



# DIREÇÃO

www.pe.sebrae.com.br

ano 42 • nº 2 • ABRIL/MAIO 2016



## Há 10 anos, é mais simples empreender

Impresso  
Especial  
406801701-5/2004/DR-PE  
SEBRAE-PE  
CORREIOS



- Tendências  
Como fazer negócios nas  
redes sociais
- Entrevista  
Uma nova gestão pública





 /sebrae

 @sebrae

 /tvsebrae



**INOVAÇÃO, O  
INGREDIENTE QUE O  
SEU NEGÓCIO PRECISA  
PARA ESTAR SEMPRE  
EM MOVIMENTO.**

É da porta para dentro que a gestão,  
inovação e produtividade fazem a diferença.  
É aí que entra a mão do Sebrae para ajudar  
a fazer o seu negócio ser cada vez melhor.

**SUA VIDA É SE SUPERAR A  
CADA DIA? ESTAMOS JUNTOS.**

**0800 570 0800 PE. SEBRAE.COM.BR**

**ESPECIALISTAS EM PEQUENOS NEGÓCIOS**



**SEBRAE**

# Carta ao Leitor

Conselho Deliberativo | Pernambuco 2015-2018  
Associação Nordestina da Agricultura e Pecuária – Anap  
Banco do Brasil S/A – BB  
Banco do Nordeste do Brasil – BNB  
Caixa Econômica Federal – CAIXA  
Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco – Faepe  
Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Pernambuco – Facep  
Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco – Fecomércio  
Federação das Indústrias do Estado do Estado de Pernambuco – Fiepe  
Instituto Euvaldo Lodi – Núcleo Regional de Pernambuco – IEL  
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Trabalho e Qualificação de Pernambuco – SEMPETQ  
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Estado de Pernambuco- Senac/PE  
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Estado de Pernambuco- Senai/PE  
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Estado de Pernambuco- Senar/PE  
Fundação Universidade de Pernambuco – UPE

#### Presidente

Josias Silva de Albuquerque

#### Diretor-superintendente

José Oswaldo de Barros Lima Ramos

#### Diretora técnica

Ana Cláudia Dias Rocha

#### Diretora administrativo-financeira

Adriana Côrte Real Kruppa

#### Comitê de Editoração Sebrae Pernambuco

Angela Miki Saito

Carla Andréa Almeida

Eduardo Jorge de Carvalho Maciel

Fábio Lucas Pimentel de Oliveira

Janete Evangelista Lopes

Jussara Siqueira Leite

Roberta de Melo Aguiar Correia

#### Jornalista responsável

Janete Lopes | DRT – 2232

#### Texto e edição

Dupla Comunicação

#### Revisão

Betânia Jerônimo

#### Capa

Z.diZain Comunicação | [www.zdizain.com.br](http://www.zdizain.com.br)

#### Foto de capa

Flávio Costa | Z.diZain Comunicação

#### Projeto gráfico original

Felipe Gabriele | Z.diZain Comunicação

#### Diagramação

Edson Figueiredo | Z.diZain Comunicação

#### Tiragem

3.000 exemplares

#### Periodicidade

Trimestral

#### Impressão

CCS Gráfica

**H**á 10 anos, foi implementada, no Brasil, uma lei que mudou a forma de arrecadação de tributos, facilitando a abertura e o funcionamento de micro e pequenas empresas. A Lei Geral, ou Simples Nacional, representa uma década de benefícios aos pequenos negócios. Exemplos bem-sucedidos de como essas micro e pequenas empresas aproveitaram tais benefícios, informações sobre a Lei Geral e uma conversa com Guilherme Afif, presidente do Sebrae Nacional, estão na reportagem de capa desta edição.

As redes sociais proporcionaram o surgimento de um novo modo de fazer negócio *online*. A maneira como os empreendedores usam as redes como um meio de venda é tema de matéria, que ressalta a vantagem desse atendimento personalizado. Em reportagem sobre as oportunidades de negócio no São João, destacamos como empresas investem para lucrar no período junino e se reinventam para atender à demanda. Já na entrevista, a socióloga e especialista em Desenvolvimento Econômico Regional Tânia Zapata falou à Revista Direção sobre um novo modelo de gestão pública.

As oportunidades de negócios na Mata Norte e o suporte dado pelas unidades de atendimento do Sebrae em Pernambuco são outro assunto abordado nesta edição, que traz também uma reportagem sobre negócios envolvendo saúde e bem-estar. Para inspirar as pessoas não apenas para empreender, mas para lutar para melhorar a realidade, contamos com uma matéria sobre a força feminina nos negócios. São histórias de mulheres que, por meio do empreendedorismo, mudaram suas vidas e a de muita gente no seu entorno.

Boa leitura!

Até a próxima edição.

Josias Albuquerque

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual do Sebrae

Capa

# 6 Lei Geral: 10 anos de incentivo aos pequenos negócios



Tendências

**16** Compras *online*: negócios nas redes sociais



Oportunidade

**22** Diversos segmentos já estão de olho nas festas juninas



Empreendedorismo

**28** À frente dos negócios, mulheres transformam realidades



Negócios

**32** Pequenas franquias são opção para novos empreendedores

Desenvolvimento

**42** Investimentos geram oportunidades em Goiana

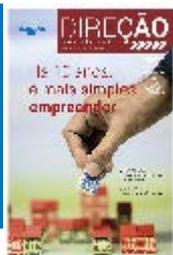
Artigos

**26** Como ganhar dinheiro

**40** Lei Anticorrupção

Entrevista

**48** Socióloga Tânia Zapata fala sobre gestão pública



Revista Direção  
Abril/Maio 2016  
Rua Tabaiães 360  
Ilha do Retiro – Recife/PE

0800 570 0800

@ [www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)

@ [www.pe.agenciasebrae.com.br](http://www.pe.agenciasebrae.com.br)

f /SebraePE

🐦 @sebraepe

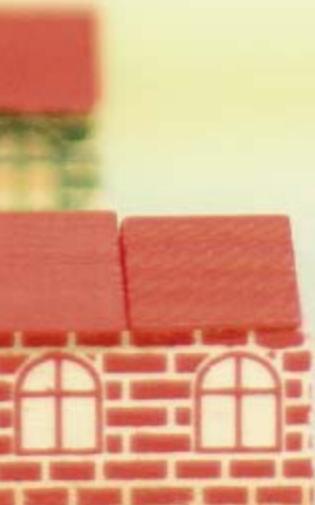


# Lei Geral: uma década simplificando e beneficiando pequenos negócios

Implementada no Brasil em 2006, a Lei Geral expandiu a arrecadação de tributos e facilitou a abertura e o funcionamento de milhares de microempreendimentos no país

por

**LEONARDO TEIXEIRA**



**H**á três anos, a microempresária Clariane Souza investiu no seu primeiro negócio: uma máquina de costura para confeccionar roupas sob medida em um ateliê em Vitória de Santo Antão, no Agreste pernambucano. “Eu queria aumentar a renda da família e sempre tive desejo de montar meu próprio negócio. Sempre foi muito difícil, porque não tínhamos como investir na empresa por causa de capital e dos impostos”, conta. O primeiro ano foi o mais difícil para os negócios, a empresa não saía do vermelho, mantinha uma situação informal e Clariane não enxergava as possibilidades de crescimento. Através dos serviços do Sebrae, a microempresária teve a curiosidade de fazer cursos de empreendedorismo, passou a entender de fluxo de caixa e perspectivas de mercado. Com as orientações, tornou-se uma Microempreendedora Individual (MEI), legalizou a empresa através de uma lei que desburocratizou o processo de abertura e mudou a cara do seu estabelecimento, a Barnabé Confecções. Hoje a empresa ampliou para seis o número de máquinas de costura e viu os traços negativos do caixa serem substituídos pelo capital de giro.

A empresa de Clariane foi uma das beneficiadas pela lei implementada no Brasil em 2006 que mudou o cenário da arrecadação de tributos e facilitou a abertura e o funcionamento de milhares de micro e pequenas empresas e empreendedores individuais no país. A Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, regulamenta um dispositivo na Constituição que prevê o tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a este setor. “Esse tipo de lei é muito importante para o microempreendedor por vários motivos, mas um deles é desafogar os gastos. A tributação diferenciada favoreceu o redirecionamento do dinheiro da empresa e pude investir mais no maquinário, sem necessidade de fazer empréstimo”, exemplifica Clariane Souza. Ela ainda não contratou ninguém, faz tudo sozinha — modela, corta, costura, embala, entrega — e espera que em pouco tempo tenha espaço para recrutar mão de obra.

O processo de implementação desse sistema de tributação simplificada vem progredindo há quase 30 anos no Brasil e abre espaço para o desenvolvimento e a competitividade dos pequenos negócios. A lei tem como estratégia aumentar a arrecadação de tributos, gerar empregos, melhorar a distribuição de renda, proporcionar a inclusão social, reduzir a informalidade e fortalecer a economia local e nacional. Ela também beneficia produtores rurais. A metodologia é simples: a Lei Geral classifica os pequenos negócios com base na receita bruta anual de cada empreendimento, mas determina limites para esse valor, ou tetos. O microempreendedor individual deve faturar até R\$ 60 mil, a microempresa até R\$ 360 mil e a empresa de pequeno porte pode alcançar até R\$ 3,6 milhões de faturamento anual. Um projeto está

## A institucionalização da lei possibilitou a saída da informalidade de milhares de microempresários individuais e microempresas

sendo discutido no Congresso Nacional para aumentar o limite do teto para R\$ 7,2 milhões.

Além disso, o Simples Nacional desburocratiza a abertura de pequenos negócios, a partir de um regime tributário especial, unificando os trâmites, integrando todos os órgãos envolvidos por meio de um sistema informatizado e executando com mais rapidez as etapas para a viabilização do empreendimento. A empresa pode iniciar as atividades logo após o registro. “A institucionalização da lei possibilitou a saída da informalidade de milhares de microempresários individuais e microempresas. Além de beneficiar os pequenos empreendedores, a lei ampliou a base de arrecadação, colocando outros contribuintes ao invés de aumentar os impostos”, explica Oswaldo Ramos, diretor-superintendente do Sebrae Pernambuco. De acordo com ele, em torno de 450 mil pequenas empresas informais estão fora do sistema do Simples Nacional no Brasil e já está começando a ser discutida, nas esferas corporativa e política, a eficiência de um imposto único, que deve facilitar mais ainda o processo para os pequenos empresários. Os produtores rurais também são contemplados pela Lei Geral. Por meio de uma outra lei, as categorias de Pequeno Produtor Rural e Agricultor Rural foram equiparadas às micro e pequenas empresas, permitindo que usufruam do mesmo tratamento diferenciado previsto no Simples Nacional.

Após se formalizar e se qualificar, Clariane Souza ampliou o número de máquinas de costura e resolveu problemas de caixa do seu negócio.



