

Atalhos para a exportação

Micro e pequenas empresas podem vender sem dificuldades para outros países, desde que se planejem e conheçam o mercado de destino. Para muitas delas, essa é a solução para não sentirem as perdas da recessão no Brasil | **PÁGINAS 6 E 7**

Cris Castello Branco



Humberto Azenha, da Pamonhas Gourmet, vende para seis países europeus e tem planos de expansão

Sebrae-SP realiza Feira de Artesanato

Evento ocorre de 20 a 23 deste mês no Anhembi e traz muita informação, produtos, capacitação e negócios.

PÁGINA 10

Uma semana especial para o empreendedor de São Paulo

Sebrae-SP oferece uma programação intensa com muita orientação para quem tem ou quer ter um negócio próprio.

PÁGINA 11

Divulgação



Patrícia Cruz



Máquina de cartão conquista adeptos

MEIs, ambulantes e prestadores de serviço aderem ao aparelho para não perder negócios e hoje 4,4 milhões estão em uso em todo o País.

PÁGINAS 8 E 9

Cris Castello Branco



Loja repaginada após viagem aos EUA

Empresário foi buscar na maior feira de varejo do mundo as ideias para reformular seu estabelecimento.

PÁGINA 16

A boia-fria que virou dona de franquia

Cleusa Maria, dona da Sodiê Doces, deixou para trás o passado difícil para se tornar proprietária de uma rede de 266 lojas espalhadas pelo Brasil.

PÁGINA 4



ARTESANATO EMPREENDEDOR PAGAMENTO

MERCADO EXPORTAÇÃO OPORTUNIDADE

CAPACITAÇÃO INTERATIVIDADE NEGÓCIOS

EVENTOS | OUTUBRO DE 2016

Confira as atividades dos escritórios regionais do Sebrae-SP



GRANDE SÃO PAULO

EVENTO EM SANTO ANDRÉ AJUDA A MELHORAR VENDAS

Oficina realizada pelo Escritório Regional do Sebrae-SP no Grande ABC explica como analisar o negócio para se adaptar ao mercado, preparando produtos e serviços para conquistar novos clientes, aumentar as vendas e expandir a empresa. O evento chamado “Sei Vender” ocorre no dia 20 de outubro, no ER do Grande ABC, localizado na Rua Coronel Fernando Prestes, 47, Centro, em Santo André. Outras informações pelo telefone (11) 4433-4270. A inscrição é gratuita.

GRANDE SÃO PAULO

OFICINA SOBRE FLUXO DE CAIXA EM GUARAREMA

Oficina realizada pela Escritório Regional do Sebrae-SP no Alto Tietê mostra para os empresários da região os aspectos importantes da gestão financeira, como contas a pagar e a receber, fluxo de caixa e reserva de capital de giro. O evento ocorre no dia 3 de outubro, na Rua Dezenove de Setembro, 127, centro, Guararema. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 4723-4510. O evento é gratuito.

CAPITAL

ZONA LESTE RECEBE CURSO SOBRE GESTÃO FINANCEIRA

O Escritório Regional do Sebrae-SP na Capital Leste II oferece, nos dias 3, 4, 5, 10 e 11 de outubro, curso que visa auxiliar os donos de micro e pequenas empresas a cuidar do caixa e administrar custos e despesas para obter resultados positivos. O curso “Gestão Financeira na Medida” será ministrado no ER da Capital Leste II, que fica na Rua Victorio Santim, 57, Itaquera. Outras informações pelo telefone (11) 2056-7120. O investimento para o curso é de R\$ 260.

CAPITAL

DICAS SOBRE MARKETING EM TEMPOS DE CRISE

O Escritório Regional do Sebrae-SP na Capital Leste I apresenta dicas e soluções sobre marketing para os empreendedores enfrentarem e superarem os momentos de turbulência na empresa. O seminário “Marketing em Tempos de Crise” ocorre no dia 4 de outubro, na Rua Natal, 283, Vila Bertioga. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 2090-4250. Gratuito.

INTERIOR

FINANÇAS SÃO TEMA DE OFICINA EM VOTUPORANGA

Oficina realizada pela Escritório Regional do Sebrae-SP em Votuporanga, no dia 25 de outubro, apresenta aos empreendedores os aspectos importantes da gestão financeira, como contas a pagar e a receber, fluxo de caixa e reserva de capital de giro. O evento “Fluxo de Caixa” ocorre no Escritório Regional de Votuporanga, que fica na Avenida Wilson de Souza Foz, 5137, Vila Residencial Esther. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (17) 3405-9460. O evento é gratuito.

INTERIOR

CURSO OFERECE DICAS SOBRE ESTRATÉGIA DE VENDAS

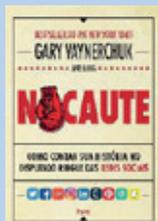
O Escritório Regional do Sebrae-SP em São José do Rio Preto oferece, nos dias 24, 25, 26 e 27 de outubro, um curso para auxiliar os empreendedores da região no processo de vendas da empresa. O curso “Na Medida - Gestão Estratégica de Vendas” tem como objetivo tornar o processo de vendas da empresa mais eficiente, explicando maneiras para o empreendedor conhecer melhor o cliente. O evento será realizado na Rua Dr. Presciliano Pinto, 3184, Jd. Alto do Rio Preto, em São José do Rio Preto. Outras informações: (17) 3214-6670. O investimento é de R\$ 240.



DOBRA O NÚMERO DE MUNICÍPIOS QUE COMPRAM DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Em apenas três anos, o número de municípios que realizam licitações até R\$ 80 mil exclusivamente com micro e pequenas empresas teve um incremento de cerca de 102%, passando de 831 cidades, em 2013, para 1.736, em 2016. Esse avanço teve como um dos estimuladores a parceria que o SEBRAE e o Instituto Rui Barbosa (IRB) – instituição ligada aos tribunais de conta – firmaram em 2013 para impulsionar a adoção da norma que dá tratamento diferenciado aos pequenos negócios.

Dicas de Livros



NOCAUTE: COMO CONTAR SUA HISTÓRIA NO DISPUTADO RINGUE DAS REDES SOCIAIS

(Ed. HSM Educação Executiva)

Escrita pelo especialista em mídias sociais e storytelling Gary Vaynerchuk, a obra explica como as marcas podem usar o potencial das redes sociais para que elas ofereçam valor antes de tentarem vender produtos e serviços. O livro analisa as estratégias adotadas por diversas marcas e aponta caminhos de maior sucesso para quem quer se destacar em meio ao excesso de informações.



O SUCESSO NÃO OCORRE POR ACASO

(Ed. Objetiva)

O livro de Alberto Saraiva marca a trajetória do empreendedor que foi um sucesso tanto nos negócios quanto em qualquer aspecto da vida. Trata-se das ideias que deram início ao Habbibs, rede de fast food de comida árabe. O autor mostra como o sucesso da empresa não é resultado de sorte, mas sim de estar preparado para enxergar e agarrar as oportunidades.



AVENTURAS EMPRESARIAIS

(Ed. Best Business)

A obra do jornalista John Brooks conta com uma série de artigos escritos pelo próprio autor para a revista *The New Yorker*. A obra mostra que o poder das decisões é capaz de impulsionar uma empresa ou dizimá-la. Esse livro era um dos favoritos do fundador da Microsoft, Bill Gates, desde 1991, quando ele pediu ao amigo investidor Warren Buffet que lhe recomendasse um bom livro de negócios.

De olho no mercado internacional



PAULO SKAF,
Presidente do Sebrae-SP

O cenário crítico dos pequenos negócios, que há quase 24 meses fecham no vermelho, não conseguiu desanimar os 3 milhões de microempreendedores individuais e micro e pequenos empresários paulistas. Pesquisa Indicadores do Sebrae-SP mostra que 35% dos empreendedores apostam na melhora tanto do faturamento quanto da atividade econômica e despençou a taxa dos empreendedores que acreditam na deterioração da economia.

É a confiança retomando seu lugar, gradativamente. Mas sabemos que acreditar não basta; é hora de planejar a volta por cima.

