

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O que mudou no comportamento do consumidor com a transformação digital e a pandemia?

INTERNET COMO ALTERNATIVA

Redes sociais ampliam oportunidades para profissionais investirem em outras áreas de atuação

REVISTA XIX | ANO 12 | NÚMERO 37 | MARÇO/ABRIL 2021 BOA VISTA/RR

EMPREENDEDORISMO *e negócios*



ECONOMIA

NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS EM MEIO À CRISE ECONÔMICA

É necessário estar atento ao mercado, entender os hábitos do consumidor e não ter medo de inovar.

SEBRAE

EMPREENDEDORISMO e negócios

REVISTA XIX | ANO 12 | NÚMERO 37 | MARÇO/ABRIL 2021 BOA VISTA/RR

PROPÓSITO

Transformar os pequenos negócios em protagonistas do desenvolvimento sustentável do Brasil.

VISÃO

Ser referência na promoção do empreendedorismo e geração de valor para os pequenos negócios.

VALORES

Resultados Sustentáveis, Empatia, Ética, Simplicidade, Inovação, Valorização Humana e Cooperação.

EXPEDIENTE

Jadir Corrêa da Costa

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual – CDE

Luciana Surita da Motta Macedo

Diretora Superintendente

Dorete Schmeling Padilha

Diretora Técnica

Almir Moraes Sá

Diretor de Administração e Finanças

Flávia Gonzaga de Araújo Lima

Gerente em Exercício de Marketing e Comunicação

Coordenação Editorial

SEBRAE/RR

Reportagens

Moriá Comunicação

Fotografias

Arquivo UMC Sebrae/RR

Diagramação

Mene e Portella

Impressão

Indústria e Comércio Ioris Ltda

Tiragem

900 unidades

INFORMAÇÕES E CONTATOS

Av. Major Williams – 680 – São Pedro

CEP: 69.301-110 – Boa Vista –RR

PABX: (95) 2121 - 8000

ASCOM: (95) 2121-8013

Call Center: 0800-570-0800

www.sebrae.com.br/uf/roraima

Índice

04	Editorial
06	Empreender com amor e fé
09	Empreendedorismo na veia
11	O Sebrae é delas
12	Sebrae orienta MEI sobre restituição de pagamento em duplicidade
14	O Sebrae ajuda
15	Alimentação saudável é tendência
16	Comida é qualidade de vida
19	Saudável e vegano
22	Sebrae contribuiu com o fortalecimento de Associações Comerciais
24	Agente de Desenvolvimento assume Secretaria Municipal de Amajari
26	A Pandemia Digital
28	A gente não quer só comida
29	Ifood na liderança
30	Influencers Digitais
32	Experiência da Barbearia Rincones
33	WhatsApp alavancou vendas da Amazônia Granitos
34	Presença nas redes sociais
36	O Sebrae tá on
38	Empreendedores terão 90% de desconto nas consultorias de inovação
39	Saiba mais
40	Novas oportunidades de negócios em meio à crise econômica
42	O que mudou no comportamento do consumidor com a transformação digital e a pandemia?
44	Redes sociais ampliam as oportunidades para profissionais investirem em outras áreas de atuação
46	Visibilidade e gestão de negócios nas páginas do Google
48	Sebrae RR lança programa Cidade Empreendedora



Por **Jadir Corrêa**, Presidente do Conselho Deliberativo - CDE

CONTE COM O SEBRAE!

Quando em 1999, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman, lançou o livro *Modernidade Líquida*, ninguém e nenhuma nação poderia imaginar que um vírus fosse capaz de paralisar um mundo todo. Segundo ele, nesse mundo sólido com valores que se transformavam em uma forma lenta e previsível, impor condições de controle era questão de tempo.

Parecia que tudo estava ao nosso alcance e às nossas ordens. Éramos capazes de controlar tudo, tecnologia, natureza, relações afetivas, relações trabalhistas.

Mas o mundo mudou e com a chegada desse vírus tudo se liquefez, não somos mais capazes de dar a forma que gostaríamos que fosse para todos os processos e coisas, nessa transformação radical vieram as incertezas, incertezas de todos os níveis: será que vou manter minha empresa? Será que vou manter meu emprego? Como será o amanhã?

Portanto, estamos no momento de nos moldarmos às novas formas e conceitos. Nada será como antes. Novos hábitos vão surgir e vão fazer parte da nossa rotina.

Enquanto empreendedores, precisamos ficar muito atentos quanto a esses movimentos de mudanças. Precisamos entender que esse deslocamento de conceitos e valores, não foi resultado pura e simplesmente de nossas ações e sim por forças externas à nossa vontade.

E essa ruptura, do mundo sólido para o líquido, ocorrida de forma

impactante, nos impõe condições, às vezes precárias, mas necessárias, de superar as dificuldades e encontrar uma nova maneira de fazer a mesma coisa, mas de forma mais eficiente e eficaz. E é nesse novo horizonte, de busca de soluções convenientes e melhores práticas de gestão, que nós do Sebrae, estamos pensando e organizando nossas ações de fortalecimento do ambiente empresarial.

2020 foi nosso aprendizado, 2021 é nosso momento de abraçar nossas empresas, com parcerias fortes e robustas num único sentido de mantê-las fortes, e se não competitivas, nesse momento complexo, sustentáveis, para num futuro próximo alcançar a competitividade necessária.

Fiquemos atentos, repito, nada será como antes. As empresas precisam se adaptar às novas tecnologias e aos novos modos de trabalho, para chegar ao seu consumidor final. As relações trabalhistas mudaram e tendem a ter novos formatos cada vez mais flexíveis. Tudo isso traz um novo cenário para empresas. Precisamos amadurecer para as novas formas comerciais e isso fará muita diferença daqui para frente.

Contem com o apoio do Sebrae. Estamos dando continuidade num trabalho parceiro nas esferas federais, estaduais e municipais, no sentido de propor políticas públicas, voltadas para o crédito e estabilidade do emprego com o objetivo de propor o ajuste das empresas nesse momento empresarial tão delicado.

Boa leitura!

Portanto, estamos no momento de nos moldarmos às novas formas e conceitos. Nada será como antes. Novos hábitos vão surgir e vão fazer parte da nossa rotina.



Por **Luciana Surita**, Diretora Superintendente

ESTAMOS DE MÃOS DADAS ATÉ TUDO ISSO PASSAR

Chegamos a segunda edição da revista, uma publicação bimestral criada para dar visibilidade aos pequenos negócios roraimenses, tratar temas relevantes para o fortalecimento das empresas, mas sobretudo, para ser um instrumento de prestação de contas do trabalho realizado pelo Sebrae, em favor dos empreendedores.

Nós, que fazemos o Sebrae, temos trabalhado muito para apoiar os empreendedores e permanecer presente no dia a dia das empresas, principalmente nesse contexto de pandemia, no qual o Brasil passa por uma crise econômica sem precedentes. Por isso, temos investido em consultorias on-line, atendimento remoto, palestras e orientação para que as empresas possam ser competitivas e sobreviver neste novo mundo gerado pelas circunstâncias atuais.

Estamos passando por diversas transformações nas relações de consumo, no comportamento dos clientes e das próprias empresas que precisaram se reinventar.

O mundo mudou. Nós mudamos e novas relações foram criadas.

Entender esse contexto e desenvolver estratégias inteligentes de venda pode definir a sobrevivência de uma empresa em um mercado cada vez mais incerto, complexo e volátil.

Vivemos em um mundo marcado pela instabilidade, pelas transformações e pela forte presença tecnológica. Esse cenário tem conduzido o planejamento das ações do Sebrae, que tem disponibilizado conhecimento para ajudar as empresas nesse processo de transformação e adaptação.

Além disso, temos dado visibilidade a iniciativas inovadoras de empreendedores que estão dando certo, como fonte de inspiração para outros empreendedores que buscam alternativas para os seus negócios. Um exemplo disso é o nosso destaque da capa, que traz novas oportunidades de negócios. O que isso significa? Além de continuar encorajando nossos empreendedores, estamos de mãos dadas e continuaremos juntos até tudo isso passar!

Boa leitura!

“Estamos passando por diversas transformações nas relações de consumo, no comportamento dos clientes e das próprias empresas que precisaram se reinventar.”

Empreender com amor e fé

Nilda Araújo decidiu empreender mesmo sem dinheiro e se dedicou a aprender mais sobre a gestão de negócios e sobre moda sustentável.

Mulheres em Roraima se destacam no comando de negócios locais. Diferentes em idades, elas compartilham o mesmo ingrediente para manter as empresas e inovar.

De modo geral, uma pessoa decide empreender por necessidade ou por oportunidade. No caso de Josenilce Araújo, abrir um negócio foi um ato de fé. Ela enfrentava um quadro depressivo, um câncer e a doença do seu filho. Na visita de uma amiga, uma missionária da igreja em que ela frequentava, veio a ideia de promover uma espécie de bazar de roupas e outros artigos como forma de arrecadar dinheiro que ajudasse nos dois tratamentos de saúde.

Inicialmente, Nil ficou receosa, mas o estímulo da amiga a fez considerar a ideia. Antes de tomar a decisão final, ela se entregou a um ato de fé e orou por 30 dias para atingir o objetivo.

“Eu e minha amiga missionária, oramos por 30 dias, pedindo a Deus uma direção, para que Ele nos mostrasse o caminho certo e como realizar essa ação. O bazar não era uma ideia de negócio, mas naquele momento, era voltado para a minha necessidade financeira e da minha família, para custear as nossas cirurgias.”

Segundo Nil, a resposta de Deus veio através de uma prima sua que morava no estado do Pará. Ela compartilhou a ideia e pediu a essa prima, doações de roupas para realizar o bazar. Após 15 dias, recebeu em

sua casa a remessa. No pacote, mais de 200 peças de roupa de ótima qualidade.

“Isso foi maravilhoso. Foi a resposta da oração de Deus. A partir daí, eu dormia e acordava com uma instrução de Deus, colocando no meu coração sobre o que eu deveria fazer. E começou a surgir o empreendedorismo na minha vida. Porque ao invés do bazar, eu tinha muito na minha mente a ideia de um brechó.”

Apesar da inspiração para o negócio, Nil ainda duvidava da sua capacidade empreendedora. Assim como muitos que estão começando, ela não sabia como poderia organizar uma loja sem dispor de recursos financeiros.

“Mas Deus dizia que era pra eu abrir uma loja. E eu ficava: mas abrir uma loja sem dinheiro? Então, eu entendi que eu precisava dar o primeiro passo.”

Assim, há três anos, surgiu o Brechó Boutique. A iniciativa deu tão certo que até o nome de Nil mudou. Hoje, ela é Nilda Brechó Boutique, uma empreendedora de sucesso e uma mulher fortalecida na fé, com uma história de vida emocionante e inspiradora.





Nil deu o primeiro passo e viu que era um negócio viável. Mas, ficou pensando em qual seria o passo número dois e a resposta foi: estudar. Ela se dedicou a aprender mais sobre a gestão de negócios e sobre moda sustentável, o ramo que identifica o seu negócio.

“Eu estava com aquelas peças maravilhosas que ganhei da minha prima e comecei a compartilhar a ideia com outras amigas. Essas amigas abraçaram o meu projeto e toda a ideia da loja também começou a surgir na minha cabeça. Eu chamo a Brechó Boutique de um presente de Deus na minha vida, na minha família e na vida de outras pessoas também, porque começou a ser uma benção muito grande”, explica Nil.

O marido recebeu as férias e as ideias começaram a ser colocadas em prática. Quando Nil voltou de Manaus, onde acompanhava o filho em tratamento, a família começou a agir. Aos poucos, ela foi comprando os cabides, organizando as peças em paletes, definindo como iria trabalhar e quais os custos para manter os negócios.

“Nesse início, eu comecei a trabalhar para ganhar mais dinheiro. Peguei as roupas que eu ganhei, comecei a vender na Feira do Garimpeiro. Eu e minha filha acordávamos quatro horas da manhã, e íamos para lá de carona com um grande amigo da família, porque na época não tinha um carro. A gente montava as araras na própria feira e começava a vender para aquele público. Peças de cinco, de dez, quinze, vinte reais, no máximo. Daí, eu ia juntando dinheiro e comprando outras peças para montar o brechó, porque eu queria algo diferenciado dentro de Boa Vista”, contou.

“A gente montava as araras na própria feira e começava a vender para aquele público.”

Ela estabeleceu novos contatos para captar peças em Boa Vista ou até comprar de outros estados. Consciente que a moda vive de tendências, ela mesma passou a escolher as peças, buscando sempre algo mais atual.





Capacitação

“Abri o Brechó Boutique no dia 8 de setembro de 2019. Após três anos que inauguramos, eu me sinto, de fato, uma empreendedora. E para aprender mais, eu mergulhei no Sebrae. Eu entendi que eu precisava aprender. Comecei a participar de palestras e já perdi as contas de quantos eventos eu participei pelo Sebrae. Fui convidada a dar palestra e até fui escolhida como empreendedora destaque para representar Roraima. Por isso, me sinto como uma parceira do Sebrae sempre”

A empreendedora lembra que nem tudo é acerto no mundo do empreendedorismo, mas que até os erros são importantes para que se faça uma avaliação e ganhe aprendizado. É por isso que, além de muita oração, Nil também faz questão de estudar, de ler, de assistir a vídeos no YouTube sobre o seu segmento de moda sustentável.

“Eu digo que todo meu resultado é obra de muita fé. Não foi fácil estabelecer um conceito diferente de brechó em Boa Vista, porque as pessoas imaginam que é apenas aquele preço simbólico, com peças super desgastadas. Mas, no Brechó Boutique

temos peças de diferentes valores, que estimulam a sustentabilidade. Aqui, a pessoa entende que as peças podem ter outros valores, porque são de qualidade. E, às vezes, quer comprar aquela roupa e numa loja de grife ou em um shopping, você não consegue. Mas, ela se torna uma peça acessível, através da moda sustentável do brechó”, explicou.

A empresária preza pela qualidade. Todas as peças que comercializamos são criteriosamente selecionadas, higienizadas e organizadas para facilitar a experiência das clientes. Além da vitrine física, o Brechó também é destaque nas redes sociais, onde a empresária compartilha novidades e dicas de composições.

“Eu recebo muitas mensagens das clientes falando que eu tenho bom gosto. Muitas delas veem a proposta de look que organizo pelo Instagram. Então, toda vez que chega novidade eu já estou vendendo e postando”, afirmou.

