

COMÉRCIO

Hora de pensar nas vendas pós-Natal

Passadas as festas de fim de ano, o consumidor costuma voltar às lojas para trocar produtos e procurar ofertas. É o momento que o varejista deve aproveitar para queimar estoque e conquistar novos clientes.

Págs. 4 e 5 ➤



O empresário Medeiros começa a fazer promoções na sua loja no dia 26 de dezembro

OPORTUNIDADE

Feira do Empreendedor 2014 facilita ampliação de mercado

Pág. 3 ➤

GESTÃO

Previna-se dos calotes no seu negócio

Págs. 8 e 9 ➤



A empresa de Amanda de Carvalho tem problemas com clientes que não pagam

FORMALIZAÇÃO



Tudo em dia: o cabelereiro Galvão quitou os débitos em atraso

Veja como MEI inadimplente pode regularizar a situação

Págs. 6 e 7 ➤

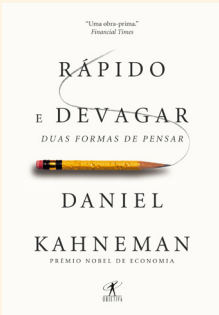
TV aberta é a fonte de informação preferida do dono de MPE

Pág. 12 ➤



Dicas
de leitura

Rápido e Devagar - Duas Formas de Pensar



Vencedor do Nobel de Economia, Daniel Kahneman nos mostra as formas que controlam a nossa mente: o pensamento

rápido, intuitivo e emocional e o devagar, lógico e ponderado. Entender o funcionamento dessas duas formas de pensar pode ajudar em nossas decisões pessoais e profissionais.

Empreendedores
Extraordinários

Leitura inspiradora e destinada para todas as pessoas que



ambicionam criar algo expressivo. Serve tanto como uma celebração das realizações empreendedoras quanto como um manual

prático para qualquer aspirante a empreendedor que sonha em abrir um negócio revolucionário.



ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.

Você, cliente do SEBRAE-SP, é a razão da nossa existência. E para que possamos continuar prestando um serviço de qualidade, saber o que você pensa sobre nós é muito importante. Queremos ouvi-lo: 0800 570 0800 | ouvidoria@sebraesp.com.br www.sebraesp.com.br > clique em OUIDORIA.

Aprender a empreender sempre

Ao longo deste ano mostramos aqui no Jornal de Negócios as alternativas mais viáveis para que o empresário pudesse aprimorar a gestão de sua empresa, expandir suas atividades, melhorar a rede de relacionamento, enfim, opções para elevar seu grau de competitividade frente a um mercado global, conectado e muito veloz.

Esta edição não é diferente: trazemos um mosaico de informações e orientações importantes como as recomendações para pós-vendas do Natal.

Mas em nosso último bate-papo de 2013, quero ir um pouco além das questões de planejamento, finanças, marketing. Gostaria de convidá-lo a parar por um momento e pensar em como você conduziu alguns dos pontos também vitais para o sucesso:

- Aprendizado contínuo.
- Respeito aos clientes, fornecedores, colaboradores e concorrentes.

- Incorporação de novidades tecnológicas e inovações.
- Aprendizado contínuo.
- Insatisfação permanente.

Os empreendedores de sucesso, que sempre figuram entre os melhores e maiores do mercado, são aqueles que assumem um comportamento diferenciado, param de tempos em tempos e se fazem perguntas como estas. Não se deixam levar pelo encanto do “bom ano” ou do “resultado positivo”.

Portanto, olhos bem abertos e antenas bem ligadas, porque o mundo hoje é totalmente diverso do mês e ano que terminam. O bom é que a faculdade da vida não fecha por nem um segundo e, a cada momento, tem algo novo a nos ensinar.

Inscreva-se nela agora e faça hoje o que está planejando para o futuro.



Alencar Burti,

empresário e presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP

Desejo a você e sua família um Natal realmente iluminado, em que a alegria, o amor e a vontade de fazer a diferença sejam uma constante em 2014.

Dúvida do empreendedor

Sou Microempreendedor Individual e gostaria de participar de licitações. O que devo fazer?

Para participar de licitações o empresário deve conhecer as regras e planejar-se. Analise os requisitos solicitados nos editais de licitações para os produtos e/ou serviços que pretende fornecer (documentação, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, etc.).

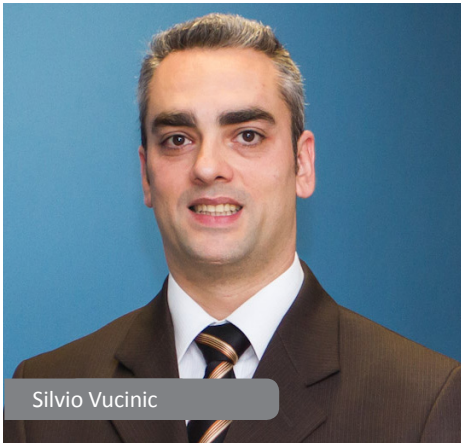
no Estado. É importante também consultar o portal www.licitacoes-e.com.br, do Banco do Brasil, além dos sites dos entes licitantes na internet.

Uma boa dica é começar pelas licitações do seu município, preferencialmente na modalidade de pregão

presencial, que é mais simples, para ir se familiarizando com os certames. Importante o planejamento para verificar se a empresa possui as condições necessárias para fornecer os bens e serviços e os recursos financeiros para se manter até o recebimento do preço.

Nas licitações, é imprescindível a regularidade fiscal da empresa, portanto, certifique-se de que não há débitos tributários, federais, estaduais e municipais.

A Lei Complementar n. 123/2006 traz benefícios às MPEs nas licitações públicas. Para conhecer mais sobre licitações, faça o curso a distância do Sebrae, denominado Compras Governamentais em www.ead.sebrae.com.br.



Silvio Vucinic

Por Silvio Vucinic,

consultor do Sebrae-SP.

