

Como reverter uma crise de imagem com o cliente

Quando a empresa erra e as reclamações ganham força, principalmente nas redes sociais, empreendedor deve agir rapidamente e com bom senso para reduzir os danos. **PÁGS. 8 E 9**



Cris Castello Branco

Diagnóstico em domicílio para seu negócio

Fernando Caminsk Junior (foto) recebeu a visita do Sebrae com Você, o programa que vai até a empresa, faz um check-up e indica soluções.

PÁGS. 10 E 11



Patrícia Cruz

Pizzas e filmes, tudo no mesmo lugar

Maria Amélia de Toledo e Vera Lúcia Pataquini (foto) são sócias da Suprema Pizza Cine, que une as tradicionais redondas com cinema.

PÁG. 12

Por que é importante pesquisar o mercado

Conhecer o ambiente em que sua empresa atua é vital para o sucesso. Saiba como colocar isso em prática e obter bons resultados.

PÁG. 6

A empresa que veste outras empresas

Confira a história da Therelli, uma confecção que produz uniformes para corporações de grande porte e também explora o comércio online.

PÁG. 13

Inteligência artificial ajuda a empreender

Presidente da Sage no Brasil, Jorge Carneiro fala sobre o que a tecnologia oferece para facilitar a vida dos pequenos negócios.

PÁG. 4



CLOUD TAGS

TECNOLOGIA CRISE IMAGEM

PESQUISA MERCADO PÚBLICO CHECK-UP

INTERNET RESDES SOCIAIS DIAGNÓSTICO

EVENTOS | JUNHO DE 2017

Confira as atividades dos escritórios regionais do Sebrae-SP



CAPITAL

PALESTRA MOSTRA COMO ESTRUTURAR O EMPREENDIMENTO

Colocar ideias no papel nem sempre é uma tarefa fácil. Em certos casos, exige técnica e conhecimento. Pensando em ajudar o empreendedor nesse quesito, o Escritório Regional da Capital Norte abriu vagas para a palestra “Começar Bem - Transforme sua Ideia em Modelo de Negócio”. O evento ocorrerá nos dias 26, 27 e 28 de junho na Rua Duarte de Azevedo, 280 - Santana, em São Paulo. Os presentes poderão aprender um pouco mais sobre como idealizar uma boa estrutura de negócio para o empreendimento. Para se inscrever, basta ligar no telefone (11) 2972-9920. A palestra tem investimento de R\$ 190.

CURSO ENSINA A FAZER PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Você pode até ter espírito empreendedor, mas precisa de técnica e conhecimento para fazer sua empresa crescer. Para aprimorar ou aprender mais sobre como planejar estrategicamente, o Escritório Regional do Sebrae-SP Capital Sul está com inscrições abertas para o curso “Na Medida – Planejamento Estratégico” que ocorrerá na Avenida Adolfo Pinheiro, 712 – Santo Amaro, São Paulo. As aulas serão nos dias 19, 20, 26 e 27 de junho das 13h30 às 17h30. Os empreendedores que tiverem interesse terão de investir R\$ 240. Informações pelo telefone: (11) 5525-5270.

GRANDE SÃO PAULO

PALESTRA ORIENTA COMO TRANSFORMAR IDEIA EM NEGÓCIO

Adquirir conhecimento e técnica para criar um modelo prático e visual para seu empreendimento. Com esse objetivo, o Escritório Regional do Sebrae-SP de Guarulhos está com inscrições abertas para a oficina “Começa Bem - Transforme sua Ideia em um Modelo de Negócios”. O evento será realizado nos dias 27, 28 e 29 de junho das 9h às 13h na Avenida Salgado Filho, 1810 - Centro, Guarulhos. Os interessados deverão investir R\$ 190, podendo parcelar o valor em até seis vezes sem juros. Para mais informações, ligue: (11) 2475-6600.