Uma vez por mês, é realizado um bazar do Brechó Boutique. É uma forma de deixar o preço das peças

ainda mais acessível e de renovar o estoque da loja. Graças a isso, o negócio cresceu e hoje a empresa afirma que vende pelo menos uma peça por dia.

“Todo o trabalho que faço é para a honra e glória de Deus. E no bazar, eu consigo vender a um preço muito mais acessível. Por isso, o Brechó Boutique se tornou uma forma de abençoar a minha vida, a vida da minha família e dos meus clientes”. Para ela, a empresa é a materialização das bênçãos de Deus na sua vida e na vida da sua família. Por isso, ela busca tratar todos de forma muito especial.

“Quando as pessoas me reconhecem como empreendedora, fico muito grata com Deus. Entendo que é a resposta das minhas orações. Quem acompanha meu trabalho, sabe que o Brechó não é apenas venda de roupa. Aqui tem uma essência, e, todo mundo que vem aqui sabe disso, todo mundo ama. E eu me sinto muito lisonjeada e feliz, quando vejo uma cliente usando uma peça”, afirmou Nil.



“Um sócio da empresa, ganhou o Empretec. E acabou que eu fiz a imersão em 2013. Isso foi muito importante, o conhecimento adquirido me ajudou muito.”

EMPREENDEDORISMO NA VEIA

Marina Pasqualotto transformou uma empresa em dificuldades em um negócio de sucesso.

Assim como no caso de Nil, também foi o desafio de um problema de saúde que ajudou a consolidar o perfil empreendedor de Marina Pasqualotto. Ainda muito jovem, ela já ensaiava as suas habilidades em vendas e gestão de negócios, sempre comercializando algo na escola entre as colegas de classe.

“Sempre tive um espírito empreendedor, desde novinha. Acho que tinha 10 ou 11 anos, e já vendia pirulito na escola. Vendia doce para ganhar um dinheirinho extra para a merenda. E depois, através da minha mãe, comecei a vender artesanato de biscuit. Ela fazia para o Dia das Mães e era o maior sucesso entre as minhas coleguinhas. Então, elas compravam para presentear a mãe. Depois, a gente começou a produzir cucas. Minha mãe produzia e a gente ajudava, e no outro dia, de manhã cedinho, a gente ia vender na feira”, contou Marina.

Mas, foi após concluir a faculdade de Turismo e com a mãe acometida por uma doença grave que, em meados de 2016, ela assumiu de vez a gestão do empreendimento familiar, o Motel Afrodite.

“No início, fiquei triste. Porque sou formada em Turismo e pensava em trabalhar Mundo afora na minha área. Mas, depois fui me apaixonando pelo desafio de transformar uma empresa em dificuldades em um negócio de sucesso”, disse.

O motel foi inaugurado em outubro de 2009.

A ideia de investir no segmento veio da própria mãe de Marina e de um companheiro que ela tinha na época. Dois anos depois, o relacionamento acabou e a empresa enfrentou dificuldades. Somente em 2012, a mãe de Marina conseguiu comprar o restante das ações, se tornando a única dona do negócio.

Assumindo gradativamente as funções da mãe que precisava se dedicar ao tratamento médico, Marina conseguiu trazer uma identidade nova para o negócio, repaginando completamente a gestão, os procedimentos e a comunicação da empresa.

No começo, a gestão do Motel era compartilhada entre Marina e sua irmã, a jornalista Emanuelle Pasqualotto. Com a empresa em dificuldades financeiras, Manu decidiu se dedicar à profissão e assim contribuir com uma outra fonte de renda para a família.

“Que bom que minha mãe teve nosso suporte. Foram muitos desafios e perrengues, mas vencemos! A Manu continua ajudando. Hoje, ela opina, mas a decisão final é minha! Porém, foi ela que sugeriu, ainda em 2012, incluir a empresa em um projeto do Sebrae. Na época, além do suporte de um excelente consultor, um sócio da empresa ganhou o Empretec. E acabou que eu fiz a imersão em 2013. Isso foi muito importante, o conhecimento adquirido me ajudou muito”, explicou Marina.

Empretec

O Empretec foi sua porta de entrada para o mundo de conhecimentos ofertados pelo Sebrae. Depois, ela participou de cursos, oficinas, palestras e até missões, se tornando uma das empreendedoras mais assíduas das atividades do Sebrae em Roraima.

“Tudo isso me ajudou muito a organizar a empresa com atitudes firmes e objetivas. Guardo no coração os conselhos e puxões de orelhas de todos os profissionais indicados pelo Sebrae, que entraram na empresa com a intenção de ajudar. Posso citar algumas situações que foram os divisores de água para o Afrodite, como a consultoria financeira do Sérgio Mansur, que abriu meus olhos para os gastos

desnecessários da empresa. O projeto ALI (Agente Local de Inovação) que me apresentou a consultora Yaskara. Foi através dela que consegui fazer o reposicionamento de marca e elaboração do projeto para reformar metade das suítes”.

Porém, gerir um negócio nem sempre é fácil para uma mulher.

Administrar um motel pode ser uma experiência ainda mais complexa e Marina sentiu como as questões de gênero ainda pesam no ambiente dos negócios.

“Grande parte dos prestadores de serviço se aproveitam do fato de estarem lidando com uma mulher, para cobrar muito mais caro do que o normal e ainda por cima, entregar um serviço ruim. É triste!”, disse.

Mas, superar esse desafio também torna a conquista de Marina e sua família ainda mais especial. Ela, que já representou o Estado como Miss Roraima e que descobriu no ciclismo sua paixão e seu estímulo para uma vida mais saudável, hoje se sente muito feliz ao ser reconhecida também como uma empresária de sucesso.

“Quando isso acontece, passa um filme na minha cabeça, de tudo o que passei para chegar até aqui: dificuldades financeiras, feriados trabalhando, datas comemorativas, virada de ano, plantões noturnos, finais de semana... e no final de tudo, me sinto muito feliz”, afirmou.



O SEBRAE É DELAS



Negócios liderados por mulheres é uma tendência que vem se consolidando desde 2016. Um prognóstico realizado nacionalmente pelo Sebrae mostra que entre 2015 e 2019, o número de mulheres que se tornaram donas de um negócio cresceu 18,6%.

Os dados estão na pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil, do ano 2020. Conforme os dados apurados pelo Sebrae, neste mesmo período surgiram 2,1 milhões de novos donos de negócios, sendo que 1,58 milhão, ou seja, 74% são mulheres.

Outro fato destacado na pesquisa aponta que cerca de 14% das empresas administradas por mulheres geram empregos. Elas também possuem melhor grau de instrução que os homens, são mais tecnológicas, aproveitando melhor os recursos digitais para divulgar os negócios; estão menos endividadas que os homens, se dedicam mais aos setores de serviço, além disso, 49% delas são chefes de casa. Porém, a pandemia também afetou mais as mulheres.

Se já era complicado administrar uma rotina entre negócios, casa, filhos e outras responsabilidades, a chamada jornada contínua, na qual não há divisão de ambiente ou horários, complicou a vida de muitas empreendedoras. Segundo o IBGE,

em 2019, as mulheres já dedicavam 10,4 horas a mais aos afazeres domésticos que os homens, quadro que se agravou com a chegada do coronavírus.

O Sebrae verificou que até o terceiro bimestre de 2020, quando as medidas restritivas de isolamento social se consolidaram, houve pequenas alterações nos números relativos ao empreendedorismo feminino no país.

De acordo com a pesquisa, até esse período, havia 25,6 milhões de donos de negócios no Brasil, sendo 33,6%, ou 8,6 milhões liderados por mulheres em 2020. No ano anterior, esse índice era ainda maior e correspondia a 34,5% do total de negócios formalizados no país.

E foi para ajudar mais mulheres a superarem esses desafios, que o Sebrae criou o programa Sebrae Delas. Em Roraima, a iniciativa cresceu e, neste ano, foi consolidado como um projeto efetivo, no qual as empresas selecionadas receberão acompanhamento contínuo de até dois anos.

“O Sebrae Delas é uma iniciativa nacional que cada estado aplica conforme suas características. Este ano, em Roraima, vamos trabalhar temas de gestão, a parte psicológica, emocional, trabalhando muito a mudança de cultura da mulher no

mercado de negócios. Vamos oferecer às nossas empreendedoras palestras, cursos e até mentorias”, explicou Delma Andrade, gestora do Sebrae Delas em Roraima.

E um dos objetivos é contribuir para que mais mulheres trabalhem sem culpa. Segundo Delma, ainda existe entre as mulheres, o sentimento de que empreender demanda que ela se dedique mais ao negócio que aos filhos, por exemplo.

“Apesar das mulheres empreenderem mais que os homens, ou seja, abrirem mais negócios e até possuir um nível de escolaridade maior, elas se dedicam menos ao negócio. E isso muitas vezes está atrelado à rotina ou exigências da família. Por isso, nós vamos abordar muito essa parte da mulher trabalhar sem culpa, dela empreender sem se sentir culpada”, disse.

Devido a pandemia, o Sebrae está adaptando a maior parte das atividades para a plataforma on-line. “Vamos trabalhar fortemente com as mulheres que ainda não formalizaram seus negócios. Será trabalhado a importância da formalização, do empoderamento que isso traz, da sua inserção no mercado, desenvolvendo as suas competências empreendedoras e tudo isso, de forma 100% gratuita, sem nenhum custo para as selecionadas”, explicou Delma.

SERVIÇO



Brechó Boutique: Especializado em moda sustentável, comercializa peças novas e usadas em perfeito estado de conservação, sob a curadoria de Nil Brechó. O atendimento presencial é feito na sede, localizada na **Avenida dos Bandeirantes, 1.465, no bairro Buritis**. A empresa oferece ainda o atendimento online, via WhatsApp, no telefone **(95) 99141 3177** e no seu perfil do Instagram: **@brechoboutiquebv**.



Motel Afrodite: Um dos empreendimentos mais tradicionais do ramo em Roraima, fundado em 2009, passou por uma grande reformulação na sua estrutura física e serviços. Hoje, são 27 opções de suítes com ar-condicionado, tv e frigobar, além de outros acessórios que atendem aos interesses de quem procura por uma experiência única e segura. O empreendimento fica localizado na **rua Pacaraima, 799, no bairro São Vicente**. Para conhecer melhor suas opções, basta acessar o site: **www.afroditemotel.com** ou seu perfil no Instagram: **@afrodite_motel**. A empresa oferece ainda atendimento via telefone, pelo número **(95) 98104 6391**.





Sebrae orienta MEI sobre a restituição de pagamento em duplicidade

O Sebrae tem atuado em diversas frentes para fortalecer os microempreendedores individuais.



Registro da Semana MEI, realizada em 2019.

Direito Garantido

A solicitação de ressarcimento de tributos pagos a mais ou em duplicidade é um direito que está previsto na Lei Complementar 123/96, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Não há dados oficiais do Governo Federal sobre o volume de pedidos dessa natureza feitos por MEI. Porém, em Roraima, a equipe do Sebrae já verificou situações em que o MEI pagou duas vezes a mesma guia da DAS. A restituição pode ser solicitada também por outras situações, como o pagamento efetuado no período em que o MEI está recebendo benefício previdenciário, por exemplo.

“Não é comum, mas tivemos sim, casos de MEI que tinham pago a DAS e confundiram a guia, pagando novamente. Usar o aplicativo é uma grande vantagem, porque eles conseguem solicitar a restituição com muito mais comodidade e baixo custo. Antes, era necessário se deslocar até a sede da Receita Federal”, explicou a analista do Sebrae Roraima, Rubenita Moreira.

Segundo Rubenita, outra vantagem do aplicativo do MEI é que ele pode ser acessado diretamente no Portal do Simples Nacional no Portal e-CAC da Receita Federal. “O empreendedor não precisa instalar o aplicativo ou fazer atualização. Isso também facilita o acesso para aqueles que ainda não têm o hábito de usar os aplicativos”, disse

O pedido agora pode ser feito pelo aplicativo do MEI, facilitando ainda mais a rotina do empreendedor. O isolamento social, causado pela pandemia, teve como consequência a aceleração do processo de transformação digital das empresas. Desta forma, o acesso a produtos e serviços ficou mais ágil. Outro aspecto resultante foi a diversificação dos aplicativos, com ferramentas digitais que surgem para automatizar algumas atividades, reduzindo o tempo gasto na realização dessas tarefas ou até facilitando a comunicação com os clientes. Nesse contexto, os Microempreendedores Individuais ganharam mais

facilidades. A novidade é que, desde janeiro deste ano, é possível solicitar a restituição de valores pagos em duplicidade ou indevidamente pelo aplicativo do MEI.

Lançado em maio de 2017, o app contabiliza mais de 1 milhão de downloads e facilita a emissão do Documento de Arrecadação Mensal (DAS), consulta sobre o CNPJ, débitos tributários e acesso ao histórico do MEI.

O aplicativo está disponível para os sistemas operacionais Android e iOS. O download também pode ser feito pelo Portal do Governo Federal, na seção de app: <https://www.gov.br/pt-br/apps>.



O Sebrae ajuda

Rubenita Moreira, analista técnica do Sebrae, explica que para manter o atendimento, a instituição investiu em canais digitais.

E quem precisar de orientação, pode contar ainda com o suporte especializado da equipe do Sebrae Roraima. Devido à pandemia, o atendimento presencial está sendo feito por agendamento. Quem preferir, pode usar também as plataformas digitais de atendimento remoto e on-line. “Para manter o atendimento aos empreendedores e a saúde de todos, o Sebrae Roraima investiu

na ampliação dos canais digitais. Foram contratados mais atendentes, dando continuidade aos nossos serviços de orientação técnica, consultoria, além dos eventos on-line por meio das plataformas digitais. Assim, conseguimos chegar a mais empreendedores, garantindo conforto e segurança para os nossos clientes”, disse Rubenita.



Para agendar um atendimento presencial com o Sebrae, basta entrar em contato com a **Central de Relacionamento pelo 0800 570 0800**. A ligação é gratuita e esse número também funciona para mensagens de WhatsApp.



ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL É TENDÊNCIA

Marie Brasil comanda um empreendimento pioneiro no ramo de comida saudável em Roraima.

