

Prepare-se para o consumidor 3.0

Econômico, exigente, conectado e pronto para fazer valer seus direitos: o que os empresários devem saber para lidar bem com esse novo perfil de cliente | **PÁGINAS 6 E 7**



Mariana Menezes é a típica consumidora 3.0: compras só depois de pesquisar preços e reputação das lojas na internet

Patrícia Cruz

Crédito sem juros para o Microempreendedor Individual

Programa lançado pelo Sebrae-SP em parceria com a Desenvolve-SP empresta de R\$ 1 mil a R\$ 20 mil para o MEI.

PÁGINA 16

Os desafios de comandar a empresa da família

O engenheiro Cesar Helou conta como é conduzir a Laticínios Bela Vista, dona da marca de leite Piracanjuba.

PÁGINA 4

Em cima dos pedais, uma nova história de vida

Paulo César Soares viu na bicicleta uma opção de trabalho e montou uma empresa de entregas, a Ferrari Courier.

PÁGINA 13

Dez dicas para negociar com fornecedores

Conseguir condições favoráveis é fundamental para as contas da empresa; é o que faz Tais Tadros (foto), da Sabor Único.

PÁGINAS 8 E 9



Cris Castello Branco

Inovação e tecnologia ganham o campo

Cresce o número de startups ligadas ao agronegócio, como a Agrosmart de Mariana Vasconcelos (foto).

PÁGINAS 10 E 11



Divulgação

Do desemprego para o negócio próprio

Prisca Fiuza (foto) transformou o bico em empreendimento e hoje tem ponto fixo e loja virtual de bolsas.

PÁGINA 12



Cris Castello Branco



ATENDIMENTO CONSUMIDOR NEGOCIAÇÃO

FORNECEDOR STARTUP AGRONEGÓCIO

JUROS INOVAÇÃO CAMPO TENDÊNCIA

EVENTOS | MARÇO DE 2017

Confira as atividades dos escritórios regionais do Sebrae-SP



CAPITAL

SAIBA COMO INOVAR PARA GANHAR MAIS

Evento que será realizado no Escritório Regional do Sebrae-SP da Capital Norte vai orientar o empreendedor sobre inovação para melhorar os resultados. A oficina “Inove Para Ganhar Mais” ajudará a implantar ações para garantir bons resultados rapidamente. A oficina será em 22 de março, no ER Capital Norte, localizado na R. Duarte de Azevedo, 280 – Santana, São Paulo. Informações e inscrições: (11) 2972-9920. A inscrição é gratuita.

GRANDE SÃO PAULO

MOGI DAS CRUZES TEM CURSO DE ESTRATÉGIAS DE VENDAS

Nos dias 8, 9, 13 e 14 de março será realizado o curso “Na Medida – Gestão de Estratégica de Vendas” no Escritório Regional do Sebrae-SP no Alto Tietê. O evento tem como objetivo auxiliar o empresário a estruturar um processo de vendas, passando pela formalização e qualificação de equipes e até a fidelização de clientes. O curso ocorrerá na ER do Alto Tietê, localizado na Av. Francisco Ferreira Lopes, 345 – Vila Lavínia, Mogi das Cruzes. Informações e inscrições: (11) 4723-4510. A inscrição é gratuita.

ABC PROMOVE PALESTRA COM ORIENTAÇÕES SOBRE FRANQUIA

O Escritório Regional do Sebrae-SP no Grande ABC promove, em 15 de março, a palestra “Café com Franquias”. O evento, que está na quarta edição, tem como objetivo orientar interessados em empreender na área de franquias, falar sobre o perfil empreendedor do franqueado para o sucesso de negócio e mostrar os cuidados para abrir uma franquia, além de promover também um talk-show com franqueados para debater sobre gestão e operação de franquias na prática. O curso irá ocorrer na Associação Comercial e Industrial de São Bernardo do Campo, na Rua Imperador, 14 – Nova Petrópolis, São Bernardo do Campo. Informações e inscrição gratuita: (11) 4433-4270.

INTERIOR

OFICINA EM SÃO JOSÉ DOS CAMPOS ENSINA MÉTODOS DE LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO

Oficina no Escritório Regional do Sebrae-SP de São José dos Campos irá ensinar métodos de liderança e motivação. A oficina “Como motivar sua equipe” ajudará empresários a entenderem as relações humanas a fim de estimular suas equipes. O evento vai ser em 23 de março, no ER de São José dos Campos, localizado na Rua Humaitá, 277 – Centro, São José Dos Campos. Informações e inscrições: (12) 3519-4810. A inscrição é gratuita.

ER DE PIRACICABA ENSINA COMO INOVAR PARA GANHAR MAIS

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Piracicaba irá promover, nos dias 15 e 16 de março, a oficina “Inove mais para ganhar mais”. O evento tem como objetivo destacar a importância do tema como melhoraria de gestão e mostrar ferramentas que ajudam o empreendedor a inovar e ganhar mais. O curso irá ocorrer no ER de Piracicaba, localizado na Avenida Rui Barbosa, 132 - Vila Rezende, Piracicaba. Informações e inscrição gratuita: (19) 3412-1070.

ARAÇATUBA MOSTRA COMO FUNCIONA O FLUXO DE CAIXA

No dia 21 de março será realizada a oficina “Fluxo de Caixa” no Escritório Regional do Sebrae-SP em Araçatuba. O evento tem o objetivo de ensinar como funciona um fluxo de caixa e qual estrutura ele deve ter para que a tomada de decisões da empresa seja mais segura. O curso acontece no ER de Araçatuba, localizado na Avenida dos Araçás, 2113 – Centro, Araçatuba. Informações e inscrições: (18) 3607-2970. A inscrição é gratuita.



ARRECADAÇÃO FEDERAL CAI E É A PIOR DESDE 2010

Em 2016, a arrecadação federal atingiu R\$ 1,289 trilhão, representando o pior resultado desde 2010, de acordo com dados da Receita Federal. Em relação ao ano anterior (2015), a queda no indicador foi de 2,97% e configurou o terceiro ano seguido de recuo. Os números mostram as consequências da recessão que o Brasil atravessa.

Dicas de Livros



VOCÊ NÃO PRECISA SER UM TUBARÃO (ED. PRIMAVERA EDITORIAL)

No livro, Robert Herjavec transcende técnicas de vendas puras e ensina a “pessoas não comerciais” o que elas precisam saber para vender não apenas objetos, mas a si próprios com sucesso. Para atingir os objetivos, é preciso ser capaz de se comunicar com os outros, se posicionar e até mesmo olhar para o lado. A filosofia de Herjavec é simples: os grandes vendedores são feitos, não nascem, e ninguém consegue sucesso na vida sem saber como vender.



EMPREENDEADORISMO - UMA PERSPECTIVA MULTIDISCIPLINAR (LTC)

O empreendedor nasce feito ou é possível aprender os passos do empreendedorismo? O livro se propõe a atender, no geral, a todos aqueles que se interessam pelo tema empreendedorismo e, em particular, aos estudantes de graduação na área de gestão e negócios. Resultado do esforço conjunto de duas dezenas de professores da Fatec Ipiranga, em São Paulo, a publicação aborda as diversas faces do tema como um diálogo em sala de aula.



UNICAMP, 50 ANOS – UMA HISTÓRIA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEADORISMO (AGÊNCIA DE INOVAÇÃO INOVA UNICAMP)

Empreender é um desejo de muitos brasileiros, no entanto, para realizá-lo, é preciso muito mais do que uma ideia e dinheiro. Ser empreendedor é perseguir um objetivo de vida e, sobretudo, ter resiliência para lidar com os percalços da caminhada. É sobre a superação desses desafios que trata o livro. Com a autoria do jornalista e escritor Paulo Cesar Nascimento, a obra destaca a experiência de 14 empreendedores de sucesso. Entre eles, **Rogério Gabriel**, presidente e fundador do **Grupo Prepara**, uma das maiores redes de franquias de educação do país.

