na região. Assim surgiu o primeiro contato de Marcelo com a KSA.

Ao deixar a CSN para se dedicar integralmente à nova empresa, Marcelo assumiu funções técnicas e comerciais, abrindo portas junto a clientes do setor siderúrgico na região. Pouco tempo depois, a parceira paulista deixou o projeto, e a KSA precisou se sustentar sozinha no mercado. O cenário se tornou ainda mais desafiador quando o sócio original se retirou do negócio, o que tornou Marcelo sócio e responsável direto pela condução da empresa no final dos anos 2000.

A virada de chave inicial veio com o Empretec, e a participação no programa foi decisiva para que Marcelo mudasse sua mentalidade de gestão: o programa transformou a forma como ele enxergava o negócio, mostrou a necessidade de ajustar o quadro de pessoal e o ajudou a reposicionar a KSA em um mercado cada vez mais competitivo.

Ao conquistar a confiança de diversas empresas da região sul-fluminense, a empresa ganhou espaço ao desenvolver e buscar em outros mercados soluções específicas para a indústria, como o sistema de identificação de aço em alta temperatura com códigos de barras: um marco tecnológico e, até então, uma oportunidade única no Brasil. Essa experiência abriu caminho para relacionamentos internacionais, incluindo a representação, no país, de uma empresa norte-americana especializada em etiquetas metálicas. Nesse período, a KSA atuava principalmente como intermediária, fornecendo impressoras e etiquetas importadas.

Em 2017, ao participar do Programa Ferramentas de Gestão Avançada (FGA), do Sebrae, o empresário iniciou uma mudança estrutural. Passou a adotar indicadores estratégicos e implementou processos que conectaram a empresa a uma gestão mais analítica, baseada em dados. Essa foi a segunda virada de chave: compreender que a profissionalização da gestão era condição indispensável para ganhar escala e ampliar horizontes.

O mercado, entretanto, continuava exigindo inovação constante. O setor siderúrgico, altamente competitivo e tecnológico, pedia mais do que simples fornecimento de insumos. Foi nesse contexto que Marcelo decidiu que a KSA precisava dar um passo além, investindo em soluções próprias e desenvolvendo tecnologia nacional capaz de competir em nível global.

O passo além: soluções inovadoras e impacto real

Em 2023, a entrada da KSA no projeto Transforma Metal Mecânico, iniciativa do Sebrae Rio, impulsionou a empresa. O projeto trouxe uma série de ações personalizadas: consultoria contínua, capacitações gerenciais, acompanhamento especializado, acesso a mercado e participação em feiras técnicas.

No primeiro ciclo, a empresa focou em gestão por indicadores e inovação embrionária, além de explorar o acesso a novos mercados. Já no segundo ciclo, em 2024, o avanço foi ainda mais robusto: participação em ações de mercado, missões técnicas, capacitações em liderança, gestão financeira, marketing, gestão de pessoas e transformação digital. A inovação passou a ser tratada como eixo central da estratégia de crescimento do negócio.

Esse amadurecimento foi decisivo para viabilizar a parceria com a EMBRAPII, articulada em conjunto com o Sebrae Rio. O projeto trouxe a oportunidade de desenvolver soluções próprias, de alto impacto tecnológico. O objetivo sempre foi criar uma alternativa inovadora e mais acessível para a aplicação de etiquetas metálicas em ambientes industriais de alta exigência.

A implementação, decorrente desse último ciclo, incluiu melhorias expressivas em gestão financeira, a definição de indicadores estratégicos, o fortalecimento da gestão de pessoas e o desenvolvimento de projetos de inovação alinhados às necessidades concretas do mercado. Além disso, mesmo em um cenário de desafios econômicos, a KSA registrou um crescimento de 28% no faturamento em

2024, em relação a 2023, resultado que reforça a consistência das ações e comprova a maturidade técnica e de gestão conquistada. Para Marcelo, foi a prova definitiva de que a KSA está preparada para atuar como protagonista, e não apenas como fornecedora intermediária.

Lições aprendidas e perspectivas para o futuro

Hoje, o projeto em andamento tem prazo de execução que se estende até 2028 e perspectiva de impacto mercadológico até 2030.

"O potencial é global: etiquetas metálicas são utilizadas em todo o mundo e a solução que a KSA está desenvolvendo promete reduzir custos e simplificar processos, tornando-se uma inovação única no mercado internacional", diz Marcelo.

A jornada da KSA Tecnologia mostra que o crescimento sustentável resulta da combinação de visão empreendedora, gestão profissionalizada e capacidade de inovar constantemente.

Ao longo de três décadas, Marcelo destaca que erros e acertos fizeram parte do caminho. Se, no início, faltava clareza sobre gestão e planejamento, hoje ele afirma que esse aprendizado se tornou um ativo estratégico. Para quem está começando, deixa um conselho: buscar conhecimento, manter-se aberto a parcerias e aproveitar os programas de apoio, como os do Sebrae, que oferecem soluções ajustadas a cada fase da empresa.

O futuro da KSA é promissor. O projeto atual com a EMBRAPII pode transformar a empresa em referência mundial no segmento de etiquetas metálicas industriais, reforçando seu posicionamento como inovadora e competitiva em escala internacional.

Mais do que números e conquistas, o caso da KSA Tecnologia demonstra o poder da inovação aliada à gestão estruturada. É uma história que começou com uma oportunidade local e hoje caminha para se tornar um exemplo global de como empresas brasileiras podem liderar mudanças em mercados altamente tecnológicos.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Júlia Almeida Correa atua no Sebrae Rio desde 2012, na coordenação do Escritório Regional Médio Paraíba. É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, e possui pós-graduação em Marketing Empresarial e Gestão de Pequenos Negócios. Atua em iniciativas voltadas aos setores de Comércio e Serviços, além de projetos relacionados a Negócios e Inovação.

Lojão das Clínicas



Superação, gestão e propósito: a jornada do Lojão das Clínicas

Karla Takayama, dentista, e Marcelo Carneiro, advogado e professor universitário, são casados e sócios à frente do Lojão das Clínicas, em Resende, na Região do Médio Paraíba.

Após a experiência frustrada com um primeiro negócio no segmento geek, encerrado durante a pandemia, o casal decidiu empreender em uma área essencial: suprimentos médicos, odontológicos e de enfermagem. No início, enfrentaram desafios como estoques desorganizados, alto custo operacional e dúvidas sobre decisões estratégicas.

O dilema do casal se transformou em aprendizado: com apoio do Sebrae, reinventaram a gestão, conquistaram autonomia e fecharam 2024 com lucro e perspectivas de crescimento em 2025.

Uma virada de chave

A trajetória empreendedora de Karla e Marcelo começou em 2018, com uma loja de camisetas geek. A pandemia de Covid-19, no entanto, reduziu drasticamente o consumo e tornou o negócio insustentável, resultando no fechamento da marca. Em meados de 2020, o casal identificou um mercado sólido no setor de saúde, menos vulnerável a crises e com alta demanda em Resende. Assim, nasceu o Lojão das Clínicas, inaugurado em 2021 como franquia, voltado à comercialização de suprimentos médicos, de enfermagem e de saúde, em geral.

A primeira unidade foi aberta num Centro Comercial, com vocação para a área da Saúde, já que o público majoritário no início foi composto por clínicas e profissionais de saúde, o que gerou o primeiro desafio: estoque grande demais para o espaço físico e custos altos de manutenção.

Para tentar equilibrar a operação, em 2022 o casal abriu uma segunda unidade em ponto de rua, seguindo o perfil da franquia de captar clientes passantes, em um bairro populoso, que concentra cerca de 40% da população da cidade de Resende, de acordo com dados do IBGE de 2022. Entretanto, houve divisão da clientela e aumento das despesas fixas e, em 2024, após análise de indicadores financeiros, os sócios tomaram a decisão de encerrar a filial.

Segundo o DataSebrae (2024), o segmento de produtos médicos e hospitalares cresceu mais de 7% no Brasil, impulsionado pela maior busca por qualidade no atendimento e pela ampliação do setor de saúde privada. Esse movimento aqueceu o mercado, mas também exigiu profissionalização. Agora, com apenas uma funcionária e dependência do suporte da franqueadora, Karla e Marcelo perceberam que, sem novas práticas de gestão, a empresa não se sustentaria no longo prazo.

O divisor de águas com ganho de autonomia e resultados positivos



Em 2022, bem antes do encerramento da filial, Karla participou do Empretec, programa do Sebrae que desenvolve comportamentos empreendedores. O curso trouxe mais conhecimentos sobre planejamento, definição de metas e tomada de decisão. Se o seminário não foi determinante para a abertura da filial, foi fundamental para conduzir o processo de fechamento de forma planejada.

"O Empretec nos deu ferramentas para decidir com objetividade e segurança", relembra Karla.

Em 2024, os sócios ingressaram no programa Gestão Financeira: do Controle à Decisão e, em seguida, deram continuidade à capacitação por meio do programa Gestão Financeira: da Decisão ao Resultado (GF1 e GF2), do Sebrae. Com eles, passaram a interpretar melhor os números do negócio, renegociaram as condições com fornecedores e enxugaram o estoque. O programa também trouxe a consciência de que a empresa era lucrativa, mas precisava reduzir custos, renegociar os financiamentos, se possível, e aumentar as vendas. Assim, ainda em 2024, compraram a parte dos sócios familiares de Marcelo, assumindo 100% da gestão.

Mesmo com a redução do número de lojas, a empresa encerrou 2024 com margem maior do que no período anterior.

As mudanças trouxeram ganhos consistentes. Em 2025, assim como no último trimestre de 2024, o faturamento cresceu de forma contínua, enquanto o lucro operacional projetado para este ano é de cerca de 11% sobre as vendas do ano anterior. A composição da clientela manteve-se em 80% no varejo e 20% no atacado, mas o foco estratégico passou a ser ampliar o relacionamento com clínicas

e profissionais pessoas jurídicas (PJ), bem como obter o licenciamento necessário para a venda direcionada e assertiva de medicamentos.

Lições aprendidas e próximos passos

A trajetória do Lojão das Clínicas mostrou a Karla e a Marcelo que não basta vender bem, é preciso gerir com clareza e planejar com firmeza. O erro de abrir uma filial sem análise aprofundada virou aprendizado com o Empretec; já o acerto de buscar capacitação no Sebrae e assumir a autonomia transformou o rumo do negócio. Hoje, o casal aposta em atendimento humanizado, acolhimento e qualidade, valores que diferenciam o empreendimento em um mercado competitivo.

Para o futuro, o plano é fortalecer o atacado e criar parcerias com profissionais da saúde, oferecendo benefícios como cashback. A meta é que, até 2026, a maior parte do faturamento venha de clientes pessoas jurídicas (PJ).

“Para fazer melhor, não podemos repetir as coisas do mesmo jeito”, afirma Marcelo.

O balanço pós-pandemia é positivo: gestão sólida, crescimento sustentável e um negócio que une propósito, renda e impacto social.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Júlia Almeida Correa atua no Sebrae Rio desde 2012, na coordenação do Escritório Regional Médio Paraíba. É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, e possui pós-graduação em Marketing Empresarial e Gestão de Pequenos Negócios. Atua em iniciativas voltadas aos setores de Comércio e Serviços, além de projetos relacionados a Negócios e Inovação.

Veterinária Volta Redonda



VETERINÁRIA VOLTA REDONDA

Mais que uma clínica, uma experiência "cuidado que se transforma em vínculo, resultado e referência regional"

Carla e Bruno Freitas são o casal que comanda a clínica a Veterinária Volta Redonda, fundada em 2007 no município de Volta Redonda, no Rio de Janeiro. Ele, médico-veterinário com personalidade inovadora, e ela, administradora executiva e responsável pela leitura estratégica e de tendências de mercado para o negócio. O desafio dos sócios foi aprender que apenas a excelência técnica não seria suficiente para alcançar o sucesso do negócio: era preciso estruturar a gestão para sustentar o crescimento.

Com apoio do Sebrae em momentos decisivos, desde a organização financeira até a gestão de pessoas, a clínica se fortaleceu ao longo dos anos, atravessou a pandemia em expansão e tornou-se reconhecida por seus serviços e propósito em toda cidade.

Da clínica pequena à referência regional

A Veterinária Volta Redonda nasceu em 12 de julho de 2007, em um imóvel simples, com consultório, internação, recepção e pet shop. Bruno e Carla Freitas sempre tiveram em mente que o negócio deveria ir além da técnica: queriam criar vínculos duradouros com os tutores e oferecer atendimento de excelência.

O mercado pet brasileiro é um dos maiores do mundo. Segundo o Instituto Pet Brasil, movimentou R$ 60,2 bilhões em 2022. Nesse ambiente competitivo, a diferenciação passa por gestão sólida e inovação constante, e foi nesses pilares que o casal se apoiou para estruturar a estratégia de atuação da empresa no mercado da Região Médio Paraíba. Em 2011, a clínica ganhou impulso ao se expandir: abriu o segundo consultório e contratou veterinários, iniciando um ciclo de expansão que exigiu mais estrutura de gestão.

Devido à pandemia, em 2020, alguns serviços precisaram ser suspensos, e os sócios decidiram investir em novas soluções, comunicação e capacitação de equipe. Essa postura proativa só foi possível porque, pouco antes da pandemia, os empresários participaram do Programa Gestão Financeira – do Controle à Decisão, do Sebrae. Esse aprendizado foi essencial para estruturar o fluxo de caixa,

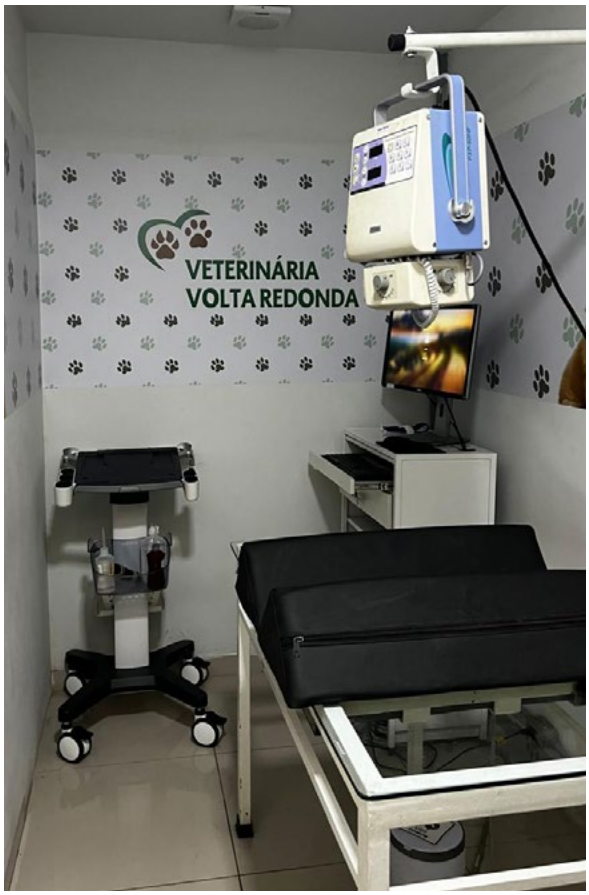
organizar o plano de contas e dar clareza sobre a rentabilidade e outros indicadores financeiros que nortearam as tomadas de decisão da clínica veterinária. Como resultado, mesmo diante da crise, a clínica manteve a saúde financeira e cresceu em equipe, espaço físico e faturamento.

Ao longo da trajetória da empresa, os empreendedores aprenderam que a equipe deveria ser protagonista. Até o quinto ano de empresa, Carla e Bruno participavam de cursos e utilizavam e soluções do Sebrae por conta própria; depois, passaram a incluir colaboradores em capacitações, reforçando a cultura da empresa e garantindo maior engajamento coletivo.

Gestão de pessoas como diferencial competitivo

Após atravessar a pandemia, a clínica avançou ainda mais. Em 2023, Bruno e Carla participaram da Consultoria de Gestão de Pessoas do Sebrae, que trouxe mudanças estruturais: descrição de cargos e salários, criação de Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) e preparação de lideranças e melhoria do atendimento ao cliente, alinhadas a estratégias de retenção e fidelização de clientes. Essa consultoria deu autonomia e autogestão à equipe, garantindo a continuidade do bom funcionamento mesmo na ausência dos empresários.

Outro ponto estratégico foi a consolidação do conceito de "pré-próxima venda", método próprio baseado no ciclo 2+2+2: contato com o cliente dois dias, duas semanas e dois meses após o atendimento. Mais do que "pós-venda", a ideia é manter vínculos vivos e duradouros, como idealizou Bruno. Com o suporte de sistemas de gestão, essa prática fortalece a fidelização e aumenta a recorrência. Essa estratégia pode ser comprovada pelos resultados financeiros e com as análises internas da empresa em relação aos clientes.



Atualmente, os empresários conseguem aferir seu NPS, com média em torno de 90, o que garante que, além de todo o esforço de marketing, que a indicação feita pelo próprio cliente seja a ferramenta de maior retorno para o negócio.

Bruno e Carla também reforçam suas análises estratégicas: "Categorizamos nossos clientes em A, B e C, e sabemos a média de consumo de cada perfil de cliente e o quanto eles impactam no faturamento do negócio", diz o casal.