Tradicionalmente abastecendo o mercado interno, esses empreendimentos sentiram na pele os efeitos da crise. Por isso, para muitos deles, a retomada virá com a busca de mercados internacionais.

É uma boa estratégia e o vento está a favor, com investidores de olho nas atratividades das empresas brasileiras, governo federal eliminando barreiras e firman-

do novos acordos comerciais e o Banco Central de olho na questão do câmbio. Além disso, os pequenos negócios têm uma boa fatia do mercado a conquistar. Hoje, apesar de representar 60% dos empreendimentos exportadores, a participação no total das exportações brasileiras não ultrapassa os 0,82%.

De olho neste potencial, o Sebrae está finalizando proposta de um tratado de livre mercado para os pequenos negócios do Mercosul, em parceria com Ministério das Relações Exteriores, Receita Federal e Secretaria da Micro e Pequena Empresa. A meta é diminuir a tributação, simplificar os procedimentos para habilitação das empresas, licenciamento, despacho aduaneiro e câmbio.

Nesta edição, você encontra uma matéria especial sobre os desafios e as oportunidades de exportar e o passo a passo para garantir o melhor desempenho no mercado internacional.

É o Brasil voltando aos trilhos do desenvolvimento, da gestão eficiente, do crescimento e da geração de empregos e riquezas.

EXPEDIENTE

Publicação mensal do Sebrae-SP
Edição digital

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Paulo Skaf
ACSP, ANPEI, Banco do Brasil, Faesp, FecomercioSP, Fiesp, Fundação ParqTec, IPT, Desenvolve SP, SEBRAE, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Sindibancos-SP, Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal.

DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-superintendente: Bruno Caetano
Diretor técnico: Ivan Hussni
Diretor de adm. e finanças: Pedro Jehá

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado
Gerente: Eduardo Pugnali
Editora responsável: Marcelle Carvalho – MTB 00885, Editores-assistentes: Roberto Capisano Filho e Gabriel Jareta. Textos: Gisele Tamar, Luiz Paro e Rogério Lagos. Estagiários: Kaique Dalapola e Laila Santos. Imagens e ilustrações: thinkstockphotos.com. Diagramação: Marcelo Piola Martins. Projeto gráfico e produção: Sebrae-SP. Apoio comercial: Unidade Comercial Giuliano Antonelli (gerente).

SEBRAE-SP

Rua Vergueiro, 1.117, Paraíso
São Paulo-SP. CEP: 01504-001

Escritórios Regionais Sebrae-SP

Alto Tietê 11 4723-4510
Araçatuba 18 3607-2970
Araraquara 16 3303-2420
Baixada Santista 13 3208-0010
Barretos 17 3221-6470
Bauri 14 3104-1710
Botucatu 14 3811-1710

Campinas 19 3284-2130
Capital Centro 11 3385-2350
Capital Leste I 11 2090-4250
Capital Leste II 11 2056-7120
Capital Norte 11 2972-9920
Capital Oeste 11 3803-7500
Capital Sul 11 5525-5270
Franca 16 3723-4188
Grande ABC 11 4433-4270
Guaratinguetá 12 3128-9600
Guarulhos 11 2475-6600
Jundiaí 11 4523-4470
Marília 14 3402-0720

Osasco 11 2284-1800
Ourinhos 14 3302-1370
Piracicaba 19 3434-0600
Pres. Prudente 18 3916-9050
Ribeirão Preto 16 3602-7720
São Carlos 16 3362-1820
S. J. da Boa Vista 19 3638-1110
S. J. do Rio Preto 17 3214-6670
S. J. dos Campos 12 3519-4810
Sorocaba 15 3229-0270
Sudoeste Paulista 15 3526-6030
Vale do Ribeira 13 3828-5060
Votuporanga 17 3405-9460



BRASIL TEM CERCA DE 10 MILHÕES DE TRABALHADORES INFORMAIS

Há no Brasil cerca de 10 milhões de trabalhadores informais, segundo dados da Pnad Contínua compilados pelo Ibre/FGV. A quantidade de trabalhadores sem carteira de trabalho assinada tem crescido nos últimos meses. No início deste ano, eram 9,7 milhões. “São profissionais sem nenhum tipo de contribuição trabalhista e previdenciária”, destaca Tiago Cabral Barreira, pesquisador do Ibre responsável pelo levantamento. Apesar do crescimento recente, esse número já foi maior. No fim de 2012, o contingente de informais chegou a 11,2 milhões de trabalhadores. Contudo, a tendência é de que o número continue crescendo nos próximos meses, sobretudo porque o mercado de trabalho não deverá esboçar uma reação este ano.

“Eu nunca tinha feito um bolo na vida”

Cleusa Maria fez seu primeiro bolo quando uma antiga patroa pediu sua ajuda. Desde então, não parou mais e hoje é dona da Sodiê Doces, com 266 franquias no Brasil

A dona da Sodiê Doces, Cleusa Maria, já foi boia-fria e empregada doméstica. Hoje, comanda uma das maiores redes de franquias do País, com 266 unidades espalhadas por 13 Estados. O segredo do sucesso? Muita perseverança, foco e persistência. E não desistir facilmente do negócio, pois o retorno não vem no curto prazo. Para 2017, a empresária planeja lançar uma rede de franquias de salgadinhos com o objetivo de chegar aos municípios com menos de 100 mil habitantes.

Conte-nos um pouco sobre sua trajetória pessoal.

Nasci em uma família muito pobre e desde cedo precisei ajudar a minha mãe. Trabalhei como boia-fria e empregada doméstica. Um dia, uma antiga patroa precisou de ajuda para fazer um bolo. Mas eu nunca tinha feito um bolo na vida. Ela me ensinou os detalhes e comecei a fazer bolos e doces e vender no bairro. Naquela época, há 19 anos, eu comprei mesas, uma vitrine e comecei a vender bolo em Salto, interior de São Paulo. Foi a minha primeira loja.

Como surgiu a Sodiê Doces? O que levou a abrir uma empresa no setor de confeitaria?

A Sodiê – junção dos nomes dos meus filhos, Sofia e Diego – surgiu puramente por necessidade. A escolha em empreender no setor de confeitaria foi por acaso. Primeiramente, a empresa se chamava Sensações Doces e depois passou a se chamar Sodiê. Para o negócio se estruturar e virar franquia, trabalhei arduamente por dez anos; várias vezes trabalhando até de ma-

drugada. Quando o negócio deu certo, comecei a abrir outras lojas e tornei a empresa uma franqueadora. Hoje, já são 266 lojas, em 13 Estados.

O que o empreendedor precisa saber em relação à gestão do negócio?

Nenhuma pessoa nasce sabendo fazer gestão. É necessário se aprimorar. Em primeiro lugar, o empreendedor precisa ter o foco em fazer o melhor produto ou serviço do mercado. Só assim, ele poderá competir com os concorrentes. Não dá para produzir nada “meia boca”. E para fazer uma gestão adequada, é necessário buscar informações, fazer cursos, procurar ajuda. O Sebrae e outras entidades, por exemplo, são fundamentais para quem quer abrir ou já tem um negócio.

Muitos clientes do Sebrae-SP têm dúvidas em relação de quanto cobrar pelo trabalho de confeitaria e produtos. Como se deve calcular o preço?

O preço precisa ser definido em cima do que foi gasto, como os ingredientes, insumos de produção e também impostos. E não exagere no valor de sua mão de obra embutida no preço final. Seja coerente. Se o preço do produto estiver muito alto, o cliente só comprará uma vez. Se a pessoa demorou duas horas para fazer um bolo, cobre por duas horas de mão de obra, e não pelo dia todo de trabalho.

E como é administrar uma rede de franquias? Quanto custa se tornar um franqueado da Sodiê?

Eu tenho muito respeito e profissionalismo com os empreendedores que

abriram uma franquia da Sodiê. A administração não é fácil e simples, pois eu primo sempre pela excelência. Os nossos franqueados precisam sempre oferecer os melhores produtos e serviços aos clientes. Para ter uma franquia nossa, o custo vai de R\$ 350 mil a R\$ 450 mil. Este valor já inclui o investimento total para abrir a loja e mais a taxa de franquia.

