

Fazendo a América

A visão estratégica fazendo o sucesso
dos negócios

Nosso Personagem

- Conde Francesco Matarazzo:
 - Veio para o Brasil como imigrante.
 - Construiu o maior império da América Latina.
 - Dentre outros atributos se destacava por:
 - Visão antecipada
 - Decisão de fazer
 - Estrutura adequada



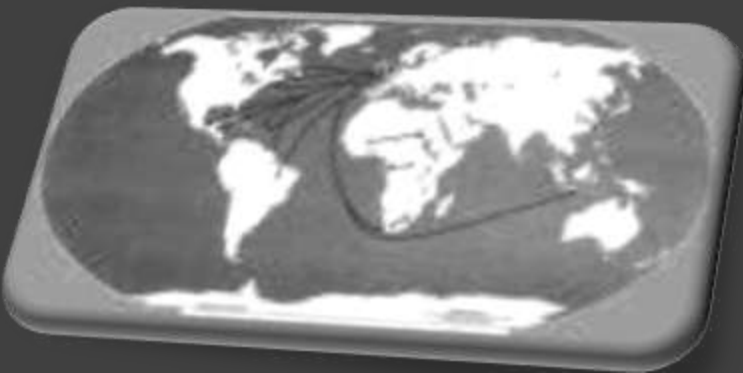
História e Mercado

- O sec. XIX foi marcado por dois fatos que mudaram as características do mundo:
 - Revolução Industrial
 - Imprimiu ritmo à manufatura de produtos, deu nova dinâmica à economia e exigiu grandes transformações na sociedade ocidental.
 - Movimentos Migratórios
 - Produtos “in natura” começavam a sofrer com o baixo valor agregado, maior fluxo do campo para a cidade, busca mais intensa por oportunidades.



História e Mercado

- Imigrantes vieram sobretudo da Europa e se espalharam da pela América:
 - Os principais “fornecedores” de mão de obra eram Itália, Alemanha e Polônia.
 - Suas formações eram variadas, e não só do campo. Muitos já viviam em cidades, tendo assim formação industrial.



História e Mercado

- Na virada do sec. XIX para o XX a banha de porco era utilizada da mesma forma que os óleos vegetais hoje.
 - Circunstâncias:
 - A banha era importada dos EUA.
 - Disponíveis em barricas de madeira, davam pouca conservação ao produto.
 - O tempo de viagem até o Brasil consumia boa parte da vida útil do produto.
 - O fornecimento era instável.
 - A quantidade de produto por barrica dificultava a vida dos comerciantes e consumidores.

História e Mercado

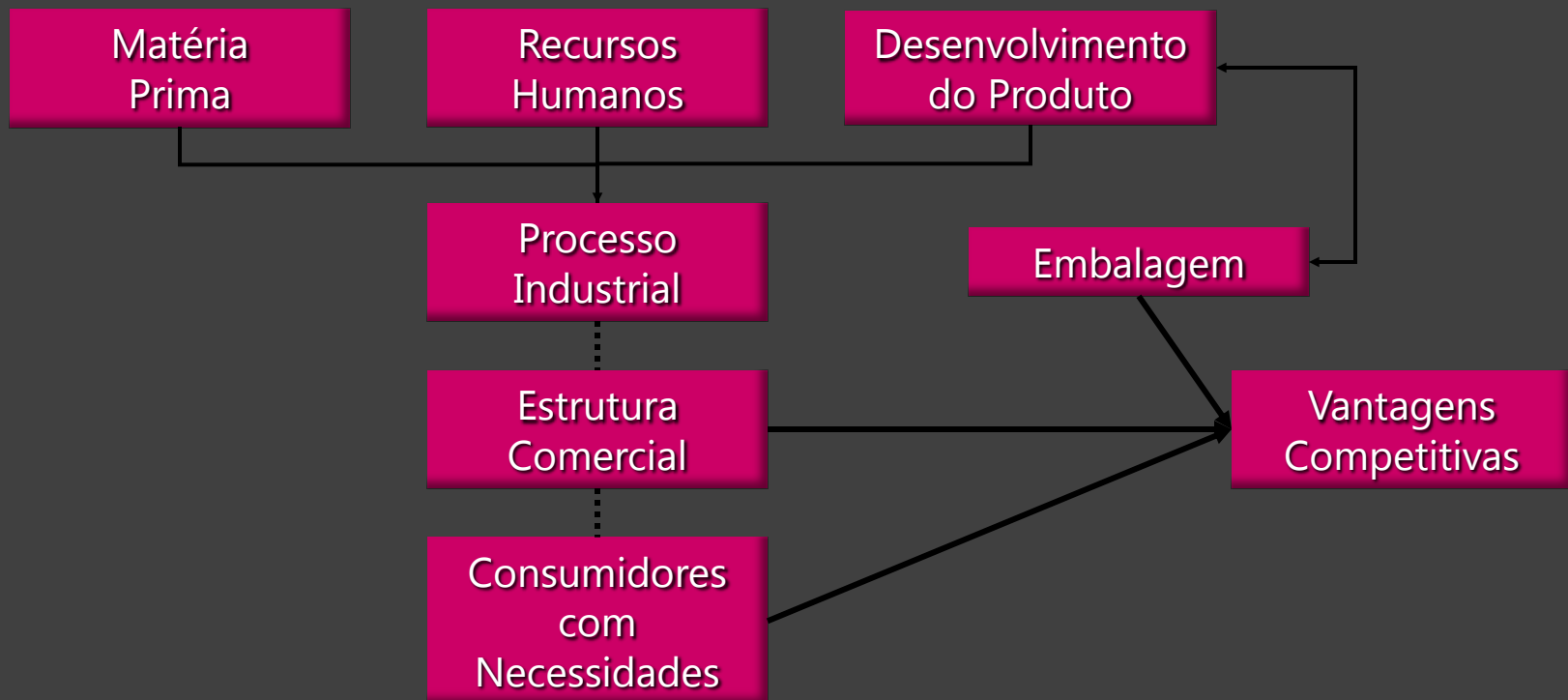
- Nessa época Matarazzo instala um armazém em Sorocaba (SP).
 - Circunstâncias:
 - Já negociava banha de porco na Itália.
 - Sofre com as oscilações de fornecimento da banha, um de seus principais produtos em giro.
 - Como todo imigrante, precisa “fazer a América” ou seja: crescer e enriquecer, para ajudar a família que ficou na Europa.