Os clientes com perfil B, são clientes que fazem parte do rol de serviços da medicina veterinária preventiva e representam 38% do faturamento anual da clínica. Esse perfil é considerado premium, pois esses clientes respondem bem à estratégia 2/2/2, com boa recorrência de compra de serviços, e são os que migram mais facilmente ao perfil de cliente A, com maior gasto médio, em caso de necessidade de cirurgia e internação.

Em 2024, junto com o Sebrae, a clínica promoveu o curso Desenvolvimento de Habilidades Gerenciais, direcionado à equipe da clínica. A capacitação reforçou as lideranças internas, ampliando a capacidade de gestão compartilhada e preparando os colaboradores para assumir responsabilidades estratégicas.

Aprendizados e futuro em movimento

Os resultados dessas ações são evidentes: 18 colaboradores engajados e com maior autonomia; NPS médio de 87 a 90 pontos, comprovando a satisfação dos clientes; aumento do ticket médio e da medicina preventiva, com recorrência de atendimentos; reconhecimento no mercado como a melhor clínica veterinária de Volta Redonda, culminando em 18 anos de crescimento ininterrupto, sempre financiando todas as melhorias e ajustes com recursos próprios.

Carla e Bruno aprenderam que amor aos animais precisa caminhar junto à gestão eficiente, e a parceria com o Sebrae foi fator de impulsionamento para o negócio. Primeiro ao ajudar a estruturar as finanças, depois ao fortalecer a gestão de pessoas e, mais recentemente, ao preparar a equipe para assumir papéis de liderança. "É um ciclo: para ter saúde financeira, precisamos atender bem; para atender bem, precisamos de uma equipe forte", resume Carla.

O próximo passo é ampliar ainda mais a medicina preventiva, oferecendo soluções que unem o bem-estar animal e confiança dos tutores. Para quem está começando, os empresários reforçam: invistam em conhecimento, contem com parceiros como o Sebrae e não tenham medo de mudar a marcha quando o negócio pedir. A Veterinária Volta Redonda mostra que estratégia, gestão e cuidado verdadeiro podem transformar uma clínica em referência regional.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Júlia Almeida Correa atua no Sebrae Rio desde 2012, na coordenação do Escritório Regional Médio Paraíba. É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, e possui pós-graduação em Marketing Empresarial e Gestão de Pequenos Negócios. Atua em iniciativas voltadas aos setores de Comércio e Serviços, além de projetos relacionados a Negócios e Inovação.

Capítulo 08

Noroeste

Divina Arte Guedes

Drogaria Donato

Sítio Murupi

Divina Arte Guedes



Entre tarefas e sonhos: os desafios da mulher, mãe e artesã

A empreendedora e artesã Carla Furtado Guedes já conta, em 2025, com onze anos de experiência no ramo. Sua empresa, a Divina Arte Guedes, está situada no município de Porciúncula e atua na produção de peças de bordado livre, entre outras peças diretamente ligadas às referências da região.

Carla, uma mulher empreendedora, sentiu a necessidade de reduzir a carga horária de trabalho ao se tornar uma mãe atípica, e buscou, por meio do artesanato, uma segunda fonte de renda para sua família.

Ao começar a empreender no artesanato, Carla se deparou com a escassez de conhecimentos e de recursos financeiros. A empreendedora precisou se capacitar para impulsionar seu empreendimento e alcançar a almejada flexibilidade de horários.

Empreendendo sem suporte e com as dificuldades diárias

Em 2014, no início da sua jornada para transformar o artesanato em mais do que uma tradição familiar, Carla enfrentou dois grandes desafios: empreender como mãe solo e lidar com recursos financeiros limitados.

No primeiro caso, contando apenas com os pais já idosos, Carla precisou organizar seu tempo, buscando dentro da sua rotina profissional e pessoal o formato que melhor funcionasse. “Além da flexibilidade de horários, um dos motivadores para o empreendedorismo, as mães empreendedoras também buscam iniciar seus negócios para seguir uma paixão e ter uma fonte adicional de renda para a família,” afirma a artesã.

A limitação de recursos ainda é um problema recorrente para muitos empreendedores, e não foi diferente para Carla. Ela, que já contava com o agravante de não poder se dedicar 100% ao seu empreendimento, precisou buscar fontes não apenas de renda, mas de meios para que esse faturamento ainda pequeno não se perdesse em meio às necessidades familiares.

A artesã também se preocupava em ter feito a escolha correta ao empreender, já que possuía uma renda fixa. Apesar de ser um sonho, os resultados financeiros não acompanhavam o esforço que fazia, e, sentindo-se desmotivada, questionava a continuidade do trabalho com artesanato.

Buscando suporte e ajustando pontos importantes rumo ao crescimento



Após enfrentar a difícil decisão de seguir adiante, em meio à avalanche de desafios que é empreender, Carla escolheu dar mais uma chance ao artesanato. Com o fim da pandemia, buscou apoio do Sebrae e, em 2022, encontrou na Trilha de Artesanato do Projeto Mãos Criativas, a oportunidade de que precisava.

Ao longo das capacitações e consultorias, ficou evidente a necessidade de organização, especialmente nas rotinas de gestão e planejamento. Nem todos os pontos puderam ser resolvidos de imediato, mas a consultoria de Gestão Financeira foi um divisor de águas: desde então, Carla aplica os conceitos e utiliza as planilhas fornecidas, consolidando um novo jeito de administrar o negócio.

Com a consciência de que uma boa gestão impacta diretamente seus resultados, passou a precificar corretamente, planejar com método e separar as finanças pessoais das empresariais, o que lhe permitiu seguir de forma mais ordenada e controlada.

Em março de 2023, o relacionamento com o Sebrae continuou. Carla participou do Sebrae Delas em busca de networking, novas experiências e vivências que fortalecessem outras frentes do empreendimento. O foco foi aproveitar as consultorias individuais para aprimorar habilidades empreendedoras, ajustar o posicionamento da Divina Arte Guedes e ampliar a presença digital. No mesmo ano, após perder o Instagram, refez a identidade visual da marca via Sebraetec e reconstruiu seu posicionamento.

Em 2024, mesmo após os ajustes promovidos pelas trilhas, ela contratou uma consultoria financeira especializada para reorganizar pontos específicos do controle e utilizar dados no planejamento e na melhoria das vendas.

Com o direcionamento de seus esforços e o apoio recebido, Carla conseguiu organizar sua rotina para cuidar do filho e aumentou o faturamento, consolidando uma segunda fonte de renda para a família. Atualmente, relata aumento de 80% nas vendas e ampliação do portfólio, com presença além da Casa do Artesão de Itaperuna, alcançando outros pontos físicos e canais digitais, e fortalecendo o vínculo com clientes que valorizam a essência da Divina Arte Guedes.

Realizar o sonho do artesanato

Hoje, Carla sabe que o planejamento empresarial é essencial para a sobrevivência dos negócios, permitindo a antecipação de riscos e a elaboração de estratégias eficazes para enfrentá-los. A trajetória de Carla comprova essa premissa: marcada por resiliência diante de desafios pessoais e profissionais, sua história evidencia como conhecimento e melhoria da gestão impactam diretamente os resultados.

Entre os aprendizados, Carla reconhece que, se tivesse compreendido antes o peso da organização do tempo e da gestão eficiente, teria adotado essas práticas mais cedo. Para o futuro, espera ampliar a visibilidade do artesanato dentro e fora da região, impulsionando o faturamento. Mantém-se confiante de que, com a aposentadoria e a dedicação integral ao negócio, alcançará em breve os resultados almejados e realizará o sonho de tornar o artesanato a sua realidade.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Raysa Perissé Nascimento atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Noroeste. É formada em Administração. Atua como interlocutora de Empreendedorismo Social e gestora dos projetos Sebrae Delas e Famílias Atípicas, desenvolvendo iniciativas voltadas ao fortalecimento dos pequenos negócios e ao empreendedorismo inclusivo na região.

Drogaria Donato



De empregado a empregador

Atualmente à frente da Drogaria Donato, em Porciúncula, o empresário Raulesanio Tarciso Paulo Donato celebra a decisão acertada de ter assumido o desafio de empreender.

No final de 2023, o empresário recebeu o convite para assumir a gestão da farmácia onde atuava desde a adolescência. A transição de cargo representou seu principal desafio, afinal, estar à frente de uma empresa envolve novas habilidades e funções. Apesar do amplo conhecimento sobre a rotina operacional do negócio, ser o proprietário significou lidar com novas responsabilidades.

Mesmo à frente de uma empresa já consolidada no município, ao se deparar com os indicadores financeiros, boletos e planilhas, Donato reconheceu a importância de se aprofundar na gestão para conduzir o negócio com segurança e eficiência. Foi esse movimento de busca por qualificação que marcou o início de sua trajetória.

A transição e seus desafios

A antiga Drogaria Mais Saúde, atual Drogaria Donato, contava com uma matriz no centro da cidade e duas filiais. Uma das lojas foi vendida em 2023, devido ao aumento da competitividade desse mercado no município.

Diante da proposta de assumir o negócio, Donato analisou de forma aprofundada a situação da empresa e avaliou seus resultados até aquele momento. Inicialmente, recuou, porque acreditava que talvez não estivesse preparado para os desafios e as metas que o negócio exigia para se manter sustentável. No entanto, após um período de reflexão e observação do desempenho da farmácia ao longo de dois meses, tomou a decisão definitiva e adquiriu a drogaria, dando início a uma nova fase em sua trajetória profissional.

No entanto, o novo empresário precisava desenvolver habilidades relacionadas à gestão, ao controle financeiro e à estratégia,para que a empresa se mantivesse e crescesse mesmo no cenário competitivo do setor.

Nova gestão, novos resultados

Para tomar decisões mais assertivas e entender melhor como planejar o futuro da sua empresa, o empreendedor contratou a consultoria de Planejamento Financeiro do Sebrae em maio de 2024. Ele aprendeu a projetar as receitas e os custos futuros, adquirindo números e métricas para definir objetivos e metas. A partir dessas informações, é possível definir ações de venda e estratégias para obter o resultado projetado.

Após a implementação da consultoria, que durou três meses, superou os primeiros obstáculos de gestão, com melhor conhecimento de entradas, saídas, contas a pagar, contas a receber e tesouraria. Em menos de seis meses, o faturamento da drogaria aumentou quase três vezes em comparação com o valor antes de Donato assumir.

Com o crescimento do negócio, o empresário sentiu a necessidade de apoio na gestão. A farmácia contava com sete colaboradores e o empreendedor precisava de um fluxo bem definido para gerir processos e pessoas de forma mais organizada. A partir da consultoria de Gestão de Processos, foi possível padronizar o atendimento, as compras, o acompanhamento de estoque e as rotinas diárias.

Com as medidas implementadas, a drogaria continuou a crescer de forma contínua, e o empresário seguiu se aprimorando nos temas de gestão, sempre se dedicando também ao atendimento, com uma equipe empenhada e focada. Em apenas um ano alcançou um faturamento quatro vezes maior do que o registrado nos últimos meses sob a antiga gestão. Dentre outros méritos, a equipe da farmácia sob a direção de Donato se destacou por ser “muito empenhada, focada no serviço”.



O princípio de um legado

A trajetória de sucesso de Donato é marcada pela busca por conhecimento e aprimoramento para um crescimento consciente.

Em junho de 2025, o empresário reconheceu que o principal arrependimento era não ter aceitado a proposta do antigo dono na primeira oportunidade, mas também alertou que é importante averiguar, detalhadamente, o histórico e a situação da empresa antes de aceitar uma proposta de aquisição de negócio já existente.

Para os próximos anos, ele destaca o plano de abrir uma nova filial, que poderá ser no centro da cidade ou em outro município da região. Dessa forma, a Drogaria Donato seguirá crescendo de forma planejada e sustentável.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Pedro Bittencourt Bravo atua no Sebrae Rio desde 2013, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Noroeste. É graduado em Engenharia de Produção, com pós-graduação em Finanças e Gestão de Pequenos Negócios. Atua como interlocutor do Empretec, embaixador do atendimento e gestor do projeto de Artesanato.

Sítio Murupi



Sítio Murupi

A jornada dos Menin: café, família e crescimento

Os gêmeos Mateus e Marcos Menin são produtores rurais com propriedades de café localizadas em Santa Clara, primeiro distrito do município de Porciúncula.

Após o Ensino Médio, Marcos ingressou na faculdade, enquanto Mateus foi em busca de novas oportunidades nas plataformas de petróleo na Bacia de Campos, retornando à fazenda nas folgas. Mas, em 2018, ele decidiu se dedicar integralmente à lavoura. A partir de então, Marcos passou a auxiliá-lo nos fins de semana. Em 2020, os irmãos adquiriram outra propriedade, o que trouxe novas demandas.

O desejo de renovar as lavouras era a base do planejamento familiar para o negócio de café. Junto ao seu pai, Paulo Menin, os produtores precisaram implementar inovação e planejamento para que o negócio fosse cada vez mais fértil.

Renovação no campo

Em 2018, o mercado brasileiro de café enfrentava desafios significativos: uma safra recorde gerou excesso de oferta e preços muito baixos, exigindo dos cafeicultores maior eficiência e profissionalização.

Nesse cenário, os irmãos Menin iniciaram uma busca por orientações técnicas que permitissem estabelecer uma rotina nas lavouras. Diante dessas necessidades, descobriram o trabalho que o Sebrae vinha desenvolvendo em algumas propriedades da região com foco na melhoria da qualidade da produção.

Eles perceberam a necessidade de acompanhamento especializado contínuo, mas o dilema persistia: sabiam que precisavam renovar as lavouras, mesmo sem clareza sobre a solução exata para os problemas e como poderiam maximizar seu potencial.

Os jovens produtores rurais encontraram no programa Sebraetec o apoio para sua jornada e perceberam a necessidade de aprimoramento tecnológico em todo o ciclo produtivo, desde a preparação da terra até a comercialização.

Percebendo a dedicação e o interesse dos filhos em transformar as propriedades. Paulo, que trabalhava ainda na cidade, decidiu abandonar a profissão de pedreiro para se tornar sócio, contribuindo não apenas com sua força de trabalho, mas reforçando significativamente a gestão e a mão de obra familiar.

Virada estratégica: o caminho para o sucesso

Motivados pelo desejo de expandir o parque cafeeiro, que já demonstrava melhorias e maior capacidade produtiva, a primeira ação foi contratar a ficha técnica de Boas Práticas Agrícolas, do Sebraetec. O objetivo era aumentar a produtividade e a lucratividade, além de iniciar a renovação das lavouras.

Começaram pelo Sítio Santa Clara, uma propriedade adquirida em 2020, para testar as práticas em um ambiente controlado. O local, antes uma área de mata abandonada, foi preparado seguindo as orientações técnicas do Sebrae. Foram plantadas 20 mil novas mudas de café, evidenciando o compromisso da família com o crescimento e a modernização de suas lavouras.

O sucesso do movimento inicial motivou a contratação da mesma ficha técnica em 2021 para o Sítio Murupi. No local, a área de café foi significativamente ampliada com o plantio de 4 mil novas mudas em uma antiga área de pastagem. Além disso, 4.500 plantas depauperadas (doentes ou improdutivas) foram erradicadas, abrindo espaço para um novo parque cafeeiro de 6 mil plantas.



O novo cultivo incorporou tecnologias avançadas para otimizar o uso do solo e promover a saúde das plantas. O impacto positivo das Boas Práticas Agrícolas foi além dessas propriedades. Em 2022, o processo de renovação chegou à Fazenda Fortaleza, a primeira propriedade da família. Os resultados obtidos em produtividade e aumento de renda foram tão expressivos que, em 2023, a família pôde adquirir mais um pedaço de terra vizinho ao Sítio Santa Clara, onde as melhorias começaram.

Ao final de 2023, a família chegou a um total de 38 mil plantas de café no Sítio Santa Clara, além das existentes nas demais propriedades. Em 2024, diante do expressivo crescimento, a família adquiriu uma nova propriedade totalmente destinada à pastagem, que recebeu tratamento adequado para o plantio de 3 mil mudas.

Perspectivas e lições como legado familiar

A família Menin cultiva cerca de 75 mil plantas de café. Em 2024, a safra produziu 800 sacas de 60 quilos, em 16,24 hectares, com produtividade média de 50 sacas por hectare.

Mateus Menin ressalta a importância do Sebrae e de seus parceiros: "O Sebrae foi fundamental para superar desafios e tomar decisões assertivas. Aprendemos a importância de buscar conhecimento e inovar, pois o agronegócio é dinâmico." Já Marcos aconselha: "Invista em capacitação e esteja aberto a novas tecnologias. Errar faz parte, mas aprender é crucial. Analisar dados e planejar estrategicamente foi um grande acerto."

Para Paulo, o patriarca, o principal objetivo é expandir a área de cultivo de café especial, focando ainda mais na qualidade e em nichos de mercado que valorizam um produto diferenciado, sempre aprimorando técnicas e buscando parcerias. Com essa visão, consideram a criação de sua própria marca, para torrar e empacotar o café da propriedade e, assim, conquistar mais espaço no mercado.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



José Maurício Apolonio Soares Reis atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Noroeste. É bacharel em Ciências Contábeis e possui pós-graduação em Auditoria e Perícia Contábil. Atua como gestor de Projetos, contribuindo para o desenvolvimento de iniciativas voltadas ao fortalecimento dos pequenos negócios da região.

