

JORNAL DE

NEGÓCIOS



Assuma o ponto sem susto

Muitos empreendedores adquirem um negócio já em funcionamento. Saiba quais são os cuidados para garantir o sucesso da empresa. Pág. 6

Cris Castello Branco



Graciele Helena e Eder Ribeiro, donos de restaurante no centro de São Paulo

282 | outubro de 2017 | www.sebraesp.com.br | 0800 570 0800 | facebook.com/sebraesp youtube.com/sebraespaulo twitter.com/sebraesp instagram.com/sebraesp | Versão impressa - 250 mil unidades

Camila Fusco, do Facebook, explica como ser eficiente nas redes sociais
Pág. 4

Negociar o aluguel ou mudar de endereço? Saiba o que avaliar
Pág. 8

Confira quatro tendências do setor de alimentação apresentadas em NY
Pág. 11

AGENDA



FEIRAS DE NEGÓCIOS

FUTURECOM 2017 - 19ª Exposição e Congresso do Setor de Telecomunicações, TI e Internet no Brasil e América Latina

Quando: De 2 a 5/10/2017

Onde: Transamérica Expo Center

Av. Dr. Mario Vilas Bôas Rodrigues, 387 - Santo Amaro, São Paulo - SP

Informações: <http://futurecom.com.br/>

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

Quando: De 3 a 5/10/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center

Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo - SP

Informações: www.brazilroadexpo.com.br

WIRE SOUTH AMERICA - 3ª Wire South America - Feira Internacional de Cabos e Fios

Quando: De 3 a 5/10/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center

Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo - SP

Informações: <http://wiresa.com.br/16/>

TUBOTECH - 9ª Feira Internacional de Tubos, Conexões e Componentes

Quando: De 3 a 5/10/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center

Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo - SP

Informações: <http://tubotech.com.br/16/>

EXPO NOIVAS & FESTAS SP 2017

Quando: De 12 a 15/10/2017

Onde: Expo Center Norte

Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo - SP

Informações: www.exponoivas.com.br

9ª CORTE & CONFORMAÇÃO DE METAIS 2017

Quando: De 24 a 27/10/17

Onde: Expo Center Norte

Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo - SP

Informações: www.nfeiras.com/corte-conformaca-metais

ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.
Queremos ouvi-lo: 0800 570 0800
ouvidoria@sebraesp.com.br



EVENTOS DO SEBRAE-SP

BAIXADA SANTISTA

OFICINA EM SANTOS ENSINA EMPREENDEDOR A GANHAR MERCADO

Quando: 31/10

Onde: Escritório Regional do Sebrae-SP da Baixada Santista - Avenida Washington Luiz, 176, Vila Matias, Santos

Valor: Gratuito

Informações: (13) 3208-0010

INTERIOR

2º PAINEL DA MULHER EMPREENDEDORA TERÁ PALESTRA DE CHIEKO AOKI

Quando: 10/10

Onde: Sociedade Esportiva Sanjoanense, Largo Manoel Hamilton Lourenço Barbeitos, 1, Vila Conceição, São João da Boa Vista

Valor: R\$ 50 (renda revertida para Santa Casa de São João da Boa Vista)

Informações: (19) 3634-4300

ITAPORANGA TERÁ CURSO DE CAPACITAÇÃO EM VENDAS

Quando: De 17/10 a 20/10

Onde: Associação Comercial de Itaporanga - Rua Dr. Felipe Vita, 1.050, Itaporanga

Valor: R\$ 240

Informações: (15) 3526-6030

PRUDENTE REALIZA TRILHA DE CAPACITAÇÃO PARA VENDER MELHOR NO NATAL

Quando: Durante o mês de outubro

Onde: Escritório Regional de Presidente Prudente - Rua Major Felício Tarabay, 408, Centro, Presidente Prudente

Valor: R\$ 267

Informações: (18) 3916-9050

CAPITAL

GESTÃO FINANCEIRA É TEMA DE CURSO NA ZONA SUL

Quando: De 16 a 20/10

Onde: Escritório Regional do Sebrae-SP da Capital Sul - Avenida Adolfo Pinheiro, 712, Santo Amaro, São Paulo

Valor: R\$ 260

Informações: (11) 5525-5270

COMEÇAR BEM AJUDA A TRANSFORMAR IDEIA EM MODELO DE NEGÓCIOS

Quando: De 23/10 a 25/10

Onde: Escritório Regional do Sebrae-SP Capital Norte - Rua Duarte de Azevedo, 280, Santana, São Paulo

Valor: R\$ 190

Informações: (11) 2972-9920

EXPEDIENTE

Publicação mensal do Sebrae-SP
Edição impressa

CONSELHO DELIBERATIVO

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

DIRETORIA EXECUTIVA

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

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado
Gerente: Eduardo Pugnali.
Coordenador: Luiz Otávio Paro.
Editores responsáveis e redatores:
Gabriel Jareta (MTB 34769) e Roberto
Capisano Filho (MTB 46219). Assessores
de imprensa: Gisele Tamamar, Marcelle
Carvalho e Rogério Lagos. Estagiários:
Victor Sguario e Wallace Leray. Imagens:
thinkstockphotos.com. Diagramação:
Marcelo Costa Barros. Apoio comercial:
Unidade Comercial - Giuliano Antonelli
(gerente).

SEBRAE-SP

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

ESCRITÓRIOS REGIONAIS**SEBRAE-SP**

Alto Tietê
Araçatuba
Araraquara
Baixada Santista
Barretos
Bauru
Botucatu
Campinas
Capital Centro
Capital Leste I
Capital Leste II
Capital Norte
Capital Oeste
Capital Sul
Franca
Grande ABC
Guaratinguetá
Guarulhos
Jundiaí
Marília
Osasco
Ourinhos
Piracicaba
Presidente Prudente
Ribeirão Preto
São Carlos
São João da Boa Vista
São José do Rio Preto
São José dos Campos
Sorocaba
Sudoeste Paulista
Vale do Ribeira
Votuporanga

ENTRE EM CONTATO:

0800 570 0800



PAULO SKAF,
Presidente do Sebrae-SP

→ A engrenagem da economia andou desregulada nos últimos tempos; a crise está aí para comprovar a situação. Mas aparecem sinais alentadores de que o pior já passou e caminhamos (ainda que lentamente, é preciso dizer) em direção a um futuro mais tranquilo.

A inflação perdeu força e se encontra em terreno menos ameaçador, dentro da meta de 4,5% estipulada pelo governo

Ajuste na engrenagem

para este ano. O próprio Banco Central, ao reduzir a taxa básica de juros (Selic), indicou não visualizar iminentes solavancos dos preços. Ainda assim, a autoridade monetária manteve a prudência e não descarta a possibilidade de sustos no meio do caminho, mas, por enquanto, não existem indícios. Assim, a Selic, cuja calibragem, entre outras coisas, serve para conter a escalada dos preços, tem espaço para cair mais. Quando ela baixa, os juros do mercado também recuam, tornando o crédito mais acessível e incentivando o consumo.

Voltamos então à nossa engrenagem. Inflação menor significa menos perdas na renda e no poder de compra da população; juros menores representam crédito mais acessível. Fatores que combinados dão fôlego ao consumo das famílias, os principais clientes para produtos e serviços das micro e pequenas empresas (MPEs).

