

Um mercado resistente

Com aposta em soluções inovadoras, negócios voltados a animais de estimação vão na contramão da crise e seguem estáveis.

PÁGINAS 6 E 7

Foto: Patrícia Cruz



O empresário Rodrigo Chen, da Padaria Pet: crescimento planejado em meio à recessão

Foto: Patrícia Cruz



Dólar alto favorece produto nacional

Wagner Fernando Dorta e o filho Raphael, da Fire, encontraram um mercado aberto para acessórios musicais "made in Brazil". **PÁGINAS 8 E 9**

Foto: Patrícia Cruz



Uma história de superação

Mauri Rodrigues (foto) fala da sua vitória sobre problemas pessoais e do seu negócio na área de jardinagem. **PÁGINA 15**
E mais: como a alergia se transformou em empreendimento. **PÁGINA 14**

Uma lição de bom atendimento

MESMO COM FORTE CONCORRÊNCIA, ASSISTÊNCIA TÉCNICA DE CELULARES CONQUISTA PÚBLICO COM POSTURA HONESTA.
PÁGINAS 10 E 11

Audiobook traz dicas para empreender bem

DIRETOR TÉCNICO DO SEBRAE-SP, IVAN HUSSNI, MOSTRA COMO TER UMA GESTÃO EFICIENTE NA SUA EMPRESA.
PÁGINA 17



COMPRAS MODA ALUGUEL

LEGISLAÇÃO VENDAS COMUNICAÇÃO COMÉRCIO

SUSTENTABILIDADE LICITAÇÃO PONTO FÍSICO DIVULGAÇÃO POLÍTICAS PÚBLICAS

EVENTOS | JULHO DE 2016

Confira atividades de escritórios regionais do Sebrae-SP.



GRANDE SÃO PAULO

DIADEMA TEM PALESTRA SOBRE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS

O Escritório Regional do Sebrae-SP no Grande ABC, em parceria com a Associação Comercial e Empresarial (ACE) de Diadema, oferece uma palestra aos empreendedores da região sobre cálculos de custos e formação de preço de venda de produtos, o que auxilia na competitividade da empresa. O evento “Por dentro dos custos, despesas e preço de venda” será realizado em 7 de julho, das 19h às 21h, na ACE de Diadema, localizado na Rua das Turmalinas, 108, Jardim Donini, Diadema. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 4433-4270. A palestra é gratuita.

GRANDE SÃO PAULO

ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR EM PAUTA

Com o objetivo de trazer orientações e soluções para restaurantes, bares e similares de acordo com as tendências do setor de alimentação da atualidade, o Escritório Regional do Sebrae-SP em Osasco apresenta o Programa Receita de Sucesso. A palestra com os cenários e tendências para alimentação fora do lar será realizado no dia 26 de julho, a partir das 18h, na Avenida Tenente Marques, 5720, Fazendinha, Santana de Parnaíba. Mais informações pelo telefone (11) 2284-1800. Evento gratuito.

CAPITAL

SAIBA COMO CRIAR UMA PÁGINA EMPRESARIAL NO FACEBOOK

Em 14 de julho, o Escritório Regional do Sebrae-SP Capital Sul vai ajudar os empreendedores da região a colocar a empresa no mundo virtual. A oficina “Na Medida - Como criar uma página empresarial no Facebook” ensina o passo a passo para a criação de uma fanpage para empresa na rede social mais acessada no Brasil. O evento será realizado no ER Capital Sul, localizado na Avenida Adolfo Pinheiro, 712, Santo Amaro, São Paulo. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 5525-5270. O investimento é de R\$ 70,00.

CAPITAL

COMO COMEÇAR BEM UM NEGÓCIO

O Escritório Regional do Sebrae-SP Capital Norte realiza, em 27 a 29 de julho, curso “Começar Bem – Transforme a sua ideia em modelo de negócio”. Esse curso oferecido pelo Sebrae-SP utiliza método inspirado em um modelo reconhecido que é utilizado internacionalmente por startups. O evento ocorrerá no ER Capital Norte, localizado na Rua Duarte de Azevedo, 280, Santana, São Paulo. Mais informações pelo telefone: (11) 2972-9920. O investimento para o curso é de R\$ 190,00.

INTERIOR

JUNDIAÍ REALIZA CURSO SOBRE GESTÃO FINANCEIRA

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Jundiaí oferece, nos dias 12, 13, 14, 21 e 28 de julho, curso que visa auxiliar os donos de micro e pequenas empresas a cuidar do caixa, administrar custos e despesas, para obterem resultados positivos. O curso “Gestão Financeira na Medida” será ministrado no ER de Jundiaí, que fica na Rua 23 de Maio, 41, Vianelo, Jundiaí. Mais informações pelo telefone (11) 4523-4470. O investimento para o curso é de R\$ 260,00.

INTERIOR

SAIBA COMO MANTER O CLIENTE POR MEIO DO MARKETING

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Piracicaba ministra palestra para que os empreendedores da região saibam como manter os clientes por meio do marketing. O evento abordará ações e ferramentas que contribuem para aproximar a empresa do público consumidor. A palestra “Como Fazer Marketing de Relacionamento” ocorre no dia 12 de julho, no ER de Piracicaba, localizado na Avenida Rui Barbosa, 132, Vila Rezende, Piracicaba. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (19) 3412-1070. O evento é gratuito.



TWITTER AGORA PERMITE VÍDEOS DE ATÉ 140 SEGUNDOS

Conhecido por seu limite de texto de 140 caracteres, o Twitter agora permite que os usuários postem vídeos mais longos – de até 140 segundos. Antes, a rede social restringia vídeos em até 30 segundos. O novo limite também se aplica ao Vine, serviço de streaming de vídeo do Twitter, que anteriormente tinha limite de seis segundos.

Dicas de Livros



COMO O ROCK PODE AJUDAR VOCÊ A EMPREENDER

(Ed. Bonvirá)

O livro dos jornalistas Daniel Fernandes e Marco Bezzi fala sobre a profissionalização do rock, sobre como bandas e artistas do gênero transformam sua atividade em negócio e que lições as histórias desses músicos podem ser passadas para quem tem ou quer ter uma empresa. Afinal, empreendedorismo, liderança e relacionamento com o cliente são palavras que também fazem parte do vocabulário das estrelas do show business.



O DONO DA HISTÓRIA

(Ed. Évora)

Escrito por Carla Weisz, este livro é uma história de aprendizado, que tem como foco a liderança, cultura e protagonismo. O personagem principal é um homem comum que, com seu jeito de ver a vida e com suas experiências e escolhas, somadas aos ensinamentos de líderes que conheceu, aprende a ser protagonista de sua vida, tomar as rédeas de seu destino e se tornar um líder.



FACEBOOK MARKETING – TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA GERAR NEGÓCIOS NA MAIOR REDE SOCIAL DO MUNDO

(Ed. Novatec)

A obra de Camila Porto busca solucionar questões que muitos empreendedores desejam saber a resposta, como qual caminho deve ser seguido para que a maior rede social do mundo, o Facebook, se torne uma peça-chave para o negócio. O livro também fala sobre como é possível aumentar as vendas, atrair e fidelizar clientes e conquistar fãs por meio dessa rede social.

De olho no consumidor



PAULO SKAF,
Presidente do Sebrae-SP

Gabriel Medina, surfista brasileiro campeão mundial em 2014, foi nota 10 numa das etapas do circuito de 2016, com manobra inédita e a mais difícil no mundo do surfe – o backflip, um mortal para trás sem cair da prancha no retorno à água. Golpe de sorte? Não. Segundo Medina, foi tudo planejado, desde a escolha do movimento, a busca incessante pela finalização perfeita. Isso tudo sob a pressão pelo alto desempenho, por conta de um 2015 sem conquistas.

No mundo dos negócios não é muito diferente. Vence quem detecta primeiro as mudanças do mercado consumidor, cada vez mais velozes, e consegue se adaptar e ofertar produtos desejados, mesmo com a pressão do faturamento positivo. A evolução do perfil do consumidor traz dicas importantes. O olhar atento a este movimento já impactou diretamente na segmentação dos pequenos negócios paulistas – hoje 40% estão no setor de serviços, em especial nos ra-

mos de alimentos, apoio administrativo e transporte. Até o ano passado, o primeiro lugar era do comércio.

