



**DESDE 2005 PROMOVENDO
NEGÓCIOS PELO BRASIL**

Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas



COMÉRCIO BRASIL

Desde 2005 promovendo negócios pelo Brasil

Sebrae
Brasília-DF
2017

© 2017. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros

SGAS 605 – Conjunto A – CEP: 70200-904 – Brasília/DF

Telefone: (61) 3348-7346

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinicius Lages

Unidade de Acesso a Mercados

Gerente

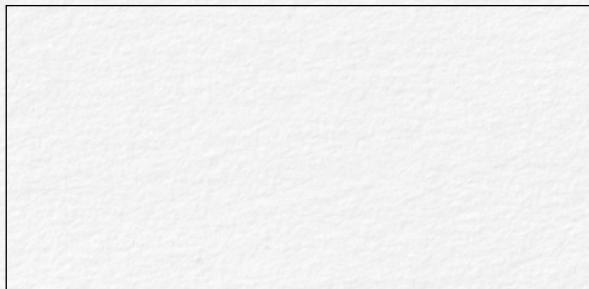
Renata Malheiros Henriques

Gerente adjunta

Patrícia Mayana Maynard Viana

Coordenação Técnica

Ivan Lemos Tonet



Equipe Técnica

Aiane Santos – Sebrae NA
Anny Santos – Sebrae NA
Dival Schmidt – Sebrae NA
Enio Queijada – Sebrae NA
Hermelino Neto – Sebrae NA
Louise Machado – Sebrae NA
Mayra Vaz – Sebrae NA
Maria de Fátima dos Santos – Sebrae AL
Willams Lopes – Sebrae AL
Ligia Maria da Silva Santos – Sebrae AM
Jenner Luiz Belém Pinheiro – Sebrae AM
Alessandra Giovana Oliveira Borges – Sebrae BA
Anderson dos Santos Teixeira – Sebrae BA
José Nilo Meira – Sebrae BA
Francisco Régis Dias – Sebrae CE
Francisca Marta Campelo Lima – Sebrae CE
Alexandre Louzada de Sá – Sebrae DF
Amanda de Souza Oliveira – Sebrae DF
Natany Lemos Penetra Paiva – Sebrae DF
Felipe Tackla de Almeida – Sebrae ES
Leonidio Maciel Pinheiro Filho – Sebrae ES
Carmen Neiva Gondim – Sebrae GO
Cleonice Maria da Silva – Sebrae GO
Claudia Cristina Sampaio Costa – Sebrae MA
Mauro Borralho de Andrade – Sebrae MA
Marcelo Augusto Massensini – Sebrae MG
Vera Helena Lopes – Sebrae MG
Rodrigo Maia Marcelo Pirani – Sebrae MS
Tétis Maria Gonçalves – Sebrae MS
André Schelini – Sebrae MT
Mirael Praeiro – Sebrae MT
Antônio Tadeu Campos – Sebrae PA
Keyla Reis de Oliveira – Sebrae PA
Angela Miki Saito – Sebrae PE
Gleycilane Ramos Santos – Sebrae PE
César Reinaldo Rissete – Sebrae PR
Marcos Uda – Sebrae PR

André Luiz de Sousa Veras – Sebrae PI
Francisco das Chagas da Costa Holanda – Sebrae PI
Raquel Abrantes de Figueiredo Silva – Sebrae RJ
Ricardo Wargas – Sebrae RJ
Ana Carolina Ribeiro – Sebrae RN
Daniela Tinoco – Sebrae RN
David Gois – Sebrae RN
Lucas Santana – Sebrae RO
Maria Teresa de Oliveira Marangon – Sebrae RO
Elissandra Costa – Sebrae RR
Itamira Sebastiana Soares – Sebrae RR
Danyela de Sousa Pires – Sebrae RS
Jakson da Luz – Sebrae RS
Maria de Lourdes Heitty – Sebrae SC
Wilson Sanches Rodrigues – Sebrae SC
Cléa Maria Rezende – Sebrae SE
Gustavo Carrer Ignácio Azevedo – Sebrae SP
Ilsiane Peloso – Sebrae SP
Maurício Morgado – Sebrae SP
Emerson Montenegro Lima – Sebrae TO

Unidade de Comunicação

Gerente

Fernando Bandeira

Gerente adjunta

Joana Bona

Núcleo de Editoração

Isabela Amaral

Revisão Ortográfica

Discovery – Formação Profissional Ltda. – ME

Projeto Gráfico e Diagramação

Vanessa Farias Kassabian

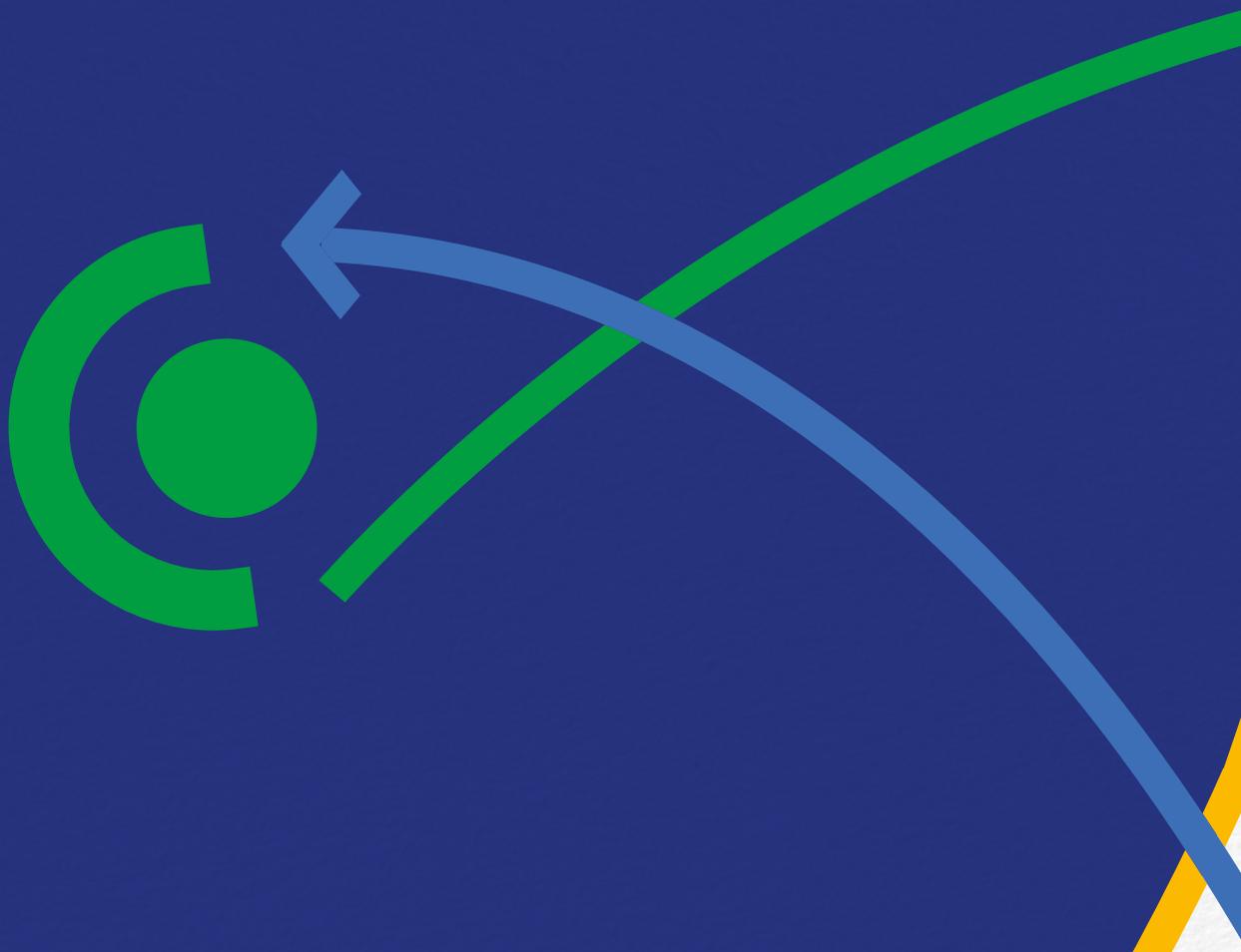
SUMÁRIO

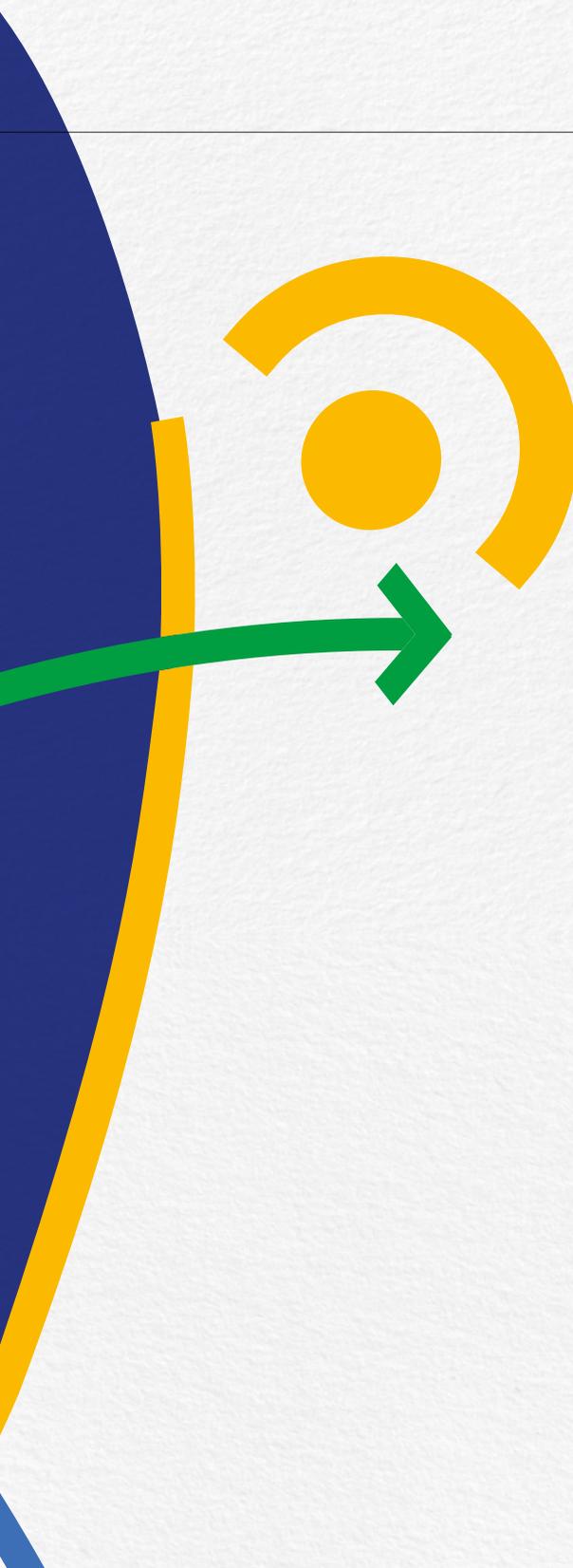


- 08.** Apresentação
- 12.** Palavra do Presidente
- 16.** Palavra da Diretora Técnica
- 20.** Palavra do Diretor de Administração e Finanças
- 25.** Colocando o pequeno para pensar em rede
- 29.** Entenda como funciona o projeto que ajuda a integrar os pequenos negócios
- 49.** Bons exemplos revelam sucesso do Comércio Brasil
- 85.** Conclusão: novos horizontes – pensando nos próximos anos

APRESENTAÇÃO

PARCERIA QUE APROXIMA EMPRESÁRIOS





Capacitar o empresário para que este descubra oportunidades de negócio: esse é o objetivo da Rede Nacional Comércio Brasil, que a mais de dez anos investe na aproximação comercial entre Micro e Pequenas Empresas e novos canais de comercialização, facilitando o acesso, o relacionamento sustentável e o desenvolvimento das empresas atendidas. É uma importante ferramenta para o cumprimento da missão de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável e estimular o empreendedorismo.

