

INOVAR É DESENVOLVER A INDÚSTRIA DO FUTURO

30 CASOS DE INOVAÇÃO
DE PEQUENAS, MÉDIAS
E GRANDES EMPRESAS



Confederação Nacional da Indústria
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA

Inovação de Produto

- Campo Grande (MS)
- Médio porte
- 92 colaboradores

Empresa de Campo Grande (MS) reforça seu crescimento amparada pela inovação em suplementos alimentares e uma linha de produtos com mais de uma centena de itens.



**MIX
NUTRI**
INOVAÇÃO NUTRICIONAL

INGREDIENTES DO SUCESSO

A Mix Nutri, de Campo Grande (MS), iniciou as suas atividades em 2009, ainda no interior de um armazém familiar onde eram vendidos diversos produtos a granel. Os ingredientes da chamada “ração humana”, muito em voga naquela época, eram pesados em proporções variáveis, segundo as demandas de cada cliente. O caráter repetitivo – e não padronizável – das tarefas daquele modelo de comercialização suscitou, em Danilson Charro, o fundador, a indagação sobre a possibilidade de industrialização do produto. Danilson já havia empreendido em vários negócios, sem nenhum sucesso muito evidente. A Mix Nutri veio recompensar a sua determinação empreendedora e a da esposa e sócia, Evelyn Pierezan Charro, advogada, diretora administrativa da Mix Nutri e retaguarda indispensável de um negócio que cresce e precisa construir processos que viabilizem um ambiente controlado.

Os produtos da Mix Nutri – alimentos funcionais – são destinados a pessoas com preocupações alimentares, principalmente esportistas e atletas. O seu carro-chefe é a linha Chokler’s, composta por barras proteicas sem adição de açúcar, barras de frutas com aditivos funcionais e Whey Protein; as demais linhas de produtos incluem mais de uma centena de itens, tais como bebidas energéticas e termogênicas, chás, vitaminas em cápsulas, colágenos, proteínas e nutracêuticos.

O modelo de negócios também considera a terceirização de produtos a diversas empresas, marcas nacionais e internacionais. A oferta de produtos com ingredientes de elevado padrão de qualidade deu à Mix Nutri a oportunidade de um

crescimento intenso, que vem duplicando o seu faturamento nos últimos anos.

Ao mesmo tempo em que a empresa trabalha para outras, os produtos próprios da marca Mix Nutri conquistam espaço no seu faturamento. A ideia é, em futuro próximo, reforçar essa participação.

DETERMINAÇÃO

Danilson Charro é o típico empreendedor obstinado. Os seus insucessos iniciais foram sentidos como derrotas, mas não mais do que temporárias. Após várias tentativas em diferentes ramos de atividades, foi no interior da loja da família que ele iniciou a etapa de sucesso de sua trajetória empresarial.

No armazém familiar, de secos e molhados, Danilson começou a vender ingredientes da chamada *ração humana*, uma fórmula de uma dezena de ingredientes que fez muito sucesso antes de ter essa denominação proibida para comercialização pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)¹. Pesando repetidamente pequenas porções de muitos ingredientes que compunham a fórmula, o fundador da Mix Nutri começou a pensar na possibilidade de elevar o rendimento dessa operação tão artesanal e, por isso mesmo, condenada a rendimentos reduzidos. Seria viável? Como fazer?

Uma primeira etapa consistiu na venda de porções pré-compostas para revendedores. Era um passo na direção certa, mas insuficiente. As vendas evoluíram satisfatoriamente durante um período, mas, em seguida, apresentaram esgotamento. Foi então que surgiu o primeiro produto de marca

¹ Açúcar mascavo, amêndoa, aveia, castanha, castanha-do-pará, colágeno, fibra de trigo, gergelim, germe de trigo, leite de soja e linhaça integravam a chamada ração humana que, pelo nome, sugeria a possibilidade de suprir integralmente as necessidades nutricionais dos indivíduos. Foi em razão dessa denominação, julgada enganosa pela Anvisa, que a comercialização passou a ser feita sob a denominação de suplemento alimentar.



da Mix Nutri: o Shake Fiberlax. Ele foi desenvolvido junto com um engenheiro de alimentos, que, desde então, se tornou um colaborador regular da empresa, principalmente por causa da interface dos alimentos funcionais com a regulamentação da Anvisa.

Mesmo não tendo regulamentações, os alimentos funcionais devem atender a normas e possuir registro na Agência. Por isso mesmo, a colaboração técnica tornou-se importante para a Mix Nutri e, desde então, a empresa incorporou ao seu corpo técnico engenheiros e cientistas de alimentos e nutricionistas.

LICENCIAMENTO DE FÓRMULAS

O sucesso do Shake Fiberlax despertou o interesse de grandes empresas, levando ao licenciamento da fórmula para uma delas, do segmento de cosméticos e cuidados com a saúde. A fabricação passou a ser feita sob contrato de terceirização de produtos. Ela assegurava à Mix Nutri um faturamento expressivo e a possibilidade de fortalecer a sua capacidade industrial.



Foi a partir daí que se desenvolveu o eixo principal do modelo de negócios da Mix Nutri: a elaboração de fórmulas de elevada qualidade, capazes de conquistar reconhecimento dos consumidores e dos principais protagonistas do mercado para, em seguida, licenciá-las e fabricá-las sob contrato de terceirização.

Há casos em que a ideia origina-se internamente, na própria Mix Nutri, mas são muito frequentes as situações em que os clientes – ou clientes potenciais em processo de prospecção de produtos – apresentam um esboço ainda bastante rudimentar e saem da empresa com algo completamente desenvolvido, tanto em termos técnicos quanto comerciais. Em circunstâncias normais, o desenvolvimento técnico e industrial de um novo produto é feito em aproximadamente dois meses.