De acordo com uma consultoria internacional, a relação do consumidor com marcas e mundo digital mudou drasticamente nos últimos dez anos. Hoje, 79% acreditam estar mais informados para tomar uma decisão de compra, 76% buscam mais empresas antes de fazer uma compra e 72% tendem a mudar de fornecedor. É ele quem decide quando e como vai interagir com a loja, quer canais de vendas – físico e digital – que conversem, e tem o hábito de comentar nas redes suas experiências de compra, em especial as mais desastrosas.

Ampliar e integrar os canais de venda, melhorar a experiência da compra, usar as mídias sociais com inteligência e conhecer o comportamento de compra do cliente, inclusive quando ele está dentro da loja, são ações que fazem parte do treino que vai levá-lo ao pódio.

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 Tamamar, Luiz Paro e Rogério Lagos. Estagiários: Kaique Dalapola e Victor Sguario. 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



ESTADO DE SÃO PAULO ELIMINA MAIS DE 500 MIL EMPREGOS FORMAIS

O Estado de São Paulo perdeu mais de meio milhão de postos de trabalho formal no primeiro trimestre deste ano ante o mesmo período de 2015, segundo a Fundação Seade, com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho. No total, foram eliminadas 565.195 vagas nessa base de comparação, um recuo de 4,4%. De acordo com a Fundação Seade, o decréscimo dos empregos formais foi provocado, sobretudo, por reduções no comércio (reparação de veículos automotores e motocicletas); na indústria de transformação, com destaque para os desempenhos negativos na metalmeccânica; na agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura e construção. Nos serviços, houve relativa estabilidade.

O homem do shopping virtual

O site de compra e venda Mercado Livre surgiu da parceria de um argentino com o carioca Stelleo Tolda em 1999. Hoje a empresa é o varejo online mais visitado da América Latina.

O CARIOCA STELLEO TOLDA CONHECEU O ARGENTINO MARCOS GALPERIN NA UNIVERSIDADE DE STANFORD, NOS ESTADOS UNIDOS, QUANDO ESTUDAVA ENGENHARIA MECÂNICA. ANOS DEPOIS, QUANDO TOLDA TRABALHAVA NO BANCO DE INVESTIMENTOS LEHMAN BROTHERS NOS EUA, REENCONTROU GALPERIN, QUE LHE APRESENTOU A IDEIA DE UM SITE DE COMPRA E VENDA. ASSIM, EM 1999, O MERCADO LIVRE NASCEU NA ARGENTINA E QUASE SIMULTANEAMENTE NO BRASIL. TOLDA FOI RESPONSÁVEL PELO INÍCIO DA OPERAÇÃO BRASILEIRA DA EMPRESA E ESTEVE NO CARGO DE DIRETOR GERAL NO BRASIL ATÉ 2010. A PARTIR DE ENTÃO, ASSUMIU COMO VICE-PRESIDENTE (COO) DA EMPRESA, RESPONDENDO PELAS OPERAÇÕES DE TODA A AMÉRICA LATINA. TOLDA CONVERSOU COM O JORNAL DE NEGÓCIOS SOBRE OS BASTIDORES DA EMPRESA.

Como surgiu a ideia de fundar o Mercado Livre? Conte-nos a trajetória da empresa.

Em meados da década de 1990, quando quase ninguém tinha e-mail, Marcos Galperin navegava pela internet, curioso por explorar o mundo que nascia atrás da tela do computador. Em 1999, começaram a surgir as primeiras lojas online e, com elas, o formato de *marketplace* – shopping virtual. Foi desse olhar para o mundo digital que nasceu a ideia do Mercado Livre. Costumamos dizer que empreender não é criar um negócio, mas sim assumir riscos e gerar um valor diferencial no mercado. É adiantar-se ao que as pessoas desejam. Foi com esse espírito que o Mer-

cado Livre nasceu e cresceu ao longo desses 16 anos, chegando hoje a quase 4 mil funcionários. O *marketplace* continua sendo o principal negócio da companhia, porém, atualmente contamos com um ecossistema de sete unidades de negócios, a maioria atendendo, além do *marketplace* Mercado Livre, a milhares de lojas online em toda a América Latina. Em 2015, registramos no Brasil receita líquida de US\$ 290,6 milhões, um crescimento de 6% em dólares e de 50% em reais sobre 2014.

Divulgação



Stelleo Tolda responde pelas operações do Mercado Livre na América Latina

O que diferencia o modelo do Mercado Livre de seus concorrentes?

Contamos com um ecossistema de tecnologias completo para o e-commerce, esse é nosso grande diferencial. Além disso, nosso principal negócio, o *marketplace*, é o shopping virtual mais visitado da América Latina. Segundo a ComScore (dados de abril de 2016), são 25 milhões de visitantes únicos por mês. Oferecemos mais de 2.800 categorias e subcategorias de produtos e contamos com mais 350 lojas oficiais, de

grandes marcas, vendendo no *marketplace* do Brasil (1.250 em toda a América Latina). Atualmente, mais de 3 mil buscas por segundo são realizadas no Mercado Livre e 4,6 produtos são comprados por segundo.

De onde vem a receita do Mercado Livre?

Falando especificamente do *marketplace*, há três formatos de anúncio para o vendedor escolher: gratuito e sem comissão de venda; há baixa exposição do anúncio na plataforma. Clássico: grátis para anunciar e, após a venda, 10% do valor do produto anunciado é pago ao Mercado Livre; traz média exposição e permite ao vendedor oferecer parcelamento em até 12 vezes com juros. Premium, que é grátis para anunciar e, após a venda, 16% do valor do produto anunciado é pago ao Mercado Livre; tem melhor exposição do anúncio no site e permite ao vendedor oferecer ao seu cliente parcelamento em 12 vezes sem juros.

Quais as principais dicas para quem quer abrir um negócio e obter sucesso? E na área do e-commerce e plataformas digitais?

A principal dica é “assuma riscos”. Faça isso de maneira calculada, claro, mas dê passos. O e-commerce é um setor jovem, sempre em transformação e apresenta muitos desafios. No Brasil, o varejo digital representa apenas 4% de todo o varejo, o que significa que ainda há muito para crescer. Isso é desafiador e também estimulante.



PREVISÃO PARA INFLAÇÃO EM 2016 TEM QUINTA ALTA SEGUIDA

Economistas de instituições financeiras elevaram pela quinta vez seguida a expectativa para a alta dos preços neste ano, mas deixaram inalterada a previsão para o ano que vem. A pesquisa Focus do BC indicou alta de 0,06 ponto porcentual na expectativa para o avanço do IPCA este ano, a 7,25%, superando o teto da meta do governo, de 4,5%, com tolerância de 2 pontos porcentuais. A estimativa para o ano que vem, por sua vez, continuou pela quinta semana seguida em 5,5%, dentro da meta para 2017, que é de 4,5%, com tolerância de 1,5 ponto.



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

NOVIDADES



SEBRAE-SP ABRE AS PORTAS PARA ATENDIMENTO AO EMPREENDEDOR AOS FINS DE SEMANA

Serviço está disponível na sede da entidade na cidade de São Paulo em formato de plantão aos sábados e domingos, das 9h às 17h

Desde o fim de semana de 18 e 19 de junho, o Sebrae-SP faz um plantão de atendimento ao público aos fins de semana, na sua sede na capital. No local, estão disponíveis todos os serviços oferecidos nos escritórios regionais da entidade, que funcionam de segunda à sexta-feira. Dessa forma, quem não tem como ir a uma unidade do Sebrae-SP nesses dias poderá receber auxílio da sua equipe aos sábados e domingos.

O empresário ou futuro empresário tem a oportunidade de participar de consultorias individuais com especialistas, pode fazer uma avaliação completa do empreendimento por meio do Check-Up Empresa, assistir a palestras sobre finanças, marketing, gestão, administração, vendas, entre outras, além de formalizar-se como Microempreendedor Individual (MEI) e receber toda a orientação necessária para montar um planejamento eficiente e ter sucesso com o negócio próprio, seja ele de qualquer setor.