A Rede Nacional Comércio Brasil atende empresas legalmente constituídas – com Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) – nos setores da indústria, de agronegócios, de comércio e de serviços, além de artesãos e produtores rurais formalizados. Também já esteve presente nas 27 Unidades da Federação (UF), atendendo a 43 segmentos diferentes.

Atua por meio de uma rede de consultores especializados, conhecidos como agentes de mercado, que identificam novas oportunidades de negócios, disponibilizando mecanismos para a abertura e a expansão do acesso a mercados para as empresas participantes.

27% do
PIB nacional
provêm de
pequenos negócios.

Cerca de

9 milhões
de Micro e Pequenas
Empresas em 2015.

O sucesso e a dificuldade de milhares de pequenos empreendedores constam do relatório sobre os mais de dez anos do Comércio Brasil, um retrato de um país empreendedor como o Brasil. Três entre cada dez brasileiros adultos possuem ou estão envolvidos com algum negócio próprio. Essa taxa (39,3%) é o maior índice dos últimos 14 anos e quase o dobro do registrado em 2002, quando foi registrado o percentual de 20,9%. Os dados são da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2015, realizada em mais de 100 países que detêm 83% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e 70% da população global. No Brasil, a pesquisa é feita pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP).

O último levantamento foi realizado entre os meses de setembro e novembro de 2015 e contou com a entrevista de 2 mil pessoas, entre 18 e 64 anos, de todas as regiões do país, e 74 especialistas em empreendedorismo.

Para a economia brasileira, a força desse empreendedorismo é mais evidente: 27% do PIB nacional provêm de pequenos negócios,

que geram 52% dos empregos com carteira assinada e são responsáveis por 40% dos salários pagos no país. Um universo de cerca de 9 milhões de Micro e Pequenas Empresas.

Se subdivididas por setores, as Micro e Pequenas Empresas do segmento de comércio respondem por 53,4% do PIB desse setor. Na indústria, essa participação gira em torno de 22,5%. E no setor de serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) tem origem nos pequenos negócios.

Esse exército empreendedor, espalhado por todo o país, pouco se conhece e pouco interage. Na maioria dos casos, o empreendedor trabalha com oportunidades eventuais, tendo baixa formação técnica, pouca informação sobre o mercado local e praticamente nenhuma noção sobre o enorme mercado nacional. É aqui que entra o Sebrae, capacitando e ajudando as empresas a terem acesso a novos mercados.

Com a Rede Nacional Comércio Brasil, o objetivo do Sebrae tornou-se ainda mais ousado: descobrir e integrar esse “continente” empreendedor.

53,4% do PIB
no segmento de
comércio.

22,5% do PIB
no segmento de
indústria.

36,3% do PIB
no segmento de
serviços.

PALAVRA DO PRESIDENTE

COMÉRCIO BRASIL COLOCA PRODUTOS E SERVIÇOS DOS EMPRESÁRIOS NO MERCADO



Guilherme Afif Domingos

Diretor-Presidente do Sebrae NA



As conquistas realizadas até agora não significam que devemos parar no tempo. Em time que está ganhando, se mexe sim. Por isso, o Comércio Brasil passou por uma ampla reformulação de olho no futuro. Nesse novo desenho, os agentes de mercado identificam oportunidades de negócios em empresas âncoras do encadeamento produtivo e outros compradores de menor porte, além dos atuais canais de comercialização. As Micro e Pequenas Empresas participantes, por sua vez, serão criteriosamente avaliadas, preparadas e monitoradas. Assim, poderão vender mais, com eficiência e oferecer itens de excelente qualidade para compradores cada vez mais exigentes.

O progresso dos pequenos negócios e o incentivo ao empreendedorismo no Brasil compõem o DNA do Sebrae. Desde a sua fundação, 45 anos atrás, e hoje, mais do que nunca, nossa missão é abrir caminhos para melhorar o ambiente de negócios das Micro e Pequenas Empresas, independentemente do estágio de evolução em que se encontram, do segmento em que atuam ou do lugar em que estão insta-

ladas. Damos apoio contínuo a mais de 10 milhões de pequenos negócios, os quais são responsáveis por 27% do PIB brasileiro.

O Sebrae atua para reduzir a burocracia, simplificar a legislação, facilitar o crédito e incentivar a educação empreendedora. Mas nada disso fará sentido se os pequenos negócios não puderem ter sucesso ao colocar seus produtos e serviços no mercado. Ao longo de mais de dez anos, o Comércio Brasil vem exercendo um papel fundamental para promover a conexão entre empreendedores e compradores, abrindo portas antes inacessíveis.

O programa já realizou a aproximação entre milhares de pequenos negócios e compradores de estados diversos daqueles em que estão instalados. Mais de R\$ 200 milhões foram comercializados, em todas as regiões. Isso mostra que se trata de uma importante ferramenta para viabilizar um ambiente de negócios cada vez mais respirável no país.

Nessa teia de boas práticas, o Comércio Brasil tece o desenvolvimento dos pequenos negócios, ao ajudá-los a descobrir e a potencializar ofertas e demandas. Trata-se de uma solução importantíssima para o empresariado, em especial nesse momento em que as Micro e Pequenas Empresas devem se preparar, cada vez mais, para estarem vivas e fortes no mercado. O Brasil precisa dos pequenos negócios para se reerguer. E os pequenos negócios precisam do Sebrae e de iniciativas como o Comércio Brasil. Parabéns a todos que participaram desse valioso projeto. Que venham os próximos dozes anos!



PALAVRA DA DIRETORA TÉCNICA

REDE DE RESULTADOS AOS PEQUENOS NEGÓCIOS



Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretora Técnica do Sebrae NA



Aproximar quem quer comprar de quem quer vender, abrindo espaço para a participação de pequenos negócios, por meio de uma rede nacional, tem sido um desafio gratificante para o Sistema Sebrae. A experiência de uma década com o projeto Comércio Brasil mostra resultados que motivam a permanência daqueles que já recorreram a essa plataforma para melhorar o desempenho de seus negócios. Esse é o principal argumento que levou o Sebrae a destacar essa iniciativa como um dos produtos e serviços prioritários do atendimento em todo o país, nos próximos anos.

Os diversos casos de sucesso, detalhados nesta publicação, mostram resultados satisfatórios em geração de negócios para os clientes atendidos pelo Comércio Brasil, desde sua criação, em 2005. O impacto positivo não se limita às empresas; repercute também em vários territórios, na cidade e no campo. Ao participar, o empresário tem acesso a um diagnóstico da empresa e às soluções de que o Sebrae dispõe para apoiá-lo. É um sistema robusto e único no

país que possibilita a realização de negócios, a partir da integração das nossas soluções de aproximação comercial.

Para superar os desafios atuais da economia brasileira e manter um atendimento contínuo de acesso a mercados com foco em comercialização, aperfeiçoamos a metodologia do Comércio Brasil. Planos de desenvolvimento empresarial e tático de vendas, aproximação de compradores-âncoras e satélites, acesso à inovação, ambiente específico para registro de informações e parceria com representantes comerciais destacam-se entre os atributos da nova metodologia.

Estamos empenhados na ampliação da Rede Nacional Comércio Brasil, por meio da adesão de novos estados e de um sistema informatizado capaz de responder com mais facilidade e eficiência às necessidades dos pequenos negócios que dela participam. Queremos oferecer um produto exclusivo e diferenciado para os clientes do Sistema Sebrae, proporcionando alto valor agregado e uma perspectiva mais promissora.

Nos próximos anos, todo crescimento do Comércio Brasil será bem-vindo, principalmente quanto às empresas e aos estados participantes dessa rede nacional. Sucessivas oportunidades comerciais estão abertas aos pequenos negócios. Participe!



**PALAVRA DO DIRETOR
DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS**

DIFERENCIAÇÃO COMO ESTRATÉGIA



Vinicius Lages

Diretor de Administração e Finanças do Sebrae NA



Aproximar Micro e Pequenas Empresas de grandes compradores, como atacadistas, distribuidores e representantes comerciais, tem sido o desafio diário do Sebrae com a Rede Nacional Comércio Brasil. Ferramenta focada na prospecção de canais de comercialização, ela já permitiu o acesso a novos mercados para mais de 4,8 mil Micro e Pequenas Empresas em todas as regiões do país.

Após mais de dez anos de aplicação, a metodologia do Comércio Brasil foi atualizada para atender ao novo cenário econômico e às demandas de um consumidor cada vez mais exigente por qualidade.

Até hoje, 190 agentes de mercado foram capacitados para atuar na linha de frente da Rede Nacional Comércio Brasil, com eficácia na identificação de novas oportunidades para canais de vendas e demais compradores. Com isso, temos também o desafio de recapacitar nosso time de acordo com a nova metodologia, bem como mantê-lo atualizado com a tecnologia, as

comunidades virtuais, os diagnósticos *on-line* e outras ferramentas que aumentam a produtividade.

Para enfrentar o momento econômico pelo qual o Brasil está passando, com a redução de compras, os agentes precisam estar capacitados para orientar as Micro e Pequenas Empresas sobre a melhor alternativa. E qual seria?