Quando as partes se encaixam, os efeitos positivos despontam. No primei-

ro quadrimestre do ano, as MPEs paulistas registraram aumento de 4,2% no faturamento ante o mesmo período de 2016, de acordo com pesquisa mensal realizada pelo Sebrae-SP. Depois de dois anos de resultados decepcionantes, tais ganhos são mais do que bem-vindos. Claro que para a engrenagem voltar ao pleno funcionamento são necessários outros fatores como a reação do nível de emprego.

A equipe do Sebrae-SP está sempre a postos para orientar o empreendedor sobre como superar as dificuldades e aproveitar oportunidades surgidas nesse momento em que a economia volta a respirar. Quem nos procura tem à disposição um leque variado de cursos, palestras, assessorias que fortalecem as empresas e qualificam o empresário.

É hora concentrar esforços, trabalhar duro e fazer acontecer. Conte com o Sebrae-SP para apoiá-lo em seus projetos e levar suas ideias adiante.

Boa leitura!

Novidades

Sebrae-SP e Creci-SP assinam convênio para beneficiar 180 mil corretores do Estado de São Paulo

O Sebrae-SP e o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Estado de São Paulo (Creci-SP) assinaram um convênio para beneficiar os 180 mil corretores de imóveis paulistas. A parceria permite que os inscritos no Conselho tenham acesso à capacitação em empreendedorismo por meio da plataforma de cursos de ensino a distância do Sebrae-SP. Não há qualquer custo para o profissional especializado em transações imobiliárias.

Os corretores têm acesso a programas educacionais oferecidos pelo Sebrae-SP abordando temas relacionados ao aperfeiçoamento profissional e à cultura empreendedora. Para personalizar essa parceria,

o Sebrae-SP desenvolveu um hotsite exclusivo para os corretores – hoje, são 180 mil profissionais inscritos no Estado.

Na opinião do presidente do Creci-SP, José Augusto Viana Neto, essa parceria tem como objetivo estimular o corretor a buscar o aprimoramento profissional para dar conta dos desafios que surgem na carreira. Viana reiterou a importância da formação continuada do corretor em um ambiente de ampla concorrência.

“Investir em educação nunca é demais. Hoje, com a educação a distância, o corretor tem que saber tirar proveito do uso das ferramentas tecnológicas”, diz Viana.

Entre as vantagens da plataforma EAD,

lembra o presidente, está o fato de o corretor não precisar perder tempo nem dinheiro com o transporte ou estacionamento, já que é possível estudar de qualquer lugar.

De acordo com o diretor-técnico do Sebrae-SP, Ivan Hussni, a parceria firmada entre as entidades é muito importante para levar os conhecimentos de empreendedorismo e gestão para aqueles profissionais que já têm o conhecimento técnico.

“Inicialmente, vamos oferecer soluções em quatro frentes: empreendedorismo, qualidade de atendimento, vendas e marketing. São soluções rápidas, que o corretor pode assistir de onde quiser, e ele receberá certificado ao final do curso”, destaca Hussni.

Entrevista do mês



Conexão com o público

Camila Fusco, do Facebook, orienta as empresas a estar onde os clientes estão

No mundo de hoje, as pessoas estão cada vez mais conectadas e todas são clientes em potencial. Nesse contexto, as redes sociais se transformaram em verdadeiras vitrines para os mais variados negócios. Isso significa que empresas de qualquer porte – principalmente as pequenas – precisam saber explorar o ambiente online. De acordo com a diretora de empreendedorismo do Facebook para a América Latina, Camila Fusco, qualquer pessoa pode gerenciar uma página para ampliar as possibilidades do empreendimento. O principal, explica, é entender o que quer fazer, como atingir as pessoas certas e como conversar com elas de maneira adequada.

Qual a importância de uma pequena empresa estar presente hoje nas redes sociais?

A mobilidade não é mais uma tendência, e sim um hábito no Brasil. A tela do celular é a tela mais pessoal, e os brasileiros passam horas por dia conectados por meio desse dispositivo. No Brasil, são 117 milhões de pessoas utilizando ati-

vamente o Facebook todos os meses, com mais de 90% pelo celular, e 45 milhões acessando o Instagram. Além disso, segundo a commScore, os brasileiros passam 30% do tempo online no Facebook e no Instagram, se conectando com o que mais importa para eles e isso também inclui marcas, produtos e serviços. Ou seja, os clientes estão na plataforma. E eles consomem conteúdo móvel, navegam e têm com as empresas um relacionamento de maneira natural. Em uma economia que mudou tanto nos últimos anos, é essencial que pequenas e médias empresas estejam onde os clientes estão, e por isso é necessário que elas tenham uma estratégia móvel. Em muitos casos, um negócio inicialmente incubado no Facebook consegue transpor a barreira do online e offline. Um caso interessante é a Beth Bakery, uma padaria 2.0 que surgiu primeiro dentro da plataforma, e que a empreendedora conseguia anunciar os produtos para as pessoas no Facebook. Ela conquistou resultados tão positivos que acabou expandindo o negócio e montou inclusive uma loja física.

O que uma pequena empresa não deve fazer nas redes?

No Facebook, a presença mais básica é por meio de uma página, que é bastante diferente de um perfil. Empresas e negócios precisam ter páginas, assim eles conseguem ter acesso a uma série de ferramentas para mostrar seus produtos e serviços para as pessoas certas. Então, a primeira dica do que não fazer é justamente usar um perfil em vez de uma página. Os clientes valorizam a conversa e uma postura mais consultiva. Se o empreendedor tem uma loja de sapatos, por exemplo, não adianta tentar vender os produtos durante o dia todo. Em vez disso, trabalhe com uma linha de pensamento que ajude a mostrar valor na loja, sugerindo conteúdos que apontem quais roupas combinariam com aquela peça. Outro ponto é estar aberto para conversar diretamente com as pessoas. Por isso, não checar a caixa de mensagens com regularidade é um grande erro. Mesmo em um ambiente informal que busca uma proximidade com os clientes, é preciso estar sempre com uma comunicação bem

elaborada, com autenticidade, sem postagens com erros, ou fotos mal tiradas que não retratam o produto.

É necessário que a empresa tenha um especialista em redes sociais e tecnologia?

Qualquer pessoa hoje tem total condição de gerenciar uma página, independentemente do tamanho da empresa. O Facebook apresenta inúmeras ferramentas para ajudar na construção e manutenção de qualquer negócio, seja o trabalho feito por um iniciante ou um gerente de mídias sociais.

É possível estar nas redes sociais com pouco investimento?

Mais importante que pensar em investir é ter uma estratégia que sustente o aporte. O pequeno ou médio empreendedor precisa entender o que ele quer fazer, como atingir as pessoas certas e como conversar com elas de maneira adequada. O investimento deve ser interpretado como uma boa forma de aumentar a visibilidade sobre produtos e serviços disponíveis pela marca, uma vez que ela esteja sólida o suficiente, com um negócio bem estruturado.