Aumentar o teto do Simples Nacional pode ser benéfico para a nação e para estimular o crescimento das pequenas empresas, garante Oswaldo Ramos. Quase 98% dos estabelecimentos legalizados no Brasil, segundo ele, estão nas categorias MEI, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. “Com o aumento do teto, as empresas terão margem para lucrarem mais e não deixariam de ser beneficiadas pela legislação do Simples Nacional, amplificando o sistema tributário. Essa legislação expande a oportunidade de negócios para segmentos que estavam de fora do escopo da lei, alguns principalmente na área de serviços. Funciona assim em muitos países desenvolvidos”, ressalta Oswaldo.

Preocupado em ter uma aposentadoria tranquila, o comerciante José Carlos Carvalho decidiu regularizar o seu negócio. Ele administra um box em um shopping popular de Garanhuns, também no Agreste, que comercializa artigos importados. Seria a oportunidade de trabalhar formalmente, expandir a empresa aos poucos e garantir seus direitos. “Eu pagava INSS de forma autônoma e estava sem garantias para o meu futuro e o futuro do meu negócio. Procurei as melhores maneiras de regularizar o negócio, junto com as orientações do Sebrae, para poder contribuir legalmente e ter um futuro tranquilo e uma empresa organizada”, conta. José Carlos movimenta seu negócio há oito anos, mas há três decidiu regularizar o empreendimento. “Hoje eu posso emitir nota fiscal. É um benefício importante para uma pequena empresa. Posso mostrar mais meu negócio, fazer parcerias com outras empresas, encontrar outros fornecedores”, justifica.

## O TRABALHO DO SEBRAE NOS MUNICÍPIOS

Desde 2006, o Sebrae atua de forma decisiva na difusão da Lei Geral e sua aplicação nos estados e municípios

*Hoje eu posso emitir uma nota fiscal. É um benefício importante. Posso mostrar mais meu negócio, fazer parcerias com outras empresas, encontrar outros fornecedores*

brasileiros. É uma maneira de incentivar novos empreendimentos, apoiando a regulamentação das empresas mediante a articulação com órgãos públicos como os municipais, por exemplo. Os dispositivos da Lei Geral podem ser aplicados no município através de legislação local, decreto ou qualquer determinação que priorize o tratamento diferenciado às micro e pequenas empresas. A legislação simplifica o processo de abertura de empresas e define parâmetros para a criação de um ambiente favorável aos pequenos negócios também nas cidades do interior. Além disso, foram estabelecidas metas junto aos estados para a implementação da Lei Geral. Atualmente Pernambuco contabiliza 150 municípios com a lei regulamentada, dos quais 77 já estão com ela implementada, o que representa 40% do estado. A meta, em 2015, era atingir 67 cidades com a lei implementada.

“É um sistema que dá certo. Foi comprovado junto à Receita Federal que a União e os estados e municípios têm arrecadado mais nos últimos anos. Isto causa um efeito macroeconômico muito importante para a nossa economia. A atuação do Sebrae também é decisiva, porque ajuda o microempreendedor a desenvolver uma ótima gestão no seu negócio. Estamos passando por um processo dinâmico no país que pode



Pensando na aposentadoria, José Carlos Carvalho decidiu regularizar o seu negócio.

ser entendido como um grande avanço do sistema tributário brasileiro”, comenta o diretor-superintendente do Sebrae/PE.

O trabalho do Sebrae é baseado no Programa Cidade do Futuro, que presta recursos por meio de consultorias, oficinas, seminários e cursos para capacitar agentes municipais e concretizar esforços para instituir o tratamento diferenciado em todo o Estado. É uma maneira de estimular os municípios a nomearem agentes de desenvolvimento para atuar nesse processo de implementação. Os avanços na prática da legislação em cada município ou estado são mensurados por meio de um sistema nacional de monitoramento, onde são

inseridas as evidências acerca de que os avanços estão ocorrendo. O sistema avalia quatro eixos de atuação do Sebrae: uso do poder de compras de cada município; desburocratização para abertura de empresas; apoio ao microempreendedor individual e agentes de desenvolvimento. Para este ano, o programa entra em uma nova etapa de trabalho e deve aprofundar as ações de implementação da Lei Geral, com a institucionalização das políticas de desenvolvimento municipal. De acordo com dados do sistema de monitoramento do Sebrae, 74% da população pernambucana foi atingida de maneira direta pela implementação da Lei Geral nos municípios. ■

# Entrevista

Guilherme Afif, presidente do Sebrae Nacional, fala sobre a Lei Geral e suas vantagens

**A Constituição prevê o tratamento favorecido, simplificado e diferenciado para esse setor (pequenos negócios), por isso a Lei Geral é Lei Complementar. Que tipo de tratamento é este que está na Constituição?**

O tratamento diferenciado para as empresas de pequeno porte é previsto em três artigos da Constituição. No artigo 170, está expressamente previsto o tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte como princípio da ordem econômica; no artigo 179, é previsto que a União, os estados, o Distrito Federal e os municípios devem dispensar às micro e pequenas empresas tratamento jurídico diferenciado por meio da simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei; o artigo 146, III, "d", prevê que a definição de tratamento diferenciado e favorecido se dará por meio de Lei Complementar, que é a conhecida Lei Geral.

**Qual a necessidade de se criar a Lei Geral?**

A Emenda Constitucional 42, de 2003, alterou o artigo 146 da Constituição, prevendo que a Lei Complementar definiria o tratamento favorecido e diferenciado. A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006) tem como objetivo regulamentar os artigos previstos na Constituição.

**Então, o que diz a Lei Geral? De que forma a Lei Geral beneficia o MEI, a microempresa e a empresa de pequeno porte?**

A Lei Geral instituiu uma série de políticas públicas em benefício dos pequenos negócios, tais como tributação simplificada e unificada, acesso a mercados, políticas de crédito, acesso à Justiça facilitado, estímulo à inovação, previsão de fiscalização orientadora e redução de multas, entre muitos outros pontos. Entre eles, podemos destacar a criação do Simples Nacional, que desburocratiza e desonera a tributação do empreendedor, pois agrega oito tributos em um único sistema de apuração e recolhimento, reduzindo a carga tributária e burocrática. A Lei Geral também foi responsável pela criação da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), em 2009, e pela obrigatoriedade do tratamento diferenciado para os pequenos negócios nas licitações públicas.

**Como os produtores rurais são beneficiados pela lei?**

Com o aprimoramento da Lei Geral, em 2014, através da aprovação da LC 147, o produtor rural (pessoa física) e o agricultor familiar que estejam dentro dos limites da receita bruta do Simples Nacional (até R\$ 3,6 milhões) passaram a contar com os mesmos benefícios concedidos aos pequenos empresários, exceto



Guilherme Afif: "A Lei Geral fortaleceu e incentivou o empreendedorismo no país".

no que se refere à tributação pelo Simples Nacional. Assim como a lei prevê tratamento diferenciado nas licitações para as empresas urbanas, os produtores rurais também recebem tratamento diferenciado para participar das compras públicas, por exemplo.

**Depois que o empreendedor cresce acima do que é previsto no Simples Nacional, deixando de ser considerado pequeno negócio, a Lei Geral deixa de valer para ele?**

As empresas que ultrapassam o limite da receita bruta anual de R\$ 3,6 milhões não podem se beneficiar do tratamento previsto na Lei Geral. Seja a possibilidade de optar pelo Simples Nacional ou outros direitos nele previstos. Isso é natural, considerando que o tratamento favorecido é destinado aos pequenos negócios, tal como eles estão definidos na Lei Complementar.

**Quanto tempo leva, hoje em dia, para abrir um pequeno negócio, a partir dos benefícios da Lei Geral?**

Desde o final do ano passado, começou a funcionar, no Distrito Federal, a Redesimples, que permite a abertura de uma empresa em até cinco dias e o encerramento em até um dia. A nossa intenção é expandir esse sistema para o Brasil inteiro. Atualmente, considerando um estudo do Banco Mundial, as empresas brasileiras levam em média 83 dias para estar legalmente constituídas. Independentemente disso, existem regras não uniformes em cada localidade e isto precisa ser vencido. A Redesimples é um sistema unificado de abertura, alteração e baixa de empresas em todos os estados brasileiros, com o objetivo de facilitar o processo de abertura das empresas. O programa integrará, em todo o país, Junta Comercial, Receita Federal, Secretaria da Fazenda, prefeituras e outras entidades, descomplicando e agilizando o processo de

## *A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa é o principal marco legal da criação de políticas públicas e ferramentas para que o estado possa fomentar o desenvolvimento e a competitividade dos pequenos negócios*

abertura e fechamento das empresas, além de unificar a formalização nos níveis municipal, estadual e federal. Depois de implantada em sua plenitude, a rede permitirá o funcionamento imediato das empresas que atuem em atividades não consideradas de alto risco. Estima-se que essas empresas correspondam a mais de 85% do total das sociedades em funcionamento no Brasil.

**Qual a função dos Comitês Gestores que controlam pequenas empresas beneficiadas pela Lei Geral (Comitê Gestor do Simples Nacional, Fórum Permanente das Micro e Pequenas Empresas, Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios)?**

O Comitê Gestor do Simples Nacional trata dos aspectos tributários da Lei Geral. O Fórum Permanente tem como função orientar e assessorar a formulação e coordenação da política nacional de desenvolvimento de pequenos negócios, além de acompanhar e avaliar a sua implantação. O Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (CGSIM) trata do processo de

registro e legalização de empresários e pessoas jurídicas. Esses colegiados têm a função de regulamentar a aplicação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Os estados que contribuem com menos de 5% do PIB nacional podem adotar sublimites para fim de recolhimento do ICMS e do ISS. Hoje, quais os estados que adotam sublimites? Atualmente 10 estados adotam sublimites. No Acre, Amapá, Rondônia e Roraima, o sublimite é de R\$ 1,8 milhão. Nos estados do Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Piauí e Tocantins, este valor salta para R\$ 2,52 milhões.

#### **A Lei Geral é importante para a sociedade? Como?**

A Lei Geral completa no final deste ano dez anos de existência e, nesta década, ela fortaleceu e incentivou o empreendedorismo no país. Ter uma empresa está entre os maiores sonhos dos brasileiros e isto pode ser atribuído em parte à legislação, que tornou mais fácil e barato o ato de empreender. A Lei Geral permitiu um aumento no número de empreendimentos de pequeno porte em todo o Brasil. Hoje em dia são 10,6 milhões de pequenos negócios no Simples Nacional, sendo que deste total 5,8 milhões correspondem a microempreendedores individuais. Em 2006, existia apenas 1,6 milhão deles. A arrecadação do governo também aumentou vertiginosamente. Desde 2007, quando o Simples Nacional foi implementado, os pequenos negócios pagaram aos cofres públicos da União, estados e municípios cerca de R\$ 370 bilhões. A arrecadação anual passou de R\$ 17 bilhões, em 2007, para R\$ 69 bilhões, em 2015.