Pavimentando o caminho



PAULO SKAF,
Presidente do Sebrae-SP

➔ Aos poucos, um passo de cada vez, o Brasil volta a entrar nos trilhos. A recessão econômica não é mais aquela ameaça que era há um ano e já começamos a ver uma luz no fim do túnel. É preciso, claro, continuar as reformas estruturais de que o País precisa e estar atento para oportunidades e atitudes inovadoras que possam contribuir para o aquecimento da economia e a retomada da geração de empregos.

Na Feira do Empreendedor do Sebrae-SP, realizada no mês passado, pudemos perceber o quanto o brasileiro está disposto a dar a volta por cima por meio do empreendedorismo – recebemos dezenas de milhares de pessoas em busca de orientação e de oportunidades para empreender do jeito certo. Essa vontade de criar e de estar à frente de seu próprio negócio é a nossa verdadeira vocação. Por isso, é muito importante que essas pessoas tenham apoio do poder público e de órgãos como o Sebrae-SP, que entendem suas necessidades.

Um tema muito sensível para esses

profissionais é a obtenção de crédito. O programa Juro Zero Empreendedor, em destaque nesta edição do **Jornal de Negócios**, é uma ferramenta fundamental para os Microempreendedores Individuais (MEIs): um crédito descomplicado, sem juros para quem paga em dia e com valores de R\$ 1 mil a R\$ 20 mil, justamente aquele montante que falta para um pontapé inicial com a compra de um equipamento ou investimento em capital de giro.

E o mais importante: o crédito está condicionado à participação no programa SuperMEI. Isso significa que o dinheiro não será simplesmente disponibilizado na conta do MEI para que ele faça o que bem entender, pelo contrário. O Sebrae-SP fará todo o acompanhamento do plano de negócios do profissional, que já terá passado por capacitação técnica e formação em gestão. Acredito que esse programa tem tudo para ser multiplicado, inclusive em outros Estados, mostrando que, com vontade política e orientação adequada aos empreendedores, nossa economia voltará a crescer.

EXPEDIENTE
Publicação mensal do Sebrae-SP
Edição impressa

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: Victor Sguario e Wallace Leray. 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
Bauru 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 3111-9900
Grande ABC 11 4433-4270
Guaratinguetá 12 3128-9600
Guarulhos 11 2475-6600
Jundiaí 11 4523-4470
Maringá 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



SEBRAE MAPEIA NEGÓCIOS PROMISSORES PARA 2017

Em 2017, abrir um negócio no ramo da alimentação, vestuário e higiene será a opção de muitos empreendedores brasileiros. Estudo elaborado pelo Sebrae, com base no perfil de novas empresas em anos anteriores e no comportamento da economia nacional, revelou que os empreendimentos que atendem às necessidades básicas e que oferecem serviços de reparação, além de serviços especializados que permitem a redução de custos operacionais a outras empresas, estão entre as atividades mais promissoras para este ano.

Receita de família aplicada aos negócios

Cesar Helou, diretor de relações institucionais da Laticínios Bela Vista, da marca Piracanjuba, fala sobre os desafios de empreender em um negócio familiar

Para o senso comum do mercado, uma empresa familiar é mais difícil de administrar: há muitos costumes arraigados que impedem uma gestão eficiente e nem sempre os sócios estão preparados para enfrentar a gestão de um empreendimento. Na opinião de Cesar Helou, diretor de relações institucionais da Laticínios Bela Vista, é justamente o contrário: uma empresa familiar traz mais aspectos positivos, por ser mais enxuta e permitir decisões tomadas com mais rapidez. Formado em engenharia civil pela USP, Helou voltou para Goiânia em 1985 para ajudar o pai na condução do laticínio familiar. Junto com o irmão, assumiu o negócio, fundando a Laticínios Bela Vista no ano seguinte.

A empresa é responsável, entre outras, pela marca Piracanjuba, há mais de 60 anos no mercado. É uma marca pioneira no mercado por lançar produtos inovadores, como bebida láctea com cereais, produtos sem lactose e queijos em porções individuais. A Laticínios Bela Vista, também responsável por marcas como Pirakids, LeitBom e Chocobom, registrou faturamento de R\$ 3 bilhões e capacidade de processamento de 5 milhões de litros de leite por dia. O grupo gera mais de 2,2 mil empregos diretos e tem quatro unidades fabris no País.

Quais os principais desafios para quem quer ser empreendedor no Brasil?

O Brasil é um país complexo em todos os sentidos. Na área tributária, trabalhista, logística etc. O maior desafio é você conseguir conviver com todas estas situações e não de-

sanimar. Várias pessoas irão tentar persuadi-lo a desistir de empreender, mas aconselho a seguir em frente, pois só os que não desistem é que chegam ao sucesso.

A marca Piracanjuba tem grande atuação no mercado infantil e também fabrica produtos sem lactose. Escolher um nicho de mercado é importante?

Nem sempre, depende muito mais do perfil da empresa que você está construindo. Uma empresa pode ir muito bem só trabalhando com commodities e por outro lado nem sempre trabalhar um determinado nicho é lucrativo. Nós, da Piracanjuba, atuamos fortemente em commodities, mas sempre levando uma qualidade

maior que os nossos concorrentes e também temos trabalhado alguns nichos como os produtos zero lactose. Agora a nossa principal diferenciação no mercado é que estamos sempre inovando e lançado produtos que o consumidor deseja.

Quais os pontos positivos e negativos de assumir uma empresa familiar?

Acredito que tem muitos mais pontos positivos do que negativos. O melhor é que a estrutura de uma empresa familiar normalmente é bem enxuta, o que dá uma enorme rapidez nas decisões e, quando elas forem tomadas erradas, sempre dá tempo de corrigir. Por outro lado, numa empresa familiar está tudo

por fazer, o que nem sempre é fácil. Uma empresa não familiar já tem tudo organizado, já tem suas “caixinhas” bem definidas.

Qual a mensagem que o senhor deixa para aquelas pessoas que pensam em abrir um negócio?

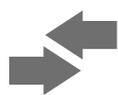
Não se esqueça que para ter sucesso não basta inspiração, precisa ter pelo menos 90% de transpiração!

E para aquelas que já são empreendedoras e querem crescer? O que é importante no dia a dia para atingir esse objetivo?

Tenha muito controle de seus custos e margens, pois crescer sem lucro é fácil, mas dura pouco.



Cesar Helou, da Laticínios Bela Vista: aposta em produtos inovadores



VAREJO PAULISTANO DEVE TER FATURAMENTO ESTE ANO IGUAL AO DE 2016

A previsão do varejo paulistano é que em 2017 o faturamento vai parar de cair, porém o ritmo de recuperação será lento. Segundo a Federação do Comércio de São Paulo, o setor deve faturar este ano R\$ 181 bilhões, valor igual ao de 2016. O principal motivo para o desempenho fraco do varejo é o alto índice de desemprego que pode atingir 13% este ano, de acordo com as previsões.



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

NOVIDADES

Inscrições para o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios vão até dia 31 deste mês

As inscrições para a edição 2017 do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios terminam em 31 de março. São três categorias: pequenos negócios, produtora rural e Microempreendedora Individual (MEI). As concorrentes vão ser avaliadas em aspectos de gestão (marketing e vendas, finanças, gestão de pessoas, inovação, empreendedorismo, entre outros) e com base no relato (visão de futuro, desafios para abrir o empreendimento, ideias inovadoras, crescimento dos resultados obtidos, perseverança etc.).