Feira do Empreendedor: oportunidade de ampliar mercado



Última edição da Feira do Empreendedor ocorreu em outubro de 2012

Entre 22 e 25 de fevereiro de 2014 o Sebrae-SP promove a 3ª edição da Feira do Empreendedor, uma excelente oportunidade para quem quer expandir seus negócios, encontrar novos parceiros ou deseja empreender pela primeira vez.

A expectativa é que 60 mil pessoas visitem a Feira do Empreendedor 2014, quando 300 expositores apresentarão as principais novidades do mercado de micro e pequenos negócios.

“A Feira do Empreendedor 2014 tem tudo para ser o maior evento já realizado pelo Sebrae-SP. Queremos que seja um evento de negócios, onde os visitantes, de alguma forma, possam levar as experiências vividas no evento à sua rotina de negócios”, afirma o consultor do Sebrae-SP e organizador da Feira do Empreendedor, Ary Scapin. “Essa é uma grande oportunidade para ampliar mercados, conquistar novos parceiros comerciais, fornecedores e clientes.”

Inscrições antecipadas podem ser feitas em:

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

Datas: 22 a 25 de fevereiro de 2014

Local: Expo Center Norte – Pavilhão verde

(Rua José Bernardo Pinto, nº 333, Vila Guilherme)

Horário: 22 e 23, das 10h às 21h, 24 e 25, das 13 às 21h.

Entrada gratuita. Evento proibido para menores de 14 anos.

Cinco motivos para ir à NRF 2014

A NRF Retail's Big Show 2014 será realizada entre os dias 11 e 15 de janeiro, em Nova York. Em parceria com Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), Associação Comercial de São Paulo (ACSP) e Fundação Getúlio Vargas (FGV), o Sebrae-SP organizou a missão empresarial com um roteiro elaborado de acordo com os interesses dos participantes da viagem.

Maior evento de varejo do mundo, a NRF é a oportunidade para conhecer novidades do mercado. Os participantes da missão do Sebrae-SP têm desconto de 60% e o pacote inclui seminário na Babson College, em Boston - faculdade de reconhecida excelência mundial em empreendedorismo.

A missão será acompanhada por especialistas do Sebrae-SP e

Fundação Getúlio Vargas, que debaterão diariamente as tendências do mercado. Além disso, há uma programação de visitas a empresas ícones do varejo americano que serão monitoradas, permitindo assim um melhor aproveitamento de cada evento.

Todos os detalhes sobre a missão para a NRF Retail's Big Show 2014 estão no www.facesp.com.br/nrf.

Jornal de negócios mais

Assista aos depoimentos e entrevistas de quem participou em 2013 em <http://sebr.ae/sp/jnmais237>

Expediente

Publicação mensal do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Alencar Burti

ACSP, ANPEI, Banco do Brasil, Faesp, Fecomercio, Fiesp, Fundação Parqtec, IPT, Nossa Caixa Desenvolvimento, SEBRAE, Secretaria de Estado de Desenvolvimento, Sindibancos-SP, Superintendência Estadual da Caixa.

DIRETORIA EXECUTIVA

Bruno Caetano (Diretor-superintendente)

Ivan Hussni (Diretor Técnico)

Pedro Jehá (Diretor de Administração e Finanças)

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado

Gerente: Eduardo Pugnali

Editora responsável: Marcelle Carvalho - MTB 00885

Editor assistente: Roberto Capisano Filho

Repórteres: Ana Carla Lopes, Andrea Guedes, Daniel Lopes, Ivan Martins, Luiz Paro e Pedro Corrêa

Fotos: A2 Fotografia

Ilustrações: thinkstockphotos.com

Apoio Comercial: Valéria Capitani

Projeto Gráfico e diagramação: Marcelo Costa Barros

e Carlos Kazunari

Impressão: Cia Lithographica Ypiranga

SEBRAE-SP

Rua Vergueiro, 1117, Paraíso, CEP: 01504-001

Escritórios Regionais do Sebrae-SP

Alto Tietê: 11 4722-8244

Araçatuba: 18 3622-4426

Araraquara: 16 3332-3590

Baixada Santista: 13 3289-5818

Barretos: 17 3323-2899

Bauru: 14 3234-1499

Botucatu: 14 3815-9020

Campinas: 19 3243-0277

Capital Centro: 3177-4635

Capital Leste I: 11 2225-2177

Capital Leste II: 11 2074-6601

Capital Norte: 11 2976-2988

Capital Oeste: 11 3832-5210

Capital Sul: 11 5522-0500

Franca: 16 3723-4188

Grande ABC: 11 4990-1911

Guaratinguetá: 12 3132-6777

Guarulhos: 11 2440-1009

Jundiaí: 11 4587-3540

Marília: 14 3422-5111

Osasco: 11 3682-7100

Ourinhos: 14 3326-4413

Piracicaba: 19 3434-0600

Presidente Prudente: 18 3222-6891

Ribeirão Preto: 16 3621-4050

São Carlos: 16 3372-9503

São João da Boa Vista: 19 3622-3166

São José do Rio Preto: 17 3222-2777

São José dos Campos: 12 3922-2977

Sorocaba: 15 3224-4342

Sudoeste Paulista – Itapeva: 15 3522-4444

Vale do Ribeira: 13 3821-7111

Votuporanga: 17 3421-8366



A pesquisa Retratos da Sociedade Brasileira - Intenção de Compras, da Confederação Nacional da Indústria, revela que a disposição dos consumidores para gastar mais com as festas de fim de ano é maior entre as pessoas com renda familiar entre cinco e dez salários mínimos. Nessa faixa de renda, 14% pretendem gastar mais do que em 2012. O percentual cai para 9% entre os que têm renda familiar de até um salário mínimo.

Varejo

Comércio deve planejar



Sidney Medeiros, proprietário da Coisas Criativas, faz promoções no ponto de venda físico e na loja online logo em seguida ao Natal

Assim que acaba a tradicional e intensa temporada das compras de Natal, começa outra etapa do calendário do comércio: a das trocas e liquidações de fim de ano. A recomendação é que os varejistas se preparem para receber os clientes que forem às lojas nesse período e aproveitem o movimento para queimar o que restou no estoque e começar 2014 com novidades.