E qual é o futuro da Sodiê? Tem alguma novidade?

A Sodiê hoje está em praticamente todas as cidades de São Paulo com mais de 100 mil habitantes. Mas para o ano que vem, temos uma grande novidade: vamos abrir uma franquia de salgadinhos. Nosso objetivo é atingir as

cidades menores. O custo da franquia também será mais barato, em torno de R\$ 200 mil.

Qual é a mensagem que você deixa para quem quer abrir um negócio ou já é empreendedor?

Eu acho que o principal é ter foco e persistência. E não desistir facilmente. O começo é muito difícil, cheio de obstáculos. Mas a pessoa precisa ter em mente que o retorno não é imediato e nem vem em curto prazo. É preciso estruturar o negócio e gostar do que faz. Por um bom tempo, tive que abrir mão de coisas pessoais e até da vida social para conseguir juntar dinheiro para expandir o negócio. Hoje colho os frutos por isso.

Divulgação



Cleusa Maria: “Trabalhei arduamente por dez anos, até de madrugada, para o negócio se estruturar”



MERCADO PREVÊ INFLAÇÃO MAIOR EM 2016 E 2017

Os economistas do mercado financeiro elevaram as previsões para a inflação tanto em 2016 quanto em 2017 e passaram a prever menos cortes para a Selic (a taxa básica de juros) no segundo semestre de 2017. No caso da inflação para 2017, que é o foco do Banco Central, o mercado segue projetando um cenário de menor elevação dos preços da economia, mas desta vez a estimativa subiu de 5,12% para 5,14%. A previsão anterior era de 5,2%. A projeção para a inflação oficial neste ano, medida pelo IPCA, subiu de 7,31% para 7,34%. Antes, estava em 7,21%.



ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.
Queremos ouvi-lo: 0800 570 0800
ouvidoria@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br > clique em
OUVIDORIA.

NOVIDADES



Prêmio Nacional de Inovação

Abertas inscrições para o Prêmio Nacional de Inovação

Estão abertas as inscrições para o Prêmio Nacional de Inovação, que tem como objetivo incentivar e reconhecer os esforços bem-sucedidos de inovação e gestão da inovação nas organizações que atuam no Brasil. O Prêmio é uma iniciativa da Mobilização Empresarial da Inovação (MEI), realizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelo SEBRAE.

O Prêmio é voltado a empresas de todo o País do setor da indústria e às micro e pequenas empresas acompanhadas pelo Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) do SEBRAE. Os interessados podem concorrer nas seguintes categorias: Gestão da Inovação; Inovação (inovação de produtos e inovação em processos); Inovação em marketing e Inovação organizacional.

As inscrições podem ser feitas até 15 de janeiro de 2017 de forma gratuita no endereço eletrônico www.premiodeinovacao.com.br. As vencedoras receberão, entre outros prêmios, troféu, com alusão à categoria/subcategoria e modalidade associada; curso de educação executiva em inovação, ministrado por escola de negócios a ser definida pelo Comitê Gestor do Prêmio. Também terão divulgação nacional em mídias digitais e impressas.

Contribuição com projeto social na área de saúde

Empresas de São Paulo que quiserem se engajar em causas sociais podem contribuir com um dos principais hospitais pediátricos do País, o Pequeno Príncipe. Localizado em Curitiba, a instituição tem um programa com contribuições que partem de uma cota sugerida de R\$ 150 ao mês, podendo ser menores se o doador assim desejar. Ao participar, a empresa passa a fazer parte de um clube de benefícios, que oferece cupons de desconto aos investidores. Estão no projeto Petz, Netshoes, Dafiti, Natura, Walmart, entre outras. Serão realizados ainda dois encontros neste semestre para promover a interação entre os participantes, abrindo a possibilidade de negócios.

Por lei, empresas que declaram o Imposto de Renda pelo Lucro Real podem destinar 9% para doação com direito a dedução. Empresas do Simples Nacional não são contempladas com o benefício fiscal.

Os recursos captados são destinados a pesquisas científicas, principalmente sobre doenças complexas. O Hospital Pequeno Príncipe realiza mais de 300 mil atendimentos anuais em 32 especialidades médicas, a maioria pelo SUS. São Paulo é o terceiro Estado que mais encaminha pacientes; são cerca de dois a três atendimentos diários de paulistas. Para contribuir acesse: www.pequenoprincipe.org.br.



Para virar o jogo

BRUNO CAETANO,
diretor-superintendente do Sebrae-SP
@bcaetano
bcaetano@sebraesp.com.br
www.facebook.com/bcaetano1

→ Vivemos tempos difíceis, sem dúvida. A recessão é democrática ao fazer seus estragos, mas principalmente as micro e pequenas empresas (MPEs) sentem na pele o que de pior pode acontecer a uma economia. Quem empreende hoje tem a sensação de estar o tempo todo em um jogo com placar adverso.

Se em condições favoráveis tocar um negócio já é difícil, nas crises é ainda mais árduo. Por isso, cada venda deve ser comemorada como aquele gol da vitória que sai aos 45 minutos do segundo tempo.

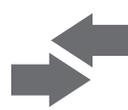
Todo cuidado com a gestão é pouco. E sempre há o que melhorar em diversos aspectos. O pequeno comércio que perde cliente por não ter máquina de cartão, por exemplo, se parece com o time que desperdiça pênalti em decisão de campeonato. No final, o lance pode ser motivo de muita lamentação. Usar a máquina aumenta a possibili-

dade de concretizar vendas e faturar mais. Nesta edição do **Jornal de Negócios** mostramos pormenores de ter aparelho e sua conveniência. Quem não o adota, deve pensar a respeito.

Este mês, falamos também sobre como as MPEs podem exportar e ampliar a base de consumidores, compensando – ou minimizando – o desaquecimento do mercado interno. É saber aproveitar as oportunidades de marcar, pois não é toda hora que a bola sobra livre na área.

Informamos ainda sobre a Feira de Artesanato Brasil Original, que será realizada pelo Sebrae-SP de 20 a 23 de outubro na capital. O evento é uma ótima vitrine para os artesãos divulgarem seu trabalho e para o público ficar por dentro do segmento.

Mesmo com as dificuldades atuais, a partida não está definida. Com dedicação e qualidade podemos virar o jogo. Conte com o Sebrae-SP para isso.



PEQUENO MERCADO DEVE ENFRENTAR MAIS CONCORRÊNCIA DE GRANDES

Os pequenos mercados devem enfrentar concorrência cada vez maior das gigantes do setor. Carrefour, Pão de Açúcar e Extra planejam expandir suas lojas tamanho “mini” em áreas residenciais. Para não perder clientela, a saída dos pequenos é achar novas formas de se destacar. Baixar preços não é uma solução, pois as grandes redes têm poder de negociação maior com fornecedores pelo volume que compram. Uma saída é oferecer itens diferentes e conveniências, como entregas sem taxa, estender o horário de funcionamento e aceitar tíquetes-refeição.

Sem segredos para exportar

Alternativa para diminuir os riscos do mercado interno, a venda para o exterior é uma realidade para as micro e pequenas empresas

Para uma empresa de pequeno porte nos dias de hoje, vender seus produtos para o exterior não é mais um passo muito grande para ser dado. Pelo contrário, investir em exportação, especialmente em um momento de recessão econômica, pode ser uma maneira de “colocar os ovos em cestas diferentes” e diminuir a dependência do mercado interno. Ao mesmo tempo, é uma maneira de levar a outros países produtos tipicamente brasileiros, um diferencial visto com bons olhos no mercado internacional.

Somente no ano passado, as micro e pequenas empresas do Estado de São

Paulo exportaram mais de US\$ 635 milhões, um pequeno crescimento em relação a 2014, quando esse montante foi de R\$ 629 milhões. Isso mostra que mesmo em meio à desaceleração da atividade econômica no País, as vendas para o exterior se mantiveram.

