

### Uma receita de Sucesso

Patrícia é formada em Administração de Empresas, trabalhou em grandes empresas da cidade, como Astra e Theoto. Mas sempre carregou dentro de si a vontade de empreender. Como sempre gostou muito de culinária, sabia que as chances de empreender nesse ramo e obter sucesso seriam maiores. Em 2007, quando trabalhava como consultora em uma empresa de TI, teve contato em uma de suas viagens à trabalho com um modelo interessante de negócio. Tratava-se uma loja especializada em empadas, com uma diversidade enorme de sabores disponíveis.

Encantada com aquela loja, a ideia de ter seu próprio negócio se fixou ainda mais em sua cabeça.

Naquele mesmo ano descobriu que em Jundiaí, no hipermercado Carrefour, haviam inaugurado no mês de janeiro uma loja naquele mesmo formato que havia conhecido fora. Resolveu pesquisar a marca e descobriu que se tratava de uma franquia.

Juntamente com o marido resolveu entrar em contato com a Franqueadora para saber da disponibilidade de uma outra unidade na cidade, no Maxi Shopping.

Foi o pontapé inicial para o seu ingresso no mundo dos negócios.

Firmado o contrato com a Franqueadora, se estabeleceu que a Loja 01 ( Carrefour), que já estava em funcionamento, iria abastecer de produtos a sua loja no Maxi Shopping, que seria inaugurada em agosto daquele ano.

Eis, porém, que a proprietária da Loja 01 decidiu vender sua unidade, mesmo com apenas 3 meses de operação. Com sua visão empreendedora e sua vontade de crescer Patrícia viu nessa decisão uma oportunidade. Ela e o marido decidiram então comprar a Loja 01.

O plano foi se desfazer de dois veículos e das reservas financeiras do casal e investir naquela unidade. E assim foi feito.

Porém nem tudo foram flores, logo ao assumir a unidade que já estava em funcionamento o casal percebeu que a operação apresentava inúmeros problemas. Desde processos até recursos humanos e falta de apoio da Franqueadora.

Já no primeiro ano de funcionamento perceberam que a relação com a Franqueadora não traria bons resultados. Com isso optou por iniciar uma administração independente.

Com sua formação na área de Administração de Empresas, juntamente com a experiência do marido também em áreas administrativas, de produção, logística e formação em Engenharia, elaboraram programas de produção, controles de perdas, controle de mix de produtos, além de desenvolver nova modelagem de uniformes e novos materiais de comunicação visual.

Investiu em propaganda e marketing, inclusive veiculando propaganda na TV, em horários nobres do maior canal de TV do Brasil.

Isso tudo fez com que os resultados comesçassem a surgir, montaram um centro de produção e as lojas prosperaram muito com esse novo estilo de administração, totalmente independente da rede. Fazendo com que a ideia de ter uma marca própria crescesse cada vez mais.

## **7B- PATRICIA DE AQUINO**

Porém em 2010 com a expansão do Maxi Shopping sua loja foi obrigada a mudar o ponto dentro do empreendimento, sendo transferida para a praça de alimentação do shopping. A partir de então começaram a surgir problemas, pois Patrícia identificou que sua operação não tinha características de praça de alimentação. Isso fez com que o faturamento da loja despencasse para algo em torno de 30% do que era no ponto antigo. Patrícia teve então que pôr em prática novamente sua visão empreendedora e convencer a administração do shopping que seria necessário mudar de lugar ou teria que fechar a loja. Certa de que a operação era bem avaliada pela administração do shopping. Com isso conseguiu um ponto novo para a montagem de um quiosque. Esse seria mais um desafio, pois a Franqueadora não possuía esse modelo de operação, um quiosque para corredor de Shopping. Junto com o marido elaboraram um projeto próprio de quiosque e inauguraram a nova unidade em maio de 2012, à revelia da Franqueadora. Isso fortaleceu ainda mais a decisão de romper com a Franqueadora e criar sua própria marca. E assim surgiu a Empadinha Caseira®.

Com a nova marca em operação começaram a surgir pessoas interessadas no formato de negócio e logo de início franquearam a unidade do centro, a qual haviam adquirido de uma outra franqueada em 2010. Formando assim uma pequena rede com duas lojas próprias e uma franqueada. Em 2014 foram inauguradas mais duas lojas na cidade, uma própria na Vila Arens e uma franqueada em um supermercado no bairro Retiro. A unidade da Vila Arens foi franqueada em 2015.