O consultor do Sebrae-SP, José Carmo Vieira de Oliveira, diz que muita gente espera o dia 26 de dezembro para comprar produtos mais baratos. “É a famosa xepa e é preciso estar pronto o quanto antes, já que em janeiro as pessoas estão fora da cidade, viajam, o movimento tende a cair e no retorno os gastos ficam concentrados em IPVA, IPTU e material escolar das crianças”, afirma.

“**Tire os enfeites natalinos e dê uma repaginada na vitrine. Caso tenha um bom banco de dados, ative-o e identifique quais foram os fregueses habitués que não compraram no período de Natal e chame-os para aproveitar as ofertas**”

José Carmo Vieira de Oliveira,
consultor do Sebrae-SP

O especialista em marketing recomenda mudar a decoração da loja e explica que a melhor estratégia para a liquidação é a divulgação. “Tire os enfeites natalinos e dê uma repaginada na vitrine. Caso tenha um bom banco de dados, ative-o e identifique quais foram os fregueses habitués que não compraram no período de Natal

e chame-os para aproveitar as ofertas”, ensina Carmo.

Outra dica é criar pacotes temáticos. Em uma loja de lingerie, por exemplo, isso pode ser feito com o mix calcinha e sutiã. “Crie combos com as cores que ficaram encailhadas. Faça pacotinhos com preço único e mescle os tons que mais saem, coringas, com os que não tiveram procura”, orienta.

O importante é não armazenar sobras. O cliente busca novidades o tempo todo e é preciso queimar estoques para ter dinheiro em caixa. “O empresário tem que perceber que encalhe é prejuízo. Quando a mercadoria fica estagnada o capital de giro também fica parado e não é possível investir em novas compras”, esclarece.

Sidney Medeiros, 35 anos, dono da Coisas Criativas, adota a tática. O quiosque fica em um shopping da Zona Sul de São Paulo e também tem sua versão online. O empreendedor já passou por consultorias e cursos do Sebrae-SP, inclusive o de visual merchandising e conta que, no dia seguinte do Natal, já espalha banner no ponto de venda e no site, anunciando as promoções que se estendem até as peças acabarem, além de enviar avisos para os cadastrados.

Outra estratégia adotada pelo empresário é a de expor, na loja física, os produtos de maior valor agregado na altura do olhar e com ritmo (tamanhos e cores alternadas). Logo na entrada ele coloca os produtos mais robustos (no mês passado ele colocou um cooler no formato de uma caneca de cerveja com um amarelo bem vibrante). Quem passa pelo corredor do shopping logo vê e acaba visitando o estabelecimento.

Troca

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, o comerciante não é obrigado a trocar o artigo que esteja em perfeitas condições. Porém, se no ato da venda essa possibilidade for oferecida, então passa a ser obrigação. Nesse caso, a loja pode definir as regras para a troca, que devem ser estabelecidas por escrito em algum documento fornecido ao cliente.


Mas a obrigatoriedade da substituição existe quando a peça apresenta defeito de fabricação ou não condiz com a especificação

Seis em cada dez brasileiros (67%) vão presentear alguém neste Natal. Os filhos devem ser os grandes felizardos, uma vez que 70% pretendem presentear-los. Em seguida aparecem marido ou esposa (47%), mãe (41%) e irmão ou irmã (30%), entre outros, de acordo com pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL).

O momento da troca serve como política de boa vizinhança e ajuda a conquistar o consumidor

da embalagem. O consultor do Sebrae-SP assegura que o momento da troca é excelente para conquistar o consumidor, uma política de boa vizinhança que pode resultar em nova venda.

“O lojista pode estipular algumas normas como prazo e dias para troca e deve treinar os vendedores a fazer venda cruzada. Se o cliente vai trocar uma blusa, ofereça uma calça ou um cinto para compor o visual”, aconselha o consultor.

Medeiros segue nessa linha. “Fazemos a troca quando o item está com defeito ou quando a pessoa foi presenteadada e não gostou do produto, mas não devolvemos o dinheiro. É preciso trocar a mercadoria por outra de igual ou maior valor”, diz. Ele garante que dessa forma é possível evitar que as pessoas ajam de má fé e também acaba conquistando clientes, já que treinou os vendedores a oferecer novidades aos frequentadores. “Até janeiro terei equipe reforçada, cinco funcionários temporários, três na loja física e outros dois no atendimento ao cliente do site. O estabelecimento existe há dois anos e 30% dos novos clientes são conquistados nesse período”, conta. 

Confira as orientações para cada modelo de loja



Loja de rua

- Decore o estabelecimento e espalhe cartazes e banners destacando as promoções
- Deixe os produtos expostos nos locais com maior tráfego de clientes
- Os artigos devem ficar na altura do olhar. O ideal é 1,60m, o que corresponde à média da estatura do brasileiro
- Invista na iluminação para o dia e para a noite. A luz certa favorece a mercadoria



Loja de shopping

- Nesses centros de compras, a concorrência está ao lado. Caso o concorrente faça um saldão, busque apresentar um diferencial. Mescle as peças de maior aceitação com as que encaixaram no estoque
- Crie pontos focais. Como as lojas são pequenas, no geral têm 60m², é preciso saber usar o pouco espaço disponível
- Aposte na venda cruzada, principalmente na troca. Ofereça mix de produtos



E-commerce

- A home page também precisa estar no clima de liquidação. Uma diagramação atrativa e especial para a ocasião é fundamental
- A navegação precisa mostrar detalhes do produto. Utilize o sistema de lupa (zoom) para o consumidor visualizar a peça. Ele substitui a necessidade de o cliente tocar o produto
- Transmita confiança. Coloque testemunhos de quem já comprou
- Respeite o prazo de entrega

Para os três modelos

- Bom atendimento. No caso do site é preciso ter um espaço para o cliente conversar com alguém, seja por e-mail, chat ou telefone
- Prepare o seu estabelecimento para o grande movimento. Agilidade e paciência serão fundamentais

Fidelização

- Aproveite o movimento intenso para cadastrar todos os clientes. Faça uma planilha simples com nome, telefone, endereço e e-mail. Com essas informações você poderá avisá-lo sobre novas promoções e lançamentos por meio de malas diretas ou e-mail marketing

O que diz o Código de Defesa do Consumidor?