Capítulo 09

Norte

Mercado Matias

Postural Fisio

Prisma Solutions

Mercado Matias



Comprometimento é a alma do negócio

Há quase quatro décadas, o Mercado Matias faz parte da vida dos moradores do Bairro da Lapa, em Campos dos Goytacazes. O negócio familiar passou das mãos do fundador, José Renato, para as mãos da filha mais velha, Raquel Ferreira Pessanha, que decidiu assumir a gestão para preservar a história e o legado da família.

No entanto, o caminho do empreendedorismo exigiu mais do que amor pelo negócio: foi preciso aprender a gerenciar, enfrentar crises e recomeçar após erros. Após conhecer o Sebrae, Raquel redescobriu a força do conhecimento e transformou uma fase de desânimo e prejuízos em um exemplo de superação e crescimento.



Um caminho de dedicação

O Mercado Matias nasceu entre 1985 e 1986 pelas mãos de José Renato, em um pequeno imóvel alugado no Bairro da Lapa, em Campos dos Goytacazes.

Com o tempo, o empresário comprou um terreno na mesma rua e migrou as atividades para o novo endereço, agora parte de seu patrimônio. O mercado cresceu e se tornou conhecido no bairro, oferecendo serviços de açougue, hortifrúti e mercearia e conquistando clientes fiéis.

Quando o pai começou a se afastar da rotina que se mostrava cansativa, Raquel, então estudante de Direito, assumiu a gestão e, em 2014, recorreu ao Sebrae. Foi nesse momento que o novo desafio de empreender começou em sua vida.

O tempo passou e veio a pandemia, acompanhada de outras mudanças como o estabelecimento da Nota Fiscal Eletrônica, questões financeiras e de gestão de pessoas e, principalmente, questões que fugiam do seu controle, como obras de pavimentação na rua da empresa, que reduziram significativamente o movimento.

Em busca de apoio, Raquel agendou seu primeiro atendimento presencial, no Escritório Regional Norte Fluminense. A falta de acompanhamento do controle financeiro e de um sistema de gestão acabou gerando sérios prejuízos, e, naquele período, Raquel enfrentou dois grandes erros fundamentais: a falta de controle financeiro e de precificação. “Com isso, não observei os furtos internos, acumulando perdas que chegaram a cerca de R$ 100 mil”, conta.

Essa reflexão foi o ponto de virada: percebeu que precisava de um profissional e decidiu recomeçar com o apoio do Sebrae. O primeiro contato com as consultorias, que antes não tinham resultado em melhorias expressivas, passou a produzir os efeitos esperados quando a empreendedora passou a seguir à risca as proposições feitas. “Empreender é dedicação diária”, complementa.

O recomeço na gestão

Em 2022, Raquel iniciou uma consultoria financeira com o Sebrae, marcando uma nova fase para o Mercado Matias. O primeiro passo foi realizar um balanço patrimonial completo, algo inédito até então. O diagnóstico revelou uma situação delicada, mas com potencial de recuperação por meio de organização, dedicação e disciplina.



A primeira ação foi a implementação de um sistema de gestão moderno e completo. Ela revisou o estoque e passou a controlar de forma rigorosa as margens de lucro, as entradas e as saídas. Em 2023, realizou uma consultoria financeira customizada. A partir disso, Raquel adotou medidas transformadoras, como negociar melhor com fornecedores e criar indicadores-chave que hoje são analisados mensalmente, orientando suas decisões. Compreendeu, também, a importância de controlar as retiradas pessoais: “Aprendi que o caixa precisa fechar, e aprendi a separar o dinheiro pessoal da maneira correta”.

Em 2024, percebeu a necessidade de se aproximar mais dos colaboradores, reconhecendo que o sucesso do negócio depende do engajamento da equipe. Recorreu novamente ao Sebrae e contratou a consultoria customizada de gestão de pessoas. Antes tímida e sobrecarregada, Raquel aprendeu a delegar, ouvir e valorizar as ideias dos funcionários, criando um ambiente mais acolhedor e fortalecendo o sentimento de pertencimento.

Os resultados são expressivos: o número de funcionários aumentou de cinco para doze, incluindo um estagiário que foi efetivado. O faturamento mensal teve um aumento de 400%. Mais do que o crescimento financeiro, Raquel recuperou a confiança e entendeu o verdadeiro propósito de empreender.

Lições pela busca de aprendizado

Raquel transformou sua forma de empreender com o apoio do Sebrae. A consultoria financeira trouxe clareza sobre os números e ajudou a tomar decisões mais estratégicas, enquanto a consultoria de gestão de pessoas revelou o valor da equipe e da liderança empática.

Agora, ela acompanha indicadores, separa corretamente o caixa pessoal do empresarial e mantém uma rotina de gestão eficiente, inclusive na gestão de sua equipe. O resultado foi tão expressivo que Raquel já busca orientação para adequar seu porte empresarial. Ela não apenas superou desafios, mas redescobriu o propósito de empreender com consciência e visão de futuro.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Alípio Guimarães de Carvalho atua no Sebrae Rio desde 2023, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Norte, em Campos dos Goytacazes. É formado em Engenharia de Produção. Atua como gestor local dos projetos de Construção Civil, Indústria, Cerâmica Velha e ALI Produtividade, contribuindo para o desenvolvimento dos pequenos negócios da região.

Postural Fisio



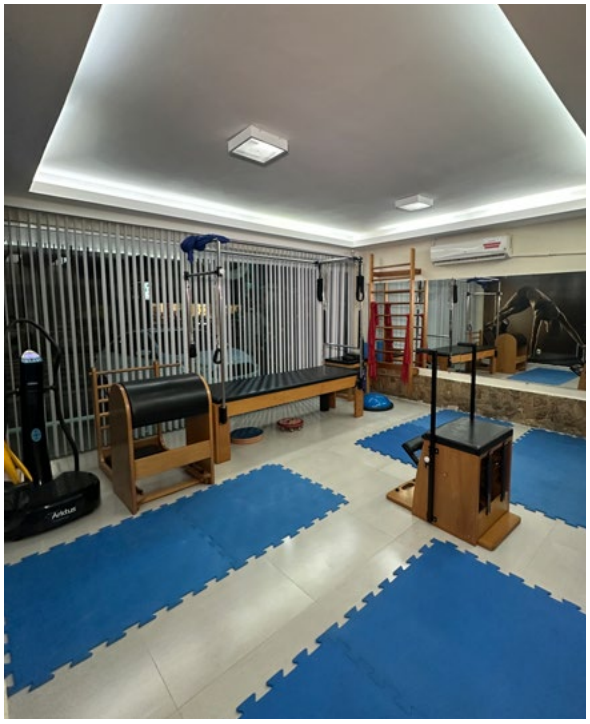
A postura estratégica para controlar as finanças do negócio

A Postural Fisio é uma empresa dedicada à saúde e ao bem-estar, com atendimento personalizado e orientado ao fortalecimento, à reeducação e à melhoria da qualidade de vida. A clínica de fisioterapia, pilates, quiropraxia, acupuntura e RPG, localizada em Campos dos Goytacazes, foi fundada por Fernanda Maciel, com planejamento rigoroso e perseverança. Mas, como em qualquer empreendimento, houve momentos de incerteza quanto à continuidade do negócio.

No princípio, havia dúvidas quanto à lucratividade, insegurança para tomar decisões estratégicas em razão à ausência de controles financeiros eficientes, e dificuldade em projetar o futuro da empresa com segurança. Apesar da intensa dedicação, os resultados não correspondiam às expectativas e, diante desse cenário, emergiu um dilema frequente no universo empreendedor: seguir adiante ou encerrar as atividades.

Da abertura aos desafios nos controles financeiros

A Postural Fisio é uma clínica que prioriza atendimentos individualizados, com foco na eficácia dos resultados e no cuidado integral do corpo dos pacientes. Segundo dados do Sebrae, há, no Brasil cerca de 18.811 empresas que atuam no segmento de saúde integrativa, que abrange fisioterapia, psicologia, estética, nutrição, acupuntura, entre outras áreas. É nesse contexto que a empresa fundada por Fernanda se insere: em um mercado em expansão contínua, impulsionado pela crescente conscientização sobre saúde preventiva, bem-estar e qualidade de vida.



A trajetória empreendedora de Fernanda teve início em julho de 2012. Antes da abertura da clínica, atuou como fisioterapeuta em estabelecimentos da cidade, período em que amadureceu o projeto do próprio negócio. Com o apoio de uma paciente, identificou o ponto comercial adequado e deu início às atividades da Postural Fisio, realizando sozinha os primeiros atendimentos. Entre acertos e aprendizados, o empreendimento evoluiu, com a contratação de uma secretária. Desde o princípio, respeito e gentileza foram estabelecidos como pilares da atuação. Em 2014, com apoio do pai, foi possível adquirir o imóvel onde a clínica está instalada. Na sequência, os serviços foram ampliados para incluir atendimentos externos.

Durante a pandemia, porém, os investimentos realizados não trouxeram o retorno esperado, gerando desafios financeiros. Com o falecimento do pai, seu braço direito, Fernanda buscou suporte especializado para avaliar a continuidade do negócio. Em maio de 2023, diante desses dilemas, procurou o Sebrae em busca de orientação, com o objetivo de compreender os números da empresa para pensar sobre o futuro.

Foram identificadas falhas estruturais e operacionais na área financeira, o que dificultava a análise de lucratividade e a tomada de decisão. A ausência de um sistema robusto de controles comprometia a geração de relatórios precisos e atualizados. A falta de clareza sobre os resultados efetivos do negócio alimentava a incerteza quanto à sua viabilidade, reforçando o dilema entre a continuidade e o encerramento da clínica.

Dos controles à decisão de permanecer empreendendo

Ainda em maio daquele ano, a empresária iniciou uma consultoria customizada de finanças para implantar e aprimorar a gestão financeira da Postural Fisio, com foco em pagamentos e recebimentos, vendas, compras, custos fixos e variáveis, plano de contas e fluxo de caixa. Nesse período, foram implementadas ações estruturantes: análise do sistema utilizado, ajuste do plano de contas, orientações para o registro de receitas, despesas, contas a pagar e a receber e respectivas baixas, acompanhamento dos lançamentos no sistema, revisão do processo de controle na recepção da clínica, análise de resultados e definição de planos de melhoria.

Como resultado, a responsável recebeu treinamento para realizar corretamente os lançamentos no sistema de controle financeiro. Com os registros atualizados, tornou-se possível acompanhar, diariamente, as movimentações financeiras e embasar decisões na análise dos resultados. Adicionalmente, foram definidos planos de melhoria para etapas subsequentes.

Entre julho e agosto de 2023, resultados consistentes começaram a aparecer, decorrentes da operação estruturada: equipe treinada, sistema atualizado e decisões orientadas por dados. O avanço do negócio indicou evolução concreta e maior segurança na gestão, com autonomia e foco na continuidade do crescimento.

Com as finanças organizadas, o foco se voltou para a gestão de pessoas. Identificou-se, então, a necessidade de aperfeiçoar o relacionamento com as fisioterapeutas que utilizavam o espaço da clínica, visando facilitar o diálogo e preparar a transição gradual da operação para a gestão. Nesse contexto, o Sebrae ofertou consultoria em gestão de pessoas e RH, desenvolvida ao longo de cinco

meses, contemplando o mapeamento da cultura e do clima organizacional, desenvolvimento de liderança, análise de perfil comportamental e elaboração de um plano de ação para implementação nos meses seguintes.

Uma postura clara diante do futuro

Diante dos resultados alcançados, foi definida a continuidade da Postural Fisio. As melhorias no controle financeiro, na gestão de equipes, nos processos e na tomada de decisões estratégicas embasadas em dados trouxeram evolução e autonomia para a empresária. Com acesso a apoio especializado no momento oportuno, Fernanda ampliou a visão sobre a empresa, identificou pontos antes não percebidos e direcionou a atenção para os aspectos críticos ao crescimento com segurança.

Quanto ao futuro, ela estuda a expansão do empreendimento por meio da aquisição de uma área próxima ao espaço atual, com foco em atendimentos voltados à inclusão e à acessibilidade, ofertando serviços adaptados às necessidades de pessoas com deficiência e garantindo um ambiente acolhedor e acessível.

Diante das lições aprendidas, a empresária sintetiza: “Somos capazes. É necessário foco, determinação e manter os pés no chão para superar os desafios”.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Adriana Cabral de Souza atua no Sebrae desde 2002 e como Analista de Atendimento no Escritório Regional Norte desde 2019, dedicando sua trajetória ao fortalecimento de micro e pequenas empresas e ao desenvolvimento sustentável dos territórios. Atualmente, é gestora das áreas de Turismo, Moda, Economia Criativa e Políticas Públicas, e possui pós-graduação em Gestão de Projetos.

Prisma Solutions



Uma jornada guiada pela sustentabilidade

Fabiana Cunha iniciou a vida adulta muito cedo: aos 17 anos foi emancipada e ingressou na Marinha do Brasil; aos 21, já era oficial de náutica e, aos 31, deixou os navios para atuar em uma grande empresa, assumindo funções de liderança no gerenciamento marítimo em plataformas de petróleo. Viveu grandes conquistas, mas também enfrentou desafios marcantes: conduziu a gestão de um acidente em plataforma com perda de vidas e lidou com um caso de assédio.

Mesmo com formação em gestão de pessoas, percebeu que precisava redefinir seus caminhos. Foi então que, após um período especialmente difícil, decidiu se reinventar. Agendou suas férias para participar do Seminário Empretec e, na sequência, desligou-se da empresa em que atuava para empreender em Macaé.

O ponto de virada



Em abril de 2019, depois de participar do Empretec, Fabiana pediu demissão do seu trabalho e se tornou sócia da Prisma Solutions, empresa fundada por seu marido, Fábio Perinazzo, em Macaé.

Até então, a Prisma operava como MEI na área de inspeção por ensaios destrutivos, mas, com a entrada de Fabiana, a empresa alterou sua natureza jurídica e ampliou o escopo, incorporando a atividade de saúde ambiental. O nome "Prisma" sintetiza seus múltiplos lados, refletindo a diversidade de serviços oferecidos. À época, a equipe contava com cinco integrantes.

Ainda em 2019, Fabiana participou do curso de gestão financeira do Sebrae e da primeira

edição do programa Sebrae Delas que, naquele período, ainda não era segmentado por porte de empresa.

A jornada empreendedora seguiu firme, mas logo veio um grande desafio: a pandemia. Justamente quando a empresa avançava no licenciamento junto ao INEA para atuar no controle de pragas urbanas, o cenário mudou. Diante da urgência, decidiram agir e iniciaram ações voluntárias de sanitização, atendendo gratuitamente áreas públicas, pontos de ônibus e hospitais. Durante meses, mantiveram esse trabalho solidário, contribuindo para a segurança e o bem-estar da população.

Com o tempo, a Prisma ganhou visibilidade e, quando já não era possível arcar com todos os custos, começaram a surgir demandas de empresas autorizadas a funcionar. Fabiana e Fábio acompanharam de perto cada serviço, e ela se sente grata por ter participado ativamente do combate à pandemia.

Nesse período, a precificação se mostrou um ponto sensível. Mesmo após concluir o curso de Finanças, Fabiana buscou apoio para sanar dúvidas específicas. E o aprendizado trouxe resultados: a Prisma voltou a crescer e Fabiana consolidou a importância de investir na presença digital.

Parcerias sustentáveis

Ainda em 2020, Fabiana voltou ao Sebrae em busca de apoio para fortalecer a presença digital da Prisma. A partir dessa demanda, contratou o Sebraetec de Inserção Digital (Desenvolvimento de Website), e ficou muito satisfeita com o resultado: um site moderno, estratégico e voltado ao público B2B.



Em 2021, participou de diversas ações on-line de gestão financeira e integrou o Programa Brasil Mais, passando a aplicar indicadores de desempenho e a elaborar um plano de marketing com mapeamento de processos.

Em 2022, retornou ao Sebrae Delas, agora em um formato mais alinhado às necessidades do negócio. Nessa etapa, desmistificou o tema “empréstimos”, conheceu o Pronampe e compreendeu a importância do crédito consciente como ferramenta de crescimento sustentável. “Entrei nos programas do Sebrae porque, sem isso, a gente ‘cai no esquecimento’ e deixa de evoluir”, destaca.

A parceria segue firme. Em 2024, a Prisma foi selecionada no Edital ESG e implementou práticas relevantes: reutilização de água (tríplice lavagem), descarte responsável de embalagens em parceria com a ABRASSAM e ações internas de conscientização, como palestras sobre ESG

e campanhas de qualidade de vida. Além disso, pensando no relacionamento com o cliente, foi criado um canal de reclamações e elogios.

Em 2025, Fabiana participou do Edital de Capacitação de Fornecedores, do Programa ALI Produtividade, e da Missão Empresarial à 34ª Mercopar, reforçando o compromisso da Prisma com inovação e crescimento sustentável. Ela também destaca a consultoria de pitch, na qual desenvolveu apresentações adaptadas às personas dos clientes, um marco na evolução comercial da empresa.