A crise não foi um obstáculo para o empresário Humberto Azenha, proprietário da Pamonha Gourmet, que desde meados do ano passado produz o típico alimento à base de milho para vender no exterior. “A ideia surgiu em dezembro de 2014, quando entramos em contato com importadores de produtos brasileiros

na Europa e identificamos a demanda desse produto. A crise no mercado nacional não influenciou a nossa decisão de exportar, a empresa nasceu moldada para o mercado nacional e internacional”, afirma.

Atualmente, a Pamonha Gourmet está presente em seis países europeus (Irlanda, Inglaterra, Bélgica, França, Espanha e Portugal), mas Azenha diz que está prospectando vendas para outros mercados na Europa, EUA, Canadá e Emirados Árabes. Instalada no município de Jambeiro, interior de São Paulo, a empresa tem hoje sete funcionários e planeja ter sedes fora

do País – tudo com base em um crescimento planejado. “A exportação não alterou o nosso volume de produção, trabalhamos desde o início da empresa considerando ambos os mercados”, diz Azenha.

PORTAS ABERTAS

O apelo dos produtos típicos brasileiros ou feitos com matéria-prima da flora nacional (caso de cosméticos e perfumes) pode abrir as portas para os empreendedores no exterior, mas o que realmente vai contar para o sucesso de uma empresa que pretende internacionalizar suas vendas é o planejamento cuidadoso e a qualidade dos produtos.

“Para atender às exigências do mercado externo é preciso investir tempo – do empreendedor e da equipe – nesse assunto e focar em mercados específicos. Abrir muito o raio de atuação tende a potencializar o volume de normas a serem atendidas”, afirma o consultor do Sebrae-SP Gustavo Carrer, especialista em comércio exterior.

Para ele, o empreendedor que pensa em exportar pode começar olhando para os mercados vizinhos antes de dar um passo maior. “Começar devagar e em mercados mais fáceis de atuação, como na América do Sul, facilita a diminuição dos ‘medos’ que o comércio exterior pode causar nas pequenas empresas”, diz Carrer.

De acordo com o consultor, o planejamento para a empresa que pretende exportar deve levar em conta que não é possível depender de um mercado específico. “Uma empresa que consegue ter parte do seu faturamento no mercado interno, parte em um mercado de compras públicas e o restante no mercado externo reduz de forma exponencial as chances de fracasso e se torna muito mais competitiva”, explica.

Cris Castello Branco



O empreendedor Humberto Azenha, da Pamonhas Gourmet, planejou desde o princípio vender para o mercado externo



ÍNDICE DE CONFIANÇA DA INDÚSTRIA TEM PRIMEIRA QUEDA EM CINCO MESES

O Índice de Confiança da Indústria (ICI) do Brasil registrou queda em agosto, após de cinco altas seguidas, segundo dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV). O ICI caiu um ponto, para 86,1 pontos em agosto, após subir nos cinco meses anteriores e acumular ganho de 12,4 pontos entre março e julho. Segundo a FGV, a queda do índice pode ser interpretada como uma acomodação após uma sequência de altas expressivas, sem alterar a tendência de alta do índice no ano.

Ao mesmo tempo, adequar sua produção para mercados bastante exigentes, como Estados Unidos e União Europeia, faz com que o produto ou serviço oferecido no mercado interno também tenha um salto de qualidade. “Os clientes internos passam a valorizar o que está sendo entregue, pois percebem algum valor agregado. Sabe aquela expressão ‘produto tipo exportação’, que tacitamente é sinônimo de qualidade? É disso que se trata”, afirma.

Assim como no mercado interno, a prospecção de clientes internacionais segue os mesmos princípios: participar de eventos, feiras e rodadas de negócios, além de utilizar representantes comerciais (no caso de exportação as Compa-

“Uma empresa que consegue ter parte do seu faturamento no mercado interno, parte em um mercado de compras públicas e o restante no mercado externo reduz de forma exponencial as chances de fracasso e se torna muito mais competitiva”

Gustavo Carrer, consultor do Sebrae-SP

nhias Comerciais Exportadoras). “Da mesma forma que é feita com os clientes internos, é preciso visitar, almoçar, fazer diversas reuniões, enviar amostra, fazer venda em consignação, investir em merchandising”, diz Carrer.

Para os micro e pequenos negócios que são optantes do Simples, o consultor destaca que, além do limite de R\$ 3,6 milhões em receitas por ano, o empresário pode vender outros R\$ 3,6 milhões para o exterior. “Uma empresa que faturou R\$ 7 milhões em um ano, sendo R\$ 3,5 milhões no mercado interno e R\$ 3,5 milhões no mercado externo, continua sendo Simples e aproveitando dos benefícios que o programa proporciona”, exemplifica.



COMO EXPORTAR

Os consultores de comércio exterior do Sebrae-SP prepararam um passo a passo para as micro e pequenas empresas que pretendem vender para o exterior.

PASSO

1

Realizar o **Autodiagnóstico de Internacionalização** do Sebrae (www.internacionalizacao.sebrae.com.br), para dar base ao plano de negócios internacionais.

PASSO

2

Fazer um **Plano de Negócios** com foco no mercado internacional, utilizando ferramentas oferecidas pelo Sebrae-SP:

- Transforme sua ideia em negócios
- Na medida gestão estratégica
- EAD – Planejando para exportar (ead.sebrae.com.br)

PASSO

3

Caso o produto ou serviço tenha potencial de internacionalização, é o momento de buscar a **adaptação burocrática da empresa**, com o sistema da Receita Federal, captação de parceiros, despachante aduaneiro, comercial exportadora, Operador Logístico Internacional e, caso seja necessário, organismos de certificação. É possível fazer o curso de Exportação via EAD do Sebrae-SP e procurar consultoria pelo telefone 0800-570-0800.

PASSO

4

Definição de política de **preços para exportação**, com estabelecimento de preços para diferentes mercados, Quantidade Mínima de Compra (M.Q.O.), lista com termos de comércio internacional, Incoterms (www.aprendendoaexportar.gov.br).

PASSO

5

Negociação com o banco comercial de preferência sobre **ferramentas de recebimento internacional**

PASSO

6

Usos de **ferramenta online**. Uma forma fácil e rápida para testar preço, qualidade e aceitação do produto no exterior é utilizando as seguintes plataformas:

- Alibaba.com
- B2Brazil.com
- Ebay.com

PASSO

7

Participação em **ações comerciais**, como missões internacionais, projetos compradores e rodadas de negócio no Brasil e no exterior, promovidas por entidades como ApexBrasil, Fiesp/Ciesp, Investe-SP, Fundação Vanzolini e associações de classe.



DESEMPREGO SOBE PARA 11,8% NO BRASIL

A taxa de desemprego no Brasil chegou a 11,8% no trimestre encerrado em agosto, informou o IBGE. Pela primeira vez, o número de desempregados no Brasil atingiu a marca de 12 milhões de pessoas. Foi o pior resultado da série histórica da Pnad Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio), iniciada em 2012, superando em 0,6 ponto percentual, ou 583 mil pessoas, a marca do trimestre encerrado em maio. Na comparação com o mesmo período de 2015, o crescimento na população desocupada no trimestre encerrado em agosto foi de 36,6%, ou 3,2 milhões de pessoas.

Maquininhas de cartão ganham os pequenos

Pagamento por meio eletrônico é cada vez mais comum entre MEIs, ambulantes e prestadores de serviço. Hoje são 4,4 milhões de terminais no País

Patrícia Cruz



Maria Garcia, que vende brigadeiros em um carrinho no bairro do Paraíso: 30% das vendas são no débito

“Vocês aceitam cartão?” é uma pergunta que hoje em dia não se restringe mais apenas a restaurantes e lojas de grande porte. A mobilidade dos terminais de pagamento, a demanda dos clientes e a alta concorrência do setor, que torna os custos das bandeiras mais competitivo, faz com que hoje a “maquininha” seja uma forma de pagamento presente nos estabelecimentos comerciais dos mais diversos portes.

E não são só lojas que aderiram ao meio de pagamento eletrônico. Microempreendedores Individuais (MEIs), prestadores de serviço e autônomos estão cada vez mais abertos aos cartões: do cabeleireiro do bairro ao feirante, passando por artesãos e até diaristas. Na cidade de São Paulo, um decreto determina que todos os taxistas são obrigados a oferecer alternativa de pagamento com cartão de crédito e débito. Com tudo isso, hoje é possível passar dias sem tirar uma cédula de real da carteira para as compras e serviços.