“Abrir as portas para atendimento ao público aos fins de semana é uma iniciativa inédita do Sebrae-SP para facilitar a vida de quem empreende ou quer empreender”, afirma o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano. “Nesse momento de crise econômica, com o faturamento das micro e pequenas empresas sofrendo quedas seguidas, o Sebrae-SP expande suas ações para apoiar o empreendedorismo. Também é uma forma de dar um suporte extra para quem perdeu o emprego e vê no negócio próprio a saída para voltar ao mercado e ter renda”, completa.

A sede do Sebrae-SP fica na Rua Vergueiro, 1.117, no bairro do Paraíso. O local é de fácil acesso: está próximo às estações de metrô Vergueiro e Paraíso. O horário de funcionamento aos sábados e domingos será das 9h às 17h.



Deixe o acaso fora do seu negócio

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

→ Quando o assunto é empreendedorismo, não sou daqueles que falam em sorte ou azar. Prefiro pensar em competência, planejamento e aproveitamento de oportunidades. Afinal, fazer do acaso parceiro no trabalho não é a melhor escolha.

Nesta edição do **Jornal de Negócios** trazemos reportagens que mostram justamente isso: pessoas que souberam explorar o momento e ganhar espaço no mercado sem esperar que a chance caísse no colo.

É o caso das empresas retratadas na matéria sobre os efeitos do câmbio. Com o dólar alto, seus produtos estão com preço mais interessante para o consumidor local na briga com similares importados e ganham competitividade na venda para o exterior. Nas orientações dadas pela equipe do Sebrae-SP, o atendimento recebe um capítulo especial. Tratar bem o cliente pode ser o fator decisório para

ele optar pelo seu produto ou serviço e não pelo do concorrente. Nas próximas páginas, você vai conhecer a história de um empreendedor que faz manutenção em celulares e conseguiu se destacar exatamente por respeitar o consumidor, atendendo de forma honesta, sem tentativas de “empurrar” um serviço desnecessário. Nada de “querer levar vantagem em tudo”.

Outra boa estratégia mostrada nesta edição vem dos produtores rurais que eliminaram a figura do atravessador e passaram a vender diretamente para o consumidor final, melhorando assim sua remuneração.

Faz parte das características do empreendedor de sucesso estar atento ao seu redor, manter uma visão de mercado clara e ter iniciativa para agir. Que os exemplos retratados nesta edição sirvam de inspiração para seus negócios.



INVESTIMENTO ESTRANGEIRO NO BRASIL RECUA 11,5%

O fluxo de investimento estrangeiro para o Brasil recuou 11,5% no ano passado e o País caiu quatro posições no ranking das economias que mais atraem capital internacional, para o oitavo lugar. A informação consta do relatório anual World Investment Report 2016 da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (Unctad). Com esse desempenho, o Brasil vai na contramão da tendência global, que registrou forte aumento de 38% nos fluxos de investimento direto no ano passado. O fluxo total de investimento estrangeiro para o País caiu de US\$ 73,086 bilhões em 2014 para US\$ 64,648 bilhões no ano passado.

Mercado pet resiste à crise

Segmento tem apresentado números positivos apesar da recessão econômica

Se o cenário econômico atual está desfavorável para negócios nos mais variados setores, o mercado pet demonstra ser um dos poucos a manter certo equilíbrio durante a crise brasileira. De acordo com dados da Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp), o número de empresas abertas no setor cresceu 80% no comparativo entre o primeiro trimestre de 2016 e igual período de 2014. Há dois anos eram 721 estabelecimentos no Estado e hoje existem 1.298 pontos comerciais. Além disso, em janeiro de 2015 o cuidador de animais (pet sitter)

passou a ser incluído na lista de atividades aceitas como Microempreendedor Individual (MEI). Daquela data até junho deste ano, cerca de 16,7 mil pessoas se formalizaram nessa função.

Números da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) apontam, também, aumento no faturamento do setor: em 2014, foi de R\$ 16,7 bilhões no Brasil; em 2015 houve um crescimento de 7,6%, chegando a R\$ 18 bilhões. A alta, no entanto, é muito mais um efeito da inflação e dos tributos do que de desenvol-

vimento efetivo, porém demonstra que o mercado – ao contrário de muitos outros – segue relativamente estável durante a crise.

OPORTUNIDADES

Atento a esse mercado, muitos empreendedores resolveram investir no mundo pet e estão se dando bem. A Padaria Pet, por exemplo, tem um conceito de convivência único entre humanos e seus pets, no qual até cerveja para cachorro, molhos para ração e chocolates especiais constam do cardápio. A ideia surgiu durante uma



viagem dos irmãos gêmeos Rodrigo e Ricardo Chen aos Estados Unidos, em 2010. Lá encontraram um estabelecimento com o conceito pet-friendly que lhes chamou a atenção.

“Olhamos esse lugar e vimos que não tinha nada parecido no Brasil. No mesmo ano, começamos a desenvolver a marca e o conceito da empresa. Também contratamos veterinários e fizemos consultorias em universidades com o objetivo de desenvolver as receitas para os produtos”, explica Rodrigo Chen. A primeira Padaria Pet foi inaugurada em agosto de 2015 no bairro de Pinheiros, em São Paulo; a segunda veio seis meses depois, também na capital paulista, na Rua Oscar Freire, em fevereiro de 2016.

Mesmo com menos de um ano de vida, o negócio vai bem e tem conseguido manter o crescimento planejado em torno de 15% ao mês. A empresa também já tem quatro interessados em abrir franquias nos modelos de loja física e móvel – contatos estabelecidos durante a Feira do Empreendedor do Sebrae-SP.

Se por um lado a alimentação é fundamental, a diversão e o conforto também aparecem no topo da lista no mercado pet atual. A Cozy Gatos é especializada na confecção de mobília para felinos, também conhecidas como árvores de gatos ou arranhadores. A empresária Fernanda Prado conta que a ideia do negócio surgiu quando sua gata sofreu um trauma e precisava de um espaço adequado.

“Comecei a estudar o comportamento felino e enriquecimento ambiental para ajudá-la a melhorar. Na hora de comprar um arranhador, não

Foto: Patrícia Cruz



Rodrigo Chen, da Padaria Pet: conceito do negócio foi trazido dos Estados Unidos



FATURAMENTO DAS MPES PAULISTAS CAI 14,4% NOS PRIMEIROS QUATRO MESES DO ANO

As micro e pequenas empresas (MPEs) do Estado de São Paulo registraram queda de 14,4% no faturamento acumulado de janeiro a abril deste ano na comparação com o mesmo período de 2015. Por setores, os resultados foram: indústria -14,8%; comércio -12,8% e serviços -16,2%. O nível fraco de atividade econômica e a queda no consumo doméstico impactaram negativamente as receitas das MPEs.



conseguia nada que fosse esteticamente bonito para mim ou resistente o suficiente para suportar minha gata gordinha de 5,5kg. Por isso comecei a criar meus próprios móveis”, explica.

O ateliê trabalha desde 2011 tanto com produtos personalizados para gatos com algum tipo de necessidade, quanto com linhas para clientes que procuram algo sob medida que combine com a decoração, design e espaço disponível na residência, nicho ainda carente no mercado pet. Mesmo durante o atual momento econômico conturbado, a Cozy Gatos prevê um crescimento mínimo de 10% nas vendas para o segundo semestre de 2016 e planeja contratar mais funcionários e ampliar seu espaço até 2017.

TERCEIRO NO RANKING

O Brasil é atualmente o terceiro maior mercado do mundo em faturamento no setor pet, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e Reino Unido, segundo dados da Abinpet. O tamanho desse negócio pode ser justificado pelo atual modelo familiar brasileiro, que pede um animal de estimação.