**Há alguma novidade este ano em relação à Lei Geral, como por exemplo a mudança do teto e a regulamentação da substituição tributária? Daqui para frente, existe a**

#### **possibilidade da Lei Geral ser modificada ou melhorada?**

Está pronto para ser votado no plenário do Senado o PLC 125/2015, que estamos chamando de Crescer sem Medo. O projeto prevê a ampliação dos tetos de faturamento, a diminuição do número de faixas e a aplicação de uma progressão da tributação como a já praticada no Imposto de Renda de Pessoa Física, ou seja, quando uma empresa exceder o limite de faturamento da sua faixa, a nova alíquota será aplicada somente no montante ultrapassado. O projeto também prevê a criação da Empresa Simples de Crédito (ESC), que poderá emprestar dinheiro para os pequenos negócios da sua cidade, com o objetivo de ampliar o acesso ao crédito, um dos principais problemas vividos pelos pequenos negócios.

#### **Como o Sebrae avalia a Lei Geral?**

A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa é o principal marco legal da criação de políticas públicas e ferramentas para que o estado possa fomentar o desenvolvimento e a competitividade dos pequenos negócios, enquanto estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia. Possibilitou a formalização e a inclusão produtiva de milhões de empresários, criando condições para a geração de emprego e renda em nosso país. Ainda há desafios que precisam ser enfrentados, mas os resultados alcançados até agora com a aplicação da lei mostram que investir nos pequenos negócios é um caminho que traz retorno para o país. A Lei Geral foi e é um importante instrumento para incentivar o empreendedorismo no Brasil. Além disso, é uma lei viva, que tem sempre que buscar melhorar. Os últimos dez anos foram especiais para os pequenos negócios, graças à Lei Geral. ■

# Para curtir, compartilhar e comprar

Populares e com baixo custo, as redes sociais propiciam um novo modo de fazer negócio. Quase todas as etapas da venda podem ser feitas virtualmente, desde o anúncio, passando pela negociação, até o pagamento

por  
**FAUSTO MUNIZ**

**M**ais do que curtir uma notícia, expressar uma opinião, bater papo com os amigos ou compartilhar fotos, vídeos e posts engraçados, as redes sociais vêm ganhando força também na hora de ir às compras. Os donos de pequenos negócios estão se beneficiando bastante com isso, pois não é mais necessário ter domínio nos *sites* para realizar vendas virtualmente. Basta criar um perfil na rede desejada e o primeiro passo já está dado. Em seguida, é preciso movimentar postagens de acordo com o tipo de rede escolhida: um trabalho diário, que exige disciplina e planejamento.

O chamado "social commerce", ou comércio social, une o tradicional *e-commerce* às possibilidades de comunicação e relacionamento das mídias sociais. A entrada das empresas nesses ambientes exigiu dos empreendedores

uma nova postura diante do público, com quem devem interagir como se estivessem pessoalmente. Criar relacionamentos passou a ser mais do que um diferencial, tornou-se um requisito básico para os que almejam sucesso no mundo virtual.

Investir em uma página nas redes sociais pode ser uma alternativa barata para o modelo tradicional de revenda, uma solução para quem não tem condições de pagar mais encargos ou está começando a empreender. Para Yasmin Malak, a abertura de uma "fanpage" no Facebook apareceu como saída para os altos custos de manter um ponto físico. Vendedora especialista em bolsas e calçados, ela desistiu de continuar com seu estabelecimento em Camaragibe para se fixar na loja virtual, onde apresenta lançamentos, esclarece dúvidas, cria vínculos com clientes novos e fortalece o contato com os antigos e, claro, fecha vendas.

"Eu não tinha mais condições de pagar despesas de um local fixo como encargos, empregados e manutenção, então fiquei

apenas no virtual. As pessoas querem saber mais sobre as mercadorias, fazem encomendas, ficam perguntando quando irão chegar. É tudo muito direto e rápido”, conta. O trabalho da empreendedora continua além do contato virtual. Ela faz questão de não abandonar o porta-a-porta, continua oferecendo seus produtos e se deslocando até a casa dos clientes. “É como se fosse uma vitrine, mas eu sigo me relacionando com as pessoas fora da rede. É muito importante essa aproximação”, acrescenta.

A facilidade de Yasmin para encontrar pessoas que chegam ao seu negócio através das páginas de relacionamento reflete a tendência: há cada vez mais pessoas navegando por esses locais e mudando seus

hábitos de compra e consumo. Segundo dados da pesquisa “Futuro digital em foco no Brasil 2015” (Digital future focus Brazil 2015), divulgada pela consultoria comScore, os brasileiros são os líderes mundiais em tempo gasto nas redes sociais. Para se ter uma ideia, nossa média de uso chega a ser 60% maior do que a do planeta inteiro. São 650 horas por mês dedicadas a esses canais. Na liderança, sem causar surpresa, vem o Facebook, com 78% do total de usuários no Brasil.



Ilustração original: Freepik

“O grande benefício das redes sociais foi aproximar o empresário de seus clientes. Antes, o público estava restrito ao que era divulgado nos meios de comunicação de massa tradicionais como televisão, rádio e jornais. Havia um distanciamento significativo entre pessoas e empresas. Hoje essa distância encurtou muito”, observa Thiago Suruagy, analista de Comércio e Serviços do Sebrae em Pernambuco.

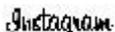
### DELÍCIAS DIGITAIS

O quadradinho de bolo de chocolate com casquinha crocante e recheio macio veio da culinária dos Estados Unidos e fez gol no

paladar dos tupiniquins. E quem disse que a guloseima não poderia também ser vendida pela internet? Que o diga Ivan Feitosa, à frente da marca Señor Brownie. Além de levar os bolinhos para festas e eventos, o empresário mantém uma *fan page* com fotos que chegam a dispensar anúncios caros: o capricho no visual dos doces ajuda a vendê-los.

“O cliente fala diretamente comigo, pergunta quanto custa e faz a encomenda. Por se tratar de um alimento, mantenho um estoque que permite atender aos pedidos. Também personalizo de acordo com o gosto do freguês. O tamanho pode variar. Quando tudo fica pronto, a gente tira a foto, posta e as pessoas curtem”, revela Ivan.

### Um histórico das redes

|   |      |
|---|------|
|    | 2002 |
|   |      |
|  | 2004 |
|  |      |
|  |      |
|  | 2006 |
|  | 2009 |
|  | 2010 |
|  | 2011 |
|  |      |

O serviço de redes sociais, tal como elas são conhecidas e utilizadas hoje, teve início no começo dos anos 2000, quando a presença da internet cresceu significativamente na casa e no trabalho das pessoas. Os primeiros *sites* com este modelo foram o Friendster e o Fotolog, mas as redes mais populares só vieram em 2004, com o surgimento do Flickr (de fotos), do saudoso Orkut e do fenômeno Facebook. O Orkut reinou entre os brasileiros durante anos, mas perdeu seu trono para a rede social de Mark Zuckerberg, que em 2015 bateu o recorde de um bilhão de usuários. Merecem ainda destaque o Twitter, Google+, Whatsapp, Instagram e Snapchat. Assim como o Face, o Whatsapp chegou à marca de mais de um bilhão de pessoas fazendo uso dos seus serviços de troca de mensagens e compartilhamento de diversos tipos de arquivo. O Instagram se consolidou como referência de rede social voltada para imagens e o Snapchat vem ganhando popularidade com suas publicações temporárias em dispositivos móveis.

# 7 Dicas para “#lacrar” seu negócio na web



Usufruir dos benefícios do comércio através das redes sociais exige, sobretudo, cuidados, planejamento e comprometimento. Para ajudar os empreendedores nesta tarefa, Thiago Suruagy dá dicas valiosas



## 1. Satisfação do cliente em primeiro lugar

Invista na qualidade do seu empreendimento e fuja da propaganda enganosa

## 2. Para quem você está falando?

Conseguir a informação não é difícil: fique de olho na quantidade de curtidas, nas dúvidas, na linguagem de quem está interagindo com você. Assim, fica mais fácil acertar no alvo

## 3. Olho vivo na concorrência

Na administração, saber o que o concorrente faz de bom ou de ruim é uma prática chamada *benchmarking*. Com todo mundo mostrando o produto na Web, ver o que as outras empresas parecidas com a sua fazem é uma maneira de saber qual a sua posição no mercado. Mas atenção: não é para copiar e sim para ter uma noção e conseguir boas ideias. Inspire-se com o exemplo alheio, mas mantenha a criatividade

## 4. Planejar, planejar e planejar

Faça um cronograma com a sua estratégia *online*. Por exemplo, você pode marcar um dia da semana para fazer uma postagem mais descontraída; em outro, uma promoção. Siga um roteiro e evite atirar para todo lado e não chegar a lugar algum

## 5. Seja constante

As pessoas precisam se acostumar com sua presença na internet. Por isso, mantenha uma rotina de postagens de conteúdo com foco em longo prazo. Procure não passar muito tempo sem publicar nada (o oposto também vale, por isso moderação sempre)

## 6. Utilize corretamente o SAC

Com o corre-corre da rotina, nem sempre vai ser possível responder suas dúvidas. Por isso, estabeleça um horário de funcionamento na rede e comunique através de mensagem. É possível programar essa comunicação nas configurações de cada mídia social

## 7. Nem sempre é uma boa criar grupos

É bastante comum que as pessoas aproveitem esses espaços para falar de assuntos que não são do interesse da sua empresa. Se possível, prefira o contato direto com cada cliente (é mais trabalhoso, mas o retorno pode ser bem mais satisfatório)

## +na web

Portal Sebrae – O passo-a-passo das vendas virtuais

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/venda-mais-usando-as-redes-sociais>

Ivan Feitosa, à frente do Señor Brownie, capricha nas fotos da *fan page* que criou para a marca.



Com essa dinâmica de fazer produtos novos, registrá-los e publicá-los com frequência, Ivan Feitosa estimula sua criatividade e renova o interesse do público, que acompanha as postagens também no Instagram, outra rede popular voltada principalmente para o compartilhamento de imagens. O resultado conquistado por esse trabalho, desenvolvido em conjunto com seus filhos, foi o aumento significativo dos seguidores: mais de 400 no Facebook e acima de quatro mil no Instagram.

A comunicação imediata com uma audiência cativa serve também como um termômetro dos hábitos dos consumidores. "O que as pessoas curtem mais ajuda a me orientar se estou no caminho certo, e isto serve também para as fotos que não são muito curtidas", acrescenta o empreendedor, que ainda investe no Whatsapp para receber pedidos e trocar mensagens diretamente no aparelho celular.

## FOFURAS.COM

Karina Alencar trabalha vendendo seus produtos na internet desde os tempos do bom e velho Orkut. Hoje em dia, a Soninho Bom, sua marca de enxovais, está presente no Facebook, Instagram, Whatsapp e até no Skype, programa que possibilita realizar videoconferências. Cada peça criada e postada nas redes é única, feita apenas sob encomenda. "Não trabalho com estoques. Tudo que eu faço é com base nos pedidos. Por isso, cada peça é artesanal, possui valor único e sua parte visual é muito importante, já que as pessoas se encantam com as imagens. Ocorre muita interação e os clientes fazem por eles mesmos a propaganda do produto", conta.

