INSPIRAÇÃO PARA INOVAR

ÉPOCA NEGÓCIOS

ESPECIAL UNICÓRNIOS

DEZ 21
JAN 22
Nº 176 | R$ 25

EDITORA GLOBO

INOVADORES

99 C6 BANK CREDITAS EBANX FRETE.COM GYMPASS HOTMART IFOOD LOFT LOGGI
MADEIRAMADEIRA MERCADO BITCOIN NUBANK QUINTO ANDAR UNICO VTEX WILDLIFE

"NOSSA VISÃO É ATENDER A AMÉRICA LATINA"

HÁ UMA DÉCADA, DANIEL SCANDIAN ERA O PRIMOGÊNITO À FRENTE DE UM NEGÓCIO FAMILIAR QUEBRADO. HOJE, AS VENDAS DE SUA NOVA EMPRESA DOBRAM A CADA ANO

GABRIEL TOUEG

APENAS UMA DÉCADA separa o momento em que a loja online MadeiraMadeira foi colocada no ar e o instante em que a companhia se tornou um unicórnio, em janeiro. Naquele mês, a varejista especializada em móveis e decoração recebeu um aporte de US$ 190 milhões liderado pelo japonês SoftBank e pela gestora brasileira Dynamo. Por trás da rápida ascensão está a dupla de irmãos Daniel e Marcelo Scandian e o sócio, Robson Privado.

Com um modelo logístico livre de estoque, a companhia conseguiu montar uma operação de baixo custo que tornou possível uma expansão acelerada. Hoje a curitibana MadeiraMadeira tem mais de 400 fornecedores e faz mais de 8 mil entregas por dia em todo o país – o dobro da quantidade registrada há um ano.

Os irmãos Scandian construíram uma plataforma mantida por uma equipe própria de mais de 200 programadores. No sistema conhecido pelo termo em inglês drop shipping, os produtos só saem do fabricante quando há uma compra no site. Assim elimina-se o custo de manter itens parados em centros de distribuição próprios. Em caso de

ABIURO

itens com mais saída, a MadeiraMadeira mantém algumas unidades em consignação em centros de distribuição, o que mantém a empresa fiel ao modelo livre de estoque. O pagamento só se dá quando há a venda no site. A vantagem, para o consumidor, é a entrega mais rápida. É algo que se tornou corriqueiro nos grandes marketplaces de itens menores, mas que para itens grandes, como móveis, ainda não existia uma estrutura em operação. A seguir, os principais trechos da entrevista concedida por Daniel Scandian, presidente da companhia, a Época NEGÓCIOS.

EMPRESA	MADEIRAMADEIRA
O QUE FAZ	VAREJO ONLINE DE MÓVEIS
ANO DE FUNDAÇÃO	2008
FUNDADORES	OS IRMÃOS DANIEL E MARCELO SCANDIAN E O SÓCIO, ROBSON PRIVADO
ANO EM QUE SE TORNOU UNICÓRNIO	2020
QUANTIDADE DE APORTES	NÃO REVELADO – O MAIS RECENTE OCORREU EM JANEIRO, NO VALOR DE US$ 190 MILHÕES

ÉPOCA NEGÓCIOS ***Em que momento começa a trajetória da MadeiraMadeira?***
DANIEL SCANDIAN A MadeiraMadeira surgiu de uma necessidade minha e do meu irmão [*Marcelo Scandian, atual chief experience officer*], por causa de um problema com a empresa familiar [*uma fábrica de pisos de madeira*]. Éramos exportadores e tivemos problemas com a crise iniciada pelo estouro da bolha do subprime nos Estados Unidos. Nos vimos em uma situação em que precisávamos escolher entre ir para o mercado ou empreender. Já estava no sangue empreender, correr riscos e cuidar do próprio destino. O terceiro sócio, Robson [*Privado, hoje chief operating officer*], entrou logo na sequência.
No finalzinho de 2009, não tínhamos conhecimento nem em e-commerce, nem em tecnologia, nem em varejo. Foi um desafio muito grande. Hoje tenho 41 anos, mas comecei com 29 [*Marcelo tinha 27*]. Naquela idade, achávamos que qualquer coisa era possível. Não tínhamos preocupações com filhos e família. Isso abre a porta para correr mais riscos.

JÁ ESTAVA NO SANGUE EMPREENDER, CORRER RISCOS E CUIDAR DO PRÓPRIO DESTINO

NEGÓCIOS ***E como foi a escolha do nicho?***
SCANDIAN Fizemos várias pesquisas de opções, mas o segmento de construção era o de que tínhamos mais conhecimento e afinidade, e resolvemos empreender nesse ramo. Começamos com material de construção porque já tínhamos os nossos contatos de distribuidores, fábricas.

NEGÓCIOS ***Qual é o papel da logística na operação da empresa?***
SCANDIAN A logística é a espinha dorsal e a fundação, para podermos potencializar o negócio de móveis e material de construção via e-commerce. Os móveis são produtos muito grandes, com muitos volumes, mais frágeis, com vidros e espelhos, e com pouca automação. Então, é uma estrutura logística muito complexa, com pouca oferta no mercado de uma operação eficiente. Tivemos problemas muito sérios em 2018, quando resolvemos de fato verticalizar e desenvolver logística própria, nos permitindo escalar a operação. Com certeza isso é um dos grandes diferenciais nossos hoje – fazemos quase 70% da malha com a nossa operação própria.

NEGÓCIOS ***Essa operação atende outras empresas ou está focada apenas na MadeiraMadeira?***
SCANDIAN Hoje estamos focados principalmente no atendimento à MadeiraMadeira, mas estamos testando novos clientes na plataforma, principalmente vendedores que fazem parte do nosso ecossistema. É o que grandes marketplaces fizeram para itens pequenos, mas estamos fazendo para itens grandes.

CUSTO Daniel Scandian: equipe própria de programadores para organizar uma logística sem estoque

NEGÓCIOS ***Quais foram os modelos de negócio que inspiraram a criação da MadeiraMadeira?***

SCANDIAN Temos uma inspiração muito grande na [*companhia dinamarquesa*] IKEA, e trouxemos um time da IKEA que desenvolve produtos. Tentamos assimilar, na nossa marca própria CabeCasa, características como montagem rápida, um design bonito e acessível, operando em uma logística mais eficiente, com durabilidade de no mínimo dois anos e garantia para todos os produtos, testados em laboratório e focados na sustentabilidade, característica que temos trabalhado bastante. É um caminho para estabelecer um novo padrão de qualidade de produtos com um preço acessível no mercado.

NEGÓCIOS ***Qual é a lógica da abertura das atuais 40 lojas próprias?***

SCANDIAN A ideia é que elas sirvam como uma extensão da experiência digital. São lojas menores, com o conceito de 'showroom', em que você consiga ter uma experiência de atendimento presencial mais consultivo. Você consegue ver a qualidade e a aparência do produto, tirar dúvidas com um consultor treinado e continuar oferecendo um catálogo de mais de 2 milhões de itens para o consumidor num pequeno espaço.

NEGÓCIOS ***E quais são os próximos passos?***

SCANDIAN Estamos fazendo testes para os serviços de montagem e de crédito ao consumidor com os nossos parceiros. Estamos fazendo também muito investimento, desde janeiro e fevereiro deste ano, para construir uma empresa dez vezes maior do que fomos em 2020. Nossa visão é atender a América Latina como um todo, não só o Brasil. Temos de esperar o momento certo para expandir para outros países, mas estamos confortáveis de que nossa plataforma é muito escalável.

FOTO: DIVULGAÇÃO