- O comerciante só é obrigado a substituir produtos com defeito de fabricação, quando a quantidade for diferente daquela especificada em sua embalagem ou quando não cumprir a oferta (por exemplo, o não atendimento do prazo de entrega)
- A troca é uma liberalidade do lojista como estratégia para conquistar clientes
- Para o consumidor garantir o direito de substituição por motivo de tamanho, cor ou modelo, o comprador deve solicitar que essa informação conste na etiqueta, na nota fiscal ou recibo de compra, devendo conter os seguintes requisitos: prazo para a troca; dias disponíveis

(normalmente não se efetua a troca em finais de semana ou feriados); os produtos que serão objetos de troca (normalmente aqueles em promoção ou peças específicas poderão não ser passíveis de substituição) e, enfim, todas as condições impostas pelo lojista para a concretização da permuta

- O cliente tem 30 dias para reclamar dos produtos com defeito não duráveis (roupas e alimentos) e 90 dias para os duráveis (eletrodomésticos e veículos automotores). Caso o prazo expire em razão da demora do fabricante em consertar o defeito, depois de resolvida a questão com o cliente, o lojista pode cobrar o prejuízo do fabricante



As vagas de trabalho criadas neste ano até outubro superaram a marca atingida em 2012, conforme dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) divulgados em novembro. De janeiro a outubro o saldo ficou em 1,46 milhão de vagas, ante 1,37 milhão de novos postos no ano passado.

Formalização

MEI inadimplente: saiba regularizar



O cabeleireiro José Wilson Gavão ficou três anos com empresa aberta sem saber. Hoje está com a situação regularizada

Entre outubro de 2012 e igual mês de 2013, o número de Microempreendedores Individuais (MEIs) aumentou 37% e atingiu 3,5 milhões no Brasil. O avanço foi acompanhado pela elevação da inadimplência e segundo a Receita Federal, 52% dos MEIs estão com tributos em atraso. No Estado de São Paulo, são 54%. Entre as principais causas está o desconhecimento do sistema por parte do MEI. Mas não há segredo para regularizar a situação.

A desinformação faz com que, em alguns casos, o MEI descubra por acaso que tem CNPJ e está formalizado. Outro ponto de atenção é que o empreendedor aguarda os boletos

chegarem pelo Correios quando o correto é imprimir a guia de pagamento no Portal do Empreendedor (www.portaldoempreendedor.gov.br).

O consultor do Sebrae-SP, Paulo Melchor, lembra que o empresário que deixa de honrar os pagamentos do MEI perde os direitos previdenciários como auxílio acidente, salário-família, pensão por morte e aposentadoria por idade.

“A maior parte da tributação paga pelo MEI é INSS, ou seja, a previdência do empreendedor. Trata-se de um seguro pessoal do empresário que ele pode utilizar em caso de acidente ou doença”, afirma o

consultor. Ele também enfatiza que o atraso dos pagamentos não contabiliza o tempo para a aposentadoria. “Quem não paga precisa ter a consciência de que está perdendo um direito.”

Como boa parte da contribuição é para Previdência, o pagamento do carnê independe do faturamento da empresa. Ou seja, mesmo sem vender nenhum produto ou serviço o empreendedor deve quitar normalmente o boleto do MEI.

Como fazer

Seja qual for o motivo da inadimplência, o processo de regularização

é simples e sem burocracia. Melchor explica que pelo Portal do Empreendedor é possível gerar um novo carnê de pagamento (DAS) com os valores atualizados, incluindo multa e juros. O pagamento é feito na rede bancária e casas lotéricas até o dia 20 de cada mês.

Para voltar a ter direito aos benefícios, o trabalhador terá de contribuir para a Previdência por, pelo menos, um terço do tempo mínimo exigido. Esse período, chamado de carência, varia de acordo com o benefício. “No caso do auxílio-doença, é preciso pagar 12 contribuições mensais e, para o salário-maternidade, exigem-se dez pagamentos.

O Indicador de Demanda das Empresas por Crédito, divulgado pela Serasa Experian, avançou 5% no mês de outubro na comparação com setembro. Segundo os economistas da Serasa Experian, o aumento da demanda por capital de giro nesta época do ano visa a produção e a composição de estoques para fazer frente às vendas de final de ano. O destaque foi o segmento de micro e pequenas empresas, cuja expansão em outubro foi de 5,3%.

a situação

A contagem da carência se inicia a partir do primeiro pagamento realizado em dia”, diz Melchor.

“Quando terminei o curso de cabeleireiro em janeiro de 2013, decidi abrir um pequeno salão. Foi quando descobri que eu já tinha uma empresa aberta há três anos e estava inadimplente”

José Wilson Galvão,
empresário

O cabeleireiro José Wilson Galvão planejava abrir uma empacotadora de temperos em 2010, mas o negócio não se concretizou. Galvão resolveu fazer uma simulação no Portal do Empreendedor, mas o que não sabia era que o suposto teste geraria um CNPJ e, portanto, uma nova empresa. “Quando terminei o curso de cabeleireiro em janeiro de 2013, decidi abrir um pequeno salão. Foi quando descobri que eu já tinha uma empresa aberta há três anos e estava inadimplente”, conta.

Galvão regularizou a situação com o pagamento dos débitos em atraso e alteração da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), que determina o ramo de atividade prestada pela empresa. Hoje ele está prestes a quitar a dívida e paga em dia os tributos do MEI.


Em ordem


Quem tem os pagamentos em dia não se arrepende dos benefícios

que a formalização do MEI traz ao negócio. Há três anos, Priscila Quaglia abriu uma loja de roupas na região do Jaraguá, em São Paulo. Com o CNPJ, a empresária pôde colocar à disposição dos clientes pagamentos por meio de cartões de crédito e débito, o que aumentou o faturamento.