Crescer fazendo crescer

Ter liderado muito jovem fez Fabiana experimentar, ainda no auge da carreira, o encanto e os desafios de ocupar posições de destaque, mas aprendeu sobre a impermanência. Hoje, à frente da própria empresa, adota outra perspectiva: ao lado do marido, sente-se responsável por um sistema que gera empregos e oportunidades.

Mesmo com bases sólidas, Fabiana reconhece que a Prisma também tem fragilidades. "A única parte que a gente não pode deixar se romper é o cuidado com os integrantes. Utilizamos um organograma horizontal porque acreditamos que só crescemos fazendo crescer quem está à nossa volta", afirma. Ciente de que expandir também é um gesto de responsabilidade social, Fabiana encara o crescimento como forma de contribuir com o território por meio da geração de empregos. Seu sonho é criar um centro de treinamento e uma faculdade corporativa, para impulsionar o desenvolvimento das pessoas.

Ela mede o avanço da Prisma não apenas por números, mas por histórias: a equipe que passou de uma para vinte pessoas, incentivando continuamente novas capacitações. Afinal, para Fabiana, o verdadeiro crescimento está em ver todos evoluindo juntos.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Silvia Andréa Carvalho Romão atua no Sebrae Rio desde 1995 e integra a área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Norte Fluminense desde 2012. É formada em Pedagogia pela Universidade Castelo Branco e possui extensão em Gestão de Pequenos Negócios. Colabora com iniciativas voltadas para Turismo, Sebrae na Mesa, Sebrae Delas, Artesanato, Empretec, Políticas Públicas e capacitações para empreendedores da região.

Capítulo 10

Rio I

Anna do Pão

Maria B. Confeitaria

Pipa

Anna do Pão



Da idealização ao propósito

Anna Cenelly du Vernay é idealizadora da Anna do Pão, empresa que conta com duas lojas físicas: uma no Shopping Fashion Mall, em São Conrado, e outra no Recreio dos Bandeirantes, no Rio de Janeiro.

Após um período de reflexão que a levou a deixar a área da construção civil, Anna retomou um hábito de infância: fazer pães. Mas, o que começou de forma artesanal, com vendas de porta em porta, cresceu e trouxe novos desafios.

O ponto de virada veio por meio da parceria com o Sebrae, que apoiou Anna na gestão do negócio e no acesso a crédito. Isso permitiu que a empresa se consolidasse no mercado e possibilitou a abertura de duas unidades ainda em funcionamento. Com as novas mudanças, surgiram também novos desafios: manter a eficiência operacional das lojas e promover o crescimento do negócio de forma sustentável.



Das vendas de porta em porta as lojas: a trajetória empreendedora de Anna Cenelly du Vernay

O negócio surgiu da reinvenção pessoal de Anna Cenelly que, ao resgatar um hábito da infância, começou a fazer pães em casa e vendê-los, principalmente em salões de beleza, onde conquistou, ao longo de 16 anos, uma clientela fiel.

Durante esse período, a empresária manteve a produção caseira, sem estrutura formal. Com o tempo, porém, passou a participar de feiras, como a do Fashion Mall, e chamou atenção pela qualidade dos produtos, o que passou a demandar mudanças importantes.

O ponto de virada veio em 2023, quando Anna, por meio de um cliente, contatou o Sebrae. A partir daí, ela iniciou um processo de estruturação e abriu sua primeira loja, no Fashion Mall, iniciando uma nova etapa em sua jornada empreendedora.

Entretanto, a produção era feita em um ponto alugado fora do shopping, o que gerava altos custos com o deslocamento dos produtos. Isso levou Anna a buscar suporte e orientações para abrir sua segunda loja, no Recreio dos Bandeirantes. A unidade deveria funcionar como ponto estratégico, onde ela pudesse concentrar a produção e também vender. Essa escolha permitiu à empresária estar mais próxima da clientela antiga, que se concentra na região do Recreio, e reduzir algumas despesas operacionais.

Com a consolidação da segunda loja, em 2024, Anna passou a manter as duas, com vendas presenciais e por serviço de entrega. Entre os desafios que surgiram com o crescimento, destacam-se a adequação à vigilância sanitária, o custo fixo elevado, a necessidade de melhorar o delivery e a experiência do cliente, além de avançar na profissionalização da operação.

Estruturação e expansão do negócio

Para transformar o negócio, a empresária deu início a um processo de estruturação com foco em planejamento financeiro, separação de contas pessoais e empresariais e orientação estratégica.



A primeira conquista foi a obtenção de crédito via Sicoob, por meio da articulação do Sebrae, que permitiu a abertura da primeira loja no Fashion Mall, ainda em 2023. Em seguida, vieram as consultorias de planejamento, as oficinas de capacitação e as orientações voltadas ao controle de custos e às estratégias de expansão.

Em 2024, Anna participou da trilha “Alimentação Fora do Lar” e de capacitações promovidas pelo Projeto de Alimentação Fora do Lar do Sebrae em parceria com a Coca-Cola. Também realizou consultorias do Sebraetec para rotulagem, além de atendimentos com foco em marketing digital, planejamento e gestão de equipe e controle financeiro. Com essa bagagem, percebeu a importância de centralizar a produção para reduzir custos e ganhar eficiência.

Com apoio do Sebrae, a empresária conseguiu uma nova linha de crédito e inaugurou, em dezembro do mesmo ano, a segunda loja, no

Recreio. A unidade, mais próxima da clientela já fidelizada, passou a concentrar a produção, além de ser também ponto de atendimento. O marketing, feito pela filha, também impulsionou a visibilidade e o fluxo de clientes, principalmente nos fins de semana.

Aprendizados, gratidão e novos planos para crescer



Mesmo diante de novos desafios, Anna relata que as vendas estão indo bem. Planeja ampliar a equipe e investir em novos equipamentos, com a perspectiva de continuar crescendo de forma estruturada e sustentável. Além disso, pretende estruturar melhor o serviço de entrega e reformar a primeira loja, no Fashion Mall.

A empresária reconhece que começou a empreender sem estrutura e orientação, o que dificultou sua trajetória.

Mas com o apoio do Sebrae, aprendeu a controlar as finanças, separar as despesas pessoais das empresariais e planejar suas ações. Entre os acertos, a empresária aponta a busca por capacitação, o foco no cliente e a coragem de persistir.

Para Anna, a maior lição foi a importância de buscar ajuda e não caminhar sozinha. E reforça: "O Sebrae é uma mãe para o empreendedor".

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Jacqueline Maia Ferreira atua no Sebrae Rio desde 1995, na área de Relacionamento Presencial, atualmente no Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro I. É graduada em Pedagogia com habilitação em Desenvolvimento e Treinamento Empresarial pela UGF, possui especialização em Gestão de Pequenos Negócios pela FIA e pós-graduação em Gestão de Empresas pela FGV e em Gestão de Pessoas e Liderança pela Fundação Dom Cabral. Atua como gestora dos projetos de Beleza, Turismo e Alimentação Fora do Lar.

Maria B. Confeitaria



Maria B. Confeitaria: doce jornada empreendedora

Maria Barros é confeiteira e comanda um negócio de doces artesanais, no Rio de Janeiro. Sua empresa nasceu em 2010, como um hobby, alimentado pela paixão pela confeitaria, e ganhou força, transformando-se em um buffet para eventos.

O negócio cresceu nos anos seguintes, mas foi impactado pela pandemia, em 2020, levando Maria de volta para a produção de doces no varejo. Após o período, a empresária percebeu a necessidade de se reorganizar, ter uma marca com identidade e trabalhar sua visão de futuro. Neste momento de virada, o apoio do Sebrae foi fundamental.

Empreendedorismo com "sangue nos olhos"

Filha de pais empreendedores, Maria cresceu em um ambiente de negócios, entre a oficina do pai e a editora da mãe. Formou-se em gastronomia e começou a cozinhar por prazer, vendendo apenas para amigos e familiares. Mas a atividade foi ganhando corpo e, em 2013, ao participar do Empretec, decidiu empreender de forma profissional.

O negócio, que começou com pequenos doces e salgados, transformou-se em um buffet chamado "Lá em Casa", que chegou a atender eventos para até 300 pessoas. Apesar do crescimento, o modelo de negócio era muito centrado em Maria, o que a deixava sobrecarregada. A dificuldade de conciliação entre vida pessoal e profissional, a falta de uma estrutura apropriada e a dependência da sua presença em todos os processos estavam entre os principais desafios.

A pandemia de Covid-19 foi um divisor de águas. Com os eventos cancelados de uma hora para outra, ela precisou voltar às origens: produzir bolos e doces em casa, resgatando a base artesanal do negócio. E com a demora na retomada dos eventos, Maria decidiu focar no varejo, iniciando um reposicionamento com a intenção de entrar no dia a dia dos clientes.

O novo passo exigiu transformação. Ela percebeu que precisava de uma nova marca que a diferenciasse do antigo buffet e incorporasse mais profissionalismo. Foi nesse momento, em 2024, que procurou

novamente o Sebrae. Já conhecedora dos cursos e conteúdos da instituição, buscou consultoria no programa Sebraetec e participou do Projeto de Panificação e Confeitaria.

O projeto foi um marco. Maria reorganizou processos, adotou ferramentas de gestão mais eficazes, estruturou o marketing, passou a entender melhor seu público e reposicionou a comunicação da marca. A nova identidade visual permitiu que a empresa ganhasse visibilidade e reforçasse seu profissionalismo. Um dos principais aprendizados da empreendedora, inclusive, foi sobre a importância de registrar a marca. Maria perdeu o direito ao nome antigo, não registrado, depois de mais de dez anos de uso. Esse episódio a ensinou sobre a relevância da formalização e do planejamento estratégico.

Mesmo sem ponto de venda, ela mantém uma cozinha externa e realiza entregas para todo o município do Rio de Janeiro com ajuda de uma rede de apoio sólida. Sua equipe é pequena, composta por ela, uma assistente fixa e um entregador parceiro desde a pandemia. Além disso, mantém uma rede de confeiteiras com quem troca indicações, divide demandas e compartilha insumos, fortalecendo o ecossistema empreendedor local.



Sebrae como fornecedor dos ingredientes certos

A virada no negócio de Maria aconteceu com a busca ativa por apoio do Sebrae. Por meio do Projeto de Panificação e Confeitaria e do Sebraetec, ela participou de consultorias que reorganizaram sua empresa por completo. A principal demanda era se reposicionar no mercado e deixar para trás a imagem de buffet para eventos.

Com ajuda profissional, ela desenhou uma nova identidade visual, mais moderna e alinhada com seus valores e com o público que desejava alcançar. Também aprimorou seus controles financeiros e operacionais, adotando novas ferramentas, estruturando processos e organizando a gestão de pedidos. Isso proporcionou mais clareza e foco na expansão pelo varejo.

A atuação em redes sociais se tornou mais estratégica: ela passou a entender melhor como se comunicar com seus clientes. Os resultados logo vieram: aumento de mais de 15% no faturamento e maior reconhecimento de marca.

Hoje, ela sonha com um ponto físico que una cultura e gastronomia, conectando e combinando sua confeitaria à livraria da mãe, que é sua sócia investidora, para criar um espaço de experiência e afetividade.

A importância do planejamento e parcerias para um excelente resultado

Maria aprendeu na prática que empreender exige mais do que talento: é preciso planejamento, rede de apoio e visão estratégica.

Com o apoio do Sebrae, ela conseguiu transformar um negócio artesanal e informal em uma marca sólida e em crescimento.

Hoje, com processos mais organizados, marca profissional e foco no varejo, Maria segue expandindo sua atuação. A empresária reforça que a falta de formalização e planejamento pode custar caro e reforça que registrar sua marca desde o início do empreendimento, além de organizar os processos para evitar surpresas no futuro são medidas essenciais para garantir um crescimento sustentável.

A empresária aconselha outros empreendedores a não enfrentarem os desafios do empreendedorismo sozinhos. Afinal, construir uma rede de apoio é essencial para dividir demandas e trocar aprendizados.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Auxiliadora Itapary trabalha no Sebrae desde 2001, no Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro I. É formada em Desenho Industrial pela UFRJ e pós-graduada em Design de Moda pelo Senai Cetiqt. Atua como orientadora e articuladora para consultorias e capacitações no atendimento a clientes e parceiros, interlocutora do projeto é interlocutora do projeto de Internacionalização e Agentes de Mercado.

Pipa



Moda praia infantil com propósito que conquistou seu público

Priscilla Boa Hora, publicitária e mãe, fundou a Pipa em 2017, no Rio de Janeiro, após perceber a ausência de moda praia infantil confortável e com estética lúdica para seus filhos.

Mesmo sem experiência no setor, a empresária mergulhou no universo do empreendedorismo, aprendendo sobre tecidos e produção. O negócio começou com vendas informais e evoluiu para uma operação omnichannel, com e-commerce, vendas por WhatsApp e quiosques físicos.

Após operar com até oito canais e perceber alguns desafios, Priscilla reestruturou a empresa em uma operação com três canais rentáveis, com crescimento sustentado e controle financeiro por canal. Hoje, ela foca em decisões guiadas por dados e rentabilidade.

De cliente insatisfeita a empreendedora visionária

O embrião da Pipa surgiu de uma necessidade pessoal. Priscilla Boa Hora, publicitária que já havia trabalhado com crianças na agência de modelos da mãe, passou a enfrentar dificuldades em encontrar moda praia adequada para sua própria filha.

Em 2016, ao analisar o mercado e perceber uma oportunidade, ela decidiu empreender no segmento e iniciou a produção terceirizada de peças infantis. Porém, insatisfeita com a qualidade e buscando excelência em cada etapa, Priscilla trouxe a confecção para dentro de casa, assumindo o processo produtivo por completo.

Essa decisão estratégica lhe permitiu controlar o produto de ponta a ponta: da concepção até o momento em que as peças chegavam às mãos dos clientes. Com o apoio direto do marido, a operação passou a funcionar em um espaço dedicado dentro da residência da família, no Rio de Janeiro.

Mesmo sem experiência anterior em moda ou produção têxtil, Priscilla mergulhou no aprendizado sobre tecidos, corte, modelagem e processos de produção. O cuidado extremo com a qualidade encarecia os produtos, mas também os tornava únicos. As primeiras vendas foram feitas para pessoas próximas e, em 2017, a empresa foi formalizada com o nome fantasia Pipa.

O crescimento inicial veio com a participação em feiras locais e com o investimento em um site bem estruturado, com fotos profissionais, algo que Priscilla já dominava. Porém a gestão interna era desafiadora. Faltava controle financeiro, gestão de estoque e conhecimento em marketing estratégico. O ponto de virada ocorreu em 2022, com a aproximação do Sebrae.

Entre 2023 e 2024, a Pipa expandiu significativamente, inaugurando três quiosques físicos em shoppings como o RioSul e o Rio Design Barra, e consolidando o e-commerce. A produção interna, embora altamente controlada, não acompanhava a demanda crescente, limitando o crescimento. Mas, com o acompanhamento do Sebrae, Priscilla recebeu orientações que transformaram a empresa.

Arrumando a casa e estruturando para crescer

Em abril de 2024, a Pipa deu um passo decisivo ao ser selecionada para o Edital de Indústria da Moda Sebrae. Durante nove meses, Priscilla Boa Hora participou ativamente de consultorias que transformaram profundamente a estrutura do negócio. As ações foram focadas na profissionalização da gestão financeira, da produção, do marketing, do atendimento e da gestão de pessoas, eram conduzidas conduzidos de forma empírica.

Entre os aprendizados mais valiosos, destacam-se os resultados das consultorias de gestão financeira tiveram impacto direto nos resultados. A construção da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) permitiu uma visualização clara da lucratividade, dos custos e das despesas por canal de venda, possibilitando decisões baseadas em dados para evitar prejuízos. Essa reorganização financeira também deu sustentação para a reestruturação da operação omnichannel da empresa, que conta com três canais ativos e monitorados com controle individualizado de faturamento e despesas.

Outra virada veio com a participação da marca nas edições de 2024 da feira Carandaí 25, por meio do espaço Sebrae no evento. A ação, organizada pela Coordenação de Indústria do Sebrae, garantiu visibilidade à marca e impulsionou as vendas diretas e o reconhecimento da empresa como referência em moda praia infantil autoral.

Com o aumento da demanda, também impulsionado pela expansão dos pontos de venda, surgiu o novo desafio: a produção artesanal, realizada até então em um anexo da residência da empresária, já não suportava o volume necessário. A solução veio com a contratação, via Sebraetec, do serviço de Design de Ambientes, que projetou a nova fábrica.

O projeto foi concluído ainda em 2024 e a fábrica, um prédio de três andares, foi inaugurada com ambientes otimizados para produção em larga escala. O impacto foi imediato: a equipe de produção cresceu de cinco para dezoito colaboradores, e a capacidade mensal dobrou, saltando de 1.500 para 3.000 peças. Como resultado direto dessas transformações, a Pipa obteve um crescimento de 114% no faturamento apenas no primeiro semestre de 2025.



Foco no cliente: o segredo da marca Pipa

Priscilla reconhece que um dos maiores erros foi não ter buscado o Sebrae desde o início. Se tivesse procurado apoio especializado antes, teria evitado erros que custaram tempo, dinheiro e energia. Em contrapartida, destaca como acerto sua determinação, o padrão rigoroso de qualidade e, principalmente, a habilidade de pensar como cliente.