INTERIOR

SÃO JOÃO DA BOA VISTA PROMOVE PALESTRA SOBRE VITRINISMO

Para expor os produtos corretamente nas vitrines existem técnicas. Para mostrá-las, nos dias 28 e 29 de junho, o Escritório do Sebrae-SP de São José da Boa Vista promove a “Oficina de Vitrinismo”. O intuito do evento é levar conhecimentos básicos para empreendedores sobre a forma correta de exposição de produtos nas vitrines para atrair consumidores e impulsionar a venda de produtos em diversos segmentos do varejo. A palestra será na Rua Presidente Franklin Roselvelt, 110 - Perpétuo Socorro, São João da Boa Vista, das 18h às 22h30. Mais informações, ligue: (19) 3638-1110. Evento gratuito.

ARARAQUARA TERÁ CURSO SOBRE MARKETING

Já ouviu falar da importância dos 4Ps? Você sabe o que significa? O Escritório Regional do Sebrae-SP de Araraquara está com vagas abertas para o curso “Na Medida – Marketing”, que tem como objetivo ensinar na prática a importância dos 4Ps: produto, preço, praça e promoção no plano de negócios da empresa. As aulas serão nos dias 26, 27, 28 e 29 de junho na Avenida Maria Antônia Camargo de Oliveira, 2.903 – Vila Ferroviária, Araraquara, das 18h às 22h. Os participantes devem investir R\$ 260. Informações e inscrições: (16) 3303-2420.

CURSO EM SÃO JOSÉ DOS CAMPOS SOBRE GESTÃO DE PESSOAS

Gerir pessoas é uma tarefa desafiadora e nem todo mundo tem facilidade. A pessoa que é responsável por um setor ou até mesmo por uma empresa precisa saber lidar com personalidades diferentes para haver um bom fluxo de trabalho. Nos dias 19, 20, 21, 22 e 23 de junho, o Escritório Regional do Sebrae-SP de São José dos Campos vai administrar o curso “Na Medida – Gestão de Pessoas e Equipes”. O encontro ensinará os conceitos e processos de gestão de pessoas focados na captação e desenvolvimento de talentos. As aulas serão na Rua Humaitá, 277, Centro – São José dos Campos. O investimento é de R\$ 280, com possibilidade de dividir em até nove vezes no cartão de crédito. Informações, ligue: (12) 3519-4810.



PROCURA E LIBERAÇÃO DE CRÉDITO NO BNDES SINALIZAM RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA

As consultas e aprovações de financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) dão sinais mais claros sobre a retomada da atividade econômica no país, segundo a presidente da instituição, Maria Silvia Bastos Marques. No primeiro trimestre, as aprovações de crédito para o setor de máquinas e equipamentos aumentaram 32% em relação a um ano antes. No mesmo período, as consultas por empréstimos para a área de infraestrutura cresceram 25%. As liberações para capital de giro subiram 345% ante o primeiro trimestre de 2016.

Dicas de Livros



25 VERBOS PARA CONSTRUIR SUA VIDA - EDITORA PLANETA

Você já parou para pensar como o fundador do Habib's iniciou a franquia? Se você imagina que construir uma das maiores cadeias de fast food árabe do mundo foi uma tarefa fácil, precisa conhecer melhor a história de Antônio Alberto Saraiva. A obra mostra em 25 verbos como conquistar, sonhar, confiar e persistir. Saraiva conta desde época em que sonhava ser médico até quando teve que assumir a padaria do pai para sustentar a família. A publicação ultrapassa o campo profissional, indo até a vida pessoal do empresário.



VENDEDOR FALCÃO - EDITORA ACADEMIA

Marcos Scaldelai chegou ao topo da cadeia empresarial aos 36 anos. No livro Vendedor Falcão, ele conta como alcançou o sucesso. Ele apresenta modos práticos e inovadores para melhor desenvolver-se no mercado de trabalho. O autor ainda ressalta que, para traçar um caminho glorioso no empreendedorismo, as pessoas precisam atingir, além das competências necessárias, as principais características de um falcão: velocidade e garra, como o próprio título diz. Scaldelai mostra ferramentas para um grande voo no mundo dos empreendimentos.