De acordo com dados da Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), no primeiro semestre de 2016 havia 4,4 milhões de terminais de cartão – também chamados de POS, *point of sale* – em funcionamento no Brasil. Essa média é de 24,3 terminais por mil habitantes, um índice semelhante ao da Suíça e do Reino Unido. O número de transações no país também aumentou em 8,3% em comparação com o primeiro semestre de 2015, chegando a 5,9 bilhões de operações – as transações de débito subiram 13% no período, enquanto as de crédito cresceram 5,5%.

A onipresença dos cartões está fazendo com que os empreendedores tenham de se adaptar para oferecer essa conveniência, mesmo que tenham de apertar a margem de lucro. É o caso de Maria Garcia, que produz brigadeiros para vender em um carrinho na região do Paraíso, em São Paulo. Desde maio no mesmo ponto, em frente a uma universidade, a ex-auditora passou a aceitar cartão de débito há cerca de três meses, após insistentes pedidos dos clientes. “No começo eu perdia muita venda, a solução era anotar num caderninho e a pessoa vinha pagar no outro dia. Era um risco”, conta.

Atualmente, Maria, que se formalizou como MEI, está com outro ponto de venda, em frente a uma grande empresa do bairro e contratou uma funcionária para o carrinho. Ela vende cerca de 150 unidades do docinho por dia, a um custo unitário de R\$ 2,50. Cerca de 30% dos pagamentos, ela calcula, são realizado por meio do cartão de débito. “Por enquanto não aceito crédito, a tarifa é muito alta. O que me faz mais falta é aceitar o vale refeição, muita gente sai para almoçar só com ele no bolso”, diz. Segundo ela, as negociações para aceitar essa modalidade – chamada “voucher” – estão emperradas em algumas questões burocráticas.

TAXAS DIFERENTES

Microempreendedores como Maria, donos de pequenos negócios e vendedores ambulantes podem aceitar cartão de débito a uma taxa que gira em torno de 2% ao mês, com recebimento no dia útil seguinte. Para



VENDAS DE SUPERMERCADOS CRESCEM 0,66% DE JANEIRO A JULHO

As vendas do setor supermercadista subiram 0,66%, em valores reais (descontada a inflação pelo IPCA) de janeiro a julho deste ano, na comparação com o mesmo período do ano anterior, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abas). Em relação a junho, as vendas apresentaram alta de 7,58%, e avanço de 4,2% ante o mesmo mês de 2015, de acordo com a pesquisa. Em valores nominais (sem considerar a inflação), as vendas do setor subiram 8,14% em relação ao mês anterior e, quando comparadas a julho do ano anterior, alta de 13,31%. No acumulado do ano, as vendas cresceram 10,27% em valores nominais.

crédito, essa taxa pode dobrar, o que espanta alguns interessados. Entre as operadoras, há aquelas que oferecem planos com taxa fixa mensal de acordo com uma faixa de venda e outras que favorecem a empresa que vende mais.

Para o consultor do Sebrae-SP João Carlos Natal, o empresário interessado em adotar um meio de pagamento por cartão deve colocar as propostas das operadoras e os custos na ponta do lápis. “As despesas fixas e variáveis são os fatores principais que têm impedido os cartões de serem padrão para pagamentos no Brasil”, afirma.

Natal ressalta que o empresário pode – e deve – reduzir essas despesas fazendo com que a maquininha seja autossustentável, com a venda de serviços, como, por exemplo, recarga de celulares pré-pagos. “Essa opção pode ser interessante para lanchonetes, padarias ou farmácias”, diz.

As despesas fixas são aquelas que se repetem todos os meses com a maquininha: neste caso, o aluguel do terminal e a conta telefônica. As despesas variáveis são as taxas pelas transações de crédito e débito. Para as transações de crédito, o empresário geralmente leva 30 dias para receber, mas há operado-

ras que adiantam o pagamento mediante uma taxa maior. Nesse caso, Natal alerta sobre a necessidade de estudar para onde essa despesa será repassada. “Para a contratação da antecipação dos recebíveis, ou seja, a redução dos prazos de recebimento, o empresário deve verificar as taxas cobradas, pois haverá um impacto no seu preço de venda. Quando o mercado não permite esse aumento no preço de venda, o empresário terá a sua margem de lucro diminuída”, afirma.

NEGOCIAÇÃO

Uma alternativa para baratear o aluguel e reduzir as taxas é fazer uma negociação em conjunto, lembra Natal. Bons acordos sobre uma melhor taxa administrativa da operadora e o aluguel da maquininha podem sair mais facilmente com a reunião dos donos das lojas (de um shopping, centro comercial, ruas de comércio etc.),

trazendo poder de negociação devido ao volume de faturamento somado dos diversos estabelecimentos.

O consultor também recomenda aos donos de micro e pequenos negócios que procurem operadoras com programas de pontos/benefícios, que podem ser, de alguma maneira, um alívio nas taxas mensais. “É possível trocar pontos acumulados pelas vendas, por prêmios que podem acabar beneficiando sua equipe de funcionários. Dependendo do tipo de programa de relacionamento, o empreendedor pode trocar seus pontos por ingressos para cinema ou eletrodomésticos, que podem ser usados para presentear sua equipe ou no próprio negócio”, aponta Natal. É importante também trabalhar sempre com alternativas de bandeiras e, mesmo com as taxas, oferecer parcelamento. “O tíquete médio dos pagamentos com cartões e com o parcelamento é maior”, diz.

A onipresença dos cartões está fazendo com que os empreendedores tenham de se adaptar para oferecer essa conveniência, mesmo que tenham de apertar a margem de lucro.



CHECK-LIST

**Está pensando em oferecer pagamento com cartão no seu negócio?
Essa lista de orientações pode ajudar a fazer a melhor escolha.**



Procure ter a conta integrada com algum **banco**. Muitos empresários não sabem, mas a maquininha é uma garantia na obtenção de **financiamentos**, facilitando o acesso ao **crédito**. Normalmente, o dono de um micro e pequeno negócio não tem bens em nome da empresa para utilizar como garantia de acesso ao crédito.



É importante que o empresário visualize a **movimentação financeira** do seu negócio para saber a real necessidade de serviços bancários antes de se decidir por um pacote. Sempre que não se conhece essa demanda, acaba-se por criar despesas financeiras dispensáveis.



Quanto menor for a taxa negociada, menor o impacto na estrutura do **preço de venda**, trazendo competitividade ao produto, mercadoria ou serviço vendido.



Faça sua maquininha ser autossustentável oferecendo venda de **serviços**, como recarga de celulares pré-pagos.



BRASILEIRO PAGOU R\$ 1,4 TRILHÃO EM IMPOSTOS ATÉ 16 DE SETEMBRO

O valor pago pelos brasileiros em impostos neste ano alcançou R\$ 1,4 trilhão em 16 de setembro, segundo o “Impostômetro” da Associação Comercial de São Paulo (ACSP). No ano passado, esse mesmo montante foi alcançado cinco dias antes, o que aponta queda na arrecadação de um ano para outro. No dia 30 de dezembro de 2015, foi alcançada pela primeira vez em um ano a marca inédita de R\$ 2 trilhões que foram pagos pelos brasileiros em impostos. O Impostômetro completou uma década no ano passado. O painel eletrônico que calcula a arrecadação em tempo real está instalado na sede da associação, na Rua Boa Vista, região central da capital paulista.

São Paulo recebe feira de artesanato

Evento será realizado entre 20 e 23 de outubro no Anhembi; entrada é gratuita. No local será possível conhecer e adquirir o trabalho de artesãos de todo o Brasil

A diversidade cultural do Brasil por meio de trabalhos manuais estará presente durante a Feira de Artesanato Brasil Original, que será realizada pelo Sebrae-SP de 20 a 23 de outubro, das 10h às 20h, no Anhembi, em São Paulo. Será uma oportunidade para o visitante conhecer e comprar trabalhos de artesãos de diversos estados brasileiros. Já quem é artesão poderá conhecer novas técnicas de produção e receber orientação sobre gestão dos negócios. A expectativa é atrair 20 mil visitantes ao longo dos quatro dias de feira em uma área de 18 mil metros quadrados. A entrada é gratuita.

