

ELEIÇÕES 2016

POLÍTICA

OPINIÃO

POLÍCIA

COTIDIANO

JUDICIÁRIO

ECONOMIA

VARIEDADES

ESPORTES

AGRONEGÓCIOS

MEIO AMBIENTE

EQUILÍBRIO

NEGÓCIOS

BRASIL

NEGÓCIOS / EMPRESAS INOVADORAS

04.11.2016 | 22h00

Tamanho do texto A- A+

## Herdeiro de 19 anos cria app para vender carne de R\$ 299/kg pelo celular

**Aos 19 anos, Ricardo Sechis Filho criou um aplicativo para vender as carnes nobres do açougue chique da família**

DIVULGAÇÃO

Clique para ampliar

DO UOL



Com apenas 19 anos, o estudante de administração Ricardo Sechis Filho está inovando os negócios da família com o lançamento de um aplicativo para vender carne gourmet e itens de churrasco pelo celular direto ao consumidor final. É possível comprar cortes nobres, como o bife ancho Kobe, do boi da raça Wagyu, de origem japonesa, que custa R\$ 299 o quilo. Para desenvolver sua ideia de aplicativo, ele contratou a empresa de tecnologia VKT Brasil.

Ele é um dos herdeiros da marca de carnes Beef Passion, que possui uma loja em São Paulo e fornece para

restaurantes de todo o país, inclusive para chefs renomados como Alex Atala. A família cria gado desde 1987 e, em 2006, lançou a marca Beef Passion para comercializar seus produtos.

Desde cedo, Sechis Filho se envolveu nos negócios da família. "Comecei a trabalhar aos 15 anos, vendendo espetinho na porta da escola", diz.

A empresa trabalha apenas com carnes nobres, pois cria bois da raça australiana Angus e da japonesa Wagyu.

### Funciona em Brasília e deve chegar a SP e RJ em 2017

O aplicativo, chamado Boutique Passion, funciona inicialmente apenas em Brasília, onde Sechis Filho mora. Está disponível no Google Play e na Apple Store. O objetivo é levar o delivery pelo celular também para São Paulo, Rio de Janeiro e Goiânia no ano que vem. Em São Paulo, são realizadas vendas ao consumidor final apenas na loja ou pelo telefone.

Sechis Filho diz que a ideia surgiu ano passado, na disciplina Criação de Negócios, na faculdade de administração, que ele cursa na UnB (Universidade de Brasília). "A ideia é expandir a atuação da nossa marca, mas totalmente por delivery, via aplicativo, site e telefone."

O investimento no aplicativo foi de R\$ 46 mil. Por ele, é possível fazer compras de itens avulsos, com prazo de entrega que pode chegar a cinco dias se o produto não tiver em estoque, e também participar de um clube de assinatura, o Butcher's Club, que envia cortes diferentes todo mês.

Os preços das assinaturas variam entre R\$ 129 e R\$ 369 por mês, de acordo com o tipo de carne e quantidade. Ele diz ter 40 assinantes em Brasília e espera chegar a 250 em 2017, além de levar o clube também para outras cidades.

"Nosso produto já é reconhecido pela qualidade, agora, queremos ser reconhecidos por oferecer serviço e atendimento que ninguém faz", declara.

### Agilidade na entrega pode aumentar vendas

Para Alberto Ajzenal, professor de empreendedorismo e estratégia de negócios da FGV (Fundação Getúlio Vargas), essa é uma boa estratégia de vendas, pois se trata de um produto para um público muito específico e com demanda restrita.

"Não é necessário investir em loja física porque não é uma compra por impulso. Se o produto está bem posicionado e a marca é conhecida, os clientes virão", afirma.

Ele diz, no entanto, que é necessário investir em agilidade na entrega para conseguir mais vendas. "Nem sempre o cliente se programa com antecedência para um churrasco. É diferente da venda para um restaurante, em que a compra é planejada."

Fonte <http://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2016/11/04/herdeiro-de-19-anos-cria-app-para-vender-carne-de-r-299kg-pelo-celular.htm>

## ENTREVISTA DA SEMANA »



### SITUAÇÃO CRÍTICA

"É preciso um pacto com a sociedade para melhorar o ensino"

[Leia Outras](#)