Patrícia Cruz

LUIZ FERNANDO SILVA,
consultor do Sebrae-SP



Tudo calculado

Crescer ou não crescer, mudar ou não mudar. Lanço esse ar “dramático-filosófico” apenas como sugestão para refletir sobre decisões que o empreendedor deve tomar e o dilema entre fazer, não fazer – ou como fazer – algo.

Vamos pensar na situação delicada vivida por uma empresa do comércio atendida pelo Sebrae-SP. O caso serve para mostrar quão importante é estudar cada passo e se precaver.

O negócio ia bem, as vendas estavam numa ascendente animadora. Entusiasmados, os sócios decidiram migrar para um local maior e aumentar o estoque. Consequentemente, os custos subiram, deixando as contas em um patamar perigoso. Em contrapartida, eles previam que a demanda crescente compensaria a elevação de gastos.

Mas veio a crise econômica e afugentou parte dos consumidores. Para priorar, a venda no balcão, que era o forte do empreendimento, foi prejudicada com a nova localização, de acesso mais difícil, afastando os

clientes antigos e não estimulando a atração de outros. Resultado: queda no faturamento e encalhe de produtos. A empresa chegou muito perto de fechar as portas e só se reergueu após uma reestruturação total, feita com orientação do Sebrae-SP, nova alteração do ponto de venda e redimensionamento do negócio.

Empreender é correr riscos, mas riscos calculados. No caso comentado aqui, a mudança de lugar foi mal planejada, a expectativa de ganhos, superdimensionada e os proprietários admitiram que agiram por impulso.

Avaliações erradas podem custar caro. Ninguém está imune a falhas, mas é essencial reduzir ao mínimo a possibilidade de elas acontecerem. Uma mudança de endereço, como no nosso exemplo, pode ser mais determinante do que parece. Um negócio pode conseguir vida nova apenas alterando sua localização ou pode ter sua saúde financeira comprometida. É básico, mas muito empresário vê seu empreendimento fracassar porque se equivocou na escolha do lugar para instalá-lo.

Claro que o empresário pode ousar, faz parte da realidade empreendedora. Mas o planejamento jamais deve ser menosprezado. É necessário ser meticuloso, considerar todas as variáveis e nunca agir sem uma boa reflexão. Quanto mais segurança, melhor.



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

Em que momento um negócio está maduro?

Para responder à pergunta, vale a pena enfatizar um termo de suma importância para a sustentabilidade empresarial, algo que contribui para o amadurecimento de negócios e funciona como um norteador dos caminhos almejados para a obtenção de resultados positivos: o planejamento.

No entanto, nem todas as empresas dão a devida importância ao planejamento. Dizer não ao planejamento é dizer sim ao imediatismo por resultados e sim a atitudes reativas, em vez de assumir atitudes prospectoras, com os “pés no chão”. Existem empresas maduras que se desgastaram por ter apostado na imutabilidade de seus modelos de negócios com o passar dos anos ou em modelos de gestão ultrapassados que não encontraram espaços no mundo empresarial contemporâneo. No entanto, também há aquelas que buscaram evolução com o tempo por meio de constantes preparações e otimizações de seus recursos, quebrando paradigmas, rompendo zonas de conforto, lidando com os ganhos e também com as

perdas com eficiência em seus modelos de gestão.

Empresas com mais de 40 anos de existência vivenciam contextos diversos de riscos e de oportunidades para seus negócios. Quando bem preparadas em estrutura e conhecimento, conseguem suplantar melhor as adversidades e aproveitar as oportunidades identificadas. O desafio está em ser uma “empresa madura com o pensamento moderno”. Porém, não planejar toda esta jornada é jogar fora toda uma história, com capítulos que abordam conquistas, perdas, superações e cultura organizacional.

O processo de amadurecimento de uma empresa é contínuo, não havendo esgotamento em si. Sempre há espaços para aprender mais, para agregar muito mais informações e transformá-las em conhecimentos e em resultados. Ou seja, é preciso que haja evolução na gestão por meio da melhoria contínua em processos internos, pessoas, tecnologia, estratégias.

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

Acompanhe o **Sebrae-SP** nas redes sociais. De segunda a sexta-feira, às 17h30, vai ao ar o **Link Sebrae**, com a notícia mais importante do dia para os empreendedores comentada por um consultor do órgão. Já às quintas-feiras, às 16h, tem o **Live Empreendedor**, um bate-papo com convidados que são referências no mundo do empreendedorismo. Para assistir, basta acessar as páginas do Sebrae-SP no Facebook (facebook.com/sebraesp), no YouTube (youtube.com/sebraesaopaulo) ou no Periscope (periscope.tv/sebraesp).

FALE CONOSCO

imprensa@sebraesp.com.br

Assumir um po

Adquirir um negócio em funcionamento exige avaliação atenta. Checagem i



Graciele e Eder no restaurante que compraram há pouco mais de um ano: análise detalhada

Cris Castello Branco

Uma das alternativas para quem empreende ou planeja empreender é comprar um negócio já em andamento – afinal, em um momento de crise, o que não falta é a faixa de “passo o ponto” em imóveis comerciais pelas cidades. É natural questionar a decisão do proprietário em desfazer do seu negócio: alguns podem alegar a busca por “novos desafios”, mudança de cidade ou mesmo aposentadoria. O que o interessado em assumir uma empresa em andamento não pode perder de vista é a necessidade de fazer a lição de casa para não acabar com uma “bomba”. Faturamento, carteira de clientes, condições do imó-

vel, necessidade de inovação. Tudo isso precisa entrar na conta.

Eder Ribeiro e Graciele Helena, por exemplo, compraram o restaurante Glória 95 há um ano e três meses, no bairro da Liberdade, em São Paulo. O antigo proprietário havia passado informações muito positivas sobre o ponto, mas mesmo assim o casal resolveu colocar em prática os anos de experiência no setor para checar a viabilidade do negócio.

“Analisamos o faturamento, todas as questões legais, trabalhistas, fiscais e estava tudo em ordem”, conta Eder. Mesmo assim, antes de fechar negócio, o casal fez alguns

testes práticos no estabelecimento. “Ficamos cerca de 30 dias, das 11h às 15h, dentro do carro em frente ao restaurante, contando cliente por cliente que entrava para termos uma média e calcular se o negócio faturava mesmo o que o proprietário dizia”, explica o empreendedor, que também aproveitou o bom relacionamento que criou no local para almoçar algumas vezes e conhecer tudo nos mínimos detalhes.

Já Rafael Maitan encarou o desafio há menos tempo. Há seis anos no mercado como empreendedor, trabalha como pizzaiolo há quatro e agora faz os ajustes finais na Cucina Pizza Bar, no bairro da

Vila Romana, em São Paulo. Junto com o sócio, adquiriu o “pacote completo” do ponto: CNPJ da antiga pizzaria, que funcionava a 500 metros da atual, bem como a linha telefônica utilizada no delivery há seis anos e a carteira de clientes. “Analisamos bem a região e o público do estabelecimento. Acompanhamos de perto e vimos que o negócio era viável, daí topamos o desafio”, explica o empresário.

NO CAMINHO CERTO

De acordo com o consultor do Sebrae-SP Fabiano Nagamatsu, comprar um negócio em andamento exige uma análise rigorosa e de-

nto vale a pena?