Viabilidade do Negócio

- Dessas circunstâncias surgiu a banha em lata, revolucionando o mercado e dando origem a um dos maiores conglomerados do continente: a IRFM.
 - Importante:
 - Para lançar seu produto, Matarazzo dependia de uma série de fatores, que precisavam ser superados para o êxito do empreendimento.
 - Quais são os fatores que realmente importantes dessa revolução?

Viabilidade do Negócio

- Para o sucesso de uma empresa e de um produto, diversas etapas tem que ser superadas:



Viabilidade do Negócio

- Dessas etapas, Matarazzo tinha somente a Comercialização totalmente resolvida em função do seu armazém.
 - Em todas outras, contava com conhecimento e circunstâncias propícias que tornavam-se vantagens competitivas para o negócio.

Etapas Estratégicas

- **Matéria-Prima:**
 - Sorocaba, por sua posição geográfica, era um forte centro de tropeiros que viajavam para o interior:
 - As atenções do mercado estavam voltadas para cavalos e mulas.
 - Suínos era produto secundário, abundante e barato.
 - Muitos de seus futuros fornecedores já eram clientes do seu armazém.

*A garantia de fornecimento é fundamental
para a sustentação do negócio*

Etapas Estratégicas

- Recursos Humanos:
 - Além da libertação dos escravos, o Brasil recebia grandes levadas de imigrantes:
 - Muitos desses imigrantes já possuíam especialidades industriais em seus países de origem.

Independente do nível de automação, disponibilidade de mão de obra dá estabilidade ao negócio

Etapas Estratégicas

- Desenvolvimento do Produto:
 - Matarazzo já trabalhava com banha em sua terra natal:
 - Conhecia o produto em suas etapas de suprimento, industrialização e comercialização.
 - As oscilações do fornecimento habitual lhe deram a oportunidade de desenvolver algo novo.

Domínio do processo e estabelecer diferenciais valoriza o produto e sua força diante da concorrência

Etapas Estratégicas

- **Processo Industrial:**
 - Por ser um polo, Sorocaba reunia amplas condições de industrialização:
 - Possuía uma usina metalúrgica desde 1818 e recebia muita madeira do norte do Paraná.
 - Peças de madeira e metal eram manufaturadas pelos habilidosos carpinteiros e ferreiros imigrantes italianos.
 - O sistema das prensas foi baseado nos modelos italianos para azeite de oliva.

*Conhecimento e infra-estrutura juntos,
facilitando o desenvolvimento do produto*

Etapas Estratégicas

- Embalagem:
 - A madeira utilizada nas barricas americanas não existia no Brasil:
 - importá-las seria caro e arriscado, pois fornecimento poderia oscilar.
 - Sorocaba possuía metalurgia e metalúrgicos.
 - Em vez de insistir em embalar a banha em barricas – como era o pensamento original – Matarazzo decidiu usar latas.

Foco na solução e não no problema

Etapas Estratégicas

- Estrutura de Comercialização:
 - O armazém de Matarazzo já tinha alguns anos de operação:
 - Clientela formada não só de consumidores locais mas também através dos tropeiros que freqüentavam Sorocaba.
 - Essa circunstância lhe deu, em pouco tempo, uma estrutura de distribuição de grande alcance no país.

Acesso a mercados é fundamental na viabilidade da empresa, além de faturamento gera amplitude ao negócio

Etapas Estratégicas

- Consumidores com Necessidades:
 - A banha exercia o mesmo papel do óleo comestível:
 - A garantia de fornecimento e os benefícios da nova embalagem atendiam a fortes necessidades do consumidor:
 - Esse fator, além de sucesso de vendas, gera também fidelidade de consumo.