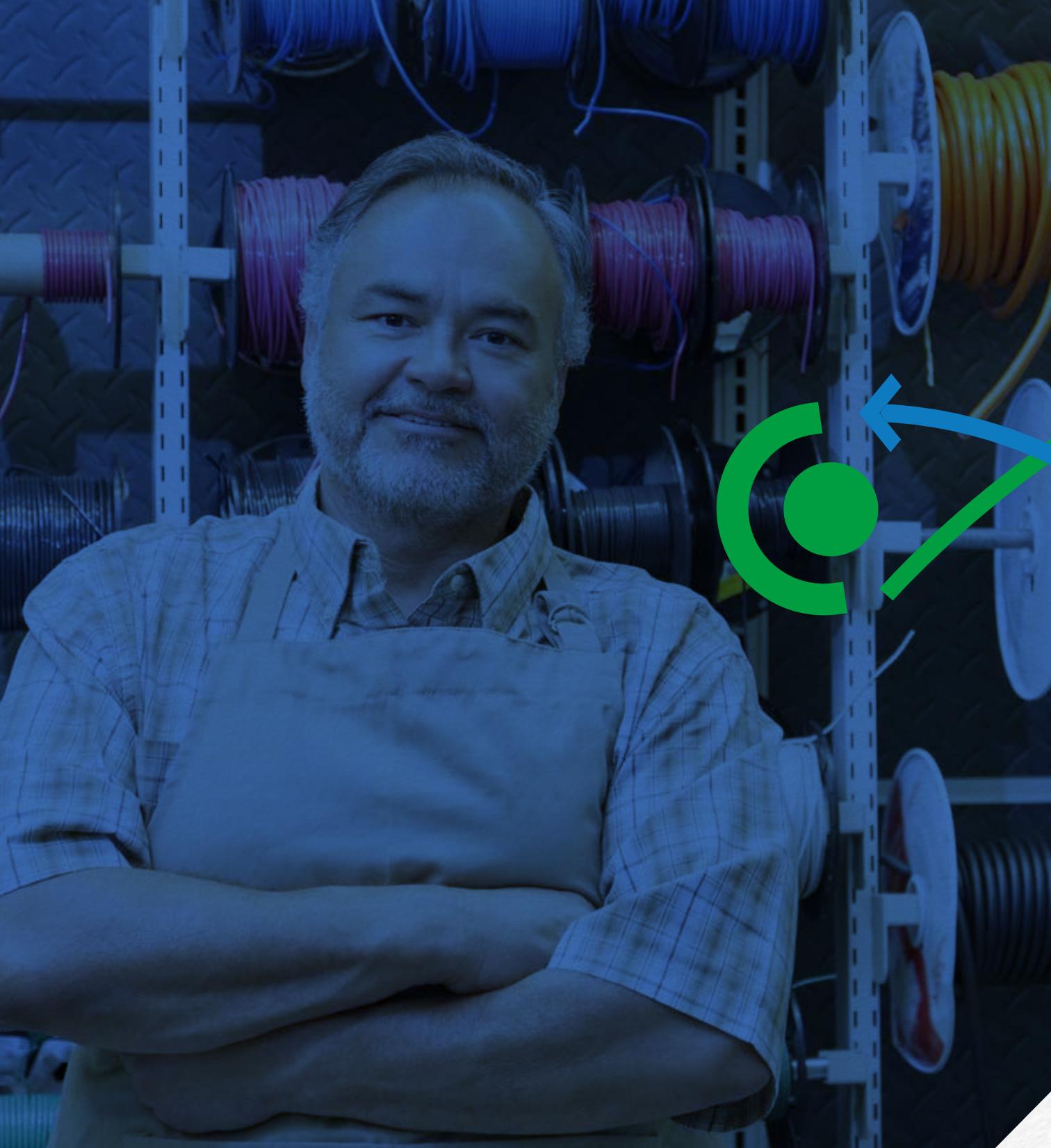
O maior estudioso sobre o tema de estratégias competitivas, Michael Porter, professor da Universidade de Harvard (Estados Unidos), já na década de 1980 tratava sobre diferenciação, com o intuito de oferecer produtos e serviços como as melhores opções do mercado ao público consumidor.

Essa estratégia continua muito atual. A diferenciação é justamente a maior oportunidade para os pequenos negócios nesse momento, principalmente porque seria difícil e arriscado para Micro e Pequenas Empresas competirem em escala e em custos com grandes fornecedores. A diferenciação consiste em oferecer uma vantagem facilmente reconhecida pelos consumidores. Ao trabalhar com produtos e serviços de maior valor agregado, os pequenos negócios podem, inclusive, ter uma margem de lucro maior.

Nessa experiência mais de uma década com o Comércio Brasil, vimos que apenas 17% das Micro e Pequenas Empresas já estão aptas a fornecer para grandes compradores. As demais carecem da orientação de especialistas, como o Sebrae. O principal entra-

ve é vencer gargalos de produção e entregar qualidade, não de forma pontual, mas com a regularidade que o mercado exige.

Por isso, o Sebrae continuará trabalhando para que seus agentes da Rede Nacional Comércio Brasil estejam alinhados com a inovação, a sustentabilidade, a competitividade e a produtividade, para acompanhar as Micro e Pequenas Empresas em todas as etapas da comercialização e permitir acesso amplo e perene a novos mercados.





**COLOCANDO O
PEQUENO PARA
PENSAR EM REDE**



O Comércio Brasil foi criado pelo Sebrae em 2005, sob a inspiração de integrar os empreendimentos. O objetivo era criar uma rede de oferta e procura de produtos em todo o país. Com isso, a ideia inicial era identificar novas oportunidades, disponibilizar novo mecanismo para a abertura e a expansão do mercado, estabelecer alianças e parcerias de negócios, contribuir para a manutenção e/ou o incremento do faturamento, a participação no mercado e o emprego das Micro e Pequenas Empresas, e incrementar o intercâmbio comercial entre os estados participantes.

Mais do que a troca de experiências e conhecimento, conteúdo clássico do Sebrae, o projeto previa um passo adiante: pela primeira vez, uma iniciativa estabelecia uma rotina de integração de mercado, colocando, frente a frente, compradores e vendedores – não em uma feira ou evento similar, mas em uma rede funcional permanente.

Em 2005, nove unidades estaduais do Sebrae aderiram ao produto: Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Mato Grosso, Minas Gerais, Piauí, Rio Grande do Norte e São Paulo. Em 2007, outras nove unidades já estavam inte-

gradadas ao projeto: Acre, Espírito Santo, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Pará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Sergipe.

No ano seguinte, mais nove unidades integraram-se ao Comércio Brasil: Alagoas, Amapá, Roraima, Rondônia, Goiás, Paraíba, Paraná, Santa Catarina e Tocantins.

EMPRESAS PARTICIPANTES DO COMÉRCIO BRASIL

2007

473 empresas

2008

1,5 mil empresas

2016

9 mil empresas

Após desacelerar a operação do Comércio Brasil durante alguns anos, em 2017 a rede volta a se integrar, colocando empresários de pequenos negócios frente aos compradores, sempre com o apoio do Sebrae, por meio de acompanhamento das comercializações e apoio nas ações com foco em vendas.

ACRÉSCIMO DE VENDAS COM O PROJETO

2005-2008

R\$ 39 milhões

de vendas

2011-2016

R\$ 150 milhões

de vendas

EXPANSÃO DO PROJETO

COMÉRCIO BRASIL 2005 – IMPLANTAÇÃO

Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Mato Grosso, Minas Gerais, Piauí, Rio Grande do Norte e São Paulo.

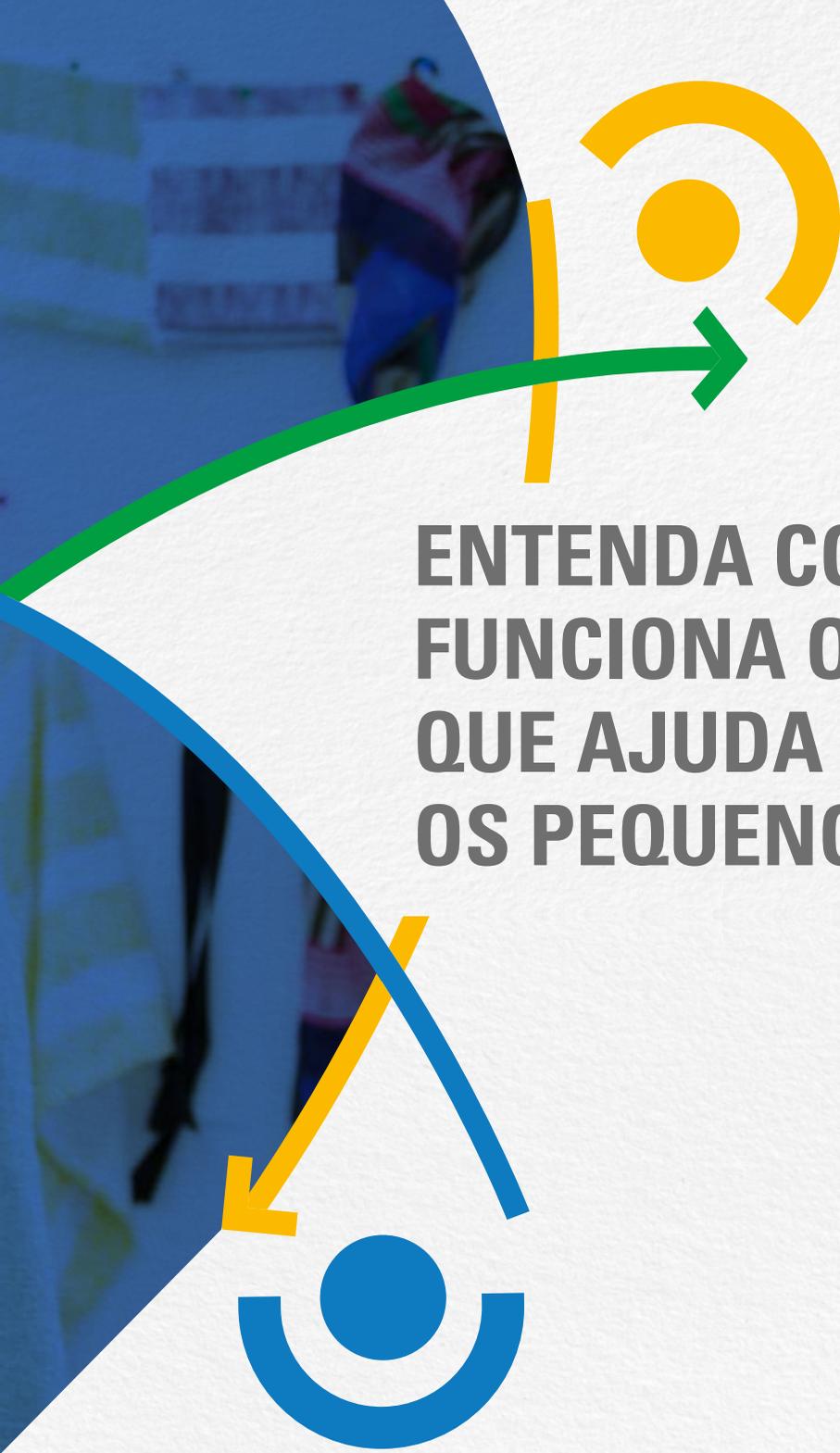
2007 – MUDANÇA NA METODOLOGIA

Acre, Espírito Santo, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Pará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Sergipe.

2008 – CONSOLIDAÇÃO

Alagoas, Amapá, Roraima, Rondônia, Goiás, Paraíba, Paraná, Santa Catarina e Tocantins.





**ENTENDA COMO
FUNCIONA O PROJETO
QUE AJUDA A INTEGRAR
OS PEQUENOS NEGÓCIOS**



O QUE É?

Criada em 2005, a Rede Nacional Comércio Brasil é uma ferramenta de aproximação comercial focada na prospecção de compradores; sejam canais de comercialização (atacado, varejo e representante comercial) ou organizacionais (demais compradores) para MPES.