As interessadas em participar precisam preencher uma ficha de inscrição, acompanhada de um relato escrito da sua trajetória como empreendedora e de uma autoavaliação do negócio. Todas as informações estão disponíveis no site do prêmio (<http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/>) nas unidades do Sebrae.

A premiação é dividida em duas etapas: estadual e nacional. Na etapa estadual, as que tiverem a melhor pontuação, por categoria, receberão a visita de um verificador, que vai validar as informações apresentadas na autoavaliação de gestão do negócio e no relato. Depois, serão analisadas por uma banca de juízes, que determinará quem será a vencedora de cada categoria. Ao todo, serão selecionadas até 81 candidatas (até três por unidade da federação), que participarão da etapa nacional.

No fim dessa etapa, as nove ganhadoras – troféus ouro, prata e bronze – serão conhecidas em outubro, durante solenidade na sede do Sebrae Nacional, em Brasília (DF). Elas terão direito a uma viagem nacional para participar de uma missão técnica com foco em capacitação, a um certificado, ao selo de vencedora e ao troféu.

A premiação é promovida pelo Sebrae em parceria com a Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) e a Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil (BPW), com apoio técnico da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ).

Sebrae-SP e Apex-Brasil fecham parceria para incentivar exportações de micro e pequenas empresas

O Sebrae-SP e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) assinaram um protocolo de intenções para incentivar as exportações das micro e pequenas empresas do Estado de São Paulo. As entidades se unem para potencializar o atendimento dos pequenos negócios por meio da aprendizagem mútua, complementando soluções para a promoção da cultura exportadora e internacionalização das empresas.

“Ainda há um mito de que exportar é difícil e só empresas de grande porte são capazes de vender para o exterior. Com essa parceria, procuramos mostrar que, com orientação adequada, os donos de pequenos negócios também podem diversificar suas vendas tendo em vista mercados de outros países”, afirma o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano.

A partir da assinatura do protocolo, as entidades passarão a realizar atividades conjuntas, como cursos, consultorias, missões, eventos e palestras. Para o presidente da Apex-Brasil, Roberto Jaguaribe, a parceria permitirá a capacitação e o suporte necessários para que o dono de uma MPE perceba que os dois mercados não são excludentes. “Há como atender a demanda interna, assim como as grandes oportunidades de negócios no exterior”, afirma.

Flexibilidade nos negócios



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

→ Uma das características do empreendedor brasileiro é sua habilidade de se moldar às circunstâncias e encontrar soluções. Houve um tempo em que crises econômicas se sucediam, o País vivia na hiperinflação, a legislação não ajudava, entre outros fatores que jogavam contra quem tinha negócio próprio. Mas os empreendedores iam em frente, apesar dos obstáculos.

Veio um período mais favorável. A inflação esteve sob controle, as crises deixaram de ser uma constante, a economia sofreu menos turbulências e o ambiente para as micro e pequenas empresas tornou-se mais simpático com o surgimento do Simples Nacional. Claro que nem todos os problemas foram resolvidos – longe disso – mas é inegável que houve avanços.

Porém, nos últimos anos, as coisas se complicaram de novo. A recessão causou danos generalizados e empreender voltou a ser um ato de

muita coragem e determinação. Mais uma vez, a maleabilidade do brasileiro foi testada, obrigando-o a encontrar saídas para se manter no mercado.

Neste **Jornal de Negócios** falamos de negociações que o dono da empresa pode ter com seus fornecedores. Acordos positivos e saúde financeira caminham juntos. Nessa hora, o nosso conhecido jogo de cintura é essencial.

Também é necessário estar atento às mudanças de comportamento do cliente e se ajustar às suas exigências. Por isso, nesta edição, abordamos como lidar com o consumidor 3.0, aquele conectado ao mundo digital, reivindicativo, que só compra após pesquisar online e se informar bem. É mais um desafio para testar a flexibilidade do empresário.

O importante é não ficar estático. Estar ciente de que é preciso se adaptar às circunstâncias é vital.

Boas negociações e boa leitura.



PRODUÇÃO INDUSTRIAL CAI 6,6% EM 2016

A produção industrial teve queda de 6,6% no acumulado de 2016, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A expectativa dos analistas era de queda de 6,90% a 6,40%, com mediana negativa de 6,50%. Na comparação de dezembro ante novembro, o índice subiu 2,3%, na série com ajuste sazonal. Em relação a dezembro de 2015, a produção caiu 0,1%. Nessa comparação, sem ajuste, as estimativas variavam de retração de 1,30% a avanço de 2,50%, com mediana positiva de 1,00%.

Como lidar com as exigências do consumidor 3.0

Hiperconectado e muito atento à postura das marcas na internet, esse tipo de cliente busca cada vez mais proximidade com as empresas, interação via redes sociais e muita pesquisa para encontrar os melhores preços

Patrícia Cruz



A auxiliar administrativa Mariana Menezes: pesquisa para saber se lojas são confiáveis

Mariana Menezes se prepara para fazer compras. Em vez de se arrumar para ir ao shopping mais próximo, a auxiliar administrativa de 19 anos acessa a internet. Online, procura informações sobre os produtos desejados, pesquisa os melhores preços em sites nacionais e estrangeiros e ainda confere as avaliações de outros consumidores sobre seus objetos de desejo.

Já a empresária Leticia Avancini, proprietária da sorveteria Amsterdã Premium Artesania, com matriz há 20 anos em Porto Feliz, analisa com cuidado todas as interações de clientes na página da empresa e responde pessoalmente um a um. Além disso, usa as redes sociais também para divulgar as novidades do seu negócio, como a inauguração da nova unidade na cidade de Sorocaba, no Mercado Campolim.

Com as mudanças do mercado e o aumento das inovações tecnológicas na área de vendas (tanto nas ferramentas utilizadas para transações como nos canais de contatos com o cliente), o que antes era um simples ato de comprar ou vender, hoje se transformou em um verdadeiro relacionamento entre público e marcas, no qual muitas variáveis estão envolvidas antes de determinar o trajeto do dinheiro da carteira do cliente ao caixa da empresa.

“O perfil do novo consumidor vem mudando com o passar dos tempos. Em um processo de decisão de compra, considerar fatores de influência culturais, sociais, pessoais e psicológicos pode fazer toda a diferença para as empresas na conclusão do processo de venda”, explica o consultor do Sebrae-SP em São Carlos Alexander Lavelli.



SÓ 12% DAS EMPRESAS FAMILIARES SOBREVIVEM APÓS A TERCEIRA GERAÇÃO

Apenas 12% das empresas familiares brasileiras sobrevivem após a terceira geração da família assumir o comando. Segundo especialistas, para garantir a solidez e a competitividade dessas companhias é preciso investimento em inovação e um planejamento sucessório consistente. O diagnóstico para o índice de falências pode ser resumido em quatro pontos: alta informalidade na condução do negócio; ausência de cargos e departamentos estratégicos com profissionais independentes e qualificados; inexistência de um programa de atração de novos talentos; e conflitos entre os herdeiros.

Thinkstock



De acordo com o especialista, as empresas precisam pensar como o consumidor. “Mas esse é um grande desafio. É necessário haver mais intimidade com a mente do cliente, e com isso antecipar-se às suas necessidades e desejos”, ressalta.