Mesmo com as vendas em alta, a empresária deixou de honrar a contribuição mensal por quatro meses. Na avaliação dela, gerar o boleto na internet atrapalha o pagamento. “Seria melhor se eu recebesse o boleto em casa”, conta.

A pouca familiaridade do empreendedor com a tecnologia é vista como um entrave para redução da inadimplência. Por isso, o Ministério da Micro e Pequena Empresa estuda uma forma de colocar em prática o envio dos carnês de recolhimento à casa do MEI.

Enquanto a medida não entra em vigor, o MEI continua a ter apenas duas obrigações: pagamento mensal de um tributo único que varia de R\$ 34,90 a R\$ 39,90 e a entrega da declaração anual de faturamento da empresa no mês de maio. 



Jornal de
negócios
mais

Confira nossa página especial
com conteúdos para os
Microempreendedores Individuais
em <http://sebr.ae/sp/jnmais237>



Bruno Caetano,
Diretor-superintendente
do Sebrae-SP

 @bcaetano

 bcaetano@sebraesp.com.br

 www.facebook.com/bcaetano1

Sua empresa faz marketing?

É possível que muitos donos de micro e pequenas empresas (MPEs) vejam o marketing como algo distante ou inviável. No entanto, é uma ferramenta essencial para conquistar e fidelizar clientes e acessível a todos.

Resumidamente, marketing é um conjunto de ações voltadas a reconhecer e satisfazer as necessidades e desejos do consumidor. Serve para direcionar a oferta de bens e serviços que atendam ao público-alvo e ajuda a definir preço, promoções, distribuição e comunicação.

Para ser eficiente é preciso conhecer o cliente e seu comportamento. Deve-se estudar o mercado, procurar antecipar-se para aproveitar oportunidades e estar atento à concorrência. Marketing envolve oferecer algo mais como excelência em atendimento e pós-venda entre outros pontos.

Quando os recursos são reduzidos, a dificuldade está em decidir quanto gastar. Mas vale até fazer uma poupança para isso.

O passo inicial é mirar no que pode dar maior retorno e no período certo. De que adianta anunciar para a cidade inteira se o consumidor está no bairro? É um gasto além do necessário. Analise quais canais alcançam seu público. Mas cuidado: investir em algo só porque é barato pode ser uma cilada.

Se a concorrência chega com uma ação - descontos, brindes ou outras estratégias dentro e fora do ponto de venda - é hora de agir também. Caso a tática seja marketing direto, material enviado no nome do cliente é mais forte do que o genérico. Troque cadastro com outros empresários para aumentar sua base de destinatários. Divida espaços em folders e similares com outras empresas. Custa menos e viabiliza a iniciativa. Internet e redes sociais também são boas opções.

Relacione as ações, levante custos e centre esforços naquilo que for adequado. Marketing não é luxo nem dispensável, mas uma forma de tornar seu negócio mais competitivo. Pense nisso neste fim de ano e boas festas. Que 2014 traga muitas alegrias.



O bom momento do varejo em shopping deve ganhar reforço com a aproximação do Natal, com crescimento na quantidade de postos de trabalho. De acordo com a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), o aumento de 30% na oferta de empregos pode representar até 286 mil novas vagas. Em 2012, foram mais de 240 mil oportunidades. As posições incluem atividades como estoquistas, vendedores e equipe interna.

Veja como evitar os



Amanda Moraes de Carvalho, da Leitura Dinâmica: “Mesmo recorrendo aos serviços de uma empresa de cobrança, é difícil receber”

Nenhuma empresa está livre de levar os famosos “calotes” de clientes, por isso, é importante que ela tenha formas de minimizar os riscos e, se for preciso, fazer as cobranças necessárias para receber o valor do produto ou serviço.

Falta pouco tempo para o início do próximo ano, período em que, segundo especialistas, é comum aumentarem os casos de maus pagadores. “O índice de inadimplência tem crescido nos últimos 15 anos no primeiro quadrimestre, isso porque é uma época em que aumenta o número de contas a pagar, como matrícula no colégio e compra de material escolar. Por isso, as pessoas acabam fazendo mais dívidas, mas não conseguem arcar com todas”, explica a consultora jurídica do Sebrae-SP, Sandra Fiorentini. “Uma boa alternativa nessa época é dividir o valor em menos parcelas”, recomenda.

A consultora afirma que o índice de inadimplência das pequenas empresas em São Paulo fica, na média, em 5% do faturamento, quando o aceitável seria até 2%. Para ela, a principal maneira de evitar os calotes é não aceitar que o pagamento seja feito por meio de cheque ou boleto. “Além de dinheiro, use os cartões de crédito e débito, que possuem taxas, mas compensa se levarmos em conta o trabalho que dá e o tempo que leva para cobrar e receber”, orienta.

O empresário deve deixar claro para o consumidor quais são as formas de pagamento admitidas naquele estabelecimento por meio de placas ou cartazes em locais visíveis, por exemplo: “Não aceitamos cheques”. Caso a empresa aceite cheque, mas verifique que o cliente tem restrições, deve oferecer a ele outras formas de pagamentos como dinheiro ou cartão, além de orientá-lo a procurar

o gerente de seu banco para solucionar o problema.

“É preciso registrar tudo porque, do contrário, o empresário pode esquecer-se da dívida e, claro, também de cobrá-la, e se ela prescrever, não há mais como recuperar o valor”

Sandra Fiorentini,
consultora do Sebrae-SP

Mas se mesmo assim não for possível evitar o calote é preciso cobrar, o que deve ser feito em algumas etapas: telefonar para perguntar a respeito da dívida, enviar uma carta (nela deve constar aviso de recebimento, cobrança,

possibilidade de negociação, prazo para que o devedor entre em contato e informação de que, na falta de pagamento, o título será enviado para protesto) e entrar com ação de cobrança no Tribunal Especial de Pequenas Causas.