Suprir necessidades e diferenciar-se gera êxito de vendas e fidelidade de consumo

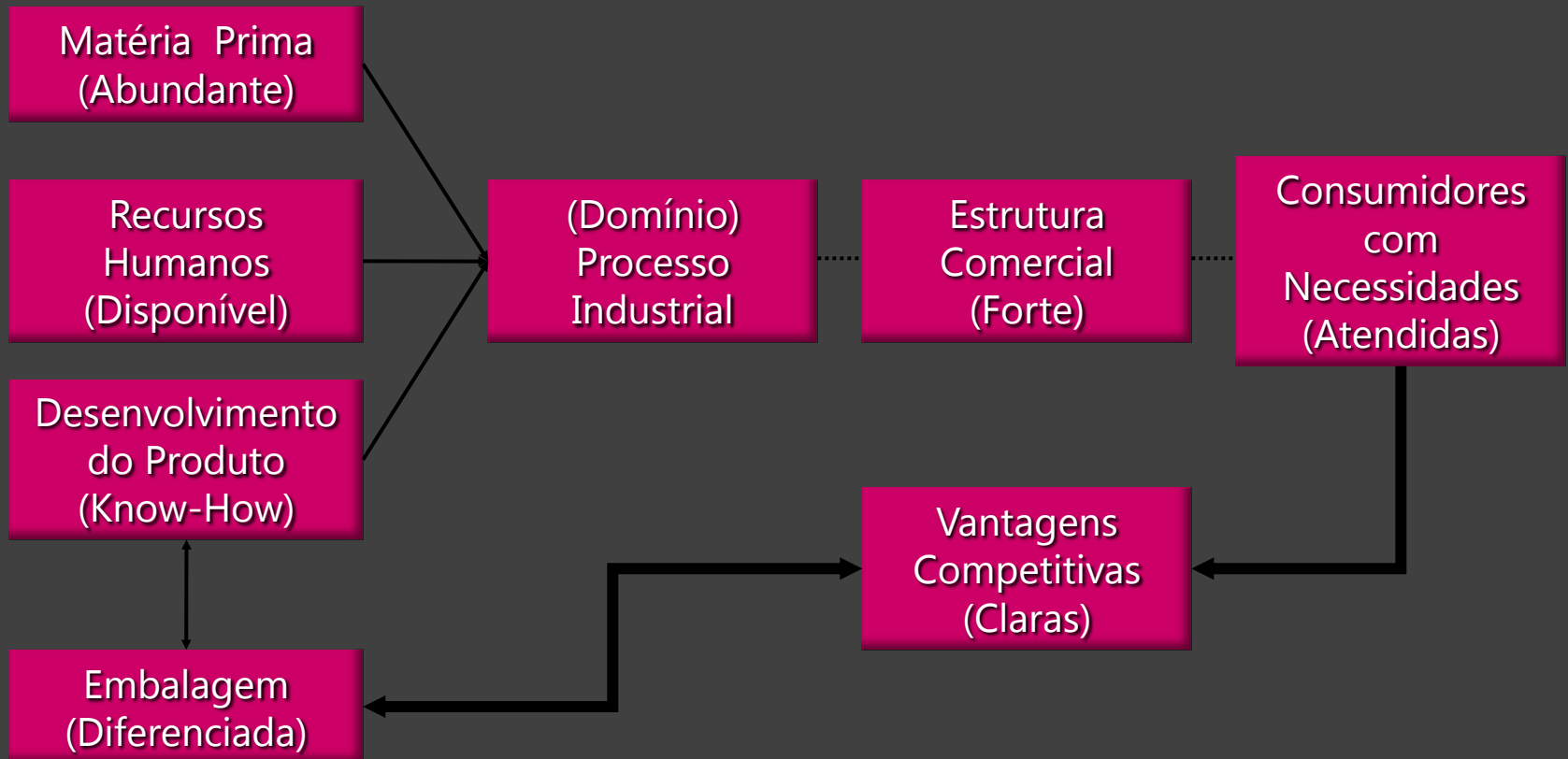
Etapas Estratégicas

- Vantagens Competitivas:
 - O “novo” produto possuía uma série de vantagens sobre o americano:
 - A lata conservava melhor o produto, alongando seu prazo de validade.
 - Podia ser oferecida em porções menores, facilitando a vida tanto do comerciante como do consumidor.

Vantagens competitivas claras, facilitando o convencimento do consumidor

Fatores de Sucesso

- Todos os fatores estavam favoráveis à Matarazzo:



Fatores Críticos de Sucesso

Mas alguns foram decisivos:



PERCEPÇÃO DO MOMENTO

- Teve sensibilidade de que todos os fatores estavam propícios ao empreendimento

ESPÍRITO EMPREENDEDOR

- Dedicção e disposição permanentes para "fazer acontecer"

DISPONIBILIDADE PARA INOVAÇÃO

- Buscou a solução para o problema da embalagem com amplitude de horizontes



marketing & comunicação