Com o objetivo de ampliar a visibilidade do setor no mercado e contribuir para aumentar o faturamento e a competitividade dos pequenos negócios do ramo, a Feira terá uma programação bem variada. Mais de 300 expositores serão divididos em ilhas de acordo com o Estado de origem para expor e vender suas artes.

“Quem é amante do artesanato terá contato com uma seleção de produtos feita com a curadoria de especialistas para garantir a diversidade de técnicas e materiais. São produtos escolhidos a dedo, com peças que remetem à diversidade cultural do País”, destaca a consultora do Sebrae-SP, Larissa Carvalho.

Para quem quiser aprender novas técnicas de artesanato, a Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades (Sutaco) levará para a Feira uma carreta de 15 metros de comprimento onde serão realizadas oficinas práticas que ensinam como fazer um produto ou aplicar uma

determinada técnica. Está prevista a realização de trabalhos como: entrelaçamento de PET reciclado; bijuterias de papel; fibras e taboa.

O evento contará com um espaço de atendimento onde ocorrerão consultorias de marketing, administração, finanças e jurídica, além de uma área do conhecimento, onde serão apresentadas palestras sobre

tendências, design, inovação e oportunidades. O empreendedor que deseja sair da informalidade também poderá abrir empresa durante o evento. Haverá ainda o espaço Super MEI, dedicado ao Microempreendedor Individual. Os visitantes poderão acessar a Central de Oportunidades para criar uma rede de contatos, anunciar seus produtos e serviços,

além de realizar a divulgação em um catálogo virtual.

Para evitar filas e facilitar a entrada no Anhembi, é possível fazer o credenciamento antecipado pelo site feiradeartesanato.sebraesp.com.br e retirar a credencial no dia da visita em um dos totens instalados no local. A inscrição também pode ser feita na hora no próprio Anhembi.

Thinkstock



Artesão terá a oportunidade de se capacitar em gestão durante a feira



PIB CAI 0,6% NO SEGUNDO TRIMESTRE

O Produto Interno Bruto brasileiro (PIB) caiu 0,6% no segundo trimestre em relação ao primeiro trimestre, de acordo com o IBGE. Na comparação com o segundo trimestre de 2015, o PIB recuou 3,8%. O resultado representa a sexta queda trimestral consecutiva e veio pior do que a mediana das expectativas dos analistas. Apesar do recuo, dois componentes importantes que sinalizam uma saída da recessão – a indústria e o investimento – mostraram leve avanço na comparação trimestral. Por outro lado, o consumo das famílias, um dos motores de crescimento da economia, registrou o sexto trimestre consecutivo de recuo.

Capacitação na Semana do Empreendedor

Sebrae-SP preparou programação com cursos, palestras e consultorias, de 3 a 8 de outubro. Há tendas em cinco cidades e caravana do Sebrae Móvel em todo o Estado

De 3 a 8 deste mês, o Sebrae-SP realiza a 4ª edição de Semana do Empreendedor em todo o Estado de São Paulo. Será uma semana voltada para capacitação e orientação de donos de micro e pequenos negócios que precisam crescer e se aprimorar no atual momento de recessão econômica. As atividades também são destinadas a Microempreendedores Individuais (MEIs) e a potenciais empreendedores. O atendimento será realizado em tendas montadas em cinco cidades paulistas (São Paulo, Itapevi, São Bernardo do Campo, Guarujá e Campinas), em caravanas do Sebrae Móvel, nos 33 Escritórios Regionais do Sebrae-SP no Estado e pela modalidade remota, via telefone, congresso online e palestras online.

“A Semana do Empreendedor ocorre em um momento crucial, em que os empresários estão retomando a confiança no País e buscando saídas para se desenvolver mesmo em meio à crise econômica e à forte concorrência. Nada melhor que novos conhecimentos e troca de experiências para garantir a competitividade e colocar a empresa e o Brasil no prumo. Toda nossa rede estará mobilizada neste mutirão de orientação e capacitação”, afirma o presidente do Sebrae-SP, Paulo Skaf.

O período escolhido para a Semana tem uma motivação forte: 5 de outubro é o Dia do Empreendedor, uma atividade profissional que ganha muitos adeptos ano após ano. De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada no Brasil pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e

Produtividade (IBQP), a proporção que deseja “ter seu próprio negócio” (34%) supera a que deseja “fazer carreira numa empresa” (23%). A mesma pesquisa mostrou que a taxa de empreendedorismo no País foi de 39,3% em 2015, ou seja, a cada dez brasileiros adultos, quatro já possuem ou estão envolvidos com a criação de uma empresa.

As tendas do Sebrae-SP são espaços amplos e climatizados instalados em pontos de grande fluxo de pessoas em cinco municípios, com programação de palestras e cursos, como as Oficinas SEI Planejar, SEI Empreender e SEI Controlar meu dinheiro. Também haverá orientações para o público interessado em se formalizar como MEI. Os endereços são os seguintes:

- São Paulo – Largo de São Bento, Centro;
- Campinas – Praça Visconde de Inhaúba (Largo do Rosário), Centro;
- Itapevi – Praça Dezoito de Fevereiro, Centro;
- São Bernardo do Campo – Praça da Matriz, Centro;
- Guarujá – Praça 14 BIS, Vicente de Carvalho.

Os horários de funcionamento são de segunda (3) a sexta-feira (7) das 9h às 17h. No sábado (8), haverá plantão de atendimento das 9h às 15h.

PROGRAMAÇÃO

Os 33 ERs do Sebrae-SP trabalham com atendimento especial nos mesmos dias e horários das tendas. Além das orientações e consultorias, os es-

critórios têm programação especial na terça (4) e quinta-feira (6) com os seminários de Finanças, Marketing e Gestão de Pessoas em Tempos de Crise.

Para quem não pode ir até uma unidade do Sebrae-SP, há as caravanas do Sebrae Móvel. São 35 carros que estão em atendimento em diversos pontos do Estado. É a oportu-

nidade para que donos de micro e pequenos negócios não precisem se deslocar para ter acesso a orientação e planejamento.

Haverá também uma programação de palestras online. Para se cadastrar e assistir às apresentações, basta acessar <http://www.sebraesp.com.br/index.php/17857>.

Patrícia Cruz



Atendimento realizado na edição passada. Novamente o Sebrae-SP mobiliza toda a sua estrutura para orientar o empreendedor



TABELA DO IMPOSTO DE RENDA SERÁ CORRIGIDA EM 5%

O governo vai corrigir a tabela de Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF) em 5%. O reajuste será concedido de forma linear entre todas as faixas de rendimento. A correção é inferior à projeção do governo para a inflação deste ano, de 7,2%, mas um pouco maior do que a expectativa para a inflação – medida pelo IPCA – para 2017, de 4,8%. O salário mínimo deve ficar em R\$ 945,80 no ano que vem. As estimativas integram o Projeto de Lei Orçamentária Anual (PLOA) apresentado pelo governo.



Um clube para negócios

A empresária Laura Gurgel, de 29 anos, criou o Clube de Negócios, espaço compartilhado para empreendedores de diferentes áreas

“**S**ou formada em relações internacionais e trabalhei por muito tempo na área. Atuava na parte de relacionamento com o cliente e em 2012 fiz um projeto paralelo com o objetivo de no futuro poder ajudar empreendedores que querem entrar no mercado: o Clube de Negócios. A ideia era montar um espaço compartilhado (co-working) que também estimulasse a interação e os negócios entre os participantes.

Lembro que um dia eu estava no trabalho triste e desmotivada, quando vi uma notícia no jornal sobre a abertura das inscrições do vestibular para a primeira turma para a Escola

de Negócios do Sebrae-SP. Eu me perguntei se seria bom participar e na hora lembrei de uma coisa que minha avó sempre dizia: ‘saber não ocupa espaço, porque sabedoria é a única coisa que ninguém tira de você’. Como eu não tinha dinheiro para pagar uma pós-graduação, queria continuar estudando e o curso era na área que me interessava, decidi me inscrever no vestibular. Passei e cá estou.