A organização é fundamental para combater a inadimplência, por isso, é importante capacitar os funcionários para que mantenham os cadastros dos clientes sempre atualizados. “É preciso registrar tudo porque, do contrário, o empresário pode esquecer-se da dívida e, claro, também de cobrá-la, e se ela prescrever, não há mais como recuperar o valor”, adverte Sandra.

Também é importante que o dono da empresa escolha um colaborador da equipe para ser o responsável por procurar os clientes que estão inadimplentes. “É necessário respeitar o Código de Defesa do Consumidor. Toda cobrança deve ser feita com educação, sem ameaças e não expor a pessoa a constrangimentos, pois existem meios legais para a cobrança”, afirma.

Amanda Moraes de Carvalho, proprietária da Leitura Dinâmica, atacadista distribuidora de livros na zona norte de São Paulo, tem sofrido com a inadimplência. Nos últimos quatro anos, ela entrou com 60 processos na Justiça para receber por serviços prestados, no entanto, recebeu somente um.

“Os clientes que mais me dão problemas são justamente os mais antigos, aqueles com quem tínhamos uma relação de confiança, e que, de repente, resolvem não pagar pelos serviços que já prestamos. Mesmo recorrendo a uma empresa de cobrança

Pesquisa do Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo (Simpi) mostra que os empresários do ramo acreditam que este fim de ano será positivo para os negócios na comparação com o mesmo período de 2012. A expectativa para 40% dos entrevistados é de que as festas de fim de ano influenciarão de maneira positiva os negócios e o período será melhor do que em 2012. Já 36% dos dirigentes acreditam que permanecerá igual e 22% avaliam que o fim de ano será pior em comparação com o ano anterior.

calotes em sua empresa

“é muito difícil conseguir receber”, diz Amanda.


A empresária tem adotado medidas para se proteger. “Fazemos a consulta do CNPJ do cliente em entidades como Serasa, buscamos referências bancárias e nos primeiros cinco meses só aceitamos pagamentos feitos à vista”, diz.



Jornal de negócios mais

Saiba mais sobre inadimplência: como evitar e resolver



<http://sebr.ae/sp/jnmais237>





Em números

De acordo com o Serasa Experian, a inadimplência nas empresas no Brasil caiu 7,4% em setembro, na comparação com agosto deste ano. Na comparação entre setembro de 2012 e de 2013, no entanto, a inadimplência nos negócios seguiu caminho inverso, apresentando uma alta de 1,2%.

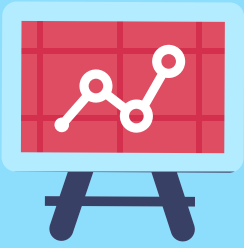
35% das micro e pequenas indústrias de São Paulo afirmam que sofreram com calotes em setembro. As contas em atraso representaram 18% do faturamento. Os dados são da pesquisa de atividade industrial realizada pela Datafolha e pedido do Sindicato das Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Simpi).





Maneiras de se prevenir

- Prefira oferecer opções de pagamento em cartões de crédito e débito
- Não aceite pagamento com cheques
- Consulte o histórico do cliente em cadastros de proteção ao crédito
- Confirme sempre o RG, CPF e telefone do cliente
- Defina uma pessoa para fazer as cobranças
- Se for um cliente que costume voltar, avise que só venderá se a dívida for paga
- Faça pesquisa de histórico de pagamento da empresa cliente e de seu dono
- Cobre com educação e sem expor o cliente a constrangimentos
- Use as formas legais de cobrança: telefonema, carta de cobrança com aviso de recebimento e, em último caso, proteste o cheque ou boleto e proponha uma Ação de Execução ou Cobrança no Tribunal Especial de Pequenas Causas



classificados

ALIMENTÍCIO

Empacotadora Semi-automática

- Pesagens de 1 grama a 5 kg
- Caçamba e vibrador removíveis sem ferramentas e laváveis
- CLP com 45 programas de fácil manuseio

O MENOR PREÇO DO MERCADO

abipack

www.abipack.com.br
Tel/fax: (11) 5072.7835

COMUNICAÇÃO / GRÁFICA

GRÁFICA & COPIADORA

BANNER

ADESIVOS & RÓTULOS
ENVELOPES - PASTAS
APOSTILAS - CRACHÁ PVC

DOREPAPER

Solução em Impressão

29505627 - 22834223

DIVERSOS

MONDEO
Assessoria em Comércio Internacional

TOC IMPORTS

- Habilitação junto a Receita Federal para Importar e Exportar (RADAR)
- Mudanças Internacionais
- Importação de cargas vivas, cabelos humanos naturais e demais mercadorias
- Toc Imports - comercial importadora e exportadora

www.mondeointernacional.com
(11) 2951-3998 / 2951-3588

INFORMÁTICA

Transportadoras do Simples Nacional,
Está Chegando a Hora!
01-12-2013

Emissor de Conhecimento de
Frete Eletrônico (CT-e)
ao seu alcance!

Pagando apenas a
manutenção mensal
a partir de:
R\$ 85,00

11 2682-9644

11 3294-8635

Contratadora de Transporte Especial

www.htdsistemas.com.br

HTD
sistemas

INVENTOS

Crimark

MARCAS & PATENTES

- CETESB
- Licença de Funcionamento
- Autorização de Funcionamento
- Registro e Legalização de Produtos

DDG 0800 13 33 13

Http:// www.crimark.com.br
e-mail: crimark@crimark.com.br

MARCAS E PATENTES

MARCAS & PATENTES
DIREITOS AUTORAIS

3340-7713
sguimaraes@sguimaraes.com.br

CONFECÇÃO

BIA BABY: empresa de confecção de produtos para bebê precisa de representantes. Tel.: (11) 2507-5024/99619-7439 - MANUEL- www.biababy.com.br

MOVEIS PARA LOJAS

Show Room com 100 modelos e 2500 fotos.
200 moveis a pronta entrega.
20 anos Projetando, Fabricando e apoiando o Empreendedor na realização do seu Sonho.
Nossa Experiência faz a diferença.

www.srfabricademoveis.ind.br
SP 11- 3966-1020 :: RJ 21-4042-9244

CONSULTORIA

MELHORIA: de resultado, recuperação empresa, planejamento financeiro, custo, formação preço, fluxo caixa, consultoria. Tel.: (11) 3192-3979 - diretoria@audint.com.br

Inove no Marketing do seu Salão de Beleza!



mimocard Experimente Grátis
www.mimocard.com.br

DIVERSOS

Sistema de Automação Com NFe

HAYASHI company

Indicada por Contadores!

