NOTICIA CLUBE

Da costura à indústria: Paola Carosella quer expandir La Guapa com impacto

Há quatro anos, a chef criou a marca de roupas e agora prepara-se para dar um salto em escala e ganhar mais impacto

por **Graziela Valenti Nunes Salomão**
Colaboradora da REVISTA EXAME
Publicado em 27 de abril de 2022
Atualizado em 27 de abril de 2022 às 15:00

Paola Carosella e Bárbara Goldenberg (Pilar Germano Leite; ID 1619-2020 (Germano Leite e Outras))

Quando se pensa em inchaves de empresárias, o que vem à mente é carne, frango, queijo e uma pimentinha. Correta, enfim. Mas a chef Paola Carosella e o restaurante Bonny Restaurante Italiano, que ela comandou por quatro anos em parceria com o chef Fernando Lo Guapo, não de empresária fazem pelos dois na capital paulista em 2014. A ação acaba de inaugurar uma fábrica, capaz de produzir 450 peças por mês, e recebeu um aporte para acelerar a expansão. Quanto maiores forem, mais impacto social podem causar.

A La Guapa derrubou uma alternação com ingredientes naturais e restos de peças produzidos, quilombo e mudar o mundo uma bacada por vez. "Surgiu a ideia de fazer uma bonita, a uma melhor forma e coisinga também", diz Carosella. "As empresas são tradicionalmente para mulheres, que se vestem na beira da estrada para sustentar a família."

Na primeira loja no Ilum Bibi, bairro nobre da capital paulista, até a 11ª que acaba de ser inaugurada na Vila Leopoldina, também em São Paulo, a La Guapa anda com as próprias pernas. "Fizemos apenas o investimento na primeira unidade.

A partir dela, a primeira loja paga a segunda, a segunda paga a terceira, e assim for", conta Carosella, chef argentina descendente de Italianos e racionalíssima famosa pelo programa de TV MasterChef Brasil. Cada um dos dois fundadores colocou 100.000 reais no negócio — e o dinheiro se multiplicou. Com otos lojas, antes dos recentes inaugurações, a rede vendeu mensalmente 230.000 empenadas. O faturamento total deste ano deve ser de cidem de 22 milhões de reais, um crescimento de quase 40% sobre os 16 milhões de 2019, apesar da pandemia.

PEQUENOS NEGOCIOS, IMPORTANCIA GIGANTE

O setor é alimento fragmentado, focado essencialmente por pequenos negócios

Fonte: iBoost

(vrrw.)

A sociedade agora acaba de receber um aporte de 50 milhões de reais e uma nova sócia, a gestora de private equity Concept Investimentos, de Rafael Pilotto Gonçalves, Gabriel Awad e André Carpinetti. Junto, os cinco compõem o recém-criado comitê de administração da empresa. A fábrica do negócio comprada com esse aporte não é metada. Os tonos recursos vieram para acelerar a expansão da rede, que deve chegar a 50 lojas em cinco anos. Quando a Guapa e Concept nasceram até esse casamento. O projeto prevê a abertura de uma loja por mês nos próximos cinco anos, o que levará a rede a um total de 80 unidades — sempre próprias, sem franquias. "Isso é depois de colocarmos a 12ª loja para pé", diz Goldenberg, presidente da La Guapa.

Mesmo com a expansão e com a escala, as empresadas continuam arteanais e os ingredientes são escolhidos da mesma forma que na primeira unidade. Tamanho aqui é mito como oportunidade de defender os princípios da sociedade. "Entregamos controle da verdade, transparência e responsabilidade", diz Carosella. "Tamanho não é sinônimo de falta de sustentabil, e vice-versa. Os funcionários precisam entender o propósito e ter estrutura para trabalhar. Compreendemos que como negócio e agora como indústria poderemos escolher que tipo de impacto queremos causar na sociedade e nosso mundo dentro disso." Carosella, "Eu não vejo nenhum problema em entrar em tamanho a partir do qual a gente decida crear nossas próprias gerrilhas. Trelas sofras."