Mesmo com uma loja física, o contato feito na internet através das mídias sociais é peça-chave para o crescimento do seu negócio. "Tenho um *site* também, mas ele funciona mais como uma vitrine. O relacionamento flui, de fato, quando estamos nas redes", ressalta. ■

## Qual a melhor rede social para o seu negócio?

Entenda o perfil das mais utilizadas e acerte sua estratégia.

### Facebook

É possível postar de tudo no Facebook, mas uma dica é profissionalizar o perfil da empresa, ou seja, não utilizá-lo da mesma forma que o perfil pessoal. Ainda é possível investir em publicidade e pagar para que seus posts ganhem mais visibilidade na rede. Os custos variam de acordo com a quantidade de dias em que a publicação estará "impulsionada", ou seja, com o alcance ampliado.

### Twitter

Ótimo para interações rápidas e diretas com os usuários, mas exige atualização constante e com alta frequência. Não vale para apenas uma publicação por dia.

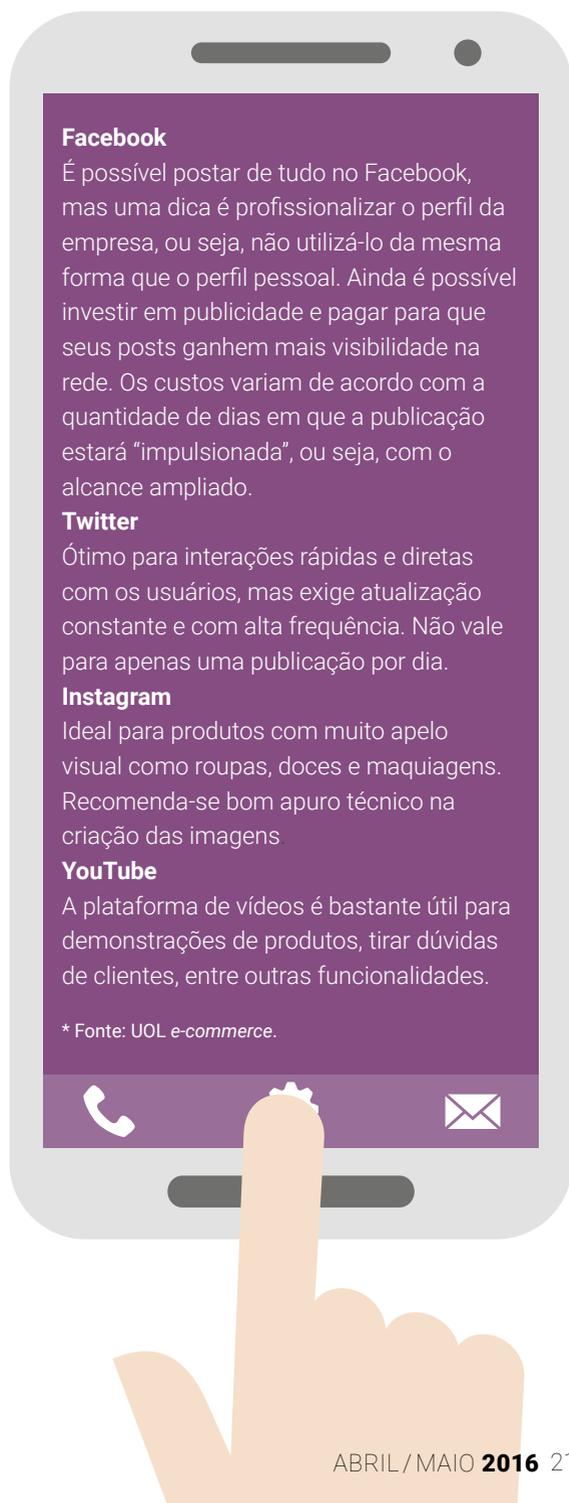
### Instagram

Ideal para produtos com muito apelo visual como roupas, doces e maquiagens. Recomenda-se bom apuro técnico na criação das imagens

### YouTube

A plataforma de vídeos é bastante útil para demonstrações de produtos, tirar dúvidas de clientes, entre outras funcionalidades.

\* Fonte: UOL e-commerce.



» OPORTUNIDADE

# São João no ritmo das **oportunidades**

Período junino incrementa vendas de estabelecimentos com procura por tradições do festejo. Alimentos e vestuários alusivos ao tema fazem sucesso em Pernambuco

por  
**PRISCILA MIRANDA**  
**PEDRO PAULO CATONHO**

# M

Milho, fogueira, forró. O São João é um período marcado por tradições culturais e comerciantes, empresários

e empreendedores conhecem bem a oportunidade da data comemorativa para investir em produtos que fazem parte das festas juninas. Mesmo com o São João contido do ano passado em Pernambuco (a intenção de compra dos consumidores no período, de acordo com pesquisa da Fecomércio/PE e do Sebrae, foi 11,9% menor em relação a 2014), o Nordeste sempre se prepara para oferecer serviços com a cara do festejo.

Este ano, o Ministério do Turismo vai articular, junto ao governo federal, a liberação da emenda da Comissão de Turismo, no valor de R\$ 13 milhões, para apoio às festas de São João, além de sugerir que seja realizada uma sessão do Congresso Nacional sobre o tema. Para chamar a atenção da população brasileira, da mídia e de possíveis patrocinadores, a ação começa no mês de maio em Brasília, com atrações de diversos estados. “Precisamos estar unidos, trabalhar juntos – governo, parlamentares e artistas – para fortalecer esta importante manifestação cultural do país”, destacou o ministro Henrique Eduardo Alves em entrevista recente.

A gastronomia típica do São João é forte entre as apostas dos empreendedores. Cristina e Tiago Santos, donos da padaria Pão Massa, no bairro da Madalena, zona norte do Recife, costumam aquecer as vendas do estabelecimento no período junino. Eles, que produzem e vendem alimentos feitos à base de milho o ano inteiro, conferem um aumento significativo da procura e compra do produto nas prateleiras. “Sempre comercializo bolo de milho, canjica e pamonha, mas durante o São João a venda deles chega a aumentar 100% ou mais”, afirma Cristina.



Tiago Santos comanda junto com a mãe, Cristina, a padaria Pão Massa, que tem as vendas de alimentos à base de milho aumentadas em junho.

Outro empreendedor que pega carona no período junino para faturar é Armínio Souza, da Dom Alimentos. A fábrica de *petit four* (salgadinhos e biscoitos) e bolo de rolo existe há dois anos na zona norte recifense e desenvolve um sabor de milho para a iguaria pernambucana especialmente para a época junina. “Como faço sob demanda, costumo vender de 40 a 80 quilos somente do sabor do bolo em junho”, conta. Ele também aproveita outras datas especiais para incluir outros produtos no seu mix e atrair os clientes. “Fazemos um bolo *gourmet*. No Natal, por exemplo, temos bolo de rolo de damasco e de panetone. Já no carnaval, desenvolvemos um bolo de rolo

de cachaça. A gente aproveita essas épocas comemorativas para fazer promoções”, diz.

Mas quem pensa que o São João começa apenas em junho para esses empreendedores está enganado. “Após o carnaval, já começamos a trabalhar pensando no meio do ano”, relata a proprietária da padaria Vitória, de Goiana, Elaine Albuquerque. Com um aumento de vendas em torno de 50% no período dos festejos, o estabelecimento precisa aumentar sua equipe para atender às demandas. “Em média, contratamos dois funcionários temporários. Durante o ano, nossa produção é de quinta a sábado. Na época de festas, aumentamos para todos os dias, inclusive nos finais de semana”, acrescenta Albuquerque, que decora uma área de sua padaria com enfeites de São João durante as comemorações.

Todos nós conhecemos as tradicionais comidas típicas de São João, mas ainda há espaço para novidades. Bom exemplo de criatividade é da empresária Karla Feitoza, da Tia Nanda, de Garanhuns, que investe no bolo de rolo de milho no período junino. “Começamos com os bolos quando sentimos a necessidade de produzir algo em especial para a época junina. Foi daí que surgiu a ideia de associar uma tradicional sobremesa junina, a canjica, ao nosso carro-chefe, o bolo de rolo. A partir da junção das duas receitas, criamos o bolo de rolo de milho e de canjica”, explica Feitoza.

O Sebrae destaca que as pessoas devem buscar ir além das oportunidades tradicionais dos períodos sazonais. “O que a gente percebe na lógica do comportamento do consumidor é que ele procura eventos turísticos em datas comemorativas e precisa de hospedagem, diversão e gastronomia. Uma dica é que os receptivos em hotéis e pousadas montem roteiros intermunicipais, além do turismo na própria cidade. Outra opção é investir em atividades ligadas ao tema da festa. O empreendedor se torna mais competitivo”, analisa o analista do

## Investindo em negócios sazonais

### Dicas para investir e se dar bem além do período:

- **prepare os funcionários;**
- **cuide do dinheiro;**
- **olhe além do período sazonal;**
- **encontre fontes de receita para os meses mais calmos.**

Sebrae Caruaru, Laudemiro Júnior, da área de Oportunidades de Negócios.

Um estabelecimento que enxergou a oportunidade no período junino e investe em ações temáticas é a academia Gymbox. Localizada em Caruaru, oferece todo o clima do São João aos seus clientes, das aulas de forró aos concursos de “rei e rainha do milho”. “A ideia é transformar a academia em um ambiente bem característico. Fazemos decoração junina, os professores se vestem com roupas típicas. Percebemos uma frequência maior dos alunos no período e também uma presença de turistas que vêm passar o São João em Caruaru”, explica Alberdan Coutinho, responsável técnico pela Gymbox.

### ARRAIAL DE ROUPAS

No interior do Nordeste, devido à tradição das festas juninas, é muito comum as pessoas se preocuparem com o que vão vestir. É neste momento que lojas, fábricas e confecções de roupa percebem um crescimento significativo na procura e venda de vestuário. “O segundo maior período de compra de roupa no interior é o São João. Às vezes, alguns segmentos superam até as vendas do final de ano. São praticamente 30 dias de festividades juninas



Laudemiro Júnior, analista do Sebrae em Caruaru, orienta o empreendedor a ser mais competitivo.

e as pessoas precisam de muitas roupas novas”, comenta Laudemiro Júnior.

Ligada nessa tendência, a fábrica de confecção Galzoni, em Caruaru, começa a produção para o comércio no início do ano. “É um momento que temos uma melhoria nas vendas, um aumento de 50% de maio para junho. Em geral, temos saída das roupas arrumadas, para festa”, explica Alex Carvalho, dono da confecção.