O mercado que já apresentava crescimento no Brasil e no Mundo, ganhou mais destaque durante a pandemia. Quando os primeiros casos surgiram, a expectativa dos governos era de que as medidas restritivas durariam, em média, de 15 a 30 dias. Estamos caminhando para o segundo ano no enfrentamento desse desafio, que ainda parece longe de ser resolvido, considerando o surgimento de novas variantes do coronavírus e as dificuldades para a imunização geral da população.

Esse período de pelo menos seis meses dedicados ao isolamento social totalmente restritivo, afetou diretamente a saúde das pessoas. As pesquisas que estão sendo realizadas apontam um panorama no qual a preocupação com a alimentação, atividades físicas e saúde mental aumentou.

Alguns desses itens se tornaram preocupação devido aos problemas verificados, como por exemplo, o ganho de peso durante o confinamento, e o aumento de pessoas com ansiedade sintomática e dificuldades para dormir. Uma pesquisa realizada com mais de 8 mil pessoas nos Estados Unidos e divulgada em outubro do ano passado pela Revista Obesity mostrou que, de certa forma, as pessoas estão procurando comer melhor.



Para o estudo, eles consideraram hábitos antes e durante a pandemia. Os resultados mostraram que 20,7% dos entrevistados passaram a se alimentar de forma mais saudável e 35,6% relataram piora na qualidade da alimentação.

No Brasil, uma pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) mostrou que oito em cada dez brasileiros estão mais preocupados com a qualidade da alimentação. De modo geral, a saúde nutricional e alimentar em toda a América Latina é um grande desafio.

Enquanto um em cada três habitantes da América Latina não teve acesso a alimentos nutritivos suficientes em 2019, o número de obesos também aumentou. Estima-se que 7,5% das crianças menores de 5 anos na região estão acima do peso. As informações são do relatório "O Estado da segurança alimentar e nutrição no mundo 2020 (SOFI)", organizado por três agências da ONU (Organizações das Nações Unidas).

O relatório aponta ainda que entre todas as regiões do mundo, a América Latina e o Caribe têm o custo mais alto de uma dieta saudável e o mais alto do Mundo. O custo médio é de US\$ 3,98 ao dia por pessoa.

De acordo com os dados do documento, isso é 3,3 vezes mais alto do que uma pessoa abaixo da linha da pobreza pode gastar em alimentos. Com base na renda média estimada, mais de 104 milhões de pessoas da região não podem pagar uma dieta saudável.

COMIDA É QUALIDADE DE VIDA

A população também está mais consciente dos efeitos da alimentação na saúde. Algumas pesquisas mostram que cerca de metade da população mundial relaciona a qualidade de vida à alimentação, seja ela saudável ou não.

Um levantamento da Fiesp mostrou que oito em cada dez brasileiros buscam uma alimentação mais saudável. A tendência foi confirmada por uma pesquisa realizada pelo Sebrae, indicando que o setor de alimentação saudável pode crescer 4,41% até o final deste ano. Essa tendência coloca o Brasil como o 5º país que mais consome alimentos saudáveis.

Estudo feito pela Companhia Americana ADM mostra que 31% dos consumidores estão comprando mais itens que anunciam benefícios para a saúde. Desse total, 50% preferem produtos que contêm ingredientes anunciados como reguladores do organismo. Segundo a Delivery Much, em 2020, as opções saudáveis ficaram em 8º lugar no ranking dos alimentos mais pedidos por delivery.

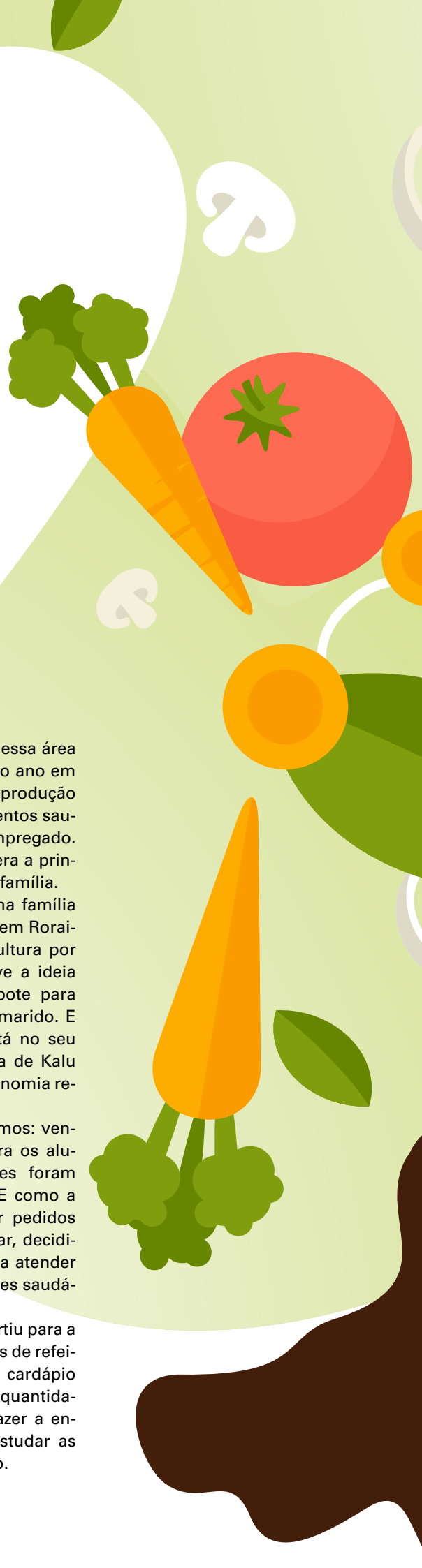
É um mercado em expansão e cheio de oportunidades. Cenário que Marie Brasil e o marido, Daniel Ismael, conhecem desde 2014. Eles são responsáveis pelo Coma Bem BV, o empreendimento pioneiro no ramo de comida saudável em Roraima.


A decisão de investir nessa área surgiu por necessidade. No ano em que decidiram investir na produção e comercialização de alimentos saudáveis, Ismael ficou desempregado. Ele dava aulas de boxe e era a principal fonte de recursos da família.

Marie, que vem de uma família ligada à tradição histórica em Roraima e à preservação da cultura por meio da gastronomia, teve a ideia de produzir saladas no pote para vender aos ex-alunos do marido. E trabalhar com comida está no seu sangue, porque ela é neta de Kalu Brasil, referência da gastronomia regional no Estado.

Foi assim que começamos: vendendo salada no pote para os alunos do meu marido. Eles foram nossa primeira clientela. E como a gente começou a receber pedidos de lanche saudável e jantar, decidimos mudar o formato para atender um dia inteiro com refeições saudáveis”, explicou Marie.

Foi então que o casal partiu para a organização dos kits diários de refeições. Além de organizar o cardápio semanal de acordo com a quantidade de calorias diárias e fazer a entrega, eles tiveram que estudar as possibilidades do mercado.





“A gente queria oferecer praticidade para o cliente. Mas, pesquisando por outros negócios desse tipo, vimos que todos trabalhavam com a opção de comida congelada e não era isso que a gente queria e nem os nossos clientes. Então, passamos a organizar os kits diários, fazendo a entrega no dia anterior para ser consumido fresquinho, no dia seguinte”, explicou.

Segundo Marie, o maior desafio para empreender no ramo de alimentação saudável em Roraima é o custo elevado dos produtos e insumos. E, algumas vezes, eles também enfrentam a escassez de alguns produtos.

“No mercado local, os insumos são muito caros. E, isso, vai desde as embalagens até as frutas e legumes. A gente tem um custo elevado aqui para comer. E no nosso caso, soma ainda o custo para o transporte, para a entrega. Então, esse ainda é um desafio muito grande pra nós”.

“Pesquisando por outros negócios desse tipo, vimos que todos trabalhavam com a opção de comida congelada e não era isso que a gente queria e nem os nossos clientes.”



Sebrae como parceiro

Marie e o marido contaram com o auxílio do Sebrae para a formalização como Microempreendedor Individual.

E agora nesta pandemia, tiveram que ser resilientes para manter o próprio negócio. No começo da pandemia, ainda em 2020, eles encaram a redução no volume de vendas. “A pandemia fez com que as pessoas se fechassem mais. De março a julho do ano passado, nossas vendas caíram cerca de 30%.

Mas, a gente manteve e, após isso, acredito que as pessoas se estabilizaram e se organizaram. Então nossa produção voltou a ser como era antes. Não houve crescimento, mas mantivemos o volume de clientes e vendas”, explicou Marie.

Para 2021, a meta é seguir fortalecendo o negócio. E uma das alternativas que Marie e o marido

pretendem colocar em prática é a expansão do delivery. “Ainda não atendemos toda a cidade e, por isso, a gente quer investir no delivery este ano. Assim, até o fim de 2021, nossa meta é atender a um número maior de bairros da cidade”, explicou.

SAUDÁVEL E VEGANO

**O espaço Veg Saudável
oferece alimentação
vegana para os clientes.**

Em 2017, a empreendedora Verena Cheury, decidiu mudar completamente o seu ramo de atuação. Ela tinha uma loja de acessórios femininos, mas vislumbrou na comida vegana, um nicho de mercado em potencial em Boa Vista.

Foi aí que surgiu a Veg Espaço Saudável, empreendimento que oferece refeições, lanches e produtos saudáveis e veganos para a população. Apesar de ser uma atividade que Verena ama, os desafios locais são grandes.

“Trabalhar com comida vegana em Boa Vista é desafiador. Porque falta matéria-prima. Eu consigo comprar muita coisa fora, mas demora até 30 dias para chegar e o custo é alto. A gente usa muito cogumelo, além disso, os legumes e verduras precisam ser frescos. Tem que ter uma variedade grande e o custo para manter tudo isso ainda é elevado”, disse.

Uma outra dificuldade que ela enfrentou foi a ausência de profissionais capacitados para atuar na cozinha vegana. Nos últimos anos, surgiram algumas iniciativas estimuladas especialmente pelo Senac Roraima para a disseminação de informações e técnicas culinárias nesta área.

E é também com o apoio do Sebrae que Verena busca driblar essas dificuldades e manter o bom funcionamento da Veg Espaço Saudável. “O Sebrae me ajuda muito e eu sei que ainda tenho que usar mais as opções que ele me oferece.

Na correria, a gente acaba deixando um pouco de lado a busca pela informação. Mas o Sebrae é a nossa fonte, sempre tem muitas novidades para compartilhar e agora, de forma mais acessível, nas plataformas online, onde a gente acessa sem precisar sair de casa. Sempre que tenho alguma dúvida, eu recorro ao Sebrae e sou muito bem atendida”, afirmou Verena.

Com a tendência pela busca de saúde e equilíbrio, impulsionada pela pandemia, Verena aproveitou para diversificar o cardápio. A expectativa para 2021 era de recuperação, mas a segunda onda da Covid, fez a empreendedora rever os planos e agora, a palavra de ordem é cautela.



“

Eu tinha algumas ideias para 2021. Assim como muita gente, achei que seria diferente, mas infelizmente, estamos em uma situação semelhante a do ano passado. Então, o que estou tentando fazer este ano é potencializar a venda dos nossos pães. É um produto que eu acredito muito e que quero deixar mais acessível para as pessoas, no quesito de disponibilidade, de ter em outros lugares para venda. Estou indo devagar, para não colocar a carroça na frente dos bois, porque a gente também percebeu um aumento em vários produtos.

E o impacto disso foi grande, deixando tudo muito caro. Por isso, estamos seguindo com cautela.”

SERVIÇOS



COMA BEM BV

Pioneiros em alimentação saudável em Boa Vista, a Coma Bem BV oferece kits semanais para quem deseja melhorar a qualidade da alimentação, controlando a quantidade de calorias diárias ingeridas. É indicado especialmente para quem está buscando a redução de peso.

Os kits semanais incluem cardápio completo para cinco dias com café e lanche da manhã, almoço e lanche da tarde, além de uma opção de jantar. O cliente fecha o pacote semanal e recebe no dia anterior o kit que irá consumir no dia seguinte.

O atendimento é on-line, das 10h às 22h, via redes sociais e WhatsApp, no telefone (95) 99151 7985. Para saber mais, confira as publicações no perfil do Instagram: @comabembv



VEG ESPAÇO SAUDÁVEL

Oferece produtos veganos sem nada de origem animal. O cardápio inclui desde refeições, lanches, até produtos para consumo doméstico como os pães veganos. A empresa funciona na av. Santos Dumont, 2386, no bairro 31 de Março. O atendimento é feito na loja física, das 11h às 21h.

Além disso, a Veg atende no sistema de delivery e retirada. Os produtos podem ser consultados na plataforma do Ifood ou ainda no Instagram @vegspacosaudavel. O contato telefônico é (95) 99161 6161.





Sebrae contribuiu com o fortalecimento de Associações Comerciais

A união entre os empreendedores pode ajudar a enfrentar desafios comuns e ainda oferece vantagens para os seus associados.

22

SEBRAE

Cooperação, defesa de interesses comuns e até network. Existem outros sinônimos que podem ser relacionados ao trabalho desenvolvido por uma Associação Comercial. Mas, de forma geral, essas organizações formadas pelos próprios empresários buscam criar meios para favorecer o desenvolvimento dos negócios no local onde atuam.

A própria Confederação das Associações Comerciais do Brasil é um exemplo disso. Fundada em 1912, ela congrega hoje 27 federações comerciais com aproximadamente 2.300 associações comerciais que representam mais de 2 milhões de empresários em todo o país.

Segundo dados da Confederação, 89% dos associados são micro e pequenos empresários, como o empreendedor João Kleber Borges. Em 2011, ele decidiu abrir um comércio no município de Pacaraima, que faz fronteira com a Venezuela.

O município sempre foi beneficiado com as relações comerciais existentes entre os dois países. Mas a pandemia trouxe um efeito ainda pior para os empreendedores de Pacaraima: o fechamento da fronteira. A decisão foi tomada pelo Governo Federal em novembro do

ano passado como forma de evitar a proliferação do coronavírus.

Kleber já era filiado à Associação Comercial de Pacaraima. Mas, as mudanças de diretoria e um período de pouca atuação fizeram com que ele se interessasse em tomar a dianteira da Acir do seu município. Assim, de maneira ainda informal, Kleber reuniu seus colegas empresários e foi referendado como presidente no ano passado.

“Quando eu assumi a Associação, lembrei imediatamente do Sebrae e consegui o apoio para iniciarmos o trabalho de organização.”