OBJETIVO

Identificar novas oportunidades de mercado, oferecendo mecanismos de acesso a mercados às empresas atendidas.



OS ATORES DO PROJETO

São categorias de operadores do Comércio Brasil:

- » Coordenadores nacionais;
- » Gestores estaduais;
- » Gestores regionais;
- » Empresários;
- » Representantes comerciais;
- » Parceiros.



COMO FUNCIONA?

Na primeira fase, agentes de mercado fazem diagnósticos para identificar se a empresa está apta a participar do Comércio Brasil.

O diagnóstico levanta dados relacionados à comercialização (conhecimento do mercado, políticas de preço e logística).

Com esses dados, o estudo indica o *status* da empresa, que pode ser “apta para venda dentro ou fora do Estado ou não apta” (inter ou intraestadual), “apta com necessidades de melhorias”, “em fase de preparação” e “dependendo de modernização e capacitação”.

Estando apta, a empresa passa a integrar a Rede Nacional Comércio Brasil. Agentes de mercado começam a prospectar compradores na própria rede e também em eventos destinados à aproximação comercial.

COMÉRCIO BRASIL: PERÍODO DE CONSOLIDAÇÃO

A história dos primeiros anos do Comércio Brasil (2005-2008) é importante para a percepção do que viria a seguir: o processo de consolidação da iniciativa do Sebrae. Os números mais recentes do projeto indicam a importância e o sucesso dessa empreitada.

O Comércio Brasil vem cumprindo sua meta de integrar mercados para os pequenos negócios, capacitando empreendedores e fazendo a oferta de produtos e serviços em rede. De 1.105 empresas cadastradas em 2008, o projeto saltou para um total de mais de 9 mil – entre ofertantes e canais aptos ou atuantes – no final de 2016. Essas Micro e Pequenas Empresas espalham-se por 27 estados – em todas as regiões do país e nos quatro setores da economia.

De acordo com dados do projeto, entre 2011 e 2015, 16,77% das empresas classificadas como ofertantes foram consideradas prontas para fornecer aos compradores.



RELATÓRIO DE SITUAÇÃO DE EMPRESAS POR ESTADO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016								
UNIDADE DA FEDERAÇÃO	OFERTANTES				CANAL			
	SITUAÇÃO			RELAÇÃO ATUANTE/ APTA	SITUAÇÃO			RELAÇÃO ATUANTE/ APTA
	APTO	ATUANTE	TOTAL		APTO	ATUANTE	TOTAL	
AC	0	0	0	0%	0	0	0	0%
AL	39	25	64	64,10%	113	3	116	2,65%
AM	247	99	346	40,08%	220	45	265	20,45%
AP	0	0	0	0%	0	0	0	0%
BA	557	12	569	2,15%	563	0	563	0%
CE	137	9	146	6,57%	101	0	101	0%
DF	549	201	750	36,61%	689	13	702	1,89%
ES	5	0	5	0%	9	0	9	0%
GO	10	1	11	10,00%	1	0	1	0%
MA	19	3	22	15,79%	8	0	8	0%
MG	131	7	138	5,34%	203	3	206	1,48%
MS	121	47	168	38,84%	44	2	46	4,55%
MT	235	31	266	13,19%	288	12	300	4,17%
PA	54	18	72	33,33%	53	0	53	0%
PB	22	15	37	68,18%	79	5	84	6,33%
PE	635	36	671	5,67%	491	12	503	2,44%
PI	53	4	57	7,55%	15	0	15	0%
PR	86	0	86	0%	126	0	126	0%
RJ	321	12	333	3,74%	659	2	661	0,30%
RN	528	13	541	2,46%	273	3	276	1,10%
RO	43	33	76	76,74%	67	0	67	0%
RR	2	1	3	100%	10	0	10	0%
RS	104	50	154	48,08%	208	18	226	8,65%
SC	50	32	82	64,00%	70	0	70	0%
SE	0	0	0	0%	0	0	0	0%
SP	3	0	3	0%	42	0	42	0%
TO	19	15	34	78,95%	9	3	12	33,33%
TOTAL	3970	664	4634	16,73%	4341	121	4462	2,79%

Fonte: Sebrae (2017).

VENDAS POR ESTADO

No caso das vendas, os números mostram-se vultosos: R\$ 150 milhões foram comercializados em apenas quatro anos do Comércio Brasil. O resultado na tabela a seguir demonstra que 43,17% das vendas foram realizadas por empresas pernambucanas, o que significou cerca de R\$ 65 milhões no período entre 2011 e 2015.

RELATÓRIO DE VOLUME DE VENDAS POR ESTADO – DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016				
	UNIDADE DA FEDERAÇÃO	VOLUME DE VENDAS		
		TOTAL (R\$)	MÉDIO *MENSAL	PART. NO PERÍODO
1º	PE	64.810.536,72	233.131,43	43,17%
2º	AL	15.435.065,03	10.846,85	10,28%
3º	DF	12.227.516,95	14.539,26	8,14%
4º	MT	12.044.380,00	50.606,64	8,02%
5º	RJ	11.982.646,06	155.618,78	7,98%
6º	RN	7.189.910,18	16.415,32	4,79%
7º	AM	5.405.286,89	46.597,30	3,60%
8º	BA	2.989.637,79	35.172,21	1,99%
9º	TO	2.878.500,01	151.500,00	1,92%
10º	MS	2.770.159,15	12.044,17	1,84%
11º	SC	2.563.467,70	8.689,72	1,71%
12º	PA	2.547.249,48	31.064,02	1,70%
13º	RO	2.012.204,99	10.061,02	1,34%
14º	CE	1.810.907,67	95.310,93	1,21%
15º	RS	1.203.541,77	16.047,22	0,80%
16º	PI	833.860,02	92.651,11	0,56%
17º	MG	711.024,76	7.039,85	0,47%
18º	PB	602.385,96	5.526,48	0,40%
19º	MA	65.975,00	5.497,92	0,04%
20º	GO	53.381,00	53.381,00	0,04%
21º	RR	6.977,00	3.488,50	0,00%
	TOTAL	150.144.614,13	1.055.229,73	100%

Fonte: Sebrae (2017).

COMPRAS POR ESTADO

As compras identificadas a partir de negócios fechados por meio do Comércio Brasil totalizaram R\$ 150 milhões, entre janeiro de 2011 e dezembro de 2015. Segundo levantamento do Sebrae, o estado de Pernambuco também foi o que mais reuniu compradores. Quase 42% do valor comercializado no período foi proveniente dos pernambucanos.

O relatório de 2011 a 2015 registra que 24 UF participaram de compras na rede. O valor médio mensal do volume de compras, em todo o país, foi de R\$ 950,8 mil.

RELATÓRIO DE VOLUME DE COMPRAS POR ESTADO – DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016				
15º	PR	881.306,48	44.065,32	0,59%
16º	MA	849.615,00	23.600,42	0,57%
17º	SP	804.688,90	17.121,04	0,54%
18º	MG	727.714,46	7.277,14	0,48%
19º	PI	642.104,82	91.729,26	0,43%
20º	PB	634.176,26	5.765,24	0,42%
21º	BA	197.044,60	9.852,23	0,13%
22º	GO	53.381,00	53.381,00	0,04%
23º	ES	8.000,00	8.000,00	0,01%
24º	RR	6.977,00	3.488,50	0,00%
	TOTAL	150.144.614,13	950.872,58	100%

Fonte: Sebrae (2017).

NEGÓCIOS POR SEGMENTO

A força do Comércio Brasil também se mostra na diversidade de segmentos empresariais que integram a rede. Eles estão distribuídos nos quatro setores da economia – agronegócio, indústria, comércio e serviço –, somando quase uma centena de áreas em que o projeto atua.

No relatório 2011-2015 das empresas com negócios realizados, o segmento de artesanato contava com 234 participantes. Logo em seguida, aparece o segmento de indústrias de alimentos e bebidas, com 177 representantes. Empresas dos segmentos de fruticultura e o de têxteis/confecções possuíam 64 empresas cada. Isso demonstra a capilaridade de segmentos atendidos pela Rede Nacional Comércio Brasil.

RELATÓRIO DE EMPRESAS POR SEGMENTO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016				
SETOR	SEGMENTO	OFERTANTES	CANAL	TOTAL
AGRONEGÓCIOS	FRUTICULTURA	54	7	61
	DERIVADOS DE CANA DE AÇÚCAR	40	10	50
	HORTICULTURA	29	1	30
	AQUICULTURA E PESCA	25	4	29
	LEITE E DERIVADOS	21	6	27
	APICULTURA	22	0	22
	CAFÉ	16	3	19
	MULTISETORIAL AGRONEGÓCIOS	15	2	17
	MANDIOCULTURA	9	1	10
	VITIVINICULTURA	6	0	6
	TECNOLOGIA SOCIAL RURAL	5	1	6
	FLORICULTURA	6	0	6



RELATÓRIO DE EMPRESAS POR SEGMENTO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016				
SETOR	SEGMENTO	OFERTANTES	CANAL	TOTAL
AGRONEGÓCIOS	CARNE	6	0	6
	AGROENERGIA	3	0	3
	OVINO E CAPRINO	3	0	3
	TUBÉRCULOS	2	0	2
COMÉRCIO	ARTESANATO	202	32	234
	COMÉRCIO VAREJISTA	24	2	26
INDÚSTRIA	INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS	142	35	177
	TÊXTEL E CONFECÇÕES	49	15	64
	CONSTRUÇÃO CIVIL	35	17	52
	MADEIRA E MÓVEIS	27	4	31
	METAL-MECÂNICA	20	3	23
	QUÍMICA E PVC	11	5	16
	COSMÉTICOS	9	1	10
	OLEIRO CERÂMICO	4	3	7
	ELETROELETRÔNICO	4	2	6
	INDÚSTRIA GRÁFICA	5	0	5
	BIOTECNOLOGIA	3	0	3
	COURO E CALÇADOS	2	1	3
	PETRÓLEO E GÁS	1	0	1
	PEDRAS E ROCHAS ORNAMENTAIS	1	0	1
EQUIPAMENTO MÉDICO, ODONTO. E HOSP.	1	0	1	

RELATÓRIO DE EMPRESAS POR SEGMENTO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016				
SETOR	SEGMENTO	OFERTANTES	CANAL	TOTAL
SERVIÇOS	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	11	0	11
	MULTISETORIAL INDÚSTRIA	5	1	6
	SERVIÇOS	4	1	5
	TURISMO	2	2	4
	MULTISETORIAL INDIVIDUAL	2	2	4

	OFERTANTE	CANAL	TOTAL
AGRONEGÓCIOS	262	35	297
INDÚSTRIA	314	86	400
COMÉRCIO	226	34	260
SERVIÇOS	24	6	30
TOTAL	826	161	987

Fonte: Sebrae (2017).

EXPANSÃO DA INDÚSTRIA

É no vestuário que se encontra o principal destaque da indústria no projeto Comércio Brasil. O setor de couro e calçados alcançou maior rendimento no setor industrial. Nessa linha, também está a fabricação de roupas e uniformes.