Essa visão empática é o que move a Pipa: entender as reais necessidades do consumidor final. A inspiração veio de casa. Betina, sua filha, foi referência para o desenvolvimento da modelagem e da diversidade de tamanhos, acompanhando seu crescimento. Hoje, meninas da mesma faixa etária e suas mães são fãs da marca, que entrega conforto, proteção e estética com identidade.

Priscilla participa, com bastante engajamento, do programa ABVTEX Sebrae. Seus próximos passos incluem ampliar a produção para atender lojistas no atacado, abrir uma nova loja em Niterói e iniciar o processo de exportação. Para ela, o aprendizado é contínuo e essencial. Sua filosofia simples e poderosa, e segue guiando a evolução da marca: “Coloque-se no lugar do seu cliente: você usaria o seu produto?”.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Renata Bessa atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro I. É formada em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e possui MBA em Gestão Cultural pela Universidade Cândido Mendes. Atua em iniciativas voltadas ao setor de moda na indústria, comércio e serviços, além de ser interlocutora do Sebraetec e da iniciativa Histórias de Inspiração na regional.

Capítulo 11

Rio II

Cadeira.com

Gruta Farm House

Óticas Solvang

Cadeira.com



Transformando desafios em oportunidades: a história de Alexandra Romana

Alexandra Romana, fundadora da Cadeira.com, transformou um desafio em uma solução inovadora no setor de beleza. Após ser demitida do trabalho de promotora de vendas em uma distribuidora de produtos farmacêuticos, logo após a licença maternidade, ela encontrou uma oportunidade de empreender como cabeleireira para garantir o sustento de sua filha.

Porém, apesar de Alexandra exercer essa profissão até hoje, atuando nos bairros de Bangu, Copacabana e Barra, sua maior inovação foi a criação de um conceito de salões flexíveis, que oferecem autonomia e liberdade para profissionais da beleza autônomos atenderem seus próprios clientes, sem vínculo empregatício fixo com o salão.

Confiante na ideia de negócio e ciente de que precisava de organização e suporte para impulsioná-la, buscou a ajuda do Sebrae e se dedicou a uma extensa trilha de soluções que serviram como ponto de partida para uma jornada inspiradora, que consolidou a Cadeira.com no Rio de Janeiro.

Do improviso à inspiração

Em 1996, Alexandra Romana perdeu o emprego ao retornar da licença-maternidade e, como mãe solteira, enfrentava preconceitos e dificuldades financeiras. Para aumentar sua renda, abriu um pequeno estúdio de beleza no bairro onde morava, atendendo apenas algumas amigas. Nessa época, o estúdio funcionava apenas um dia por semana, permanecendo fechado nos demais dias, e foi a partir dessa dinâmica de funcionamento que Alexandra, sem saber ao certo, começou a desenhar a Cadeira.com.

Em um primeiro momento, Alexandra decidiu convidar algumas colegas de profissão para utilizar seu espaço como ponto de atendimento. Ela conhecia muitas profissionais da beleza que atendiam clientes em domicílio, e que enfrentavam longas distâncias até os destinos, além de muitos outros desgastes. Foi assim que nasceu o protótipo de seu negócio: uma ideia de “salão compartilhado”, em que cabeleireiros, manicures e maquiadores passaram a utilizar o espaço físico para atender com maior conforto e dignidade, porém sem vínculos empregatícios.

Essa dinâmica permitiu que profissionais mantivessem sua clientela e colaborassem com salões parceiros, beneficiando a todos os envolvidos na iniciativa, de forma estratégica e econômica.

Afinal, mesmo mudando de bairro, os clientes não deixavam de frequentar o salão, não pelo espaço, mas por quererem o serviço de Alexandra. Isso permitiu, a partir de uma análise do comportamento dos clientes, criar o conceito de salões flexíveis, que daria origem à Cadeira.com, um site que conecta profissionais e salões, oferecendo uma solução prática e lucrativa.

Em 2018, a empresária participou do Empretec, o que mudou sua visão empreendedora. Mas foi por meio dos cursos e das mentorias do Sebrae Delas e do programa Startup Win que Alexandra tirou o sonho do papel.

O modelo ganhou força e se tornou referência nacional

Ao longo da jornada, Alexandra contou com o apoio do Sebrae em diversas fases. Participou do projeto Sebrae Delas e do programa Startup Win, nos quais validou sua proposta com dados reais e estruturou seu modelo de negócio. Recebeu mentoria, aprendeu sobre metodologia ágil e conheceu ferramentas que a permitiram enxergar sua ideia como um negócio escalável. Alexandra também se capacitou, por meio do Sebrae, em gestão, precificação e formalização. Em 2024, com seu crescimento profissional, ela venceu o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios nas etapas regional, estadual e nacional.

Atualmente, o Cadeira.com funciona de forma gratuita para o cliente, gerando custos apenas quando há o *match* entre salão e profissional, que entram em contato via WhatsApp para alinhar oferta e demanda. Assim, o salão disponibiliza seu local e seus preços, passando a gerar renda com o espaço ocioso.

A plataforma opera nos bairros de Bangu, Centro e Copacabana e, para cada *match* promovido, retém 10% do profissional e 10% do salão. Com o modelo consolidado, os resultados foram claros: houve aumento de 50%, em média, no faturamento dos salões parceiros; elevação média de 40% no faturamento dos profissionais independentes e geração de tráfego qualificado para os salões por meio da clientela dos profissionais.



Além do marketing "boca a boca", a divulgação da plataforma acontece por meio das redes sociais, comunidades e do ecossistema de inovação do setor. A empreendedora realiza palestras para divulgação em eventos, ampliando as oportunidades de trabalho para profissionais e salões. O Cadeira.com pode ser acessado pelo site, pelas redes sociais e via WhatsApp. Pensando em ajudar gestores com dificuldades na precificação, ela também desenvolveu uma calculadora em Excel que ajuda nesse processo.

São muitos os desafios: a adesão está em fase de construção e acontece de forma orgânica. Como toda inovação, porém, o projeto precisa romper com um modelo de mercado tradicional. O MVP foi validado manualmente, com escuta ativa e entrega real. Mas crescer exige estrutura, e é por isso que Alexandra segue aprendendo e se desenvolvendo. Ela voltou a participar do Startup Win Operação e Tração para transformar o aprendizado em estratégia e preparar a Cadeira.com para escalar de forma sustentável.

Com o tempo, a empresária também percebeu que o negócio incentivava pessoas a entrarem no ramo da beleza. Alexandra, então, passou a capacitar profissionais para atuar nesse formato, promovendo autonomia e consciência empreendedora, fazendo-os enxergar o valor do próprio serviço e mostrando como precificar de forma justa.

Beleza com propósito

Alexandra considera que seu maior acerto foi a persistência, mesmo diante das dificuldades. Ela transformou uma dor pessoal em oportunidade e, com o apoio do Sebrae, desenvolveu um modelo inovador e sustentável de negócio.

Ao longo dos anos, a Cadeira.com se mostrou mais do que um negócio, mas uma causa com modelo e propósito. A ideia, agora, é trabalhar com a capacitação de profissionais e gestores. Afinal, hoje, a empresária vê na educação empreendedora o caminho para consolidar essa nova forma de trabalho e planeja criar uma trilha de capacitação para profissionais da beleza e gestores de salões.

Ela destaca a importância de ouvir o mercado, basear-se em dados, testar ideias e buscar apoio técnico. Sua história é um exemplo de como criatividade, coragem e estratégia podem transformar desafios em inspiração.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Rayane Silva Dare dos Santos atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É formada em Administração de Empresas e possui especializações em Gestão de Negócios e em Gestão e Desenvolvimento de Equipes de Vendas. Colabora em iniciativas voltadas ao fortalecimento dos pequenos negócios e ao desenvolvimento do empreendedorismo.

Gruta Farm House



Acreditar em sonhos e fazer acontecer é coisa de família

Em 2023, diante das incertezas do mercado de trabalho, Lívia Damasceno tomou uma das decisões mais importantes de sua vida: deixar a carreira de fisioterapeuta e empreender. Assim nasceu a Gruta Farm House, ponto de encontro que vem conquistando visitantes de dentro e fora da região.

Nascida e criada em Campo Grande, Lívia vive com a família em um sítio no Rio da Prata, cercado pela natureza e por uma grande rocha que marca a paisagem do lugar e a história do sítio.

Mesmo sem experiência, mas com o apoio da família, a empresária apostou na divulgação pelas redes sociais para ampliar a visibilidade do local. A Gruta, como é carinhosamente chamada, conquistou o público, cresceu e deixou claro que oferecia mais do que um serviço, tratava-se de uma experiência genuína e carregada de afeto.

Mas o crescimento acelerado trouxe a necessidade de formalizar e organizar o negócio para proporcionar uma experiência cada vez mais satisfatória para seus visitantes. E era isso que Lívia buscava quando encontrou o Sebrae.

Do sonho à realização

Com a decisão de empreender, o quintal da família foi transformado para receber o público, tornando-se mais acolhedor. O bufê de café da manhã acontecia apenas aos finais de semana e mediante agendamento prévio pelo WhatsApp ou Instagram.

Com o tempo, porém, por conta da alta demanda, a casa passou a abrir exceções para grupos fechados no café da tarde em outros dias da semana, sempre com reserva antecipada. Logo o espaço também passou a ser usado para casamentos intimistas e, pouco tempo depois, passou a contar com dois chalés para hospedagem.

A simplicidade inicial logo se transformou e o café da manhã passou a ser disputado. Hoje, a experiência inclui música ao vivo, mirante com vista natural e outros atrativos pelo terreno da família. Assim, a Gruta se consolidou como referência em experiência gastronômica e afetiva em Campo Grande.

O crescimento trouxe novas responsabilidades e passou a exigir mais atenção. À medida que a Gruta ganhava visibilidade, ficou claro que era preciso cuidar melhor da organização, dos números e dos caminhos que sustentavam aquela experiência tão afetiva. O desafio era crescer sem perder a essência. Foi nesse contexto que Lívia conheceu o Sebrae que, em parceria com a Associação Empresarial e Comercial de Campo Grande (AECG), construiu uma programação robusta de cursos, palestras, oficinas e grandes eventos voltados ao fortalecimento do empreendedorismo local.

Atenta a esse movimento e disposta a aprimorar a gestão do seu negócio, Lívia passou a participar das iniciativas, aproveitando os conteúdos e as trocas para estruturar melhor a Gruta Farm House e fortalecer sua atuação como empreendedora em meio aos pequenos negócios da região.

Além da programação de cursos, a atuação com a AECG permitiu que os setores fossem divididos, desenvolvidos e acompanhados de forma sistemática. Iniciou-se, então, um projeto para viabilizar a criação de um circuito gastronômico na região e a primeira empresa interessada foi a Gruta.

Formado o grupo de negócios ligados à gastronomia, implementou-se o projeto Experiência e Mercado, no qual as empresas participantes foram estimuladas a criar a rota "Experimente Campo Grande", uma espécie de guia para visitantes e turistas, como forma de estímulo à economia e de dar visibilidade aos pequenos negócios locais.

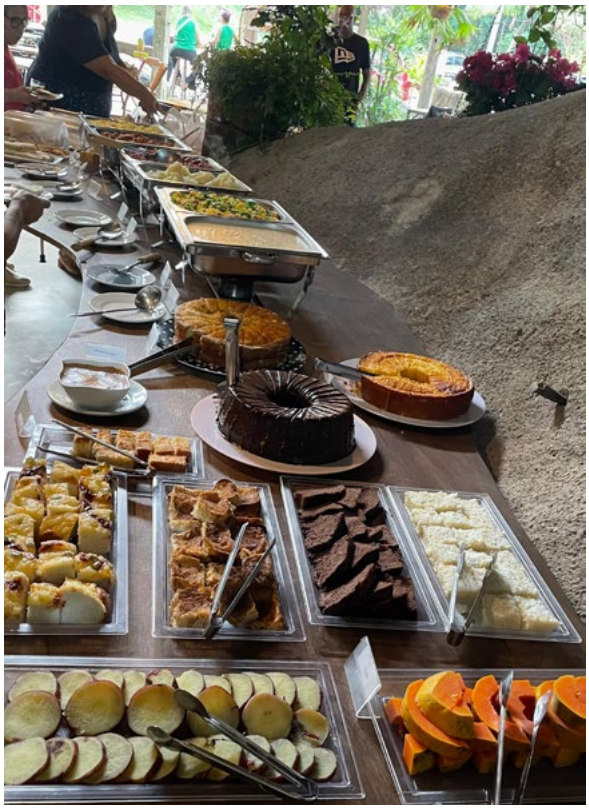
Parcerias e ações estratégicas

Com o apoio do Sebrae, a Gruta saiu da informalidade e da gestão intuitiva, passando a faturar como uma microempresa devidamente formalizada. Houve um aumento de 30% no faturamento, além da contratação de novos funcionários.

Por meio do projeto Experiência e Mercado, por exemplo, Lívia pôde se beneficiar de consultorias individuais sobre finanças, marketing digital, produto turístico e *papper* comercial, bem como de oficinas em grupo sobre tendências de turismo, governança e pitch, o que possibilitou também a aproximação com empresários do bairro, criando uma rede fortalecida e capacitada.

Além dessas capacitações, o projeto proporcionou a visita técnica ao município de Paty do Alferes, interior do Rio de Janeiro, para acompanhamento e apresentação de boas práticas e networking com empresas do segmento gastronômico e turístico, o que deu à Gruta a oportunidade de se estruturar ainda mais em relação ao atendimento, ao direcionamento e à experiência do cliente.

A história de Lívia e da Gruta inspira outros empreendedores a acreditarem em seus projetos e, principalmente, a buscarem no conhecimento e na gestão os caminhos para fazer acontecer. Além de participar de todas as ações e soluções propostas pelo Sebrae Rio, a empresária é uma referência para tantos outros empresários do bairro e sempre incentiva todos a procurarem apoio para crescer.



Crescimento com direção

A jornada da Gruta mostra que acreditar em um sonho é essencial, mas buscar conhecimento e apoio faz toda a diferença para transformá-lo em realidade.

A capacitação foi uma escolha decisiva para que Lívia e sua família repensassem processos, estruturassem a gestão e fortalecessem o posicionamento da empresa, que só vem crescendo.

Além de café da manhã, hospedagem, festas e eventos, a Gruta abre seu espaço para que artesãs possam expor seus produtos em datas marcadas, dando, assim, a oportunidade de seus clientes terem mais um atrativo durante o café da manhã, além de apoiar o trabalho das artesãs locais.

O negócio familiar não apenas mantém sua essência acolhedora, mas se destaca como referência em boas práticas de inovação no setor de alimentação. A história da família é inspiradora, assim como o atendimento oferecido por seus integrantes.

Para o futuro, Lívia quer se especializar em eventos mais estruturados e casamentos, de modo que a Gruta seja também uma referência no setor de eventos.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Amanda Siqueira Lima atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro II. É formada em Administração e possui MBA em Gestão de Pessoas e Gestão de Negócios.

Óticas Solvang



Coragem e ação: a história por trás da visão

Em 2001, Sylvia Ceppas deu um passo guiado pelo olhar atento ao futuro: transformou o desejo de empreender em realidade e deu vida à Óticas Solvang. Ao identificar no setor óptico um campo promissor, especialmente diante do envelhecimento da população, ela vislumbrou uma oportunidade não apenas de negócio, mas de impacto real na vida das pessoas.

Com o apoio da família e após tomar decisões estratégicas, Sylvia enfrentou os inúmeros desafios do início: a falta de conhecimento técnico, a dificuldade em formar uma equipe qualificada e limitações financeiras. Cada obstáculo, no entanto, foi transformado em alicerce para o crescimento.

A jornada, que começou em um pequeno espaço de 17 m², exigiu resiliência e visão para conquistar reconhecimento em um mercado promissor, porém marcado pela forte competitividade. Quando fala do ofício, Sylvia relata: "Mais do que vender óculos, é sobre acreditar que, quando se enxerga com o coração, é possível transformar vidas, inclusive a própria", afirma a empresária.

Da visão à realização

Observando o marido, importador de óculos, Sylvia decidiu apostar nesse mercado, sem conhecimento técnico, mas movida pela coragem, foco e vontade de aprender. Para dar início ao negócio, vendeu seu único imóvel e se mudou com a família para um imóvel alugado, determinada a transformar seu sonho em realidade.

Os primeiros passos foram desafiadores: estudou sobre lentes, armações, negociações com fornecedores e procurou entender as exigências técnicas do setor. A formação de um mix de produtos competitivos e a contratação de mão de obra qualificada também exigiram esforço e estratégia. Desde o início, sabia qual era seu objetivo: oferecer produtos de qualidade, atendimento humanizado e excelência no pós-venda.

Em 2016, ao participar de um diagnóstico empresarial promovido pelo Sebrae, foram identificadas áreas críticas no negócio, especialmente na gestão financeira. A partir desse momento, a empresária

participou de diversas consultorias financeiras, que deram acesso a ferramentas e estratégias que otimizaram recursos, melhoraram processos internos e aumentaram a competitividade da ótica no mercado.