Quando comecei a frequentar a Escola de Negócios, tudo começou a ficar mais claro para mim, a empresa começou a fazer parte do meu dia a dia e sentia que todo o aprendizado que es-

tava tendo precisava ser compartilhado com outras pessoas. Decidi então apoiar quem quer começar.

Com o objetivo de ser uma instituição que apoia empresas de forma idônea e ética, em 2014 conseguimos expandir o projeto inicial do Clube de Negócios.

Infelizmente minha avó faleceu e a casa dela ficou vazia. Lá existem muitas lembranças que queria manter. Decidi então levar o Clube para o local.

Notamos a necessidade de ter um escritório compartilhado para todas as empresas que querem desenvolver seu negócio em um local com custo reduzido. Fizemos um espaço físico para que

conseguissem compartilhar ideias com sala de reunião, internet e condições adequadas para lembrar um escritório.

O Clube tem muitos diferenciais, aqui prezamos pelo clima do ambiente e as pessoas são estimuladas a interagir o tempo todo. Fazemos com que todos tentem se sentir em casa e cultivar as relações entre as empresas de maneira saudável. Também realizamos a pré-aceleração de startups, que é preparar os empreendedores para participar de processos de aceleração e receber investimentos com uma taxa de sucesso maior.

A escola me deu um pacote completo: agora sei gerir meu negócio e quanto custa tudo. Aprendi técnicas de como melhorar o atendimento com o cliente, aumentar qualidade de muitas coisas e uma gestão não só transparente, mas também saudável para a empresa.

Atingimos a sustentabilidade do negócio em seis meses e devo muito isso ao que aprendi na Escola. Os alunos podem contribuir muito com o conteúdo, mas se a gente não recebe informações fica difícil para aprender, e a Escola tem feito isso com excelência.

Para os próximos cinco anos, pretendo fazer uma reforma da casa para poder ocupar todos os espaços possíveis e a meta é ajudar o maior número de empreendedores possível. Sou muito grata por tudo e digo com 100% de certeza que vou devolver toda ajuda que eu recebi e vou receber no meu caminho”

Confira o vídeo com a história do Clube de Negócios [aqui](#).

Patrícia Cruz



Newton e Camila, da Sinhá Canela: relação de confiança com o cliente

No Clube de Negócios, as pessoas são estimuladas a interagir o tempo todo, diz Laura Gurgel



RESTAURANTES DEVEM FATURAR 1% MENOS ESTE ANO

De acordo com a Associação Nacional de Restaurantes (ANR), os restaurantes do Brasil devem encerrar este ano com queda de 1% no faturamento em relação a 2015, quando a retração foi de 6%. No primeiro semestre, esse segmento arrecadou 4,5% a menos na comparação com o mesmo período do ano passado — aproximadamente R\$ 70 bilhões.



Com aquele algo mais

Eanaê Vieira deixou a área que atuava havia 25 anos para repaginar uma tradicional banca de jornal, que hoje conta até com chaveiro

Cris Castello Branco

“**M**inha história de empreendedora começou de verdade depois que eu me perdi pelas ruas de Osasco. Eu sou ruim para decorar ruas e, em uma visita que fiz lá na cidade procurando pontos comerciais, sem ter muita ideia do que fazer, me deparei com o Escritório Regional do Sebrae-SP de Osasco. Fiquei curiosa para saber como era lá dentro, então fui checar.

Quando entrei, vi várias coisas que não sabia necessárias para ser empreendedora. Por exemplo, questões matemáticas, da parte financeira, gastos, lucros etc.

Na visita, uma funcionária do Sebrae-SP disse que haveria um curso naquele mesmo dia, gratuito. Foi mais uma grande surpresa, porque eu nem sequer sabia que o Sebrae oferecia cursos gratuitos para quem quer iniciar o próprio negócio. Claro que participei.

A partir desse momento fiquei cada vez com mais vontade de empreender, de ter o meu próprio negócio. Eu já trabalhava há 25 anos com tecnologia da informação e queria adquirir alguma franquia. No entanto, para isso, teria de investir um valor muito alto.

Em uma outra oportunidade, a ideia de abrir o próprio negócio caiu no meu colo de novo. Em uma das minhas passagens pela padaria para tomar café antes de ir trabalhar, ouvi umas pessoas conversando que a banca da frente estava à venda. Eu me aprofundi na ideia e decidi investir ali. Quando falei para minha mãe ela ficou extremamente surpresa.



Eanaê Vieira, da banca EA: oportunidade para empreender “caiu no colo”

A banca, localizada na Vila Mascote, só tinha o básico de uma banca de jornal tradicional. Decidi dar uma reformulada, acrescentando vários produtos e serviços, para ir além do padrão de jornais e revistas. Coloquei cosméticos, ampliei a quantidade de acessórios e, novamente para surpresa de todos, comecei a oferecer serviço de chaveiro.

Ninguém esperava por aquilo. Minha família apoiou, mas sempre dizendo que eu era muito surpreen-

dente e inovadora. Eu mantive firme a ideia, fui investindo, ampliando, adequando de acordo com a necessidade dos clientes. Sempre que aparecia alguém pedindo alguma coisa, caso não tivesse, eu dizia que ele poderia voltar no outro dia que teria. Então, já ia atrás dessa mercadoria para começar a vender.

De acordo com as demandas, meus produtos e serviços iam aumentando e melhorando a qualidade. Sempre ou-

via as sugestões e os pedidos dos clientes. Seguindo esse caminho, rapidamente a banca começou a se manter, não sendo mais preciso investir meu dinheiro. Foi uma grande conquista. Depois, vieram muitas vitórias e hoje eu alimento o sonho de ampliar o número de bancas, ter franquias e espalhar por vários pontos. Em breve teremos várias bancas EA.”

Confira o vídeo com a história da Banca EA [aqui](#).



58% DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS ESTAVAM ENDIVIDADAS EM AGOSTO

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), mostrou que em agosto 58% das famílias brasileiras estavam endividadas. Esse resultado é 0,3 ponto porcentual maior do que o observado em julho, 57,7%, e interrompe uma queda de seis meses consecutivos, analisa a entidade, embora seja menor na comparação anual. Eram 62,7% em agosto de 2015. Para 76,5% das famílias endividadas, o cartão de crédito é o principal tipo de dívida, seguido de carnês, com 15,3%, e financiamento de carro, 11,1%.



FORMALIZAÇÃO

GESTÃO

CAPACITAÇÃO TÉCNICA

APLICATIVOS

+ DE 200 TEMAS

TUDO GRATUITO!

ACESSE: <http://supermei.sebraesp.com.br>

Para se diferenciar no mercado e conquistar novos clientes, o **Microempreendedor Individual** precisa se capacitar. **E você não está sozinho nessa! Conheça o Programa Super MEI** e participe de capacitações que unem formação técnica e gestão empresarial. Acesse dicas, aplicativos e soluções variadas para você, **Microempreendedor Individual**, usar em seu empreendimento. Obtenha informações sobre linhas de crédito para ampliar seu negócio, aumentar as vendas e diversificar seus produtos. Tudo isso, com o apoio do Sebrae-SP e de entidades especializadas no assunto.

Seja um Super MEI. Invista no seu negócio e aumente suas chances de crescer. Acesse o site, procure o Sebrae-SP mais próximo ou ligue 0800 570 0800.



MARATONA
Valor PME 2016
Líderes Inspiradores

VENHA CONHECER OS CASOS DE SUCESSO DESSES E DE OUTROS GRANDES LÍDERES EMPREENDEDORES.

CENTRO DE CONVENÇÕES
EXPO CENTER NORTE
Rua José Bernardo Pinto, 333

18 DE OUTUBRO
das 7h30 às 18h30

Parceria Valor Econômico e SEBRAE. Insira o código abaixo e obtenha um desconto na inscrição para a Maratona Valor PME.