A pequena rede nesse momento contava então com 1 unidade de produção, duas lojas próprias e 3 lojas franqueadas.

Infelizmente as duas unidades franqueadas em 2015, Vila Arens e Retiro não prosperaram e acabaram encerrando suas atividades em 2016. Isso demonstrou que faltava para a empresa mais preparo e conhecimento técnico para se tornar uma Rede. Patrícia então decidiu buscar esses conhecimentos para poder realmente preparar a empresa para crescer como uma rede que pudesse proporcionar aos franqueados a certeza de que estariam adquirindo uma receita de sucesso.

Associou-se a ACEJ para usufruir da estrutura que a associação disponibiliza aos seus membros, tais como cursos, palestras, reuniões, marketing e networking.

A Empadinha Caseira entrou para um dos times de networking da ACEJ e iniciou através das reuniões semanais a divulgação da marca à um grupo de empresários da região. Isso ajudou a fortalecer a marca tornando a mais conhecida e respeitada na cidade. Participou de muitos cursos e treinamentos sobre diversos temas importantes para o seu desenvolvimento pessoal e empresarial. Um dos pontos altos dessa parceria foi a grande responsabilidade assumida junto a ACEJ na promoção de um dos maiores eventos realizados na cidade, em dezembro de 2019, que foi a Palestra do renomado economista Ricardo Amorim no Espaço Monte Castelo. Patrícia ficou responsável pelo buffet do evento, o qual reuniria algo em torno de 1500 pessoas. Esse foi um dos últimos eventos de grande porte realizados na cidade antes da pandemia do Corona Vírus, e foi um sucesso. A marca Empadinha Caseira®, bem como seus produtos, pôde ser apresentada à representantes da sociedade jundiáense e empresários da região.

## 7B- PATRICIA DE AQUINO

Mas enfim chegou 2020 e com ele a pandemia do Corona Vírus e todos os problemas já conhecidos causados pela doença que vem gerando muitas mortes e paralização das atividades comerciais no Brasil todo.

Com a pandemia e as restrições impostas ao comércio, ela teve que se reinventar. Iniciou o atendimento via Apps, reforçou a estratégia de Mkt nas redes sociais, iniciou um pequeno modelo de delivery e se adaptou às novas exigências do mercado, que agora possuía um novo perfil de público consumidor e não desistiu do sonho de ampliar a rede de lojas.

Com todos os problemas causados pela pandemia, de 2020 ao início de 2021, perdeu a única franqueada que lhe restara porém conseguiu dois novos franqueados, um em Jundiaí e outro em Várzea Paulista e está prestes à fechar um contrato com uma nova unidade em Taboão da Serra, além de diversificar a distribuição de seus produtos em alguns pontos de vendas localizados em locais estratégicos na cidade.

Algumas perdas, alguns ganhos e enfrentando as mesmas dificuldades financeiras que a maioria dos empreendedores brasileiros vem sofrendo devido ao tempo em que seus negócios foram obrigados, ou a fechar ou trabalhar com capacidade reduzida, teve ainda que enfrentar a Covid 19, que lhe deixou internada por 08 dias e fora de combate por quase 20. Venceu a doença, voltou à luta e seu grande orgulho até aqui é não ter dispensado ninguém da equipe que não tenha pedido para sair, seja por quais motivos forem. Manteve a equipe trabalhando em segurança. Obedeceu aos protocolos sanitários impostos pela pandemia. Quando foi necessário colocar colaboradores em casa, o fez visando o bem-estar de todos.

Atualmente sua equipe é composta de 10 colaboradores diretos. Contando com as unidades franqueadas tem ainda : 2 empreendedoras e 4 colaboradores. Ou seja, sua empresa gera 14 empregos diretos e ajuda na manutenção de postos de trabalhos em uma cadeia de abastecimento com vários fornecedores e prestadores de serviços. Isso é responsabilidade social.

Segue firme no propósito de transformar a Empadinha Caseira® em uma rede de franquias de lojas especializada em empadas e mantém a fé de que tudo isso passará e poderá ajudar outras empreendedoras alcançar os seus objetivos.