É a era do “consumidor 3.0”, expressão utilizada para denominar o novo tipo de cliente, mais interativo, comunicativo, reivindicativo e opinativo. As micro e pequenas empresas precisam adotar cada vez mais estratégias de antecipação de necessidades, ou seja, é preciso “entrar na cabeça” do consumidor e saber, antes deste realizar alguma compra, o que ele deseja. Analisar as necessidades, segmento por seg-

mento do mercado, contribui para as empresas identificarem demandas por novos produtos e serviços e estarem à frente de concorrentes.

“Os detalhes fazem toda a diferença. É preciso inovar, sair da mesmice e deixar de fazer o que os outros estão fazendo. Para isso, ter detalhes de todos os fatores que influenciam o comportamento de um determinado cliente ou grupo de clientes é o grande diferencial competitivo das empresas, além de subsidiar o desenvolvimento do plano tático e estratégico de marketing”, acrescenta Lavelli.

E são esses detalhes que justamente ajudam a sorveteria de Leticia Avancini a dar certo. O negócio de fa-

mília é tratado com tanto carinho que o sentimento é repassado diariamente no atendimento. Prova disso é que vários sabores já foram criados por sugestões de clientes e a novidade é a linha vegana.

“Estamos sempre inovando com o auxílio dos clientes. Muitos foram os pedidos para termos uma linha vegana, então fomos atrás de emulsificantes vegetais e combinamos nossas receitas ao gosto deste público específico”, comenta Leticia. A empresária conta que vai aplicar um sistema de avaliação na sorveteria para conhecer cada vez mais a clientela.

Mariana também se atém aos detalhes. Antes de comprar qualquer

coisa pela internet, costuma pesquisar os comentários sobre os produtos, a empresa e até mesmo a forma com que as marcas resolvem determinados problemas.

“Pesquisei muito para saber se as lojas são confiáveis. Entrei no Facebook para checar avaliações e em sites especializados em reclamações para ver se existem muitas menções. Se a empresa não resolveu um problema ou não tratou o cliente da forma correta, não compro, por mais que eu queira o produto”, explica. “Para viajar também ficou mais fácil, pois é muito comum encontrar diversas opiniões sobre os destinos e acomodações do meu interesse”, conclui.

O CLIENTE CONECTADO

Alguns atributos definem com clareza quem é o consumidor 3.0. O consultor do Sebrae-SP em São Carlos Alexander Lavelli ajuda a entendê-lo:

Global: realiza suas compras de qualquer parte do mundo no conforto de sua casa;

Digital: utiliza todos os canais disponíveis para realizar as compras, em qualquer horário, de qualquer lugar;

Socialmente conectado: adepto às redes sociais, a utiliza diariamente apresentando suas experiências, positivas ou negativas;

Omnichannel: quer usar todos os canais de compras disponíveis: smartphones, tablets, computadores, televisão, rádio, mala direta, televendas e catálogos. Cabe às marcas promover a integração das lojas físicas com as lojas virtuais;

Bem informado: sempre faz comparação de preços, seja online ou offline, em tempo real;

Confiante na opinião dos outros consumidores: o

consumidor 3.0 vive o mundo virtual intensamente. Lá ele expressa suas experiências, decepções, insatisfações e outras opiniões, influenciando diretamente no processo de decisão de compra de outros consumidores 3.0;

Sensível a preços: mais do que gostar de pagar menos, o consumidor 3.0 quer economizar. Eles vão pesquisar muito para desembolsar menos por um produto ou serviço;

Autopromoção: compartilha suas aquisições, conquistas pessoais e experiências nas redes sociais pelo simples prazer de mostrar;

Imediatistas: faz a compra online e espera receber até mesmo antes do prazo estabelecido. Atrasos são intoleráveis.





INADIMPLÊNCIA NAS ESCOLAS DE SÃO PAULO ATINGE 8,83% EM 2016

A inadimplência média nas escolas particulares de São Paulo foi de 8,83% em 2016 e representa a taxa mais alta desde, pelo menos, 2011, segundo o Sieeesp, o sindicato dos estabelecimentos de ensino. A expectativa era que o número de alunos com mensalidades atrasadas fosse ainda maior, diz o presidente da entidade, Benjamin da Silva. A previsão da Sieeesp é que o índice caia ou se mantenha pelo menos estável em 2017.

A arte de negociar com fornecedores

Manter um bom relacionamento em que ambos ganham, buscar prazos e condições favoráveis são aspectos importantes para a saúde financeira e para o bom andamento da empresa

Um bom relacionamento com o fornecedor pode ser o segredo do desempenho positivo do seu negócio, principalmente no que se refere à qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. Saber fazer uma negociação, conseguir prazos e condições de pagamento favoráveis, por exemplo, podem interferir diretamente na saúde financeira da empresa e na sua sustentabilidade.

Na empresa das sócias Eneida Olivetti e Taís Tadros, a Sabor Único, a relação com os fornecedores tem sido fundamental para o sucesso do negó-

cio. A distribuidora de produtos light, diet e alimentos para pessoas com restrição alimentar tem seu negócio totalmente na mão dos fornecedores por não ter produção própria, ou seja, a relação precisa estar bem afinada para que as negociações sejam produtivas.

No começo, segundo Taís, a negociação era feita diretamente pelas sócias. Após quatro anos de empresa, elas identificaram a importância dessa relação e contrataram um comprador, que é responsável por esse contato direto e pessoal com cada parceiro. “É muito importante

manter um relacionamento saudável e forte com os fornecedores, porque estamos no meio da cadeia. Tendo um bom relacionamento, consigo identificar as necessidades do nosso cliente, que é o varejo e que, por sua vez, nos traz a necessidade do consumidor final. Um bom exemplo disso foi quando os varejistas nos passaram uma mudança importante de comportamento: o aumento grande no consumo com cartão de crédito, passando assim a nos pedir mais prazo de pagamento. Dessa forma, precisamos negociar isso também

com o fornecedor, porque ele, como fabricante, está muito distante do consumidor final e não consegue perceber essa mudança de hábito; então somos nós que temos de explicar isso a ele e nos ajustarmos ao mercado”, conta a empresária.

Mais importante que ter esse contato próximo é construir uma relação saudável e duradoura com o fornecedor, destaca o consultor de finanças do Sebrae-SP João Carlos Natal. “Quanto mais duradouro o relacionamento, maior o comprometimento do fornecedor e melhor cooperação com o desenvolvimento de produtos. O empresário precisa fazer com que o fornecedor também se estruture, tenha ganho suficiente, para que possa atendê-lo com qualidade. Se ‘apertá-lo’ toda hora em negociações, pode acabar quebrando o empreendimento dele. E isso não interessa a ninguém”, completa.

“Quando houve esse boom de produtos saudáveis e com restrição alimentar, tivemos por parte do varejo uma pressão grande para ter uma negociação mais acirrada com os fornecedores. Optamos por não ceder a essa pressão, porque se não tem o ganha-ganha desde o começo, a cadeia não se torna sustentável”, explica Taís. “A pressão cairia primeiro nos fornecedores e depois cairia sobre nós. Tivemos perdas, alguns varejistas optaram por não continuar conosco, mas nossa visão de valores e princípios falou mais alto para ter uma parceria duradora. Temos empresas que estão conosco desde o início, esse é o maior exemplo que a parceria pode ser duradoura”, completa a empresária.