Já que o assunto é roupa, até mesmo quem trabalha no ramo alimentício se preocupa com a vestimenta na época das festas juninas. O restaurante Flor de Mandacaru, de Petrolina, muda a farda dos funcionários nesse período. “Colocamos nossos garçons com roupa de matuto e entregamos comidas típicas do São João como cortesia para os clientes. Além disso, temos muita encomenda,

pois trabalhamos também com eventos. Nos buffets em festas de aniversário ou clubes, nossos funcionários estão sempre vestidos com trajes típicos”, conta a proprietária do restaurante, Jucilene Melo.

O segmento de confecções é expressivo em Caruaru não apenas no período junino. A cidade é considerada um polo têxtil pernambucano e tem recebido a parceria do Porto Digital, que possui o projeto Armazéns da Criatividade. Incubadoras de projetos de moda estão presentes, além de espaços empresariais, salas de treinamento, laboratórios para experimentação e prototipação de projetos e produtos inovadores, *coworking* e uma unidade da Agência de Fomento do Estado (Agefepe), facilitando o acesso a linhas de crédito especiais para iniciativas inovadoras surgidas no ecossistema do projeto. ■

# Como se faz para ganhar dinheiro?

por  
**FRANCISCO FONSECA**

Essa é a pergunta mais comum feita aos analistas no atendimento individual oferecido pelo Sebrae. Afinal, qual empresário não tem o desejo de saber como ganhar dinheiro?

Pois bem, outro dia estava lendo sobre o Al-Corão, mesmo com minha firme convicção católica, estava lendo Hasan al-Basri, um teólogo do Islão, que, além de uma figura notável à sua época dentro da sua religião, era hábil comerciante de joias, antes de se tornar um Imam — aquele que guia. Devido aos seus pensamentos eruditos e ao vasto conhecimento, os mulçumanos o “batizaram” de Hasan das Pérolas. Uma das suas citações me chamou atenção: — Perguntei para uma criança que caminhava com uma vela: “De onde vem esta luz”? No mesmo instante, ela a apagou. — “Diga-me para onde foi, que direi de onde veio”.

No mundo dos negócios, sejam pequenos, médios ou grandes, faz-se necessária uma série de estratégias, planos e estratagemas para vender e não sair do foco do cliente. Adquirir conhecimento dos mais variados, seja de onde venha a informação, também é importante e, principalmente, ter criatividade ou filosofar sobre a leitura. O pensamento de Hasan pode, e deve, ser aplicado aos negócios. Parafraseando, temos: — “Como faço para ganhar dinheiro”? No mesmo instante, posso responder: — “Diga-me como se perde, que direi como se ganha”.

Os dias de crise financeira têm se estendido e, ao que indicam os índices, não terão mudanças tão logo. E uma das atitudes primeiras do empreendedor é tomar empréstimos para quitar parte das dívidas; assim, além de não saldar uma, cria-se outra. Não negociar, ou quem sabe renegociar as dívidas, principalmente as maiores, é uma das maneiras de perder dinheiro, senão a maior.

Os gastos menores, aqueles insensíveis no primeiro momento, na casa dos dois dígitos, que quando somados facilmente chegam à casa dos quatro dígitos, são outro grande vilão do orçamento. Dois reais de gorjeta, dez reais em cada estacionamento, cinquenta da reposição de uma peça qualquer. Quando não se tem uma programação financeira, com limites para cada uma das despesas, cria-se uma sangria de gastos não programados. É bom lembrar que cobramos dos nossos governantes responsabilidade fiscal e, por vezes, esquecemos de estabelecer nosso próprio limite financeiro.

Um real ontem não é um real hoje; tampouco será um real amanhã. Ao estabelecer vendas ou compras a prazo, o empreendedor tem que calcular quanto custará seu dinheiro daqui a dois, três ou seis meses. Não considerar o valor da moeda nos meses seguintes é outra forma de perder dinheiro, pois o produto



estocado, comprado ontem, se vendido no preço de ontem, não compensará a reposição do novo estoque amanhã.

Em meio a tudo isso, vale a pena lembrar — mesmo considerando uma redundância — que não se devem criar mais dívidas, sejam elas de qual natureza forem. A crise realmente existe, esta aí, à frente de todos. Contudo, existe também uma nova realidade: o brasileiro está aprendendo a trabalhar com liquidez. Antes, tínhamos a facilidade do crédito; não tínhamos dinheiro, mas a facilidade do pagamento em inúmeras parcelas.

Em 2016, para aqueles que enfrentam problemas de fluxo de caixa, a ordem do dia, aliás, a ordem de todos os dias, é não comprometer seu dinheiro futuro, e assim restabelecer o equilíbrio da empresa. ■

# Força feminina nos negócios

Grande parte dos empreendedores no Brasil são mulheres. A atuação feminina nos negócios vem mudando a realidade delas e do meio em que estão inseridas

por  
**LUIZA ALENCAR**

**É** crescente a quantidade de mulheres como empregadoras ou com empregos por conta própria que mudam suas vidas e a de muitas pessoas. De acordo com o Sebrae, a participação feminina atingiu, em 2013, 31,1% do total de 23,5 milhões de empreendedores existentes no país. Sendo também expressiva a inserção feminina no mercado de trabalho formal, onde elas representavam cerca de 41,7% dos trabalhadores com carteira assinada em micro e pequenas empresas. Entre os empreendedores iniciais, 49% são mulheres. Já entre os empreendedores estabelecidos, o percentual de mulheres é de 44%, de acordo com dados da pesquisa GEM de 2015, realizada pelo Sebrae.

Para Lucélia Abreu dos Anjos Deodato, proprietária da Designer Deluxe, que atua há 12 anos no setor de moda e varejo, no município de Bom Conselho, Agreste pernambucano, a presença feminina no empreendedorismo é fantástica. “Eu venho de uma família que tem esse histórico de mulheres empreendedoras. Minha mãe, por

exemplo, tem um supermercado. Minha irmã também tem o próprio negócio. Quando se propõem a realizar algo, as mulheres sempre surpreendem, porque são determinadas, buscam inovação, diferencial”, comenta.

A empresária conta que, para investir em um negócio próprio, buscou atender às necessidades da região. “Já existiam lojas de roupas, mas nenhuma que oferecesse roupas com calçados ao mesmo tempo, por exemplo. E este é um dos segmentos que mais cresce, sobretudo na área de moda feminina. A mulher nunca para de comprar”, explica. “Como minha família já vinha dessa área de varejo, foi um impulso. O meu sogro tinha uma loja de roupas, mas era algo simples, informal, não tinha CNPJ. Então eu e meu marido decidimos dar continuidade a esse trabalho com uma nova marca”, completa Lucélia.

Já para Adeilda Patriota Tenório, que é farmacêutica por formação e dona da rede pernambucana de laboratórios Lagam (Laboratório Garanhense de Análises Médicas), o início não foi nada fácil. A empresa foi criada por ela de forma independente há 25 anos. Começou a funcionar em uma casa



Mércia Moura, com outras quatro amigas, deu início à produção da fábrica, que hoje conta com mais de 300 funcionários diretos e 150 indiretos.

alugada e hoje conta com sete unidades distribuídas nos municípios de Garanhuns, Jupi, Jucati, Lajedo e São Bento do Una.

“Na verdade, terminei a faculdade com 21 anos e comecei a trabalhar em um laboratório particular. Aí comecei a pensar em ter o meu próprio negócio. Juntei dinheiro do meu salário e comprei os equipamentos um a um. Depois da compra, aluguei uma casa e montei o laboratório sozinha. Hoje conto com uma equipe de 25 trabalhadores, entre biomédicos, farmacêuticos e nível técnico”, afirma. Mas, apesar de conseguir se posicionar no mercado, Adeilda ressalta as dificuldades das mulheres no mercado de trabalho. “Em um país machista como o nosso, há 25 anos era complicado se destacar no mercado, ter credibilidade. Se hoje ainda é, imagina 25 anos atrás. Somos vítimas de preconceito e tripla jornada. Pra ser boa mulher, boa mãe e boa empreendedora, a mulher se desdobra muito. No meu caso, é trabalho árduo e muito amor. O que me move é o amor pelo trabalho e pelo que faço”, completa.

Outro exemplo de como o empreendedorismo pode mudar tanto a vida das pessoas quanto de uma região é Mércia Moura, com sua Marie Mercié/MM Special, empresa do setor têxtil. Apesar dos negócios da família serem inclinados para a indústria açucareira — seus pais eram donos de engenho em Itambé, a 89,5km do Recife, o desejo de abrir o próprio negócio falou mais alto. Mércia, ao lado de mais quatro amigas — casadas com agricultores que trabalhavam com a cana-de-açúcar, deu início à produção da fábrica, que hoje conta com mais de 300 funcionários diretos e 150 indiretos. “Resolvi ousar e fundar uma confecção de roupas femininas no Engenho Panguauá, com seis mulheres sem nenhuma experiência em costura, enfrentando todos os tipos de dificuldade e preconceito”, explica Mércia, fundadora e diretora geral da fábrica.

Aos poucos, com o crescimento da empresa, a paisagem local também foi se modificando. “No início, contratei o Sebrae para dar cursos de costura. Depois fundamos a nossa própria



Érika Amarante encontrou no empreendedorismo uma forma de alcançar seus objetivos na educação física.



No Centro Internacional de Educação e Cultura (Ciec), em Jaboatão dos Guararapes, as mulheres são maioria na administração.

escola de costura, onde pagamos o salário para incentivar mulheres a aprenderem uma profissão”, pondera Mércia. “Há mulheres que recebem salários mais altos do que os maridos. Mas não é apenas isso. Educação, aprendizado e consciência dos direitos são legados da MM para a região”, conclui Mércia Moura.

E foi com o foco na educação que várias mulheres se uniram para montar o Centro Internacional de Educação e Cultura (Ciec), em Jaboatão dos Guararapes. Trata-se de uma escola bilíngue, onde dos sete sócios da instituição, seis são mulheres. “O mundo vem mostrando a importância da mulher no ambiente empresarial. Somos ousadas na medida, articuladas e capazes de empreender com paixão naquilo que fazemos”, enfatiza Cláudia de Sá Barros, sócia e coordenadora da educação infantil. “No Brasil, empreender em educação ainda é muito difícil. Tradicionalmente a educação é vista como transmissão de conhecimento. Acreditamos que ela é mais do que isso, a escola precisa formar pessoas criativas, ativas e conscientes do seu papel na sociedade”, completa a coordenadora.

E os exemplos alcançam todas as áreas. A profissional de Educação Física Érika Amarante, que abriu uma microempresa há cinco anos, o Studio Esseker, encontrou no empreendedorismo uma forma de alcançar seus objetivos dentro de sua área de formação. “Sou formada há 10 anos e conheci esse serviço na academia em que trabalhei. Os resultados do meu trabalho e os benefícios desse serviço foram o impulso para abrir o meu próprio negócio na cidade que moro, Jaboatão dos Guararapes, onde não tinha nada parecido”, explica.