Da mesma forma, outro ramo de destaque, o de alimentos processados, guarda relação com o setor de agronegócios. Também se destacou o volume faturado com projetos industriais, mostrando que a rede de integração do projeto tem grande força e vocação para a troca de informações para profissionalização e especialização de seus integrantes.

INDÚSTRIA DE:01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS	ÁGUAS E SUCOS	30.014,22
	ALIMENTOS CASEIROS	80.560,62
	ALIMENTOS FUNCIONAIS	49.958,27
	ALIMENTOS PROCESSADOS	198.903,24
	BARRA DE FRUTAS DESIDRATADAS	13.109,18
	BISCOITOS DE GOMA	4.600,00
	BISCOITOS E COOKIES	200,00
	CHOCOLATE	21.967.301,90
	DOCES	42.434,58
	GELADOS COMESTÍVEIS	27.687,00
	IOGURTES	44.500,00
	ÓLEOS COMESTÍVEIS	7.195,05
PALMITO EM CONSERVA	198.025,00	
SUCOS DIVERSOS	112.916,62	
INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS TOTAL		22.777.405,68

INDÚSTRIA DE:01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
COURO E CALÇADOS	CALÇADOS	21.967.301,90
COURO E CALÇADOS TOTAL		21.967.301,90
MADEIRA E MÓVEIS	PEÇAS DECORATIVAS	1.590.884,33
	PEÇAS PARA CONSTRUÇÃO CIVIL	134.328,96
	PORTAS EM MADEIRA	10.954,44
MADEIRA E MÓVEIS TOTAL		1.736.167,73
CONSTRUÇÃO CIVIL	AREIA	55.000,00
	ARGAMASSA	31.000,00
	ESQUADRIA	150.000,00
	EXECUÇÃO DE OBRA CIVIL	198.720,65
	MATERIAL PARA ACABAMENTO	58.819,00
	METAIS HIDROSSANITÁRIOS	242.000,02
	PLATAFORMA ELEVATÓRIA	16.000,00
	PROJETOS	260.511,11
CONSTRUÇÃO CIVIL TOTAL		1.012.050,78
METAL-MECÂNICA	ALUMÍNIO	26.142,86
	EQUIPAMENTOS PARA AGROINDÚSTRIA	37.199,73
	FERRAMENTAS	189.929,10
	SEMIRREBOQUE	19.736,91
METAL-MECÂNICA TOTAL		273.008,60
TÊXTIL E CONFECÇÕES	CALÇA	53.381,00
	FABRICAÇÃO DE ROUPAS	156.287,87
	LINGERIE	20.289,50
	TECIDOS	99,00
TÊXTIL E CONFECÇÕES TOTAL		230.057,37



INDÚSTRIA DE:01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
QUÍMICA E PVC	PRODUTO DE LIMPEZA	54.441,63
	PRODUTOS DE HIGIENE	39.982,86
QUÍMICA E PVC TOTAL		94.424,49
ELETROELETRÔNICO	COMPUTADOR	43.000,00
	IMPRESSORAS	35.000,00
ELETROELETRÔNICO TOTAL		78.000,00
BIOTECNOLOGIA	MEDICAMENTOS	40.342,00
	PRODUTOS BIORREMEIADORES E CONTENÇÃO DE CONTAMINAÇÃO	1.842,86
BIOTECNOLOGIA TOTAL		42.184,86
COSMÉTICOS	ESMALTE	8.100,00
	COSMÉTICOS EM GERAL	140.000,00
	PERFUMES	4.148,60
	PRODUTOS CAPILARES	23.844,88
	REMOVEDOR DE ESMALTES	1.187,50
	SABONETES	2.238,00
COSMÉTICOS TOTAL		179.518,98
INDÚSTRIA GRÁFICA	ETIQUETAS AUTOADESIVAS	15.400,00
	RÓTULOS E EMBALAGENS	17.714,41
INDÚSTRIA GRÁFICA TOTAL		33.114,41
OLEIRO CERÂMICO	TIJOLOS E TELHAS	26.500,00
OLEIRO CERÂMICO TOTAL		26.500,00
PETRÓLEO E GÁS	CARVÃO VEGETAL	3.333,33
PETRÓLEO E GÁS TOTAL		3.333,33
EQUIPAMENTO MÉDICO, ODONTO. E HOSP.	MÁSCARA TERMOGEL	2.303,57
EQUIPAMENTO MÉDICO, ODONTO. E HOSP. TOTAL		2.303,57

INDÚSTRIA DE:01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
OUTROS	OBJETOS DE PAPELARIA	100,00
	UTENSÍLIOS DE ALUMÍNIO	1.350.500,00
OUTROS TOTAL		1.350.600,00
TOTAL GERAL		49.805.971,70

Fonte: Sebrae (2017).

A FORÇA DO AGRONEGÓCIO

Cerca de 80 tipos de produtos relacionados ao agronegócio foram ofertados e tiveram destaque na Rede Nacional Comércio Brasil. O segmento de frutas, como uvas, manga e acerola, foi um dos mais movimentados. Há também grande potencial de comercialização de farinhas e os vários tipos de cachaças.

No dia a dia dos operadores do Comércio Brasil, incluindo gestores e agentes de mercado, o ramo do agronegócio chama a atenção: traz resultados rápidos e muito evidentes para os participantes do projeto. Com a capacitação e a apresentação a canais de distribuição, oferecidas pelo Sebrae, os produtores são comercializados não apenas no mercado local, como em outros estados e, inclusive, no exterior.

AGRONEGÓCIO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
APICULTURA	MEL	764.744,91
	MEL DE ENGENHO	101.722,92
	PÓLEM	14.257,00
	PRÓPOLIS	1.200,00
	VINAGRE DE MEL	329.646,33
APICULTURA TOTAL		1.211.571,16
AQUICULTURA E PESCA	CAVIAR BRASILEIRO	1.235,31
	MOLUSCOS CONGELADOS	482.733,08
	MOLUSCOS EM CONSERVA	185.281,50
	MOLUSCOS VIVOS	605.072,72
	PEIXES DE CATIVEIRO	5.827.900,01
AQUICULTURA E PESCA TOTAL		7.102.222,62

AGRONEGÓCIO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
CAFÉ	CAFÉ ORGÂNICO	213.913,80
	CAFÉ PROCESSADO	123.347,10
CAFÉ TOTAL		337.260,90
CARNE	CARNE DE CORDEIRO	1.210.000,00
	CARNES EXÓTICAS	352.935,00
	CORTES BOVINOS E SUÍNOS	755.720,00
CARNE TOTAL		2.318.655,00
DERIVADOS DE CANA DE AÇÚCAR	AÇÚCAR MASCAVO	300,00
	CACHAÇA	741.786,88
	CACHAÇA COM MEL	121.698,27
	CACHAÇA ENVELHECIDA	1.446.773,07
	CACHAÇA ORGÂNICA	850.029,37
	MELADO	36.200,00
DERIVADOS DE CANA DE AÇÚCAR TOTAL		3.196.787,59
FLORICULTURA	FLORES	989,00
	FOLHAGEM	34.343,80
FLORICULTURA TOTAL		35.332,80



AGRONEGÓCIO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
FRUTICULTURA	ABACAXI	2.582.589,37
	ACEROLA	20.158.498,85
	BANANA	1.465.671,00
	COCO	386.140,00
	FRUTAS EXÓTICAS	776.570,00
	GOIABA	4.581,45
	LARANJA LIMA	102.012,00
	LIMÃO	3.490,00
	MAMÃO	54,00
	MANGA	6.115.326,25
	MARACUJÁ	80.664,90
	MELÃO	201.352,00
	POLPAS	1.791.015,59
	UVA	39.164.242,18
FRUTICULTURA TOTAL		72.832.207,59
HORTICULTURA	MONTAGEM INDUSTRIAL	10.200,00
	PIMENTA BIQUINHO	10.549,80
	VERDURAS EM GERAL	1.225.311,00
HORTICULTURA TOTAL		1.235.511,00

AGRONEGÓCIO DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
LEITE E DERIVADOS	ACHOCOLATADO	9.500,00
	BEBIDA LÁCTEA	782.730,00
	IOGURTE	643.036,00
	QUEIJO	3.974.023,97
	QUEIJO CHEDDAR	1.200,00
	QUEIJO COALHO	957.853,77
	QUEIJO FRESCAL	6.080,00
	QUEIJO MUSSARELA	247.741,00
LEITE E DERIVADOS TOTAL		6.622.164,74
MANDIOCULTURA	FARINHA DE MANDIOCA	8.672.950,00
	MANDIOCA	312.835,80
MANDIOCULTURA TOTAL		8.995.225,80
OUTROS	CASTANHA	3.487.873,97
	ARROZ	9.440,00
	CONDIMENTOS ALIMENTÍCIOS	14.183,66
OUTROS TOTAL		3.512.607,43
TUBÉRCULOS	CEBOLA	271.548,00
	INHAME	56.636,45
TUBÉRCULOS TOTAL		328.184,45
VITIVINICULTURA	VINHO	513.539,42
VITIVINICULTURA TOTAL		513.539,42
TOTAL GERAL		108.421.270,50

Fonte: Sebrae (2017).

COMÉRCIO E SERVIÇOS EM ABUNDÂNCIA

Refletindo sua organização e capilaridade, inclusive com o apoio constante que tem do Sebrae em todo o Brasil, o varejo de roupas é o mais destacado no setor de comércio e serviços. A força do ramo de vestuário tem a ver com a própria filosofia do Comércio Brasil: há tempos os diversos mercados estaduais integram-se, principalmente, por meio de feiras e outros eventos frequentes.

No que se refere à diversidade, o grande destaque é o setor de artesanato. Nada menos do que 20 categorias de produtos estão representadas no Comércio Brasil.

SERVIÇOS DE: 01/2011 ATÉ: 12/2016		
SEGMENTO	PRODUTO	TOTAL
SERVIÇOS	ASSESSORIA E CONSULTORIA	4.765,00
	MARKETING DIGITAL	19.200,00
SERVIÇOS TOTAL		23.965,00
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE	216.482,00
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO TOTAL		216.482,00
TECNOLOGIA SOCIAL RURAL	SOFTWARE DE AUTOMAÇÃO COMERCIAL	4.026.980,00
TECNOLOGIA SOCIAL RURAL TOTAL		4.026.980,00
TURISMO	PACOTES TURÍSTICOS	990.000,00
TURISMO TOTAL		5.257.427,00

Fonte: Sebrae (2017).



A decorative graphic on the left side of the page. It features a large blue curved shape at the top left, a green arrow pointing right, and a yellow curved shape at the top right. At the bottom left, there is a blue curved shape and a yellow arrow pointing left. The background is a light blue gradient with a faint image of a city skyline.

BONS EXEMPLOS REVELAM SUCESSO DO COMÉRCIO BRASIL

O aumento da produtividade, a ampliação do acesso a mercados, a conquista de novos clientes, a contratação de funcionários e o crescimento nas vendas são fatores comuns às empresas que participaram da Rede Nacional Comércio Brasil, durante os primeiros dez anos de atuação.