“Estamos no processo de legalização da Associação. Com as mudanças ocorridas nos últimos anos, precisamos localizar onde estão alguns documentos para formalizar a nova composição. Mas já estamos atuando





do como representação das empresas locais”, explicou.

Entre as ações já realizadas à frente da Associação, Kleber citou a interlocução para a liberação de passagem de produtos brasileiros para o país vizinho e até a organização inédita de um contrato com uma exportadora que transportou mercadorias de empresários para a Venezuela.

“No primeiro caso, os nossos produtos estavam perto de esgotar o prazo de validade. Seria um prejuízo muito grande para todos nós. Buscamos as organizações, pedimos apoio e conseguimos sensibilizar para o envio dessa carga. E, no caso do contrato com a exportadora, é uma ação que nunca ocorreu, mas conseguimos reunir um número de empresários e emitir uma única nota fiscal, garantindo a entrega dos produtos aos respectivos clientes de cada empresa”, explicou.

“Eu sempre participei das atividades do Sebrae. Até os cursos que já fiz, às vezes faço de novo só para me atualizar.”

E para melhorar o trabalho realizado, Kleber buscou a ajuda do Sebrae Roraima. A Associação foi atendida com um serviço de consultoria especializada que realizou o diagnóstico das necessidades e elaborou um plano de ação.

“Eu sempre participei das atividades do Sebrae. Até os cursos que já fiz, às vezes faço de novo só para me atualizar. Então, quando eu assumi a Associação, lembrei imediatamente do Sebrae e consegui o apoio para iniciarmos o trabalho de organização. O Sebrae é uma instituição importante, que tem um trabalho reconhecido e tenho certeza de que vai contribuir muito com a Associação Comercial de Pacaraima”, disse Kleber.



24

SEBRAE

“Eu sempre conversava com a gestão municipal para incluir nas ações, o apoio aos negócios locais com o incentivo para que eles participem das compras públicas.”

Agente de Desenvolvimento assume Secretaria Municipal de Amajari

Lurdete Costa conquistou reconhecimento com o trabalho desenvolvido junto aos empreendedores do Município.

A pé ou de bicicleta, Lurdete Costa Oliveira, enfrentava sol e chuva para chegar até os empreendedores de Amajari. Desde 2015, ela trabalha como Agente de Desenvolvimento Local no município, estimulando a formalização e contribuindo com o desenvolvimento dos negócios locais.

A dedicação ao trabalho e as ideias inovadoras fizeram Lurdete ganhar reconhecimento, e este ano, ela foi convidada para assumir a Secretaria Municipal de Administração. Um setor importante para a organização da gestão municipal.

“Com certeza, o trabalho que faço com os nossos empreendedores ajudou nessa conquista. Eu sempre conversava com a gestão municipal para incluir nas ações, o apoio aos negócios locais com o incentivo para que eles participem das compras públicas. Então, também quero trabalhar com isso na Secretaria”, disse.

Mesmo chegando ao cargo de secretária, Lurdete pretende continuar conciliando as atribuições da nova função com o trabalho de apoio aos empreendedores locais. O estímulo à formalização e a realização de novos eventos para dar visibilidade

aos negócios de Amajari estão no seu plano de trabalho.

“Na Secretaria eu tenho uma estrutura melhor e pretendo chegar aos empreendedores das nossas vilas e comunidades indígenas. Organizei um cronograma de visitas e já tenho seis guias turísticos da Vila do Tepequém agendados para fazer a formalização. Acredito que o empreendedorismo é o caminho para o desenvolvimento de Amajari”, afirmou.

A agente e, agora também, Secretária Municipal, agradeceu a contribuição do Sebrae Roraima. Segundo Lurdete, as formações, cursos e orientações que ela recebeu do Sebrae foram importantes para o seu aprendizado e destaque profissional.

O Sebrae é um grande parceiro em todas as situações. Foi graças a ele que eu me tornei uma Agente de Desenvolvimento e passei a contribuir de maneira mais prática com o meu município. A partir de agora, a meta é ampliar esse trabalho e contribuir para o crescimento dos negócios locais, gerando renda e novas oportunidades para o nosso município”, disse.

Os agentes são liderança

O Agente de Desenvolvimento Local é um profissional que se empenha em garantir o cumprimento da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Nesse contexto, ele atua junto aos empreendedores e à administração pública.

Com os empreendedores, o trabalho consiste em orientar sobre a formalização, organização do negócio, oportunidades de aprendizado e participação nas compras públicas. Na gestão municipal, o agente contribui com a implantação de ações de fomento aos negócios locais. Desta forma, ele colabora com o desenvolvimento sustentável local.

“O Agente de Desenvolvimento tem um papel muito importante no município para contribuir com o desenvolvimento local, apoiando os empreendedores e a gestão pública a ter um ambiente favorável aos pequenos negócios. Para o Sebrae é muito gratificante ver uma AD, que começou lá no seu próprio município, crescer num cargo de liderança. O exemplo da Lurdete mostra que eles estão sendo preparados, capacitados para alçar novos voos”, explicou Núbia Ribeiro, gerente da Unidade Políticas Públicas e Desenvolvimento Territorial (UPPDT).

De acordo com o Sebrae, o Agente de Desenvolvimento se torna uma liderança por ser capaz de articular e mobilizar a sociedade para contribuir com o esforço pelo desenvolvimento local. Ele tem que ser capaz de planejar, articular e executar po-

líticas que criem um ambiente favorável aos negócios locais.

“O agente compreende as necessidades dos empreendedores e ajuda a fortalecer a gestão em busca do desenvolvimento. Por isso, o agente é uma liderança que atua de uma forma estratégica e dinâmica. E esse processo de capacitação que o Sebrae realiza, possibilita uma melhor atuação deles. O gestor público que observa esse potencial sabe que o agente é um profissional que pode contribuir de forma muito positiva com o desenvolvimento do seu município”, disse Núbia.

SALA DO EMPREENDEDOR

Os ADs atuam nas Salas do Empreendedor, estruturas previstas na Lei Geral da MPE, prestando o atendimento e a orientação aos empresários e potenciais empreendedores dos municípios. Esses espaços são organizados pelas prefeituras com a orientação do Sebrae, que garante a formação do agente e o suporte para a realização de ações de

apoio ao empreendedorismo.

Em 2019, o Sebrae concluiu a efetivação das Salas do Empreendedor nos 15 municípios com sua devida integração à REDE SIMPLES. As Salas também oferecem serviços como a formalização, emissão do Documento Mensal de Arrecadação e baixa empresarial.



A PANDEMIA DIGITAL

BOLETIM ESTRATÉGICO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS



26
SEBRAE

As medidas restritivas de isolamento social aceleram a digitalização dos negócios. Estar on-line hoje, é fundamental para vender e crescer.

Antes, as pessoas diziam “Se não está na internet, não existe”. Com o decorrer de um ano de pandemia, o ditado se modificou e pode ser traduzido em: “Quem não está on-line, não vende”.

Não é exagero. Para sobreviver de portas fechadas, os negócios tiveram que migrar para as plataformas digitais, recorrendo aos aplicativos de mensagem instantânea, plataformas de delivery e principalmente as redes sociais como vitrine do próprio negócio.

Os mais ousados, criaram aplicativos próprios para o seu negócio e muitos ainda estão descobrindo a força das plataformas de e-commerce e a importância de ter um site para a sua empresa.

Artigo recente publicado na plataforma ThinkWith Google, algo que numa tradução livre pode ser entendido como “Pense com o Google”, aponta que o e-commerce cresceu tanto no mundo todo que atingiu em apenas três meses as metas previstas para três anos.

107

MIL NOVAS LOJAS ON-LINE foram criadas entre março e junho de 2020, no Brasil, segundo a Associação Brasileira do Comércio Eletrônico (Abcomm). Isso representa a marca absurda de uma loja on-line aberta por minuto no período.

O comércio eletrônico brasileiro alcançou a marca de 1,49 bilhão de acessos em fevereiro, número que representa um aumento de 21% em

comparação ao mesmo período do ano anterior.

O último relatório E-commerce no Brasil, desenvolvido pela Conversion e divulgado em março deste ano, mostra que o e-commerce segue como tendência.

O segmento registrou 1,49 bilhões de acessos apenas em fevereiro deste ano. Isso representa um crescimento de 21%, se comparado ao

mesmo mês do ano anterior.

A maioria dos consumidores, 66,2%, usou o celular para realizar os acessos.

No período, plataformas digitais conceituadas como o Mercado Livre, tiveram queda de 13% nos acessos. Já outras grandes marcas do varejo, como a Casas Bahia apresentaram um crescimento de 75%.



Sistema Operacional do Varejo

Falando em varejo, quem também se destacou no cenário de pandemia foi a Magazine Luiza. A empresa, que já era considerada um case de sucesso no processo de transformação digital, acelerou suas metas e lançou o Parceiro Magalu, gerando interação e oportunidade de renda para muita gente.

Segundo a companhia, o projeto existia desde 2019, mas estava em processo de aprimoramento e ainda levaria cinco meses para ficar pronto. Porém, com o agravamento da pandemia, foi lançado em cinco dias.

A proposta central é gerar renda através do apoio aos pequenos negócios e por meio da divulgação de produtos disponibilizados pela rede Magazine Luiza nas plataformas digitais. O programa conta também com o apoio do Sebrae.

São dois públicos distintos. Quem é empresa e tem CNPJ, pode criar sua loja online aproveitando a plataforma de Marketplace da empresa e com isso, ganhar visibilidade nacional. É basicamente, colocar seu negócio dentro da plataforma da Magalu.

Já quem não tem CNPJ, mas quer ganhar uma renda pode se tornar um divulgador que é a figura do chamado afiliado, já explorado por outras plataformas como a Hotmart. Neste caso, o parceiro ganha por comissão a cada produto vendido.

O cadastro é gratuito e não é necessário comprar nada. A intenção é que o divulgador faça a venda dos produtos para pessoas do círculo de convivência. É basicamente o conceito do micro ou nano influenciador digital. Pessoas que têm pouco

alcance, mas grande influência entre o público com o qual interage.

O Parceiro Magalu contabilizou mais de 20 mil novos cadastros em apenas duas semanas de lançamento, alcançando o número surpreendente de 35 mil colaboradores. E as metas para 2021 seguem ousadas.

A empresa anunciou este ano que pretende se tornar "o sistema operacional do varejo brasileiro".

Para isso, está mirando em cinco setores prioritários: supermercados; delivery de restaurantes; moda e beleza; pagamentos e publicidade digital. Para se ter uma ideia, a Magazine Luiza poderá se tornar em breve, a maior concorrente de outro rei da pandemia: o iFood.



A gente não quer só comida

Relatório Varejo 2021, elaborado pela plataforma de pagamentos Adyen, aponta que nos últimos 12 meses, os brasileiros realizaram 401,7 milhões de buscas relacionadas a comida e bebida.

A frase da música do grupo Titãs representa bem o comportamento de consumo no Brasil nesta pandemia. Mesmo diante de uma das maiores crises sanitárias da história mundial, a busca por alimentos e bebidas superou até as buscas por serviços de saúde.

Segundo a Adyen, a busca por produtos de comidas e bebidas teve um crescimento de 53,37%, superando até o segmento do varejo de moda. Em janeiro deste ano, as bus-

cas por esses itens corresponderam a 75% das buscas na internet.

O interesse foi confirmado também no relatório Setores do E-commerce no Brasil, da consultoria Conversion, que analisa os 200 maiores sites de vendas do país. De 15 setores analisados, comidas e bebidas ultrapassou o de moda e acessórios (82,1%), produtos para pets (73,2%) e até farmácia e saúde (64,1%).

A projeção da Adyen mostra que o comportamento digital veio para ficar.

Segundo o levantamento, 68% consideraram positivo os efeitos da pandemia na digitalização de restaurantes e serviços de alimentação.

Em relação aos consumidores, 62% afirmam que pretendem seguir comprando on-line, mesmo com as lojas abertas. A projeção é que apenas o setor de delivery movimente R\$ 6,3 trilhões de dólares no mundo este ano.

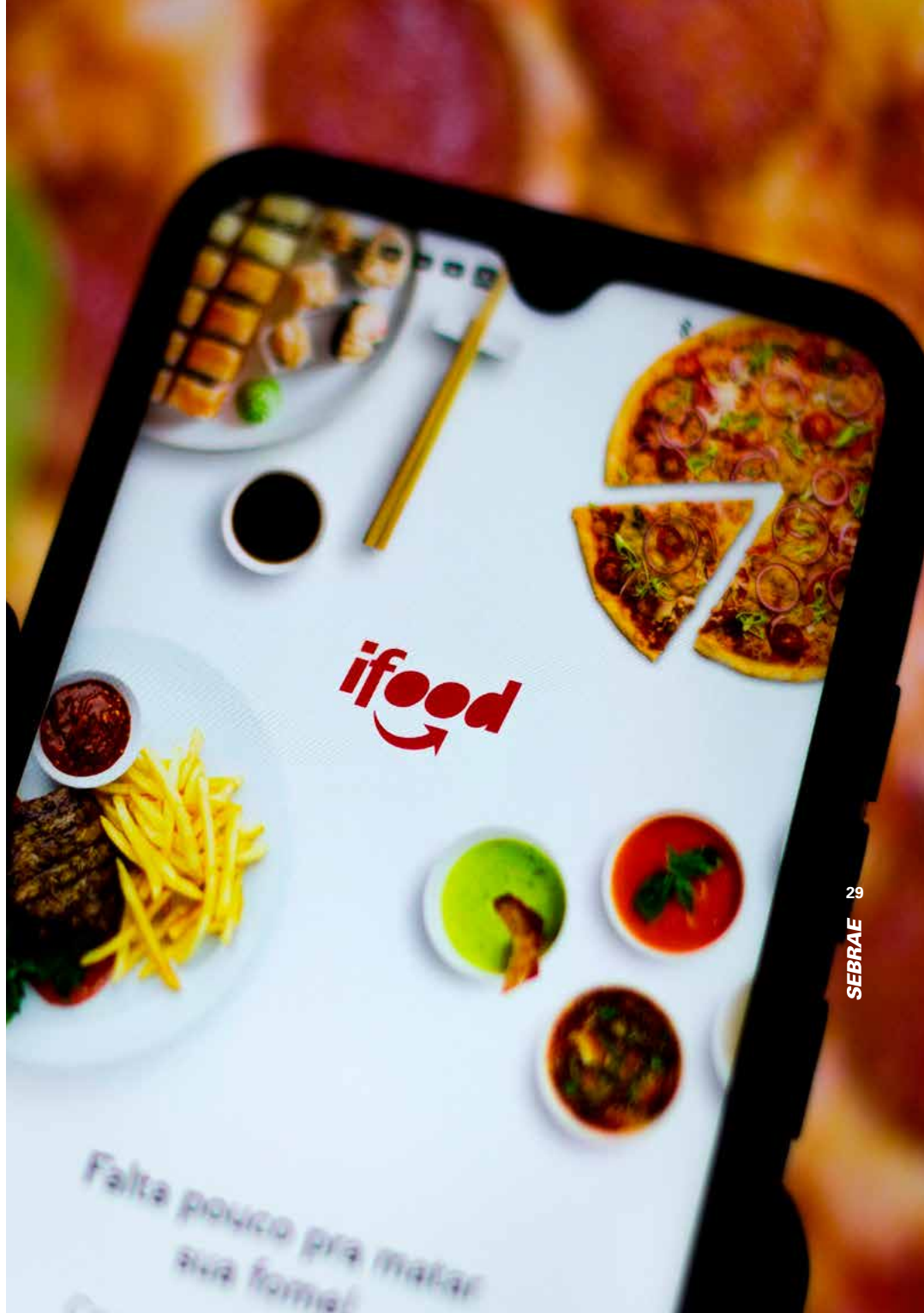
iFood na liderança

Mesmo com o surgimento de novos concorrentes, o iFood segue como líder quando o assunto são os serviços de delivery. Em um ano, a empresa saiu de 30 milhões de pedidos por mês para 50 milhões e hoje abocanha o equivalente a 70% do mercado nacional para serviços de entrega.