1 inclui capacidade de faturamento, aspectos legais e situação financeira

talhada da estrutura da empresa. Tanto o casal do Glória 95 quanto o Rafael da pizzaria, portanto, estão no caminho certo. “Os empreendedores devem ter sempre em mente os “quatro Ps”: o ponto comercial é bem localizado? O produto é condizente com o local? O preço é coerente ao ponto e à região? E que tipo de promoção tem sido desenvolvida”, enumera o especialista.

Nagamatsu destaca ainda a necessidade de agregar valor ao novo negócio. Para o consultor, o empreendedor que aceita o desafio de tocar um negócio já existente precisa fazer algo diferente em termos de entrega, serviço, produto e atendimento, por exemplo.

“Ser apenas mais um no mercado não basta. O empreendedor pre-

cisa ter em mente que é necessário fazer a diferença”, explica.

No Glória 95, o casal segue à risca essas orientações. O restaurante instituiu a terça-feira como dia temático para culinária contemporânea, novidade que tem sido bem aceita pelos clientes. “Trabalhamos com comida francesa, portuguesa, mexicana, espanhola, árabe. Buscamos esse diferencial competitivo após estudarmos o que nossos clientes sentiam mais falta. Por estarmos na Liberdade, bairro tradicionalmente japonês, sabíamos que comida oriental não seria o caso”, comenta Eder.

Graciele, por sua vez, fez cursos de saladas, panificação e cozinha mediterrânea e se mantém sempre atenta às novidades gastronômi-

cas. “Tem dado muito certo, não esperávamos tanto”, comemora a empresária. Desde que o casal assumiu o negócio, o faturamento do restaurante já aumentou em 25%.

PLANEJAMENTO

Na Cucina Pizza Bar, Maitan procura seguir a mesma linha. Inovar em um mercado tão concorrido como o de pizzarias em São Paulo não é mais diferencial, mas, obrigação. Tanto que a ideia é fugir da oferta de apenas delivery para um ambiente mais “descolado” de pizza bar, em uma região na qual o público tem uma demanda crescente por serviços diferenciados. “A crise vem para testar nossa capacidade de reação. O planejamento tem de ser constante, assim como a inova-

ção em termos de produtos. É na crise que você entende seu ponto de equilíbrio e parte para a ação necessária”, diz Rafael.

Atualmente, a pizzaria ainda está apenas fazendo entregas, mas a reforma do espaço já está em seu estágio final. A reabertura do estabelecimento está prevista para o final de outubro.

“O mercado em que estou é muito competitivo. Só ao meu redor são cerca de 200 pizzarias que concorrem com produto e preços similares. A ideia, portanto, é não ter medo dos desafios e procurar o aperfeiçoamento constante. Por meio de estudos e novas técnicas é como encontramos o diferencial necessário”, diz o pizzaiolo.

Checklist para comprar um negócio em funcionamento

Por Fabiano Nagamatsu, consultor do Sebrae-SP



Analise o contrato de aluguel

Certifique-se de que o proprietário vai estender o aluguel se for necessário ou manter o mesmo preço que fazia para o antigo proprietário. Aluguel é um custo fixo importante no negócio.



Em acordo com a legislação

Analise a lei de zoneamento de cada cidade. Procure a prefeitura para checar se o local pode ou não receber o seu negócio.



Acesso para o cliente

Fácil acesso para o consumidor é fundamental. É preciso pensar na visibilidade do imóvel, no trânsito e até em obstáculos que podem prejudicar o seu empreendimento, como falta de local para estacionar. Locais muito afastados ou escuros podem passar a sensação de insegurança para quem vai frequentar, principalmente à noite.



Tire as dúvidas sobre a gestão

Por que o antigo proprietário está repassando ponto? Quais são os motivos? Às vezes a empresa está falindo e o novo empreendedor está assumindo uma “bomba”. Vale sempre checar as questões contábeis e trabalhistas, pois pode haver o risco de assumir um passivo grande.

Quando o ALUGU

Renegociar o valor ou trocar de ponto comercial? E



Patrícia Cruz

O cenário econômico no País começa a mostrar pequenos sinais de recuperação, mas ainda está longe de ser ideal para os empreendedores, especialmente para aqueles que têm custos fixos altos. Dados do Sebrae-SP mostraram que o faturamento das micro e pequenas empresas do Estado de São Paulo apresentou crescimento de 7,8% em abril deste ano sobre o mesmo mês de 2017. Mas, por outro lado, o índice de inadimplência dos pequenos negócios continua alto, com patamares superiores a 60%.

Com o panorama de incerteza econômica, empresários que pagam aluguel de lojas físicas nas ruas, shopping centers e pontos comerciais precisam diminuir despesas para conseguir sobreviver e enfrentam um dilema: será a hora de trocar de ponto ou é preferível tentar negociar o valor do aluguel com o proprietário?

O consultor do Sebrae-SP Felipe Chiconato lembra que o cenário econômico atual faz com que existam muito mais imóveis disponíveis para alugar do que ocupados, o que baixa a média dos valores. Mesmo assim, antes de tomar qualquer uma das decisões, é necessário que o empreendedor tenha cautela e leve em conta alguns pontos importantes.

O consultor lembra que já acompanhou muitos casos de sucesso de empresas que mudaram de ponto para economizar no aluguel e conseguiram manter a carteira de clientes, mas também observa que outros negócios perderam faturamento com a troca de local. “Não adianta trocar o ponto apenas para diminuir o valor do aluguel. O empreendedor precisa fazer um estudo completo com todos os impactos que podem afetar diretamente o faturamento do negócio, como localização, clientes da região e fluxo de pessoas”, diz.

Já em relação à renegociação do valor do aluguel, Chiconato afirma que a principal estratégia é apresen-

EL pesa nas contas

? Empreendedor precisa tomar a decisão com cautela

tar argumentos convincentes para o proprietário do imóvel. "Precisa ser uma conversa franca, sem ameaças. Ele precisa explicar a real necessidade de baixar o valor do aluguel para manter o negócio sadio", afirma.

Com a concretização da mudança de ponto, o consultor lembra que será necessário fazer um investimento na reestruturação do novo local, com adequação do espaço, compra de mobiliários, pinturas e reformas. Além disso, é fundamental fazer uma boa comunicação para informar o novo endereço. Para isso, é preciso investir não só

A empresária Ana Paula de Oliveira, proprietária da Sant'Ana Boutique, localizada na zona sul de São Paulo, passou por dificuldades financeiras no começo do ano. Foi quando procurou o Sebrae-SP. "A primeira orientação que recebi foi de quitar minhas dívidas e deixar as contas no azul e organizar a casa. Fiz um check-up completo da minha empresa para conhecer melhor onde estava errando e melhorar a gestão", conta.

Para conseguir equilibrar as contas, Ana Paula conversou com os bancos e procurou o proprie-

“Orientamos nossos franqueados para que conversem diretamente com o proprietário. Uma mudança de ponto significa um alto custo e uma possível perda de clientes”

Robinson Shiba,
fundador do China in Box

em uma faixa no local, mas também em mensagens para os clientes (por WhatsApp e e-mail, por exemplo). O principal é não passar a impressão de "decadência".