Com a pandemia de Covid-19, em 2020, ela precisou tomar decisões rápidas e eficazes. Sylvia já havia aberto algumas filiais sem planejamento, e a pandemia potencializou as consequências, principalmente as financeiras e as relacionadas ao estoque. Diante do cenário desafiador, a empresária reestruturou operações, implementou atendimento domiciliar, realocou estoques e negociou com fornecedores. Conseguiu apoio financeiro via Pronampe e manteve o negócio sustentável, com foco no bem-estar da equipe e no relacionamento com os clientes.

Propósito que inspira, visão que transforma

Com a transformação digital acelerada pela pandemia, ela entendeu que era preciso ir além para continuar crescendo. Em 2023, participou do Sebraetec Implantação de Loja Virtual, que aumentou a visibilidade da marca no ambiente on-line e abriu novos canais de venda. Já em 2024, deu continuidade à estratégia digital com o Sebraetec Presença Digital e Links Patrocinados, fortalecendo a imagem da marca nas mídias digitais e ampliando sua atuação para além das fronteiras físicas.

Ela também buscou soluções coletivas e uniu forças com outras óticas da região, formando um grupo de compras coletivas. Hoje, esse grupo reúne 12 empresas associadas, fortalecendo o poder de negociação com fornecedores e amplia a sustentabilidade dos negócios envolvidos.

A empresária participou de programas como o ALI Produtividade e ALI Transformação Digital e de capacitações, como o Up Digital, a Jornada de Redes Sociais e treinamentos específicos em Google Ads, sempre com o objetivo de aprimorar seu conhecimento sobre marketing digital, comportamento do consumidor on-line e posicionamento estratégico. Os cursos impactaram diretamente a comunicação da marca, na atração de clientes e na fidelização do público.



Cada olhar, uma história

Os resultados das medidas têm sido positivos: a Solvang cresceu 10% ao ano em lucro e 12% em volume de vendas, impulsionada por campanhas pela atenção especial aos públicos estratégicos como idosos e crianças. Hoje, a empresa prospera com cinco lojas físicas e uma loja virtual. O escritório da empresa, na Zona Oeste do Rio, é o centro de uma operação que cresceu sem perder a essência.

Hoje, Sylvia enxerga sua empresa por outra ótica, entendendo que poderia ter sido mais planejada ao abrir os pontos físicos, mas sabendo que é preciso arriscar para crescer.

Além da gestão, sua visão também inclui responsabilidade social e ambiental. A empresa mantém parcerias com ONGs como a Eco Pet, sendo ponto de coleta de tampinhas plásticas, e a Patinhas Anônimas, para a qual destina 10% das vendas da sua marca própria de óculos. "Empreender é construir um propósito, impactar vidas e deixar sua marca no mundo", afirma a empresária.

O plano para o futuro envolve a expansão da sua presença digital, integrando ainda mais os canais on-line e off-line para oferecer uma experiência de compra fluida aos clientes. Além disso, a empresária pretende investir constantemente em inovação, com produtos exclusivos e ações voltadas à responsabilidade social e ambiental. Afinal, Sylvia já sabe que o conhecimento é um investimento que se transforma em autoridade, inovação e crescimento, mas sem deixar seu propósito para trás.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Bianca Moreira Muniz atua no Sebrae Rio desde 2022, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro II. É graduada em Administração de Empresas e possui pós-graduação em Marketing e Mídias Sociais. Atua em iniciativas voltadas aos setores de Audiovisual e Produção Musical.

Capítulo 12

Rio III

Bora Marketing e Eventos

Incomum

Rio Descartáveis

Bora Marketing e Eventos



Parceria estratégica como ponto de virada

O publicitário André Gustavo Medeiros de Oliveira, mais conhecido como Guga, é dono da Bora Marketing e Eventos. Durante a Feira do Empreendedor do Sebrae Rio, em 2023, ele conheceu Marcelo Durval, empresário, dono da loja Pink Casa da Manicura, e cliente fiel do Sebrae. Esse encontro consolidou uma parceria estratégica que proporcionou a Guga uma nova visão do negócio.

Ao se consolidar como marca, Guga venceu barreiras de credibilidade no mercado e as dificuldades para conquistar clientes de maior porte. O encontro com o Sebrae, por meio da parceria com Marcelo Durval, representou o início de uma virada importante para ele, que obteve resultados expressivos.

Trilhando caminhos com o Empretec

Antes da Bora Marketing e Eventos, Guga já empreendia por meio da agência Meliver. Essa experiência foi importante para sua trajetória, mas deixou aprendizados sobre gestão, estrutura e tomada de decisão.

Ainda no início do seu percurso como empreendedor, ele enfrentou dificuldades para ampliar a carteira com clientes de maior porte e consolidar um crescimento mais sustentável. Além dos desafios naturais do mercado, pesavam também questões de credibilidade associadas à pouca idade e a preconceitos, fatores que impactavam diretamente sua inserção e sua expansão como empreendedor.

A mudança começou a ganhar forma quando André conheceu Marcelo Durval durante a Feira do Empreendedor do Sebrae Rio, em 2023. A conexão profissional evoluiu rapidamente: Marcelo contratou André para desenvolver o marketing digital de seus negócios e, com o fortalecimento dessa relação, a parceria deu origem a uma nova fase empresarial.

Foi dessa aproximação entre André, que tinha experiência com a Meliver, e Marcelo, empresário da Pink Casa da Manicura, que nasceu a Bora Marketing e Eventos, com a proposta de oferecer um marketing mais prático, eficiente e orientado a resultados para centros comerciais, indústrias e varejistas.

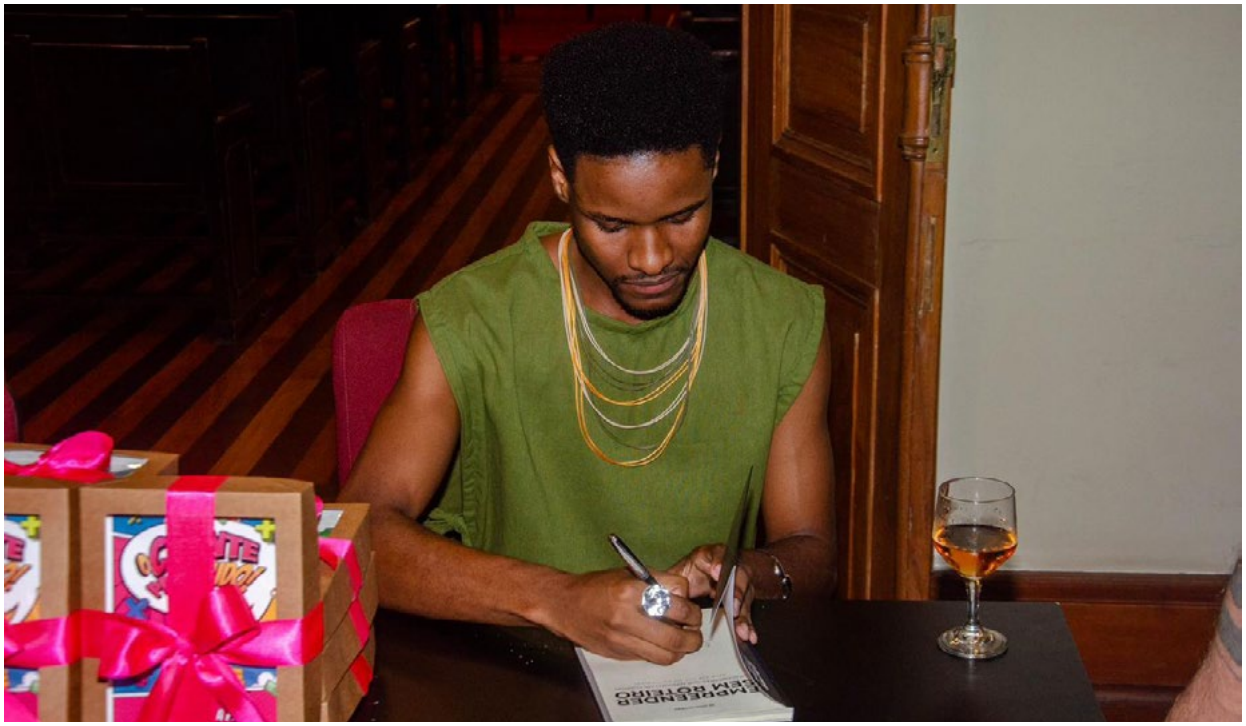
Em 2024, incentivado por Marcelo, André participou do Empretec, experiência que marcou um ponto de virada em sua trajetória. Foi a partir desse ponto que ele passou a olhar o negócio com mais clareza e estratégia, revisitando erros do passado, mapeando processos e entendendo a importância de uma gestão mais estruturada.

Replanejamento com apoio do Sebrae

Após a participação no Empretec, em 2024, Guga passou a revisar o modelo de funcionamento da Bora Marketing e Eventos com mais clareza sobre o que precisava ser ajustado. O processo permitiu identificar erros anteriores, reorganizar prioridades e fortalecer a gestão do negócio. Com esse novo olhar, a empresa passou a valorizar mais a continuidade do faturamento, a fidelização de clientes e a oferta de serviços com maior potencial de agregação de valor.

Entre as medidas adotadas, houve uma reestruturação da operação, com redução do quadro fixo e adoção de contratações eventuais conforme a demanda. A mudança ajudou a cortar custos desnecessários e trouxe mais equilíbrio financeiro para a empresa. Paralelamente, Guga também buscou aprimorar o controle da área financeira com apoio de consultorias, entendendo que crescer com sustentabilidade exigia mais organização e planejamento. Nos meses seguintes, a empresa registrou aumento no número de clientes fidelizados e avanço no faturamento. Mais do que ampliar a carteira, a Bora passou a contar com clientes mais aderentes à proposta do negócio e com maior abertura para contratar novos serviços.

Já no primeiro semestre de 2025, esse reposicionamento também se refletiu em novas frentes de atuação: Marcelo Durval lançou um livro sobre custos e formação de preços para o setor de manicure, com base em sua experiência de mais de 20 anos no segmento, enquanto Guga publicou uma obra sobre empreendedorismo voltada ao MEI. Além disso, os dois passaram a realizar palestras e consultorias empresariais, ampliando a presença da marca e consolidando uma atuação mais estratégica e diversificada.



Aprendizados e próximos passos

A trajetória de André Gustavo mostra que empreender também exige revisar rotas, reconhecer erros e buscar preparo para tomar decisões melhores. Depois de experiências anteriores que não deram certo, ele entendeu que inovação e gestão precisam caminhar juntas. O Empretec teve papel decisivo nesse processo ao ajudá-lo a enxergar com mais clareza os ajustes necessários para crescer com mais segurança.

Hoje, a Bora Marketing e Eventos segue em uma nova fase, com sonhos mais planejados e metas mais concretas. Entre os próximos passos está a mudança para um novo espaço e a criação de um estúdio, ampliando as possibilidades de atuação da empresa.

Para Guga, a principal lição é clara: independentemente do porte, toda empresa pode se reinventar quando há dedicação, aprendizado e coragem para fazer diferente. E, nessa caminhada, o Sebrae foi um apoio fundamental.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Solange Marta de Camargo atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É formada em Direito pela Faculdade Brasileira de Ciências Jurídicas, com formação em Gestão Empresarial e Marketing, pós-graduação em Direito Público e Privado e especialização em Direito Empresarial. Possui experiência em iniciativas voltadas para os segmentos de moda, agências de automóveis, políticas públicas e educação, contribuindo para o desenvolvimento de diferentes setores econômicos e sociais.

Incomum



A liberdade como motivação para um novo negócio

Laís Sergio é a idealizadora da empresa Incomum, marca de moda autoral sediada na Zona Norte do Rio de Janeiro.

O negócio nasceu de forma intuitiva, como expressão pessoal e desejo de vestir todos os corpos com liberdade. No entanto, apesar da proposta forte, a empresa enfrentava dificuldades para se sustentar: faltava organização financeira, planejamento e estrutura empresarial.

Pouco antes de quase desistir, Laís buscou ajuda do Sebrae e descobriu um novo caminho, que trouxe a estrutura necessária para transformar a Incomum em história de inspiração.



Da costura à gestão: o desafio de estruturar uma marca autoral

Laís começou a desenvolver seus produtos em 2019, com o propósito de criar roupas autorais que respeitassem a individualidade dos corpos, sem rótulos e padrões.

No início, a empresa funcionava de forma artesanal e solitária. Laís era responsável por toda a cadeia produtiva: modelagem, costura, comunicação, fotografia e vendas, o que tornava o processo pouco sustentável. Sem organização financeira, definição de preços ou planejamento estratégico, a marca crescia sem uma base sólida, resultando em sobrecarga e oscilações nas vendas.

Inserida em um setor altamente competitivo, a Incomum enfrentava o desafio de se destacar sendo uma marca pequena e com produção manual e autoral. Em 2022, diante da dificuldade de transformar a marca em um negócio viável, Laís decidiu buscar apoio técnico para profissionalizar sua gestão e garantir o futuro da Incomum.



Profissionalização com o apoio do Sebrae

Em 2024, iniciou seu relacionamento com o Sebrae através do projeto Moda Indústria, onde teve acesso a capacitações coletivas e individuais em temáticas de gestão como finanças, marketing digital, gestão de pessoas e planejamento estratégico. Essas ações a fizeram compreender e aplicar conceitos como precificação estratégica, fluxo de caixa e calendário de coleções, que não faziam parte da rotina da Incomum.

Além disso, a empresária pôde participar de ações com foco no acesso a mercado, como o evento Carandaí 25, um sonho antigo que o Sebrae ajudou a realizar.

Em paralelo, participou de soluções práticas e transformadoras, voltadas à profissionalização e o fortalecimento da marca. Também contratou o Sebraetec Planejamento e Links Patrocinados para Mídias Digitais, por meio do qual aprendeu a estruturar campanhas de forma estratégica. A partir dessa capacitação, passou a criar e gerenciar sozinha seus próprios anúncios, o que gerou mais autonomia e visibilidade para a marca nas redes sociais.

No mesmo período, com o apoio do Sebrae, a Incomum esteve presente em uma loja colaborativa no Norte Shopping, ampliando sua exposição e o contato direto com clientes. Essa experiência consolidou a presença física da marca e gerou oportunidades comerciais e de networking. Ainda no primeiro semestre de 2024, Laís participou do Empretec, seminário intensivo sobre comportamento empreendedor, que fortaleceu sua postura frente aos desafios do negócio.

Os resultados vieram rapidamente. Em aproximadamente um ano e meio, a empresa aumentou seu faturamento em 30%, o que motivou Laís a participar novamente do projeto Moda Indústria em 2025, com o objetivo de alcançar degraus ainda mais altos.

Amadurecimento estratégico e com propósito

Ao olhar para trás, Laís Sergio reconhece que um dos maiores erros foi acreditar que bastava ter um produto bonito e verdadeiro para fazer o negócio prosperar: "Eu negligenciei a parte estratégica por muito tempo. Achava que planejar e precificar eram coisas distantes da criação. Hoje entendo que são pilares", reflete.

A pandemia foi um período difícil, mas também revelou a necessidade de tornar o negócio mais resiliente e estruturado, o que só se concretizou com o apoio do Sebrae. Seu principal plano para o futuro é lançar uma coleção autoral com produção ampliada e continuar crescendo de forma sustentável, mantendo o propósito da Incomum.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Bruna Soares atua no Sebrae Rio desde 2018, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Cidade do Rio de Janeiro III. É formada em Design de Moda pela Universidade Veiga de Almeida e possui pós-graduação em Gestão de Negócios pela Faculdade Sebrae. Atua em iniciativas voltadas ao marketing digital, ao mercado de moda e à educação empreendedora.



Camila Linhares de Araújo atua no Sebrae Rio desde 2013 e, desde 2019, integra a Coordenação de Indústria, na Gerência de Projetos. É graduada em Publicidade e Propaganda e possui pós-graduação em Marketing Empresarial. Atua como gestora de projetos.

Rio Descartáveis



Mudanças que trouxeram novos desafios

Os empresários Luís Cargerani e Kelly Kina, fundadores da Rio Descartáveis, loja do bairro de Realengo, na Zona Oeste do Rio de Janeiro, iniciaram o negócio em 2016, após mudarem de São Paulo para o Rio em busca de melhor qualidade de vida.

Inicialmente, os empresários queriam trabalhar com pastéis em feiras livres, pois a família de Kelly é tradicionalmente ligada ao ramo. Mas, sem a estrutura necessária, optaram por abrir uma loja de descartáveis, com foco em produtos que atendessem os pasteleiros.

Desde o início, Luís e Kelly buscaram o Sebrae como parceiro para estruturar o negócio e consolidar uma visão estratégica que guiasse as decisões da empresa, solucionando gargalos que poderiam prejudicar a eficiência do negócio.

Com o tempo, veio a necessidade de refletir sobre a diversificação de produtos e investimentos em infraestrutura, de modo que a empresa não se tornasse obsoleta diante das transformações do mercado.

Mercado, concorrência, desafios e oportunidades

Em 2016, o setor de descartáveis crescia junto com o mercado de embalagens no Brasil, impulsionado pela praticidade e pela segurança que oferecia para festas, eventos e negócios de fast food. A demanda era alta, uma vez que o país se consolidava como um dos maiores mercados do mundo nesse segmento. O faturamento desse mercado era bilionário, e sua participação no PIB era significativa, cenário que estimulou Luís e Kelly a abrirem a empresa.