Só em fevereiro deste ano, a plataforma registrou 15,1 milhões de acessos, o que corresponde a quarta posição das 10 plataformas mais buscadas no mês e a única de alimentação. A maior parte dos acessos foi realizada via smartphones (68,3%). Os dados são da consultoria Conversion.

E para se manter na liderança, o iFood implementou uma estratégia agressiva para este ano. Reduziu as taxas de comissão de 23% para 18% até o fim de março e permitiu a antecipação de R\$ 4 bilhões em recebíveis.

Ainda este ano, a plataforma deve ofertar R\$ 500 milhões em linhas de crédito e a expectativa é impactar 200 mil estabelecimentos. Além disso, o iFood quer ampliar seu domínio territorial no país, saltando de 1.100 para 1.500 cidades atendidas ainda em 2021. A empresa estuda ainda a implantação de serviços por assinatura em troca do frete grátis como já é explorado por outras plataformas do segmento como a Uber Eats.



Mais internet. Mais consumo

Em 2020, o Brasil bateu recordes de conexão à internet. O serviço ficou mais acessível e o país ultrapassou os mais de 122 milhões de cidadãos conectados. Em 2016, por exemplo, esse número era de 116,1 milhões. Os novos dados são da ComScore, empresa de inteligência de mercado.

O tempo gasto na internet também foi maior, representando cerca de 774 milhões de minutos de conexão e a maior parte desse consumo foi via

dispositivos móveis (88%). Um dado que chama atenção está no perfil dos internautas. Segundo relatório, 51% são homens e 49% são mulheres. A maior parte dos usuários de internet no país têm entre 25 e 45 anos.

Em relação ao tempo de acesso do público adulto, o YouTube lidera com 34 milhões de usuários únicos. A rede social Facebook aparece em segundo lugar com 39% do tempo consumido e o Instagram com 14%.





Influenciadores Digitais

Siloany Neves, jornalista e cerimonialista, é uma das pioneiras no marketing de influência em Roraima.

Para muitas empresas que não tinham o hábito de divulgar seus produtos e serviços na internet, recorrer ao suporte dos chamados Digitais Influencers foi uma das estratégias adotadas.

O mercado para este tipo de profissionais cresceu bastante em 2020 e deve continuar como tendência para 2021. A própria experiência da plataforma de divulgadores da Magazine Luiza é um exemplo disso.

O relatório da pesquisa de Estratégias de Marketing Digital para 2021 divulgado em dezembro de 2020, mostra que 76% das empresas brasileiras pretendem começar ou ampliar seu investimento em marketing digital este ano.



Como ninguém saía de casa, as empresas tiveram que aparecer mais nas redes sociais.”

Quem não fazia delivery, teve que se adaptar e informar do nosso serviço.”

É um salto considerável, visto que hoje o investimento no setor está na casa dos 50%, colocando o Brasil como o 7º mercado do mundo em marketing digital. Além disso, 42% dos gestores de marketing disseram que pretendem contar com influenciadores em suas estratégias de comunicação e mais de 38% afirma que deve contratar influencers para alcançar públicos específicos.

Considerando essa projeção, o marketing de influência deve movimentar cerca de R\$ 10 bilhões este ano. Quem conhece bem o ramo e foi uma das pioneiras nesse segmento em Roraima, é a jornalista e cerimonialista Siloany Neves.

Divulgando o resultado dos seus

cerimoniais de festas e eventos, ela começou a perceber que havia uma lacuna no mercado local. As pessoas que assistiam aos seus stories, pediam sempre indicações de empresas e profissionais.

O que começou de forma espontânea, se tornou uma fonte de renda e uma nova ocupação para Siloany. Usando seu próprio perfil nas redes sociais, ela passou a divulgar produtos e serviços, se tornando uma referência nesse tipo de atividade no Estado.

Hoje, ela também é palestrante e ministra cursos sobre o uso das redes sociais para empreendedores pelo Sebrae Roraima. Durante a pandemia, as demandas pelos seus

serviços também aumentaram.

“Houve um interesse maior das empresas, pois a divulgação dos serviços pelos stories era uma forma de atingir as pessoas. Como ninguém saía de casa, as empresas tiveram que aparecer mais nas redes sociais”, disse.

Mais que divulgar produtos, Siloany também percebeu uma mudança na informação que as empresas queriam fazer chegar à clientela. As principais, davam conta de como cada negócio se adaptou às medidas restritivas durante esse período.

“Quem não fazia delivery, teve que se adaptar e informar do nosso serviço. Então para todas as mudanças verificadas, a preocupação era de informar as pessoas, de falar sobre o atendimento pelo WhatsApp, de mostrar que eles continuavam prontos para servir mesmo com as restrições”, afirmou.

E como consumidora, a própria digital influencer recorreu à plataforma de divulgação digital para encontrar produtos que atendessem à necessidade da família em isolamento domiciliar.

“Na verdade, compramos muitos eletroportáteis que ajudavam na limpeza. Foi quando eu pensei mais em ter um aspirador, produtos de limpeza diversos, pois com a covid, ficamos mais preocupados com a higienização de tudo”, disse.

Experiência da Barberia Rincones

O empreendedor José Rincones também aproveitou a internet durante a pandemia.



Venezuelano, ele chegou ao Brasil há seis anos e por aqui, iniciou seus trabalhos com serviços de banho, tosa e adestramento de cães.

De olho em tendências de mercado, José decidiu empreender e se tornou um dos pioneiros no segmento de barbearia e cuidados com a beleza masculina no estado. Com habilidade, ele foi conquistando os seus primeiros clientes, mas para crescer contou com o apoio do Sebrae Roraima.

“Eu participei do projeto de Beleza do Sebrae recebendo a consultoria que me ajudou muito no sentido de organização e gestão do meu negócio. Também tive a oportunidade de fazer cursos e participar de outros eventos do Sebrae e foi isso que me ajudou a colocar algumas ideias em prática”, disse.

Para sobreviver à pandemia, José teve a ajuda de instrumentos importantes: as redes sociais e o WhatsApp. Mesmo com as portas fechadas, ele manteve o atendimento à sua clientela fiel, realizando agendamentos para atendimento em domicílio.

Hoje, José conta com cerca de 350 clientes fiéis, mais os rotativos que atende em sua barbearia, a Rincones. Ele usa o Instagram e o Facebook como vitrine para o negócio. “Assisti a uma palestra sobre marketing digital pelo Sebrae Roraima e

gostei muito do conteúdo. Então, acabei contratando o palestrante para ajudar no desenvolvimento da nossa divulgação nas redes sociais. Deu muito certo e o resultado compensou o investimento”, disse.

Na sua barbearia, José gera um emprego direto, mas os planos para 2021 são de ampliar o negócio e a geração de novas oportunidades. Segundo ele, o segredo é não ficar parado.

“Pretendo expandir os serviços contratando até duas pessoas. Na verdade, quero ter um tatuador e com isso, ampliar o atendimento aos clientes. Também quero continuar aprendendo com o Sebrae e participando dos treinamentos”, afirmou.

“Eu participei do projeto de Beleza do Sebrae recebendo a consultoria que me ajudou muito no sentido de organização e gestão do meu negócio.”



WhatsApp alavancou vendas da Amazônia Granitos

**Raquel Lopes,
proprietária da
Amazônia Granitos.**

Administrada por uma mulher, a empreendedora Raquel Lopes, a empresa Amazônia Granitos fundada há nove anos, enfrentou em 2020, o seu maior desafio: continuar vendendo mesmo de portas fechadas.

A única alternativa para isso, foi através do uso do WhatsApp. Com a orientação do Sebrae Roraima, ela migrou da plataforma básica para ao sistema WhatsApp Business, e pôde aproveitar os recursos profissionais da ferramenta.

“O WhatsApp era um recurso que já existia na empresa, mas a pandemia fez com que ele ganhasse um destaque maior. Foi através desse aplicativo que divulgamos os novos produtos, atendemos aos pedidos de orçamento, conversamos com os nossos clientes e fizemos até medição de espaços a serem atendidos. Então, foi graças a isso que seguimos trabalhando”, afirmou Raquel.

Para dar conta das mensagens e garantir um atendimento de excelência mesmo que à distância, a empresa conta com o suporte de um profissional qualificado para isso. Ao todo, são duas pessoas que se revezam no atendimento via WhatsApp, incluindo a própria Raquel que faz questão de manter um contato mais próximo com seus clientes.

“Temos algumas ideias para este ano. Pensei em fazer a lista de transmissão, mas com informações que recebi do próprio Sebrae, achei

melhor estudar mais as regras do serviço de divulgação para não gerar nenhum inconveniente aos nossos clientes. Mas, a minha ideia é aproveitar esse espaço como vitrine, atendendo as mensagens espontâneas que chegam pra gente, mas também mostrando peças que temos prontas”, disse.

A empresa de Raquel contou com uma consultoria do Sebrae Roraima que, segundo a empreendedora, ajudou muito na parte de administração e organização do negócio. Além de orientar também sobre o atendimento virtual via WhatsApp.

“Essa é uma parceria que pretendo manter. Meu contato com o Sebrae começou em 2013, e sempre tenho procurado aproveitar todas as oportunidades de aprendizado que ele oferece. E um dos planos para este ano, é ter uma nova consultoria para tirar dúvidas também sobre a nossa divulgação no WhatsApp. Mesmo de portas abertas, vamos seguir atendendo os nossos clientes por este canal”, afirmou.

O WhatsApp era um recurso que já existia na empresa, mas a pandemia fez com que ele ganhasse um destaque maior.”



PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS

Mas, falta site.

SEBRAE 34

A décima edição da pesquisa Impactos da Pandemia nos Pequenos Negócios, realizada pelo Sebrae entre os dias 25/02 e 01/03, mostra que 70% das empresas roraimenses que responderam ao questionário vendem usando as redes sociais. No total, 19 empresas do estado responderam à pesquisa.

Porém, a edição anterior trouxe um dado interessante. Realizada em novembro do ano passado, ela mostrou que proporcionalmente, Roraima era o Estado onde os empresários mais usam a internet para vender, 88%. Porém, 70% afirmou que não tem site próprio.

O cenário de Roraima sobre o uso de websites para empresas segue tendência nacional. Pesquisa do Centro Regional de Estudos para a Sociedade da Informação, o Cetic.br, realizada em 2019 e divulgada ano passado, apontou que apenas 54% das empresas do país possuem site.

Segundo o levantamento, as pequenas empresas utilizam os aplicativos de mensagens instantâneas

como o WhatsApp ou Telegram para manter contato com os clientes e fazerem negócios.

Apesar do WhatsApp ser um facilitador, ele não contribui para que a empresa seja localizada no Google, por exemplo. Desde 2019, antes mesmo da pandemia, as pesquisas mostravam uma mudança de comportamento onde o cliente prefere pesquisar antes na internet para ir até a loja depois.

Com a pandemia, ser encontrado em uma busca do Google faz toda a diferença. E quem sabe muito bem disso, é o empresário Joaquim Magno Souza, da RR Adventures.

“Nossa empresa tem 18 anos de mercado, e logo no início já começamos com um site, para apresentar nosso perfil e nossos produtos. Como lidamos com o público de fora, não tinha como ser diferente. O site é o nosso cartão de visitas”, afirmou o empresário.

Pioneira na exploração de destinos turísticos como o Monte RR, a empresa de Magno sentiu os impactos da pandemia. O setor do Turismo foi um dos mais afetados no Estado pelas medidas restritivas. No caso dele, o acesso ao seu principal destino está proibido devido aos decretos federais que determinam o fechamento da fronteira.

E para manter o relacionamento com os clientes, enviar informes da situação e até divulgar outros produtos da empresa, Magno recorre também a serviços mais específicos, como o envio de mala-direta aos seus clientes.

“Nós também usamos as redes sociais. O site é mais estático, as redes sociais são mais dinâmicas, mas ambos trazem bons resultados. Atualmente, nossa estratégia de divulgação é feita por ferramentas como Face-



book, Instagram e mala-direta”, disse.

O grande desafio para a maioria das empresas é manter o site com conteúdo atualizado. Conforme as estratégias de SEO (Search Engine Optimization) ou seja, otimização para mecanismos de busca, quanto mais conteúdo gerado, mais relevância o site ganha para aparecer entre os primeiros resultados de pesquisa do Google.

No caso da RR Adventures, Magno lembra como foi o processo para consolidar o site da empresa que pode ser encontrado no Google a partir da pesquisa pela palavra-chave “roraima”.

“Passamos por vários estágios. Nos três primeiros momentos, contratamos empresas digitais para administrar. Porém, recentemente, somos nós mesmos que fazemos as atualizações”, explicou.

