

confiança a green se preocupa e muito com quem entra na sua casa ou empresa, por isso seus profissionais são de absoluta idoneidade e confiança



green
controle de pragas
que respeita a natureza

ligue e diga adeus as pragas 0800 349931

EMPREENDEDORISMO NOSSO PÃO



FOTOS PAULO AUGUSTO

Waldemar Magalhães administra o negócio com a esposa e os filhos; Carlos Eduardo gostou da profissão ainda pequeno e, desde os 18 anos, trabalha na empresa

Os variados sabores do pão de cada dia

FAMÍLIA COMANDA UMA DAS PADARIAS MAIS TRADICIONAIS

VINÍCIUS LEMOS | REPÓRTER

O nome dele é Waldemar Magalhães Júnior, mas o sobrenome sempre foi mais forte. Conhecido apenas como Magalhães, o empresário também é notório por estar à frente de uma das mais conhecidas padarias da cidade, responsável ainda por uma mudança de hábito do uberlandense. Do tradicional pãozinho francês aos sabores mais requintados, como o ciabatta, pão italiano e pão sírio.

Fundada há 26 anos, a Nosso Pão hoje tem 109 funcionários em três unidades, nos bairros Cazeca e Morada da Colina e também no Distrito Industrial.

O início, porém, foi modesto: nove empregados e uma pequena loja na esquina da avenida Machado de Assis com a rua Eduardo de Oliveira, em 1985. Desde os primeiros anos, um negócio de família. Junto a Magalhães, a esposa Luciene Merolla e um cunhado dele fundaram a padaria. Atualmente, além de Luciene, os dois filhos do casal tocam o negócio.

"É realmente uma empresa familiar", disse o empresário. O empreendimento vai para a segunda geração com os filhos Carlos Eduardo Cardoso Magalhães (24) e Anáisa Cardoso Magalhães (21). Bem antes, a família do avô de Luciene já estava no ramo da panificação há décadas. Não é por menos que Cadu, como é conhecido o primogênito de Magalhães, começou bem cedo a pôr a mão na massa. "Quando era mais novo fitava umas horinhas no cai-

xa, brincava com algumas coisas na produção e fui tomando gosto. Aos 18 entrei diretamente no trabalho", disse.

O COMEÇO

O primeiro passo da Nosso Pão foi o fornecimento de lanches para empresas de Uberlândia. "A cidade passou por um momento de muito crescimento na época, coincidiu de estarmos começando e isso nos ajudou financeiramente", afirmou Waldemar Magalhães. Ele se orgulha em dizer que fez parte da construção de grandes empreendimentos como a de um shopping, hipermercado e até da avenida Rondon Pacheco. Cantieiros de obras onde os pães dele alimentavam os trabalhadores. As entregas ainda são um dos carros-chefe da empresa e representam 25% do faturamento.

Pão passou a ser detalhe. Hoje a padaria deve oferecer de tudo para o dia a dia

WALDEMAR MAGALHÃES

DIVERSIDADE

INOVAÇÃO AJUDOU NO CRESCIMENTO

Em 1996, a empresa expandiu e uma nova sede foi erguida na avenida Rio Branco. Deixando a antiga loja, o objetivo era alavancar as vendas de balcão. Assim, uma segunda unidade no Distrito Industrial ficou responsável apenas por atender o público empresarial. "Em 1985, a padaria era apenas pão, leite, bolo e rosca. Com o tempo procuramos inovar", afirmou Magalhães. A partir de então, aos poucos, passou a oferecer embutidos nobres, saladas, nozes, bacalhau, frutas secas

e até vinho, produtos que, segundo ele, não eram encontrados com facilidade na cidade, mas que agradaram à clientela.

A terceira unidade da Nosso Pão veio em 2005 com outro conceito. Instalada no bairro Morada da Colina, buscou o público A e B do local e criou um espaço gourmet com serviços como café da manhã, brunch e happy hour, além de estar aberta para eventos. "Em centros maiores, as padarias têm serviços o dia todo", disse Magalhães.



