Por: Fábio Codellos / Fotos: Equipe AM

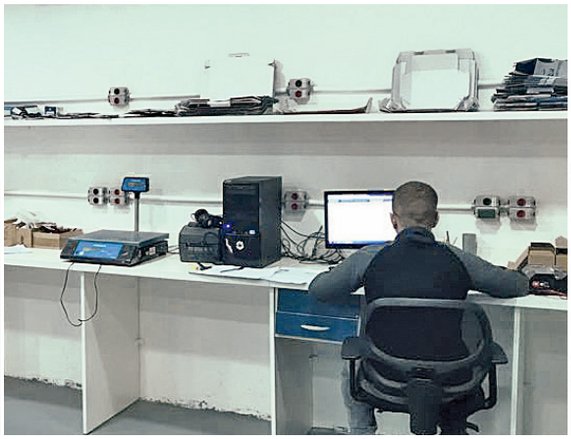
Capital Huma

Há 11 anos, nascia a marca dedicada ao aftermarket de acessórios Tech One. Nesse tempo, a marca evoluiu, adquiriu experiência, conquistou seu espaço no mercado, e se pudéssemos traduzir a trajetória desses anos, o termo seria superação. O fundador e construtor da marca, **Rodrigo Cabral**, foi obrigado a recomeçar após dificuldades na carreira em sociedade. Mas a experiência adquirida antes desse momento o guiou a fazer as melhores escolhas: "*Trabalhei desde muito cedo na empresa do meu pai, e por isso estudei engenharia por um tempo. Quando decidi buscar o meu espaço no mercado de trabalho, optei por mudar de faculdade e me formei em economia. Trabalhei alguns anos na ALCATEL como analista financeiro, e neste meio tempo, busquei uma experiência internacional (morei por três meses nos Estados Unidos e encarei todo tipo de trabalho para me manter lá)*", conta o fundador, que como em todo momento em nossa vida, que é colocada a prova o poder de determinação, aprendemos com erros e somamos os acertos.

Recomeçou montando uma empresa de factoring, até iniciar no ramo de acessórios comercializando o xenon. Num primeiro momento, atuou através de fornecedores locais até abrir a importadora. Mas foi quando assumiu carreira solo, que segundo ele, as coisas entraram no eixo de novo após uma profunda reestruturação.

A empresa e marca ficaram muito conhecidas ao trazer ao país o xenon. Esse foi o produto chave para a importadora atuar com protagonismo no mercado de acessórios. Daí, foi ampliando o leque e abrindo seu portfólio. Hoje a empresa é muito atuante também no fornecimento e desenvolvimento de lâmpadas super brancas, super LED, e ainda o xênon, tornando a Tech One referência em lâmpadas automotivas no mercado nacional.

As lâmpadas super LEDs de 3700 lumens e 3000 lumens são os mais recentes produtos incluídos ao portfólio, mas segundo Cabral, em breve os clientes da marca podem esperar grandes novidades em iluminação. Na área de áudio e vídeo, fornecem encostos de cabeça, sensores de estacionamento, linha extensa de cabos, entre outros produtos.



ano ainda é o componente principal para o sucesso da empresa

Capital humano e resultados

Há três anos, veio o convite à **Elisangela Siqueira**, hoje gerente geral da empresa. Ela participou da entrevista e nos contou que o elo entre ela e Rodrigo, se deu através do padrasto dele, que era Relações Públicas da General Motors, empresa que a Lisa (como é mais conhecida no mercado) atuou por 12 anos. Antes de ingressar na Tech One, Lisa ainda atuou por quatro anos na diretoria do Grupo Viamar. "*Foi um grande desafio aceitar gerenciar a Tech One, uma mudança grande de chave, mas na hora certa. Hoje vejo que fiz uma excelente escolha, pois numa empresa que tem capital próprio, e em franco crescimento tudo depende de nós. E isso é maravilhoso pra mim. Cada funcionário é único, temos uma equipe que se admira e se completa*".