Sobre indicar o uso de site para as demais empresas locais, Magno destaca que, independente da estratégia escolhida, é preciso ter presença no ambiente digital. “Cada segmento tem uma necessidade, mas em vias gerais não dá mais para ficar ausente do mundo digital”, afirmou o empresário.

O SEBRAE TÁ ON

Os negócios roraimenses que desejam expandir sua presença no ambiente digital podem contar com o apoio do Sebrae. Desde o começo da pandemia, o Sistema incluiu no cronograma de seus projetos capacitações com foco no uso das ferramentas digitais para alavancar os negócios.

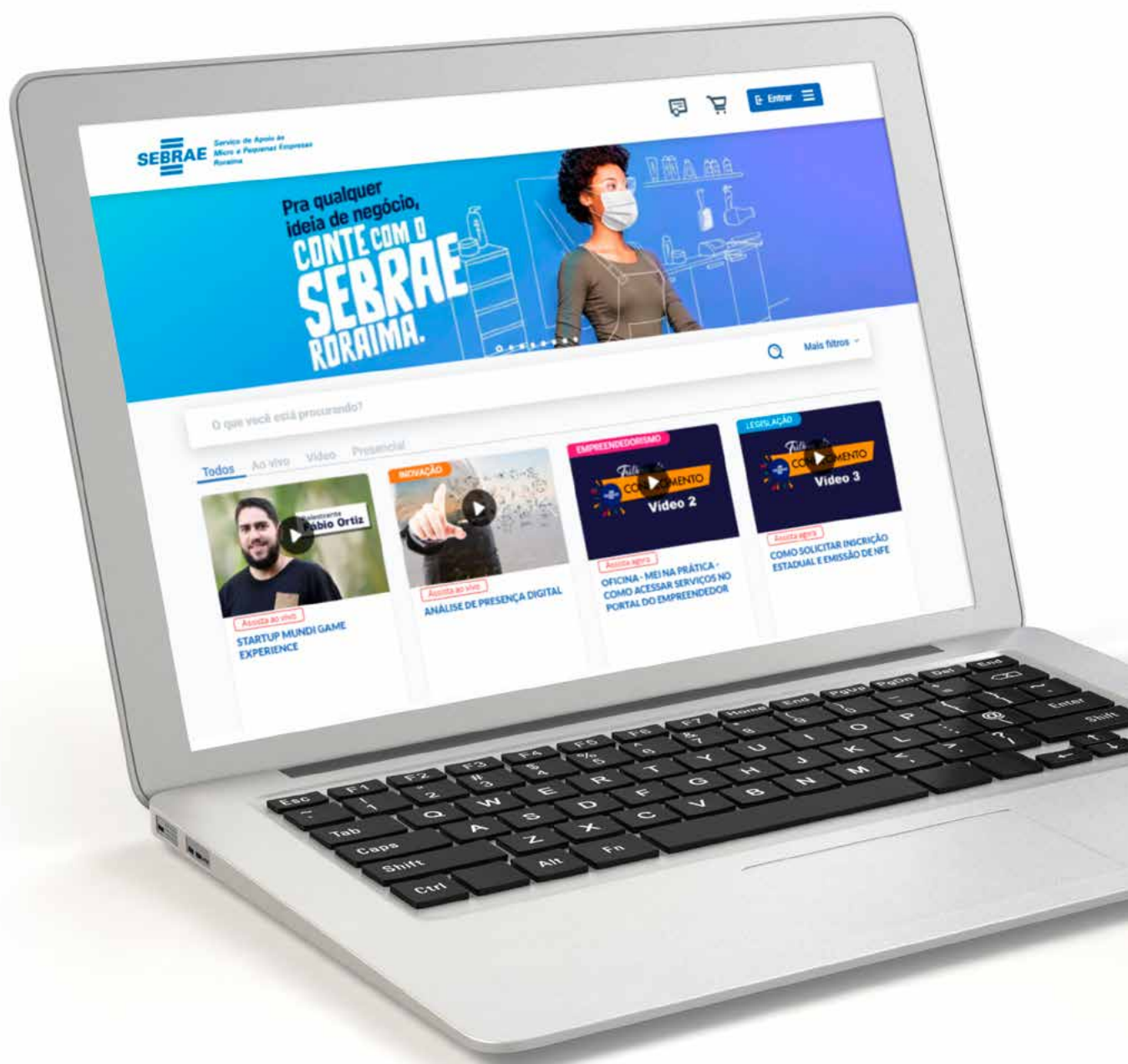
A temática foi explorada em cursos abordando desde o uso do Instagram até o WhatsApp Business. O próprio Sebrae passou por mudanças para aproveitar melhor os recursos de

comunicação e educação digitais. Quem pesquisar “Negócios Roraima” no Google, por exemplo, também vai encontrar o Portal Sebrae e todo o conteúdo que ele oferece.

“A digitalização é um caminho sem volta. Mesmo quem nunca pensou em estabelecer seu negócio on-line, precisou se adaptar a essa nova tendência, que na verdade se tornou uma necessidade. Foi através do uso das ferramentas digitais e dos aplicativos que muitos conseguiram vender e sobreviver mesmo com

portas fechadas, durante os períodos mais críticos da pandemia. E foi através desses recursos também que o Sebrae Roraima conseguiu se manter próximo dos negócios locais, auxiliando na superação desse desafio e adaptação ao novo cenário”, disse a superintendente do Sebrae Roraima, Luciana Surita.

No caso do Sebrae, o desafio foi migrar todos os conteúdos que eram tradicionalmente ofertados de forma presencial para o ambiente digital.



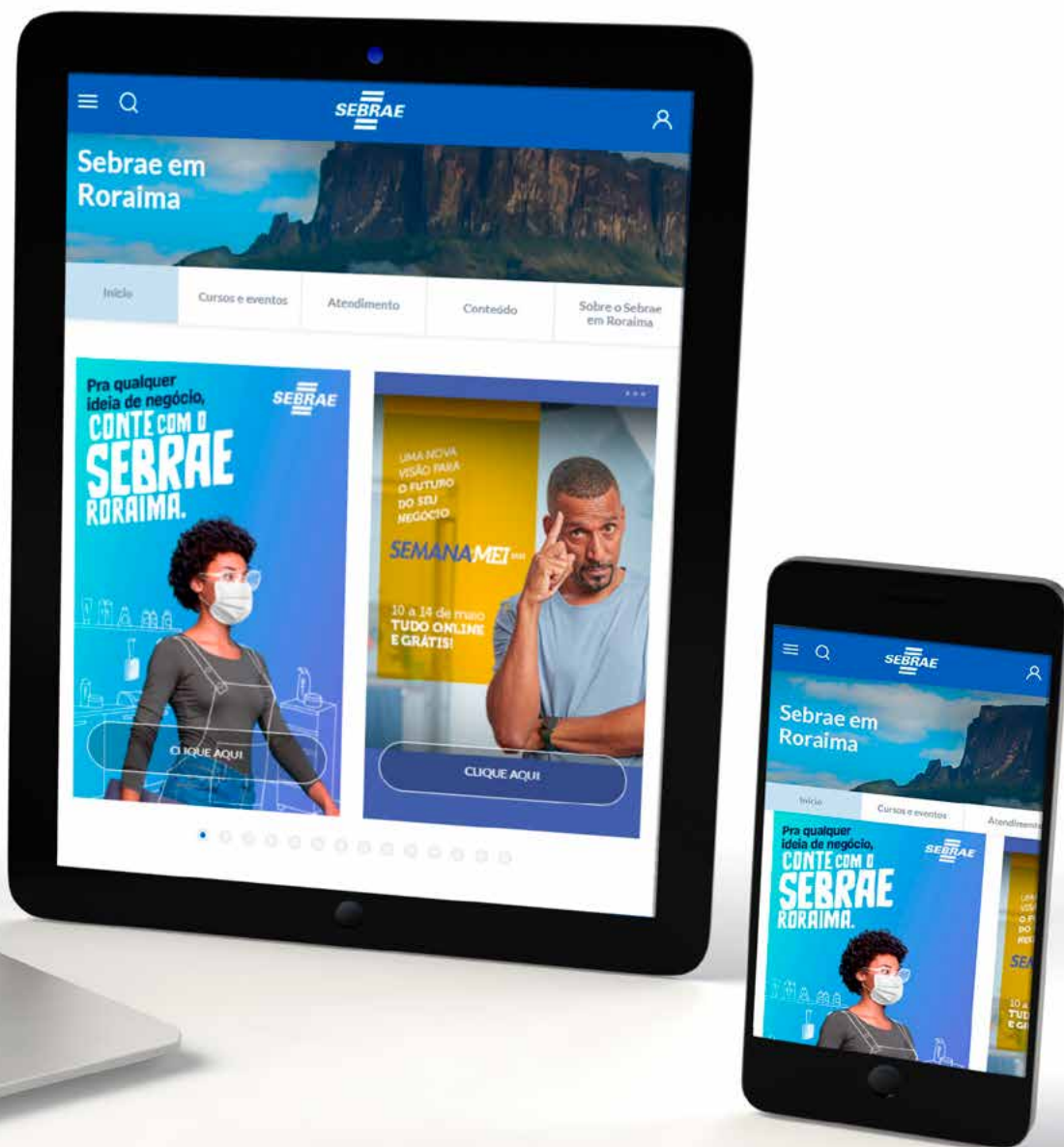
A transformação digital já era uma meta incluída no plano de trabalho do Sebrae, mas foi a pandemia que efetivou isso. “Avançamos com a melhoria do nosso portal, com a implementação da nossa loja on-line por onde realizamos as principais ofertas de cursos e capacitações e também ampliamos nossos canais digitais para facilitar a comunicação com os empreendedores locais. Não foi uma transformação tão simples, considerando que temos uma diver-

sidade grande de colaboradores.

Então, primeiro tivemos que aprender a usar esses recursos internamente, para a partir disso, aplicar no atendimento ao cliente e estimular a adesão dos nossos empreendedores às ferramentas digitais”, disse Luciana. Agora, esse conteúdo pode ser facilmente encontrado no Portal do Sebrae Roraima e ainda na Loja Virtual, onde é disponibilizado o cronograma de cursos e eventos do Sistema.

Acesse: www.sebrae.com.br/roraima faça seu cadastro e aproveite todas as oportunidades para aprender mais sobre o uso das ferramentas digitais e sua aplicação ao seu negócio.

Se ainda tiver dúvidas, é só chamar na Central de Atendimento do Sebrae Roraima, o telefone é 0800 570 0800 e a ligação é gratuita. Outra novidade é que esse mesmo contato funciona para mensagens de WhatsApp.



Empreendedores terão 90% de desconto nas consultorias de inovação

Wanderleia Franco, analista técnica do Sebrae, reforça que a instituição tem investido na inovação e melhoria de processos das empresas.



Manter-se no mercado em pleno período pandêmico é um dos maiores desafios de qualquer empreendedor, principalmente em 2021, que vem se mostrando um ano complicado para quem administra um pequeno negócio. O aumento nos custos de combustível, por exemplo, geram impacto no preço dos produtos e serviços. E como sobreviver e ainda garantir o lucro da empresa em um cenário de dificuldades? A resposta pode ser Inovação.

O Sebrae em Roraima possui vários programas que incentivam a inovação e um deles é o Sebraetec, que tem o objetivo de garantir ao seu público-alvo o acesso a serviços tecnológicos para inovação, promovendo a melhoria de processos, produtos e serviços ou a introdução de inovações nas empresas e mercados. O funcionamento deste produto se baseia nos moldes de uma plataforma, onde o Sebrae conecta os pequenos negócios a uma rede de prestadores de serviços tecnológicos.

Wanderleia Franco, Analista Técnica da instituição, explica que o empreendedor pode entrar no portal da instituição para consultar os serviços que o Sebraetec tem disponível em seu portfólio, e no próprio portal ele pode fazer a solicitação. Em casos de dúvidas ou esclarecimentos

sobre os serviços, ele pode entrar em contato com o Sebrae para falar gratuitamente com a área de atendimento no 0800 570 0800.

“Em 2020, foram cerca de 329 empresas atendidas. Devido à pandemia, a instituição disponibilizou os serviços de forma gratuita para ajudar o empreendedor nesse momento difícil”, acrescentou Wanderleia.

No Sebraetec, existem quatro áreas de conhecimento e inovação no qual o empreendedor pode identificar e solicitar o serviço tecnológico conforme sua necessidade. Além disso, o Sebrae ajuda a empresa no acesso a inovação e tecnologia, subsidiando 90% do valor da consultoria.

Independente de participar de um projeto ou não, qualquer empresa que se adeque ao perfil do programa pode buscar por este serviço nos balcões de atendimento ou acessando o portal do Sebrae. Cada empresa pode solicitar os serviços com o limite de até trinta mil reais por CNPJ.

Em 2020, foram cerca de 329 empresas atendidas.”

Saiba mais

O Portfólio Sebraetec classifica os serviços tecnológicos segundo a área temática em:

1. Produção e Qualidade: ações que permitam conhecer e melhorar os processos produtivos das empresas, desde o recebimento das matérias-primas até a disponibilização do produto/serviço para o cliente final, incluindo melhorias que visam aumento de produtividade, melhoria da qualidade e redução de custos. Inclui ações que orientem as empresas na adequação de seus processos e produtos para atender requisitos especificados em normas e regulamentos técnicos. Também oferta serviços que permitem a compreensão do grau de conformidade de um produto, processo ou serviço a requisitos mínimos estabelecidos em normas ou regulamentos técnicos, bem como na introdução de mecanismos na empresa, que lhe

ajudem na gestão da qualidade do negócio e dos produtos/serviços.

2. Design: processo intelectual, técnico e criativo de concepção, que contempla planejamento e desenvolvimento de projeto, focado no usuário, com uma abordagem integrada de produto, serviço, comunicação e/ou ambiente para a empresa.

3. Sustentabilidade: gestão sustentável na empresa, considerando os pilares ambiental, econômico e social. Abordagem na qual a empresa busca não só o resultado econômico, mas também os resultados ambiental e social, procurando, alinhamento às exigências de mercado. Nessa perspectiva, o bem-estar das pessoas, a preservação da natureza e os lucros estão integrados ao ne-

gócio e não podem ser dissociados.

