

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](#)