Adega de vinhos é um dos produtos que agradam à clientela

EMPRESA

PRODUÇÃO DIÁRIA CHEGA A 30 MIL PÃES

A produção que antes cabia num carro de entregas durante as manhãs da segunda metade da década de 80, hoje chega a 30 mil pães franceses diariamente. Um número imponente, mas que sozinho não sustentaria a empresa. "Pão passou a ser detalhe. Hoje a padaria deve oferecer de tudo para o dia a dia", disse Magalhães. O investimento em produtos com valor agregado maior proporcionou o crescimento da empresa. A aposta é na

mudança de hábito da população acostumada ao pãozinho de sal. Hoje é possível encontrar vários tipos de pães na loja. "Tivemos perdas no início, mas, ao provar os novos produtos, o cliente passa a mudar seu gosto". Caudos e vinhos são oferecidos na padaria, que promete ampliar o cardápio de bebida e criar nova adega. Aliás, esse é o único plano futuro que o empresário revela, mas diz que há novidades pela frente.



O empresário se orgulha em dizer que fez parte da construção de várias obras na cidade, fornecendo pão aos trabalhadores

EMPREENDEDORISMO CASA DO SALGADO

Família Sousa mostra que união faz a força



FOTOS VALTER DE PAULA

Ademir e Maria Aparecida encontraram o principal ingrediente para o sucesso: persistência

MAIS DE 1 MILHÃO DE SALGADOS POR MÊS E 62 EMPREGOS DIRETOS

JULIANA PRONUNCIATI | REPÓRTER

Uma mão na frente e outra atrás. Assim, com essas condições, começa a história de empreendedorismo da família Sousa, que veio de São Paulo para Uberlândia em 1996, onde deu início a uma das empresas de salgados para festa mais conhecidas da cidade, a Casa do Salgado. A empresa não só emplacou como cresceu e conquistou o mercado ao ponto de hoje, em apenas 15 anos de atividades, contar já com duas unidades varejistas instaladas na cidade e ter como meta se tornar uma franqueadora. O casal Ademir José de Sousa e Maria Aparecida Ferreira de Sousa, que está à frente do empreendimento com os cinco filhos, tem na ponta da língua a receita de sucesso que fez a Casa do Salgado cair no gosto do consumidor: "Tudo é fruto de muito trabalho, persistência e união entre nossa família".

A ideia de começar a fazer e vender salgadinhos nasceu de uma necessidade financeira da família. Sem dinheiro para pagar a faculdade particular de Odontologia de uma das filhas, Ademir e Maria de Sousa decidiram investir na atividade em Uberlândia, aproveitando a experiência que acumularam em 14 anos de ofício trabalhando com parentes do patriarca da família em São Paulo. Para isso, alugaram uma casa no bairro Cidade

Jardim, zona sul de Uberlândia, e convidaram todos os filhos e respectivas famílias a morar e a trabalhar juntos, constituindo assim um típico negócio de família. Na prática, as filhas eram as encarregadas de vender os salgados para a vizinhança; o dinheiro pagava as despesas de todos da casa. "Eu fritava à tarde, colocava em caixas bem limpinhas e branquinhas. Fiz uma caixinha para cada uma das meninas e elas batiam de porta em porta vendendo os salgados", disse Maria Aparecida.

Os salgados dos Sousa foram ficando conhecidos e logo vieram as primeiras encomendas para festas. Com o crescimento da produção, Ademir e Maria Aparecida sentiram a necessidade de uma instalação mais ampla, onde fariam funcionar a fábrica, bem como a aquisição de uma máquina que lhes possibilitasse duas coisas: aumentar o processo de produção e padronizar os tamanhos dos produtos, tornando-os condizentes com o padrão de salgadinhos para festa – menores e mais trabalhosos de se fazer se comparados àqueles formatos que eram vendidos por unidade no porta a porta. Assim, a fábrica foi instalada na avenida Sílvio Rugani, no bairro Tubalina, mesmo endereço onde, no fim de 2009, graças à projeção alcançada pelos salgadinhos da família Sousa, foi inaugurada a primeira loja da Casa do Salgado, que ainda funciona no mesmo local. Além da produção de salgadinhos de festa, vendidos por cento, o estabelecimento também funciona como lanchonete comercializando no

varejo salgados maiores por unidade.