4. Desenvolvimento Tecnológico: ações que visam desenvolver e melhorar os produtos das empresas, bem como planejar, adequar ou implementar novas tecnologias e inovações nas empresas para que elas possam obter novos processos e produtos/serviços que atendam de forma personalizada suas demandas. Incluem as ações para apoiar o desenvolvimento experimental, as ações das fases finais de desenvolvimento e, fundamentalmente, a introdução de inovações de produto e de processo que são novas para a empresa, mas não necessariamente para o mercado, assim como as ações relacionadas à propriedade intelectual e à gestão da inovação.

Caso a empresa reconheça que tem a necessidade de inovar e não sabe por onde começar, solicite uma consultoria do Sebrae pelo portal:

www.sebrae.com.br/oraima



Novas oportunidades de negócios em meio à crise econômica

É necessário estar atento ao mercado, entender os hábitos do consumidor e não ter medo de inovar.

Os infortúnios nos negócios surgem muitas vezes de forma inesperada. A crise econômica bate à porta ocasionando insegurança e receio para continuar avançando em um mercado altamente competitivo. Mas, para muitos, é um momento decisivo de seguir adiante na busca de inovação e alternativas criativas para vencer os obstáculos e gerar renda ou mesmo iniciar um negócio.

Existe um adágio popular que caracteriza o povo brasileiro como bastante criativo, e essa marca se torna latente quando se trata de inovação. Em meio à crise econômica causada pela pandemia da Covid-19, o advogado André Nolêto de Matos percebeu que as pessoas em casa continuavam com vontade de tomar uma bebida ou drinks que normalmente só encontravam em bares e restaurantes.

Foi então que, juntamente com o amigo e sócio, Pablo Rocha Guedelha, consolidaram a ideia e conheceram a distribuidora Norte e Nordeste dos produtos da Easy Drinks. Eles perceberam uma grande oportunidade de atender à vontade das pessoas, tudo feito por elas mesmas e em casa.

“Criamos a conta no Instagram do empreendimento e realizamos uma ação de marketing com influenciadores digitais. Montamos kits e entregamos pessoalmente



André Nolêto percebeu que poderia reinventar o ramo de drinks utilizando uma tendência que demonstra que os consumidores estão mais independentes fazendo tudo em casa.

O mercado se adaptou às novas formas de empreendimentos devido à pandemia.”

com um recado escrito a mão para cada cliente. Nossa iniciativa foi uma reinvenção no mercado para o cliente ter a liberdade de criar a sua bebida e, tudo isso, com a facilidade de fazer em casa. Essa novidade foi bem recebida pelos consumidores”, comemorou André de Matos.

A estratégia realizada pela dupla de empreendedores, faz parte de uma tendência que vem sendo amplamente utilizada no período de isolamento social, identificada por consumidores mais independentes que estão aprendendo a fazer as coisas em casa.

Outro ponto é o crescimento de lives realizadas por artistas musicais que acabam aumentando o consumo de bebidas em casa. Os novos empreendedores conseguiram, em pouco tempo, mais de dois mil seguidores nas redes sociais, e consideraram que a crise econômica serviu para alavancar voos mais altos. “O mercado se adaptou às novas formas de empreendimentos devido à pandemia. Temos que entender o momento e aprender com a crise, procurar ouvir o que as pessoas buscam, se atentar aos detalhes e sobre o que tem de novidade no Brasil e no Mundo”, contou o empreendedor.

Outro exemplo de empreendedor que resolveu agir e não desistir diante da crise foi Clarice da Silva Evangelista. Há dois anos, atua no serviço de montagem de mesa e tábuas de frios para eventos e festas, mas de repente viu sua agenda desmoronar por causa da pandemia. “Eu tinha agendadas 12 festas para fazer montagem de mesas e todas foram canceladas. Lembro que na época eu fiquei muito preocupada”, comentou Clarice.

Clarice Evangelista também precisou reinventar o seu negócio durante o período de isolamento social.



O momento enfrentado exigiu calma e criatividade. Atenta ao movimento dos negócios on-line, percebeu que por meio das lives dos artistas poderia continuar comercializando seus produtos. “Então, fizemos uma promoção para o dia da live de uma dupla sertaneja famosa, vendi bem mais que o esperado e percebi que tínhamos que investir”, explicou Clarice.

A ferramenta utilizada para atrair novos clientes foi a propaganda pelo Instagram, além da extinção da taxa de entrega. “Conseguimos vencer a crise e com os desafios que a pandemia nos trouxe, ampliamos nosso cardápio dando mais opções para nossos clientes. Se o negócio não está dando certo, mude o formato do negócio, se for o caso mude os produtos, porém jamais desista”, disse a

empreendedora.

Diante de tantos exemplos de ro- raimenses que driblaram a crise e se reinventaram nesse momento de isolamento social, a palavra de ordem para os empreendedores deve ser inovação e persistência para manter a empresa viva no mercado.

Conseguimos vencer a crise e com os desafios que a pandemia nos trouxe, ampliamos nosso cardápio dando mais opções para nossos clientes.”



O que mudou no comportamento do consumidor com a transformação digital e a pandemia?

Graciela Missio, analista técnica da instituição, reforça a importância de ajudar os empreendedores a entender o comportamento dos consumidores no atual contexto.



As relações de consumo, o comportamento dos clientes e as próprias empresas, tudo mudou. Novas relações foram criadas. Entender esse contexto e criar estratégias de venda podem definir a sobrevivência de uma empresa em um mercado cada vez mais exigente e competitivo.

Segundo Graciela Missio, Analista Técnica do Sebrae em Roraima, a instituição tem investido em palestras e cursos que abordam o tema para ajudar o empreendedor nesse momento de profundas mudanças e incertezas.

“Promovemos, recentemente, uma palestra com Jáuvaro Carneiro, que abordou as principais tendências e os fatores que influenciam os consumidores, como o fator cool, as mudanças econômicas, sociais, culturais e políticas”, acrescentou Graciela Missio.

Durante a palestra, Jáuvaro Carneiro abordou várias tendências, inclusive as características geracionais dos consumidores e suas peculiaridades. Para ele, é preciso entender o comportamento de cada

geração. O fator cool, um investimento que as marcas fazem para tornar sua imagem mais descolada, por exemplo, é mais atraente para as gerações Y e Z. “Os consumidores dessas gerações gostam de interatividade, apreciam boas postagens no Instagram e comentários no Twitter”, acrescentou.

Fazem parte da geração Y, jovens que nasceram entre 1980 e meados de 1990, que cresceram em um mundo estável e não se sujeitam às atividades que não veem sentido. São focados em resultados e precisam ter paixão pelo que fazem.

Já a geração Z é o grupo de pessoas que nasceu no período delimitado entre o início dos anos 90 e o ano de 2010. São considerados nativos digitais, pois sua visão da realidade foi mediada e formada a partir da interação com canais virtuais.

Carneiro lembrou que essas mudanças não aconteceram do dia para noite e fatores econômicos, sociais, culturais, e, até psicológicos, influenciaram e continuam influenciando as gerações.

Outras tendências têm contribuí-

do para novos hábitos de consumo, como:

TRABALHO REMOTO: O trabalho em home office, que foi necessário para o período de isolamento social, veio para ficar, uma vez que, muitas empresas descobriram que esta modalidade, além de possível, pode reduzir custos e ser mais produtiva.

CONFORTO DE COMPRAS PELA INTERNET: De acordo com um estudo da SmartCommerce, plataforma de comércio eletrônico para marcas de produtos embalados, 40% dos atuais compradores on-line fizeram sua primeira compra em março deste ano quando foram estabelecidos os decretos de quarentena. Nesse novo cenário, a telemedicina para as consultas médicas e o uso mais frequente dos bancos digitais em detrimento às idas em agências bancárias também ganharam intensidade.

DELIVERY: Com o período de isolamento social, as pessoas descobriram que não precisam sair de casa para comprar produtos e serviços, por isso, lojas, restaurantes e bares precisarão se render ao delivery. Entregas de produtos ou de comida pronta irão se consolidar, pois o consumidor adquiriu mais segurança para se aventurar na internet durante a pandemia.

CONSUMIDORES MAIS INDEPENDENTES: O fechamento de vários serviços levou o consumidor para os tutoriais disponíveis na internet para aprender a fazer em casa. Um exemplo disso, são os salões de beleza. A Nielsen relatou um aumento de quase 20% nas vendas de kits de coloração de cabelos, pois a demanda aumentou à medida que os clientes pintam seus próprios cabelos. O tráfego para o site da marca de produtos de beleza quadruplicou nas últimas semanas e, como resultado, a empresa está ampliando suas linhas de atendimento ao cliente e tutoriais on-line.

Nessa linha de independência para aprender em casa, os cursos EaD também ganharam certa dimensão e até o ensino tradicional migrou para o ambiente digital.

Redes sociais ampliam oportunidades para profissionais investirem em outras áreas de atuação

Paciência e criatividade são fundamentais para continuar engajado nas redes sociais e gerar novos negócios.

Um espaço de oportunidades e bons negócios chamado: Redes Sociais! Mesmo profissionais com carreira já consolidada têm se rendido às plataformas digitais para empreender. Eles estão atentos às mudanças no comportamento dos consumidores e aproveitam as chances para ampliar mercado ou criar novos nichos.

A presença de empreendedores no ambiente virtual era uma tendência mundial, mas a pandemia causada pelo Coronavírus acelerou o processo de transformação digital e antecipou o futuro.

De acordo com a sexta edição da pesquisa “Perfil do E-Commerce Brasileiro”, realizada pela empresa de pagamentos PayPal e pela plataforma de análise de dados BigData Corp, divulgada em agosto do ano passado, o e-commerce passou a representar perto da metade das lojas on-line (48,06%), em 2020. Um aumento significativo, já que há dois anos, 26,93% dos e-commerces eram de pequeno porte e faturavam até R\$ 250 mil por ano, segundo o mapeamento.

Para o especialista em marketing digital, mídias sociais e transformação, Flávio Muniz, devido à crise econômica causada pela pandemia, muitos empresários se viram de mãos atadas com seus negócios praticamente em faturamento zero e perceberam que o digital seria um braço para recuperação de faturamento. Muitas empresas descobriram o digital no momento de crise e conseguiram faturar através de estratégias nas redes sociais.

“Quando a empresa ou o empreendedor não possui uma comunicação ativa nas redes sociais, ele perde uma fatia do mercado em seu nicho de atuação. A matemática é simples: Se você está, você ganha em visibilidade e faturamento. Se você não está, pode sofrer muito, como vimos, muitas empresas fechando as portas nessa pandemia. Gosto sempre de dizer: Quem tem 1 não tem nenhum, pois pode vir um fator externo e tirar esse 1. Agora, quem tem 2 canais de vendas tem 1, pois sempre terá uma chance extra de vender. Essa chance, essa oportunidade, o digital dá de montão”, explicou Muniz.

O empreendedor que trilha o caminho digital para fortalecer seus

negócios precisa ter em mente que é um processo demorado e longo para firmar o nome de sua marca e serviço nas redes sociais.

Muniz alerta que o pior erro do empreendedor é o imediatismo. “O marketing digital é um plantio. Existem empreendedores plantando há meses e anos. Então, não adianta achar que se fizer um ou dois posts ou soltar stories no Instagram du-



rante uma semana inteira vão transformar o empreendedor em milionário. Tem que ter paciência, consistência e não desistir”, esclareceu.

A jornalista Safirah Mubarak, 26 anos, trabalha como servidora pública e possui um talento para produção de doces e, por isso, resolveu enveredar-se no ramo de confeitaria.

Descobriu cedo o poder das mídias sociais. No início do seu negócio, em 2017, apostou na divulgação de biscoitos artesanais e personalizados no Instagram. Com a pandemia, a divulgação ficou totalmente centralizada de forma on-line. “Trabalhar na

internet nos permite apresentar os nossos produtos em tempo real, interagir, permite um atendimento individualizado por meio dos apps de mensagens com os nossos clientes, facilitando demais o nosso trabalho”, explicou Safirah.

Um desafio para os empreendedores é chamar a atenção dos usuários das redes sociais. Neste caso, o importante é ter uma boa percepção do seu produto e entender o comportamento das pessoas que estão on-line.

Para Safirah, a alternativa encontrada foi trabalhar na produção de fotos e criação de menus para datas festivas. “Foi uma estratégia muito bem aceita pelo público, que passou a consumir a imagem antes mesmo de provar o produto. Nós, empresários, precisamos, em 2021, nos adaptar a nossa nova realidade, na qual o consumidor busca referências suas por meio das redes sociais, além do velho boca a boca”, disse a empreendedora.

Com as vendas on-line, os empreendedores foram obrigados a se adaptar e conhecer a linguagem do mundo digital. A jornalista Juliana de Paula, atenta às mudanças no ramo dos negócios, percebeu essa dificuldade dos empreendedores e resolveu aplicar sua experiência na área do telejornalismo para ajudar as pessoas a produzir vídeos comerciais, apresentando de forma natural e convincente seus produtos e serviços na web.

“A rede social é uma extensão do nosso negócio. O empreendedor precisa pensar dessa forma e sempre estar bem apresentado na hora de fazer suas chamadas em vídeo. A imagem diz muito e você deve estar com uma aparência que demonstre seu profissionalismo”, esclareceu Juliana.

A jornalista já capacitou mais de 200 empreendedores que abandonaram o medo e a timidez e começaram a aparecer nas redes sociais. “Sua palavra se conecta com outras pessoas. Quem não aparece, fica desconhecido e, conseqüentemente, perde dinheiro na mesa”, disse a jornalista.

Na tendência dos negócios em expansão, as redes sociais contribuíram para aumentar o faturamento

e alcançar clientes espalhados pelo mundo. Uma certeza, neste cenário tão incerto de pandemia, deve ser que as transações comerciais vão continuar navegando pela web. Quem está de fora precisa se preparar para entrar ou terá que amargar prejuízos e correr o risco de ser esquecido.

Nesse contexto, o Sebrae Roraima tem oferecido cursos, palestras e consultorias para o empreendedor que deseja fortalecer a imagem de seu negócio nas redes sociais.

Para ter acesso, basta acessar a loja virtual do Sebrae: www.loja.r.sebrae.com.br

Dicas de ouro para consolidar o nome da sua empresa nas redes sociais:

O especialista Flávio Muniz e a jornalista Juliana de Paula deram algumas dicas básicas para você empoderar o nome de sua empresa nas redes sociais:

O primeiro passo é olhar ao redor, dar uma navegada no Google e nas redes sociais e anotar, pode ser no bloco de notas do celular, quais são os concorrentes locais e nacionais que estão se dando bem nas redes sociais.