Cris Castello Branco



Taís Tadros, da Sabor Único: investindo em parcerias duradouras



RECURSOS DO FLUXO DE CAIXA CAEM 80% EM DOIS ANOS

Pesquisa da startup ContaAzul mostra que em dois anos houve uma queda de 80,51% no fluxo de caixa acumulado das pequenas empresas, que na média era de R\$ 85.057 em 2014 e despencou para R\$ 16.572 em 2016. O levantamento foi feito com 1.183 empreendimentos. Fluxo de caixa é o dinheiro usado para quitar as dívidas de curto prazo das empresas, tais como impostos, salário de funcionários e fornecedores. No estudo, o valor refere-se ao total acumulado nos primeiros dez meses do ano. A queda é ainda mais significativa considerando que, no Brasil, poucos donos de pequenas empresas recorrem ao crédito bancário para arcar com seus compromissos.

Thinkstock



10 DICAS PARA BONS ACORDOS

- 1 Comprou mal, com certeza vai vender mal:** Pesquise quem fornece o que você precisa pelo menor preço e maior qualidade, crie relacionamentos, tenha várias opções de fornecedores e negocie com eles.
- 2 Conheça a demanda da sua empresa:** Importante ter conhecimento das quantidades, materiais, prazos e valores para começar a negociação com os seus fornecedores de maneira correta e assertiva. Isso facilita a negociação, pois nenhum fornecedor gostaria de trabalhar com empresas que definem prazos e valores fora da realidade do mercado, principalmente as que fazem pedidos em cima da hora.
- 3 Conheça o mercado:** Pontos importantes: ter conhecimento sobre o mercado, sobre os preços cobrados, sobre os prazos de entrega e sobre a qualidade do produto/mercadoria/serviço ofertado pelo mercado, pois dessa forma a empresa conseguirá negociar condições que estejam dentro da realidade do segmento, sem prejudicar o acordo.
- 4 Conheça os seus limites financeiros:** O empresário precisa ter um limite de preço, de prazo e de condições muito bem fundamentado em números. Estabeleça quais são os limites para a negociação e até quanto a empresa pagaria (estratégia financeira).
- 5 Conheça as sazonalidades do mercado,** que também podemos definir como oportunidades de boas compras no mercado. Estude essas sazonalidades e prepare-se financeiramente para comprar uma quantidade maior nessas épocas, melhorando o valor médio do seu estoque e trazendo uma margem maior na estrutura do preço de venda do seu produto/mercadoria.
- 6 Compra à vista:** Utilizando-se de um excelente planejamento financeiro, a empresa pode usar a compra à vista como uma estratégia de negociação para obter um bom desconto com o fornecedor, mas fique atento ao fluxo de caixa e ao giro do seu estoque, pois de nada adianta comprar produtos/mercadorias que ficarão parados no seu estoque.
- 7 Compra casada:** A compra casada também é uma ótima técnica de negociação para reduzir o valor da sua compra e a saída de recursos financeiros do seu fluxo de caixa. Importante analisar os produtos dos seus fornecedores e quais produtos a sua empresa poderá adquirir com o mesmo fornecedor. Certamente, a proposta de uma compra casada reduzirá o valor dos itens a serem adquiridos.
- 8 Crie parcerias:** Faça propostas de parcerias que sejam benéficas para ambos. Por exemplo, condições melhores de pagamento para a sua empresa (prazo maior), que beneficiará o seu fluxo de caixa, e, em contrapartida para o seu fornecedor, a garantia de compra em uma próxima negociação e/ou uma garantia de quantidade mínima mensal de compras. Essa é uma forma de fortalecer a relação com as empresas que você tem um bom relacionamento comercial e ainda promover benefícios a todos os envolvidos.
- 9 Avalie a qualidade:** Importante desenvolver sempre novos fornecedores para motivar a disputa com qualidade entre eles. Se uma empresa oferecer um valor muito abaixo do mercado, avalie o custo/benefício dessa negociação.
- 10 Oficialize tudo no contrato:** Importante que todas as condições estejam registradas em um contrato. É a segurança que tanto a sua empresa quanto a empresa contratada irão cumprir com as obrigações e deveres que constam do acordado na relação comercial.



YOUTUBE LIBERA RECURSO DE TRANSMISSÃO DE VÍDEOS AO VIVO

O YouTube liberou o recurso de transmissão de vídeo em tempo real. A possibilidade fica disponível para qualquer canal que tenha pelo menos 10 mil inscritos, permitindo o acesso a milhares de criadores de conteúdo. Até então o streaming em tempo real do YouTube só era possível para cinco parceiros: Young Turks, AIB, Platica Polinesia, SacconeJolys e Alex Wassabi. Donos de canais com suporte para o recurso no YouTube podem fazer a transmissão ao vivo diretamente pelo aplicativo do site do Google. Um botão Capture iniciará automaticamente a transmissão em tempo real, que terá todos os mesmos recursos presentes nos vídeos padrão do YouTube.

Startups ligadas ao agronegócio estão em alta

Mercado de empresas voltadas à inovação no campo – as agritechs – deve triplicar até o final de 2017. Fundo incentiva empreendedores do setor

Divulgação



Os sócios Raphael Pizzi, Mariana Vasconcelos e Thales Nicoleti, da Agrosmart: espaço para inovação

“O agronegócio é a mais importante indústria da nossa economia e vem enfrentando desafios, como a necessidade de aumento de produção para alimentar uma população crescente e a crise hídrica. Existe muito espaço para inovação e todos apostam que é a aplicação da tecnologia que vai mudar o patamar de produtividade para que a gente consiga ter este aumento de produção esperado de 70% até 2050”, afirma.

De acordo com a empreendedora, o desafio da Agrosmart para crescer é conquistar a confiança do produtor, fazer com que ele acredite na tecnologia e esteja disposto a testá-la. A empresa instala sensores na propriedade e, em conjunto com satélites, monitora mais de dez variáveis para enviar as informações para o produtor. Com essas informações, o produtor recebe relatórios com recomendações de irrigação, comportamento do solo, clima, consumo de energia e água. Atualmente, a Agrosmart está presente em 50 mil hectares com expectativa para chegar aos 400 mil ainda este ano.

As decisões no campo baseadas no “achismo”, naquilo que o avô fazia ou mesmo na cópia das ações do vizinho estão dando lugar ao uso da tecnologia no agronegócio. A combinação da instalação de sensores no solo, imagens de satélite e dados meteorológicos, por exemplo, geram recomendações para o produtor rural acompanhar na palma da mão, via smartphone, e tomar as melhores decisões para ganhar produtividade na fazenda.

Essa é a proposta da Agrosmart, negócio criado pelos sócios Raphael Pizzi, Mariana Vasconcelos e Thales Nicoleti, que faz parte de uma turma de startups que encontrou oportunidades no agronegócio para inovar. Turma essa que não para de crescer. Dados da Associação Brasileira de Startups (ABStartups) apontaram 72 empresas no País no setor em 2016, conhecido como agtech ou agritech. O número é 70% maior em relação ao ano anterior e a previsão é de que esse

mercado triplique até o fim de 2017.

Outro dado que mostra o potencial de inovação dessas agritechs é a participação no Fundo de Inovação Paulista (FIP), que conta com recursos da Desenvolve SP, Finep, Fapesp, Sebrae-SP, Corporación Andina de Fomento (CAF) e Jive Investments. Das 14 startups que receberam investimentos até agora, seis são relacionadas ao agronegócio, inclusive a Agrosmart.

Para Mariana, da Agrosmart, a tendência é de crescimento no setor.