SEGUNDA LOJA

Agora em 2011, no mês de fevereiro, foi inaugurada a segunda loja da Casa do Salgado em Uberlândia, na avenida João Naves de Ávila, em frente à Câmara Municipal, numa clara demonstração de que a união faz a força e que, no caso da família Sousa, fez nascer da necessidade um grande empreendimento.

As duas lojas da Casa do Salgado vendem juntas cerca de 250 mil salgadinhos para festas toda semana, isso em meses em que não há promoção. Porque, se o preço do cento do produto for reduzido, como aconteceu no Dia das Crianças e no Dia das Mães, esse número chega até a dobrar. O cardápio da Casa do Salgado conta com 24 variedades de salgados grandes e 14 para festa, que são comercializados para clientes de Uberlândia e também da região.

Tudo é fruto de muito trabalho, persistência e união entre nossa família

ADEMIR E MARIA APARECIDA

CASA DO SALGADO



PRODUÇÃO

- ▶ 250 mil salgados para festas por semana
- ▶ 14 variedades de salgados para festa
- ▶ 24 variedades de salgados para venda em varejo
- ▶ 16 Tortas doces
- ▶ 62 funcionários

LOJAS

- ▶ **Unidade 1** – inaugurada em 2009
Avenida Sílvio Rugani, nº 190 – Bairro Tubalina
- ▶ **Unidade 2** – inaugurada em 2011
Avenida João Naves de Ávila, nº 1.746, Bairro Santa Maria

PROFISSIONALIZAÇÃO E UNIÃO

CONCEITOS NORTEIAM A ADMINISTRAÇÃO

Com o crescimento da empresa Casa do Salgado nos últimos anos, que culminou na abertura de uma segunda unidade e aumento na produção, foi necessário investimento em profissionalização e maquinários, segundo Ademir José. A empresa conta com 62 funcionários e a forma como os salgados são produzidos, com a ajuda de máquinas, nem de perto lembra o trabalho de anos atrás, em que os legumes para os recheios eram todos descascados à mão e mobilizavam toda a família em sacrificadas noites de trabalho para dar conta das encomendas no prazo combinado. "A gente vem se modernizando de uns três anos para cá, mas há uns sete anos temos a máquina de salgadinhos. Hoje, se for fazer salgado para festa na mão, de forma artesanal, a gente não consegue atender à demanda", afirmou.

Recentemente, a Casa do Salgado diversificou o seu mix de produtos e começou a produzir e vender tortas doces nas duas lojas da empresa. De acordo com Ademir, os novos produtos já trouxeram um retorno

positivo. "Está funcionando muito bem. Agregamos mais itens à nossa lista de produtos", disse.

O patriarca da família Sousa lembra que conseguir se estabelecer no mercado não foi nada fácil, uma vez que a concorrência da Casa do Salgado era constituída por empresas grandes, já conhecidas na cidade. Entretanto, ele considera que sua ambição em querer ser grande e a crença de que poderia ter uma empresa de sucesso foram fundamentais para a Casa do Salgado chegar onde está. Além disso, ele afirma que a participação da família na empresa é o que a diferencia das demais. "A união entre a família é uma característica que ninguém tem", afirmou.

Para o futuro, Ademir e Maria Aparecida informam a pretensão de transformar a Casa do Salgado em uma rede de franquias, esse processo já está em estudo. "A loja da João Naves é um teste. Estamos vendo como funciona, o que precisa. Pois, para a gente passar o nosso nome para outra pessoa, tem que ser tudo muito bem organizado", disse.