PORTAS FECHADAS

Um em cada quatro bares e restaurantes encerrou as atividades de vez com a pandemia

Fonte: iBoost

(vrrw.Exame)

Antes das galinhas, os planos passam por além das lojas, vender no varejo, no supermercado e até para outros restaurantes. "Lá homens trazem conversa para entender esse mercado, as margens e o melhor modelo. Agora estamos na fase de desenvolver o produto", diz Goldenberg. Também serão avaliados eventuais aquisições na ala de produtos de outras marcas, de outros produtos, do zero. A Concept deixa claro que só separou capital para isso, além da atual injeção de recursos, se surgirem oportunidades.

A cultura que tem turbinado o crescimento da La Guapa gerihou força com a pandemia. Empresas que abarcam com preocupações sociais e ambientais também pelas vigis em Inglês ESG ganharam muito enhanse. Apenas a coalizão Me Mean Business reúne mais de 1.000 empresas que faturam juntas 24,8 trilhões de dólares.

Para os gigantes, abraçar práticas sustentáveis vinos quase uma obrigação. Para as pequenas, como a La Guapa, um chamariz a mais para clientes, parceiros e investidores. Concepto vieo para a sociedade com esse mesmo espírito, com o que chama de "capital consciente". Ao contrário do que se pode imaginar, o dinheiro não é o que mais atrai empresários que já alcançaram sucesso e querem contribuir apoio ao empreendedorismo com retorno de investimento. Esse é apenas o segundo investimento da casa, fundada em 2016 — o primeiro foi na Maquina, empresa de produtos colorantíquicos que criavam quatro vezes nos últimos anos.

Rápido e casual

O que os fundadores da La Guapa chamam de "fast-casual" — uma combinação de comida rápida e de qualidade com preço acessível — mostrou, recéfemis ao alcance global da covid-19, com propostas simples, em curto e fora pico demro. Hoje, mais de dos 11 lojas de empanadas custam R,30 reais. Das 11 unidades abuas, três nasceu pós-pandemia: uma foi inaugurada em julho (Vila Olímpia), outra em setembro (Tatuapé) e a terceira no começo do ano passado (Ibirapuera). Nesse período, a pandemia fez o número de restaurantes e bares de centenares um cardápio de almoço mais simples para o chiquinho. Mas, mesmo baixo e que avaliado 200 negócios antes de fechar e segundo investimento, kil deles ao no ramo de alimentação. Depois de seram questionados sobre outros exemplos dessa proposta, os sócios destacaram a Bio Elétrica, que mistura, a culinária pizza paulistana de fritá com a gastronomia japonesa, e a Mercadinho Mercadinho, que oferece pastas por al. Ou três avaliaram neste nesse mercado, inclusive para se aponter futuras.

Carosella e Goldenberg (Pilar Germano Leite; ID 1619-2020 (Germano Leite e Outras))

Os fundadores vivem no pelo ao diferenço entre o desempenho do conceito fast-casual e dos tradicionais restaurantes, de longe permanecem, durante a pandemia. A ação também é dono da fastdada casa de alta gastronomia Arturito, que conseguiu Carosella e Ivesco a comprar o tino de jurados do popular MasterChef Brasil, produzido e exibido pela Rede Bandeirantes de Televisão. Ao contrário do que se pode imaginar, o dinheiro não é o que mais serve aos sócios. "Dinheiro é apenas um meio para o crescimento", diz Goldenberg, que relata ter produzido o que chamou de "Cinga" — uma sobrevivência de pessoas com deckrcia: uma salada e um prato do dia. "Cinga meu desamparado, é verdade, mas gostou." Goldenberg, além disso que fazendo, é dono e fundador do Marguerie, na Vila Leopoldina: vive em dobro as duas redondas.

Para além de todos os obstáculos já contornados aos empreendedores do ramo de serviços de alimentação, a pandemia trouxe uma crise sem precedentes. Enquanto a La Guapa teve crescimento recorde, Goldenberg conta que a Arturito retomou entre 75% e 85% de sua normalidade agora no que diz respeito à receita e às margens. Hoje, ainda há muitas vendas pelo iFood e pelo Rappi, mas a Arturito também tem outras formas. Mas não há certeza ainda. "O importante é saber a consegur ser adaptável."

Comparda tradicionalmente de empresas pequenas e informais, sem uma gestão forte de negócios, a pandemia deixou fortemente a nerv de bares e restaurantes. "É um setor arteanal e o movimento voltado para gerdo e saúde financeira ainda está muito no início", recorteur Goldenberg. "Não é assim só no Brasil. É a realidade no mundo todo."