CONVERSA HONESTA

O empresário Robinson Shiba, fundador do China in Box e do Gendai, com 214 lojas em todo o Brasil, é enfático: é melhor o empresário conversar com o dono do imóvel e pedir a redução do aluguel do que se mudar para um outro ponto. "Para todos os nossos franqueados orientamos primeiro que tenham uma conversa diretamente com o proprietário e expliquem a situação. Uma mudança de ponto significa um alto custo de estruturação e uma possível perda de clientes e faturamento", ressalta.

tário do imóvel da loja, que tem três funcionários, para tentar renegociar o aluguel. "Todo ano há um aumento no valor. Dessa vez, procurei o proprietário e tive uma conversa honesta com ele. Expliquei que o País atravessa uma crise econômica e que havia muitos imóveis vagos na minha região. E ele topou não aumentar o aluguel neste ano. Foi muito bom para mim", diz a empresária.

Com a saúde financeira da empresa em dia, Ana Paula conseguiu abrir a segunda loja de roupas femininas na região. "Neste espaço já peguei o contrato em andamento, mas antes de entrar negociei com o proprietário para que o novo contrato tivesse o aluguel 20% mais barato que o atual e ele concordou", observa.

Passo a passo para a decisão

1

Antes de começar a avaliar a mudança de endereço, é necessário estar atento às cláusulas do contrato feitas previamente e certificar-se de que não há multas rescisórias.

2

O ideal é fazer uma pesquisa detalhada de imóveis cerca dois meses antes do prazo de encerramento do contrato vigente, para evitar multas.

3

Antes de mudar de ponto, leve em consideração todos os gastos de estruturação do novo imóvel, como obras, pinturas, compras de mobiliário, hidráulica, entre outros.

4

Uma medida eficaz e que pode trazer benefício é uma conversa franca com o proprietário do imóvel. Em paralelo, é necessário pesquisar outros pontos para ter argumentos.

5

Caso uma mudança seja necessária, é preciso observar se o novo ponto tem bom acesso e se não vai eliminar algumas facilidades aos clientes, como local para estacionar.

6

Quando a decisão de mudar de ponto for tomada, é fundamental fazer uma boa comunicação aos clientes para explicar a mudança e informar o novo endereço.

Café com selo de qualidade

Cafeicultores de Garça buscam obter o registro de Identificação Geográfica e valorizar o produto local

Produtores de Garça estão unidos para valorizar o café da região no mercado. Eles trabalham para obter o registro de Identificação Geográfica (IG) do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e, com isso, tornar Garça referência na produção de café.

“As fazendas de café existiam antes da fundação da cidade. É uma região muito forte no café e com grande potencial de alcançar a Identificação Geográfica. O registro vai reforçar a importância do café para o município e só traz benefícios para os produtores de toda a região”, afirma a gestora do projeto de cafeicultura do Escritório Regional do Sebrae-SP em Marília, Mariana Gonçalves Ferreira.

De acordo com o gerente regional do Sebrae-SP Elton Aquinori Yocomizo, há uma governança propícia para realização desse trabalho. “O Sebrae-SP atuará como um agente catalizador para ações de desenvolvimento local, organização das ações e capacitação junto aos atores locais para a IG do café de Garça”, destaca.

O empresário Cassiano Terciotti Tosta é um dos produtores envolvidos no processo. A família cultiva café há 30 anos, e há três, Tosta resolveu se envolver com a produção e estudar o tema com o objetivo de criar uma marca própria. O fato de o café ser tratado como commodity, com o preço baseado no mercado internacional, sempre o incomodou. Ao entrar para a associação de produtores e conhecer o projeto em parceria com o Sebrae-SP, Tosta se identificou com a proposta de criar um café de melhor qualidade e comercializar uma bebida especial.

“A região de Garça é uma das maiores produtoras do Estado e responsável por um volume significativo de exportação, além de ser reconhecida por ter uma excelente bebida”, afirma. Segundo Tosta, hoje o mercado tem muitos atravessadores e a Identificação Geográfica vai abrir uma ponte, um canal direto com o mercado externo.

“A região passa a ser reconhecida e certificada como uma produtora de uma ótima bebida. Do ponto de vista comercial, teremos um ganho imediato de reconhecimento e novas possibilidades de comercialização”, diz Tosta.

HISTÓRICO

Desde 2007, o Sebrae-SP acompanha os cafeicultores da região por meio de atendimentos, palestras, oficinas, atividades coletivas e eventos. No período de 2007

a 2013 as atividades foram realizadas por meio do projeto Café com RG, e após esse período por meio de ações pontuais de atendimento.

Em 2016, com o objetivo de fortalecer o setor, o Sebrae-SP retomou as atividades com o apoio da prefeitura, Associação de Produtores de Café Especiais, Sindicato rural, empresas parceiras como Café Granchelli, e demais entidades apoiadoras.

De acordo com a gestora do projeto, além de promover capacitações para melhoria da gestão, o projeto quer resgatar o eixo mercado. “Desde janeiro estamos fazendo o trabalho de fomentar a cooperação unindo as pontas dos envolvidos na cadeia, mobilizando a governança e parceiros. Buscamos proporcionar a troca de experiências com outros grupos que conseguiram a IG, contando com o importante apoio do Ministério da Agricultura e Abastecimento e com o movimento da Plataforma Global do Café, com o Currículo de Sustentabilidade do café”, destaca Mariana.

O que é IG?

De acordo com o INPI, a Indicação Geográfica (IG) é usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve à sua origem. No Brasil, ela tem duas modalidades: Denominação de Origem (DO) e Indicação de Procedência (IP).



As novidades na alimentação

Conheça quatro tendências apresentadas em uma das principais feiras mundiais do setor

A Summer Fancy Food, realizada em Nova York, é uma das principais feiras de alimentos e bebidas do mundo e costuma ditar as tendências que vão se espalhar pelo setor, inclusive no Brasil. A 65^a edição do evento foi realizada entre os dias 25 e 27 de junho e contou com a participação de mais de 2,6 mil expositores e mais de 180 mil produtores de diferentes países. A consultora do Sebrae-SP Karyna Muniz integrou missão empresarial que visitou a feira e apontou as tendências apresentadas no evento.

De acordo com Karyna, os destaques foram alimentos e bebidas com apelo à saúde, praticidade e conveniência no consumo, inovação em embalagens, produtos orgânicos, certificações de qualidade e de origem, entre outros.

A consultora do Sebrae-SP destaca que o consumidor está cada vez mais interessado na origem do que consome e busca uma alimentação mais saudável. “Passa a ficar claro que não basta informar apenas sobre as propriedades, benefícios e funcionalidade dos alimentos, mas também orientar como e onde utilizar esses produtos”, afirma. Diante desse cenário, ela também destaca um dos expositores da feira, a Hands on Herbs. “A empresa expôs uma linha de óleos funcionais que podem ser usados como tópicos, ingeridos para fins medicinais e usados como tempero para molhos e preparações culinárias. Inovação pura”, ressalta. Confira a lista:

Produtos “Clear Label”

Produtos que têm na sua composição somente ingredientes naturais e em sua maioria orgânicos, isentos de aditivos artificiais e com ingredientes simples e de fácil compreensão para o consumidor. O destaque é a sopa gelada, rica em nutrientes e sabores, além de conter baixas calorias. O produto é vendido em embalagens atrativas, como os sucos. Segundo a consultora, as sopas são mais nutritivas e menos calóricas que um suco, são salgadas, feitas de vegetais e leguminosas em geral, mas sempre com um toque de acidez, “picância” e frescor.