HISTÓRIAS DE SUCESSO 2 - EDITORA GLOBAL PARTNERS

O livro organizado por Fabiana Monteiro reúne 37 relatos de grandes executivos sobre as suas respectivas trajetórias profissionais e o que eles aprenderam até hoje. A publicação contém histórias do mundo do empreendedorismo que estimulam pessoas que sonham em atingir o ápice de uma grande companhia.

Negócios remodelados

PAULO SKAF,
Presidente do Sebrae-SP



Os donos de pequenos negócios estão respirando melhor. Depois de quase dois anos operando no vermelho, fecharam o primeiro trimestre com as contas no azul, algo que nem cogitavam há um ano, quando o rombo no caixa foi desastroso e, por bem pouco, não levou ao cerrar das portas. Fardo da situação econômica, mas também de erros cometidos na hora de tomar certas decisões de gestão.

Agora, com as lições aprendidas, mais de 20% dos empresários voltam a fazer planos de investimento, caso a boa maré se confirme. Alguns podem pensar que essa turma é otimista demais. Prefiro defini-los como arrojados, que aproveitaram o momento de crise para remodelar seus negócios, conectando-os às tendências mais inovadoras do mercado.

Com os pés no chão, correndo riscos calculados, sabem que é hora de buscar alternativas e oportunidades. Afinal quem conseguiu atravessar uma longa temporada no vermelho e chegou até aqui minimamente saudável, tem co-

nhecimento, experiência e determinação suficiente para inovar.

Os especialistas dão algumas dicas do caminho a seguir: não pense no produto, mas no que o cliente quer; use a tecnologia para resolver seus problemas de gestão, produção, e seu olhar e experiência para definir novas estratégias e encantar os clientes.

Mas sabemos que nem tudo depende única e exclusivamente do empresário; para gerar resultados realmente positivos, o ambiente para empreender também precisa ser saudável.

Estou monitorando de perto duas iniciativas que vão combater os excessos de burocracia e tributação: a implantação do Empreenda Fácil, programa que viabiliza a abertura de uma empresa na cidade de São Paulo em até sete dias, na primeira fase, e em dois dias na etapa final; e a apresentação da proposta de reforma tributária que transita no Congresso Nacional.

É assim que o Brasil também vai sendo remodelado. E para melhor.

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 11 4723-4510
Araçatuba 18 3607-2970
Araraquara 16 3303-2420
Baixada Santista 13 3208-0010
Barretos 17 3221-6470
Bauru 14 3104-1710
Botucatu 14 3811-1710

Campinas 19 3284-2130
Capital Centro 11 3385-2350
Capital Leste I 11 2090-4250
Capital Leste II 11 2056-7120
Capital Norte 11 2972-9920
Capital Oeste 11 3803-7500
Capital Sul 11 5525-5270
Franca 16 3111-9900
Grande ABC 11 4433-4270
Guaratinguetá 12 3128-9600
Guarulhos 11 2475-6600
Jundiaí 11 4523-4470
Botucatu 14 3402-0720

Osasco 11 2284-1800
Ourinhos 14 3302-1370
Piracicaba 19 3434-0600
Pres. Prudente 18 3916-9050
Ribeirão Preto 16 3602-7720
São Carlos 16 3362-1820
S. J. da Boa Vista 19 3638-1110
S. J. do Rio Preto 17 3214-6670
S. J. dos Campos 12 3519-4810
Sorocaba 15 3229-0270
Sudoeste Paulista 15 3526-6030
Vale do Ribeira 13 3828-5060
Votuporanga 17 3405-9460



VENDAS NO ATACADO REGISTRARAM PEQUENA ALTA EM 2016

De acordo com a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (Abad), o segmento registrou um leve aumento de 0,6% nas vendas em 2016, em termos reais, no comparativo anual. Em valores nominais, a alta foi de 6,9%, chegando a um faturamento de R\$ 250,5 bilhões. A elevação de 0,6% ocorre sobre uma base fraca de comparação, já que em 2015 houve queda no indicador de 6,8% ante 2014.