VALTER DE PAULA

A recém-inaugurada loja da Casa do Salgado foi projetada para servir de modelo para franquias



CONSTRUMAQ

10 ANOS À SERVIÇO DO CONSTRUTOR

RECORTE O ANÚNCIO E GANHE 5% DE DESCONTO EM CAÇAMBAS
AV. INDAIÁ, 1605 - PLANALTO
E-mail: construmaque@yahoo.com.br

TEMOS LICENÇA AMBIENTAL

3257-4448

LOCAÇÕES DE CAÇAMBAS TIRA-ENTULHOS E RETROSCAVADEIRAS.



EMPREENDEDORISMO "MINEIRO DA GEMA"

VALTER DE PAULA



Sobreira teve a ideia do Fogão de Minas entre as décadas de 1970 e 1980, vindo de fato a criar um negócio por volta de 1995; em 15 anos, o negócio cresceu e hoje virou Centro Cultural Mineiro

José Sobreira faz o simples virar sucesso

NEGÓCIO QUE NASCEU RESTAURANTE MINEIRO VIRA CENTRO CULTURAL

ARTHUR FERNANDES | EDITOR

Na parede, o painel com fotografias de clientes ilustres, como as atrizes Beatriz Segall e Suzana Vieira, é uma demonstração de que o lugar atrai também celebridades que passam por Uberlândia em busca da boa e famosa comida mineira. Nos pratos, as receitas de sucesso da culinária de Minas que provocam essa atração: lombinho com tutu de feijão à mineira, leitão à pururuca e frango com quiabo e angu. Mesmo com tanta fama, essa história de sucesso alcançada pelo restaurante Fogão de Minas é relativamente recente. São apenas 15 anos de atividades, completados em outubro do ano passado. A ideia de abrir essa empresa de comida típica, que já até virou Centro Cultural Mineiro há cerca de dez anos, nasceu por iniciativa da família do engenheiro agrônomo José Sobreira, que queria na época suprir uma lacuna no mercado gastronômico de Uberlândia. "Eu era executivo da Companhia de Armazéns e Silos do Estado de Minas Gerais (Casemg), entre os anos de 1970 e 1980, e muitos clientes vinham até mim na hora de almoço perguntando se na cidade existia algum restaurante que servia comida típica mineira. Mas não tinha", afirmou Sobreira, mineiro da Zona da Mata e radicado em Uberlândia.

O empresário lembra que, para resgatar em Uberlândia e região a tradicional e turística comida mineira, surgiu a ideia em montar o negócio logo depois de se aposentar da profissão de engenheiro-

agrônomo executivo que desempenhava na Casemg. Segundo contou, o negócio foi planejado para ser inaugurado em 1995. "Fizemos um planejamento da obra em si, já que tínhamos esse local. Nós fomos para Belo Horizonte e cidades históricas, que oferecem tradicionalmente a cozinha mineira", disse José Sobreira.

O local pretendido para montar o negócio e onde hoje funciona o Fogão de Minas fica no bairro Dona Zulmira, zona oeste, que, na época, era considerado distante da região central da cidade. "Aqui era fora de mão, mas, nas conversas que tive com outros empresários, todos foram unânimes ao afirmar que para um restaurante de comida mineira ter sucesso teria que estar fora do centro da cidade. Eles diziam que a pessoa tinha que ir ao restaurante, tinha que sair para ir ao restaurante. Isso então nos motivou ainda mais a nos instalarmos neste local", afirmou Sobreira. "Na época, a gente estava muito fora da cidade, mas agora já estamos bem dentro."

INSPIRAÇÃO

O empresário José Sobreira se orgulha em dizer que o restaurante Fogão de Minas se tornou referência da culinária mineira em Uberlândia ao longo dos seus 15 anos de funcionamento no bairro Dona Zulmira. "Somos hoje considerados um ponto turístico e cultural de Uberlândia", afirmou em entrevista ao CORREIO de Uberlândia. Mal terminou de pronunciar essa frase, dois clientes que estavam no Fogão de Minas começaram a olhar fotos e peças do acervo de antiguidades do restaurante. Um brasileiro dava explicações ao colega inglês, que esta-

va na cidade realizando um trabalho para a Cemig. "Somos visitados por pessoas da região, de todo o Brasil e de outros países", afirmou o proprietário, comentando a cena.