POTENCIAL

As projeções para o agronegócio este ano deixam os empreendedores ainda mais otimistas. A Confederação Nacional da Agricultura (CNA) estima uma colheita de 215 milhões de toneladas de grãos e uma renda de R\$ 237,7 bilhões, quase 14% a mais em comparação com 2016, descontada a inflação. “O agronegócio não ficou imune à crise, mas sofreu menos. É um setor onde se desenvolve muita coisa e existe muita pesquisa. Em ge-



PESQUISA MOSTRA QUAIS AS LOJAS ONLINE MAIS RECOMENDADAS NO BRASIL

Estudo do Ibope revela quais as lojas online brasileiras mais recomendadas pelos consumidores no País. O levantamento Customer Experience Report comparou os 34 principais sites de compras no Brasil para descobrir a satisfação e a experiência dos clientes. Pela pesquisa, o Netshoes é o site de e-commerce com o índice mais alto de recomendação, com 71%; a média das outras lojas digitais é de 52%. Em segundo lugar, aparece a loja de moda Zattini, do próprio Grupo Netshoes, com 69%, seguida pela Saraiva, com índice de 64%.

Thinkstock



ral, as startups do setor têm sempre um especialista, um pesquisador em agro, que se une a um especialista em tecnologia”, afirma o consultor do Sebrae-SP Douglas Eduardo Almeida. Prova disso é que 53% das empresas têm, entre os seus integrantes, pelo menos um mestre ou doutor, segundo a pesquisa da ABStartups.

É esse o caso da Promip. Os sócios Marcelo Poletti e Roberto Konno se conheceram durante as pesquisas de

doutorado na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) e tiveram a ideia de montar uma empresa para reproduzir organismos vivos para o controle biológico de pragas. Os primeiros projetos envolveram produtos biológicos com ácaros predadores para aplicação em plantações para combater pragas.

Segundo Poletti, o uso do controle biológico no campo tem como objetivo diminuir os problemas associa-

dos ao uso intensivo de ferramentas, como os produtos químicos, que têm levado a um aumento da resistência de pragas e resíduos de agrotóxicos nos alimentos. “O controle biológico pode contribuir, e muito, para a redução desses problemas. Os nossos produtos podem ser usados em plantações de alimentos orgânicos, por exemplo”, destaca.

INOVAÇÃO

A Promip ainda investe em pesquisa para o desenvolvimento de serviços para manejo integrado de pragas. Um dos investimentos mais recentes é a aplicação de microvespas com o uso de veículos aéreos não tripulados (VANTs ou os chamados drones). “A ideia é trazer inovações que tenham aderência ao agronegócio tanto em pequenas culturas de alto valor agregado até grandes culturas, como soja, milho e cana de açúcar”, afirma o empresário, otimista com um mercado que cresce 15% ao ano, segundo estimativa da Associação Brasileira das Empresas de Controle Biológico (ABCBio).

A empresa tem 90 funcionários e expectativa de faturar de R\$ 15 milhões a R\$ 20 milhões em 2017. “O ganho de produtividade a partir do sucesso do manejo de pragas é resultado de uma série de atividades que devem ser estruturadas e executadas de forma integrada. Definitivamente, a revolução 4.0 está chegando ao campo e o controle biológico encontra um terreno fértil para que, na esteira da agricultura de precisão ocupe seu devido espaço nas grandes áreas agricultáveis do País”, diz Poletti.

INVESTIMENTOS

- ✓ O Fundo Inovação Paulista (FIP) tem o objetivo de investir em pequenas e médias empresas e startups de base tecnológica, ampliando as ações do Estado de São Paulo no fomento à inovação.
- ✓ O fundo conta com o apoio e recursos da Desenvolve SP, FINEP, FAPESP, Sebrae-SP, CAF e Jive Investments
- ✓ A gestão da carteira é feita pela SP Ventures Gestora de Recursos S.A.
- ✓ Os aportes variam, em geral, de R\$ 2 milhões a R\$ 6 milhões por empresa investida.
- ✓ Período de investimento: até dezembro de 2017
- ✓ As propostas podem ser enviadas no link <http://www.desenvolvesp.com.br/participacoes/fundo>



Marcelo Poletti, da Promip, que investe em controle biológico de pragas: expectativas altas para 2017

Divulgação



PRODUÇÃO DE GRÃOS DEVE AUMENTAR 20,3% ESTE ANO

A produção brasileira de grãos deverá aumentar 20,3% em 2017 ante o ano anterior, e alcançar 221,4 milhões de toneladas, em relação aos 184 milhões de toneladas em 2015. A estimativa é do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Na comparação com a estimativa anterior, de 213,7 milhões de toneladas, a projeção para a safra de grãos subiu 3,6% em janeiro. A previsão para a área colhida em 2017, de 59,9 milhões de hectares, cresceu 4,9% na comparação com a área colhida em 2016.



Da necessidade, uma marca

Após perder o emprego, Prisca Fiuza aproveitou um curso feito na adolescência e investiu na produção de bolsas. Hoje fatura R\$ 12 mil por mês

Dona Prisca é a minha loja! A ideia vem do meu próprio nome: Prisca Fiuza. Aqui nós fabricamos bolsas e acessórios de couro legítimo. Nos esforçamos para sair do 'copismo' e do padrão estipulado por marcas maiores. Prezamos pelo trabalho autoral.

Fazemos uma peça de cada vez, a mão. Todas elas são pensadas e mo-

deladas de forma individual. Costumo dizer que batizamos a bolsa com um nome para ela ter mais identidade. É um produto que dura muito tempo, acaba se tornando parte da vida da cliente. Por isso realizamos com carinho.

Minha história não é diferente da maioria dos brasileiros. O começo é difícil. Participei do curso de confec-

ção de bolsas e artefatos de couro no Senai quando tinha 16 anos, sem pretensão alguma de trabalhar na área da moda.

Trabalhei em diversos empregos (nenhum deles relacionado ao couro) e me casei. Após três anos casada, fui demitida, assim como meu marido, Jonathan. Sem dinheiro, para conseguir alguma renda resgatei tudo o

que havia aprendido desse curso na tentativa de arrumar algum 'bico'. Iniciamos a produção em um quartinho, fazendo algumas peças. Aos poucos elaboramos uma quantidade pequena de bolsas e mostramos para familiares e amigos. Todos gostaram.

Vimos que dava certo e, quando percebemos, não procurávamos mais emprego. O faturamento com as vendas gerava uma boa renda. Me formalizei como Microempreendedor Individual (MEI) e expandi as vendas. Hoje nós atendemos encomendas de outras marcas e produzimos a nossa própria.

Atualmente, além do ponto fixo, tenho loja virtual. Desenvolvemos duas coleções por ano e as apresentamos em nossos bazares, um no Dia das Mães e o outro no fim do ano.

A Dona Prisca fatura em torno de R\$ 12 mil por mês, passamos até para a categoria microempreendedor. O Sebrae-SP tem grande participação nessa evolução. Logo que nos conhecemos me inscrevi nos cursos. O Aprender a Empreender foi a primeira oficina, em seguida participei da Controle de Gestão e da Controle Financeiro. Hoje, as novidades das coleções estão em nosso Instagram e Facebook. Para o futuro pretendemos consolidar a Dona Prisca, montar uma miniloja conceito e continuar com a loja virtual."

Confira o vídeo com a história da Dona Prisca em:
[youtube.com/sebraesaopaulo](https://www.youtube.com/sebraesaopaulo).