Desde o início do negócio, os empresários sabiam que a trajetória seria desafiadora. O maior obstáculo era atender a demanda por grande variedade e quantidade de produtos, até então encontrados, principalmente, no Ceasa, um concorrente tradicional, com forte estrutura que acirrava a competitividade.

Além disso, havia a complexidade tributária do estado, que exigia estudo e adaptação constantes para garantir a sustentabilidade do negócio. Mas o casal decidiu transformar os desafios em combustível para avançar, buscando orientação para ajustar rotas e colocar em prática os aprendizados adquiridos.

Além disso, a informação de que cerca de 80% dos pasteleiros estavam concentrados na Zona Oeste do Rio de Janeiro, exatamente a região onde decidiram atuar e onde estava concentrado o público que pretendiam atender, foi crucial naquele momento. Essa proximidade foi uma sinalização clara da oportunidade de se consolidarem como fornecedores de confiança.



Do diagnóstico à conquista: uma jornada de evolução

Luís e Kelly, que trabalhavam nos setores de tecnologia e bancário, respectivamente, em São Paulo, vieram para o Rio buscando qualidade de vida e decidiram abraçar o público pasteleiro como principal cliente do negócios que estavam abrindo.

Utilizando soluções que o Sebrae disponibilizou, foram detectados os gargalos iniciais e, a partir disso, foram feitas as adequações necessárias, alinhadas à visão estratégica do negócio.

Com base no planejamento financeiro, pleitearam, com sucesso, o crédito com a AgeRio. Com essa conquista, conseguiram focar no controle e aumento do estoque, que conta, normalmente, com dez vezes mais produtos do que os expostos em mostruário da loja. Além disso, o espaço inicial foi ampliado em mais de três vezes.

Em 2023, a grande preocupação era manter o estoque atualizado com os produtos mais procurados, garantir a reposição no tempo certo e organizar o armazenamento de forma eficiente. Esse foi o ponto mais crítico da operação, pois, ao mesmo tempo, enfrentavam desafios relacionados à precificação e à gestão de pessoas, que exigiam disciplina e ajustes constantes.

Em novembro de 2024, iniciaram definitivamente as ações de mapeamento de processos. Contrataram o Sebraetec para iniciar o trabalho de implementação dos ajustes necessários em cada área estabelecida, principalmente em relação ao controle e à melhoria dos processos.

Antes, o fracionamento dos itens no estoque era contínuo e demandava dedicação constante da equipe, gerando lentidão na obtenção de indicadores e falta de priorização nas tarefas. Com o mapeamento detalhado de todas as etapas do processo, foram identificados gargalos e falhas. Além disso, os empresários desenvolveram uma ferramenta de IA capaz de analisar mais de 200 itens fracionados, calculando o tempo médio de venda, a quantidade real em estoque e a real necessidade de fracionamento, evitando esforços desnecessários.

Foram definidos e monitorados novos indicadores que trouxeram mais previsibilidade, controle operacional e maior agilidade aos processos.

A empresa migrou de ME para EPP, estruturou seu planejamento financeiro e se tornou representante exclusiva no Rio de Janeiro de uma marca de equipamentos para a produção de pastéis, um passo ousado que ampliou horizontes e posicionamento no mercado.

Visão e propósito

A jornada dos empresários se transformou em uma história de inspiração em que conhecimento adquirido e parcerias estratégicas tornaram possível superar os obstáculos, consolidar um negócio sólido e conquistar resultados concretos que continuam crescendo a cada ano.

A Rio Descartáveis é um exemplo de visão e adaptação às transformações do futuro. Como diz Luís: "Um dia, o descartável vai ser descartado. Se a gente ficar preso à nostalgia, o negócio morre. Por isso, estamos nos adequando ao mercado e transformando desafios em oportunidades".

Com investimento em energia solar e foco em sustentabilidade, a Rio Descartáveis se prepara para uma nova etapa, que é a consolidação de novas parcerias estratégicas, além do aperfeiçoamento da eficiência dos colaboradores e das tecnologias aplicadas.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Tânia Módulo Custódio atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial. É especialista em Gestão de Negócios e Marketing, com ampla experiência no relacionamento com pequenos negócios. Atua em projetos, processos de atendimento e consultoria, com foco na melhoria da experiência do cliente e no fortalecimento dos empreendimentos atendidos.

Capítulo 13

Serrana I

Frimatec

Lett Sport

Off Rio Destilaria

Frimatec



A transformação sustentável da Frimatec

Denise Figueira Rodrigues de Barros assumiu a Frimatec, uma marcenaria familiar localizada em Nova Friburgo, no Rio de Janeiro, com o desafio de modernizar a gestão após quase 40 anos de atuação tradicional. Com acúmulo de resíduos de madeira, falta de organização, altos custos de energia e ausência de práticas sustentáveis, ela percebeu que a empresa corria risco de estagnar e ficar obsoleta. Assim, o dilema era claro: como transformar uma marcenaria tradicional em um negócio sustentável, competitivo e alinhado às exigências atuais do mercado, sem perder sua identidade familiar?

Empresa familiar em busca de reinvenção

Fundada no final da década de 1980 pelo pai de Denise, a Frimatec iniciou suas atividades como uma marcenaria artesanal e, ao longo dos anos, expandiu-se para a produção de mostruários de fechaduras para fabricantes do setor metalmecânico.

Em 2023, a empresa contava com cerca de 25 colaboradores e atendia, principalmente, empresas da Região Serrana do Rio de Janeiro. Apesar da tradição e da reputação, operava com processos pouco documentados, desperdício de insumos e ausência de indicadores de desempenho. Além disso, a ausência de missão, visão e valores dificultava o engajamento da equipe e a sucessão familiar.





Além disso, o setor de marcenaria sofreu impactos com o aumento do custo de matérias-primas, exigências ambientais e demanda crescente por certificações de sustentabilidade. Segundo o Sebrae (2023), 72% das pequenas indústrias do país passaram a adotar práticas de eficiência energética e redução de resíduos para manter a competitividade. Na Frimatec, os gastos com energia ultrapassavam R$ 1.800,00 mensais e as sobras de madeira se acumulavam sem destino adequado.

Assim, no mesmo ano, Denise procurou o Sebrae com dois objetivos: conquistar um selo verde e organizar a gestão da empresa, um importante ponto de virada. Ao visitar empresas parceiras no Rio Grande do Sul, entre elas uma fornecedora certificada de paletes para exportação, percebeu que a modernização era urgente.

Estruturação através da sustentabilidade

Denise decidiu iniciar a transformação pela cultura organizacional. Em janeiro de 2024, implementou missão, visão e valores visíveis logo na entrada da empresa, resgatando a história do fundador e conectando a equipe ao novo propósito. Em seguida, liderou a implantação do programa 5S, com organização do layout, descarte de materiais obsoletos e padronização de rotinas produtivas.

A partir dessa estrutura, focou na sustentabilidade. Instalou 100% das torneiras com temporizadores para reduzir consumo de água e, em meados de 2023, aprovou o investimento em energia solar. A decisão veio após analisar o retorno financeiro: o custo da conta de energia caiu de R$ 1.800 para cerca de R$ 180 mensais em poucos meses.

Paralelamente, os copos descartáveis foram substituídos por canecas e garrafas individuais e foi estabelecido um sistema de reaproveitamento de resíduos de madeira. Todos os funcionários foram envolvidos em treinamentos, fortalecendo a cultura de pertencimento. Outro diferencial foi a manutenção da tradição de refeições compartilhadas entre diretoria e equipe, com alimentação fornecida pela empresa, reforçando a valorização das pessoas.

Com apoio do Sebrae, Denise estruturou indicadores de desempenho, plano de ação visível no chão de fábrica e iniciou a documentação de processos para futura sucessão familiar. O ambiente se tornou mais limpo, produtivo e sustentável, e a empresa passou a ser reconhecida como exemplo regional de transformação.

Aprendizados e visão de futuro

Denise reconhece que o maior erro seria permanecer na zona de conforto. Aprendeu que modernizar não significa romper com a tradição, mas combiná-la com a inovação. Afirma que, se pudesse aconselhar outros empresários, diria: "Comece pequeno, mas comece. A organização e o propósito vêm antes de qualquer máquina nova".

Entre os acertos, destaca a valorização dos colaboradores, a gestão transparente e a adoção de práticas sustentáveis com retorno financeiro mensurável. Para o futuro, planeja conquistar certificações ambientais, digitalizar pedidos e preparar a empresa para a sucessão familiar. A Frimatec segue como exemplo de que inovação e história podem caminhar lado a lado.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Roselane Muzy atua no Sebrae Rio desde 2002, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Serrana I, em Nova Friburgo. É graduada em Administração de Empresas e possui MBA Executivo em MPE, Gestão Empresarial e Gestão de Pequenos Negócios. É interlocutora de iniciativas voltadas a ESG, Alimentação Fora do Lar, Famílias Atípicas, Empreendedorismo Feminino, Alimentos e Bebidas, Turismo e Agronegócios.

Lett Sport



Gestão, coragem e estratégia: o crescimento da Lett Sport

Em 2005, Priscila e Felipe decidiram trocar a segurança dos empregos formais pela realização de um sonho: abrir a própria confecção. Nasceu, então, a Pureza Íntima, em Nova Friburgo, no Rio de Janeiro, berço da moda íntima.

O casal começou na garagem de casa, com poucos recursos e muita coragem. Após anos produzindo para outras marcas, chegaram a ter 100 funcionários dedicados ao atendimento de um único cliente. Porém, a dependência comercial se tornou um grande dilema: quando o cliente reduziu os pedidos e os custos subiram, o negócio ficou ameaçado. Esse foi o ponto de virada que os levou a criar e fortalecer sua própria marca.

Da garagem ao mercado nacional

No início, produziram modinha e peças íntimas voltadas para sacoleiros e depósitos da região. Em 2007, a empresa foi formalizada. Caminharam alguns anos dessa forma, mas sempre com o sonho de terem uma marca própria.



Em 2012, com a queda nas vendas e a crise das lojas populares, o casal chegou a tentar produzir lingerie, mas o projeto quase levou o negócio à falência. Em 2013, decidiram apostar no segmento fitness, enxergando uma tendência crescente no Brasil. Segundo dados da ABIT, o setor de moda fitness cresceu cerca de 30% na última década.

Com o lançamento da primeira coleção, em 2015, a empresa conquistou um grande cliente nacional do segmento de e-commerce. A parceria impulsionou o crescimento: a empresa expandiu sua estrutura, sua equipe e seu faturamento, chegando a 100 colaboradores.

Porém a relação de dependência ficou evidente quando, entre 2018 e 2019, o cliente se reestruturou e passou a produzir por conta própria. Além disso, o custo dos tecidos subiu até 40%, sem possibilidade de repassar o aumento.

Diante desse cenário, Priscila e Felipe decidiram investir na criação da própria marca e reverter o modelo de negócio. Em 2019, nasce a marca própria fitness Lett Sports, voltada ao atacado. Em 2021, já atendiam 90% do território nacional, e, em 2022, alcançaram 100% de cobertura do território nacional. Em 2023, lançaram a segunda marca, Avvi, voltada ao varejo online.

Da produção à gestão estratégica

Para sustentar o novo modelo, o casal buscou o apoio do Sebrae, participando de consultorias em finanças, precificação e análise de Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE). O acompanhamento permitiu entender o custo real de cada peça e direcionar o foco para a marca com melhor retorno.

Também participaram de um projeto de Indústria da Moda, recebendo mentorias sobre marketing, branding e processos.

O aprendizado gerou mudanças estruturais: a empresa passou a operar com indicadores de desempenho, fortaleceu sua equipe técnica e implementou uma nova estratégia comercial, equilibrando as vendas no atacado e no varejo on-line. Em 2023, lançaram o site próprio e, no ano seguinte, o varejo online já representava 40% da produção.

Em 2025, quando o varejo online já representava 80% da produção, eles dobraram o espaço físico. No mesmo ano, investiram em uma máquina de corte automático, ampliando produtividade e precisão.

Os resultados financeiros comprovam a evolução: aumento de 340% em 2023 e 129% em 2024.



Aprendizados e visão de futuro

Priscila e Felipe afirmam que o maior aprendizado foi entender que produzir e vender são mundos diferentes. A transição exigiu mudança de mentalidade, investimento em pessoas e confiança no propósito. O principal acerto, segundo eles, foi buscar apoio técnico e não temer recomeçar.

O futuro da Lett Sport e, por consequência, da Avvi Sports é ambicioso: o casal planeja, nos próximos cinco anos, quintuplicar o faturamento, fortalecer a cultura organizacional e proporcionar melhor qualidade de vida e liberdade geográfica para a equipe.

Após duas décadas de trajetória, o sonho, que começou na garagem, inspira, hoje, outros empreendedores a acreditarem que coragem, gestão e propósito constroem marcas duradouras.



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Rafane de Paula atua no Sebrae Rio, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Serrana I, em Nova Friburgo. É formada em Administração de Empresas e especialista em Gestão de Pequenos Negócios. Atua na gestão dos projetos de Indústria da Moda, Varejo e Internacionalização, apoiando iniciativas voltadas ao fortalecimento da gestão empresarial e à competitividade dos negócios.

Off Rio Destilaria



Persistência, dedicação e inovação

De um barril trocado por telhas à conquista do mercado internacional de bebidas premium, a Off Rio Destilaria, empresa localizada em Duas Barras, no Rio de Janeiro, transformou um hobby dos empreendedores Walton Zavoli e Rone Barboza em um negócio de alto valor agregado.

A história começou quando Walton, após o fechamento de uma confecção têxtil e anos de dificuldades financeiras, decidiu recomeçar no setor de cachaças artesanais. Com o apoio do Sebrae, ele e Rone, seu sócio, uniram experiência e propósito para criar uma marca que alia tradição, inovação e identidade local. Mas o caminho até a consolidação exigiu planejamento, reposicionamento de marca e visão estratégica.

De um sonho caseiro a uma marca de excelência

A trajetória de Walton Zavoli é marcada pela reinvenção. Após mais de 12 anos no setor de confecção, onde chegou a empregar 19 pessoas e fornecer para multinacionais, enfrentou, em 2014, uma perda de R$150 mil, o suficiente para encerrar as atividades da primeira empresa, mas não para deixar apagar o espírito empreendedor. Em 2020, durante a pandemia, ele vendeu seus equipamentos e investiu em um antigo sonho: produzir cachaça artesanal.

Foi nesse contexto que conheceu Rone Barboza, produtor de destilados e proprietário de um alambique em Nova Friburgo. A relação de fornecedor e cliente evoluiu naturalmente para uma sociedade movida pela afinidade de propósitos. Juntos, começaram a produzir uma cachaça de alta qualidade, com envelhecimento em diversas madeiras, de origem importada e brasileira, tendo carvalho e amburana em destaque. O produto se destacava pela suavidade e autenticidade, mas a empresa ainda carecia de estrutura de gestão, melhor posicionamento de marca e identidade visual.

O setor de cachaças artesanais vive um momento de valorização. Segundo o IBGE (2023), o Brasil conta com mais de 1.500 alambiques legalizados e movimenta cerca de R$ 15 bilhões por ano, sendo o Rio de Janeiro um dos estados com maior potencial turístico e produtivo.

Inserida nesse cenário competitivo, a Off Rio Destilaria precisava se diferenciar e projetar sua marca para além das fronteiras regionais. O desafio era duplo: fortalecer o posicionamento no mercado interno e preparar a estrutura para exportação, um passo ousado para uma microempresa com poucos anos de existência.

Parceria estratégica e reposicionamento de marca

Em 2023, Walton e Rone buscaram o apoio do Sebrae com o objetivo de profissionalizar a gestão e fortalecer a identidade da marca. A primeira ação foi a contratação de consultorias pelo programa Sebraetec, que proporcionou o redesenho do rótulo da cachaça, a criação do site institucional e o desenvolvimento de um cardápio harmonizado com os produtos, um passo importante para a experiência no ponto de venda.



A Off Rio Destilaria se integrou ao Projeto de Turismo de Duas Barras, estruturando um ambiente temático e sensorial que hoje é ponto de visitação turística. O espaço oferece ao público uma imersão na produção artesanal com um cardápio harmonizado e reforça o conceito de hospitalidade da marca: os visitantes são tratados como "convidados", não como clientes.

O passo seguinte foi ingressar no Programa Pró-Global, que apoia empresas com potencial de exportação. Com isso, a Off Rio passou a desenvolver um produto voltado à exportação e recebeu orientação técnica para inserção em novos mercados. Em 2024, participou de feiras como a Ficomex (Goiânia) e a Expo Paraguai (Ciudad del Este), marcando sua entrada no cenário internacional.

O impacto foi imediato: a empresa registrou crescimento de 15% no faturamento e significativo aumento na percepção de valor da marca, o que refletiu na aceitação dos produtos em eventos e pontos de venda especializados. Além disso, o acompanhamento do Sebrae proporcionou amadurecimento empresarial, aprimorando processos e fortalecendo a visão estratégica dos sócios.

O sabor do aprendizado e os próximos passos

A história da Off Rio Destilaria é um exemplo de que grandes transformações nascem de decisões corajosas. Walton e Rone aprenderam que empreender vai além do talento artesanal: exige planejamento, propósito e parceria. Os principais acertos foram buscar apoio técnico especializado, valorizar a identidade regional e investir em diferenciação de produto e experiência do cliente.