Seja em menor escala, seja em maior, os empresários relatam a importância de ter aberto o leque de possibilidades e ampliado o mercado de atuação.

Em uma década, o objetivo do Comércio Brasil foi atingido: aproximar pequenas empresas fornecedoras, dos mais diversos tipos de produtos, e compradoras de todos os pontos do país. É a capilaridade e a força dos pequenos negócios gerando renda nos quatro cantos do Brasil.



EXPANDINDO O MERCADO DE FARINHAS E TAPIOCAS

A Farinheira Canaã, localizada na cidade de Arapiraca, em Alagoas, sabe bem a importância que uma boa divulgação pode trazer para o desenvolvimento da empresa. Quando participou do Comércio Brasil, em 2010, a Farinheira possuía apenas uma máquina de produção de farinha de mandioca e estava instalada em um pequeno salão.

O contato com o Sebrae AL possibilitou que a empresa divulgasse o produto em feiras e eventos de várias cidades alagoanas. O resultado foi que o negócio teve um salto de produtividade.

A partir do segundo semestre de 2011, a Farinheira Canaã já estava faturando mais. Tanto que o passo seguinte foi investir na melhoria das embalagens e na compra de mais três máquinas para conseguir atender à demanda crescente. Em 2013, depois de conquistar os grandes supermercados de Maceió, tornou-se a maior produtora de farinha do estado.



O empresário Rildo Batista não revelou de quanto foi a ampliação do negócio, mas falou que, a partir do Comércio Brasil, conquistou tantos clientes que teve que comprar, além das máquinas de farinha, uma só para produzir goma de tapioca. *“A empresa existe há 15 anos e, durante todo esse tempo, não tínhamos conhecimento de como atuar mercado. O Sebrae nos ajudou muito a ter mais informação,”* disse.

Além de Alagoas, a Farinheira Canaã fornece também para clientes de Aracaju (SE).



Um restaurante que serve uma diversidade de peixes de águas doce e salgada conquistou o paladar dos estrangeiros que estiveram em Manaus (AM) para assistir aos jogos da Copa do Mundo de Futebol, em 2014. O Tambaqui de Banda foi o único restaurante credenciado pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) para montar sua estrutura dentro do estádio Arena Amazônia.



O empresário Mário Freitas do Valle conta que tudo começou por meio do apoio que o Sebrae deu ao empreendimento, em 2013. *“A instituição foi responsável pelo contato com a empresa que negociava com a FIFA a inserção dos negócios no período da Copa do Mundo de Futebol. Esse foi nosso primeiro ganho direto,”* revela.

Além de instalar a estrutura do restaurante no estádio, o Tambaqui de Banda recebeu muitos estrangeiros, que escolheram o local como uma espécie de “ponto de encontro” ou “aquecimento” antes dos jogos. O prato mais procurado foi o “fish and chips”, uma espécie de peixe e batatas fritas. *“Havia dias em que, além dos clientes*

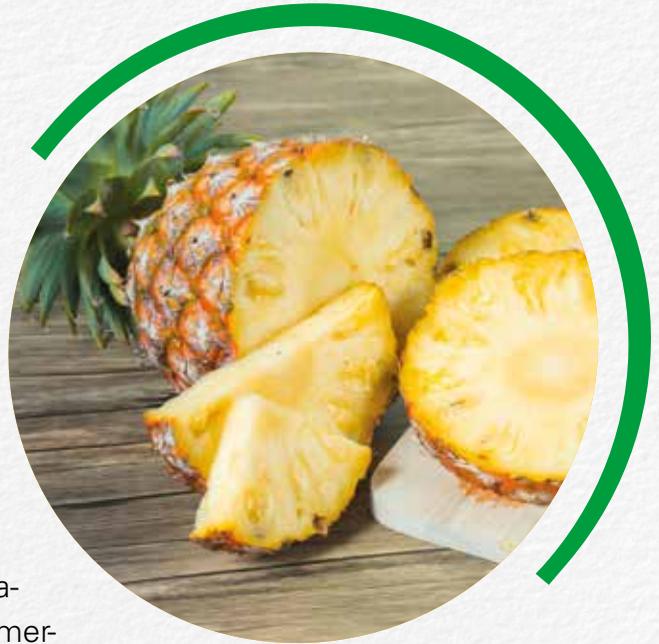
dentro do restaurante, tínhamos cerca de 20 mil pessoas do lado de fora! Foi uma bela loucura!”, relembra, encantado.

Mário Freitas disse que não foi apenas a aproximação feita pelo Sebrae, mas sim as rodadas de negócio das quais a empresa participou, promovidas também pela instituição, é que foram fundamentais para a visibilidade do empreendimento.

O tambaqui é um peixe encontrado no rio Amazonas e em seus afluentes, que pode atingir até 90 cm de comprimento e 13 kg de peso.



A Cooperativa de Produtores de Abacaxi de Itaberaba (Coopaita), localizada a 285 km de Salvador (BA), entrou no Comércio Brasil em 2009, seis anos após sua fundação. Os produtores adequaram sua produção às necessidades do mercado e os representantes da Coopaita visitaram outros estados para prospectar clientes.



Segundo o presidente da entidade, Valdomiro Vicente Victor, o Comércio Brasil ajudou a recuperar o espaço perdido depois de quatro anos de seca e de queda na qualidade dos produtos.

“O Comércio Brasil não apenas abre as portas para a comercialização. Ele vai além. Antes, as frutas eram vendidas somente in natura, de forma desordenada e com regras feitas pelo atravessador, que sempre repassava os custos para os produtores. Agora, demos um salto. Saímos de um salário mínimo para uma média de 2,2 salários de renda mensal para cada uma das 125 famílias que integram a cooperativa”, revela.

Cada quilo da fruta *in natura* produzia cerca de 50 gramas de abacaxi desidratado – sem casca, coroa e pedúnculo. Hoje, a Coopaita produz 2 toneladas por mês de abacaxi desidratado.



A rede de supermercados Walmart é outra grande compradora de orgânicos de pequenos produtores do Nordeste do país. Radi Batista, gerente de Agromercados do Walmart, no Nordeste, conta que a rede possui um programa conhecido como Clube dos Produtores, que identifica e dá suporte para que pequenos produtores transformem-se em fornecedores do supermercado.



“Sempre que busco pequenos produtores e seus produtos de boa qualidade, pesquiso primeiro no Sebrae. Foi a partir desse contato que conhecemos a Casa Apis, que nos fornece mel e derivados, e a Copacaju,” exemplifica.

Radi Batista não revelou o volume de compras nem a quantidade de fornecedores de pequeno porte, mas garante que a relação que o supermercado tem tido com esses empresários rurais é duradoura.



TOMATES ORGÂNICOS: DO PRODUTOR PARA A MESA DO CONSUMIDOR

A produção de tomates orgânicos dos irmãos Ferreira vem conquistando cada vez mais espaço no mercado do Distrito Federal. Há menos de dois anos, Sávio, Maria Jaqueline e Lara Ferreira começaram a plantar tomates na propriedade que fica em Planaltina de Goiás, cidade no entorno de Brasília, localizada a cerca de 60 km do centro da capital federal.



No início, a plantação da fruta orgânica era feita apenas pelos três irmãos e de maneira muito artesanal, como um *hobby*. Depois que começaram a atuar em projetos do Sebrae DF, inclusive do Comércio Brasil, muita coisa mudou. *“Começamos a nos profissionalizar, a aprender a produzir com qualidade, mas com foco no mercado,”* disse Sávio de Castro Ferreira.

Segundo o empreendedor, a aproximação com o Sebrae foi o que possibilitou a alavancagem do negócio. *“Nos qualificamos, tivemos apoio técnico e conquistamos mercado,”* disse.



A produção de cerca de 100 caixas de tomates por semana é vendida para associações e cooperativas de Brasília, além de restaurantes especializados em alimentos orgânicos. Com o aumento da produtividade e das vendas, Sávio informou que, em 2015, contrataram três funcionários com carteira assinada, e pretendem contratar.

“Só com a participação do Sebrae, tivemos um crescimento considerável,” revelou.



A empresária Cristina Pascoli Tongo, dona do Café Caramello, localizada na cidade de Serra, no Espírito Santo, participou do Comércio Brasil em julho de 2015. Ela criou o primeiro café em creme comercializado do Brasil, em 2012, e passou a trabalhar junto com o Sebrae para melhorar e divulgar seu negócio. Em pouco tempo a empresa passou a franquiar o produto e, hoje, já possui 43 franquias em Minas Gerais, no Rio de Janeiro, em São Paulo, em Santa Catarina, no Paraná, em Pernambuco, em Goiás, no Distrito Federal e no próprio Espírito Santo.

Quando participou do Comércio Brasil, viu aparecer oportunidades em outros estados, principalmente em feiras no Sul do país.



“Um dos consultores do Sebrae no Espírito Santo avaliou que levar a empresa para o evento em Santa Catarina seria uma boa oportunidade. Foi uma espécie de teste de mercado na região. Ao final, recebi uma planilha com o contato de cerca de 30 pessoas que tinham gostado do produto e teriam interesse em comercializá-lo na região. Começamos a ganhar espaço no mercado fora do nosso estado,” contou.

Cristina explica que, após o Comércio Brasil, sentiu segurança em investir em *marketing* e publicidade em outras cidades. *“Essa ação me deu segurança para iniciar um negócio onde já havia sido realizada uma espécie de validação. E até hoje recebo, do Sebrae, lugares identificados como oportunidades para comercializar meu produto. Essa ação é fundamental para conseguirmos conquistar novos mercados. Estou muito satisfeita,”* garantiu Cristina Pascoli.



CALDINHO CONGELADO CONQUISTA O PALADAR NO NORTE E NO CENTRO-OESTE

A empresa Caldos Corujão, da cidade de Várzea Grande, localizada na região metropolitana de Cuiabá, em Mato Grosso, viu a melhoria na qualidade de seus produtos a partir do trabalho feito com o Sebrae. Isso porque, após os contatos realizados por meio do Comércio Brasil, a empresa passou a se preocupar mais com a embalagem dos caldos produzidos.

O administrador da Caldos Corujão, Celso Luiz dos Reis, conta que a participação no Comércio Brasil aproximou a empresa de grandes compradores, como o hipermercado Extra e o atacadista Assaí, e de diversos mercados de pequeno porte. *“Participamos de uma feira promovida pelo Sebrae há cerca de dois anos, e isso foi primordial para o crescimento do negócio,”* disse.



Segundo Celso, foi feito um trabalho também com uma profissional de engenharia de alimentos, que auxiliou a empresa com a produção de um Manual de Boas Práticas. *“Isso foi importante para que fôssemos aprovados pelos órgãos de Vigilância Sanitária local”*, afirmou.

Há sete anos no mercado, a Caldos Corujão produz cerca de mil caldos por dia, de oito tipos de sabores congelados, e fornece para os estados de Mato Grosso, de Mato Grosso do Sul e também de Rondônia. Possui sete funcionários e outros seis promotores de vendas.



