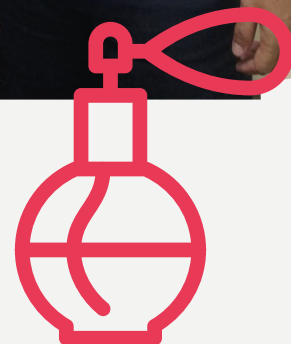


Do desafio ao sucesso



Nome da empresa (fantasia): Parfum

Nome do empresário: Edison Arnaud

Cidade: Nova Iguaçu

Sector econômico: Farmácia

A empresa familiar Parfum iniciou em 1928 como a fábrica de cosméticos Perfumaria Floramelia, fundada por Olympio Dias. Em 1950, Edson Arnaud, avô de Edison Arnaud, atual proprietário, transferiu o negócio para Nova Iguaçu e começou a enfrentar dificuldades para conquistar o mercado local.

Ao longo dos anos, a empresa passou por diversas transformações envolvendo gestão, produtos e localização até se restabelecer no mercado. A Parfum segue criando fragrâncias e espalhando seus clássicos cada vez mais.

Grandes mudanças

Ao longo dos anos, a empresa se destacou pela importação das melhores fragrâncias do mundo, incluindo a da Suíça, inspirando a mudança do nome do negócio para Suissa. À época, o empresário comercializava loções capilares tradicionais, como a Camélia do Brasil, e potencializou outros produtos, que se tornaram referência. Nesse portfólio, estavam a Flora Neném, lançada em 1955, e a Alfazema Suissa, carro-chefe da empresa. Esses produtos ainda são produzidos e comercializados.

No início dos anos 1990, o Grupo Suissa chegou a compreender, além da fabricação de cosméticos, a Inquisa (Indústria Química Santo Antônio), que fabricava produtos de limpeza, e a Modelar, indústria de plásticos para a fabricação de potes, frascos e tampas plásticas. Esse crescimento que se deu ao longo dos anos enfrentou novos percalços em 2011. Com a mudança na direção do negócio, houve conflitos de interesse e o Grupo foi dividido.

Nessa divisão, Edison Arnaud tornou-se responsável pela Suissa, grande ativo da empresa e com a

credibilidade da marca. Foi criada a Parfum Ind. Cosméticos Ltda, separando a marca do negócio, e conseguiram conquistar, inicialmente, o mercado das Regiões Norte e Nordeste. A Parfum continuou a manter o foco criado pelo patriarca da empresa, de produtos direcionados às classes C e D. Com as crises econômicas no cenário nacional antes da pandemia, o público passou buscar produtos de boa qualidade e preço acessível. Nesse processo, a marca começou a crescer no Sudeste e expandiu seu mercado.

Como adaptar a empresa para acompanhar o crescimento e um novo mercado?



A perseverança

A Parfum possui área de 3.500 m² e modernos equipamentos com total infraestrutura para aumentar sua capacidade produtiva, medidas que foram necessárias com a expansão do mercado. Vende para o Brasil inteiro por meio de representantes, distribuidores e pela internet. Apesar de a venda no meio digital não ser tão significativa, há grande interesse em expandir esse canal, sabendo que a entrada para esse mercado é um novo desafio.

Em 2021 e 2022, Edison identificou a necessidade de melhorias nos processos, uma vez que a Parfum precisava suprir suas novas demandas. Para auxiliar na continuidade do crescimento com planejamento, a empresa contratou as consultorias do Sebraetec de Adequação à Norma ABNT ISO NBR ISO 9001:2015 – Sistema de Gestão da Qualidade. Buscou se especializar no tema e ampliar seu mercado: estabeleceu parcerias com lojistas especializados e otimiza seu parque industrial por meio da produção terceirizada.

Em 2022, deu início à sua internacionalização depois de fazer sua recuperação econômica integral. Para 2023, a meta é exportar seus produtos para o mercado europeu, iniciando por Portugal e se adequando às normas do país.

Para transformar os sonhos em objetivos e realizá-los, Edison conta novamente com o apoio do Sebrae. A Parfum segue se expandindo e alcançando novos públicos, levando sua fragrância para cada vez mais pessoas, sem perder sua essência: atender o seu mercado principal, oferecendo produtos de qualidade e valor acessível.





PERFIL DO AUTOR

Helio Ramos trabalha no Sebrae desde 2010, na Gerência de Atendimento, no Escritório Regional Baixada Fluminense I.

Atua na interlocução do Empretec e do Sebraetec, Comércio Internacional, Capitalização e Serviços Financeiros e Conexões Empresariais. É pós-graduado em Gestão de Projetos e Gestão de Negócios e graduado em Direito.

Helio escolheu escrever sobre a empresa Parfum por ser uma história de uma empresa tradicional e pela resiliência do empresário.