Super foods

Super foods – ou alimentos funcionais – são ricos em nutrientes e, consequentemente, bons para a saúde. Na feira, foram encontrados alimentos à base de plantas, alguns peixes e produtos lácteos. Moringa, sorgo, maca, matcha, mirtilos, salmão, couve, coco e açaí são alguns exemplos.



Produtos “free”

Produtos livres de insumos alergênicos voltados para todos os consumidores que tenham ou não patologias alérgicas. São aqueles produtos com as etiquetas gluten free, egg free e lac free, por exemplo. Destaque para os produtos que contêm menos carboidratos, gorduras, açúcares e que são voltados para dietas vegetarianas, veganas e raw food (os alimentos são cozidos no máximo até 42° Celsius).



Fermentação natural

Produtos que envolvem processo de fermentação natural e com informações nos rótulos e embalagens que garantam a credibilidade do produto e da sua origem estão entre as tendências. Destaque para kombucha (bebida obtida tradicionalmente a partir da fermentação do chá ou infusões ricas em cafeína), sucos lactofermentados e kefir (colônia de microorganismos simbióticos que reduz a quantidade de lactose no leite).



Classificados

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



QUER ANUNCIAR?
PROCURE UM
DOS ESCRITÓRIOS
DO SEBRAE-SP

CONSULTORIA

CONTABILIDADE

- ABERTURA, Alteração e Encerramento de Empresas; "CONSULTE-NOS"
 - Primeiras orientações para Administrar sua empresa (controles, contas a pagar e receber etc.)
 - Atendemos em todas as regiões
 - Advogados
 - Asses. Geral, Fiscal, Trabalhista etc.
- Mais de 20 anos de profissão
Fone/Fax: 3832-1079 Sr. David



Pça da República, 473 • 6º andar • cj 62
República • São Paulo - SP
CEP: 01045-001
11 3224-1580

www.irkompacta.com.br

Já pensou em ter
mais qualidade para
gerenciar sua empresa?

Nossos Serviços
Contabilidade • Fiscal • Trabalhista
• Abertura, alteração e
encerramento de empresas

contato@irkompacta.com.br

FRANQUIAS

1ª Franquia Móvel
de Distribuição de Produtos
para o Banho e Tosa!

otosador.com.br

Seja um Franqueado
O Tosador!

Maiores informações
otosador@otosador.com.br

(11) 4023-5084 - (11) 97132-6121

Faça parte do Mercado que mais cresce no Brasil!

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

NOSSO OBJETIVO É SUPERAR SUAS EXPECTATIVAS!

JOTA DETRAN SP

HABILITAÇÃO SUSPENSA

Regularize seu Veículo

FINANCIÉ DÉBITOS

- DÍVIDA ATIVA / IPVA
- LICENCIAMENTO NO ESTADO SP
- TRANSFERÊNCIA GRANDE SP
- DOCUMENTOS APREENDIDOS

Cartões até 12x | Cheques até 18x

11 2042-2222 / 3477-2222 | jotadetransp@hotmail.com
11 98040-2222 / 99165-7047 | [Curta nosso facebook](https://www.facebook.com/jotadetransp)

Martins & Fernandes®
SUA MARCA EM BOAS MÃOS

- Registro de Marcas
- Registro de Software
- Direitos Autorais
- PARCELAMENTO EM ATÉ 18X PARA MEI E ME

11 2537-5912 / 2023-4375 / 98484-8274
www.mfmarcaspatentes.com.br

SERRALHERIA & REFORMA

Fabricação e Manutenção em:
Portas de Enrolar, Escadas Retas e Caracol,
Toldos, Portões e Grades para
Residência e Condomínios, Mezanino e
Estruturas Metálicas para Barracões.
Fachada em ACM
Novas

Cel.: 11 98646-8231 / 11 98284-8716
Rua Coronel Francisco Amaro, 419 - Brás - SP
serralheriaroberto57@gmail.com

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

BRITÂNIA MARCAS E PATENTES

PROPRIEDADE INDUSTRIAL

REGISTRO DE MARCAS / DIREITO AUTORAL /
PATENTES/ SOFTWARE /
DESENHO INDUSTRIAL, ENTRE OUTROS.

TEM DÚVIDAS DE COMO
MATERIALIZAR SUA IDEIA
OU PROJETO?
FALE CONOSCO!

WWW.BRITANIAMARCAS.COM.BR
ricardo.piragini@britaniamarcas.com.br
(11) 3060-3500

TECNOLOGIA

A solução completa para a gestão da Micro e Pequena Empresa:

Advanced Business ERP

Processos mais ágeis e inteligentes.
Controle de clientes, contratos e fornecedores.
Controle de estoque.
Regulamentado as normas fiscais, Nfe.
Relatórios gerenciais.
Alertas sobre riscos e oportunidades do negócio.

CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA EMPRESAS ORIENTADAS PELO SEBRAE

(11) 2261-4000
 [contato@advtecnologia.com.br](mailto: contato@advtecnologia.com.br)
www.advtecnologia.com.br

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

SEBRAE
SP | Check-up
Empresa

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

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

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

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

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



CONTE SUA

HISTÓRIA

Mergulho no saudável

Ricardo Cruz é dono da rede de franquia de produtos orgânicos e naturais Nação Verde

Cris Castello Branco



Ricardo Cruz, da
Nação Verde: nova
filosofia de trabalho

A Nação Verde sempre deixou muito claro que o que ela tem de diferente é ser diferente como o consumidor.

Para nós, não adiantava ser somente uma empresa que vende produtos naturais e orgânicos, nós precisávamos criar uma ambiência de cura. Então, resolvemos criar, por meio da nossa gestão, uma filosofia de trabalho toda baseada no capitalismo consciente.

O capitalismo consciente nos proporcionou montar uma empresa com o mínimo de hierarquia. Buscamos contratar as pessoas pelos seus talentos e aptidões, saber o que elas realmente gostam de fazer. É uma filosofia que aproxima pequenos produtores e também dá mais atenção aos parceiros locais.

Eu comecei no ramo de motocicletas e confecção. Tive cinco empresas ao mesmo tempo. Uma das coisas que me motivaram a mudar foi quando minha mãe teve problema de saúde e tive de fazer networking na área de alimentos naturais e produtos alternativos. Aquilo me mexeu muito comigo.

REVIRAVOLTA

Sofri um assalto e quase vim a falecer. Quando saí do hospital, decidi vender absolutamente tudo. Então comecei um negócio que nem tinha nome; eu só tinha vontade de

continuar vendendo produtos naturais. As pessoas me pagavam, me agradeciam e ainda vinham me dar um abraço.

Entendo que a empresa precisa ter o seu lado social, ela precisa ajudar as pessoas a melhorar de vida, não só os clientes, mas todas as pessoas que tiverem contato com ela.

Nossas principais dificuldades são as inerentes de qualquer começo: as questões burocráticas por conta de registro de produto e, claro, as dificuldades financeiras, porque é preciso de um tempo longo para maturar a sua ideia e desenvolver a empresa.