Sistemas NFP Nfe
Equipamentos/ Impressora Fiscal
Serviços/ Suporte Informática

Padrão Japonês de Atendimento!

www.nfp.inf.br

(11) 3297-0914 (11) 2574-3263

Lançamento no Brasil

HAYASHI company

Seu Site nas Primeiras Páginas do Google

Criação de Site com novas Técnicas e ferramenta Japonesa

www.nfp.inf.br

(11) 3297-0914 (11) 2574-3263

INFORMÁTICA

HDM Projetos & Tecnologia

GERENCIAMENTO de PROJETOS em TI, TELECOM e Implantação de Software.

Mapeamento e Modelagem de Processos.

Planejamento Estratégico.

Marketing digital para Empresas.

Entre em Contato: 11-999320058

INDÚSTRIAS, COMÉRCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES.....

Seu sistema está em DOS?
Seus Controles estão em Planilhas?
Quanto você aproveita do seu SISTEMA?
Desenvolvemos e adequamos nossos Sistemas para as necessidades de sua Empresa.

PAGAMENTO EM ATÉ 10X
...Desde 1988 - CONSULTE-NOS
Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

11 5585-9277 / 5581-9352

www.viacient.com.br

VIA CLIENTE Informática

SUA LOJA ESTA INFORMATIZADA???
OU TEM APENAS UM "SISTEMINHA..." ???

Controle de Estoque, Fácil Operar, Código de Barras, Orçamentos, Versão ME e ECF / SAT, Nota Fiscal Paulista, Faturamento NFE, Relatórios Gerenciais.

Adequamos os sistemas para as suas necessidades

PAGAMENTO EM ATÉ 10X
...Desde 1988 - CONSULTE-NOS
Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

11 5585-9277 / 5581-9352

www.viacient.com.br

VIA CLIENTE Informática

SEU SISTEMA SÓ EMITE NFE ???

- + Módulo de Gestão Empresarial
- + Módulo de Controle Financeiro
- + Módulo de Produção

Cálculo de ST, Redução de Base e Simples Nacional
Integração com Sistemas Contábeis
Controle

PAGAMENTO EM ATÉ 10X
...Desde 1988 - CONSULTE-NOS
Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

11 5585-9277 / 5581-9352

www.viacient.com.br

VIA CLIENTE Informática

Sistema Gestão XXI Módulos :

- Importação
- Portal Representante Web
- BI - Business Intelligence
- Gerenciamento Armazém - WMS

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br

(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

NOTA FISCAL ELETRÔNICA SEM COMPLICAÇÃO

Emissor de NF-e em lote

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br

(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

VOCÊ NO CONTROLE DA SUA INDÚSTRIA

ERP GESTÃO XXI
A INTEGRAÇÃO DE SEUS DEPARTAMENTOS

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br

(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

O ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br

(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

3MI Factoring

QUER UMA MÃOZINHA RECEBA À VISTA SUAS VENDAS A PRAZO
Negocie seus cheques e duplicatas pelo menor custo do mercado

consulte-nos (11) **2723-3218**
www.3mi.com.br

3MI Factoring

- Fomento Mercantil
- Assessoria em Cobrança
- Análise de Crédito
- Gestão de Risco

consulte-nos (11) **2723-3218**
www.3mi.com.br

TENHA SEU PRÓPRIO NEGÓCIO FABRIQUE CARIMBOS



CARBRINK 11 2555-8666
www.carbrink.com.br



Classificados



SEJA UM EXPOSITOR DA FEIRA DO EMPREENDEDOR SEBRAE SÃO PAULO. RESERVE JÁ O SEU ESPAÇO.

- Maior evento de empreendedorismo do País, com média de 55 mil visitantes.
- De 22 a 25 de fevereiro no Expo Center Norte.
- Pré-inscrição no site <http://sebr.ae/sp/expositor> ou pelo telefone (11) 3539-9968/3539-9926.



Pesquisa

TV aberta é a principal fonte de informação para donos de micro e pequenas empresas

Segundo estudo inédito do Sebrae-SP, quando os donos de MPEs buscam informação para a gestão de seu negócio, a televisão aberta aparece como principal fonte para 27% deles. A crescente popularização e mobilidade da internet colocam o veículo ao lado do jornal, ambos com 20% da preferência. Em seguida, aparecem a revista (15%), rádio FM (6%), rádio AM (4%) e TV por assinatura (3%).

Quanto à frequência, o levantamento apontou que os empreendedores consultam os veículos todos os dias. No caso do jornal, o caderno que recebe maior atenção é o de economia, com 62% da preferência. Em segundo lugar (18%), eles leem os classificados, depois política (12%) e o noticiário internacional (10%).

Aos domingos, a leitura dos jornais aumenta.

No que se refere à TV, as emissoras abertas têm mais público durante a semana e os canais pagos, no fim de semana. As rádios, tanto AM como FM, conquistam audiência maior de segunda à sexta-feira.

