

Em rota de crescimento

A partir de uma estratégia baseada em pesquisa, estruturação de processos e planejamento financeiro, a Vet Fórmula consolidou rede em quatro estados

Com um movimento de mais de R\$ 50 bilhões por ano, o mercado pet brasileiro vem abrindo oportunidades para empreendedores de diversos perfis e regiões. Fundada em 2011, pelas veterinárias Daniela Cervelatti, 45 anos, e Flávia Primiano, 46, a Vet Fórmula encontrou o seu próprio modelo de crescimento para se destacar no setor. Ao apostar em um planejamento de expansão por franquias, a farmácia de manipulação para animais consolidou uma rede que hoje reúne 13 unidades – as lojas estão presentes em cidades de São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Distrito Federal.

Inaugurada em São Caetano do Sul (SP), a primeira Vet Fórmula foi lançada com um investimento inicial de apenas R\$ 80 mil. A busca por um diferencial competitivo esteve presente desde o início da operação. “Nossa bagagem técnica e experiência na área foi uma grande vantagem. Usamos esse conhecimento e networking para oferecer atendimento especializado e produtos mais adequados às características de diferentes espécies”, afirma Daniela.

Resultado de pesquisas internas e parcerias com fornecedores internacionais, os medicamentos da Vet



Daniela Cervelatti (à esq.) e Flávia Primiano apostaram na expansão por franquias

Fórmula são produzidos a partir da análise de consistência e da aplicação de linhas especiais de palatabilizantes, que facilitam a aceitação dos medicamentos pelos animais. O posicionamento tornou a farmácia uma referência entre profissionais, proprietários e tratadores da região, atraindo o interesse de potenciais franqueados.

A estratégia de expansão começou a ser desenvolvida em 2015, com a ajuda de uma consultoria de franchising. “O apoio de uma assessoria especializada foi essencial para entender o modelo, criar um planejamento mais estruturado de expansão e estabelecer os padrões e os processos necessários para uma marca franqueadora”, diz.

O plano de expansão teve como ponto de partida a abertura de quatro unidades-piloto, entre lojas próprias e franqueadas. Mais do que ampliar o volume de receitas, a fase inicial focou a identificação de gargalos operacionais e administrativos, como contratação de talentos e padronização de

processos em escala. “As primeiras lojas foram essenciais para experimentar o modelo de franquias e entender as demandas e desafios da rede de parceiros. Crescemos de maneira mais devagar do que poderíamos, mas conseguimos manter o controle de gestão e a sustentabilidade financeira do negócio”, afirma.

A estratégia também incluiu a criação de núcleos dedicados de contabilidade e assessoria jurídica, como a contratação de um advogado especializado em franchising. O planejamento financeiro, por sua vez, passou a contemplar uma reserva de caixa para financiar novas frentes de atuação: além da inauguração de novas unidades, os planos para 2023 incluem o lançamento de novas linhas de medicamentos oftalmológicos e injetáveis. “Criar uma estrutura sólida de capital e profissionalização de gestão foi fundamental para explorar novas oportunidades e ampliar a operação de maneira equilibrada”, diz Daniela.



As primeiras lojas foram essenciais para experimentar o modelo de franquias e entender as demandas e desafios da rede de parceiros.”

DANIELA CERVELATTI
EMPREENDEDOORA