Cris Castello Branco



Prisca Fiuza, da Dona Prisca: produção de bolsas começou como "bico"



CONSTRUÇÃO CIVIL DEMITIU 1,08 MILHÃO EM 2014

A construção civil demitiu 1,08 milhão de trabalhadores no País desde outubro de 2014, quando iniciou o declínio do número de empregados. Os dados foram divulgados pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (SindusCon-SP), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Segundo o estudo, há 27 meses havia 3,57 milhões de trabalhadores na construção. Em dezembro do ano passado, o total caiu para 2,489 milhões, a 27ª queda consecutiva. O setor fechou 2016 com 414 mil vagas, uma queda de 14,33% em relação a dezembro de 2015. Entre os Estados, os que mais demitiram no ano passado foram São Paulo (97.696), Rio de Janeiro (77.726), Minas Gerais (37.694), Bahia (23.772) e Pará (21.374).



Recomeço em duas rodas

Paulo César Soares, 44 anos, chegou a morar na rua e hoje é dono de uma empresa que faz entregas com bicicletas na capital paulista

Cris Castello Branco

“**A**ntes da Ferrari Courier, eu trabalhava em banco, em multinacional, na área administrativa. A ideia de montar meu negócio veio da necessidade. Quando perdi meu emprego, perdi tudo; quando vi, estava morando na rua.

A bicicleta surgiu como uma alternativa, como meio de transporte e como meio de ganhar meu pão. Meu primeiro contato com a bicicleta para trabalho foi quando olhei para uma plaquinha em uma pizzaria que dizia: ‘Precisa-se de entregador’. Como eu estava sem nenhum tipo de assistência, pensei que seria uma forma de ganhar dinheiro. Comecei a entregar pizza, fiquei durante uns nove meses nessa empresa e surgiu a ideia de abrir a Ferrari Courier.

A primeira bicicleta da empresa consegui em uma troca. Eu tinha dois smartphones e a esposa de um amigo estava grávida e não podia andar de bicicleta. Eles me ofereceram; como eu não tinha dinheiro, ofereci o celular para eles. Troquei e consegui a maravilha da bicicleta que tenho até hoje. Tive dificuldades para montar o meu negócio, pois na época não tinha dinheiro. Tinha apenas uma bicicleta e uma ideia na cabeça. Meu investimento inicial foi de R\$ 100 para comprar peças melhores e colocar a bicicleta para andar.

Meu serviço é utilizado por grandes, médias e pequenas empresas. Agora, temos uma grande demanda de restaurantes, fazendo delivery. Nós leva-



Soares: “A bicicleta surgiu como meio de ganhar meu pão”

mos de uma caixa de fósforo a objetos de 30 quilos. Como nossa demanda de entrega aumentou, tivemos que contratar mais pessoas.

Começamos eu e mais um ciclista. Logo depois chegaram mais dois e hoje somos quatro ciclistas e mais três divulgadores na Ferrari Courier.

O Sebrae foi muito importante e está sendo até hoje, porque eu utilizo muito suas ferramentas. Faço cursos e vou a palestras sempre que posso. Frequento

o Sebrae desde final de 1992. Eu sempre gostei do Sebrae, porque mesmo estando em outras empresas, eu já tinha na minha cabeça que um dia poderia ter um negócio. O Sebrae me ajudou muito na parte de marketing e nas consultorias, são muito valiosas.

Meus amigos falam: ‘Ah, a crise...’. Crise? Crise é quando você está na rua passando fome, não agora. É assim que surgem novos empreendedores, pois quando falam da crise é assim

que você se ergue.

Meu plano para o futuro é oferecer o serviço em outros Estados, mostrar que, como eu fiz em São Paulo, dá para implantar em outros lugares também. Você que tem um estabelecimento, olhe com mais carinho para bicicleta. Ela é ágil, faz bem para a saúde e o custo/benefício é muito bom.”

Confira o vídeo com a história da Ferrari Courier em:
[youtube.com/sebraesaopaulo](https://www.youtube.com/sebraesaopaulo).

Classificados



QUER ANUNCIAR?
PROCURE UM
DOS ESCRITÓRIOS
DO SEBRAE-SP

O SEBRAE-SP NÃO SE RESPONSABILIZA PELAS INFORMAÇÕES DISPONIBILIZADAS NESTE ESPAÇO PUBLICITÁRIO. O ANUNCIANTE ASSUME RESPONSABILIDADE TOTAL POR SUA PUBLICIDADE.

CONSULTORIA

G4 GESTÃO EMPRESARIAL
consultoria e registro de marcas

☎ 16 3602.8496
☎ 16 99137.6814

CUIDADO, VOCÊ PODE PERDER SUA MARCA!

Já imaginou perder tudo o que você lutou para construir? Se a sua marca não está registrada, ela está sujeita a apropriação por qualquer pessoa! Não corra esse risco. Por um baixo investimento para pequena empresa a G4 Consultoria e Registro de Marcas faz todo o processo de registro e gestão da sua marca junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e ela se torna finalmente SUA!

www.g4registrodemarcas.com.br | contato@g4registrodemarcas.com.br
Av. Presidente Vargas, 2121 - Sala 2302 - Ribeirão Preto

TECNOLOGIA

Solução completa e definitiva
em **Ponto Eletrônico**
dos funcionários

REP's homologados

Espejo de Ponto nas nuvens

Sistemas de tratamento

papel térmico para REP
crachás e acessórios
suporte técnico
treinamentos

(11) 2791-9353 www.mhfsistemas.com.br



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.

TRANSPORTE E LOGÍSTICA

E-COMMERCE LOGÍSTICA
Fast Forward

Redução nos custos de mão de obra, na infraestrutura e no frete Desde o recebimento até a Entrega da Mercadoria.

Solicite o Diagnóstico Grátis!
(11) 3181-0635
www.ecommercelogistica.com.br

TECNOLOGIA

SAT + IMPRESSORA + SOFTWARE*
TUDO EM UM SÓ LUGAR!
(11) 2957-1362

- Controle de caixa
- Cadastro de produtos e clientes
- Envio dos arquivos para a Sefaz e Contabilidade

www.interativanet.com.br

Aproveite a oportunidade para crescer, superar a crise e seguir rumo ao sucesso!



Check-up Empresa

Conheça bem a sua empresa e entenda como ela pode ser melhorada nas principais questões que tiram o sono de qualquer empreendedor: finanças, planejamento, marketing, RH, leis e normas, inovação e muito mais. O Check-up Empresa é um diagnóstico gratuito, rápido e eficiente, que aponta as principais dificuldades no seu negócio, sugerindo um conjunto de soluções para eliminar esses problemas. Chega de crise! Tome já uma atitude e faça o Check-up Empresa do Sebrae-SP, o primeiro passo para você dar uma guinada na sua empresa.

Ligue **0800 570 0800**, procure um **local de atendimento do Sebrae-SP** ou acesse:

<http://checkupempresa.sebraesp.com.br>

A partir da realização do diagnóstico do seu negócio, o Sebrae-SP irá oferecer várias soluções para o sucesso da sua empresa.





SEBRAE-MS LANÇA CARTILHA SOBRE ACESSIBILIDADE NOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Para ajudar as empresas a atraírem mais clientes a partir da acessibilidade e estimular a contratação de pessoas com necessidades especiais para compor o quadro de funcionários, o Sebrae-MS lançou a cartilha "Negócios Acessíveis". A publicação traz uma série de dados estatísticos, ilustrações, depoimentos e conceitos sobre acessibilidade e pode ser encontrada no formato online pelo endereço <http://migre.me/v764t>.