O próximo passo é consolidar a exportação e ampliar a capacidade produtiva, transformando a microdestilaria em uma referência nacional em cachaças premium. Para os empreendedores, o maior aprendizado é simples e poderoso: "O sucesso não vem do acaso, mas do preparo e das pessoas que caminham ao nosso lado. O Sebrae foi o empurrão que precisávamos".



Conheça quem acompanhou de perto essa história



Tiago Schott atua no Sebrae Rio desde 2013, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Serrana I, em Nova Friburgo. É formado em Direito, com MBA em Gestão de Negócios e pós-graduação em Direito Empresarial e Ambiental. Atua como interlocutor de iniciativas voltadas aos setores de Construção Civil, Metal Mecânica, Energias Renováveis, Startups e Tecnologia da Informação.

Capítulo 14

Serrana II

Nosso Quintal

Petrópolis Sob Lentes

Pipoca Imperial e Adbaker

Nosso Quintal



O quintal que virou escola

Verônica Vaz Calbar, advogada de formação, é uma das sócias da Creche Escola Nosso Quintal, localizada em Teresópolis, no Rio de Janeiro. O empreendimento surgiu a partir de um sonho compartilhado por mães e educadoras apaixonadas pela infância. No entanto, o processo de crescimento e de gerenciamento de um negócio envolve habilidades que vão além do sonho. Diante do desafio de precificar os serviços educacionais e estruturar a gestão da empresa, Verônica buscou apoio no Sebrae.

A história que começou com coragem e um imóvel desocupado, hoje se firma como referência em educação infantil na cidade, aliando propósito, profissionalismo e impacto social.



Educar com propósito e método

A Creche Escola Nosso Quintal nasceu em 2021, fruto de um ideal coletivo de duas mães inspiradas pela abordagem pedagógica inovadora de Reggio Emilia, com foco na educação infantil, que vê a criança como protagonista do próprio aprendizado.

Elas decidiram fundar uma escola onde a infância fosse respeitada e valorizada. A ideia ganhou força a partir de encontros informais e do desejo de proporcionar uma experiência diferente da oferecida pela maioria das escolas tradicionais.

O espaço físico escolhido foi uma casa desocupada, e a necessidade de adaptar a estrutura às pressas para o início do ano letivo se tornou um desafio para o empreendimento. Em pouco

mais de um mês, com a colaboração entre as sócias, o local foi transformado em um ambiente acolhedor de aprendizagem, preparado para receber os estudantes da forma como haviam planejado.

A proposta pedagógica diferenciada atraiu famílias da região, o que demandou uma rápida profissionalização da gestão escolar. Verônica, que ingressou como sócia em 2022, assumiu a parte administrativa e financeira, mesmo sem experiência prévia em administração educacional. Nesse momento, surgiram os primeiros grandes desafios: precificar corretamente os serviços, estruturar os processos internos e garantir a sustentabilidade do negócio sem renunciar ao propósito.

Profissionalização e parceria com o Sebrae

Sem conhecimento técnico sobre custos e margem de lucro, Verônica recorreu ao Sebrae por indicação da contadora da empresa, em 2022. A consultoria em finanças proporcionou as primeiras ferramentas práticas para organizar o controle financeiro, calcular custos fixos e variáveis, precificar corretamente e projetar resultados.

A parceria evoluiu e novas soluções foram incorporadas: consultorias especializadas em análise de investimentos e planejamento financeiro, a participação no programa Escola 5.0, a contratação do Sebraetec Design de Ambientes, com a implementação de acessibilidade, além da participação no Empretec. Essas ações ajudaram a escola a consolidar seus processos e a tomar decisões estratégicas com segurança.

A adoção de controles financeiros mais rigorosos, a digitalização da gestão (com emissão automática de boletos e uso de sistemas informatizados) e o uso recorrente do Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) transformaram a rotina administrativa. As consultorias também ajudaram na avaliação de novos investimentos, como possibilidade de abertura de uma segunda unidade.

Além da gestão, a comunicação com o público também evoluiu. A escola passou a investir em mídias sociais, contratou uma agência de marketing local e desenvolveu ações como a gravação de podcasts e a veiculação de propaganda em cinemas. Tudo isso contribuiu para consolidar a marca e ampliar sua visibilidade.



Educar é resistir com amor e propósito

Para Verônica, um dos maiores aprendizados foi perceber que empreender na educação exige equilíbrio entre propósito e sustentabilidade. Um dos erros reconhecidos foi tomar decisões com base apenas na emoção, como oferecer descontos excessivos por empatia aos clientes, prejudicando a empresa. Com o tempo, o grupo aprendeu a estabelecer limites saudáveis, formalizar processos e padronizar documentos e procedimentos.

A escola iniciou suas atividades com cerca de oito crianças e, em menos de três anos, já atende a aproximadamente 75 famílias. O crescimento orgânico foi impulsionado pela qualidade do atendimento e pelas indicações dos pais. O mercado local, formado majoritariamente por instituições de ensino tradicionais, passou a reconhecer o valor da proposta pedagógica do Quintal, que também investiu em ações de marketing e fortalecimento da marca.

O Sebrae foi um parceiro fundamental nessa trajetória, contribuindo para que a Creche Escola Nosso Quintal deixasse de ser um sonho e se tornasse uma instituição sólida, com processos estruturados e visão de futuro.

Hoje, o plano é consolidar a oferta do ensino fundamental até o 5º ano e manter o foco na primeira infância, sem perder de vista a essência da proposta: defender uma infância livre, viva e autêntica. Para as sócias, mais do que expandir em número, o objetivo é crescer em excelência, sendo referência em educação infantil com afeto, inovação e profissionalismo.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Gabriel Soares atua no Sebrae Rio desde 2022, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Serrana II. É graduado em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e possui pós-graduação em Marketing pela Fundação Getulio Vargas (FGV). Atua como interlocutor de iniciativas voltadas à Educação, Inovação e Tecnologia, contribuindo para o desenvolvimento dos pequenos negócios da região.

Petrópolis Sob Lentes



Um olhar que resgata memórias

A jornalista Carolina Freitas é a mente criativa por trás do projeto Petrópolis Sob Lentes, que nasceu em 2018, como um blog dedicado a resgatar a história do comércio antigo de Petrópolis, no Rio de Janeiro, e que é, hoje, o principal portal de pesquisa e divulgação da memória da cidade em formato multimídia.

No entanto, o caminho não foi fácil: ela enfrentou a resistência de empresários locais já que, para alguns, uma jovem trabalhar no segmento histórico era inimaginável em razão de sua pouca idade. Ela também lidou com dificuldades comuns a muitos empreendedores: a instabilidade de receitas e a necessidade de ampliar sua oferta de serviços.

Então, para manter seu projeto e a memória da cidade vivos, Carolina decidiu buscar apoio e se profissionalizar ainda mais.



Unindo cultura, memória e experiência

O Petrópolis Sob Lentes foi criado em 2018 por Carolina Freitas como um blog de reportagens escritas por ela.

Durante a pandemia, a comunicadora sentiu a necessidade de se reinventar para alcançar um público mais jovem, aumentando sua presença no digital e investindo no audiovisual. Assim, em 2022, formalizou a empresa com a criação de seu CNPJ, com o objetivo de expandir seus horizontes.

Carolina é a autora dos dois volumes do livro "*Petrópolis: o comércio de ontem, a saudade de hoje*" e uma referência no campo da memória da cidade.

Nos últimos anos desenvolveu exposições para empresas de prestígio locais, lançou seu podcast e viu seu perfil no Instagram crescer, ultrapassando a marca de 58 mil seguidores.

Até 2024, o negócio operava com ações isoladas de divulgação. A oferta restrita de serviços impedia a fidelização e limitava a receita da empresa, apesar do potencial histórico e turístico, fomentado por suas ideias inovadoras e liderança jovem, motivada a arriscar.

Sabendo disso, a jornalista sentia que precisava estruturar melhor o Petrópolis Sob Lentes, enquanto negócio, e profissionalizar sua oferta de serviços para aumentar as vendas, tornando-se um negócio com grande potencial de crescimento.

A decisão de mudar: estratégia e gestão com o Sebrae

Em agosto de 2024, Carolina procurou o Sebrae e compartilhou sua preocupação: a oscilação de vendas on-line apesar dos bons conteúdos produzidos. Ela entendeu que, como microempreendedora, precisava de estrutura para transformar sua paixão em renda.

Inicialmente, por meio da consultoria em gestão e elaboração de plano de negócios, a empreendedora pôde entender melhor o seu negócio, repensar o modelo, organizar sua oferta e criar formas de monetizar o trabalho. "Eu ampliei a minha oferta de serviços, porque vi que estava muito restrita a oportunidades pontuais de divulgação dessas histórias", conta a empresária.



Durante esse processo, estruturou combos de divulgação, ampliou a duração das parcerias e diversificou seus formatos, de modo a trazer mais dinamismo ao negócio.

Pelo projeto Turismo, Experiência e Mercado do Sebrae Rio, Carolina também aperfeiçoou e lançou, em fevereiro de 2025, o evento Chocolate com História, realizado em encontros mensais para contar a história da cidade, sempre acompanhados de experiências sensoriais, café da manhã e brindes personalizados.

Nesse percurso, fez parcerias, encontrou novas formas de atender aos clientes e lançou a lojinha da marca, com produtos como ecobags ilustradas, monóculos e marcadores de página, garantindo receita a partir de meios diversos.

A combinação dos pacotes de divulgação, do podcast, do Chocolate com História e da lojinha trouxe mais estabilidade financeira ao projeto. O evento mensal, por exemplo, tornou-se uma fonte fixa de renda, algo que ela não tinha antes, e que já atrai participantes de outras cidades, como Cabo Frio, São José do Vale do Rio Preto e Teresópolis.

História que vive e encanta

Hoje, o Petrópolis Sob Lentes tem presença consolidada nas redes sociais, especialmente no Instagram e mantém parcerias com empresas estratégicas da região, crescendo como uma vitrine viva da memória e da identidade cultural de Petrópolis.

Fato é que, para Carolina, é apenas o começo: ela planeja novos desdobramentos, quer publicar mais livros, se aprofundar no campo da memória e fortalecer a credibilidade do seu trabalho aproximando-se mais da comunidade local: "Se as pessoas não participam da construção, não se sentem pertencentes. Por isso, faço questão de colocar a mão na massa e trazê-las para dentro dos projetos. Assim, o que é produzido ganha vida, voz e significado para todos", comenta a empresária.

Carolina é exemplo de que a história ganha força quando é contada com paixão e propósito. Seu trabalho vai além da memória, é um convite para que todos participem de uma construção em que o passado inspira a transformação no presente, com vistas ao futuro.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Guilherme Caposse é Analista de Negócios no Sebrae/RJ, atuando no Escritório Regional Serrana II. Bacharel em Administração e pós-graduação em Liderança, Gestão e Inovação dedica-se ao atendimento de empreendedores da região, apoiando o desenvolvimento de pequenos negócios.

Pipoca Imperial e Adbaker



Sabor e planejamento: a expansão da Pipoca Imperial

Adriana Marrone é a fundadora da Pipoca Imperial e da confeitaria Adbaker, duas marcas que vêm conquistando os consumidores de Petrópolis, no Rio de Janeiro. Administradora de formação, ela descobriu no universo das pipocas gourmet uma forma inusitada de empreender, unindo a paixão pela culinária a uma inspiração inesperada: uma reportagem de TV. Impulsionada pelo desejo de ter o próprio negócio, Adriana enfrentou o desafio de começar do zero, lidando com mudanças pessoais, um filho recém-nascido e os impactos da pandemia.

Com criatividade e apoio do Sebrae, transformou o hobby em uma marca sofisticada e em plena expansão. Sua jornada é marcada por reinvenção e parcerias estratégicas e ganhou um novo capítulo em 2024, com a inauguração da primeira loja física da marca.

Unindo paixão com propósito

Em 2014, quando vivia em Uberaba, Minas Gerais, Adriana assistiu a uma reportagem sobre pipocas gourmet no programa Pequenas Empresas, Grandes Negócios e identificou uma oportunidade de negócio. O mercado de pipocas gourmet ainda dava seus primeiros passos no Brasil e os números de duas empresas, uma do sul do país, que atuava exclusivamente em lojas físicas, e outra de São Paulo, que apostava totalmente nas vendas on-line, chamaram a sua atenção.

Com isso, a empreendedora passou a estudar o segmento e iniciou uma intensa jornada de pesquisa de mercado, com visitas a empresas-modelo que já atuavam no segmento. Foram três anos de preparo, estudos sobre produção, embalagens e posicionamento, visando à qualificação estratégica antes de dar o primeiro passo.

Já morando em Petrópolis, em 2017, fundou a Pipoca Imperial, com a proposta de transformar o alimento em uma experiência sofisticada, remetendo à tradição da cidade imperial com sabores inspirados na realeza. Definiu seu público-alvo e os pontos de venda, estrategicamente, mantendo o foco em cafés, empórios, feiras gourmet e no e-commerce.

Ao iniciar o projeto, Adriana participou do Seminário Empretec, que a ajudou a trilhar o seu caminho como empreendedora e entender sua posição estratégica na empresa. Com o preparo, seus primeiros passos foram promissores, mas logo vieram os desafios. Junto com a Pipoca Imperial, nasceu seu filho Miguel, o que demandou de Adriana a conciliação entre a maternidade e o trabalho. O cenário já evidenciava o excesso de responsabilidades e, agravando isso, veio a pandemia.



Crescimento estruturado com conhecimento e persistência

A sobrecarga impactava diretamente a produtividade da empresa e no desempenho comercial, dificultando o crescimento do negócio. Diante desse cenário, tornou-se inevitável repensar a operação. Foi necessário buscar soluções mais sustentáveis, reorganizar a rotina, e, gradualmente, ampliar a profissionalização dos processos. Essa fase marcou um ponto de virada na gestão da empresa, reforçando a importância do equilíbrio entre vida pessoal e profissional para garantir a continuidade e a evolução do negócio.

Durante a pandemia, Adriana investiu em melhorias para sua marca: como a aquisição de maquinários e de um local próprio para aprimoramento da produção. Mas sempre atuou sozinha e, por isso, tinha uma limitação para o crescimento.

Com o objetivo de tornar sustentável o crescimento da sua empresa, contratou consultorias do Sebrae para desenvolver a identidade visual, um website, reformular as embalagens e fortalecer, assim, a presença digital. Todas essas melhorias foram feitas por meio do Sebraetec.

A inovação não parou por aí. Por questões de saúde, Adriana descobriu intolerâncias alimentares e criou produtos sem glúten e sem lactose, inicialmente, para consumo próprio. A qualidade chamou a atenção e o novo negócio surgiu de forma espontânea: a confeitaria Adbaker.

Diante de um novo momento da empresa, Adriana decidiu dar um passo importante e iniciar a operação em um ponto físico. Nesse momento, surgiu a oportunidade ideal, e ela não hesitou em aceitar a proposta, consolidando seu plano de expansão.

A empresária aderiu ao edital Acelera Gastronomia 2024, voltado à qualificação e ao acesso a mercado para negócios de Alimentação Fora do Lar. Por meio do projeto, participou da Super Rio Expo Food e da missão empresarial à Fispal, em São Paulo, feiras que foram fundamentais para a descoberta de novos fornecedores de insumos e maquinário, alavancando ainda mais sua marca.

A nova loja foi inaugurada em 2024 e já teve crescimento superior a 500% em comparação com as vendas on-line.

Empreender e Inspirar

Adriana acredita que o maior acerto da sua trajetória foi investir em um negócio que tivesse conexão com sua essência e com aquilo que realmente gosta de fazer. “Fazer algo que amamos nos traz inspirações ilimitadas que proporcionam inúmeras possibilidades e oportunidades dentro do segmento em que atuamos”, resume.



A nova loja foi inaugurada em 2024 e já teve crescimento superior a 500% em comparação às vendas online.

Ao longo dos anos, aprendeu a importância do planejamento e da visão estratégica para o crescimento do negócio. Enfrentar os obstáculos com resiliência tornou-se fundamental, pois as dificuldades são inevitáveis e é preciso preparo para superá-las. Além disso, Adriana destaca o valor de buscar conhecimento de forma contínua, ouvir especialistas, participar de capacitações e investir em boas parcerias.

Ela já vislumbra os próximos passos: a abertura de novas lojas, a estruturação de uma fábrica própria e, no médio prazo, a criação de um modelo de franquia. Para quem está começando, ela aconselha: “Conheça seu negócio, qualifique-se e construa parcerias que fortaleçam sua jornada”.

Conheça quem acompanhou de perto essa história



Renata de Paiva Bento atua no Sebrae Rio desde 2013, na área de Relacionamento Presencial do Escritório Regional Serrana II. É graduada em Administração de Empresas e possui pós-graduação em Gestão de Projetos e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. Atua em iniciativas voltadas à Gastronomia e ao Comércio Varejista, além de ser responsável pela programação de treinamentos da unidade, pela gestão do Seminário Empretec e pela gestão do atendimento.

/sebraerj

sebraerj.com.br

(21) 96576-7825

0800 570 0800

SEBRAE