“Um casal de jovens ou um de idosos, sem filhos, quer um pet para companhia; um casal com crianças pequenas pede um pet para brincar com as crianças; enquanto adultos solteiros também querem um parceiro e por isso o pet se torna uma boa saída”, comenta o gerente do escritório do Sebrae-SP em Guaratinguetá, Ricardo Calil.

Hoje o animal é visto como um membro da família como qualquer

outro e tudo aquilo que a família prevê para si proporciona também para o bichinho de estimação. “O tratamento é igual. Tanto que muitas linhas de produtos criados atualmente têm o mesmo apelo que para humanos, no intuito de convencer os proprietários que eles têm a possibilidade de dar produtos similares aos que eles consomem para seus animais, dentro da mesma proposta”, explica Calil.

O crescimento do setor tem sido, em média, de 10% ao ano desde 2012, o que demonstra potencial para a atividade quando analisamos o PIB brasileiro, que em 2015 foi de -3,8%. No entanto, mesmo com o crescimento do setor, Calil destaca alguns pontos importantes para quem decidir empreender neste segmento. “É bom sempre ter os pés no chão e saber que 70% do faturamento do mercado é petfood (alimentos), produto este que tem margens menores para os lojistas, porém são muito importantes para o capital de giro do negócio”, alerta.

Além disso, o especialista do Sebrae-SP ressalta a importância do planejamento antes de abrir um negócio, sob o risco de transformar seu sonho em pesadelo. Especificamente sobre o mercado pet, o empresário precisa gostar dos bichos. “Muitas pessoas que gostariam de empreender acabam procurando apenas segmentos que tem altas taxas de crescimento sem verificar se tem afinidade. Isso é muito importante, porque o dia a dia realmente é muito pesado quando se tem um negócio. Fazer o que não gosta, neste caso, vai diminuir muito as possibilidades de sucesso do empreendedor”, finaliza Calil.

Divulgação



A Cozy Gatos é especializada em móveis para felinos



CELULAR É O QUE MAIS PREJUDICA A PRODUTIVIDADE NO TRABALHO

O celular e as mensagens são os que mais atrapalham a produtividade no trabalho. A conclusão está na pesquisa feita pelo CareerBuilder, site de carreiras norte-americano. Para mais de 55% dos patrões, o smartphone é o maior culpado pela falta de produtividade. Cerca de 83% dos trabalhadores têm smartphone e 82% ficam de olho no aparelho durante o trabalho. Apenas 10% das pessoas com smartphone dizem que ele está diminuindo sua produtividade no trabalho, e dois em cada três (66%) dizem que o utilizam várias vezes ao dia, mesmo enquanto trabalham.

Produtos nacionais ganham mercado

Com a alta do dólar, importados ficaram mais caros e empresas brasileiras aumentam vendas

Foto: Patrícia Cruz



O proprietário da Fire, Wagner Fernando Dorta, com o filho Raphael: produto nacional em busca de mercado entre os músicos



A disparada do dólar frente ao real teve um efeito colateral positivo: fez com que os produtos brasileiros ganhassem competitividade no mercado. Enquanto os importados ficaram mais caros, os nacionais se destacaram com um preço mais baixo. O alerta para as empresas, no entanto, é que para o empreendedor brasileiro consolidar esse espaço é preciso oferecer uma peça mais barata mas que tenha garantia de qualidade.

No atual momento, o preço pode até ser o primeiro quesito para o cliente testar o pedal de guitarra da empresa paulistana Fire. Enquanto o equipamento “made in Brazil” custa em média R\$ 450, os importados estão na casa dos R\$ 800. Mas, de acordo com o proprietário da marca, Wagner Fernando Dorta, o custo não é o principal fator competitivo. Isso porque, segundo ele, a qualidade do produto da Fire se destaca em um comparativo “lado a lado” com os concorrentes.

Uma das dificuldades é convencer o consumidor brasileiro que uma empresa nacional também pode fazer um bom produto musical. “Em geral, o brasileiro ainda tem na cabeça que o que vem de fora é melhor. O setor musical ainda tem muita dependência dos importados e essa parte de pedal é uma em que o Brasil não tem expertise. Chegamos com a proposta de entregar qualidade”, afirma Dorta.

E uma das preocupações para chegar ao produto ideal começou na formação da equipe da Fire. Dorta se define como um “músico nas horas vagas e um modesto colecionador de guitarras”. As equipes de desenvolvimento, comercial, administrativa, de produ-



EMPRESA ELIMINA HORAS EXTRAS COM SOLUÇÃO INUSITADA

Empresa na Holanda criou um método inusitado para evitar que os funcionários façam hora extra. Segundo informa a BBC, todos os dias, às 18h, as mesas do estúdio de design Helder Groen são elevadas automaticamente até o teto por cabos de aço, semelhante ao procedimento feito nos teatros. Sem os móveis, o espaço fica livre para ser usado para “pista de dança ou qualquer outra atividade que venha à mente”, diz o diretor-criativo Sander Veenendalls. Veja o vídeo em: https://www.youtube.com/watch?v=5VxN6JU_LOo&hd=1.



ção e técnica também são formadas por músicos. “Isso contribui para uma avaliação dos projetos e um direcionamento para as necessidades do mercado, custo-benefício, preços adequados e público-alvo. Todos os pedais são testados um a um”, afirma Dorta, que cuida da área de desenvolvimento. O filho Raphael é o responsável pela gestão de marketing do negócio.

Uma das apostas da empresa é o mercado internacional. Eles participaram em janeiro da NAMM, a maior feira de instrumentos musicais do mundo, em Los Angeles. “Ficamos impressionados com a receptividade de nossos produtos e, principalmente, em saber o quanto eles são competitivos”, diz. Dorta conta que a empresa cedeu alguns produtos para análise e demonstração em sites e canais de vídeos e o resultado tem sido um aumento na procura pela marca. “Nosso trabalho de exportação está no início, mas é muito promissor”, completa.

Quem também sentiu um aumento das encomendas foi a Incomac, empresa sediada em Ourinhos que fabrica máquinas peletizadoras, responsáveis por transformar a matéria-prima em grânulos para ração e adubo. Mas o produto mais procurado da fábrica é uma peça, matriz da máquina que produz os grânulos. Enquanto o objeto de aço inox importado custa R\$ 12 mil, a peça da Incomac, feita de aço carbono, é vendida por R\$ 7,2 mil.

A peça é considerada o “coração da máquina” – ela prensa o material e dá o formato para o produto. De acordo com a auxiliar administrativa da empresa Eliane Sabino, a venda das

peças ajudou a empresa a se manter. Isso porque a venda das máquinas depende dos financiamentos concedidos aos empresários e a escassez de crédito tem se refletido na baixa comercialização dos equipamentos.

Como consequência, a busca por uma alternativa mais barata levou os clientes à Incomac, que chegou a aumentar a produção e fabricar quase 30 peças por mês no ano passado. Atualmente, a produção está um pouco reduzida. “Antes a pessoa ficava com estoque, agora espera quebrar para fazer um novo pedido”, diz Eliane.

Apesar do cenário complicado, o proprietário da empresa, Sidney Rodrigues do Amaral, segue otimista. “O mercado não está muito bom, mas estamos prestes a atingir a meta”, conta Amaral, que fez o Empretec em 2014 e desde então participa de cursos do Sebrae-SP.

CUIDADOS

O consultor do Sebrae-SP Vagner Moreno alerta que o empresário que começar a receber mais pedidos não pode descuidar da qualidade do produto. “Não adianta ganhar só pelo preço”, destaca.

“Às vezes, a pessoa tem a preocupação de produzir, de atender ao mercado, ainda mais em uma situação dessa, e esquece a qualidade do produto. Ele precisa entregar um bom produto e no prazo combinado, senão pode acabar com tudo o que construiu”, completa.

Outro cuidado importante é para não se deixar levar pela empolgação dos aumentos dos pedidos e começar a investir em equipamentos e novos

funcionários sem fazer um planejamento. “Em muitos casos, o empresário pode ficar desesperado com medo de não conseguir atender a toda demanda e começa a querer investir

sem planejamento. Ele precisa pensar se essa demanda vai continuar no futuro. É preciso ter calma e se planejar, senão o investimento pode ser um tiro no pé”, afirma o consultor.

PLANEJAMENTO

O planejamento estratégico ajuda o empresário a tomar decisões no comando do negócio com base nas oportunidades oferecidas pelo ambiente externo em conjunto com as condições internas, favoráveis ou não, da empresa.

Essa ferramenta leva o empresário a responder três questões principais:

- Onde estamos?
- Para onde queremos ir?
- Como chegar lá?

Para chegar a essas respostas, é preciso seguir as seguintes etapas:

ANÁLISE DO CENÁRIO

Análise do ambiente interno: avaliação e constatação de pontos fortes a serem capitalizados pela empresa e de limitações a serem corrigidas, tendo como foco aspectos técnicos, financeiros, de infraestrutura física, de recursos humanos, entre outros.

Análise do ambiente externo: busca do entendimento das ameaças e oportunidades que o macroambiente propicia. Trata-se de reconhecer

e considerar a influência de fatores econômicos, sociais, políticos, de mercado e outros no desenvolvimento da empresa.

DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS

É o momento em que a empresa examina seus dados históricos e projeta suas metas futuras. É a resposta ao questionamento “para onde queremos ir”. De maneira geral, relaciona-se com aspectos ligados a faturamento, rentabilidade, quantidade de filiais, posicionamento no mercado.

DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS

Como a empresa vai atingir os objetivos traçados? Para cada estratégia estabelecida, deverá haver, no mínimo, um objetivo ao qual ela servirá. Como pode ser notado, o planejamento se desenvolve de maneira racional, de tal forma que as etapas venham a ser cumpridas organizadamente, permitindo que revisões periódicas sejam realizadas sempre que o cenário assim exigir.

Fonte: Sebrae-SP



CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO CRESCE EM SÃO PAULO

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio atingiu 75,9 pontos em maio – alta de 1,5% em relação a abril. Na comparação com o mesmo período de 2015, porém, houve queda de 7,2%. Segundo a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio) mesmo com a elevação em maio, o índice abaixo dos 100 sinaliza que continua o pessimismo dos empresários com relação ao nível de atividade em geral da economia. O ICEC varia de zero (pessimismo total) a 200 pontos (otimismo total) e, apesar de mostrar crescimento, o resultado ainda está próximo do menor patamar já atingido pelo indicador - 72,3 pontos em setembro de 2015.

O segredo do Rei do iPhone

Como uma pequena loja de assistência técnica, localizada na mais importante rua de eletrônicos de São Paulo, conseguiu um diferencial e disparou nas vendas



O caso aconteceu com o Rei do iPhone, uma loja instalada no número 92 da Rua Santa Ifigênia, no centro de São Paulo, que viu um dos seus atendimentos viralizar nas redes sociais com mais de 70 mil compartilhamentos e mais de 320 mil curtidas. A história, que também ganhou destaque no noticiário, começa com o relato de um consumidor nas redes sociais. Ele conta que buscava uma solução para um defeito no plug de seu aparelho. Foi até à Santa Ifigênia e consultou o prestador de serviço de um quiosque especializado, que, sem nem mesmo verificar o smartphone, pediu R\$ 180 alegando que teria de abrir o aparelho e trocar uma peça. Espantado com o preço, o consumidor decidiu pesquisar mais. Atravessou a rua e mostrou o celular para outro prestador de serviço. O sujeito do segundo quiosque analisou o celular, tirou a poeira do local com problema e devolveu ao cliente o aparelho funcionando.

Ao perguntar quanto custava o trabalho, o atendente disse que não era nada, lhe deu um cartão e apenas pediu que falasse bem dele para os amigos. Foi isso que o consumidor fez. O post no Facebook com o cartão da loja viralizou, alcançando 70 mil visualizações em dez dias. O resultado foi a multiplicação da procura pelos serviços e filas de até uma hora pelo atendimento.

Antes do elogio do consumidor, o Rei do iPhone recebia, em média, 15 possíveis clientes por dia em seu balcão. Depois que a história ganhou destaque nas redes sociais, esse número subiu para 150. Agora, os vendedores precisam distribuir senhas e organizar

Foto: Patrícia Cruz



Wissam Tie: "Sempre dou o recado para o cliente falar bem da gente se ficar feliz com o serviço"



GOVERNO LIBERA IMPORTAÇÃO DE FEIJÃO PARA BAIXAR PREÇO NO PAÍS

O governo anunciou a liberação da compra de feijão de três países do Mercosul: Argentina, Paraguai e Bolívia. O objetivo é baixar o preço do produto nos supermercados brasileiros. O governo estuda ainda a importação também de países como México e China, e também antecipou que negociará com as grandes redes de supermercado para que busquem o produto onde há maior oferta.



a fila para o atendimento. E, mesmo diante de tanto sucesso, os atendentes ainda continuam distribuindo sorrisos, chá, café e bolo na fila de espera.

“Sempre tivemos um bom movimento na loja porque sempre trabalhamos com atendimento personalizado e transparência com o cliente. Aqui a gente abre o aparelho na frente dele, detecta o problema, conserta e ele sai com o aparelho funcionando em no máximo 15 minutos. Assim não corremos o risco de sumir uma peça, de perder um arquivo pessoal”, destaca Wissam Tie, técnico da loja.

Quando perguntado se ele esperava que essa prática pudesse causar toda essa mudança, Wissam é enfático. “Sempre dou esse recado para o cliente falar bem da gente se ficar feliz com o serviço, mas nunca imaginei uma repercussão desse tamanho. Mas entendo que vivemos um momento em que as pessoas estão valorizando cada vez mais a honestidade e a transparência. Quem não quer hoje um prestador de serviço de confiança? Sempre digo que não devemos cobrar nada a mais de ninguém, apenas o justo. O melhor de tudo isso foi ter visto a mudança geral que isso trouxe. Nossos concorrentes mudaram também sua forma de atender, estão trabalhando melhor, sem vacilar com o cliente. E isso é muito bacana de ver porque só melhora o nosso mercado”, acrescentou.

Que honestidade é uma das maiores qualidades que alguém pode ter não se discute. No mundo dos negócios, ser honesto resulta em imagem positiva, credibilidade perante o público e retorno financeiro. Para o consultor de marketing do Sebrae-SP José Carmo Vieira, o segredo do sucesso

está no atendimento de excelência que a empresa presta no seu dia a dia, ao praticar a transparência e serviço de qualidade aos clientes. “A confiança e o reconhecimento do cliente são muito valiosas, porque elas viram combustível para a melhor propaganda que existe, que é a boca a boca que, quando amplificada pela internet, já agrega a esse serviço uma espécie de selo de garantia”, destaca Carmo.

Honestidade é uma qualidade que precisa, acima de tudo, estar no DNA do empresário para que isso seja refletido na empresa. Já o atendimento de excelência, responsável pela fidelização do cliente, é possível aprender e facilmente executar. Para saber se a sua empresa está atendendo bem o seu cliente, o Sebrae-SP oferece o produto Cliente Oculto, um serviço em que um especialista visita o seu estabelecimento, disfarçado de cliente, e anota todas as impressões sobre o atendimento. Ao final do serviço, o empresário recebe um relatório que aponta os pontos fracos e fortes do atendimento ao cliente, para melhorar a competitividade do seu negócio.

CLIENTE OCULTO PROGRAMA SEBRAE INOVA

É um diagnóstico de avaliação de todo aspecto de atendimento com foco em vendas. Indicado para comércio, alimentação fora do lar e meios de hospedagem.

Para contratar o Cliente Oculto procure o escritório do Sebrae-SP mais perto de você.

DICAS PARA MELHORAR O ATENDIMENTO AO CLIENTE:

Atendimento integrado:

do balconista ao proprietário, faça do atendimento geral aos seus clientes algo uniforme.

O cliente tem nome:

apresente-se ao seu cliente e chame-o pelo nome. No retorno, demonstre que já o conhece e que ele é bem-vindo. É uma forma simples e eficaz para conquistar e manter clientes.

O cliente quer ser percebido e valorizado:

seja exclusivo ao seu cliente, ouça-o com cuidado, identifique suas necessidades e demonstre interesse real em atender às suas demandas.

O cliente quer ter sua opinião considerada:

não discuta com o cliente, o importante é vender, não é ter razão na conversa.

O cliente gosta de sentir firmeza nas colocações de quem vende:

conheça todas as características dos produtos que sua empresa vende. O atendente deve saber tudo sobre aquilo que oferece.

Conheça bem seus concorrentes, seu cliente os conhece:

faça tão bem quanto eles, ou melhor se puder. Seus concorrentes são seu referencial de melhoria.

Falhas acontecem; se errou, assuma:

demonstre que você lamenta e que está pronto para ajudar. Encobrir erros pode encerrar relacionamentos para sempre.

Seja simpático, amável e cortês:

em todos os momentos você e sua equipe são a imagem total da sua empresa.

Tenha imparcialidade, seja justo e profissional todo o tempo:

importante também não priorizar amigos e familiares em detrimento de outros clientes.

Pós-venda:

o atendimento continua no pós-venda. Seja proativo nas datas comemorativas, por exemplo.



TOTAL DE CHEQUES SEM FUNDOS AUMENTA

A proporção de cheques devolvidos por falta de fundos sobre o total de compensados subiu para 2,39% em maio, na comparação com os 2,29% do mesmo período do ano passado, de acordo com dados da Serasa Experian. Trata-se do segundo maior percentual de devoluções para o mês na série histórica da empresa, iniciada em 1991, atrás apenas de maio de 2009, com 2,52% de cheques devolvidos, supera o dado deste ano. Na média dos cinco primeiros meses do ano, a inadimplência com cheques foi de 2,42%, acima dos 2,23% registrados no mesmo período em 2015.

Da roça à mesa, sem escalas

Com entrega em domicílio, cestas de verduras, legumes e frutas produzidas sem agrotóxico e de maneira sustentável conquistam mercado no interior

Que tal receber semanalmente, em casa ou em um local próximo, uma cesta com hortaliças, legumes e frutas produzidas de maneira sustentável e sem uso de agrotóxicos? A ideia conquistou centenas de consumidores em duas cidades do interior de São Paulo e mostrou aos produtores rurais que é possível encontrar uma maneira de comercializar seus produtos sem intermediários e com garantia de periodicidade de compra – um fator fundamental para quem depende do tempo da plantação e da colheita.

“As cestas variam toda semana, às vezes são mais folhas, outras vêm mais frutas, isso depende da produção. Toda segunda fazemos reunião com os produtores para definirmos o que vai nas cestas da semana”, explica Christine Bugnon, responsável

pelo grupo das “cestas agrofloretais” de Ribeirão Preto, que reúne produtores familiares de um assentamento na área rural da cidade. Além dos alimentos mais tradicionais, as cestas costumam incluir temperos e chás e são entregues todas as terças em vários pontos da cidade. As mensalidades variam de R\$ 130 (cesta pequena) a R\$ 180 (grande).

Apenas com a cesta, Christine afirma que os produtores chegam a tirar R\$ 600 mensais – a renda é composta pelo que também recebem ao vender para feiras, mercados e escolas. Ela conta que os produtores preferem não chamar os alimentos de “orgânicos”, mas sim de “agrofloretais”, já que o cultivo envolve não só a ausência de agrotóxicos e inseticidas, mas também uma integração à vegetação nativa. “As pessoas compram tam-

bém a questão de como plantamos, que é uma maneira de aliar a produção com o reflorestamento”, diz.

A estratégia de oferecer frutas e vegetais sustentáveis em cestas entregues em domicílio se mostrou um negócio acertado para o produtor Vítor Franco, de São José do Rio Preto. Em uma propriedade na zona rural do município, ele planta hortaliças, legumes e frutas orgânicas, que comercializa por meio de cestas entregues semanalmente. Ele criou até uma marca – Seio da Terra – para impulsionar a ideia. “Hoje entrego mais de 150 cestas por mês, inclusive com clientes mensalistas. Os produtos variam a cada época e eu divulgo com antecedência pelo whatsapp. É uma prestação de serviço de forma confortável, com produtos de qualidade”, diz.

Formado em comunicação, Franco

decidiu seguir o caminho da roça por questões pessoais, mais do que pela realização financeira. “Meu diploma não daria a satisfação que eu sinto ao trabalhar com a terra”, conta. Hoje ele está no limite da produção e, para compor as cestas, compra produtos de um amigo também produtor rural. Com apoio do Sebrae-SP, entre consultorias e cursos, conseguiu estruturar melhor a gestão do negócio, como organizar o fluxo de caixa. “Eu costumo dizer que o meu trabalho é o cenário ideal: o agricultor subsidiado pela comunidade”, afirma.

ALTERNATIVAS

Para o consultor do Sebrae-SP Leandro Ribeiro, do ER Botucatu, os produtores de orgânicos lidam com um público exigente e de renda mais alta, o que faz com que os empreendedores precisem criar alternativas para a venda de suas cestas – entrega em domicílio e diversificação de produtos são boas apostas. “Esse consumidor quer alimento fresco, de boa qualidade e com praticidade. É uma relação muito baseada na confiança que ele tem no fornecedor”, aponta.

Ribeiro lembra que o produtor rural precisa entender bem sua demanda, até mesmo para poder escalar sua produção, minimizar as perdas e calcular custos com entrega. “Pedidos com antecedência de uma semana vão ajudar no planejamento”, diz. Outra sugestão é procurar locais com possível demanda centralizada, como um condomínio em que ele leva os produtos para vender uma vez por semana, por exemplo. “Isso ajuda a tornar o produtor conhecido e diminui os custos de entrega”, afirma o consultor.



Cesta de alimentos de produção agroflorestral em Ribeirão Preto inclui até temperos e chás



FACEBOOK LANÇA PROGRAMA PARA INCENTIVAR EMPREENDEDORISMO FEMININO

O Facebook e o Instagram lançaram o programa de empoderamento feminino #ElaFazHistória. O serviço conta com parceria da Organização das Nações Unidas (ONU), do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e de ONGs feministas e tem como objetivo fazer com que mulheres contem as suas histórias de sucesso no setor de negócios, incentivando e inspirando outras a seguirem o mesmo caminho e realizarem seus próprios projetos. Em um primeiro momento, a hashtag irá reunir histórias e depoimentos de mulheres sobre conquistas pessoais. Depois, o portal do programa irá ajudar a divulgar as histórias para incentivar outras mulheres. Por último, ocorrerão ações em todo o País para capacitar e treinar as interessadas em empreender.

AGENDA FEIRAS DE NEGÓCIOS

10ª MEGA ARTESANAL

Quando: de 12 a 17/7

Onde: São Paulo Expo / Rod. dos Imigrantes, s/n – Vila Água Funda, São Paulo-SP

Informações: www.wrsaopaulo.com.br / (11) 3721-3116

25ª ENFLOR E 13º GARDEN FAIR

Quando: de 17 a 19/7

Onde: Recinto da Expoflora / Al. Maurício de Nassau, 675 – Holambra-SP

Informações: www.enflor.com.br / (19) 3802-4196

11ª ELETROLAR SHOW

Quando: de 18 a 21/7

Onde: Transamérica Expo Center / Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387 – Santo Amaro, São Paulo-SP

Informações: www.eletrolarshow.com.br / (11) 3035-1030

13ª FEICCAD (Feira do Imóvel, Construção, Condomínio, Arquitetura e Decoração)

Quando: de 21 a 24/7

Onde: Maxi Shopping Jundiaí / Av. Frederico Ozanan, 6000 – Jundiaí-SP

Informações: www.feiccad.com.br / (11) 4526-2637

ESTÉTICA BRASIL (CONGRESSO CIENTÍFICO INTERNACIONAL DE ESTÉTICA)

Quando: de 21 a 24/7

Onde: Pavilhão do Anhembi / Av. Olavo Fontoura, 1209 – Santana, São Paulo-SP

Informações: www.ibeco.com.br

7ª FORMÓBILE (FEIRA INTERNACIONAL DE FORNECEDORES DA INDÚSTRIA MADEIRA MÓVEIS)

Quando: de 26 a 29/7

Onde: Pavilhão do Anhembi / Av. Olavo Fontoura, 1209 – Santana, São Paulo-SP

Informações: www.feiraformobile.com.br / (11) 3598-7800



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.



Vale a pena abrir negócio que já existe?

VITOR DOS SANTOS, analista do Sebrae-SP

➔ O negócio pode até já existir, mas a forma de lidar com ele tem que ser diferente. Steve Jobs tem uma frase que encaixa perfeitamente com esse tema: “inovação distingue um líder de um seguidor”. Se você vai ser apenas um “seguidor” de negócios e fazer sua empresa como as outras existentes, você não dará aos seus clientes opções vantajosas, diminuindo a chance de sucesso e de se manter no mercado.

Se for um lava-rápido, o que você pode fazer para se diferenciar? Horários alternativos? Tipos diferenciados de lavagem? Conveniência? Se for um pet shop, talvez a forma de se relacionar e envolver os clientes pode ser oferecendo vantagens competitivas, em vez de apenas abrir as portas e aguardar o cliente entrar.

Uma forma de observar o quanto isso é importante é reparar na evo-

lução dos processos dentro dos negócios. Por exemplo, uma farmácia. Antigamente, as farmácias tinham móveis de madeira, com remédios atrás do balcão. Hoje, as farmácias são pequenos centros de diversos produtos, com uma iluminação bem característica, pontos de autoatendimento, entrega na própria residência. E, com certeza, novas novidades para o setor vão aparecer.

O negócio pode ser tradicional, mas pense: por que o seu cliente vai escolher você, e não seu concorrente? Tome cuidado para não justificar, apenas, sua localização, pois existem diversas soluções que resolvem esse problema para o cliente. Lembre-se também de que os clientes não procuram diretamente o produto que você vende, mas sim os benefícios e valor que ele oferece. Ao mudar essa perspectiva, você amplia as oportunidades de inovação!



CAI TEMPO GASTO NAS REDES SOCIAIS NO CELULAR

Pesquisa feita pela SimilarWeb, empresa de análise estratégica de marketing online, indica que as pessoas têm passado menos tempo usando aplicativos de redes sociais em seus celulares. O levantamento foi feito com dados de aparelhos Android e compara o tempo gasto diariamente no Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat nos primeiros trimestres de 2015 e 2016 em nove países: Austrália, Alemanha, África do Sul, Brasil, Espanha, Estados Unidos, França, Índia e Reino Unido. O Instagram foi a rede que sofreu maior baixa no período, de 31%, em média. O Twitter teve diminuição de 22% do uso. Snapchat e Facebook tiveram redução de 13,3% e 6,25%, respectivamente.



Da restrição à solução

A dieta restrita do filho alérgico foi o ponto de partida para Adriana Fernandes abrir um negócio de alimentos para quem tem problema

“**H**á pelo menos dez anos eu já sonhava em ter um negócio na área de alimentação. No entanto, como tinha uma carreira estabilizada em comunicação, trabalhando em uma boa empresa, fui adiando esse sonho. Quando tive meu segundo filho, ele nasceu alérgico a diversos alimentos e para poder alimentá-lo era necessária uma dieta muito restritiva. Com isso, tudo que eu fazia de alimentos em casa tinha de readequar. Nesta mesma época eu passava por momentos difíceis na empresa e desconfiava que seria demitida. Então comecei a amadurecer a ideia de abrir um negócio de alimentação voltado a esse segmento de comida pronta para pessoas que têm algum tipo de restrição alimentar.

No começo, embarquei sozinha na ideia. Era a ideia de quem amamentava nas madrugadas e ficava pensando em saídas. Então, em abril de 2014, era eu e um amigo, chef de cozinha. Pouco depois, meu marido também foi demitido da empresa em que era diretor, então decidimos arriscar tudo nessa de alimentação para quem tem restrição. Seis meses depois, o meu cunhado também entrou na dança e hoje somos três sócios.

Quando começamos, eu tinha muita dúvida se haveria demanda para esse segmento, por ser tão específico. Não sabia se era uma loucura, porque não tinha nenhuma referência no mercado. Cheguei a pensar que não existia público para esse

Foto: Cris Castello Branco



Adriana Fernandes, sócia da Mandala Comidas Especiais

segmento, por isso que ninguém fazia ainda. Era um grande desafio rastrear todos os fornecedores dos nossos ingredientes para ter a garantia de que os produtos eram totalmente livres da contaminação de glúten e oito principais alergênicos.

Mas todas as dúvidas e medos foram

rapidamente amenizados porque as pessoas receberam muito bem. Tanto as que têm muitas restrições, como as que não têm tantas restrições, mas procuram a Mandala por se sentirem seguras com o serviço que oferecemos.

Além disso, uma das conquistas que sempre destaco é o fato de ter-

mos uma grande procura do mercado corporativo. Um exemplo é o projeto enorme com o Hospital Israelita Albert Einstein. Nós servimos desde a dieta líquida do paciente bariátrico até as dietas mais complexas e sobremesas, para que o hospital ofereça mais conforto a esse público com restrição alimentar. Isso me dá um alívio enorme, pois vejo como o nosso negócio está sendo recebido com confiança por quem precisa desse tipo de alimentação. E, quando olho para trás, para quando começamos, vejo que os objetivos estão sendo alcançados.

Hoje, dois anos depois de abrir as portas, temos dois negócios, oito funcionários, trabalhamos com refugiados e vemos nitidamente a alegria de vários clientes alérgicos ou pais de crianças com alergias que podem, pela primeira vez, comer um alimento gostoso, de qualidade, sem risco.

Uma coisa tenho certeza e falo para todos que me perguntam: se não fosse o Sebrae-SP não estaríamos onde estamos hoje. Acho que todo mundo que quer começar um negócio, tem o sonho de ser empreendedor, tem de procurar o Sebrae-SP e cavar. Procurar um consultor, um curso, palestra, algum evento que atenda ao que está procurando. Mas tem de procurar no Sebrae-SP, porque o conteúdo está lá, basta cavar até encontrar para iniciar o negócio com consistência.”

Confira o vídeo com a história de Adriana Fernandes e sua empresa [aqui](#).



CARRO PODERÁ SER COMPRADO COM CARTÃO DE DÉBITO

A Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs) vai tentar colocar em prática ainda este ano um modelo que viabilize o maior uso do cartão de débito em compras de tíquete mais elevado como um automóvel, por exemplo, segundo o presidente da entidade, Marcelo Noronha. “Se possível, vamos colocar em prática este ano. Os estudos estão avançados, mas há desafios sob o ponto de vista de custo e taxas”, afirma.



Jardim de oportunidades

Depois de chegar ao fundo do poço, Mauri Rodrigues se recuperou do alcoolismo, aprendeu um ofício e abriu sua empresa de jardinagem

“O começo é sempre difícil. No início da Oásis, minha empresa de jardinagem e paisagismo, aceitávamos todo tipo de bico durante a semana: limpeza de quintal, de fundo de loja. Nos finais de semana, eu saía panfletando e divulgando meu trabalho com minha esposa, Rose. Com o tempo, começaram a aparecer clientes. Hoje, nossos principais clientes são condomínios-clubes. Nesses locais, nós fazemos reformas e manutenção dos jardins, retiramos as pragas da folhagem, cuidamos da estética. Para que o jardim dure bastante tempo, ele precisa ser bem cuidado.

Mas, voltando um pouco na minha história, tive de ultrapassar muitas barreiras, e a mais difícil delas foi o alcoolismo. A recuperação me tornou um cara forte, me motivando a empreender.

Eu me perdi no álcool ainda na adolescência. No primeiro gole vi que tinha propensão ao alcoolismo, eu bebia muito e não me contentava. Tem uma frase que os camaradas na rua dizem: ‘o álcool é o capeta engarrafado’, e é verdade.