Sem contar internamente com todas as competências requeridas para lastrear seu crescimento, a Mix Nutri recorreu regularmente a apoios e consultorias externas. Para viabilizar a sua exportação, que alcança 10% do faturamento, o apoio da Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso do Sul (FIEMS) foi decisivo. No desenvolvimento de novas fórmulas, contou com consultores experientes. Entretanto a busca de informações e conhecimento e a sua assimilação pela empresa só são efetivas porque a equipe interna está permanentemente “antenada” nas tendências externas, como diz Evelyn.

FAMÍLIAS DE PRODUTOS

Um elemento central do modelo desenvolvido pela Mix Nutri é o uso de ingredientes de elevada qualidade. Alimentos funcionais precisam ter um desempenho nutricional que assegure os resultados pretendidos pelos usuários, e a incapacidade de atender aos consumidores suscita, evidentemente, a insatisfação e a busca de outras alternativas. A empresa investiu na construção de uma reputação de produtos de qualidade, sempre descartando alternativas de barateamento por meio do uso de insumos de qualidade inferior ou mesmo pelo uso de ingredientes de qualidade superior em proporção inferior à necessária.

Ao adotar o conceito de inovação nutricional, a empresa organizou os produtos criados, fabricados e comercializados em quatro grandes famílias, com denominações próprias ou habituais no mercado: Chokler’s, Wellness, Life e Supera. Cada uma possui qualidades e funcionalidades próprias, invariavelmente corroboradas por estudos científicos realizados por colaboradores e parceiros.

O cuidado de evitar promessas milagrosas para os produtos é uma das práticas comerciais da empresa, que procura com isso eliminar o efeito comercialmente perverso das frustrações dos seus consumidores. Nas práticas comerciais e de marketing, como diz Danilson, “a Mix Nutri não



“A Mix Nutri não inventa novos hábitos para os consumidores, ela apenas busca entender a demanda de mercado e apresenta soluções com produtos práticos, saudáveis e saborosos”.
Danilson Charro
Diretor executivo
Mix Nutri



inventa novos hábitos para os consumidores, ela apenas busca entender a demanda de mercado e apresenta soluções com produtos práticos, saudáveis e saborosos”.

Esse reconhecimento parece um bom antídoto contra a tendência de criar produtos sem um conhecimento prévio do mercado e do potencial de consumo. Dito de outro modo, a empresa identifica tendências emergentes de consumo, atuando para ser pioneira no desenvolvimento de novos produtos.



PARQUE INDUSTRIAL

As perspectivas de crescimento da Mix Nutri, que alimentam as expectativas e os planos da empresa, são extremamente promissoras. Um dado ilustrativo é a ainda relativamente baixa adesão dos consumidores, no Brasil, aos alimentos funcionais, que gira em torno de 2%, contra números muito superiores em países mais desenvolvidos – por exemplo, mais da metade da população dos Estados Unidos faz uso de alimentos funcionais regularmente.



A Mix Nutri projetou um novo parque industrial, com 40 mil m² de construção, que possibilitará seu posicionamento entre as maiores empresas da América do Sul em seu segmento.

Segura do potencial de crescimento, a empresa projetou um novo parque industrial, com 40 mil m² de construção, a ser inaugurado em dezembro de 2019. O investimento, que colocou as capacidades industriais da empresa em novo patamar, foi bancado principalmente com recursos próprios e secundariamente com dinheiro do Fundo de Financiamento do Centro-Oeste (FCO), o que possibilitará seu posicionamento entre as maiores empresas da América do Sul em seu segmento.

A Mix Nutri aposta crescentemente em suas próprias linhas de produtos, vislumbrando a adoção gradual pelos brasileiros dos padrões de consumo verificados em países mais desenvolvidos. Atualmente, em termos de volumes fabricados, a terceirização responde por aproximadamente 80% do total, ficando as linhas comercializadas com marca própria com apenas 20%. É esse número que a Mix Nutri pretende robustecer em termos relativos, sem reduzir o ritmo de crescimento das vendas sob contratos de terceirização.

Graças a essa combinação de fornecimento para marcas de terceiros e vendas com marcas próprias, a Mix Nutri consegue apresentar um notável crescimento, inclusive nos anos recentes de crise, duplicando o faturamento em 2016 e em 2017 com relação aos anos imediatamente anteriores.

De origem modesta, nada parecia indicar que, da elaboração e venda de pequenas porções de suplementos alimentares, surgiria uma empresa que fatura dezenas de milhões e emprega quase uma centena de pessoas, fornecendo produtos para diversas marcas de prestígio e para clientes fiéis à própria marca. O uso de insumos de elevada qualidade, a inovação e a diversificação constante, certamente, contribuíram para o desenvolvimento do negócio. Todavia a trajetória de sucesso deve muito à visão empreendedora dos sócios, que perceberam o potencial de crescimento de um nicho de mercado e transformaram uma atividade artesanal em um processo industrial consolidado.

 www.cni.com.br

 [/cniBrasil](https://www.facebook.com/cniBrasil)

 [@CNI_br](https://twitter.com/CNI_br)

 [@cniBr](https://www.instagram.com/cniBr)

 [/cniweb](https://www.youtube.com/c/cniweb)

 [/company/cni-brasil](https://www.linkedin.com/company/cni-brasil)

 www.sebrae.com.br

 [/sebrae](https://www.facebook.com/sebrae)

 [@sebrae](https://twitter.com/sebrae)

 [@sebrae](https://www.instagram.com/sebrae)

 [/sebrae](https://www.youtube.com/sebrae)

 [/sebrae](https://www.linkedin.com/sebrae)