AGENDA FEIRAS DE NEGÓCIOS

ALJOIAS 2017 1 - 22ª Feira Internacional de Joias Folheadas, Brutos, Máquinas, Insumos e Serviços

Quando: de 21/03/2017 até 23/03/2017

Onde: Shopping Nações / Rodovia Deputado Laércio Côrte, 4500 – Limeira/SP

Informações: <http://www.aljoias.com.br> / (19) 3702-4094

BRAZIL ROAD EXPO 2017 - 7ª Feira Internacional de Infraestrutura Viária e Rodoferroviária

Quando: de 21/03/2017 até 23/03/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center / Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo/SP

Informações: <http://www.brazilroadexpo.com.br> / (11) 5067-1717

ABRIN 2017 - 34ª Feira Brasileira de Brinquedos

Quando: de 21/03/2017 até 24/03/2017

Onde: Expo Center Norte / R. José Bernardo Pinto, 333 - V. Guilherme, São Paulo/SP

Informações: <http://www.abrin.com.br> / (11) 2226-3100

FOTOGRAFAR - 11ª Feira Internacional de Fotografia e Empreendedorismo

Quando: de 28/03/2017 até 30/03/2017

Onde: Centro de Convenções Frei Caneca / Rua Frei Caneca, 569 - Consolação, São Paulo/SP

Informações: 0800 015 8400 / (11) 2344-0810 - <http://feirafotografar.com.br/2017/>

BW EXPO 2017 - 2ª Exposição Internacional de Gestão de Água, Resíduos, Ar e Energia

Quando: de 29/03/2017 até 31/03/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center / Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo/SP

Informações: <http://www.bwexpo.com.br/> / (11) 4304-5255

BRAZIL PROMOTION DAY SP 2017 - 11ª Brazil Promotion Day SP

Quando: 30/03/2017

Onde: Hotel Pullman / Rua Olimpíadas, 205 – Vila Olímpia, São Paulo/SP

Informações: <http://www.brazilpromotion.com.br/day/>



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.

MAURÍCIO MEZALIRA,
consultor do Sebrae-SP

Divulgação



Como evitar a inadimplência dos clientes?

→ A retração econômica tem afetado, de modo geral, a capacidade de pagamento de consumidores e empresas. Queda nas vendas, desemprego, redução dos salários fizeram com que a inadimplência aumentasse. Se está difícil manter o patamar das vendas, estender o recebimento faz com que o empresário se adeque ao "bolso" do seu cliente. Até aí nenhum problema, mas isso tem que ser feito levando em conta o planejamento financeiro do negócio aliado à uma política de concessão de crédito.

Para minimizar o risco da inadimplência, seguem alguns passos que poderão ser adotados de acordo com o perfil do negócio. O primeiro é solicitar os documentos pessoais e comprovante de residência, confirmando a assinatura que consta neles. É importante pedir documentos empresariais, como contrato social e demonstrações financeiras. O empresário ainda deve con-

sultar os serviços de informações, como Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e Serasa; manter um cadastro atualizado que registre o histórico de compras e pagamentos; levantar informações sobre o segmento em que o cliente atua; e estabelecer de forma clara e transparente e dentro da legalidade as penalidades no caso do não pagamento dentro do prazo estabelecido.

Caso o empresário queira repassar esse risco pode optar por alguma empresa de intermediação, como financeiras, ou trabalhar com cartões de crédito e débito. Nesse caso, há taxas. Em contrapartida, maior segurança no recebimento além de possibilitar um aumento nas vendas. Definidos os meios de recebimento, o empresário deve gerir adequadamente suas finanças e ter controles eficientes para monitorar toda a movimentação financeira e identificar os clientes inadimplentes.



OTIMISMO ELEVA EXPECTATIVA DE CRIAÇÃO DE EMPREGOS

O retorno do otimismo da indústria levou o Indicador Antecedente de Emprego (IAEmp) a subir 5,6 pontos em janeiro, alcançando 95,6 pontos – o maior nível desde os 98,7 pontos de maio de 2010. A melhora se deu após o indicador recuar 3,1 pontos em dezembro de 2016, frente a novembro. Os dados do IAEmp são do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

MEI pode ter crédito com juro zero para investir

Programa Juro Zero Empreendedor, parceria entre Sebrae-SP e a DesenvolveSP, vai oferecer empréstimos de até R\$ 20 mil para participantes do SuperMEI

Os Microempreendedores Individuais (MEIs) do Estado de São Paulo que concluírem qualquer curso dentro do SuperMEI poderão ter acesso a crédito com juro zero para investir em seu negócio. O programa Juro Zero Empreendedor é uma parceria entre o Sebrae-SP e a DesenvolveSP, agência de fomento do Estado de São Paulo, e prevê empréstimos de R\$ 1 mil a R\$ 20 mil exclusivos para essa categoria de empreendedores.

“Essa é uma parceria que ao mesmo tempo que qualifica, dá crédito. E crédito sem juros”, disse o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, no lançamento do programa. Segundo ele, o Juro Zero Empreendedor contribuirá para a geração de emprego e

renda, um dos grandes desafios dos próximos anos. “O crédito no Brasil é muito burocrático e muito caro. São 14, 15 documentos para conseguir crédito. O programa ensina a pescar e financia a vara de pescar, o anzol e a isca”, completou.

O valor do aporte inicial, feito pelo Sebrae-SP, é de R\$ 10 milhões, que pode ser destinado a capital de giro ou para a aquisição de produtos para o exercício das atividades do MEI, como equipamentos, ferramentas, acessórios para veículos, motocicletas etc. O prazo de pagamento do empréstimo é de 36 meses, com carência de seis. Para os empreendedores que pagarem em dia, o juro é zero. Para aqueles que atrasarem o pagamento, a correção é

feita pela TJLP, hoje em 7,5%, mais juros de 12% ao ano e multa.

De acordo com o presidente do Sebrae-SP, Paulo Skaf, o Juro Zero Empreendedor é uma ação concreta em um ano que o País precisa entrar no trilho. “Quando a gente conversa com os MEIs e pergunta o que está faltando para o seu negócio, eles respondem que está faltando aquele dinheiro inicial, que é o que faz a diferença. Estamos dando início a um grande programa, que vai crescer muito e servir de exemplo para outros Estados brasileiros”, afirmou.

CAPACITAÇÃO

O acesso ao crédito é exclusivo para aqueles MEIs que concluíram

um curso dentro do âmbito do SuperMEI e não possuem restrições junto ao Cadin estadual. O Juro Zero Empreendedor completa o conjunto de soluções oferecidas pelo SuperMEI, lançado pelo Sebrae-SP em 2016. O programa oferece 50 mil vagas gratuitas em diversos cursos de capacitação técnica no Estado de São Paulo. São opções que abrangem formação inicial dentro de áreas como construção civil, alimentos e bebidas, beleza e setor automotivo, entre outras.

Dentro do programa, o profissional vai seguir uma trilha que envolve formalização para quem ainda não está regularizado; cursos de gestão, envolvendo controle financeiro e vendas, com duração de oito horas; e a formação técnica de 20 a 50 horas em instituições parceiras – Centro Paula Souza, órgão do governo estadual responsável pelas Fatecs e Etecs, pelo Senac e pelo Senai. Se fossem pagos pelo empreendedor, os cursos oferecidos gratuitamente pelo SuperMEI custariam de R\$ 300 a R\$ 1 mil. O objetivo do SuperMEI é oferecer soluções integradas para que o empreendedor possa atuar no mercado de maneira mais competitiva.

Para o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano, uma das vantagens do programa é que o crédito é liberado mediante um plano de negócio. “É um dinheiro que certamente vai ser bem aplicado pelo MEI, porque ele já recebeu orientações e se planejou para utilizá-lo. As chances desse valor se multiplicar dentro da empresa são bem maiores do que se ele simplesmente tomasse um empréstimo do banco”, disse.



O presidente do Sebrae-SP, Paulo Skaf, e o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, com o cheque simbólico do aporte inicial do programa