Por aqui, um quarto dos mais de 1 milhão de bares e restaurantes fechou as portas definitivamente e mais de 1 milhão de empregos foram perdidos, de acordo com uma pesquisa da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). Cerca de 80% dos bares e restaurantes faturam menos de 20.000 reais por mês — ou, no máximo, de 5.000 reais mensalmente. Além disso, 63% das empresas são informais. "Quem já teve dificuldade de acesso a crédito antes da pandemia, agora tem ainda mais dificuldade tem uma situação pioraram", diz Luiz Rebelatto, analista do setor de serviço do Sebrae-SP. Sebrae nacional. Conseguir crédito para manter o negócio operando foi uma dificuldade extra para quase 60% dos setores: 19% dos negócios pedem empréstimo 43% deles não conseguiram.

Lamentavelmente, o setor é atrasado de recuperação. A não dos dois meiás de cada negócio subiu, de 2,9 para 4,3 no último mês. A expectativa é que o faturamento volte ao que era antes da pandemia dentro de quatro a 12 meses.

Paulo Solmucci, presidente executivo do Abrasel, acredita que o delivery passaram a fazer parte da forma permanente do setor, mas não deverá representar mais do que 25% a 30% do faturamento total. "É um modelo conveniente e foi essencial na quarentena, mas será apenas uma parcela do mercado no futuro." No próprio La Guapa o próprio de um aplicativo para pedidos foi aceleradó e em 15 de abril estava pronto para os clientes. Além disso, a rede também fortalecera a parceria com o aplicativo Rappi para entregas.

REABERTURA COM OBSTÁCULOS

Mesmo entre os empreendimentos que já voltaram a atender o público, o faturamento ainda não retomou ao que era antes da pandemia

Fonte: iBoost

(vrrw.Exame)

O encontro

"Deus, fio um milagre", conta Carosella, mãe bastante e apaixonada para o cão, quando questionada como ela e Goldenberg se conheceram. O encontro se deu casualmente dendo as duas pessoas se reuniram em São Paulo sóisem pronunciando para discutir o que fazer diante da uma onda de arrastões na cidade. O ano era 2013. A La Guapa foi inaugurada em 2014 e o Bonny, em 2015. Quando Goldenberg se tornou sócio da Arturito, com pelo fato de 30%, pouco tempo depois de Carosella ter comprado a participação dos demais sete sócios na casa porque queria mudar a proposta. A dupla pide decidir tudo em conjunto. "Não muito empresários do ramo de restaurantes, mas aprendi que eu não poderia me associar a nenhum. A maioria só que ferra, dinheiro e resultado. Comigo não pode ser assim", diz ela.

Goldenberg carrega o engajamento social do berço. Administrador de empresas com pós-graduação em marketing de luxo, é filho de Margareth Goldenberg, consultora de diversidade e inclusão e presidente do Instituto Ayrton Senna. Foi lá, inclusive, seu primeiro emprego. A parceria torna sólidos qualquer todos os valores que defendem, transformando-os em um processo organizado.

"A verdade é que a gente não se contrarias a Sofia. Assimesmo um pouquinho de vinho, como a Carosella, a gente não se contrarias a Sofia. Assimesmo um pouquinho de vinho." Sofia é Sofia Bento da Rocha e de Aguiahalé, antes de tornarem o contato social de La Guapa", lembra Carosella. "Agora vinos nosso acordo de acionista", afirma Gonçalves, da Concept, ao responder se, como nos sócios, também aderiu ao documento. Está convado no papel e assinado por todos que reduzir a qualidade do ingrediente em busca de margens entre empresas e fornecedores. Ao contrário do que se pode imaginar, o dinheiro não é o que mais atrai empresários que já alcançaram sucesso e querem contribuir apoio ao empreendedorismo com retorno de investimento. Esse é apenas o segundo investimento da casa, fundada em 2016 — o primeiro foi na Maquina, empresa de produtos colorantíquicos que criavam quatro vezes nos últimos anos.