Aliás, um dos charmes que ajudam a atrair clientes é a atmosfera do Fogão de Minas. "O estilo da construção é inspirado em antigas fazendas, procuramos fazer um projeto completo. Tivemos o bom-senso de fazer uma obra que lembrasse uma fazenda tradicional de Minas. A decoração típica do local também contribui", disse o empresário. Ele conta que o restaurante conta com mais de 600 peças de decoração típica mineira. No segmento alimentar, é o maior acervo de Minas. "Não tem restaurante com o acervo de peças antigas que nós temos aqui. Essa atmosfera aguça o paladar e a pessoa volta ao passado", afirmou Sobreira.

Fizemos um planejamento da obra em si, já que tínhamos esse local. Nós fomos para Belo Horizonte e cidades históricas, que oferecem a cozinha mineira

JOSÉ SOBREIRA.



Os pratos típicos atraem consumidores de todas as partes

VALTER DE PAULA

FIQUE POR DENTRO

O QUE NÃO PODE FALTAR EM UM RESTAURANTE TÍPICAMENTE MINEIRO

- ▶ Fogão à lenha
- ▶ Utensílios típicos, como painéis de pedra e de ferro
- ▶ Colheres de ferro e pau
- ▶ Pratos e petiscos tradicionais: lombo com tutu à mineira, leitão à pururuca, frango com quiabo e angu, rabada com mandioca e o tradicional torresminho
- ▶ Ambiente caracterizado

FONTE: JOSÉ SOBREIRA, PROPRIETÁRIO DO FOGÃO DE MINAS

CENTRO CULTURAL

NEGÓCIO MISTURA CULINÁRIA, CULTURA E HISTÓRIA

Atualmente, o Centro Cultural Fogão de Minas emprega 16 pessoas fixas e serve aproximadamente 800 refeições por semana. "A estrutura é enxuta, porque o cliente se serve direto", afirmou o proprietário. De vez em quando, profissionais também são contratados temporariamente para eventos de outras empresas, realizados com frequência no ambiente que cultua a mineiridade.

Quanto a investimentos e faturamento, o empresário Sobreira utiliza uma máxima mineira: a da discrição. "Não tem jeito de quantificar (investimento), porque, na realidade, nós nunca deixamos de investir. Mas

felizmente o projeto remunera o capital", afirmou.

Quantificável é a expansão da área do restaurante. "Iniciamos com 120 metros quadrados e hoje estamos com mais de mil metros quadrados de área coberta. Com espaço para atender 350 pessoas", disse.

Como uma coisa chama a outra, a comida mineira pede uma boa bebida para acompanhar. Por isso, o empresário também investe na produção de cachaças artesanais. "As cachaças são engarrafadas aqui ao lado e as marcas são Fogão de Minas e Rainha de Uberlândia. Trazemos a cachaça da Zona da Mata", afirmou Sobreira.

Para fazer jus ao status de Centro Cultural Mineiro, a direção do Fogão de Minas mantém dois projetos paralelamente ativos. "Nós temos o projeto 'Uberlândia e sua história', em que um grupo de historiadores define os homenageados em cada área", afirmou. O outro trabalho é voltado para educação de crianças de escolas públicas. "Chama-se Coração de Minas, um passeio em Minas, trazemos aqui crianças, principalmente de escolas públicas, de 9 a 12 anos, fazemos um passeio e mostramos coisas típicas de Minas, como carro-de-boi, e servimos um café tradicional do nosso Estado", afirmou.



Mutirão de Marcas e Patentes

Depósito de marca pagando somente a taxa do INPI

Inscrições gratuitas
Vagas limitadas!
(34) 3231-1616

20, 21 e 22/6
Uberlândia/MG
Consulte Programação
www.village.com.br/mutirao

Realização:



Patrocínio:

