

## JEPP ALCANÇARÁ 30 MIL

Programa beneficiará, este ano, todos os estudantes do Ensino Fundamental matriculados em período integral da rede pública do Estado.

■ **Página 7**



## BANHO DE RESULTADOS

Mudanças estratégicas promovidas pelo Banho de Loja resultam em aumento de mais de 10% no número de clientes da Pneu São Cristovão.

■ **Página 11**

## VOO DA ARTE SACRA

Artesão goiano Carlos Sorence faz pombinhas do Divino Espírito Santo de biscuit para distribuição em diferentes regiões do País.

■ **Página 19**

# JORNAL SEBRAE

Publicação do Sebrae Goiás - Edição 12 - Ano III - Março/2014

[www.sebraego.com.br](http://www.sebraego.com.br)

Distribuição Gratuita

0 8 0 0 5 7 0 0 8 0 0

Impresso Especial

9912212074-DR-GO  
SEBRAE

CORREIOS

DEVOLUÇÃO  
GARANTIDA

CORREIOS

# Elas estão no comando

Pesquisa GEM mostra que, entre 2002 e 2012, o volume de mulheres à frente dos pequenos negócios cresceu 18%, enquanto que o dos homens teve elevação de apenas 8%. Já o

número de empreendedoras que são chefes de família aumentou 70%. Quanto ao estudo, elas saem na frente novamente: são mais escolarizadas do que os homens. Empresária

Lucy Barreto, formada em Economia e com cursos na área de gestão, é exemplo de sucesso no meio empresarial com a loja Absolutely Necessária.

■ **Páginas 14, 15 e 16**

## FEIRAS PROMOVEM TURISMO

Ações de mercado integram projetos de desenvolvimento de circuitos turísticos ao longo do Rio Araguaia e do lago de Serra da Mesa.

■ **Página 21**

## CURSO MUDA VIDA DE ARTESÃO

Curso de precificação ensina artesão especialista em confecção de cintos e bolsas de couro a entender sobre custo e lucro.

■ **Página 22**

## FEIRA SUSTENTÁVEL

Responsabilidade socioambiental e empreendedorismo verde serão incentivados e difundidos durante o evento.

■ **Página 24**



**8** Dois diretores do Sebrae Goiás passam a integrar o Conselho do Programa Produzir, do Governo do Estado

**10** Sexta edição da Semana do MEI será realizada de 31 de março a 5 de abril, em Goiânia e Águas Lindas de Goiás

**20** Programa de rádio Momento Sebrae regionaliza programas com conteúdo voltado às necessidades locais

**23** As potencialidades e vocações turísticas de Goiás serão divulgadas em todo o País por meio do Plano Estratégico de Marketing

**25** Pequenos negócios goianos geram praticamente metade das vagas com carteira assinada em janeiro

**17**

Administradora de empresas realiza sonho empreendedor por meio de franquadora de bijuterias



**18**

Há pouco mais de dois meses, o site Frutas em Casa entrega kits de alimentos vendidos exclusivamente pela internet



## INDICADORES

### UFIR (março)

R\$ 1,0641

### TJLP

5%

### SELIC

10,75% (anual)

### SALÁRIO MÍNIMO

R\$ 724,00

### SALÁRIO FAMÍLIA

Até R\$ 646,55 - > R\$ 33,16

De 646,55 até R\$ 971,78 - > R\$ 23,36

### TABELA IR

Pessoa física - Até R\$ 1.787,77 - > Isento

De R\$ 1.787,78 até R\$ 2.679,29 - > 7,5%

De 2.679,30 até 3.572,43 - > 15%

De 3.572,43 até R\$ 4.463,81 - > 22,5%

acima de R\$ 4.463,81 - > 27,5%

### PESSOA JURÍDICA

15% sobre o lucro real

### REAJUSTE DE ALUGUEL

Fator de reajuste - > 1,0829 (março)

### INFLAÇÃO

IPCA (acumulada 12 meses): 5,58%

IPC (Segplan-GO) (acumulada 12 meses): 5,81%

### POUPANÇA

12 meses - > 6,17%



## PREPARE-SE PARA A MAIOR FEIRA DE EMPREENDEDORISMO DE GOIÁS

De 31 de julho a 03 de agosto, no Centro de Convenções de Goiânia. Aproveite esta excelente oportunidade para associar sua empresa à marca, força e credibilidade do Sebrae.

- Rodadas de Negócios • Palestras • Oficinas • Workshops • Mesas-redondas • Clínicas Tecnológicas
- Atendimento Empresarial • Exposição de Oportunidades de Negócios • Videoaulas • Documentários sobre temas empresariais.

PARA INFORMAÇÕES SOBRE PATROCINADORES E EXPOSITORES, PROCURE O SEBRAE.

 facebook.com/SebraeGoias

 @sebraegoias

Especialistas em pequenos negócios / 0800 570 0800 / www.sebraego.com.br



EXPEDIENTE



**Serviço de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas  
(Sebrae Goiás)**

Av. T-3, nº 1.000,  
Setor Bueno, Goiânia (GO)  
Telefone: (62) 3250-2000  
CEP: 74210-240  
www.sebraego.com.br

Presidente do Conselho  
Deliberativo Estadual  
Marcelo Baiocchi Carneiro

Diretor-Superintendente  
Manoel Xavier Ferreira Filho

Diretor Técnico  
Wanderson Portugal Lemos

Diretora de Administração e  
Finanças  
Luciana Jaime Albernaz

Gerência de Marketing e  
Comunicação  
Patrícia Cardoso Barcelos

**JORNAL SEBRAE**



Coordenação Editorial  
Wilson Lopes de Menezes  
wilson@sebraego.com.br

Edição  
Warlem Sabino  
warlem@oficinacomunica.com.br

Reportagem  
José Antônio Cardoso e  
Wanessa Rodrigues

Fotografia  
Edmar Wellington, Fernando  
Leite e Silvio Simões

Projeto gráfico, edição  
e diagramação  
Oficina de Comunicação  
(62) 3225-4899

Tiragem: 30.000 exemplares  
Impressão: Gráfica Moura Ltda  
CNPJ: 06.302.743/0001-00  
Distribuição gratuita e dirigida

PALAVRA DO PRESIDENTE

# Produzir, sempre

Há pelo menos uma década o Produto Interno Bruto (PIB) de Goiás cresce com números acima da média nacional. A forte industrialização experimentada nos últimos anos, aliada à pujança do agronegócio, fez do Estado uma ilha de prosperidade. Empregos estão em alta, bem como a renda do trabalhador e do empreendedor, o que atrai migrantes de diversas partes do País e até mesmo do exterior.

Grandes indústrias se espalham pelos mais diversos cantos de Goiás. Na região Norte, por exemplo, mineradoras do porte da Sama e Votorantim transformam as cidades da região; no Sul-Su-

doeste, montadoras de veículos como Mitsubishi e a indústria de alimentos Perdigão empregam milhares de pessoas em Catalão e Rio Verde, respectivamente; na região Central, a montadora Caa/Hyundai e o gigantesco polo farmaquímico impulsionam a economia local anapolina.

Fábricas que, além de gerarem emprego e renda, trazem consigo oportunidades de mercado aos empresários de micro e pequena empresa.

E toda essa riqueza não está em Goiás por acaso. Além de o Estado estar em um local estratégico do País - região Central -, os incentivos fiscais, principalmente do Programa Produzir, são

atrativos que ajudam a levar o desenvolvimento para o Centro-Oeste. Sem os incentivos, dificilmente os empresários deixariam o eixo Rio-São Paulo para investirem em Goiás, Distrito Federal, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

Por isso, é tão importante a manutenção do Produzir e a continuidade do processo de aperfeiçoamento. Hoje, um de seus subprogramas, o Microproduzir, financia as micro e pequenas empresas, eliminando mais um gargalo da vida empresarial dos pequenos. Investir nos pequenos negócios é investir na população como um todo. É garantir mais renda em emprego para Goiás.



Marcelo Baiocchi  
Carneiro, presidente do  
Conselho Deliberativo do  
Sebrae Goiás

EDITORIAL

# É legal a formalização

Os últimos dados estatísticos do Portal do Empreendedor mostram que 138 mil pessoas se formalizaram como microempreendedor individual (MEI) em Goiás. O Estado é um dos campeões em registros no País, graças a intensas campanhas de mobilização realizadas pelo Sebrae Goiás e parceiros. Além da formalização, a instituição se esforça para disponibilizar cursos de qualificação da gestão para os empreendedores.

Entre os dias 31 de março e 5 de abril, a Praça Cívica, no Centro de Goiânia, receberá a 6ª Semana do MEI. O trabalhador que tem interesse em se informar melhor sobre como se tornar um microempreendedor

individual ou mesmo quem já se decidiu, mas não tinha tempo para fazê-lo, poderá aproveitar a oportunidade. Além do atendimento, haverá cursos de capacitação gratuitos.

Desde 2008, quando foi instituída a figura do MEI, a história de centenas de milhares de brasileiros de Norte a Sul, empreendedores por natureza e por vocação, mudou radicalmente. Com CNPJ, nota fiscal e acesso à Previdência Social e linhas de crédito em instituições financeiras, os trabalhadores mudaram radicalmente de vida, transformando ideias em oportunidades de negócios.

Segundo o estudo Perfil do Microempreendedor Individual 2013, 68% dos MEIs forma-

lizados conseguiram aumentar o faturamento após o registro; quase 1/3 deles elevaram o volume de vendas para outras empresas; e 77% disseram que melhoraram as condições de compras dos fornecedores após o CNPJ.

O Sebrae Goiás, por sua vez, está preparado para atender o MEI. As Oficinas Sebrae Empreendedor Individual (SEI) são capacitações específicas para o MEI. Com esse conhecimento, aliado às habilidades naturais de quem monta o próprio negócio, os empreendedores ganham suporte para subir de categoria, deixarem o MEI para se transformarem em micro, pequenos ou grandes empresários.



Manoel Xavier  
Ferreira Filho, diretor-  
superintendente do  
Sebrae Goiás

PAULO BORGES

Fotos: Edmar Wellington



# “Moda é um bom negócio para o pequeno empresário”

Idealizador da São Paulo Fashion Week, articulador e empresário bem-sucedido, Paulo Borges afirma que a indústria da moda é um grande negócio para o empresário da micro e pequena empresa. Diferente de outros países, segundo ele, o setor ainda é muito jovem no País, o que permite a entrada de novos empreendedores. “O importante é ter em mente aonde quer chegar, quais as ferramentas que tem nas mãos e quais não tem. Às vezes é mais importante saber o que não tem, para se organizar, planejar, se preparar e se conectar.”

*Jornal Sebrae – A indústria da moda tem sido grande atrativo ao pequeno empreendedor. Esse é um bom negócio?*

**Paulo Borges** – É sempre um bom negócio. O importante é ter em mente aonde quer chegar, quais as ferramentas que tem nas mãos e quais não tem. Às vezes é mais importante saber o que não tem, para se organizar, planejar, se preparar e se conectar. Moda é um processo de conexão. Não se faz moda sozinho, nem do ponto de vista criativo e nem do ponto de vista produtivo. Precisa ter uma cadeia toda para se chegar ao objetivo. Pode ser pequeno, micro, médio ou grande, a necessidade vai ser sempre

a mesma. O que muda são os volumes de conexões e de demandas. Peculiarmente, a estrutura da indústria de moda no Brasil é muito formada de pequenos e micros negócios, diferente de outros países, que já têm cadeias em grandes redes e grandes indústrias. Aqui, o processo ainda é muito jovem. A gente tem uma indústria jovem, um país jovem e muito a se desenvolver e a chance de você transformar. A força capilar social da indústria da moda é gigantesca, mas ainda é muito subutilizada.

*Mesmo que ainda se tenha muito a desenvolver, esse mercado teve um boom*

*nos últimos anos. O que fazer para se tornar diferente em um mercado tão amplo?*

**Paulo Borges** – Eu falo o tempo todo que você tem de por o carro para andar, trocar o pneu, lavar, colocar gasolina. Tem de estar o tempo todo com o carro em movimento. O carro não para. O processo de moda é um processo de inovação. E inovação é um processo de movimento constante. Aquilo que interessa às pessoas hoje, daqui a seis meses pode não interessar. Esse momento específico é de transformação muito grande. Transformação dos processos, de toda a cadeia que integra a questão da moda e que chega ao consumidor. E, hoje, o consumidor



## PAULO BORGES



**“O que está errado no Brasil é que não tem um plano de governo que olhe para a questão produtiva. E aí, não estou falando só da moda. Tudo no Brasil está custando muito caro, o País tem processo burocrático gigantesco”**

detém um poder enorme, porque ele tem a informação muito fácil e a capacidade do diálogo e da escolha, que as redes sociais permitem. Todo o processo de consumo, e não é só moda, passou por um xequê de valor, de qualidade, de aceitação e de rejeição muito rápido. Da mesma maneira que é cruel, também é muito positivo, porque consegue também ter um termômetro muito mais rápido do que antigamente. O mistério hoje, de como faz moda, ficou ainda maior, porque tem de fazer sempre olhando para o mercado e o consumidor. Isso mudou a moda. Há 20, 30 anos, a moda era pensada por meia dúzia de pessoas. Tinha de seguir aquilo que essa turma dizia, se estava na moda ou fora dela. Essa dinâmica tem de ser vista como um fator positivo de construção. É isso que a gente faz no Brasil. A gente está construindo uma identidade de moda.

*Qual seria essa identidade de moda?*

**Paulo Borges** - Muitas vezes, as pessoas confundem e acreditam que essa identidade tem de ser caricata e regional. Tem que aparecer questões que têm a ver com nossa cultura ou com nossa forma de viver e de ser. Para ser moda brasileira tem de ser estampada, florida, sexy, ter bordadinho, rendinha, abacaxi. É um pouco caricatura daquilo que somos. E não somos. Nosso folclore pode ser assim, nossa história pode ser assim, mas a gente é um cidadão global. O mundo é feito por conexões globais.

*Dá para falar em erro no jeito de se fazer moda como produto?*

**Paulo Borges** - Tem mais do que a gente deveria ter. Mas também é um trabalho que a gente acerta errando. É um processo dinâmico. Diferente

de uma indústria que faz um componente para um carro, que fará aquilo a vida inteira. Um parafuso, por exemplo. Evolui na forma da matéria-prima e da durabilidade, mas será sempre um parafuso. Na moda, não existe isso.

*Nesse sentido de ter um diferencial, seria então um erro não inovar?*

**Paulo Borges** - Não inovar é fatal, e não erro. Se não inova, não está fazendo moda, está fazendo roupa. Aí tem de ter a capacidade de fazer muito volume, porque isso só vai ter valor no volume, como a China começou fazendo. Hoje, a China faz moda e muito bem. Ela não gera moda ainda porque ninguém quer comprar a marca “X” da China. É um processo

de construção, de materializar toda uma cadeia de desenvolvimento. A inovação não é com novidade. O processo tem a ver com toda a possibilidade de engajar uma forma para aquilo. Pode fazer uma camiseta e estar inovando. Pode usar um tecido sustentável, de tingimento natural. O valor agregado é mais fácil de você conseguir, porque é consequência de atributos que possa colocar ali. Inovação é mais complexo. É mais importante, porque pressupõe que está fazendo algo que ainda não foi feito e de maneira diferente, em uma forma, em uma textura. Então, a busca por inovação em todos os processos é uma coisa que tem de colocar na cabeça.

*Você citou a China, que faz produtos a preços muito bai-*

*xos. Como lidar com essa concorrência?*

**Paulo Borges** - A concorrência é sempre bom para o mercado, estimula. O ser humano tem sempre por hábito ficar na zona de conforto, que é menos produtiva. Não está preocupado e não produz como tem de produzir se estivesse em conflito ou competição. Por isso que existem as competições no esporte. Porque só se transpõe uma meta com competição. Agora, concorrência pressupõe-se valores e bases iguais. O que está errado no Brasil é que não tem um plano de governo que olhe para a questão produtiva. E aí, não estou falando só da moda. Tudo no Brasil está custando muito caro, o País ainda tem processo burocrático gigantesco, infraestrutura péssima.

*O que deveria ser feito?*

**Paulo Borges** - Não se entende, ainda no Brasil, o que é moda, no sentido de plano de governo. Vemos o governo fazer plano de incentivo para os automóveis, mas são cinco empresas que produzem carro. Faz um plano de incentivo para a linha branca, que quatro empresas produzem. A grande magia da moda e, ao mesmo tempo, o grande desafio do governo, para pensar um plano para a moda, é que são milhares de empresas. São mais de 30 mil empresas. Se falar dos microempreendedores, passa dos 270 mil. Podemos dizer que são 30 mil negócios espalhados pelo País precisando de um rumo. Não pode ter tanto imposto, tanta burocracia, dificuldade de ter acesso às matérias-primas, serviços.

*Mesmo sem o incentivo, as empresas sobrevivem?*

**Paulo Borges** - Sobrevivem porque é mercado. O mercado é que faz as coisas acontecerem. Moda tem papel transformador. Na sociedade brasileira, já tem esse papel, sem plano de governo. Não estou falando nem de subsídio, mas de plano de longo prazo. Quando se pensou a indústria no Brasil, disseram: ‘vamos fazer a indústria ter carro’. Ficaram anos implantando, era plano de governo. Depois, ‘temos de ter a indústria do agro-negócio’. Agora somos os maiores produtores do agronegócio no mundo. Isso era um plano. Então, não adianta só falar que moda é bacana e que o Brasil é criativo. E aí? O que se faz pra isso? Estamos perdendo alfaiates, costureiras. Ninguém quer ser costureira. Uma mulher que é mãe e costureira prefere que a filha faça telemarketing a se sentar em uma máquina de costura. Isso é degradante. É perda de educação para o País. Mão de obra e conhecimento são pouco valorizados.

# O poder está com as mulheres



Luciana Jaime Albernaz é diretora de Administração e Finanças do Sebrae Goiás

O Brasil vem passando por uma transformação profunda nas últimas décadas. No campo econômico, a estabilidade da moeda trouxe tranquilidade e segurança para as famílias. Juros menores e parcelas alongadas facilitaram a aquisição de mobília em residências próprias, com direito a automóvel na garagem e tablets e computadores para as crianças e adolescentes.

No campo social - reflexo da expansão do Produto Interno Bruto (PIB) -, milhares de pessoas deixaram a situação de extrema pobreza e alcançaram o mercado consumidor. Rede de água tratada, esgoto e asfalto - apenas para citar três exemplos de serviços públicos - chegaram aos bairros mais periféricos das grandes e pequenas cidades. A energia elétrica pode ser encontrada em praticamente todos os lugares, inclusive no campo.

O Brasil avançou, é bem verdade, mas é preciso reconhecer uma figura importante nesse processo: a mulher. E não digo a mulher política, a ativista social ou até mesmo a líder classista. Elas também são importantes nesse contexto, é bem verdade, mas refiro-me à dona de casa, a

empreendedora ou quem representa os dois papéis.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres são responsáveis por 41% da renda familiar na classe C. E, em parte dos lares, ganham mais do que os homens. A independência financeira traz, além do conforto de poder ter uma vida melhor, a segurança para viver sem a sombra masculi-

mais longe. Entre os anos de 2002 e 2012, o volume de mulheres à frente dos pequenos negócios cresceu 18%, enquanto que o dos homens teve aumento de apenas 8%. Por outro lado, 52% dos novos empreendedores - aqueles com menos de três anos e meio de atividade - são do sexo feminino.

Em uma década, o número de mulheres empreendedoras

Além da paixão e dedicação, inerente às mulheres em qualquer tipo de atividade, elas também se sobressaem no mercado pelo estudo. São mais escolarizadas do que os homens: 66% têm o Ensino Fundamental completo ou mais; entre eles, o número cai para 49%. O tempo médio de estudo delas é de 8,8 anos, o deles é de 7,2. E conhecimento, diga-se de passagem, é fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento.

Elas também não tendem a gastar o dinheiro de qualquer maneira. Na empresa, calculam corretamente o quanto precisam investir para ter o retorno garantido e são exigentes com funcionários. Em casa, realizam as tarefas de maneira minuciosa, e não veem motivos para esbanjar. Na hora de comprar, por exemplo, dão preferência para mercadorias de qualidade, mas com preço justo, que sejam devidamente adequadas à realidade familiar.

As mulheres deixaram, há tempos, o posto de coadjuvantes na sociedade brasileira. Hoje, são protagonistas, imprimem seu ritmo e ajudam a fazer um Brasil cada dia mais justo e rico.

**“Entre os anos de 2002 e 2012, o volume de mulheres à frente dos pequenos negócios cresceu 18%, enquanto que o dos homens teve aumento de apenas 8%. Por outro lado, 52% dos novos empreendedores – aqueles com menos de três anos e meio de atividade – são do sexo feminino”**

na. Esse, talvez, seja o maior avanço da mulher brasileira nas duas últimas décadas. Sua independência e realização.

Quando se fala em empreendedorismo, elas vão ainda

e que são chefes de família cresceu 70%. Atualmente, 39% das donas de negócios ocupam a posição de chefes de domicílios, há dez anos, eram 27%.

www sebrae.com.br/uf/goias  
go.agenciasebrae.com.br

f /SebraeGoiás

@sebraegoias

asn@sebraego.com.br

## FALE COM O SEBRAE

Secretaria de Turismo de Formosa-GO, via Facebook

Vamos mostrar nossas belezas! Krisley de Melo, via Facebook

Goiás é mais! Parabéns, grande

A secretária de Turismo de Formosa, Rosana Araújo, esteve em reunião com a diretoria da Secretaria de Turismo do Distrito Federal, diretoria da Goiás Turismo e Sebrae Goiás, em Brasília, com o intuito de incluir o município

no plano de mídia da capital federal, objetivando promoção turística para a Copa do Mundo 2014. Serão incluídos oito municípios goianos, que terão seus principais atrativos turísticos divulgados a partir de abril.

Sebrae Goiás pela realização da Feira do Empreendedor 2014, de 31 de julho a 3 de agosto, no Centro de Convenções de Goiânia.

Alline Jajah, via Facebook



## JEPP

Fotos: Fernando Leite



Aromatizantes caseiros e objetos fabricados a partir de recicláveis são apresentados por alunos integrantes do JEPP do Colégio Estadual Crimeia Oeste, em Goiânia (GO)

# Cultura do empreendedorismo

**Programa beneficiará cerca de 30 mil estudantes do Ensino Fundamental de período integral**

Até o final do ano, aproximadamente 30 mil estudantes de 141 escolas de tempo integral, da rede estadual, serão beneficiados com aulas de empreendedorismo. Os alunos de todo o Ensino Fundamental vão integrar o programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP), que é resultado de parceria entre o Sebrae Goiás e a Secretaria de Estado de Educação (Seduc).

Para suprir a nova demanda, mais 600 novos professores serão capacitados para ministrar a disciplina empreendedorismo em sala de aula. A capacitação é presencial e tem carga horária de 45 horas para os nove anos do Ensino Fundamental. Thaís Gonçalves de Oliveira, gestora do Sebrae Goiás, responsável pela formação dos educadores,



Crianças criam locadora de gibis e chamam atenção do público durante Feira do JEPP na capital

explica que são formadas turmas de 15 a 30 pessoas.

“Empenhamos recursos técnicos e, se necessário, vamos reforçar nossa atuação para que esse projeto seja implementado em todas as escolas estaduais. Os resultados são excelentes e os alunos aproveitam os ensinamentos em sala de aula e dentro de suas casas, junto

aos seus familiares, que podem abrir o próprio negócio”, explica Manoel Xavier Ferreira Filho, diretor-superintendente do Sebrae Goiás.

## INTERESSE

Segundo Viviane Melo, superintendente de Ensino Fundamental da Seduc, ao estimular a cultura do empre-

endedorismo, tanto nos professores quanto nos alunos, o JEPP tem transformado significativamente a realidade das escolas. “Estimula o interesse dos estudantes pelas aulas, proporciona maior envolvimento do aluno com a instituição, chama a atenção da comunidade para a escola e ainda contribui para a redução da indisciplina, da

evasão escolar e até dos casos de violência.”

Outra vantagem do projeto, apontada por Viviane, é a melhoria no desempenho dos alunos, especialmente em disciplinas básicas como Matemática e Língua Portuguesa. “A metodologia apresenta aos estudantes a matemática da realidade, do cotidiano, já que eles lidam diariamente com cálculos, descontos e porcentagem, com planos de negócios, com administração de uma empresa. É uma parte concreta da vivência da matemática que favorece o aprendizado”.

Maria Eneide Diniz Vieira, consultora do Sebrae Goiás que trabalha com a formação dos professores, reforça esse compromisso do projeto: “Nós trabalhamos com a proposta da interdisciplinaridade, mas a Matemática e a Língua Portuguesa realmente se destacam por estarem no dia a dia das crianças. Mas também entram Ciências, História, Geografia, Educação Física, Inglês, entre outras”.



## GESTÃO

Instituição disponibilizará soluções para ajudar na promoção do empreendedorismo, o desenvolvimento e a sustentabilidade dos pequenos negócios

Um dos mais importantes programas de fomento à industrialização em Goiás, o Produzir, do Governo do Estado, passa a ter dois integrantes da diretoria do Sebrae Goiás no Conselho Deliberativo. Manoel Xavier Ferreira Filho, diretor-superintendente, e Wanderson Portugal Lemos, diretor técnico, tomaram posse nos cargos. O Produzir é coordenado pela Secretaria de Indústria e Comércio do Estado de Goiás.

“É um marco e uma vitória para o segmento das micro e pequenas empresas e para o Sebrae Goiás, por tratar-se de programa de referência e de excelência do Governo de Goiás, que investe recursos financeiros e técnicos no desenvolvimento do setor industrial do Estado”, elogiou Manoel Xavier.

Wanderson Portugal lembrou que, em torno das grandes indústrias, orbitam centenas de MPE. “Elas formam uma cadeia de produção rentável, geram emprego e distribuem melhor a renda. A microempresa e a pequena empresa estão presentes em todos os nichos e segmentos de negócios da nossa economia.”

O papel do Sebrae Goiás no conselho será de disponibilizar soluções para promover o empreendedorismo, o desenvolvimento e a sustentabilidade dos pequenos negócios do Estado. “Basicamente, esse é o nosso papel no dia a dia. Vamos continuar nos aproximando do empresário de pequeno negócio.”

# Diretoria do Sebrae Goiás integra Conselho do Produzir

Fotos: Edmar Wellington



Wanderson Portugal Lemos, diretor técnico do Sebrae Goiás



Manoel Xavier, diretor-superintendente do Sebrae Goiás

## PROGRAMA

Produzir é o programa do Estado que incentiva a implantação, expansão ou revitalização de indústrias, estimulando a realização de investimentos, a renovação tecnológica e o aumento da competitividade com ênfase na geração de emprego, renda e redução das desigualdades sociais e regionais.

Dentro do Produzir, existe um subprograma específico para as MPE. O Microproduzir é voltado às micro e pequenas empresas em que o faturamento não ultrapasse o limite fixado para o enquadramento no Simples Nacional, de R\$ 3,6 milhões por ano.

## COMO FUNCIONA

Tanto o Produzir quanto o Microproduzir atuam sob a forma de financiamento de parcela mensal de ICMS devido pelas empresas beneficiárias, tornando o custo da produção mais barato e seus produtos mais competitivos no mercado. No primeiro caso, o limite de financiamento é de até 73% do imposto; no segundo, até 90%.

Os prazos para usufruir do benefício variam de acordo com a análise dos coeficientes de prioridade do projeto, calculados segundo critérios sociais e econômicos, especificados em regulamento. No entanto, o prazo máximo é de 15 anos.

## CONSULTAS PELO CELULAR

O aplicativo “CNPJ” para dispositivos móveis permite consultar informações cadastrais, inclusive se a empresa é optante pelo Simples Nacional ou Simei, e acompanhar o andamento das solicitações cadastrais de pessoas jurídicas. O app está disponível na App Store e na Google Play.

Na opção “Consulta CNPJ”, o usuário pode consultar, diretamente nas bases da Receita

Federal, as informações cadastrais da empresa (situação cadastral, nome fantasia, natureza jurídica, CNAE e endereço), se esta é optante pelo Simples Nacional ou Simei, compartilhar a tela consultada e ver a localização da empresa no mapa (geolocalização).

O aplicativo também possibilita acompanhar as solicitações cadastrais enviadas para as bases da Receita Federal.



TECNOSHOW COMIGO 2014

# Espaço ecológico e sustentável

Estande em Rio Verde apresentará ideias e oportunidades na área do agronegócio

Tecnologia e inovação serão os temas do Espaço Sebrae dentro da Tecnoshow Comigo 2014, de 7 a 11 de abril, em Rio Verde (a 235 km de Goiânia), uma das mais importantes feiras do agronegócio do Brasil. O estande de 1.050 metros quadrados será moderno e sustentável, em ambiente digital e totalmente acessível ao público, construído a partir de técnicas de eficiência energética e redução do desperdício.

Dentro do Espaço, destaque para a atividade leiteira. Os piquetes serão construídos com divisões internas de cerca elétrica, com cocho para alimentação e demonstração da importância do manejo de pastagens. Toda a energia,

para alimentação da cerca e bombeamento de água do cocho, será obtida por meio de energia solar – placas solares acopladas ao sistema.

“Queremos despertar ideias e apresentar oportunidades de negócios nas áreas do agronegócio e sustentabilidade. Por isso, em todos os dias, vamos realizar mostras de vídeos tecnológicos e de pequenos negócios sustentáveis”, explica Agma Couto, gestora do projeto Setorial Rural do Sebrae Goiás, na Regional Sul-Sudoeste.

Na corrida pela geração de energia limpa, será apresentado um ambiente com foco na eficiência energética que envolverá duas bicicletas gera-



Público visita Estande do Sebrae Goiás na Tecnoshow Comigo 2013: espaço este ano será ainda maior

doras de eletricidade. “O local também tem, como apelo, o fator “criatividade”, que pode ser o diferencial de seu negócio, gerando lucros e maior competitividade”.



## SERVIÇO

### Espaço Sebrae na Tecnoshow Comigo

Período: de 7 a 11 de abril  
Escritório Regional Sul Sudoeste do Sebrae Goiás: (64) 3624-2754



Produtores reunidos com Wanderson Portugal no espaço, em 2013

## CULTIVO PROTEGIDO

O cultivo protegido, com destaque para a produção orgânica, também será demonstrado no Espaço Sebrae Tecnologia e Inovação - o plantio será feito em estufas sustentáveis. Dessa forma, o produtor poderá atender o mercado de forma

constante, melhorando a competitividade e obtendo melhores preços de venda.

“O cumprimento dos contratos têm sido um dos maiores gargalos para a inserção dos agricultores familiares nos programas de compras governamentais e no mercado em geral”,

explica Agma Couto.

Outra possibilidade de ganho para o pequeno produtor rural será o sistema de Produção Agroecológica Integrada e Sustentável (PAIS). A tecnologia será montada em dimensões reduzidas, com a demonstração

de todo seu conjunto composto por galinheiro, canteiros de hortaliças e temperos, sistema agroflorestal, irrigação localizada e compostagem. Com o Projeto PAIS o produtor poderá atender um mercado diferenciado e, principalmente, o

Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

No espaço “Ambiente do Conhecimento”, serão disponibilizadas ao visitante informações do Sistema Sebrae, com foco em “negócios verdes”.

Edmar Wellington



Paulo César recebeu atendimento do Sebrae no Governo Junto de Você, em Aparecida de Goiânia

# Ao encontro do empreendedor

**Goiânia, Águas Lindas, Jataí, Chapadão do Céu e Mineiros recebem atendimento gratuito**

Aos 37 anos e um filho para criar, o auxiliar de produção Paulo César Silva Santos determinou que está na hora de mudar de vida. Ele quer aproveitar o bom momento pelo qual passa a indústria automobilística no país para empreender um pequeno negócio. A ideia é montar uma oficina mecânica em Aparecida de Goiânia (GO). “O que mais tem nas ruas são carros. Acho que tenho pela frente uma boa oportunidade.”

Paulo César já definiu que vai se registrar como mi-

croempreendedor individual (MEI), para ter acesso a um plano de previdência e ao Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). “Não quero trabalhar na informalidade”, resume. O futuro empreendedor está fazendo cursos de qualificação específicos para gestão e mecânica. “Além de entender de carro, preciso saber cuidar do meu dinheiro. Vou participar de oficinas de capacitação pelo Sebrae.”

E para ajudar outros empreendedores a se formalizarem e aproximá-los do conhecimento, o Sebrae Goiás realiza, no período de 31 de março a 5 de abril, a 6ª Semana do Microempreendedor Individual, em Goiânia (Praça Cívica), Águas Lindas (entorno

do Distrito Federal), Jataí, Mineiros e Chapadão do Céu (no Sul do Estado). Estrutura será montada nos municípios para levar atendimento gratuito da instituição e parceiros. Haverá, inclusive, palestras sobre assuntos relacionados com empreendedorismo.

“Nosso foco é orientação técnica, seja por meio do atendimento ou da capacitação”, afirma Valéria Devellard, gestora de projetos do Sebrae Goiás. São parceiros do Sebrae Goiás no evento órgãos federais, estaduais, municipais e instituições financeiras.

Valéria lembra que o trabalho é feito rotineiramente pela instituição, mas que, durante a Semana do MEI, as orientações são concentradas em um local.

## OFICINAS SEI

● **SEI Vender** - Trabalha os conceitos de mercado e elementos do marketing de forma integrada, de maneira a potencializar a capacidade de negociação e ampliar as vendas

● **SEI Controlar meu Dinheiro** - Mostra a importância do controle de caixa, fluxos diário e futuro, bem como das contas a pagar e a receber para uso mais racional do dinheiro, investimentos adequados e maior capacidade de negociação. A solução apresenta estratégias importantes que irão ajudar o empreendedor a fazer a análise financeira do seu negócio

● **SEI Comprar** - Aborda elementos essenciais da compra e estratégias para adquirir os produtos ou serviços necessários, com a qualidade adequada, preços e prazos de pagamento favoráveis para atender bem aos clientes e aumentar os lucros. Entre os tópicos estão planejamento de negociação com fornecedores, relação custo-benefício nas compras para melhor atender ao cliente, seleção e procedência do que deve ser comprado

● **SEI Empreender** - Estimula o desenvolvimento das características empreendedoras do aluno com os objetivos de aumentar sua competitividade e a permanência no mercado. A solução compreende os princípios, fundamentos e práticas do empreendedorismo, além de reflexão sobre o potencial empreendedor do participante e da importância da tomada de decisões responsáveis e conscientes em um negócio

● **SEI Unir Forças** - Os participantes terão a oportunidade de conhecer as vantagens e ganhos de empreender ações coletivas, formando uma rede de negócios para aumentar a competitividade no mercado, além de superar problemas, desafios e necessidades comuns

● **SEI Planejar** - Contribui para que o empreendedor individual possa adotar um processo de trabalho mais organizado para melhorar o desempenho de sua empresa e aumentar sua competitividade de modo sustentável, oferecendo produtos e serviços de qualidade e com preços atrativos



## SERVIÇO

### 6ª Semana do MEI

**Período:** 31 de março a 5 de abril

**Horários:** 31 de março a 4 de abril, das 8 às 18 horas; no dia 5 de abril, das 8 às 14 horas

**Locais:** Goiânia, Águas Lindas de Goiás, Jataí, Mineiros e Chapadão do Céu



## BANHO DE LOJA

# Impulso em negócio familiar

**Mudanças estratégicas resultam em aumento de 10% no número de clientes da empresa**

Um porta-retratos sobre a mesa do escritório de Juliano Ribeiro dos Santos, de 33 anos, mostra que a Pneus São Cristovão é muito mais que uma fonte de renda para o empresário: é uma maneira de manter um negócio da família. Na imagem, ele e o irmão posam, ainda crianças, dentro de um pneu, na frente do pai e dos funcionários. De borracharia fundada em 1975, o cenário para a fotografia se transformou em um centro automotivo de referência em Ipameri (a 198 km de Goiânia).

Formado em Administração de Empresas e pós-graduado em Gestão Financeira, Juliano, que já foi presidente da Associação Comercial e Industrial de Ipameri (Aciipa), assumiu o negócio em 2011, depois da morte do pai e fundador Alcides Firmino dos Santos. Para manter e expandir o comércio, o empreendedor buscou ajuda do Sebrae Goiás, e encontrou a solução ao participar do Programa Banho de Loja.

Com apoio de uma consultora, fez mapeamento do negócio e definiu as principais estratégias de mudanças na loja. Na parte de infraestrutura, foi detectada a necessidade de uma nova sede, já que a atual não apresenta condições de expansão. “Descobri que não preciso estar no Centro para manter meus clientes. Com isso, estou em busca de uma área. A expectativa é de que o novo pré-



Juliano Ribeiro está feliz com as mudanças implantadas na empresa

dio fique pronto até 2015.”

Com o programa, Juliano também passou a ter controle financeiro eficiente - lembra que não sabia nem tirar o pró-labore -, implantou o serviço de troca de óleo (muito solicitado pelos clientes) e buscou a criação de um novo jingle para ser veiculado na cidade. O empreendedor contabiliza que as mudanças, realizadas após participar do Banho de Loja, geraram o aumento de cerca de 10% do número de clientes que passam diariamente na empresa.

## O PROGRAMA

Por meio do fortalecimento das empresas, principalmente nas áreas de qualidade, produtividade, gestão, marketing e faturamento, o Programa Banho de Loja, ministrado pelo Sebrae Goiás, garante aumento de faturamento de 12% a 30% aos micro e pequenos negócios varejistas. A capacitação é subsidiada pela entidade e dura, em média, 150 dias.

“É um programa intenso, complexo e completo, com seminários, cursos e consul-

Fernando Leite

## MELHORIAS COM PROGRAMA

95%	Layout das lojas
100%	Maior conhecimento do negócio e das modernas técnicas varejistas
70%	Logomarca
60%	Reforma das lojas
50%	Realocação de pessoal
75%	Maior conhecimento do preço de venda
80%	Maior conhecimento da concorrência
90%	Promoção de produtos
40%	Parceria com fornecedores
95%	Implantação de reuniões periódicas
80%	Treinamento de pessoal
55%	Plano de marketing
75%	Implementação do pós-venda
65%	Vitrines melhor elaboradas
100%	Placas informativas
75%	Gestão financeira
95%	Cadastro de clientes

torias, que abraçam todos os conceitos da empresa. A garantia é 100% de resultado positivo. As empresas ganham em vantagens competitivas”, explica o gerente setorial de Comércio do Sebrae Goiás, João Bosco Gouthier.

Antes de ser iniciado em qualquer município, o Banho de Loja promove pesquisa no comércio local. A meta é medir, junto aos consumidores, a importância e satisfação dos clientes com os produtos e ser-

viços oferecidos pelos lojistas na localidade. Em seguida, os resultados são debatidos com os empreendedores. “Muitas vezes os empresários não estavam atentos a coisas simples que ocorriam na loja e que atrapalhavam o aumento de vendas”, conta Bosco.

Nos 150 dias de capacitação, além do empresário e de um gerente (ou diretor), os funcionários também são treinados. A consultoria é realizada dentro e fora das lojas.

## SERVIÇO

**Setorial de Comércio do Sebrae Goiás:** (62) 3250-2326  
**Central de Relacionamento Sebrae:** 0800 570 0800

**CONSTRUÇÃO CIVIL**

Silvio Simões

Gestora Vera Lúcia durante palestra para empresários do setor



Edmar Wellington

Empresário Ricardo Botelho, proprietário da Soluções Variedades e Ferragista, conversa com funcionário

Projeto qualifica e integra micro e pequenas empresas da cadeia de suprimentos com construtoras na Grande Goiânia

# Parceria desenvolve necessidades do mercado

A oportunidade para desenvolvimento da cadeia produtiva da construção civil em Goiás está unindo construtoras e fornecedores em ações que devem melhorar qualificação gerencial do setor. Por meio do Projeto de Desenvolvimento da Construção Civil Metropolitana, promovido pelo Sebrae Goiás, os trabalhos integram, inicialmente, cerca de 70 empreendimentos.

Em fevereiro passado, construtoras e empresas fornecedoras confirmaram adesão ao projeto, em evento na sede do Sebrae Goiás, em Goiânia (GO). Representante da Consciente Construtora e Incorporadora, Eduardo Paiva, que é Engenheiro da Qualidade da

empresa, enalteceu objetivos da parceria. “Os fornecedores poderão conhecer melhor as necessidades das construtoras e qualificar atendimento.”

Segundo Paiva, os principais problemas enfrentados pela Consciente, relacionados aos serviços prestados por micro e pequenas empresas de suprimentos de construção civil, remetem à qualidade e padrão de produtos, além da pontualidade na entrega. “As obras têm cronograma apertado, então é necessário ganhar tempo com mercadorias e logística adequadas.”

Para Ricardo Botelho, proprietário da Soluções Variedades e Ferragista, na capital goiana, sua adesão ao projeto

aproxima ainda mais sua empresa das construtoras. “Quero me especializar nas necessidades do mercado”, ressalta. Fornecedor de suprimentos para grandes construtoras em Goiânia, Botelho acredita que o projeto deve estimular gestão.

Gestora do Sebrae Goiás, Vera Lúcia Elias de Oliveira destaca ações previstas, incluindo diagnóstico organizacional, capacitação gerencial e consultorias tecnológicas. “Inicialmente, estamos promovendo sensibilização e mobilização das empresas para passarem pelo diagnóstico organizacional. Depois, por meio de um plano de ação, podemos intervir com as soluções desenvolvidas pelo Sebrae.”

Vera Lúcia ressalta que as MPE respondem por 1.374 dos cerca de 1.400 empreendimentos do setor de construção civil na Região Metropolitana. A gestora afirma que os empreendedores interessados em aderir ao projeto podem agendar diagnóstico organizacional diretamente no Sebrae Goiás, pelo telefone (62) 3250-2217.

O evento de lançamento do projeto reuniu representantes dos 15 sindicatos que compõem a Câmara Setorial da Indústria da Construção da Federação das Indústrias de Goiás (CIC/Fieg). Anteriormente, o presidente da CIC/Fieg, Sarkis Nabi Curi, assinou Acordo de Resultados com o Sebrae para desenvolvimento das ações.

## CONSTRUINDO O FUTURO

As construtoras já integradas ao Projeto de Desenvolvimento da Construção Civil Metropolitana são a Tactao Engenharia, Consciente Construtora e Incorporadora, Pontal Engenharia, TCI Construtora, EBM Desenvolvimento Imobiliário, Sousa Andrade, Logical, Terral, Vega e CRV Carvalho. O projeto tem previsão de duração até 2017.



## TURISMO

De 18 a 20 de abril, 9º Festival Gastronômico vai movimentar orla do Lago Azul, formado pelas águas represadas do Rio Paranaíba

# Cultura, música e boa comida agitam São Simão

Edmar Wellington

De 18 a 20 de abril, durante a Semana Santa, o município de São Simão (a 377 km de Goiânia) sedia a 9ª edição do Festival Gastronômico, Esportivo e Cultural. O evento será realizado na orla do Lago Azul, formado pelas águas represadas do Rio Paranaíba, e terá apresentações culturais, shows musicais, competições esportivas, mostra de cinema, oficina de Páscoa infantil e, no Espaço Cultural, exposição e comercialização de produtos artesanais da comunidade.

Bares, restaurantes, quiosques e outros estabelecimentos de alimentação fora do lar estão sendo incentivados a participar do festival. Para tanto, o Sebrae Goiás e o Serviço Nacional do Comércio (Senac) oferecem cursos e oficinas de capacitação para os empreendedores e funcionários. As oficinas vão acontecer das 13 às 17 horas, totalizando 20 horas de novos conhecimentos. O objetivo do projeto é especializar a mão de obra e melhorar a qualidade do alimento que será saboreado por milhares de pessoas.

As oficinas fazem parte do programa de capacitação Método de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Turismo, que começa por São Simão e será levado a outras cidades da região Sudoeste de Goiás.

Três restaurantes (Hotel Mágica Visão, Celina e Nutrisul) vão trabalhar de forma cooperativa, sob orientação de experientes chefs de cozinha no preparo do cardápio especial. Às margens da praia do Lago



Público confere as delícias do Festival Gastronômico de 2013. Este ano, evento terá mais novidades no cardápio da culinária regional

Azul, o público vai se deliciar com receitas da culinária regional e contemporânea, além de surpresas, frutos da criatividade dos chefs convidados.

A promoção do 9º Festival Gastronômico é da Prefeitura Municipal, com apoio do Sebrae Goiás, Senac, Câmara, Governo de Goiás e o setor empresarial da cidade.



## SERVIÇO

**9º Festival Gastronômico, Esportivo e Cultural de São Simão**

**Data:** 18 a 20 de abril  
**Local:** São Simão (GO)

## ESPAÇO SEBRAE NA CASA COR

O Sebrae Goiás vai levar os festivais gastronômicos que apoia para dentro da Casa Cor Goiás 2014. O Espaço Sebrae de Artesanato vai abrigar, no dia 14 de maio, um jantar especial mostrando os principais pratos dos festivais de São Simão, Chica Doida (Quirinópolis), Açafrão (Mara Rosa), ABC da Boa Mesa (Cristalina) e o de Piri (Pirenópolis). "Será a Copa do Mundo dos festivais", explica Newton Póvoa, gestor do Sebrae Goiás.

Intercalado com o



Sílvia Simões

jantar, representantes dos cinco municípios vão poder apresentar aos convidados - imprensa, operadores, agentes de turismo e entidades do setor

de cultura, gastronomia e turismo -, suas atrações. Além do jantar, o Espaço Sebrae vai dar ênfase ao artesanato de brindes culturais alusivos à Copa do Mundo de Futebol.



# Cada vez mais poderosas

De 2002 a 2012, volume de mulheres à frente dos pequenos negócios cresce 18%; entre os homens, aumento fica em apenas 8%

## Warlem Sabino

Formada em Economia e com cursos de capacitação realizados no Sebrae Goiás, a empresária Lucy Barreto, de 40 anos, comanda o próprio negócio desde 2010, a Absolutely Necessária, empresa em Goiânia (GO) voltada para moda casa em tecido. Além de empreendedora, Lucy é chefe do lar - mora sozinha com o filho de 10 anos desde 2007.

“A gente tem de ser artista, aliás, uma super artista. Em casa, nada pode passar da hora. Sou motorista do meu filho - não abro mão de levá-lo aos lugares -, tenho de cuidar da loja, dos funcionários (um registrado e cinco terceirizados) e ainda pensar em mim. Quando a gente assume tudo sozinha, a tendência é esquecer dos cuidados pessoais. Mas tenho de estar bonita, bem, pois muitas pessoas dependem de mim”, explica Lucy.

O exemplo da empresária se encaixa bem na pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), divulgada pelo Sebrae Nacional. Entre os anos de 2002 e 2012, o volume de mulheres à frente dos pequenos negócios cresceu 18%, enquanto que o dos homens teve aumento de apenas 8%. Elas também são responsáveis por 52% das novas empresas - aquelas com menos de três anos e meio de atividade.

“Elas são mais detalhistas,

gostam de estudar e de investir no próprio negócio. Também são mais cuidadosas com o dinheiro e a gestão. Por isso, alcançam tanto êxito”, afirma o diretor-superintendente do Sebrae Goiás, Manoel Xavier Ferreira Filho.

Além de investirem no mundo dos negócios, as mulheres também são mais escolarizadas do que os homens: 66% têm o Ensino Fundamental completo ou mais. Esse número é 17 pontos percentuais acima da média apresentada pelo grupo dos homens. Enquanto o tempo médio de estudo delas é de 8,8 anos, o deles é de 7,2. “Maior escolaridade significa maior capacitação. Isso permite melhor qualidade na gerência das empresas e, consequentemente, sobrevivência maior do empreendimento”, emenda Manoel.

Enquanto conversa com a reportagem, Lucy Barreto monitora as vendas na loja e se preocupa com o filho. Separada do marido desde 2007, quando enfrentou problemas de saúde e deixou o emprego de gestora em uma multinacional, se desdobra para dar conta do lar e da empresa. “Mesmo o que aparentemente é simples, a gente tenta realizar bem. Sempre procuro fazer melhor do que a concorrência. Tento me sobressair. Nunca faço igual aos outros, nem em casa.”

E por falar em casa, segundo a pesquisa GEM, em uma



Lucy Barreto: “Sempre procuro fazer melhor do que a concorrência. Nunca faço igual aos outros”



EMPREENDEDORISMO

década, o número de empreendedoras que são chefes de família cresceu 70%. Atualmente, 39% das donas de negócios ocupam a posição de chefes de domicílios; há dez anos, eram 27%.

De cada dez empreendedoras no Brasil, sete atuam nos setores de Comércio (38%) e Serviços (33%). As atividades mais procuradas pelas mulheres ao abrir uma empresa no setor Serviços são as de cabeleireiro e manicure, seguidas pelo ramo de bares e lanchonetes. No Comércio, estão mais presentes nas vendas ambulantes, de acessórios de vestuário, alimentos e bebidas. Na Indústria, estão 20% das empreendedoras, a maioria envolvida no ramo de vestuário.

VITRINE VIRTUAL

A loja Absolutely Necessária, no Parque Amazônia, em Goiânia (GO), impressiona os clientes, principalmente com suas prateleiras até o teto (local tem pé direito duplo). Al-

mofadas, puffs, guardanapos, mantas e outros objetos de tecidos em exposição promovem um festival de cores.

E toda a beleza vem de casa: em sua oficina, a empresária Lucy Barreto fabrica todos os produtos da loja. "O que não conseguimos fazer, terceirizo, mas sob minha supervisão. Toda a criação é minha, como a escolha do tecido, corte das peças, compra da matéria-prima. Além de vender na Absolutely, tem lojistas que distribuem as minhas peças."

O sucesso da empresa de moda casa fez com que a empresária procurasse o Sebrae Goiás pela segunda vez em busca de socorro. Segundo ela, a loja está crescendo em ritmo rápido, mas com pouca organização. "Estou expandindo o leque de produtos. Quero trabalhar com tapeçaria. Aliás, já comecei, mas de maneira terceirizada e supervisionada por mim. A ideia, no entanto, é ter o serviço próprio."

# Prêmio Sebrae Mulher de Negócios abre inscrições

A 11ª edição do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios está com inscrições abertas até o próximo dia 31 de julho. A premiação tem valorizado e reconhecido a presença feminina nos pequenos negócios, destacando-se por diferenciais inovadores e conferindo mais competitividade a seus empreendimentos. Além disso, a iniciativa estimula as participantes a buscarem eficiência na gestão e melhoria na qualidade dos produtos e serviços prestados.

Podem se candidatar empreendedoras com mais de um ano de atividade fiscal, mais de 18 anos e que não ultrapassem o faturamento anual de R\$ 3,6 milhões. As mulheres preenchem, além da ficha de inscrição, uma autoavaliação do negócio e um questionário das características de comportamento de empreendedor.

O relato poderá ser escrito à mão. A narrativa deve destacar valores positivos que possam incentivar outras mulheres, tais como iniciativa, visão de futuro, pensamento sistêmico, aprendizado, inovação, valorização das pessoas e do gênero feminino, planejamento, estabelecimento de metas, busca de informações e de oportunidades.

Serão escolhidas até três vencedoras por Estado. Todas elas recebem uma placa/troféu de reconhecimento; certificado de premiação; direito ao uso do selo de vencedora, explicitando o ciclo; um curso da Matriz de Soluções Educacionais e/ou 16 horas técnicas de consultoria em gestão.



Vencedoras Eleuza Fernandes, Valdete Almeida e Marluce Gomes

## ÚLTIMAS GANHADORAS

A edição 2013 do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, etapa Goiás, foi vencido por empreendedoras do interior. Eleuza Alves Fernandes, de 55 anos, Valdete Almeida, 48, e Marluce Gomes de Oliveira, 41, ganharam nas categorias Produtora Rural, Microempreendedora e Pequenos Negócios, respectivamente. O segredo do sucesso das homenageadas é a constante

profissionalização, perseverança e trabalho, segundo elas.

O prêmio foi lançado em 2006, quando apenas oito mulheres concorreram ao título em Goiás. Ano passado, 270 se inscreveram. "Houve aumento significativo no número de adesões, reflexo da presença cada vez maior das mulheres no mundo dos negócios", afirmou Marcelo Baiocchi, presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Goiás.

## PESQUISA

A pesquisa GEM, iniciativa da London Business School e Babson College, é feita em 68 países, cobrindo 75% da população global e 89% do Produto Interno Bruto mundial. No Brasil, ela é patrocinada pelo Sebrae e realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), em

parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Foram entrevistadas 10 mil pessoas de 18 a 64 anos, de todas as regiões, e 85 especialistas em empreendedorismo. Entre os ouvidos pela GEM estão desde pessoas que estão se preparando para iniciar um empreendimento até os que já estão estabelecidos.

## SERVIÇO

**Absolutely Necessária (62) 3932-1665**

Avenida Antônio Fidélis, Qd. 154, Lt. 12, Loja 01, Ed. Imperia, Parque Amazônia, Goiânia (GO)

Os relatos seguem para a seleção nacional. Uma comissão elege nove vencedoras para compor, três em cada uma, as categorias Pequenos Negócios, Produtora Rural e Microempreendedora Indivi-

dual. Elas disputam troféus de bronze, prata e ouro. Todas recebem selo específico da etapa e uma viagem de capacitação em território nacional. As vencedoras ganham uma viagem internacional.



# Empreendedora goiana lança moda em Londres

Goiana de nascimento, mas radicada em Londres (Inglaterra) para conclusão de um mestrado desde 2011, a designer de moda e empreendedora Mariana Jungmann Gonçalves Corrêa conseguiu a proeza de ser escolhida para participar da London Fashion Week, de 14 a 18 de fevereiro. Ela apresentou coleção de 28 peças em um dos desfiles mais concorridos do mundo - a única brasileira selecionada.

Durante o LFW, Mariana mostrou looks inspirados no País - rendeiras brasileiras confeccionaram algumas de suas peças. "Independente da minha nacionalidade, fazer parte da London Fashion Week é algo incrível. É uma honra enorme como profissional fazer parte de uma das mais prestigiadas semanas de moda do mundo. Agora, ser brasileira e poder chegar aqui com um produto que tem tanto a ver com a minha origem e ele ser bem aceito como é o caso, isso tem um valor imensurável!"

Paralelo ao desfile, a designer lançou sua marca, na qual vinha trabalhando no conceito desde o ano passado. "Criar uma marca é algo que toma bastante tempo. Há um ano eu venho trabalhando no conceito, no desenvolvimento de produtos e no branding. Tudo foi bastante planejado. Então o negócio está andando de maneira tranquila."

Mariana negocia com compradores do Reino Unido para

colocar suas peças nas prateleiras de duas grandes lojas de departamentos. "O meu plano de negócio não inclui pontos de venda, mas apenas revenda para lojas de departamentos e boutiques de luxo. É uma forma interessante de se começar a construir uma marca, pois diminui custos e estresse."

Indagada se pretende voltar ao Brasil, diz que seria uma honra participar da São Paulo Fashion Week, a quinta semana de moda mais importante do mundo. Quanto vender seus produtos em solo brasileiro, a prioridade é o mercado inglês, ao menos por enquanto. "Como o negócio ainda é pequeno, pretendo, primeiro, explorar o mercado inglês; o próximo estágio é expandir para outros mercados, como o do Brasil."



**Designer e empreendedora Mariana Jungmann**



**Modelos desfilam vestidos criados pela goiana Mariana Jungmann na London Fashion Week**

## CARREIRA

Mariana Jungmann é oriunda de uma família de advogados. Chegou a cursar Direito em Goiânia, mas abandonou para se dedicar à moda. "Confesso que me interessava muito mais pelas roupas dos advogados do que pelo que eles tinham a dizer. Chegou um momento em que vi que o caminho da moda era o caminho que eu tinha

que seguir."

Deixou Goiânia em 2006 para cursar Moda na Faculdade Anhembí Morumbi, em São Paulo (SP). Cinco anos depois, mudou-se para Londres para o mestrado em Design de Moda da London College of Fashion. Foi por meio da universidade que Mariana foi selecionada para participar da LFW.

"A universidade recebe, em média, 20 mil inscrições por ano para o mestrado, vindas do mundo inteiro. Se eles gostam do seu material e você se enquadra no perfil que estão procurando, te convidam para uma entrevista. Na minha turma, somos 60, mas apenas dez mostraram looks na London Fashion Week."



FRANQUIA

Administradora de empresas realiza sonho empreendedor por meio de franqueadora de bijuterias

A realização da maternidade deu urgência ao sonho empreendedor de Karla Lucena Pinheiro de Assis, de 38 anos. Depois do nascimento de sua filha, ela acelerou os passos para concretizar projeto estudado havia cinco anos. Em junho de 2012, visitou a ABF Franchising Expo, feira internacional de franquias, em São Paulo (SP). “Sem qualquer experiência comercial, escolhi investir numa marca franqueadora”, explica.

Karla decidiu respeitar gostos pessoais, e sua identificação com moda provocou viagem para Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul, para conhecer sua futura parceria. “Em apenas dois meses de ‘namoro’, assinei contrato com a Amoo Bijoux, empresa do ramo de bijuterias e acessórios”, conta.

Em setembro, Karla iniciou as obras da loja, em sala no Plaza D'oro Shopping, em Goiânia (capital). Investiu aproximadamente R\$ 200 mil para deixar seu empreendimento pronto para conquistar mercado. “Com orientações da franqueadora, arquitetamos um negócio apropriado ao sucesso.”

Para isso, Karla lembra que procurou conhecimento e capacitação, especialmente do Sebrae Goiás. “Os consultores deram direcionamentos para a realização do projeto, por meio de todas as informações sobre franquias.”

A empreendedora destaca ajuda da consultoria financeira pela Amoo Bijoux, com detalhamento do dia a dia da loja. “Os relatórios so-

# Escolha do negócio ‘pronto’ para investir



Fotos: Edmar Wellington

Karla Lucena: “Com orientações da franqueadora, arquitetamos um negócio apropriado ao sucesso”

bre movimentações oferecem panorama dos negócios, seja numa segunda-feira ou num sábado (geralmente de maior venda)”, observa Karla, que também possui dados antecipados sobre custos de funcionamento da empresa.

Na sua busca pela qualificação empresarial, Karla se utilizou até mesmo de ações governamentais na área. Participou do curso Plano de Negócios, promovido pela Secretaria de Indústria e Comércio de Goiás (SIC).

## RELACIONAMENTO

Administradora de empresas com MBA em Gestão de Recursos Humanos (RH), Karla usa a experiência obtida durante 13 anos em empresa multinacional de call center, como teleoperadora e consultora de RH, para projetar desenvolvimento da loja. Para ela, “relacionamento faz a diferença” no mundo dos negócios.

Conta que não perde de vista as oportunidades de fazer parcerias e interagir com

os consumidores. “Juntamos a Amoo Bijoux, clínicas estéticas, salões de beleza e academias na promoção de coquetéis para clientes, que participam até de sorteios”. Num desses sorteios, por exemplo, Karla afirma ter conseguido 400 novos contatos para seu mailing (dados para marketing direto).

Um caderninho com anotações sobre gostos pessoais de clientes também nunca é desprezado por Karla. “Nada substitui a personalidade, não generalizo personalidades.”

## MARCA EM EXPANSÃO

Surgido em meados de 2010, o projeto de franchising da Amoo Bijoux tem como objetivo expandir a atuação da empresa, que, atualmente, atende dez Estados, em 32 unidades (lojas e quiosques). A Amoo Bijoux apresenta dois modelos básicos de negócios: quiosques e lojas. Os quiosques podem ser projetados em três tamanhos: de 6m², de 8,75m² e de 13,5 m². O total do investimento é de R\$ 120 mil, R\$ 140 mil e R\$ 160 mil, respectivamente, inclusive taxa de franquia. As lojas Amoo Bijoux apresentam-se também em três tamanhos: mini, com 12m²; média, com 30m²; e grande, com 50m². O investimento alcança, respectivamente, R\$ 166 mil, R\$ 213 mil e R\$ 265 mil, com taxa de franquia.



## SERVIÇO

**Amoo Bijoux**  
(62) 3558-4069  
Local: Plaza D'oro Shopping - Av. Nápoli, 500, Bairro Residencial Eldorado, Goiânia (GO)

## STARTUP

Edmar Wellington



Sócios Márcio Fleury, Fábio Serconek e Dione Santana: jovens garantem que, após pedido pela internet, entrega é realizada em até dois dias

# Goiânia tem o primeiro e-commerce de frutas

**Há pouco mais de dois meses, o site Frutas em Casa entrega kits de alimentos vendidos exclusivamente pela internet**

Imagine receber, semanalmente em casa, sem cobrança de frete, frutas frescas, higienizadas e cortadas. Trocar o tempo perdido em filas de mercados ou frutarias por apenas alguns cliques na internet. Para moradores de Goiânia (GO), essa maneira prática de comprar os alimen-

tos já é realidade. Em janeiro deste ano, dois engenheiros e um advogado lançaram o site Frutas em Casa, primeiro e-commerce, dessa natureza, 100% on-line do Brasil.

A ideia surgiu depois que um dos sócios da empresa, o engenheiro eletricista Márcio Fleury, de 29 anos, percebeu a lacuna no mercado. Principalmente no que diz respeito a pessoas que trabalham o dia todo e não têm tempo de comprar alimentos com frequência. Junto com o advogado Dione Santana, 27, e o engenheiro mecânico Fábio Serconek, 27, ele desenvolveu

o projeto no molde de startup, que é um novo modelo de negócio baseado em ideias inovadoras de base digital.

## PREFERÊNCIA

Quem acessa o site encontra kits prontos e a possibilidade de montá-los de acordo com a preferência (as compras só podem ser feitas pela internet). Bastam alguns cliques e tudo está pronto para ser entregue. Além das frutas, há opção de incluir sucos e outros produtos, como cereais e mel. O site ainda traz dicas de saúde. Nesse formato, quase dois me-

ses após entrar no mercado, Frutas em Casa já conta com mais de 100 clientes cadastrados (inclusive empresas).

A ideia, segundo os empreendedores, é aumentar gradativamente o número de entregas e as áreas atingidas, expandindo o negócio para toda a região Metropolitana de Goiânia e, futuramente, para outras cidades do País (por meio de filiais ou franquias). “Apesar do pouco tempo, já recebemos pedidos de franquias. Mas queremos estruturar melhor o negócio para poder vender a marca”, conta Dione.

## ENTREGAS

Os pedidos pelo site Frutas em Casa, segundo explica Márcio Fleury, são entregues em até dois dias úteis. Mas com a possibilidade de assinatura, sistema de recorrência, o cliente recebe toda semana, no mesmo dia, o kit de sua preferência. As entregas são realizadas em dois carros, batizados de Fruta Móvel. “Oferecemos comodidade associada à qualidade”, conta o engenheiro. Segundo ele, todos os fornecedores das frutas são selecionados para melhor atender a clientela. A manipulação dos alimentos é feita seguindo normas técnicas.

O investimento inicial do negócio, que se encaixa em Empresa de Pequeno Porte (EPP), foi de cerca de R\$ 150 mil, valor que inclui o financiamento dos dois carros utilizados para as entregas, aluguéis do imóvel no qual foi montada a estrutura, equipamentos, caixas, embalagens, contratação de pessoal e implantação de sistema. A divulgação do site foi feita por meio virtual, distribuição de 120 mil panfletos e de kits de frutas.

## SERVIÇO

**Frutas em Casa - (62) 3924-8856**  
www.frutasemcasa.com.br  
E-mail: atendimento@frutasemcasa.com.br



criação

# Arte Sacra conquista clientela

Artesão confecciona pombinhas do Divino Espírito Santo de biscuit para distribuição em diferentes regiões do País

Fotos: Edmar Wellington

Carlos Roberto Sorence, de 47 anos, começou a trabalhar com artesanato há 15 anos, após perder emprego na área administrativa de uma empresa de Goiânia (GO). Sem cursos específicos na área, começou a criar bijuterias por intuição. Ao longo do tempo, aprendeu técnicas para incrementar a atividade, até descobrir sua verdadeira vocação: a Arte Sacra.

Hoje, o artesão, que faz pombinhas do Divino Espírito Santo de biscuit, distribui os produtos não só no Estado, mas também em outras regiões do País. Sorence aprendeu a fazer as peças sozinho. Pegou a receita atrás do pacote da mistura de biscuit e colocou a mão na massa. Não imaginava que teria tanta habilidade para moldar e montar as peças. A experiência deu certo.

Como na maior parte dos negócios, o início das vendas não foi fácil. Mas Sorence não desistiu de mostrar o trabalho. Oferecia os produtos em feiras de Goiânia e, em períodos de festas tradicionais, viajava para cidades do interior, como Trindade e Pirenópolis. As peças, que incluíam caixas, mandalas, ímãs de geladeira, porta-chaves e espelhos, caíram no gosto dos clientes, e o artesão teve de aumentar a produção.

Inicialmente, Sorence vendia apenas seis peças em um mês. Hoje, no mesmo período, faz cerca de três mil. Os produtos, todos confeccionados com imagens da pombinha que representa o Divino Espírito Santo, podem ser vistos em lojas de Goiânia, Pirenópolis, cidade de Goiás, Cam-



Artesão Carlos Roberto Sorence, de 47 anos: "Sinto-me gratificado e envaidecido pelas pessoas darem valor ao meu trabalho"



Carlos Sorence pinta detalhe em pombinha do Divino Espírito Santo

po Grande (MS), cidades do interior de São Paulo, Rio de Janeiro (RJ), Brasília (DF) e Maceió (AL). "Sinto-me gratificado e envaidecido pelas pessoas darem valor ao meu trabalho", diz.

Devido ao aumento de pedidos, Sorence decidiu formalizar a empresa e, agora, trabalha como microempreendedor individual. O artesão conta que entrar para a modalidade trouxe inúmeros benefícios, já que, de posse de CNPJ, ele pode comprar matéria-prima em grande quantidade, além de emitir nota fiscal aos clientes.

Para manter o negócio, o artesão fez cursos de vendas, de como administrar uma pequena empresa e de formação de preço, todos no Sebrae Goiás. Também assistiu a palestras sobre empreendedorismo e vendas. "Sei criar e, agora, estou desenvolvendo meu lado empreendedor."

## SERVIÇO

**Carlos Sorence:** (62) 3284-2712/9230-3133





Jornalistas Débora Orsida e José Antônio Cardoso gravam, em estúdio, programa Momento Sebrae, que vai ao ar, em dez rádios do interior, de segunda a sexta-feira

# Rádio com a cara do interior

**Momento Sebrae regionaliza programas com conteúdo voltado às necessidades locais**

Os municípios de Anápolis (a 57 km de Goiânia) e Luziânia (a 196 km de Goiânia) vão ganhar programas de rádio específicos do 'Momento Sebrae', nas segundas e sextas-feiras. A intenção da Unidade de Marketing e Comunicação (UMC) do Sebrae Goiás é que, ao longo do ano, as demais regionais também sejam contempladas e tenham

edições com conteúdo voltado para suas necessidades locais.

Os programas voltaram a ser veiculados este mês. As reportagens e o roteiro serão produzidos, sob orientação da UMC, pela empresa Odisseia Produtora, subcontratada pela Logos Propaganda. Com duração de dois minutos, de segunda a sexta, o programa aborda questões relacionadas ao segmento

empresarial e também divulga ações e projetos do Sebrae.

Dez cidades que o Sebrae mantém escritórios regionais são contempladas pelo 'Momento Sebrae', apresentado pelos jornalistas Débora Orsida e José Antônio Cardoso. As edições contam com a participação de microempreendedores individuais, empresários de MPE e potenciais empreendedores, produtores rurais, formadores de opinião, lideranças classistas e políticas, gestores e consultores do Sebrae.

## SINTONIA REGIONAL

**Rádio Mega 90,9 FM**  
(Luziânia)

**Rádio Líder 95,3 FM**  
(Rio Verde)

**Rádio São Carlos 103,9 FM**  
(Goianésia)

**Rádio Sucesso 97,5 FM**  
(Catalão)

**Rádio Manchester 93,3 FM**  
(Anápolis)

**Rádio Sucesso 89,9 FM**  
(São Luís de Montes Belos)

**Rádio Difusora 620 AM**  
(Jataí)

**Rádio Nova Era 94,1 FM**  
(Porangatu)

**Rádio Cultura 98,9 FM**  
(Posse)

**Rádio Tropical 95,9 FM**  
(Caldas Novas)



## OESTE E NORTE

# Feiras promovem mercado turístico

Ações integram projetos de desenvolvimento de circuitos turísticos ao longo do Rio Araguaia e do lago de Serra da Mesa

Empreendedores das regiões Oeste e Norte de Goiás participam de missão empresarial à Feira Internacional de Pesca Esportiva (Feipesca), que acontece na cidade de São Paulo (SP), de 20 a 23 de março, deste ano. A ação integra projetos de desenvolvimento de circuitos turísticos, promovidos pelo Sebrae Goiás e parceiros: Projeto Circuito Turístico Vale do Araguaia e Projeto de Turismo e Cultura na Regional Norte.

Segundo José Amorim de Oliveira Júnior, gestor do Sebrae na Regional Oeste (São Luís de Montes Belos), os empreendedores fazem parte da cadeia produtiva do turismo, especialmente hotelaria, alimentação, agências, receptivos e guias. “Estimamos promover acesso ao mercado do turismo da pesca esportiva nos circuitos.”

Este ano, empresários integrados aos projetos participaram da Feira da Pesca & Companhia, em Goiânia (capital), de 20 a 23 de fevereiro, em outra ação de acesso

ao mercado. O Sebrae Goiás subsidiou montagem de seis estandes no evento para empreendimentos ligados ao setor turístico. “Abrimos inscrições para empreendedores das regiões Oeste e Norte, com foco no turismo de pesca esportiva, de sol e praia”, destaca José Amorim.

## POUSADA

Proprietário da Pousada Eliana, em Aruanã (GO), Adailton Ferreira, de 60 anos, investiu R\$ 2 mil para ‘levar’ seu empreendimento ao evento – outros R\$ 3 mil foram subsidiados pelo Sebrae Goiás. Participou pela segunda vez da feira, na qual apresentou sua pousada para turistas. “A feira ajuda divulgar o empreendimento, além dos produtos turísticos”, observa.

Para Adailton, a oportunidade também serve para pesquisar expectativas do consumidor. “Algumas das mudanças que fizemos na pousada, como melhorar relacionamento, atende justamente aos gostos do turista,



Edmar Wellington

Consultor do Sebrae Goiás pratica pesca esportiva durante testes no Rio Araguaia, na região de Aruanã

anotados durante participações em feiras e missões.”



## SERVIÇO

**Projeto Circuito Turístico Vale do Araguaia**  
**Projeto Turismo e Cultura na Regional Norte**  
**Regional Oeste do Sebrae Goiás:**  
 (64) 3601-2407  
**Regional Norte do Sebrae Goiás:**  
 (62) 3362-0100

## ATRAÍDOS PELA QUALIDADE

Secretária de Turismo de Aruanã, Bibiane Corrêa considera fundamental divulgar a região. Segundo ela, em amostragem realizada na Feira da Pesca & Companhia (ano passado), com 636 pessoas entrevistadas, 40% respondeu que não visitava Aruanã havia cinco anos. “Com as ações do Projeto Circuito Turístico Vale do Araguaia, iniciadas há três anos, estamos apresentando novos roteiros e

atendimento qualificado.”

O empreendedor Paulo de Souza de Paula, proprietário da Pousada do Paulinho, no distrito de Luiz Alves (município de São Miguel do Araguaia/GO), confirma a avaliação. Para Paulinho, o projeto capacita, por meio de oficinas do Sebrae Goiás, a principal ‘ferramenta’ do turismo de pesca esportiva: “O guia, responsável pelo relacionamento direto com o turista”.

## ENTORNO DO DISTRITO FEDERAL

Fernando Leite



Valdson Viana, de 26 anos, mostra bolsa de couro: "A situação melhorou bastante depois que fiz o curso de precificação pelo Sebrae Goiás"

## DESAFIOS PARA O CRESCIMENTO

O município de Luziânia (a 196 km de Goiânia) recebe, no próximo dia 27 de março, o Seminário Desafios do Crescimento, realizado pelo Sebrae Goiás - Regional Entorno do Distrito Federal. Serão três palestrantes: Lincoln Seragini, Julio Cesar França Franco e Ciro Bottini, a partir das 19 horas, no Centro de Convenções da cidade. O trio vai discutir gestão, vendas e inovação. "Serão dicas para descomplicar o dia a dia do empreendedor e aumentar sua competitividade", explica Masashi Hiroshima, gerente da Regional Entorno do DF.

### CURRÍCULOS

**Lincoln Seragini** é membro da Academia Brasileira de Marketing e professor de pós-graduação nas áreas de Gestão de Marcas, Design Estratégico, Gestão de Inovação e Economia Criativa.

**Julio Cesar França Franco** é bacharel em Direito, com mestrado em Processo Civil e Mediação Social. É pós-graduado em Comunicação e Marketing.

**Ciro Bottini** é apresentador de televisão, palestrante, locutor, especialista em comunicação aplicada em vendas.

# Curso muda vida de artesão

**Capacitação ensina especialista em confecção de cintos e bolsas de couro a entender sobre custos e de quanto será seu lucro**

Com 26 anos de profissão, Valdson Alves Viana, de 43 anos, é um dos artesãos mais respeitados de Formosa (a 282 km de Goiânia). Ele recebe encomendas não só do município, mas também de toda a região do Entorno do Distrito Federal. É especialista na fabricação de bolsas e cintos de couro, confeccionados em um barracão apertado e quente no fundo de sua residência.

"A situação melhorou bastante depois que fiz o curso de precificação pelo Sebrae Goiás. Estou mais consciente do valor de minhas peças, quanto elas custaram e quanto vou ganhar", diz o artesão, que deixou de ser empregado oito anos atrás. "Trabalhava para os outros e não me preocupava em dar preços pelo meu trabalho. Por isso, na transição de funcionário para

patrão eu sofri um pouco."

Valdson negocia as peças dentro de casa e em feiras no Entorno do DF, além de entregar para distribuidores. Também faz pequenos consertos em produtos fabricados em couro. Todo o trabalho é manual, mas, graças a habilidade que tem com as mãos, chega a fabricar, sozinho, três bolsas em um único dia. "Eu aprendi muito rápido a profissão. Hoje, nem de ajudante preciso."

As bolsas têm preço a partir de R\$ 90 - a mais cara custa R\$ 300. São preços de varejo - no atacado é possível negociar. Ele

tem máquina para receber com cartões de crédito e débito. Ano passado, participou de exposição em São Paulo, onde, segundo ele, viu novas tendências no segmento de couro. "Aprendi bastante", resume. Também mostrou e viu produtos em Belo Horizonte (MG).

Recentemente, conseguiu comprar o primeiro veículo. Com ele, consegue levar as bolsas e cintos até o cliente ou feiras. No entanto, o sonho é outro: comprar uma casa própria e melhorar as condições de trabalho. "Esse é o meu grande objetivo em 2014. Vou trabalhar mais para realizá-lo."



## POTENCIALIDADES

# Goiás na vitrine do turismo nacional

Entidades, empresários e governos participam de oficina em Goiânia para elaborar plano de marketing para o setor

As potencialidades e vocações turísticas de Goiás serão divulgadas em todo o país por meio do Plano Estratégico de Marketing Turístico do Brasil. Oficina com entidades, lideranças empresariais e representantes dos governos estadual e municipal ligados ao setor já coletou dados para que seja traçado diagnóstico de ofertas, promoção e demanda turística do Estado.

A intenção do trabalho, realizado nos 26 Estados e no Distrito Federal (DF), é elaborar um projeto de marketing interno, ou seja, que divulgue o País entre os turistas brasileiros para aumentar o consumo de viagens dentro do Brasil. A expectativa é a de que o Plano Nacional de Marketing, que será executado pelo Ministério do Turismo (MTur), seja lançado em setembro, segundo informa o consultor Robson Rodrigues Gomes, da Barcelona Media Inovação Brasil – contratada junto com a Petrocchi Consultoria para a elaboração do trabalho.

O secretário de Turismo de Goiânia, Francisco Bento da Silva, observa que o trabalho é importante para fortalecer o trade turístico e “para colocar os produtos de Goiás na prateleira”. Segundo ele, o Estado é muito rico no setor, mas não explora o suficiente para despertar o interesse do País. “Temos tradição no turismo de negócios, estamos crescendo no turismo de saúde e nossa gastronomia é extraordinária. Precisamos fazer com que o produto seja visto”, acrescenta.

Também presente à oficina,



Silvio Simões

Ponte em Pirenópolis é uma das atrações da cidade, que pode ter turismo aumentado após conclusão de plano estratégico de marketing

o vice-presidente de relações institucionais do Convention & Visitors Bureau de Goiânia, Olavo de Castro Araújo, salienta que a discussão é fundamental para que se dê prosseguimento ao desenvolvimento do turismo nacional. Ele lembra que já foram iniciados projetos no setor que não tiveram o andamento esperado. “É importante para os Estados e municípios que esses atos saiam do campo teórico para o prático”,

acredita. Araújo acrescenta ainda, que, no caso de Goiás, as ações em torno do segmento devem ser contínuas e não trabalhadas apenas em eventos isolados e já conhecidos.

## PAPÉIS

A turismóloga Marcela Saad, da Barcelona Media, explica que, além de alinhar as estratégias em todos os níveis governamentais, o trabalho visa definir papéis. É justamen-

te essa separação que precisa ser feita, segundo avalia a diretora de Desenvolvimento Turístico da Goiás Turismo, Sandra Méndez. Ela lembra que a participação de entidades e iniciativa privada é importante, pois os governos são temporários. “Muito desse desenvolvimento está atrelado à iniciativa privada. O papel dos governos é apoiar, capacitar, trabalhar projetos e buscar recursos.”

Alberto Lustosa, gerente

setorial de Serviços do Sebrae Goiás, declara que a ideia é pensar o turismo do Brasil de forma bastante positiva e respeitando as peculiaridades e características de cada região. Ele salienta que, apesar de ser um dos setores que mais emprega no país, o turismo nacional ainda é muito tímido. “Por isso, nada melhor do que trabalhar com ações para desenvolver o turismo em todo o País.”



Responsabilidade socioambiental e empreendedorismo sustentável serão incentivados e difundidos durante o evento

A 10ª edição da Feira do Empreendedor, em Goiânia, de 31 de julho a 3 de agosto deste ano, será realizada sob os pilares de gestão ambiental e responsabilidade social. Trabalhar os dois conceitos em um único evento deve servir de exemplo para as próximas ações realizadas pelo Sebrae Goiás, além de instrumento de sensibilização às demais empresas e instituições.

Os dois projetos têm como meta elevar o desempenho ambiental e social da Feira, por meio da adoção de ferramentas e práticas focadas na redução de impactos ambientais e compensação do que não foi possível reduzir ou eliminar no evento. Na edição de 2012, por exemplo, uma das ações de compensação foi o plantio de 820 mudas de árvores na Área de Proteção Ambiental (APA) do Ribeirão João Leite, em Nerópolis.

“Além dessas ações, o empreendedorismo sustentável será incentivado e difundido durante a Feira. Micro e pequenas empresas terão acesso a alternativas e metodologias para tornar seu negócio mais competitivo”, explica Marcos Fernando Passos, gestor do Sebrae Goiás.

#### PRODUTOS

Por meio da oferta de produtos e serviços, o Sebrae Goiás vai sensibilizar o público para a abertura de negócios durante a Feira do Empreendedor, sempre aproveitando as boas oportunidades e tendências do

# Projeto eleva desempenho ambiental e social da Feira

Edmar Wellington



Crianças plantam mudas de árvores em Terezópolis, em ação do Programa de Neutralização do Carbono da Feira do Empreendedor 2012

mercado goiano, em sua área de atuação. Nesse contexto, o tema de 2014 não poderia ser mais estratégico: “Bons Ventos para o seu Negócio”.

Poderão expor na Feira empresas oportunizadoras de negócios (fornecedores e franqueadores) de qualquer porte e oriundas de todas as regiões do país. Além disso, existe espaço para os produtores rurais e também para os novos negócios na área tecnológica, com destaque para as startups. Entre as novidades, Marcos Fernando resalta a rodada de negócio multissetorial. “A ideia é que

a rodada contemple todos os setores, como indústria, comércio, serviço e agronegócio.” A entrada, mais uma vez, será livre para visitantes.



#### SERVIÇO

##### Feira do Empreendedor 2014

**Período:** 31 de julho a 3 de agosto de 2014

**Local:** Centro de Convenções de Goiânia

**Coordenação da Feira:** (62) 3250-2478

## ESPAÇOS DA FEIRA

Para atender o público, o Sebrae Goiás realizará exposições dos seus principais serviços e produtos, incluindo programas dos setores indústria, comércio, prestação de serviço e agronegócios. “Quem for à Feira encontrará informações e oportunidades de empreendedorismo para micro e pequenas empresas, empresas,

empreendedor individual e empreendedor rural”, garante Marcos Fernando, gestor do Sebrae Goiás.

Dentro da Feira terá ainda espaço voltado à Educação Empreendedora para atender o potencial empresário (crianças, adolescentes e jovens estudantes). “Vamos demonstrar as soluções para as escolas e também para instituições de ensino superior e técnico.”



## EMPREGO

# Goiás mantém curva ascendente

Dados do Caged mostram que pequenos negócios geraram praticamente metade das vagas com carteira assinada em janeiro

O ano de 2014 teve início da mesma forma que o ano passado: Goiás continua gerando emprego formal acima da média nacional. Em janeiro, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego, o Estado gerou 4.096 novas colocações com registro em carteira. O número representa acréscimo de 0,34% em relação ao mês de dezembro de 2013, e superior ao nacional, que foi de 0,07%.

No acumulado dos últimos 12 meses, o montante de empregos gerados atingiu 55.410 postos de trabalho, correspondendo a um aumento de 4,79%. No ranking estadual, Goiás ficou com o sétimo lugar - Santa Catarina deteve a liderança, com 18.317 novas vagas.

Pelo menos metade dos

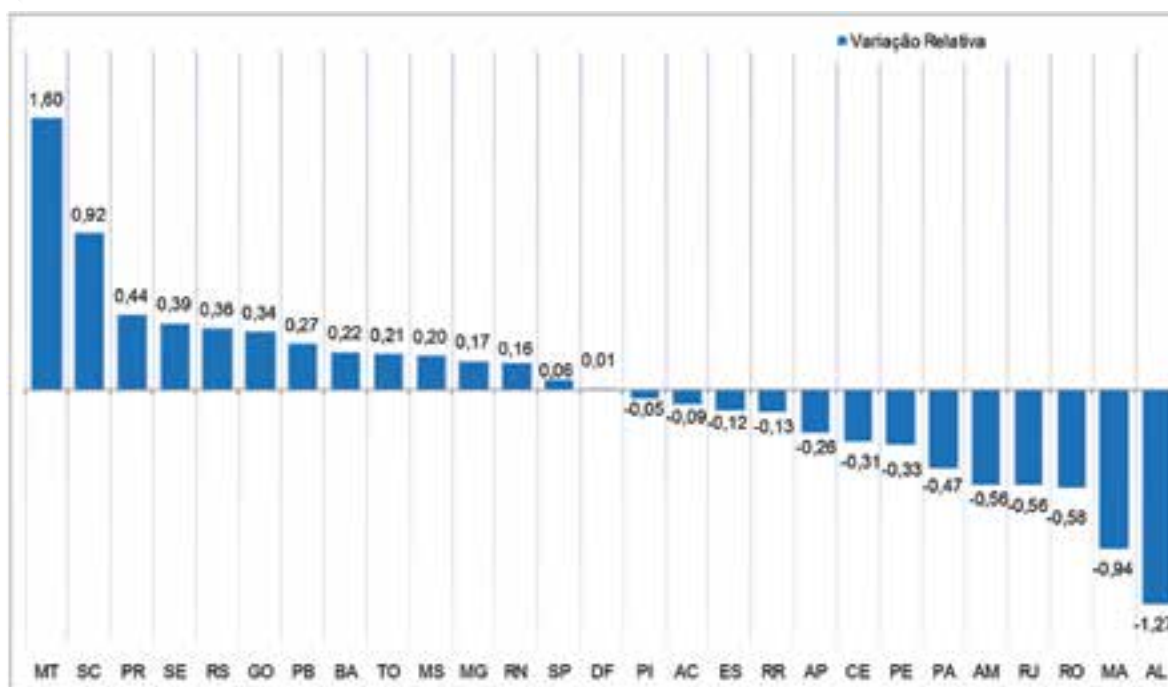
empregos gerados estão diretamente ligados aos micro e pequenos negócios. O setor de Serviços gerou 1.937 vagas, seguido de perto pela Indústria de Transformação (1.639) e Construção Civil (1.485 postos). Nesse último também há predominância de MPE.

No entanto, janeiro foi complicado para um setor importante dos pequenos negócios. O Comércio, como já era esperado, liderou as demissões, com variação negativa de 1.124 postos de trabalho.

## BRASIL

Os pequenos negócios foram os principais responsáveis pelo saldo positivo no mercado de trabalho brasileiro em janeiro. As MPE registraram saldo líquido - descontadas as saídas no mês - de 47,7 mil novos empregos.

## VARIAÇÃO DO EMPREGO FORMAL NAS UNIDADES DA FEDERAÇÃO EM JANEIRO DE 2014 - VARIAÇÃO RELATIVA (%)

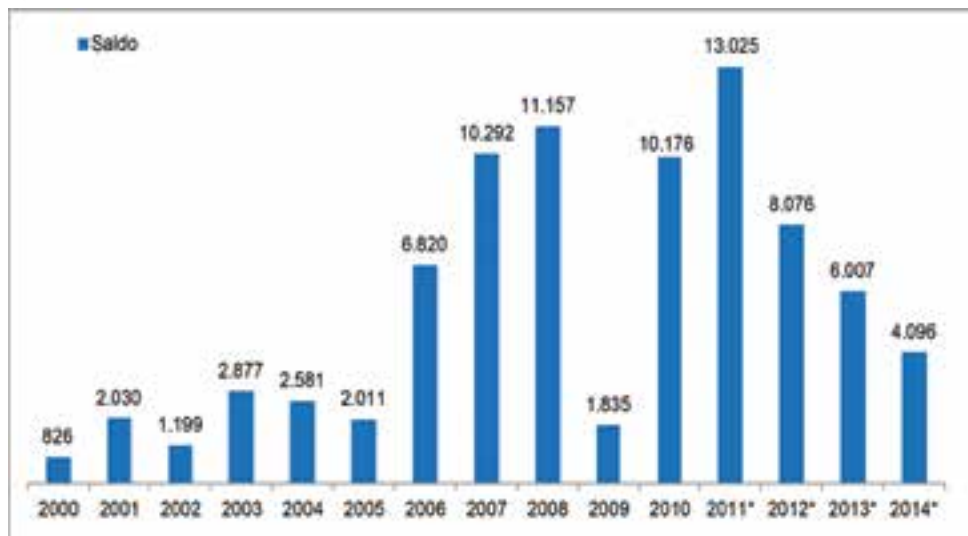


Fonte: MTE/Cadastro Geral de Empregados e Desempregados lei 4.923/65.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / segplan-go / Gerência de Estudos Socioeconômicos e Especiais - 2014.

\* Ajustado com declarações entregues pelas empresas fora do prazo.

## ESTADO DE GOIÁS: SALDO - ADMITIDOS/DESLIGADOS - JANEIRO DE 2000 A 2014

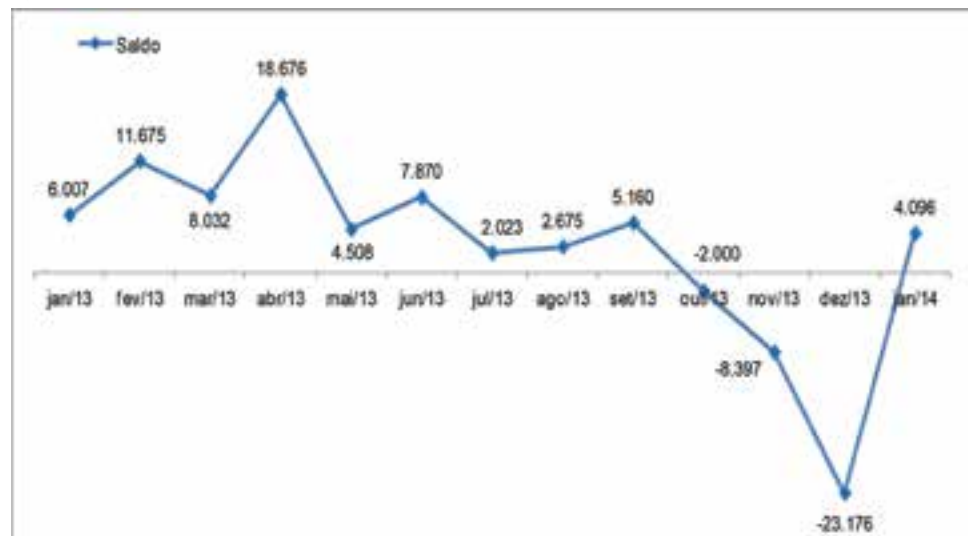


Fonte: MTE/Cadastro Geral de Empregados e Desempregados lei 4.923/65.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Estudos Socioeconômicos e Especiais - 2013.

\* Ajustado com declarações entregues pelas empresas fora do prazo.

## ESTADO DE GOIÁS: COMPARATIVO DO SALDO MENSAL - ADMITIDOS/DESLIGADOS - JANEIRO/2013 A JANEIRO/2014



Fonte: MTE/Cadastro Geral de Empregados e Desempregados lei 4.923/65.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Estudos Socioeconômicos e Especiais - 2013.

\* Ajustado com declarações entregues pelas empresas fora do prazo.

MICROEMPREENDEDOR  
INDIVIDUAL

31 DE MARÇO  
A  
05 DE ABRIL  
APROVEITE

# OPORTUNIDADE IMPERDÍVEL

PARA QUEM PROCURA  
OS MELHORES RESULTADOS  
PARA SEU NEGÓCIO.

SEMANA DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL  
CURSOS GRATUITOS ★ PALESTRAS ★ CONSULTÓRIAS

O que você precisa para melhorar os resultados do seu negócio. Para saber mais,  
ligue 0800-570-0800, acesse [sebraego.com.br](http://sebraego.com.br) ou procure o Sebrae mais próximo.

De 31 de março a 05 de abril em:

Goiânia  
Praça Cívica

Águas Lindas

Quadra 07 entre as ruas 03 e 04  
esquina com a avenida JK - Jardim Brasília



Especialistas em pequenos negócios / 0800-570-0800 / [sebraego.com.br](http://sebraego.com.br)



## REGIONAL OESTE

ESCRITÓRIO: S. LUÍS DE M. BELOS  
(64) 3671-9600

- Adelândia
- Americano do Brasil
- Amorinópolis
- Anicuns
- Araçu
- Aragarças
- Araguapaz
- Arenópolis
- Aruanã
- Aurilândia
- Avelinópolis
- Baliza
- Bom Jardim de Goiás
- Britânia
- Buriti de Goiás
- Cachoeira de Goiás
- Campestre de Goiás
- Córrego do Ouro
- Diorama
- Faixa
- Fazenda Nova
- Firminópolis
- Goiás
- Guaraitá
- Heitorai
- Iporã
- Israelândia
- Itaberaí
- Itaguari
- Itaguaru
- Itapirapua
- Itapuranga
- Itauçu
- Ivolândia
- Jandaia
- Jaupaci
- Jussara
- Matrinchã
- Moiporã
- Montes Claros de Goiás
- Mossâmedes
- Nazário
- Novo Brasil
- Palmeiras de Goiás
- Palminópolis
- Paraúna
- Piranhas
- Sancerlândia
- Santa Bárbara de Goiás
- Santa Fé de Goiás
- São João de Paraúna
- Turvânia

## REGIONAL NORTE

ESCRITÓRIO: PORANGATU  
(62) 3362-0100

- Alto Horizonte
- Amaralina
- Bonópolis
- Campinaçu
- Campinorte
- Estrela do Norte
- Formoso
- Mara Rosa
- Minaçu
- Montividiu do Norte
- Mozarlândia
- Mundo Novo
- Mutunópolis
- Niquelândia
- Nova Crixás
- Nova Iguaçu de Goiás
- Novo Planalto
- Santa Tereza de Goiás
- São Miguel do Araguaia
- Trombas
- Uruaçu

## REGIONAL NOROESTE

ESCRITÓRIO: GOIANÉSIA  
(62) 3353-1997

- Barro Alto
- Campos Verdes
- Carmo do Rio Verde
- Ceres
- Crixás
- Guarinos
- Hidrolina
- Ipiranga de Goiás
- Itapaci
- Jaraguá
- Morro Agudo de Goiás
- Nova América
- Nova Glória
- Pilar de Goiás
- Rialma
- Rianópolis
- Rubiataba
- Santa Isabel
- Santa Rita do Novo Destino
- Santa Terezinha de Goiás
- São Luiz do Norte
- São Patrício
- Uirapuru
- Uruana
- Vila Propício

## REGIONAL NORDESTE

ESCRITÓRIO: POSSE  
(62) 3481-9300

- Alto Paraíso de Goiás
- Alvorada do Norte
- Buritinópolis
- Campos Belos
- Cavalcante
- Colinas do Sul
- Damianópolis
- Divinópolis de Goiás
- Flores de Goiás
- Guarani de Goiás
- Iaciara
- Mambai
- Monte Alegre de Goiás
- Nova Roma
- São Domingos
- São João d'Alcântara
- Simolândia
- Sítio d'Abadia
- Teresina de Goiás

## REGIONAL ENTORNO DO DF

ESCRITÓRIO: LUZIÂNIA  
(61) 3601-5300

- Abadiânia
- Água Fria de Goiás
- Águas Lindas de Goiás
- Alexânia
- Cabeceiras
- Cidade Ocidental
- Cocalzinho de Goiás
- Corumbá de Goiás
- Cristalina
- Formosa
- Mimoso de Goiás
- Novo Gama
- Pirenópolis
- Planaltina
- Santo Antônio do Descoberto
- Valparaíso de Goiás
- Vila Boa

## REGIONAL CENTRO

ESCRITÓRIO: ANÁPOLIS  
(62) 3329-2300

- Campo Limpo de Goiás
- Damolândia
- Gameleira de Goiás
- Jesópolis
- Leopoldo de Bulhões
- Ouro Verde de Goiás
- Petrolina de Goiás
- Santa Rosa de Goiás
- São Francisco de Goiás
- Silvânia
- Taquaral de Goiás
- Vianópolis

## REGIONAL SUDESTE

ESCRITÓRIO: CATALÃO  
(64) 3441-2512

- Anhangüera
- Campo Alegre de Goiás
- Corumbaliba
- Cristianópolis
- Cumari
- Davinópolis
- Goiandira
- Ipameri
- Nova Aurora
- Orizônia
- Ouvidor
- Palmeiro
- Pires do Rio
- Santa Cruz de Goiás
- São Miguel do Passa Quatro
- Três Ranchos
- Urutai

## REGIONAL METROPOLITANA

ESCRITÓRIO: GOIÂNIA  
(62) 3250-2294

- Abadia de Goiás
- Aparecida de Goiânia
- Aragoiânia
- Bela Vista de Goiás
- Bonfinópolis
- Brazabrantes
- Caldazinha
- Caturai
- Goianápolis
- Goianira
- Guapó
- Hidrolândia
- Inhumas
- Nerópolis
- Nova Veneza
- Santo Antônio de Goiás
- Senador Canedo
- Terezópolis de Goiás
- Trindade

## AGÊNCIAS SEBRAE

- Aparecida de Goiânia: (62) 3545-6582
- Águas Lindas: (61) 3618-1374
- Central do Empresário: (62) 3201-9523
- Central Fácil (Junta Comercial de Goiás): (62) 3261-4833 e 3261-4833
- Ceres e Rialma: (62) 3307-3862
- Cristalina: (61) 3612-5049
- Formosa: (61) 3981-1066
- Goiataba: (64) 3495-0103
- Inhumas: (62) 3511-1616
- Itaberaí: (62) 3375-3519
- Jaraguá: (62) 3326-5948
- Morrinhos: (64) 3417-2123
- Niquelândia: (62) 3354-1924
- Palmeiras de Goiás: (64) 3571-3140
- Pirenópolis: (62) 3331-3500
- Pires do Rio: (64) 3461-4048
- Planaltina: (61) 3637-8841
- Quirinópolis: (64) 3651-8830
- Rubiataba: (62) 3325-1096
- São Miguel do Araguaia: (64) 3977-7094
- Senador Canedo: (62) 3532-2403
- Silvânia: (62) 3332-2106
- Uruaçu: (62) 3357-1007
- Valparaíso de Goiás: (61) 3625-0721

## REGIONAL SUL-SUDESTE

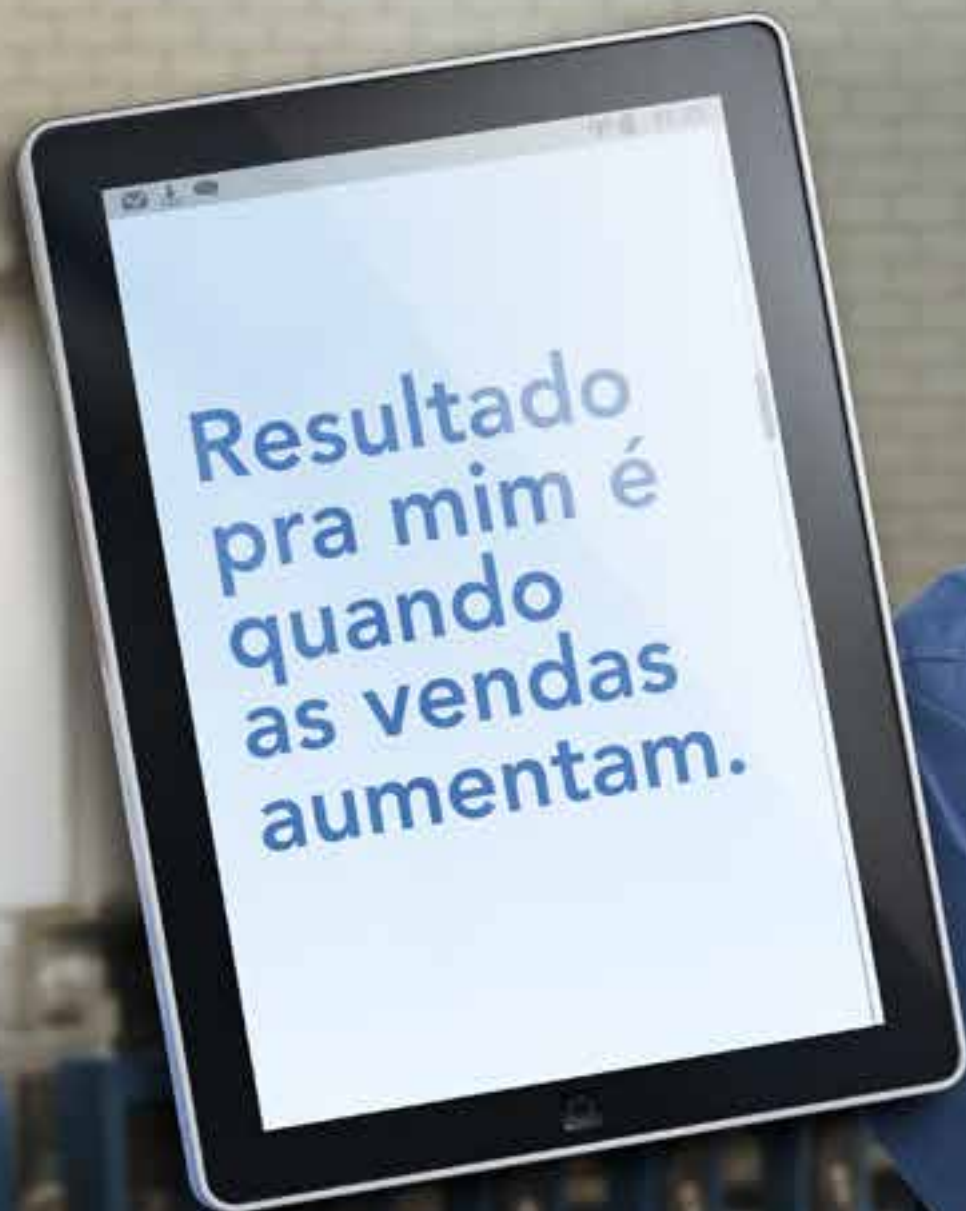
ESCRITÓRIO: RIO VERDE  
(64) 3624-2755

- Acreúna
- Aparecida do Rio Doce
- Cachoeira Alta
- Caçu
- Castelândia
- Gouvelândia
- Itajá
- Itarumã
- Lagoa Santa
- Maurilândia
- Montividiu
- Paranaiguara
- Quirinópolis
- Santa Helena de Goiás
- Santo Antônio da Barra
- São Simão
- Turvelândia

## REGIONAL SUL

ESCRITÓRIO: CALDAS NOVAS  
(64) 3454-0150

- Água Limpa
- Aloândia
- Bom Jesus de Goiás
- Buriti Alegre
- Cachoeira Dourada
- Cezarina
- Crominia
- Edialina
- Edéia
- Goiataba
- Inaciolândia
- Indaiara
- Itumbiara
- Joviânia
- Mairipotaba
- Marzagão
- Morrinhos
- Panamá
- Piracanjuba
- Pontalina
- Porteirão
- Professor Jamil
- Rio Quente
- Varjão
- Vicentinópolis



## **Resultado para o Sebrae é tudo.**

Uma gestão eficiente gera bons resultados. E resultado é transformar conhecimento em lucro para sua empresa.

O Sebrae está aqui para ajudar na gestão do seu negócio.

Conheça nossos cursos, palestras e consultorias para lucrar e vender mais.

Conte com os especialistas do Sebrae.

*E pra você, o que é resultado?*

*Acesse [www.resultados.com.br](http://www.resultados.com.br) e continue lucrando em 2014.*