Estrutura comercial e marketing

Neste tempo de empresa, a Tech One mudou algumas vezes a estrutura empresarial. "*Hoje não trabalhamos com representantes externos. Temos nossa própria área comercial, ou seja, dedicada. Trabalhamos como uma indústria. Temos gestão de carteira, cobrindo as áreas de ponta a ponta. Temos um escritório em São Paulo também. Foi uma opção que foi amadurecendo ao longo da vida da empresa*", afirma Lisa.

As ações de venda são feitas através de coordenadores, que atuam em 24 estados no Brasil. "*Dedicação mútua de forças é nosso lema*". Internamente são 50 pessoas na empresa, distribuídas no novo prédio montado há três anos. São 5.000 m2 de área, distribuídas entre escritórios e galpões de estoque. "*As vendas são coordenadas e quando chegam os containers em nossa sede, já tem destino certo. Investimos também num novo departamento de marketing, atuando muito forte de forma coordenada com o comercial, e este trabalho que anda paralelamente, tem funcionado perfeitamente*", conta a gerente.

Um mercado sem crise

As notícias da crise financeira que impactam o Brasil nunca afetaram os negócios na Tech One. "*Quando o mercado começou a cair, nós investimos, acreditamos e isso colaborou para o crescimento de 60%*

Novos Passos

Rodrigo Cabral também nos conta que o próximo passo é atuar na área de Autopeças, mais focada a reposição. "*Nós já temos a estrutura e logística, por isso vamos ampliar. Visitamos os fornecedores na China pelo menos quatro vezes ao ano, para acompanhamento de qualidade e viabilizar a entrada no Brasil. Temos parceria com uma trading naquele país, um parceiro fundamental para viabilizar a vinda dos produtos ao Brasil. Também está em nossos planos montar indústria aqui no país. O próximo passo é internacionalizar a marca*", conta Rodrigo, que tem viajado o mundo todo para levar a marca a outros países. Ele já fechou negócios na América do Norte, montou estratégias para Europa e esteve recentemente na Rússia em eventos e feiras automotivas a fim de realizar pesquisas e estratégias de mercado.

Rodrigo Cabral, fundador da empresa

de 2016 para 2017. Neste ano, tudo indica números similares", conta Rodrigo Cabral. Recentemente, a empresa ainda montou dois laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, sendo um no Brasil e outro em Shanghai, ambos muito equipados. "*Aliás, este é um ponto a ser muito destacado por nós aqui da Tech One. Os produtos que comercializamos são nossos, com a nossa cara, testados exaustivamente, colocados à prova. Investimos milhões em tecnologia, nos preocupamos com o custo benefício e com a qualidade de todos os produtos*", afirma com orgulho o fundador da empresa.

O grande mercado da Tech One ainda é São Paulo, 50% do faturamento ainda vem do Estado. "*Temos também um grande parceiro de e-commerce, a CONNECT PARTS, maior da América Latina. Temos uma equipe só para atendimento a eles. Entretanto, nossa política comercial é muito clara entre e-commerce e distribuidoras, pois só atendemos atacadistas. E quem não segue a política, está fora. Por isso temos vários parceiros, respeitamos muito a cadeia*", afirma a gerente Lisa.

ENAN e feiras

O ENAN, para a empresa, foi o pé de entrada para feiras. "*Estamos indo para nossa quarta participação. São vendas diretas com distribuidores, já que não temos intenção de vender ao varejo. A fórmula ideal formatada para se fazer negócios e relacionamento". Depois a empresa ainda participou da Automec: "que nos ajudou a atingir um outro público, por isso, este ano ainda vamos participar de outras feiras*", afirma Elisangela.

Elisangela Siqueira (gerente geral) e Fábio Abreu (coord. de marketing)

> "Quando o mercado começou a cair, nós investimos, acreditamos e isso colaborou para o crescimento"