Depois dessa pesquisa, temos que entender qual conteúdo está trazendo mais resultados. Quais conteúdos estão tendo mais comentários, cliques, engajamentos. Existem muitas ferramentas gratuitas que medem o nível de “engajamento” de cada empresa em determinada rede social.

Quem não começou a postar nas redes sociais já está atrasado. Comece com o que você tem, poste seu conteúdo e compartilhe conhecimento.

Faça vídeo, pois você precisa se expor, no melhor sentido. As pessoas se conectam mais quando você fala de sua história. Coloque sua essência, seu DNA e seja você mesmo!



Visibilidade e gestão de negócios nas páginas do Google

Pesquisa aponta que 84% das pessoas que acessam o serviço on-line verificam as empresas que estão na primeira página de busca.

46

SEBRAE

Nesta era digital com diversos recursos tecnológicos para consolidar a presença dos negócios, o empreendedor deve estar atento às mudanças e às ferramentas que podem ajudá-lo a sobressair em um mundo de grande competitividade pela atenção do consumidor.

Uma pesquisa realizada pela Hootsuite com a We Are Social aponta que o Brasil é o segundo país que passa mais tempo conectado à internet. Os dados indicam que, em média, cada pessoa no Mundo passa seis horas e quarenta e dois minutos conectada à internet.

Com tanta atenção direcionada para a web, os negócios precisam aparecer e estar conectados com os clientes. De acordo com Analista do Sebrae Roraima, Graciela Missio, apesar das empresas estarem nas redes sociais, o consumidor, quando vai procurar um produto, acessa o Google, por isso, é importante as empresas estarem bem posicionadas e o empreendedor conhecer bem as ferramentas oferecidas por essa empresa de serviço on-line.

“Quem não se atualiza acaba perdendo clientes. Se algum cliente, em qualquer parte do Mundo, desejar um produto em Roraima, a empresa deve aparecer no topo

do Google. Nossa meta é orientar as pessoas a atualizar e estar na primeira página do Google”, disse Graciela.

O Sebrae Roraima tem incentivado os empreendedores a potencializar suas estratégias no Google oferecendo vários cursos, palestras e treinamentos on-line com profissionais de diversas partes do país.

“Quem não se atualiza, acaba perdendo clientes. Se algum cliente em qualquer parte do Mundo, desejar um produto em Roraima, a empresa deve aparecer no topo do Google.”

O estrategista de mercado e designer de aprendizagem e soluções nas áreas de marketing, inovação e planejamento, Henderson Ramon, um dos convidados do Sebrae Roraima para ministrar a palestra “Ferramentas do Google para o seu negócio”, aponta que é necessário a empresa





Nossa meta é orientar as pessoas a atualizar e estar na primeira página do Google.”

aparecer de forma personalizada no Google.

“O empreendedor precisa entender como facilitar a gestão do seu negócio, e o Google é fundamental. Desde o compartilhamento de arquivos, colocar a empresa no Google Maps, até as formas de contato”, explicou o especialista.

O Google oferece várias ferramentas e serviços que vão tornar o negócio mais visível e dinâmico. Segundo Ramon, o primeiro passo que o empreendedor deve dar é fazer o cadastro no Google Meu Negócio. “Ser encontrado pelo cliente é a melhor forma de marketing. Existe o Google Trends para avaliar tendências e o Google Alerts para fazer o Google encontrar termos-chaves para seu negócio”, esclareceu.

Estar com o nome da empresa em destaque na primeira página do Google significa aparecer para 84% das pessoas que usam o serviço. Mas o especialista alerta que o empreendedor deve criar conteúdo para o seu site e patrocinar os links, procedimentos importantes para aumentar a clientela. “O cliente de Google é muito mais preparado para comprar do que o de redes sociais”, alertou Ramon.

Há três anos, o empreendedor Vitor Cardoso possui uma empresa de transporte e turismo no município de Boa Vista. Ele percebeu a importância de ter visibilidade nos negócios e, principalmente, para os clientes. “Fui surpreendido por um cliente que estava à procura de passagens e ele queria uma agência perto de sua casa. Então, ele pesquisou no Google e nos encontrou. Como sempre falam, o cliente que encontra a empresa”, disse Cardoso.

Diante dos novos desafios, Cardoso está se aprimorando, participa de cursos e palestras oferecidos pelo Sebrae e pretende fortalecer a gestão utilizando outras ferramentas oferecidas pelo Google. “Minha meta é aprimorar os conhecimentos e me atualizar na busca de facilidades para os meus clientes”, disse o empreendedor.

**CIDADE
EMPREENDEDORA**

Sebrae RR lança programa Cidade Empreendedora

A proposta é estruturar ações de fomento ao empreendedorismo, promovendo a transformação dos municípios por meio do desenvolvimento territorial.

No Brasil, onde os pequenos negócios continuam responsáveis por sustentar a economia, existe um consenso sobre a necessidade de investir em ações que ajudem no desenvolvimento desses empreendimentos.

E foi para congregiar esses interesses que surgiu o programa Cidade Empreendedora, lançado este mês pelo Sebrae em Roraima. Basicamente, o programa integra as diferentes ações e serviços ofertados pelo Sebrae com o objetivo de melhorar o resultado verificado nos pequenos municípios.

No caso de Roraima, também será possível ampliar iniciativas como o Empreendedorismo nas Escolas que poderá ser aplicado em todos os municípios que aderirem à proposta.

“Nosso objetivo é fortalecer o diálogo, o trabalho e a parceria. Esse cenário desafiador nos convida a agir com muita resiliência para reparar as perdas e danos. Mas, o Sebrae Roraima está pronto para ajudar e com o Cidade Empreendedora vamos contribuir para minimizar os



os impactos da pandemia e buscar o reequilíbrio econômico”, afirmou o presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae RR, Jadir Corrêa em mensagem de vídeo direcionada aos prefeitos.

Nacionalmente, o Cidade Empreendedora atua em 10 eixos principais. Considerando a realidade local, o Sebrae Roraima priorizou cinco eixos que irão promover desde a gestão governamental, capacitação para os personagens que podem contribuir com o desenvolvimento local, estímulo ao empreendedorismo para pessoas de baixa renda, além da educação empreendedora, visando a formação de uma nova geração pronta para enxergar na crise, as oportunidades.

“Será um trabalho em conjunto. Precisamos que os nossos prefeitos também nos auxiliem no direcionamento das ações, informando o que está bom e o que precisamos melhorar. Cada município também poderá nos demandar cursos ou orientações de acordo com a sua necessidade. Vamos estabelecer, desta forma, um diálogo aberto e

trabalhar junto para construir um futuro promissor para todos”, disse a diretora técnica do Sebrae RR, Dorete Padilha.

Sem custos para os municípios

O programa terá vigência de dois anos, com ações executadas entre 2021 e 2022. O custo estimado é de R\$ 113.685,00. De modo geral, as Prefeituras que aderem ao programa são responsáveis por contribuir com uma contrapartida de 30%. Mas, em Roraima, o Sebrae irá subsidiar as ações e oferecer tudo sem custo. O único compromisso é que as Prefeituras cumpram as etapas orientadas pelo Sebrae.

“O prefeito é a figura política mais próxima da população e por isso, eles conhecem melhor a necessidade das pessoas e da cidade. O Sebrae sempre esteve ao lado dos nossos municípios, contribuindo com a implementação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e com outras ações de fomento ao empre-

endedorismo e desenvolvimento local. Agora, vamos fortalecer essa parceria e estamos prontos para atender a todos”, explicou Luciana Surita, superintendente do Sebrae Roraima. endendedorismo e desenvolvimento local. Agora, vamos fortalecer essa parceria e estamos prontos para atender a todos”, explicou Luciana Surita, superintendente do Sebrae Roraima.

Prefeitos aprovam a iniciativa

O prefeito de Bonfim e presidente da Associação dos Municípios de Roraima, Joner Chagas, foi o primeiro a assinar o termo de adesão ao programa. Ele já conhecia a iniciativa que foi lançada nacionalmente pelo Sebrae em 2013.

“O Sebrae sempre foi um grande parceiro nosso, trazendo conhecimento para a nossa equipe e para os nossos empreendedores, além de abrir muitas portas. Eu mesmo tive a oportunidade de representar o estado em um encontro nacional do Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor e o que a gente aprende nessa experiência é muito bom para os nossos municípios. Por isso, não pensei nem duas vezes, já fiz a adesão e incentivo para que todos os nossos prefeitos façam o mesmo”, afirmou.

No evento de lançamento, realizado em março deste ano, o Sebrae contou com a participação de prefeitos e representantes das prefeituras de Alto Alegre, Amajari, Boa Vista, Bonfim, Cantá, Caracará, Caroebe, Iracema, Mucajaí, Normandia, São João da Baliza, Rorainópolis e Uiramutã. Neste primeiro momento, 10 municípios confirmaram a adesão ao programa.

“Certamente esse programa Cidade Empreendedora fará grande diferença nas gestões dos prefeitos e levará grandes desafios e compromisso para os empreendedores. Hoje, as ações são isoladas e com a integração que está sendo proposta agora, certamente, vamos estreitar esses laços e conquistar objetivos mais amplos”, afirmou a prefeita de São João do Baliza, Luiza Maura, que também já atuou como colaboradora do Sebrae Roraima.

Para o vice-prefeito de Boa Vista, Cássio Gomes, a grande vantagem do programa está na integração das ações. Ele apontou o Sebrae como um grande parceiro no desenvolvimento da capital que além de ter cerca de 70% da população, con-



centra o maior número de negócios locais e o desafio de desenvolver ações de geração de renda para a maior parte da população migrante que permanece em Roraima.

Em seu Plano de Governo, a nova gestão municipal tem previstas ações de estímulo ao empreendedorismo com o fortalecimento de iniciativas existentes como o Plano Municipal do Desenvolvimento do Agronegócio, com assistência técnica e acesso à novas tecnologias para os pequenos produtores de capital.

Também está prevista a construção de novos centros de comercialização, apoio à startups, iniciativas de economia criativa e ainda a implantação de uma agência de empregos e microcrédito para empreendedores.

“Esse programa vai trazer muitos benefícios ao trabalho que já é realizado em Boa Vista, inclusive com a nossa parceria junto ao Sebrae Roraima. Temos potencial com pequenos produtores, no setor de serviços e turismo. E a nossa intenção é atender a todos, criando mecanismos que facilitem o seu aprendizado, a gestão dos seus negócios e a comercialização dos produtos e serviços”, afirmou o vice-prefeito de Boa Vista.

Resultados

O programa Cidade Empreendedora é desenvolvido desde 2013 pelo Sebrae. Em Santa Catarina, por exemplo, os municípios que aderiram ao programa, foram os que mais registraram abertura de novas empresas em 2020, mesmo num cenário de pandemia. Em Roraima, serão trabalhados os cinco eixos principais. São eles:

Gestão Municipal: neste eixo, o Sebrae desenvolve ações para fomentar a implementação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e desenvolver soluções de fomento ao empreendedorismo dentro dos municípios de acordo com a realidade e necessidade de cada um. O foco principal é o fortalecimento da Sala do Empreendedor como instrumento para atendimento, orientação e capacitação de todos os agentes locais.

Compras Públicas: ainda considerando os aspectos da Lei Geral das MPE's, este eixo é dedicado a traçar um perfil de aquisições do município, mapa de oportunidades e construção de um planejamento e fluxo de compras. O objetivo é ampliar as oportunidades de participação dos negócios locais, especialmente da agricultura familiar, fazendo com que a prefeitura faça contratos para compra de produtos e serviços favorecendo os próprios negócios do seu município. Desta forma, o dinheiro circula localmente, gerando novas oportunidades.

Educação Empreendedora: implementação dos conteúdos desenvolvidos pelo Sebrae Roraima na rotina escolar para estimular a formação de novas gerações com características empreendedoras. Atualmente, o programa atende apenas a capital e havia uma proposta de expansão para novos municípios a partir deste ano. Com o Cidade Empreendedora, esse objetivo será concretizado.

Desburocratização: Nesse item, também é contemplada as ações de integração e aprimoramento da RedeSim. Hoje, os 15 municípios de

Roraima estão conectados à RedeSim. Porém, o desafio agora é mapear processos, implantar os serviços de alvará on-line e ainda a adequação à lei de Liberdade Econômica.

Além disso, os prefeitos serão orientados a elaborar ações de articulação com instituições financeiras que facilitem o acesso ao crédito para empreendedores do seu município, bem como a implantação de serviços de inspeção e consórcios públicos.

Inclusão Produtiva: A meta é incentivar o empreendedorismo como fonte de renda para as pessoas inseridas no CADÚNICO. Para isso, este eixo inclui apoio e orientação de gestores, servidores do CRAS e secretários de assistência social para a elaboração de ações de incentivo ao empreendedorismo no seu território de abrangência.

Cooperativismo e Crédito: O cooperativismo, o associativismo e o crédito são caminhos seguros para gerar desenvolvimento local e regional, a criação de novos empregos, renda e arrecadação. Programa Cidade Empreendedora possui soluções para o desenvolvimento de cooperativas de crédito e de instituições alternativas de microcrédito, Empresas Simples de Crédito, etc. para ampliar oportunidades aos pequenos negócios.

Esse eixo do programa também atua com a abordagem de consórcios intermunicipais, que viabilizam investimentos, iniciativas e a prestação de serviços com economia de escala, além de contribuir para a expansão do mercado para os pequenos negócios.

Pra qualquer ideia de negócio, CONTE COM O SEBRAE RORAIMA

Alguns negócios começam com planejamento, outros nascem por acaso, mas todos têm algo em comum: a força do empreendedor e a vontade de fazer dar certo. Seja pra criar uma start up, um salão de beleza, colher uma boa safra no campo ou abrir um supermercado, o Sebrae Roraima é o parceiro das suas ideias. Aqui você pode ser quem quiser. Seja micro ou pequeno, pode contar com o Sebrae.

- Cursos de gestão empresarial
- Consultoria on-line
- Acesso a linhas de crédito
- Palestras com especialistas



Central de Relacionamento:

0800-570-0800

sebrae.com.br/roraima

SEBRAE



Central de Relacionamento:
0800-570-0800



@SEBRAERORAIMA

loja.rr.sebrae.com.br