Apesar de quase perder o controle do negócio, no início, Érika considera que atitudes como a dela devem servir de exemplo. “Eu abri a empresa sem ajuda e notei que tive dificuldade no primeiro ano, então procurei o Sebrae que me ajuda até hoje a manter o negócio”. Atualmente a equipe conta com oito pessoas. “É um exemplo para outras mulheres, dando independência financeira, realização profissional e destaque no mercado fitness, que é bem preconceituoso com o gênero feminino”, pondera Érika Amarante. ■

# Pequenas franquias, grandes negócios

Agindo em diversos setores, as microfranquias são uma boa opção de investimento para novos empreendedores

Por

**ARIANE MONTEIRO**

**E**mpreender é o sonho de muitos brasileiros e as microfranquias, negócios que permitem um investimento inicial menor quando comparados às franquias tradicionais, são uma alternativa para quem pretende entrar no mercado com no máximo R\$ 80.000. Em 2015, o setor teve boa representatividade e o faturamento alcançou R\$ 127 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF).

Para começar qualquer negócio, planejamento e organização são necessários. Buscar ajuda em setores especializados é essencial para evitar surpresas desagradáveis. O analista do Sebrae Vítor Abreu aponta as vantagens de investir nas microfranquias. "Por serem de menor porte/complexidade, acabam tornando-se mais práticas e acessíveis para quem nunca atuou com um negócio e deseja iniciar a vida empresarial. O "baixo" investimento, se comparado com franquias maiores, também torna o negócio mais acessível, permitindo a

entrada de pessoas com menor capacidade de investimento", ressalta o consultor.

Procurar o Sebrae em busca de consultoria e capacitações foi o caminho traçado por Bruno Saraiva, franqueado no Recife da Elefante Verde, uma empresa de marketing digital. "Tinha saído da engenharia civil e estava buscando oportunidades para empreender. Mesmo com muitas pesquisas na internet, fui ao Sebrae e fiz uma consultoria, que foi fundamental para planejar bem", afirma Bruno.

Buscando um modelo que, com a ajuda da tecnologia, proporcionasse um crescimento em escala, os criadores da Elefante Verde, Caio Sigaki e Fábio Duran, apostaram em um negócio que democratizasse o acesso ao marketing digital. "A Elefante Verde oferece tudo que um microempreendedor individual ou pequenas e médias empresas precisam para ter mais visibilidade em uma única plataforma. Site e e-mail com domínio próprio; ranqueamento orgânico nas buscas do Google; campanhas de e-mail marketing; avaliações de clientes (em um guia colaborativo); disponibilização



Bruno Saraiva procurou o Sebrae antes de investir em franquia de marketing digital.

de cupons de desconto e, recentemente, lançamos um app de geolocalização”, explica Fábio. A Elefante Verde teve início em 2011, em São Paulo, e no ano seguinte começou a trabalhar com franquias, associando-se à ABF.

Observar as tendências do mercado para investir em um negócio próprio foi a escolha feita por Marcos Mendes, sócio-fundador da AcquaZero. Criada em 2009 e passando a trabalhar com franqueados em todo o território nacional desde 2010, a empresa é uma rede especializada em limpeza ecológica e estética automotiva, somando qualidade à sustentabilidade em suas diversas modalidades

de franquias e com as suas mais de 230 unidades. “Atualmente trabalhamos com diversos modelos diferentes de negócios: licenciamento básico, licenciamento *plus*, licenciamento *express*, franquia *delivery*, franquia *partnership*, franquia *standard*, franquia *prime* e franquia *gold*. O valor do investimento é a partir de R\$ 4.800, podendo variar até R\$ 150 mil, de acordo com a modalidade escolhida”, explica Marcos, que divide sociedade com Evandro Oliveira.

As ramificações no setor das microfranquias são muitas e o setor alimentício não fica de fora. Criada em setembro de 2014,

Mariana Paashaus fundou, com o marido, a Docecleta, que hoje conta com quatro franqueados.



a Doceleta, *food bike* especializada em *brownie*, teve início com os sócios Mariana Paashaus e Marcelo Moura à frente de uma *browneria* ambulante. “Nós já produzíamos os *brownies* em casa e procuramos uma maneira diferente de chamar atenção para o produto com a *bike retrô*”, conta Mariana.

Com a demanda crescente, além de alugarem um espaço para administrar e produzir melhor os *brownies*, o casal passou a trabalhar com franquias desde setembro de

2015. Hoje quatro franqueados fazem parte da equipe, levando além dos já conhecidos *brownies*, derivados do produto como sorvete com pedaços do doce, casquinhas e a farinha colocada em cima do *brownie*. “O processo antes era feito todo por nós, tais como a administração, a produção e a venda. Com as franquias, passou a ser possível focar ainda mais na qualidade do produto e administrar a venda com os nossos franqueados”, informa Mariana. ■

## Como se preparar para abrir uma microfranquia

- Fazer uma reflexão sobre um segmento/atividade com o qual o empresário se identifique.
  - Conversar com redes de franquias para conhecer os modelos e o formato de relação adotado, além da previsão de desempenho do negócio (mercadológico e financeiro) e dos diferenciais da rede.
- Conhecer negócios semelhantes para ter uma ideia inicial da empresa (operacionalização, atendimento, estrutura etc).
  - Entrevistar franqueados, comparando informações repassadas pela franqueadora e informações vivenciadas pelos empresários, bem como aprofundando o conhecimento sobre o negócio, a rentabilidade e a operação.
- Analisar as informações, comparar e tomar a decisão.



# É rentável e faz bem

A preocupação com saúde, beleza e bem-estar vem se destacando no setor de serviços e gera oportunidades de negócios

Por  
**LEONARDO TEIXEIRA**

**A** fonoaudióloga Clênia Galvão sempre gostou de fazer e comer doces. Três anos atrás, ao descobrir que ela e a mãe eram pré-diabéticas, cortou o açúcar da dieta.

Insatisfeita, Clênia foi em busca de cursos na linha de produção de doces com açúcar zero e começou a cozinhar bolos, tortas, biscoitos, pudins e outras receitas para diabéticos, todas acompanhadas por uma nutricionista. E foi com essa intenção de proporcionar o bem-estar para si e para a família que Clênia enxergou uma oportunidade de negócio e fundou a Doce Vida sem Açúcar. "As pessoas estão buscando cada vez mais qualidade de vida e muitas estão entendendo que cortar o açúcar da alimentação é um passo importante", ressalta.

Empreendimentos como o de Clênia compõem um segmento que tem atividades ligadas diretamente à saúde e à estética. Negócios que promovam bem-estar e qualidade de vida ganharam força no Brasil nos últimos anos. O setor de serviços vem crescendo com taxas expressivas e o segmento de saúde e bem-estar desponta com grande destaque, representando hoje 7% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, com

uma movimentação de R\$ 300 bilhões por ano, de acordo com o Sebrae. Esse mercado conta com uma série de novos vetores de crescimento, tais como a ascensão das classes sociais e o envelhecimento da população.

"A transformação da classe média 'forçou' as indústrias de alimentos, cosméticos, fármacos e até salões de beleza a se adequarem a essa nova realidade de consumo, que preza pela qualidade, mas que o custo pesa na decisão de compra. Com essa nova configuração de mercado, vários produtos e medicamentos foram lançados e novos serviços surgiram para atender esse público cada vez mais exigente", explica Thiago Suruagy, analista de Comércio e Serviços do Sebrae/PE.

Seguindo essa tendência, as fisioterapeutas Carolina Florêncio e Flávia Veras abriram a própria clínica, a Vanity, e passaram a oferecer, além de fisioterapêuticos, serviços voltados para as áreas de estética, nutrição, atividades físicas e relaxamento. "Nossa ideia era proporcionar saúde, bem-estar e beleza em um só lugar, então procuramos profissionais de qualidade para serem nossos parceiros e montamos um espaço multidisciplinar, oferecendo uma gama de serviços que vão desde uma massagem até

Após ter que adaptar a dieta, Clênia Galvão se especializou na produção de doces sem açúcar.

Agência Rodrigo Moreira



o acompanhamento após um procedimento cirúrgico estético. Apesar da crise, esses serviços continuam sendo bastante procurados,” aponta Carolina Florêncio.

### SERVIÇO PERSONALIZADO NO AGRESTE

Há 15 anos atuando no mercado de academias de ginástica em Caruaru, no Agreste, a educadora física Gica Almeida entendeu que oferecer bem-estar e qualidade de vida como serviço estava diretamente ligado ao atendimento personalizado. “As pessoas se preocupam com a saúde e a aparência e gostam de ter atendimento personalizado. Eu vi que poderia agregar outros serviços de bem-estar ao meu negócio por causa disso. Tudo é feito de acordo com as necessidades de cada um e as pessoas gostam disso, da atenção, do atendimento diferenciado,

gostam cada vez mais”. Gica é diretora de um estúdio que oferece atividades fitness como musculação e aulas de dança, pilates, artes marciais, estética facial e corporal, e em breve deve incorporar *pole dance*.

Mesmo com a crise econômica e a retração do consumo no país, a tendência do setor é crescer nos próximos anos. Segundo Thiago Suruagy, o motivo é que as pessoas estão buscando alternativas de serviços mais baratos e produtos alternativos. Outro ponto é que, com o envelhecimento da população, a busca por qualidade de vida, saúde e bem-estar deve aumentar. Para o Sebrae, os setores que promovem a qualidade de vida são prioritários no atendimento em âmbito nacional e também local. Em Pernambuco, por exemplo, o Sebrae estruturou um projeto que visa a atender as empresas que compõem a cadeia de valor do bem-estar,



A clínica Vanity diversificou os serviços e foi além dos fisioterapêuticos.

promovendo o desenvolvimento desses pequenos negócios e contribuindo para facilitar a integração comercial entre eles.

## BEM-ESTAR NO SEBRAE

O Sebrae vem executando um novo formato de atuação nos últimos anos, principalmente como agente de capacitação e promoção de serviços para os setores de saúde e bem-estar no Brasil. Fazem parte destes setores empreendimentos como hospitais, clínicas médicas e fisioterapeutas, farmácias, salões de beleza, indústria de cosméticos, lojas e representantes de cosméticos, clínicas de estética e academias de ginástica, que são apoiados pelo Sebrae. Para a instituição, a atuação nestes dois segmentos é prioritária tanto em âmbito local como nacional. ■

## Índice de envelhecimento da população (%)

**População idosa do Brasil – 20.590.599 milhões (10,8% da população)**

Desde os anos 1940, a população idosa apresentou as taxas mais altas de crescimento populacional

\*IBGE – Censo Demográfico 2010



Divulgação

O estúdio de Gica Almeida, em Caruaru, oferece serviços personalizados que vão desde musculação até estética corporal.

# Você sabia que micro e pequenas empresas estão obrigadas a **cumprir a Lei Anticorrupção?**

por  
CLETO PAIXÃO



Ilustração original: Freepik

Hoje fala-se muito em corrupção, propinas e escândalos envolvendo grandes empresas, mas é importante ressaltar que as micro e pequenas também estão sujeitas à mesma lei que criou regra de conduta e determina sanções para dirigentes de empresas no país.