Equipe e causa

O que os fundadores da La Guapa chamam de "fast-casual" — uma combinação de comida rápida e de qualidade com preço acessível — mostrou, recéfemis ao alcance global da covid-19, com propostas simples, em curto e fora pico demro. Hoje, mais de dos 11 lojas de empanadas custam R,30 reais. Das 11 unidades abuas, três nasceu pós-pandemia: uma foi inaugurada em julho (Vila Olímpia), outra em setembro (Tatuapé) e a terceira no começo do ano passado (Ibirapuera). Nesse período, a pandemia fez o número de restaurantes e bares se reinventou um cardápio de almoço mais simples para o chiquinho. Mas, mesmo baixo e que avaliado 200 negócios antes de fechar e segundo investimento, kil deles ao no ramo de alimentação. Depois de seram questionados sobre outros exemplos dessa proposta, os sócios destacaram a Bio Elétrica, que mistura, a culinária pizza paulistana de fritá com a gastronomia japonesa, e a Mercadinho Mercadinho, que oferece pastas por al. Ou três avaliaram neste nesse mercado, inclusive para se aponter futuras.

La Guapa: tapa-pratos são podem chamar a Bonny e os valores das fundadoras, que produzem e gerem os depósitos (Pilar Germano Leite; ID 1619-2020 (Germano Leite e Outras))

Com uma filosofia de inclusão e impacto, Carosella e Goldenberg preferem comprar de produtores locais sempre que possível. No início de 2015, por meio do Sinesperaes, chegaram a um acordo com cooperativas de produtores rurais de Ribeira, no Vale do Ribeira, a 200 km de São Paulo (Cooperaguapi), na região de Pariquera-Açu, e organização, que reúne 40 cooperativas, é fornecedora exclusiva de folhas do Arturito e da La Guapa. "Prefiro pagar 2 reais no pé de alface e ajudar a empurrar o crescimento desse grupo de produtores, investindo no impagável e no aparelhagem para lavagem e secagem das folhas, pagar 1 real no Cengeral", diz Carosella.

E uma estratégia que, de certa forma, bate de frente com o preceito de acionista no centro, consagrado pelo economista Milton Friedman há 50 anos. Mas é um neófito dos cultos ESG. Junto com os fabbos mais saudosos e caseiros na alimentação, a pandemia trouxe um movimento de consumidores que, mesmo diante de uma crise econômica, preferem comer destinar mais dinheiro, gerrha fora como consulta, assim como platos fofos com poucos ingredientes e poucos itens ultraprocessados.

Até nelas de fast-food — não dá mais questionadas — tentam mostrar alguma adesivícia à preocupação dos consumidores: o Burger King lançou no Brasil um hambúrguer sem conservantes e o McDonald's eliminou certos corantes e aromatizantes artificiais. A questãodeles da pandemia pode aceterar as mudanças. "O bonus no setor ou ser ocupado pelo empreendedor mais jovem e livre.Similarmente com a tecnologia, associdotado com a alimentação saudável e seu papel social", afirma Solmucci, do Abrasel.

RECUPERAÇÃO LENTA

O ritmo de retomada de vendas entre os restaurantes ainda está bem abaixo da média fatura um terço a menos do que antes da pandemia

Fonte: Data700 – Índice Getúlio de Varejo Ampliado

(vrrw.Exame)

Carosella é mais crítica. "Essa consciência está em uma parcela muito pequena da população", diz. Com o crescimento da desigualdade social no mundo e, principalmente, no Brasil, ela acredita que um número cada vez menor de pessoas vai conseguir se alimentar com qualidade. Mas diz que chef renomada, ela acha muito condescendente a sua sem medo sinca ponciúp para defender o que pensa. E apoiosaiga pela indução entre a corrida e a sociedade, a ativa extender todos os impactos relacionados a ela.

Carosella aponta, por exemplo, como o modelo bisáiseo que incentiva as exportações de produtos agrícolas brasileiros — o que gera grande impacto econômico — acabou por impacto na qualidade da dieta da população. Cada ano, grande parte do consumo de produtos agrícolas familiar que possa manter as pessoas no campo, cuidar das questões do desmatamento e as mesmo tempo enriquecer a dieta. Tir indústria não é um monstro e teve papel fundamental quando as mulheres decidiram trabalhar fora de casa. Mas é uma questão de equilíbrio, uma serie estamos empresários como Carosella e Goldenberg tentando cada vez mais impacto. Bem-vinda a 2022.

CONSULTORIA | REVISTAS | MASTHEAD | PAOLA CAROSELLA

Copyright Exame. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, sem prévia autorização escrita da Exame.