A participação do Sebrae-SP foi importante pelos cursos oferecidos como “Na Medida Marketing”, “Planejamento Estratégico”, “Gestão Financeira”. Nós fizemos e indicamos para todos os nossos investidores o Empretec. Para obter uma franquia da Nação Verde é obrigatório fazer o curso.

Acredito que, em dez anos, o setor de alimentos naturais e orgânicos deve se expandir mais em direção às classes menos favorecidas. Acreditamos ser uma ponte para levar as pessoas de onde elas estão até aonde elas querem chegar.”

Confira o vídeo com a história da Nação Verde em:
youtube.com/sebraesaopaulo

A **Nação Verde** tem marcas próprias nos setores de alimentação, cosmetologia e suplementação. Começou em 2012 com apenas uma loja, e se expandiu por meio de franquias para 32 estabelecimentos em 2017.

LIVROS



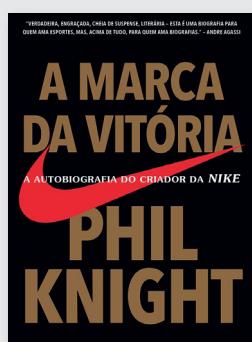
Organizações Exponenciais - Por que elas são 10 Vezes Melhores, Mais Rápidas e Mais Baratas que a Sua (Editora Hsm)

O livro escrito por Michel Malone, Salim Ismail e Yuri Geest mostra o motivo pelo qual as empresas exponenciais estão dominando o mercado de negócios velozmente. A obra revela que se uma empresa não estiver disposta a realizar algo inovador, ela não irá acompanhar o desenvolvimento de gestão do mundo empreendedor e ficará para trás.



A Startup Enxuta (Editora Leya Brasil)

No livro de Eric Ries, o leitor vê como empreendedores usam a inovação para criar empresas bem-sucedidas. O autor foi criador de um trabalho que revolucionou a administração. A obra traz histórias da vida real e lições aprendidas, onde descreve um plano para que cada pessoa possa efetivar os princípios essenciais de uma startup enxuta.



A Marca da Vitória (Editora Sextante)

Já parou para pensar como uma das maiores marcas de calçados do mundo, a Nike, foi criada? Se tiver curiosidade sobre o assunto, este é o livro que você tem de ler. A obra mostra a trajetória do fundador da empresa, Phil Knight, desde quando se arriscou viajar pelo mundo até criar seu próprio negócio com apenas US\$ 50 emprestados do seu pai. No livro, ele também relembrar em detalhes os riscos que enfrentou e como teve a ideia do nome da marca.

TEC &

FINTECHS FACILITAM CRÉDITO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS



As fintechs – startups de tecnologia voltadas para o mercado financeiro – estão se tornando uma alternativa cada vez mais comum para oferecer empréstimos a juros baixos para micro e pequenos negócios. Uma dessas alternativas inovadoras de oferta de crédito é o modelo peer-to-peer lending (P2P), em que empresas que precisam de crédito são conectadas a investidores pessoa física. O modelo é popular em países como Inglaterra, EUA e Austrália.

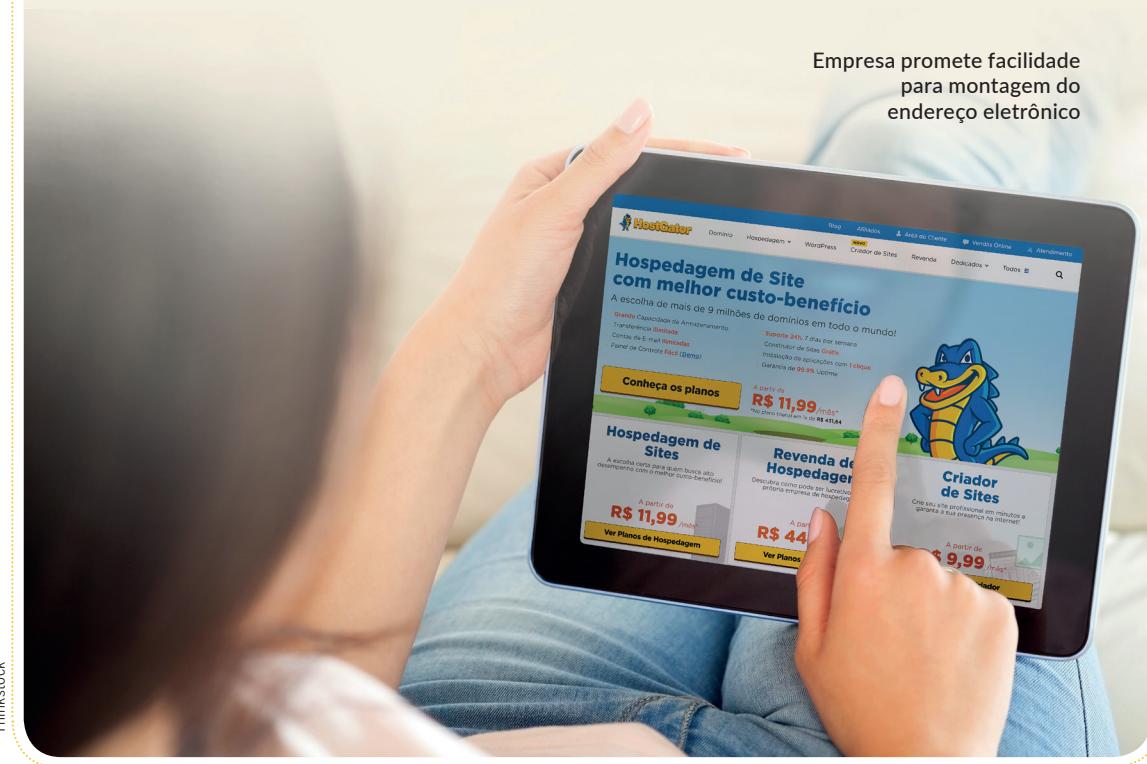
A inglesa Zopa, pioneira no setor com 10 anos de existência, já facilitou mais de US\$ 2,5 bilhões em empréstimos. No Brasil, o Radar FintechLab 2017, que mapeia o setor, apontou 247 iniciativas em fintech, sendo 13% delas na área de empréstimos.

EMPRESA LANÇA SERVIÇO INTUITIVO DE CRIAÇÃO DE SITES

A empresa de hospedagem de sites HostGator lançou no Brasil uma ferramenta para a criação de websites. Com o criador de sites da HostGator, o interessado pode criar de forma rápida e fácil um site, blog ou loja virtual. O recurso oferecido pela empresa americana tem linguagem simples e intuitiva e traz mais de 200 temas gratuitos e um banco de imagens para auxiliar a elaboração de um endereço eletrônico dos segmentos de alimentação, construção, escritório de advocacia, moda, saúde, etc.

A HostGator informa que os sites já são automaticamente compatíveis com dispositivos móveis e têm várias opções de personalização. Os preços vão de R\$ 10 a R\$ 60 por mês e há descontos para pacotes anuais.