Criada em 1º de agosto de 2013, a Lei 12.846, conhecida como Lei Anticorrupção, busca combater atos lesivos contra a administração pública praticados por empresários de qualquer tipo de empresa. A lei foi regulamentada em 18 de março de 2015, pelo Decreto nº 8.420, que em seu artigo 41 fala sobre o programa de integridade.

Esse programa estabeleceu mecanismos e procedimentos que devem ser adotados por todas as empresas, tais como auditoria, aplicação de códigos de ética e conduta, e incentivos de denúncia de irregularidades.

Visando a adequar esses controles, que chamamos de Compliance, as peculiaridades das micro e pequenas empresas, a Controladoria Geral da União (CGU), em conjunto com a Secretaria da Micro e Pequena Empresa, publicou em 11 de setembro de 2015 a Portaria nº 2.279.

Essa portaria proporciona às micro e pequenas empresas parâmetros mais simples, com menor rigor formal, mas sem perder a essência e o objetivo da lei. Para que os empresários das micro e pequenas empresas entendessem melhor toda essa legislação, suas finalidades e benefícios, o Sebrae, em conjunto com a CGU, lançou a cartilha “Integridade nos pequenos negócios”. A publicação faz parte de um programa desenvolvido pelo Sebrae, em parceria com a CGU, chamado de Integridade.

Esse projeto tem como finalidade apresentar aos empresários das micro e pequenas empresas, em especial os que negociam ou pretendem negociar com

órgãos governamentais, quais são esses parâmetros da integridade empresarial, a importância de manter os controles exigidos na lei e os benefícios que esses controles podem trazer para a sua empresa.

Os parâmetros são:

- comprometimento da direção da empresa;
- adoção e implementação de padrões de conduta, código de ética, políticas e procedimentos;
- treinamento e divulgação do programa de integridade;
- registros contábeis confiáveis;
- controles internos que assegurem a elaboração e a confiabilidade de relatórios e demonstrações financeiras;
- procedimentos para prevenção de fraudes e irregularidades em licitações, na execução de contratos administrativos ou em qualquer interação com o setor público;
- medidas disciplinares;
- procedimentos que assegurem a pronta interrupção de irregularidades e a correção de danos;
- transparência na doação a candidatos e partidos políticos.

Entenda melhor cada um desses parâmetros e como eles devem ser implantados em sua empresa, acessando o link <http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/integridade-para-pequenos-negocios.pdf>.

É importante que o empresário da micro e pequena empresa entenda a importância de buscar esses parâmetros de integridade e veja isso como um investimento que poderá mitigar riscos empresariais, tais como risco de imagem, risco financeiro e até risco de continuidade. Esses controles vão provocar mudanças no dia-a-dia da sua empresa e levar a um melhor desempenho do seu negócio, com baixo custo e melhoria na qualidade de seus funcionários. ■

# Oportunidade de negócios em Goiana

Estudo aponta previsão de R\$ 15 bilhões de investimento no polo

Por

**PEDRO PAULO CATONHO**

**D**e acordo com estudo do Sebrae divulgado no ano passado, em parceria com a Fecomércio, R\$ 15 bilhões estão previstos ou em desenvolvimento no polo de Goiana. Os investimentos das grandes marcas abrem oportunidades em diversas áreas para os novos empresários dos municípios da região da Mata Norte do estado.

Segundo o levantamento, há novos espaços no mercado local, mais precisamente em transporte e turismo, serviços de saúde, educacionais, profissionais liberais, empresas, recreação, cultura e esportes, alimentação, administração de imóveis, locação de espaços e fornecimento de material de escritório e limpeza.

“Viabilizar o aproveitamento dessas oportunidades para uma maior inserção das empresas pernambucanas nas cadeias produtivas que chegam ao estado será o grande desafio das instituições que atuam na promoção empresarial. Torna-se imperativa a necessidade de fomentar mudanças culturais que promovam o desenvolvimento das empresas locais, para atender às especificidades de um novo mercado competitivo e muito exigente”, disse o presidente da Fecomércio/PE, Josias Albuquerque.

Os 15 bilhões serão distribuídos entre

os polos automotivo (8 bi), imobiliário (4 bi), farmacológico (1 bi), vidreiro (1 bi), infraestrutura e bebidas (1 bi). De acordo com a economista Tânia Bacelar, os investimentos das grandes marcas serão benéficos para os novos empreendedores.

“Lá é uma região com economia diferenciada, de potencial de turismo e cultura, com litoral bonito. Os investimentos dos grandes polos acabam transbordando nos microempreendedores, que precisam se qualificar para acompanhar as novidades. Antes eles lidavam com um tipo de economia, hoje é outra coisa, com um público mais exigente, de renda mais elevada. O microempreendedor individual tem que se preparar, qualificar seu negócio para atender às demandas mais complexas, com Planos de Negócios e sem improvisos”, acrescentou a economista.

## DESCENTRALIZAÇÃO DO ATENDIMENTO

O Sebrae Pernambuco segue o processo de descentralização do seu atendimento na Região Metropolitana do Recife e no interior do estado. Com o objetivo de facilitar o apoio aos empresários e empreendedores localizados na Mata Norte, o Sebrae, com aprovação do Conselho Deliberativo Estadual, criou este ano, uma unidade em Goiana, que atende 28 municípios. A Unidade já está atuando, a princípio com a equipe em Recife,

enquanto o espaço físico que irá sediar o escritório do Sebrae no município está sendo estruturado para atender a região.

“Além de estar mais próximo de seus clientes, a nova unidade irá contribuir para o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios da Mata Norte pernambucana, por meio de ações de educação empreendedora, capacitação empresarial, articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável, acesso a novos mercados, tecnologia e inovação”, explicou o gerente da Unidade Sebrae Mata Norte Leonardo Carolino.

O atendimento dos empresários e empreendedores da região acontece por meio dos projetos desenvolvidos na nova unidade,

tais como “Desenvolvimento econômico territorial da Mata Norte”, “Competitividade do comércio e serviços” e “Turismo, artesanato e economia criativa na Mata Norte”.

“Estamos atentos às necessidades dos pequenos negócios e aos movimentos econômicos que ocorrem no estado. Temos o objetivo de contribuir para o aproveitamento das oportunidades na região, com uma maior inserção das empresas pernambucanas nesse cenário de desenvolvimento, melhorando a sua competitividade. São vários pontos de atendimento em funcionamento. Assim, evitamos grandes deslocamentos e custos desnecessários”, concluiu o gerente da Unidade de Goiana. ■



Leonardo Carolino, gerente da Unidade Mata Norte do Sebrae em Pernambuco, destaca a contribuição da nova unidade para os pequenos negócios da região.

# Pontos de atendimento do Sebrae pelo estado

## SALA DO EMPREENDEDOR DE AGRESTINA

**Endereço**

Rua Capitão Cadete, 36 – Centro (Departamento de Desenvolvimento Econômico)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 7h30 às 13h

**Telefone**

(81) 3744-1232

## SALA DO EMPREENDEDOR DE ARARIPINA

**Endereço**

Rua José Barreto Alencar, 341 – Centro

**Horário de atendimento**

segunda a sexta, das 8h às 14h

**Mais informações**

[www.araripina.pe.gov.br](http://www.araripina.pe.gov.br)

## SALA DO EMPREENDEDOR DE ARCOVERDE

**Endereço**

Rua Barbosa Lima, s/n – Centro

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 13h

**Telefone**

(87) 3821-9019

## SALA DO EMPREENDEDOR DE BELO JARDIM

**Endereço**

Av. José Mendonça Bezerra

**Horário de atendimento**

8h às 13h

**Telefone**

(81) 3726-8711

## SALA DO EMPREENDEDOR DE CABROBÓ

**Endereço**

Av. São Francisco, 357 – 1º andar – Centro – CEP: 56.180-000

**Telefones**

(87) 9944-9481 -(87) 9601-1932



SALA DO EMPREENDEDOR DO CABO DE SANTO AGOSTINHO

**Endereço**

Rua Pereira da Costa, 594 – Centro (prédio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico)

**Telefone**

(81) 3518-1646

EXPRESSO EMPREENDEDOR – CARUARU

**Endereço**

Rua Armando da Fonte, 15 – Maurício de Nassau (Associação Comercial e Empresarial de Caruaru)

**Horário de atendimento**

segunda a sexta, das 8h às 17h

**Telefone**

(81) 3184-7879

SALA DO EMPREENDEDOR DE CARUARU

**Endereço**

Rua Leão Dourado, 51 A – São Francisco

**Horário de atendimento**

8h às 12h e das 14h às 16h

**Telefone**

(81) 3722-4070

SALA DO EMPREENDEDOR DE CUIPIRA

**Endereço**

Rua Felismino Guedes, 135 (prédio da prefeitura)

**Horário de atendimento**

segunda a sexta, das 7h às 13h

ESPAÇO DO EMPREENDEDOR DE GARANHUNS

**Endereço**

Av. 13 de Maio, 234 – Santo Antônio (prédio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico)

**Telefone**

(87) 3762-1754 (até às 14h)

SALA DO EMPREENDEDOR DE GRAVATÁ

**Endereço**

Rua Rui Barbosa, s/n – ao lado da Igreja Matriz (prédio da Secretaria Municipal de Finanças)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 13h

SALA DO EMPREENDEDOR DE GOIANA

**Endereço**

Rua do Rosário, 46 – Centro (ao lado da Receita Federal)

**Horário de atendimento**

7h30 às 14h

SALA DO EMPREENDEDOR DE IGARASSU

**Endereço**

Centro Comercial de Igarassu

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 7h às 13h

**Telefone**

(81) 3545-5096

SALA DO EMPREENDEDOR DE ITAMBÉ

**Endereço**

Praça Monsenhor Júlio Maria, 13 – Centro

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 7h às 13h

POSTO SEBRAE NA FACULDADE GUARARAPES – JABOATÃO DOS GUARARAPES

**Endereço**

Rua José Didier, 27 – Piedade

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 18h

**Telefone**

(81) 3461.5547

SALAS DO EMPREENDEDOR DE JABOATÃO DOS GUARARAPES

Regional 1 – JABOATÃO CENTRO

**Endereço**

Praça Dantas Barreto, s/n (antigo prédio da prefeitura)

**Telefone**

(81) 3482-8236

Regional 3 – CURADO 2

**Endereço**

Rua Leonardo da Vinci, 28

**Telefone**

(81) 3255-2412

Regional 6 – PRAIAS

**Endereço**

Av. Presidente Kennedy, 578

**Telefone**

(81) 3469-4280

Regional 7 – GUARARAPES

**Endereço**

Estrada da Batalha, 188 – Prazeres

**Telefone**

(81) 3476-4174

SALA DO EMPREENDEDOR DE LIMOEIRO

**Endereço**

Praça Domingos Rodrigues – Bairro do Ponto Certo (Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 13h