TEMPEROS DESIDRATADOS CONQUISTAM CLIENTES NO INTERIOR

Há 21 anos trabalhando na produção de temperos desidratados para alimentos, a Vó Ermínia, empresa de Campo Grande (MS), viu no Sebrae um apoiador para conquistar o mercado no interior do estado. O gerente administrativo e financeiro, Gabriel Galvanini, conta que há pouco mais de três anos, quando participaram do Comércio Brasil, a empresa vinha crescendo e vendendo seus produtos para supermercados na capital sul-mato-grossense, em Mato Grosso, Rondônia e São Paulo. *“Já possuíamos uma boa rede de clientes, mas faltava conquistar o interior do estado,”* revelou.



Quando foram apresentados ao Comércio Brasil, os administradores da Vó Ermínia gostaram da ideia de participar de rodadas de negócio e de poder mostrar seus produtos para supermercadistas no interior. *“Pode parecer que não, mas é mais difícil entrar no mercado local ou regional do que no de outros estados,”* fala.

Em 2013, por exemplo, depois de participarem de algumas rodadas de negócio, a empresa teve um aumento de produtividade da ordem de 10%. De lá para cá, além

dos supermercados, hotéis e restaurantes também se interessaram pelos temperos da bisavó de Gabriel.

Além dos temperos prontos, Vó Ermínia produz tomates secos, ovos de codorna em conserva, pimentas, ervas finas, farofas, *champignon*, entre outros itens. A empresa, que já foi incubada pela prefeitura no início de suas atividades, hoje conta com 17 funcionários.



PRODUZINDO SAÚDE

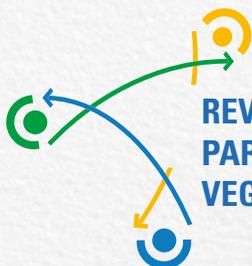
O apoio do Sebrae à empresa mineira Nutra Vita Produtos Naturais, por meio do Comércio Brasil, foi fundamental para o crescimento do negócio. A afirmação é do empresário Lenine Guimarães. Segundo ele, desde que participaram do projeto, o conhecimento de novos mercados e as vendas das barras de frutas naturais cresceram em uma velocidade bem mais rápida do que se tivessem caminhado sozinhos.

“Participamos de feiras que nos abrem as portas para conhecermos vários clientes e, na Copa do Mundo de 2014, enviamos nosso produto para Brasília e tivemos uma boa aceitação,” comemora o empresário de Belo Horizonte.

Segundo ele, depois da parceria com o Sebrae, as vendas explodiram e a fábrica, que antes estava alocada em um ambiente de 110 m², hoje está em um local de 600 m². Além de vender para o estado de Minas Gerais, a Nutravita fornece para São Paulo, Rio de Janeiro e até para o exterior.



“Estamos adquirindo uma máquina para ampliar nossa produção. Hoje nossa capacidade produtiva é de cerca de 320 mil barras de frutas por dia, mas a demanda é muito maior. Com a nova máquina, produziremos 100 mil barras diariamente,” afirmou.



REVIRAVOLTA E PLANEJAMENTO PARA FABRICAR BISCOITOS VEGANOS

Há sete anos no mercado, a indústria de biscoitos Vegano Vegetariano de Belém, no Pará, é o exemplo de que, com planejamento e gestão, o empreendimento só tem bons resultados. A empresária Ina de Lima conta que, antes de conhecer o trabalho do Sebrae, chegou a vender a única casa que tinha para investir no negócio. *“Não tinha informações sobre os serviços oferecidos pelo Sebrae. Achava que eram apenas cursos,”* disse.



Mas os gestores do Comércio Brasil ajudaram a empresária não apenas a conquistar novos clientes na capital paraense, como também a gerenciar melhor o negócio. Com isso, dos 11 pontos de venda, ela passou a fornecer para 38 pontos.

Além disso, antes de atuar com o Comércio Brasil, as perdas na produção chegavam a 40%. Depois da atuação do Sebrae na empresa, as perdas chegam a apenas 100 gramas, quando ocorrem. *“Conseguimos aceitabilidade no mercado, mais espaço e respeito. É muito bom ver as pessoas comprando e consumindo o produto que você planejou e produziu,”* disse Ina.



Segundo a empresária, hoje o empreendimento tem mais respaldo e a produção não é mais tão artesanal. *“Profissionalizamos o negócio. Tudo o que a equipe de mercado do Sebrae nos orientou, nós acreditamos e aplicamos o conhecimento adquirido,”* contou.

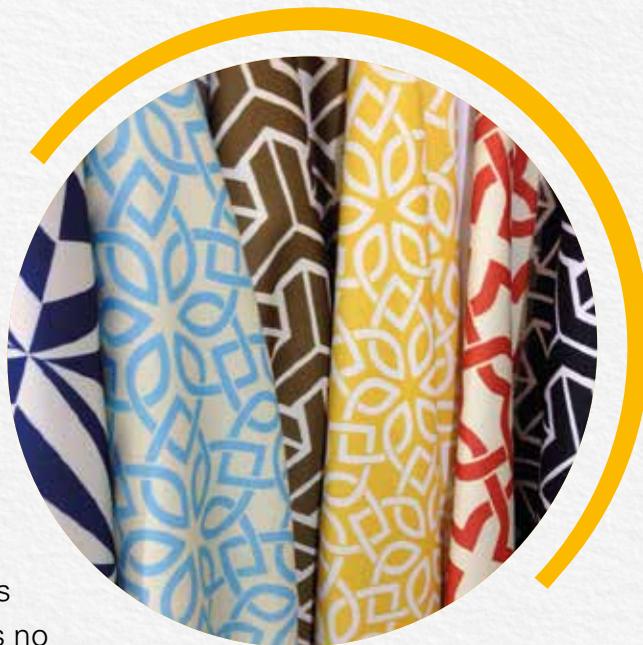


PROSPECTANDO MERCADOS DE DECORAÇÃO

A Decorare Têxtil, empresa localizada em Cabedelo, distante cerca de 20 km de João Pessoa, na Paraíba, especializou-se na produção de peças para lojas de decoração. Almofadas, porta-retratos e colchas, entre outras peças, são vendidas no atacado para empresas de todo o país.

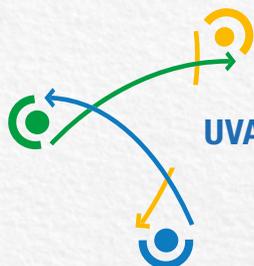
Há 13 anos no mercado, a diretora da empresa, Luciana Moreno de Gusmão Cunha, conta que o negócio já passou por várias experiências para conquistar o mercado e novos clientes, mas sempre contou com a ajuda do Sebrae para dar embasamento sobre a qualidade na produção, os meios certos para acessar os clientes, participar de feiras e eventos e prospectar mercados.

“Surgimos com o objetivo de atender ao mercado da alta decoração com produtos diferenciados, design próprio e alto padrão de qualidade. Por isso, precisamos sempre atuar para melhorar a forma como nos comportar no mercado,” disse.





Depois do contato com o Comércio Brasil, a empresa reforçou sua posição nos mercados em que já atuava – São Paulo, Rio de Janeiro e outros estados – e ganhou mais confiança para ampliar sua rede de clientes.



UVAS TIPO EXPORTAÇÃO



As uvas produzidas pela Cappellaro Fruits, do Vale do São Francisco, especificamente na cidade de Petrolina, em Pernambuco, já conquistaram o paladar de clientes em todo o Brasil. O sócio-proprietário da empresa, Ricardo Cappellaro, informou que há mais de 15 anos ampliaram as vendas para além das fronteiras do Nordeste brasileiro, dominando o mercado em estados do Centro-Oeste, do Sul e do Sudeste.

Segundo ele, as rodadas de negócios do Comércio Brasil são importantíssimas para aproximar empresários e clientes. *“O Vale do São Francisco tornou-se referência na produção de frutas de mesa no Brasil. No caso da Cappollaro, produzimos cerca de 10 milhões de quilos de uvas por ano,”* afirmou.

Com quase 400 funcionários e mais de 30 anos de mercado, a empresa de produção de frutas está planejando atuar no exterior, principalmente *“nesse momento de câmbio favorável à exportação,”* como disse o empresário.



Uma viagem de negócios à Feira de Vinhos (Fenavinho), em Bento Gonçalves (RS), foi a oportunidade de ouro que a empresa Olivier Bebidas Nacionais e Importadas precisava para conhecer a vinícola Don Guerino, localizada na cidade de Alto Feliz (RS), e fazer dela sua fornecedora exclusiva de vinhos e espumantes.

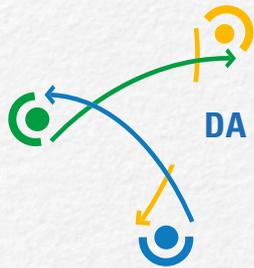


A empresária Luciana de Oliveira conta que a ida ao Sul do país, promovida pelo Sebrae, foi de fundamental importância para ampliar o leque de fornecedores. *“Conhecemos a vinícola antes de conversarmos com os produtores da Don Guerino, na rodada de negócios. A partir daí, firmamos essa parceria, que continua até hoje,”* disse.

A Olivier Bebidas Nacionais e Importadas fica no Mercado Municipal do Rio de Janeiro, em Benfica. A empresária revela que, no início, foram feitas compras de R\$ 204,00, ou seja, uma caixa de vinho e outra de espumante. Hoje, o volume de com-

pras é de pouco mais de R\$ 22.664,00, o que significa cerca de 142 caixas de vinhos e espumantes. *“Nossa maior compra foi feita em novembro de 2015, com um total de R\$ 33 mil,”* revela.

Além da qualidade do produto, a empatia com a família foi o ponto principal para que a empresária fechasse negócio com a Don Guerino. *“Todos os integrantes da família estão envolvidos no processo produtivo. Isso é muito bacana de se ver,”* completa.



DA SERRA PARA O MUNDO

A Cachaça da Quinta, empresa de destilados localizada na cidade de Carmo, na região serrana do Rio de Janeiro, distante cerca de 200 km da capital fluminense, está no mercado há 93 anos. Por meio de ações que já desenvolvia com a área de agronegócios do Sebrae RJ, conheceu o Comércio Brasil e saiu de fornecedora de cachaças apenas para clientes da região, para conquistar a capital do Rio.



A empresária Kátia Espírito Santo conta que o trabalho do Comércio Brasil é interessante porque oferece uma visibilidade do produto muito grande. *“Desde o diagnóstico realizado até os contatos oportunizados são de grande valia para qualquer empresário que quer ver sua marca ganhar o mundo,”* avaliou.

Segundo Kátia, a exposição dos produtos em estandes de feiras das quais participou e a aproximação com novos clientes foi primordial para atingir novos mercados.

O trabalho desempenhado pela empresa iniciou com o avô da empresária, em 1923, passando por seu pai; hoje, sob sua direção, sofreu reformulações. As instalações foram repaginadas e a empresária precisou estudar muito para entender o mercado da cachaça no Brasil.

Hoje, a Cachaça da Quinta fornece o produto para todo o estado do Rio de Janeiro e São Paulo, além de vender para países da Europa e para os Estados Unidos. *“Em 2013, com a ajuda do Sebrae, participamos de um concurso e recebemos dupla medalha de ouro, em Taiwan, pela produção da cachaça,”* conta.