Eu nunca tinha bebido pinga e com 30 anos comecei a fazer isso. Aquilo me dominou de uma forma que eu não queria mais voltar para a casa, voltava só para tomar banho. Chega uma hora em que você esquece que existe família e, quando fui perceber, já estava há uma semana fora de casa, sem ligar nem dar satisfação. Fiquei oito anos morando na rua até chegar a

um ponto em que eu não comia mais, só pensava em beber. Comecei a surtar, fiquei louco, via as coisas e não sabia se eram alucinações pelo efeito do álcool.

Durante uma madrugada, houve um deslizamento por conta da chuva no barraco onde eu morava, que me fez acordar no dia seguinte sendo retirado por amigos de uma vala, cheio de lama. Naquele momento eu senti falta da minha família e percebi que precisava de ajuda. Peguei uma carona com o seu Ari, motorista de ônibus da região, que me deixou no pronto-socorro.

Após ser medicado, fui para o centro da cidade de São Paulo procurar minha mãe, mas eu não lembrava o nome dela nem onde morava. Por sorte, meu irmão me encontrou andando pelas ruas. Fiquei uns dias em casa, acabei surtando e me levaram para um hospício. Passei três meses lá e saí com um laudo, que declarava uma doença mental irreversível.

Resolvi estudar sobre meu problema e conheci a Instituição Cláudio Amâncio, à qual sou muito grato. Eu não tinha dinheiro para pagar e eles me acolheram. Fiquei um ano em reabilitação. Foi lá dentro que comecei a mexer com plantas e cuidar do jardim. Já recuperado, saí da instituição trabalhando em uma empresa de jardinagem e ela me designou um serviço que era exatamente no prédio do Sebrae. Minha função era montar diversos vasos e cuidar do jardim. Gos-

Foto: Patrícia Cruz



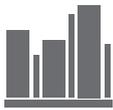
Mauri Rodrigues, dono da Oásis Paisagismo & Jardinagem

taram do meu trabalho e me mantiveram no prédio.

No Sebrae são realizadas várias palestras para quem deseja ser empreendedor. Por serem ao lado do jardim onde eu trabalhava, eu as ouvia por tabela e aquilo tudo me instigava a abrir meu próprio negócio. Conversava com consultores e palestrantes no elevador. Ao ouvirem minha história, me falavam que meu sonho poderia se concretizar.

Resolvi deixar de ser empregado no Sebrae para virar cliente. Conversei com minha esposa e decidimos abrir a Oásis Paisagismo & Jardinagem. O Sebrae abriu minha mente para eu acreditar em mim e no empreendedorismo. Como cliente, busquei cursos para aprimorar a parte técnica e fui orientado para que minha empresa conseguisse ter sucesso”

Confira o vídeo com a história de Mauri Rodrigues e sua empresa [aqui](#).



REGIÕES SUL E SUDESTE LIDERAM CRIAÇÃO DE EMPRESAS

As regiões Sul e Sudeste são as principais responsáveis pelo aumento de novas empresas no Brasil nos primeiros quatro meses do ano. De janeiro a abril, 674.975 novos negócios foram criados no País, alta de 4,1% ante igual período de 2015 e o maior nível desde 2010, segundo a Serasa Experian. No entanto, por região, apenas Sul e Sudeste apresentaram expansão, de 1,8% e 4,8%, respectivamente. As demais regiões registraram queda.



Com o Office 365, você trabalha de qualquer lugar e sua empresa fica mais produtiva, reduzindo custos.

Sabemos que nem sempre é fácil fazer a gestão de sua empresa, estar atualizado com seus e-mails e ainda fazer reuniões com os clientes. O Office 365 permite que você e seus funcionários trabalhem de qualquer lugar, acessando seus arquivos atualizados, independentemente do dispositivo. Além disso, com o Skype for Business, você faz ligações e reuniões on-line, com vídeos e apresentações, reduzindo seus custos de telefonia e viagens.

Com o Office 365 sua empresa tem:

- Word, Excel, PowerPoint e outras ferramentas que você já conhece.
- Skype For Business para ligações e reuniões a distância.
- One Drive com 1 TB de armazenamento.
- E-mail Exchange com o nome da sua empresa.
- Suporte grátis 24h, todos os dias.

Saiba mais em products.office.com/business ou ligue **0800 761 7454**.

 Office 365

PLANOS
POR MENOS DE

R\$ 1,00

POR DIA/
POR USUÁRIO.

 Microsoft

**SEBRAE
SP**

Empretec

O Empretec promove uma verdadeira transformação no comportamento do empreendedor.

Durante seis dias você vai aprender a superar seus limites, enxergar oportunidades e fortalecer suas habilidades.

Desenvolvido pela ONU, o Empretec é aplicado no Brasil com exclusividade pelo Sebrae.

HÁ MAIS DE 20 ANOS PREPARANDO CAMPEÕES

COMECE AGORA 5 x R\$ 260,00

Participe da palestra gratuita de apresentação e saiba mais.

Ligue **0800 570 0800**, procure o Sebrae-SP mais próximo ou acesse: <http://sebr.sp/empretec>



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**.



PERSPECTIVA COM A ECONOMIA MELHORA

Começa a perder força o mau humor do mercado mantido há dois anos e pipocam sinais de otimismo diante das perspectivas de mudanças no cenário econômico. A consultoria MB Associados revisou de 0,6% para 2% a projeção de crescimento do PIB de 2017. Para este ano, a queda antes prevista em 4,1% baixou para 3,3%. O banco Fibra mudou a expectativa de crescimento do PIB de 2017 de 1% para 2,1% – a melhor projeção até agora. O Índice de Confiança do Empresário Industrial (Icei), da Confederação Nacional da Indústria (CNI), subiu pelo segundo mês seguido, para 45,7 pontos, o maior desde novembro de 2014. A média histórica é de 54,3 pontos.

Audiobook traz dicas para empreendedores

“Empreendedorismo” reúne comentários do diretor técnico do Sebrae-SP, Ivan Hussni, a respeito de dúvidas do dia a dia dos micro e pequenos negócios

O cotidiano dos empresários de micro e pequenos negócios no País é repleto de dúvidas: como controlar melhor o caixa? Como se preparar para o 13º salário dos funcionários? Vale a pena investir em marketing? Para auxiliar os empreendedores a encontrarem respostas para essas questões, o diretor técnico do Sebrae-SP, Ivan Hussni, lança o audiobook “Empreendedorismo”.

A publicação é uma coletânea com os melhores textos apresentados pelo autor em programas veiculados nas rádios CBN e Bandeirantes. Utilizando uma linguagem simples, os capítulos duram cerca

de um minuto e vão direto ao ponto, privilegiando a prática e o dia a dia da empresa.

“As orientações são voltadas para empreendedores de qualquer segmento, tanto para aqueles que querem começar a empreender com o pé direito quanto para aqueles que já estão no mercado, mas desejam aprimorar a gestão”, diz Hussni, que também tem uma sólida carreira empresarial.

Atualmente, cerca de 95% das empresas brasileiras são de micro ou pequeno porte. Melhorar os aspectos relacionados à administração, à motivação dos funcionários e ao marketing, entre outros itens, é fundamental para a empresa sobreviver em um momento de recessão econômica.

“Não há um momento certo ou errado para empreender. O que importa é saber se o caminho do empreendedor está correto. De nada adianta uma boa ideia mal executada”, diz o autor.

Hussni é natural de Rio Claro (SP) e, como empresário, atua nos setores de alimentação fora do lar, hotelaria

e no ramo imobiliário. Formado em administração de empresas pela PUC Campinas e pós-graduado nas áreas de turismo e gerência de cidades, já esteve à frente de secretarias do município de Rio Claro. Também foi vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp) e diretor da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de SP (ABIH-SP).

“Não há um momento certo ou errado para empreender. O que importa é saber se o caminho está correto”

Foto: Patrícia Cruz



Iva Hussni: “orientações são voltadas para empreendedores de qualquer segmento”

O audiobook “Empreendedorismo” está disponível para download gratuito no portal do Sebrae-SP, no endereço http://sebr.ae/SP/audiobook_empreendedorismo. Junto com o audiobook, o interessado pode baixar também o e-book com as versões impressas dos textos.