Empresa promete facilidade para montagem do endereço eletrônico



Thinkstock

IDEIAS

EMPRESAS PODEM TESTAR O eSOCIAL

As empresas brasileiras já podem acessar o eSocial criado especialmente para elas. Por meio desse sistema, os empresários podem cumprir todas as suas obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias de forma unificada. Nesse primeiro momento, é disponibilizado apenas o ambiente de testes. O uso do sistema passará a ser obrigatório a partir de 1º de julho do próximo ano.

De acordo com o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos, a proposta é oferecer aos MEIs e às micro e pequenas empresas um sistema com plataforma simplificada, a exemplo do que já acontece com o eSocial Doméstico. "Isso irá unificar as obrigações trabalhistas e previdenciárias, o que reduzirá muito a burocracia e permitirá que o empresário tenha mais tempo para se dedicar ao seu negócio".

Afif ainda enfatiza que com essa ação serão eliminadas obrigações encaradas mensalmente pelos empreendedores. "O portal é mais um passo dado na redução da burocracia. A forma como os negócios optantes pelo Simples Nacional prestam informações ao governo será ainda mais simplificada".

De acordo com o Comitê Gestor do eSocial, vinculado ao Ministério da Fazenda, o período de testes é o momento para que as empresas possam aperfeiçoar seus cadastros e validar seus sistemas antes do início da obrigatoriedade oficial do uso do portal em 2018. O portal pode ser acessado em portal.esocial.gov.br.

CINEMA



DO DRAMA À CURA

Um drama familiar é a base para uma história verídica e impactante sobre empreendedorismo e esperança. No filme *Decisões Extremas* (2010), Brendan Fraser interpreta um pai desesperado na busca de um tratamento para a doença degenerativa fatal de dois dos seus três filhos. Ele descobre que um cientista, vivido por Harrison Ford, tem estudos promissores para a cura da enfermidade. No entanto, para tornar a iniciativa viável, o pai precisa levantar uma quantidade alta de recursos e montar uma empresa que desenvolva o remédio capaz de salvar a vida das crianças. A obra retrata como uma forte motivação pode impulsionar um negócio e como é necessário perseverar para colocar uma ideia em prática.

PERGUNTE A QUEM ENTENDE

Como a tecnologia pode ajudar o dono de uma micro ou pequena empresa a validar um produto ou ideia no mercado?

Lucas Momm, cofundador e sales da MindMiners (startup de pesquisa digital), responde:



Divulgação

Muitos empreendedores, por excesso de confiança ou pela ansiedade de ver tudo pronto rápido, optam por pular estágios fundamentais para o desenvolvimento de um negócio. Por isso, é tão comum vermos um mix de tempo, energia e dinheiro

investidos em produtos ou serviços que podem não ser bem recebidos pelo mercado e que, consequentemente, não trarão o retorno esperado. Em tempos de alta competitividade, o exercício de validar uma ideia garantirá que o modelo de negócio da nova empresa seja sustentável. Nesse desafio, a tecnologia será sua maior aliada.

Seu ponto de partida deve ser o próprio Google. Investigue se alguém, no Brasil ou no mundo, já implementou a sua ideia. Mesmo que algo muito parecido já tenha sido concretizado, não desista de abrir o negócio. Amplie as propostas de valor oferecidas e verifique se há espaço dentro da arena competitiva.

O próximo passo é conversar com pessoas. Redes sociais são excelentes ferramentas para esse esforço: fale com familiares próximos e distantes, com amigos com outros backgrounds e faixas etárias. O objetivo aqui é obter feedbacks honestos.

Finalmente, será preciso validar a ideia sob um ponto de vista mercadológico. Estamos falando, portanto, de pesquisa de mercado. Esse não é mais um item fora do seu alcance. Desde que a pesquisa ganhou o ambiente digital, se tornou automatizada, acessível, ágil e extremamente útil para ajudar empreendedores como você em momentos estratégicos.

Tem alguma dúvida sobre como a tecnologia pode ajudar o seu negócio? Pergunte a quem entende! Mande um e-mail para imprensa@sebraesp.com.br.

ANTES & DEPOIS

Reconstruindo a empresa

Com apoio do Sebrae-SP, a Construvip Trafane, de materiais para construção, melhora gestão e triplica faturamento

A casa de materiais para construção Construvip Trafane, localizada em Campinas, descobriu na prática como a busca por qualificação pode melhorar a gestão e aumentar o faturamento de um negócio. A empresa começou como uma pequena loja de bairro, em 2008, passando a fazer parte da rede Construvip em 2009. O que começou de forma desorganizada melhorou um pouco com o apoio da marca, é verdade, mas ainda assim não era o suficiente para fazer o negócio decolar. A empresa dava seus primeiros passos gerida por Melissa Trafane, o marido Luiz Gustavo Ramos e a mãe dela, Rita Trafane, todos sem experiência em comércio. Mesmo aos trancos e barrancos, com seus erros e acertos, o empreendimento seguiu muito mais pelo potencial próprio do que por uma gestão eficiente.

Em 2014, no entanto, veio a mudança. Melissa procurou o Sebrae-SP a princípio para um curso de visual merchandising com o objetivo de organizar melhor a loja para criar uma identidade própria e possibilitar o aumento das vendas. Mas a busca de qualificação trouxe para ela, família e empresa muito mais do que todos esperavam. Taís Camargo, consultora do Sebrae-SP em Campinas, explica que a empreendedora percebeu que tinha de fazer grandes mudanças e que não daria conta de fazer tudo sozinha. "Seria necessário delegar algumas tarefas, o que fez com que a Melissa buscasse mudanças em sua postura como líder", conta.

Essa liderança veio por meio do Empretec, que todos os três sócios realizaram. "Aprendi a ter mais responsabilidade e tomar a frente do negócio sem desculpinhas, sem reclamar de funcionários e terceirizar resultados negativos, pois percebi que, na verdade, tudo começa de cima, da nossa própria gestão", comenta Melissa. Mas isso foi só o começo da trilha de capacitação que a empresária resolveu percorrer. Ciente de seus pontos fracos, buscou qualificação em áreas específicas como gestão de pessoas, finanças, estoque e até vitrinismo, que fica a cargo da mãe, Rita. A chegada do Programa Agente Local de Inovação (ALI), do Sebrae-SP, aparece ainda como a cereja do bolo de uma receita de sucesso. "Antigamente eu brincava de ser dona de negócio, mas hoje eu sou empresária de verdade", diz a empresária.



Divulgação



Cris Castello Branco

Principais mudanças:

Visual

Com novo layout, a fachada acabou com a confusão de informações de antigamente. Dentro da loja, a poluição visual deu espaço para um ambiente mais iluminado e com produtos melhor distribuídos nas gôndolas.

Gestão de pessoas

Melissa implantou diversas ferramentas de engajamento à equipe. Entre elas, um "funcionograma" que detalha as atividades de cada um dos 12 colaboradores diariamente, sessões de cinema com lições empreendedoras, "árvore de ideias", em que todos sugerem melhorias à empresa, e bonificações por metas cumpridas, que podem ser em dinheiro, folgas e até mesmo churrascos.

Clima organizacional

Após as mudanças, a loja trabalha com mais harmonia e engajamento. O resultado foi uma força de equipe muito maior, gerando mais produtividade e, claro, aumento de faturamento.