**Telefone**

(81) 3628-3484

SALA DO EMPREENDEDOR DE PARANATAMA

**Endereço**

Praça João Correia de Assis, s/n – Centro

**Horário de atendimento**

8h às 13h

**Telefones**

(87) 3787-1144 – 9662-1181 – 8108-8416

SALA DO EMPREENDEDOR DE PALMARES

**Endereço**

Rua Letácio Montenegro, 161

SALA DO EMPREENDEDOR DE PAULISTA

**Endereço**

Av. Floriano Peixoto, s/n – Centro (Secretaria de Finanças da Prefeitura de Paulista)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 7h às 13:30h

DEPARTAMENTO DE ATENDIMENTO AO

MICROEMPREENDEDOR – PESQUEIRA

**Endereço**

Rua Dr. Lídio Paraíba, 21

**Horário de atendimento**

8h às 13h

**Telefone**

(87) 3835-8779

SALA DO EMPREENDEDOR DE PETROLÂNDIA

**Endereço**

Rua Dom Pedro II, 107 (1º andar) – Centro

SALA DO EMPREENDEDOR DE QUIXABA

**Endereço**

Praça Antônio Pereira de Carvalho, 20 – Centro

SALA DO EMPREENDEDOR DO RECIFE – CASA AMARELA

**Endereço**

Av. Norte, 6771 (prédio da Escola Profissionalizante Dom Bosco)

SALA DO EMPREENDEDOR DO RECIFE – RECIFE ANTIGO

**Endereço**

Cais do Apolo, 925 – Bairro do Recife (sede da Prefeitura do Recife)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 17h

EXPRESSO EMPREENDEDOR RECIFE – SHOPPING RIOMAR

**Endereço**

Av. República do Líbano, 251 – Pina (dentro do Expresso Cidadão)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 20h; e das 8h às 14h (sábado)

**Telefones**

(81) 3184.7879 – 3182.2801

POSTO SEBRAE NA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO – RECIFE

**Endereço**

Rua Dom Manuel de Medeiros, s/n – Dois Irmãos (próximo ao restaurante universitário)

**Horário de atendimento**

Segunda a sexta, das 8h às 17h

SALA DO EMPREENDEDOR DE SALGUEIRO

**Endereço**

Rua Belarmino Ângelo, 600 – Nossa Senhora Aparecida

**Horário de atendimento**

8h às 12h

**Telefone**

(87) 3871-7092

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO, AGRICULTURA E MEIO  
AMBIENTE DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE

**Endereço**

Rua David Monteiro dos Anjos, s/n – Centro

**Telefone**

(81) 3731-8401

MODA CENTER SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE

**Endereço**

PE-160, km 12

**Telefones**

(81) 3759-1000 – 3759-1002

SALA DO EMPREENDEDOR DE SÃO BENTO  
DO UNA

**Endereço**

Rua Manoel Cândido, 787 – Centro (em frente  
à Câmara de Vereadores)

**Telefone**

(81) 8230-5478

SALA DO EMPREENDEDOR DE SÃO JOSÉ DO  
EGITO

**Endereço**

Rua João Pessoa, s/n – Centro

**Horário de atendimento**

8h às 12h e das 14h às 17h

**Telefones**

(87) 3844-1156 – 9664-5400

SALA DO EMPREENDEDOR DE SERRA  
TALHADA

**Endereço**

Rua Enock Ignácio de Oliveira

**Horário de atendimento**

8h às 14h

**Telefone**

(87) 9644-5424

SALA DO EMPREENDEDOR DE TIMBAÚBA

**Endereço**

Rua Dr. Alcebiades, 276 – Centro

**Horário de atendimento**

8h às 13h

**Telefone**

(81) 3631.3485

SALA DO EMPREENDEDOR DE TORITAMA

**Endereço**

Rua 4 de outubro, 85 e 89 – Centro

**Horário de atendimento**

às quintas-feiras, das 8h às 12h

**Telefone**

(81) 3741-5898

SALA DO EMPREENDEDOR DE VITÓRIA DE  
SANTO ANTÃO

**Endereço**

Av. Ivo Queiroz, 130

**Horário de atendimento**

8h às 13h

**Telefone**

(81) 8681-7924



# Um novo modelo de gestão pública

Por  
**AMANDA GALVÃO**

Tânia Zapata é socióloga, especialista em Desenvolvimento Econômico Regional pelo Instituto de Pesquisas e Formação para o Desenvolvimento / Paris; consultora do Pnud e do IICA, na área de Desenvolvimento Territorial; diretora técnica do IADH; e consultora do MI.

**Você defende que uma nova governança é o caminho para a construção do desenvolvimento, incentivando uma nova cultura política, de cooperação entre os setores dos governos, das empresas e da sociedade civil. Desse modo, você acredita que é necessário criar um novo modelo de gestão, ou ainda que não deve haver modelos, e sim um conceito que esteja em constante mudança para acompanhar o desenvolvimento da sociedade?**

O modelo de gestão pública que existe hoje está completamente obsoleto. É necessário reinventar, porque estamos no mundo que não é mais o mundo piramidal, é o mundo das redes, da colaboração, da visão holística, sistêmica, interdependente, e a gestão pública trabalha de forma setorial e sem preocupação com o resultado da transformação. É tipo cumprir um plano, cumprir uma meta, mas aquela transformação sustentável que promove o desenvolvimento não passa pelos indicadores da gestão pública dos estados brasileiros. Não é possível mais admitir, na sociedade do conhecimento e da conectividade, práticas clientelistas e de tutela com as comunidades

urbanas e rurais, que têm se configurado como um comportamento comum da maioria dos que exercem a política no Brasil.

**E quais são os pontos principais para haver essa mudança?**

Em primeiro lugar, é necessário rediscutir o pacto federativo do Brasil, ou seja, os recursos estão hoje muito centralizados em Brasília e as atribuições constitucionais são delegadas aos estados e para os municípios. Então, é preciso rediscutir, porque o Brasil é um país continental e nenhum país do mundo se desenvolve com sustentabilidade com a quantidade de recursos centralizados como o Brasil tem. É preciso que a cidadania se organize no território dos municípios, promovendo a cultura empreendedora e a inteligência colaborativa para se ter novos rumos de desenvolvimento sustentável.

**Como promover essa descentralização?**

Colocando em prática os avanços e experimentações, a gente vai encontrando algumas saídas. E também com as lições



Tânia Zapata: “É preciso que a cidadania se organize no território dos municípios, promovendo a cultura empreendedora e a inteligência colaborativa”.

aprendidas com outros países. É difícil encontrar um país com a complexidade do Brasil, com uma extensão continental tamanha, com a diversidade de população que nós temos. Eu não sou favorável a se pensar em políticas de desenvolvimento para uma determinada grande região. Há que se pensar, no mínimo, em recortes de microrregiões. Os níveis de capital social e de desenvolvimento institucional são diferentes. Os ativos são diferentes.

**Em suas palestras, você fala sobre a diferença entre o papel da governança e da governabilidade no processo de um novo modelo de gestão. Quais são os pontos principais entre os dois?**

É importante não confundir o conceito de governança com o de governo. O conceito de governança antecipa e ultrapassa o de

governo. Governança contempla a capacidade institucional na gestão pública, com a participação de diferentes atores, ou seja, governo, agentes do mercado e sociedade civil. Estamos falando de um conceito que contempla a articulação de interesses de atores públicos e privados, com a perspectiva do interesse coletivo em longo prazo.

A gestão pública precisa se adaptar ao novo tempo que tem que ter governança, que é exatamente envolver os atores do mercado e da sociedade com a política pública para pactuar uma estratégia de desenvolvimento sustentável, e não apenas de crescimento econômico, com uma visão de longo prazo e não algo que aconteça em apenas uma gestão de quatro anos. É necessário pensar numa política de desenvolvimento que cause transformações e não maquiagens.

*A gestão pública precisa se adaptar ao novo tempo que tem que ter governança, que é exatamente envolver os atores do mercado e da sociedade com a política pública para pactuar uma estratégia de desenvolvimento sustentável, e não apenas de crescimento econômico*

**Como a sociedade pode agir para ajudar na construção desse novo modelo de gestão?**

A primeira coisa é identificar as lideranças do território, sejam elas do mundo dos empreendedores, da sociedade civil, das entidades, das igrejas, das organizações, dos órgãos de fomento etc. É preciso encontrar pessoas visionárias, que estejam sintonizadas com os novos tempos da economia, do conhecimento, da inteligência coletiva, do foco em resultados etc. Porque o mais importante hoje são as pessoas, é o capital humano, e não mais pensar em dinheiro ou obras físicas — isso vem depois. É importante identificar lideranças visionárias, que tenham capacidade de sonhar, de ousar, de reinventar estratégias e juntar essas pessoas para pensar juntas em um novo caminho.

**Isso tem a ver com a concepção do desenvolvimento humano?**

Estamos vivendo um momento de transição paradigmática que afeta todas as áreas do conhecimento humano. A concepção de desenvolvimento humano sustentável resulta da reflexão e do amadurecimento de várias abordagens das últimas décadas. O desenvolvimento como um processo de mudanças qualitativas, como uma categoria central de sua filosofia, que além dos bens materiais contempla outros elementos como o conhecimento, o reconhecimento social e cultural, os códigos éticos e espirituais de conduta, a relação com a natureza, os valores humanos e o que queremos enquanto futuro da espécie humana. E isso só acontecerá com a verdadeira participação das pessoas e das diversas institucionalidades que representem a nova cultura política, isto é, com a nova governança.

**Você pode citar alguns exemplos de ações que podem fortalecer esse novo modelo de gestão?**

É preciso se dedicar a experimentar em campo metodologias e ações de intervenção que provoquem a mobilização dos atores do território para que se encaixem numa proposta de desenvolvimento, onde os ativos do território estejam mobilizados para potencializar sua criatividade e seu potencial empreendedor. Eu acredito que nós precisamos começar a fazer experiências nos territórios, experiências práticas que comecem a promover resultados. Ver territórios onde têm prefeitos líderes, ou líderes empresários, ou líderes da sociedade, e construir uma estratégia de desenvolvimento a partir do local. Essas estratégias quando começam a dar resultado, tornam-se referência para outros prefeitos, para que outros líderes que estão acomodados se motivem. Mas isso exige ousadia, energia, capacidade de ser original e falta alguém que dê início, falta “startar” e, a partir disso, virar referência. ■

# DIREÇÃO

[www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)



## Anuncie Aqui.

Divulgue sua empresa para outros  
empreendedores como você.

Ligue para: (81) 2101.8565

**SEBRAE**

NOSSOS ESPECIALISTAS ESTÃO PRONTOS PARA  
TIRAR SUAS DÚVIDAS E APONTAR OS CAMINHOS PRA  
VOCÊ SE TORNAR UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO.  
PROCURE O SEBRAE E FAÇA O SEU NEGÓCIO DAR CERTO.



SEMPRE  
POR PERTO  
PRA DAR  
AQUELA AJUDA.

0800 570 0800

[www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)