A história da Sweet Fruit é muito parecida com a de milhares de empresas que participam do projeto Comércio Brasil. A empresa foi criada em 2012, por Francisco Holanda Maia, em Natal (RN), mas a produção ficava nas terras de sua família, em Mossoró, a 280 km da capital.

A ideia de empreender surgiu naturalmente, pois seu irmão plantava frutas, e ter o próprio negócio era um sonho antigo. Ao mesmo tempo em que tocava a empresa, Francisco conta que trabalhava em outro emprego e ainda fazia faculdade. Nas horas vagas, ele oferecia os produtos da fazenda ao comércio de Natal.

A maior dificuldade foi vender o produto para redes de supermercados, já que todos contam com fornecedores fixos.

Depois que participaram da Expofruit, uma feira internacional de fruticultura irrigada que tem o apoio do Sebrae RN, conheceram o Comércio Brasil.

Com o apoio do projeto, a empresa recebeu orientações precisas para se adaptar e alcançar o objetivo de fornecer seus produtos no atacado e em mercados Brasil afora. Atualmente, são comercializadas cerca de 200 mil toneladas de melão espanhol, carro-chefe da empresa, mas também produzem melancias *kate zales* e *baby*. Os principais mercados consumidores ficam no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Com o crescimento das vendas, a Sweet Fruit já faz planos de ampliação da estrutura e tem a meta de atender ao mercado externo.



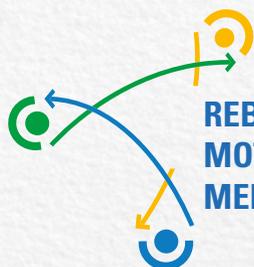
Na pequena cidade de Alto Feliz, localizada na região serrana do Rio Grande do Sul, a família Motter investiu na produção de vinhos e espumantes. A vinícola Don Guerino foi uma das que integrou o Comércio Brasil e conseguiu expandir o mercado e o leque de clientes.



O empresário Maicon Motter informou que o trabalho desenvolvido pelo Sebrae abrangeu desde a área administrativa até a parte comercial do empreendimento. *“Na época, estávamos começando o negócio e não tínhamos informações sobre o mercado”,* disse.

Com o Comércio Brasil, foram realizadas viagens de negócios para apresentar o produto a clientes de outros estados brasileiros.

Hoje a vinícola atende a clientes em toda a região Sul e Sudeste e nos estados de Mato Grosso, da Bahia e no Distrito Federal.



REBOQUES PARA MOTOCICLETAS DOMINAM MERCADOS PELO PAÍS

A Motopam Metalúrgica da Amazônia, localizada em Ariquemes (RO), tem uma história de inovação, empreendedorismo e desbravamento que “corre nas veias”. O dono da empresa, Anderson Pedro de Gasperi, saiu do interior de São Paulo rumo a Rondônia em busca de oportunidades de trabalho. Com experiência no setor de metalurgia, percebeu o quanto era importante a criação de um transporte rápido e de baixo custo. Para isso, criou um sistema de semirreboque prático, puxado por motocicletas, com preço acessível aos pequenos negócios.

Presente no mercado desde 2000, a empresa já vendeu mais de 20 mil unidades. O motoprático possui projeto de engenharia e é aprovado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e homologado pelo Departamento Nacional de Trânsito (Denatran).



São 40 tipos de reboques adaptados para motocicletas, motonetas e carros, todos eles seguindo padrão estabelecido pela resolução do Conselho Nacional de Trânsito (Contran) e aprovado pelo Inmetro.

A parceria com o Sebrae fortaleceu a atuação da empresa, permitindo que ela conquistasse novos mercados em vários estados brasileiros.



DO FUNDO DO MAR PARA O BRASIL

A empresa Marithimu's Indústria e Comércio Ltda. ME, da cidade de Garuva, no norte de Santa Catarina, viu a expansão do número de clientes ampliar por causa do Comércio Brasil. Produtora de conservas de frutos do mar, a empresa aceitou o convite para participar de feiras e eventos de acesso a mercados, promovidos em parceria com o Sebrae. *"Esse convite veio ao encontro dos objetivos da empresa"*, afirmou Marcelo Wippel da Silva, um dos sócios.

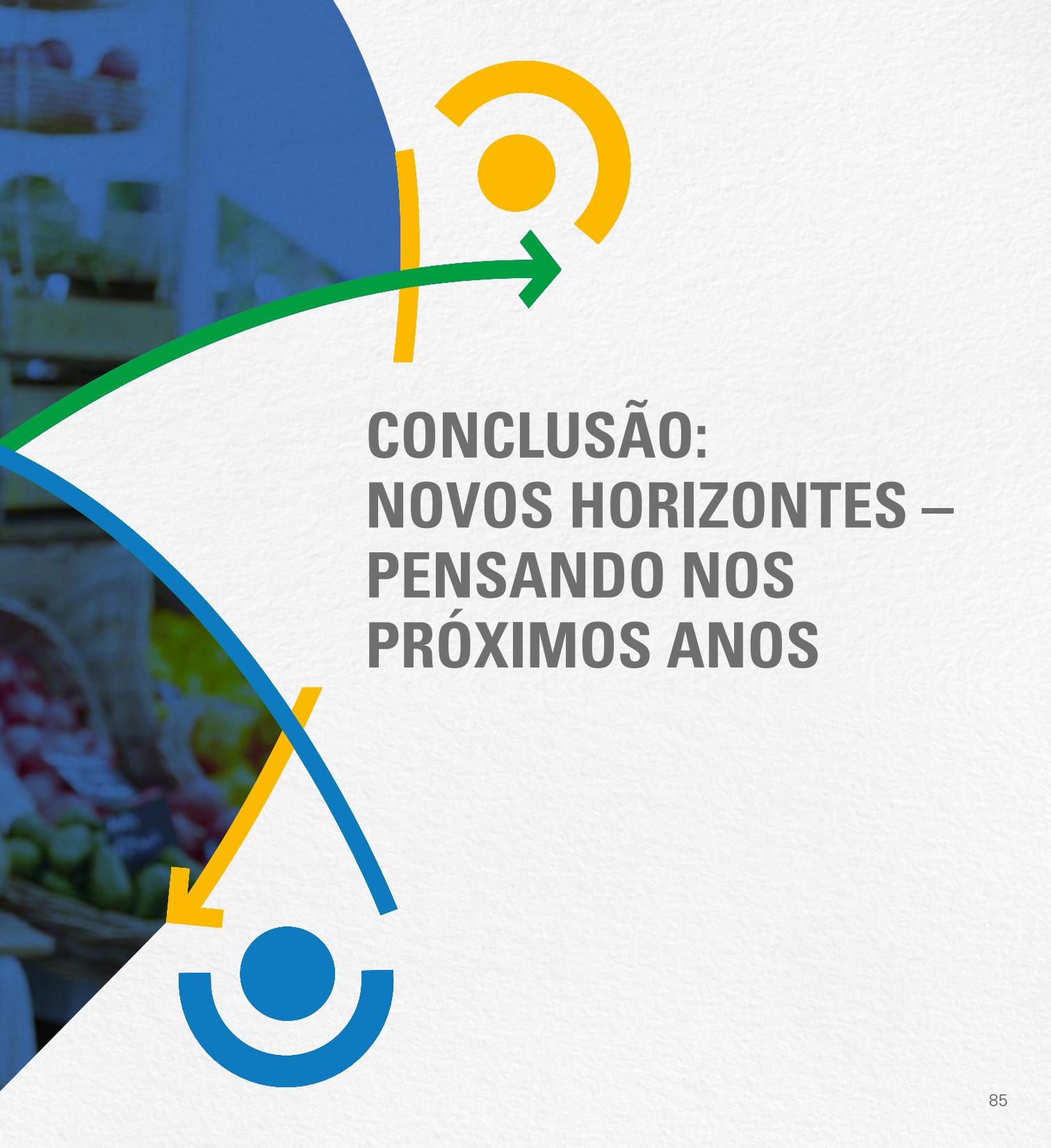
Segundo ele, havia um desejo de fornecer para outros estados e buscar novos mercados. *"Participar de feiras de atacadistas e supermercadistas no Paraná, em São Paulo e no Rio de Janeiro nos mostrou um novo foco e permitiu que fechássemos negócios que permanecem vivos até hoje"*, diz.





A empresa de conservas de frutos do mar, produtos defumados, alho e óleo, linha bacalhau, patês e linha *gourmet* conseguiu 30 novos clientes em pelo menos dez estados nos primeiros meses após a entrada no Comércio Brasil. *“Foi mais uma frente de ação que investimos para ampliar a empresa;”* afirmou Marcelo.





**CONCLUSÃO:
NOVOS HORIZONTES –
PENSANDO NOS
PRÓXIMOS ANOS**

Com a experiência e o conhecimento acumulados nesses dez anos, o Comércio Brasil prepara-se para viver a próxima década. Para revitalizar a rede, está em desenvolvimento a criação de um grupo de agentes nacionais de mercado. O objetivo é a abertura de canais e o contato com grandes compradores, permitindo implantar uma visão sistêmica das demandas e do atendimento. Isso tornará o Comércio Brasil mais dinâmico e integrado de Norte a Sul do país.

A nova metodologia de especificação de demanda de grandes compradores, para ser utilizada no encadeamento produtivo ou mesmo no processo de compra de uma grande rede varejista, por exemplo, trará importantes demandantes para uso da rede, dando mais visibilidade aos produtos e serviços oferecidos.

É importante registrar que já estão encaminhadas melhorias nas ferramentas de gestão e operação do Comércio Brasil, com foco em modernização tecnológica do *site*, da comunidade virtual e do acesso aos diagnósticos, por exemplo. Elas permitirão definir melhor as estratégias e otimizar o aspecto operacional da solução.

Ações positivas e resultados concretos confirmam a trajetória vencedora do Comércio Brasil. As boas perspectivas para o futuro, com novos ajustes e incrementos, indicam que essa jornada de sucesso só está começando.

O pensamento em rede do Comércio Brasil é fundamental para promover o desenvolvimento dos pequenos negócios e ajudar a descobrir e potencializar um país extremamente vasto em ofertas e demandas. É uma solução importante, mas de grande valia para o empresariado, especialmente em uma conjuntura econômica que exige cada vez mais preparo para acessar e se manter no mercado.

Ao identificar pontos para melhorias e acompanhar a execução dos ajustes recomendados, o Comércio Brasil incrementa o nível de competitividade das empresas. Com isso, facilita o trabalho

de descoberta de novas oportunidades.

O Comércio Brasil é uma solução avançada e que está à frente de seu tempo na aproximação dos empreendedores pelo país. Fruto de um trabalho metuculoso de identificação e avaliação de compradores e vendedores, a rede de empresas se organizou e se qualificou e hoje parte para um novo tempo. Um novo norte, rumo ao sucesso dos pequenos negócios no Brasil!



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

*www.sebrae.com.br
0800 570 0800*