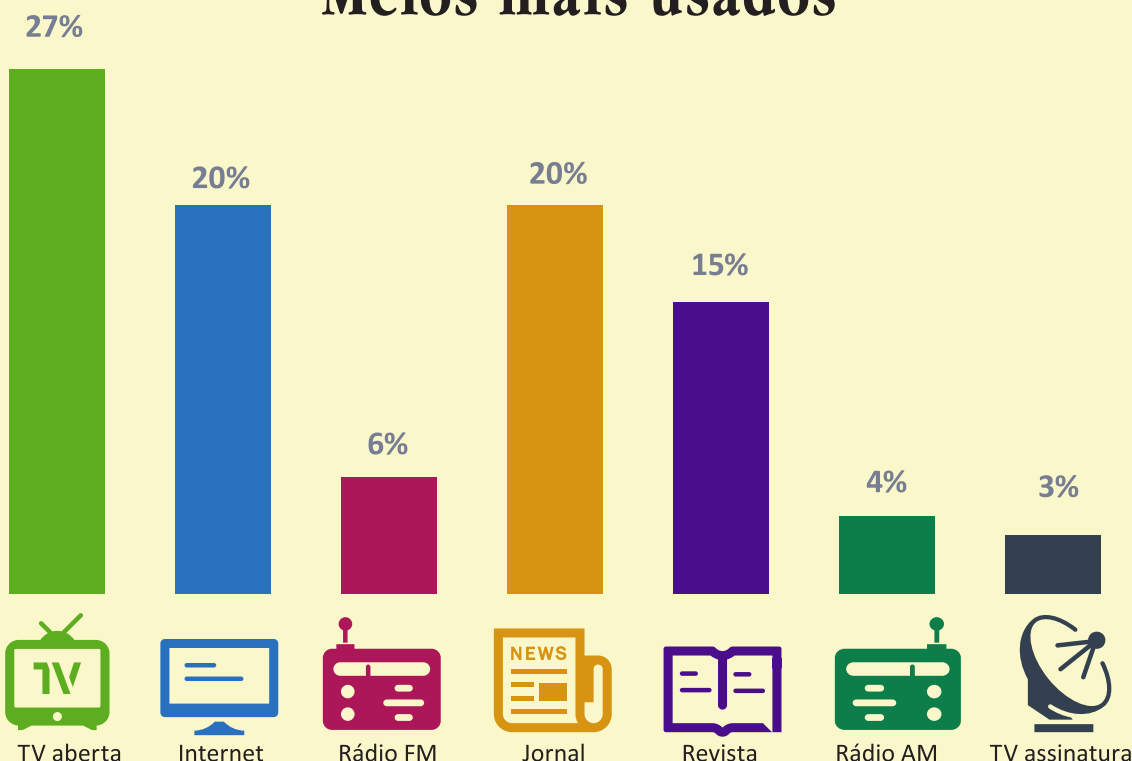
Entre os empreendedores leitores de revista, 32% são assinantes e 27% compram regularmente com o objetivo de se informar sobre a gestão do negócio. Na internet, cujo acesso aumenta durante a semana, 75% navegam no Facebook, 71% no YouTube e 21% no Twitter, atentos a assuntos relacionados à administração de suas empresas.

O estudo reforça a relevância das MPEs dentro da economia

e o potencial de consumo de mídia, o que deixa claro que são um mercado ainda subavaliado. Hoje, as MPEs são 99% do total de empresas existentes no País, respondem por 25% do Produto Interno Bruto (PIB) e 52% dos empregos formais do Brasil, quadro não traduzido em esforços publicitários, segundo o gerente de Inteligência de Mercado do Sebrae-SP, Eduardo Pugnali.

“Agências e anunciantes encontram nos donos de micro e pequenas empresas um enorme campo para trabalhar. Campanhas bem feitas voltadas para esse segmento têm grande chance de adesão e é uma oportunidade que ainda não foi devidamente explorada”, afirma Pugnali.

Meios mais usados



Fonte: Sebrae-SP



Agenda de Tributos

Microempreendedor Individual (MEI) 20/12

Recolhimento em valores fixos mensais. Último dia para o pagar DAS referente novembro/13.

SIMPLES NACIONAL (ME / EPP)

13/12

Diferença de Carga Tributária. Diferencial de alíquota de ICMS devido pelas empresas optantes pelo Simples referente às aquisições de produtos de outros Estados realizadas no mês de novembro de 2013.

20/12

Recolhimento do DAS. Tributos devidos e apurados na forma do Simples Nacional.

31/12

IR – Ganho de capital das empresas optantes pelo Simples Nacional. Imposto de Renda incidente sobre os ganhos de capital (lucros) obtidos na alienação de ativos de novembro/13. (DARF comum - 2 vias - código 0507).

20/12

INSS (Simples Nacional – ANEXO IV). Contribuição Previdenciária calculada sobre o total da folha de pagamento, bem como dos valores retidos. Recolhimento referente a novembro/13.

Lucro presumido. Último dia do mês seguinte à apuração do trimestre.

IRPJ – Imposto de Renda da Pessoa Jurídica. Último dia do mês seguinte à apuração do trimestre. Recolhimento trimestral. Meses: Abril, Julho, Outubro e Janeiro

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. Recolhimento trimestral. Meses: Abril, Julho, Outubro e Janeiro.

20/12

INSS. Calculado sobre o total da folha de pagamento, bem como dos valores retidos. Referente a novembro/13.

24/12

PIS/Pasep Faturamento. Contribuição com base no faturamento de novembro. Código Darf: 8109 - Alíquota: 0,65%.

Cofins faturamento. Base: faturamento de novembro/13. Pagamento até o 25º dia do mês subsequente. Código DARF das empresas em geral: 2172 - Alíquota: 3%.

Obrigações diversas

Data: 05/12

Salário do mês de novembro/13.

06/12

FGTS. Recolhimento relativo a novembro 2013.

CAGED. Envio ao Min. do Trabalho da relação de admissões, transferências e demissões de empregados ocorridas no mês de novembro/13.

13/12

INSS. Contribuintes Individuais, facultativos e empregadores domésticos.

20/12

INSS. Produtor Rural (pessoa física e jurídica) e Retenção de 11% na Fonte (Cessão de mão-de-obra).

10/12

GPS – Guia de Recolhimento da Previdência Social. Entrega, contrarrecibo, da cópia da GPS, referente ao recolhimento de novembro/13, ao sindicato representativo da categoria profissional.

20/12

IRF - Imposto Retido na Fonte. Descontado dos pagamentos do trabalho assalariado, sem vínculo empregatício e a outras pessoas jurídicas.

Quinzenalmente

Contribuições PIS/COFINS/CSLL Retidas na Fonte.

Até 06/12

13º Salário - 2ª Parcela do 13º salário.