BLOG2016 - **20%** de desconto até 18 de outubro

(11) 2875-4160 | valorpme@fdeventos.com.br
www.valor.com.br/maratona

Patrocínio Master:

Patrocínio Standard:

Apoio:

Realização:



Para tornar a comunicação mais acessível ao cliente com deficiência auditiva, o Sebrae-SP disponibiliza o serviço de intérprete de Libras em seus eventos presenciais. A solicitação do serviço deverá ser comunicada no ato da inscrição e com antecedência de 5 (cinco) dias úteis à data de realização do evento. O cliente ou seu representante poderá se inscrever pessoalmente nos Escritórios Regionais, pelo portal do Sebrae-SP ou pelo **0800 570 0800**.



CAIXA LANÇA PACOTE DE CRÉDITO PARA PRODUTOR RURAL

A Caixa Econômica Federal decidiu lançar um pacote para facilitar os desembolsos do crédito rural. A Caixa passará a aprovar automaticamente operações de até R\$ 500 mil nas próprias agências do banco para projetos simplificados de custeio agrícola, por meio da linha custeio fácil, e fará análise remota da área produtiva por meio de imagem de satélite. A partir deste mês, o banco oferecerá aprovação automática para clientes nas linhas de custeio agrícola (até R\$ 1 milhão) e custeio pecuário (R\$ 500 mil). A instituição afirma que todos os documentos das operações serão digitalizados, desde a análise do pedido até sua aprovação e posterior fiscalização.

AGENDA FEIRAS DE NEGÓCIOS

FIMAI – Feira Internacional de Meio Ambiente Industrial e Sustentabilidade

Quando: de 4 a 6/10

Onde: Expo Center Norte / R. José Bernardo Pinto, 300 – Vila Guilherme, São Paulo-SP

Informações: www.fimai.com.br / (11) 5095-0072

TranspoQuip

Quando: de 4 a 6/10

Onde: Expo Center Norte / R. José Bernardo Pinto, 300 – Vila Guilherme, São Paulo-SP

Informações: www.transpoquip.com.br

49º Congresso e Exposição de Celulose e Papel

Quando: de 25 a 27/10

Onde: Expo Center Norte / R. José Bernardo Pinto, 300 – Vila Guilherme, São Paulo-SP

Informações: www.abtcp.org.br

Feira Internacional de Segurança e Proteção

Quando: de 5 a 7/10

Onde: São Paulo Expo / Rod. dos Imigrantes, 1,5 km – Água Funda, São Paulo-SP

Informações: www.fispvirtual.com.br

2ª Feira de Pescados e Gastronomia Asiática

Quando: de 9 a 11/10

Onde: Expo Center Norte / Av. Otto Baumgart, 1000 – Vila Guilherme, São Paulo-SP

Informações: www.asianfoodshow.com.br / (11) 2226-3100

Fenalaw – Exposição e Congressos para o Mercado Jurídico

Quando: de 18 a 20/10

Onde: Centro de Convenções Frei Caneca / R. Frei Caneca, 569 – Consolação, São Paulo-SP

Informações: www.informagroup.com.br/fenalaw / (11) 97604-5000



Responde

O Sebrae Responde é um serviço para tirar dúvidas de empreendedores sobre a abertura de novos negócios e questões relacionadas à gestão de empresas já em atividade.

LUCIANI MATIELO, analista de negócios do Sebrae-SP



Como posso diferenciar a minha fachada dos meus concorrentes?

➔ A fachada é a primeira identificação que o cliente tem da empresa, não somente no quesito institucional, mas também precisa ser atrativa o suficiente para ajudar a colocar o cliente dentro da loja e promover as vendas. Uma boa fachada deve transmitir os referenciais da marca e o mix de produtos. Para isso, há técnicas de comunicação e design que irão ajudar a construir esta percepção na mente do cliente.

A recomendação é buscar profissionais especializados que irão compor um projeto usando cores, letras e outras simbologias apropriadas para criar a identidade e experiência da marca. Além disso, a fachada precisa oferecer facilidades de acesso e visibilidade.

A venda somente começa quando o cliente está dentro da loja, por isso é necessário validar se estas variáveis estão a favor do consumi-

dor. A dica aqui é fotografar o atual imóvel, considerando vários ângulos de visão, para a partir daí fazer uma análise dos itens que podem receber melhorias.

Outro item que merece muita atenção é a vitrine, que tem como função despertar o interesse pela compra, dessa forma é necessário trabalhar a exposição de produtos de maneira estratégica, seja para promover lançamentos, criar uma atmosfera promocional nas datas comemorativas e até mesmo identificar a situação de uso do produto.

O importante é que os produtos expostos tenham sempre uma ligação com a estratégia da loja, permitindo agregar positivamente valores à experiência de compra.

Não dá para a vitrine ser apenas um depósito de produtos colocados ali sem nenhum critério. Ela precisa ser o porta-voz daquilo que a loja deseja promover e vender.



COMPRAS NO VAREJO VIRTUAL TIVERAM QUEDA DE 2% NO PRIMEIRO SEMESTRE

Pesquisa da consultoria Ebit mostra que o número de pedidos no e-commerce caiu 2% no primeiro semestre ante o mesmo período do ano passado. A classe C foi a que mais reduziu participação: de 40,9% das compras no comércio eletrônico em 2015, para 37,5%. Segundo o presidente da empresa, Pedro Guasti, “aumentou a presença relativa das classes A e B, que têm mais dinheiro”.

ANTES & DEPOIS

Influência internacional

Localizada em Franco da Rocha, a 43 quilômetros da capital paulista, a loja Kabler é um bom exemplo da importância de uma marca se reciclar para se manter competitiva. A rede de lojas de confecção e calçados está em atividade há 25 anos, com dez lojas espalhadas por São Paulo e região metropolitana. Às vésperas de iniciar uma reforma do imóvel que receberia a décima unidade, o proprietário Kleber Bordini decidiu parar tudo e aguardar uma viagem que faria a Nova York, na missão internacional NRF, organizada pelo Sebrae-SP. Lá, além de participar do maior evento do varejo mundial, a NRF Retail's Big Show, o empresário fez visitas técnicas a lojas e constatou as tendências do varejo. Ao retornar, mudou todo o projeto da nova loja conforme o que viu na viagem. “Antes, a gente sabia que precisava renovar a cara da loja, mas não sabia o quê. Viajei com esse objetivo de buscar ideias para melhorar”, comenta Kleber.

A maior parte das mudanças está no layout da loja, que ficou mais *clean* e voltada para o autoatendimento. Kleber também importou um modelo de remuneração dos vendedores: do pagamento baseado em comissão recebida pelo vendedor no fim do mês, passou para premiação, isto é, o vendedor recebe a porcentagem da venda dele no mesmo dia. A mudança resultou em ganhos para os funcionários.

A logomarca foi repensada: com o azul e o vermelho a loja ficava muito colorida e incomodava o cliente. Hoje, a logomarca é azul e branca e, com cores mais sóbrias o cliente fica mais tempo na loja. Também foi modificado o marketing, que era feito conforme a estação do ano. Agora, é tudo segmentado por produto e gênero: masculino, feminino e infantil. Isso ajuda o consumidor a achar o produto.

Divulgação

ANTES



Formas de expor produtos – Os produtos ficavam nas paredes, muito altos; hoje tudo é colocado na altura dos olhos e de forma fácil para o cliente tocar em cada item. Todas as lâmpadas foram trocadas por led; algumas foram reposicionadas para focar mais nas peças.

Cris Castello Branco

DEPOIS



Cris Castello Branco

DEPOIS



Autoatendimento – Antes, poucas peças eram expostas, o vendedor tinha de trazer os produtos até o cliente. Hoje as mercadorias estão à vista de forma que ele possa escolher à vontade.

Cris Castello Branco

DEPOIS



Peças novas para área de vendas – A loja copiou o que os americanos usam na área de vendas, como os expositores de confecção e de calçados. Muitas peças vieram dos Estados Unidos e foram adaptadas com a disposição vista nas lojas de lá. As peças ficaram mais bonitas e a forma de separá-las por modelo ficou mais fácil e mais agradável.