Tecnologia mais próxima dos pequenos negócios

Presidente da Sage no Brasil e na América Latina, Jorge Carneiro explica como ferramentas que utilizam inteligência artificial podem trazer soluções para micro e pequenas empresas

Divulgação



Jorge Carneiro, da Sage: tecnologias estão mais acessíveis

Expressões que antes se restringiam ao campo da informática estão se tornando comuns no dia a dia dos pequenos negócios. É o caso da inteligência artificial, que já auxilia os donos de micro e pequenas empresas em tarefas do cotidiano. Essa tecnologia é a base, por exemplo, para os chatbots, programas de computador que procuram simular uma conversa com um atendente humano. Muitas vezes, essa inteligência está “invisível” ao usuário, diz Jorge Carneiro, presidente da Sage no Brasil

e na América Latina desde 2014. A empresa é líder no mercado de sistemas integrados de contabilidade, de pagamento e folha de pagamento. De origem britânica, tem 3 milhões de clientes no mundo – 118 mil no Brasil. Nas tarefas cotidianas de uma empresa, a tecnologia ajuda a ganhar tempo e elimina tarefas repetitivas. Com isso, os empreendedores ganham tempo para investir em outras frentes do negócio. Na entrevista a seguir, Carneiro aponta como essas novidades não são exclusividade de grandes empresas.

O que significa falar em “inteligência artificial” aplicada aos pequenos negócios?

A inteligência artificial já é realidade e está presente em diversos processos, muitas vezes ‘invisíveis’ ao usuário. Ela permite que os computadores aprendam conforme o comportamento dos usuários e realizem processos de forma automatizada, alavancando a produtividade e eficiência. Aplicada aos pequenos negócios, a IA contribui para os empresários executarem facilmente tarefas rotineiras. O Pegg, chatbot da Sage, é um bom exemplo. Baseado em inteligência artificial, o chabot é capaz de emitir notas fiscais de serviço por meio de um bate-papo com o assistente virtual usando apenas canais de mídia social como o Messenger do Facebook, por exemplo. Para isso, basta que o usuário cadastre qual o serviço prestado e em nome de quem deve ser feita a emissão da nota: um sistema simples, rápido e acessível. Para o usuário, é como se estivesse conversando com um amigo.

Isso é aplicável mesmo para aqueles que não têm muito dinheiro para investir em tecnologia?

Sim, essas tecnologias estão cada vez mais acessíveis, principalmente por conta do surgimento do sistema de nuvem e a eliminação de enormes servidores e máquinas complexas dentro das empresas. O Sage One, produto que emite notas de produtos, serviço e nota fiscal do consumidor (NFC-e) sem limites, custa somente R\$ 40 por mês, ou seja, é bem acessível. Para usar a inteligência arti-

ficial do Pegg, também é necessário apenas o Messenger do Facebook ou Telegram. Está tudo mais facilitado, tanto em valores quanto em usabilidade tecnológica.

A Sage apresentou crescimento mesmo em um período de recessão. Isso mostra que o dono de pequenos negócios está mais interessado em tecnologia?

Na crise é preciso buscar mais eficiência e produtividade. A tecnologia é base para as duas coisas, elimina processos repetitivos e burocráticos, automatiza relatórios que serão base para tomada de decisões mais assertivas, auxiliando a competitividade dos donos de pequenos negócios. Um exemplo disso é a capacidade do Sage One de armazenar todas as NFC-e no Google Drive e permitir a integração desses documentos com os contadores das empresas. É um ganho de tempo e de processos necessários para esses empresários.

Quais as principais dificuldades dos micro e pequenos em relação a esse tema?

As micro e pequenas empresas podem achar que essas tecnologias são inacessíveis, que são ferramentas exclusivas para as grandes empresas, tanto pelo preço quanto pela usabilidade difícil. É um dos maiores esforços da Sage é deixar a usabilidade de seus produtos fácil e intuitiva por um preço justo, mostrando aos pequenos e médios empresários que é possível adotar essas ferramentas em seus negócios e usufruir dos benefícios da tecnologia.



FRANCA FOI A CIDADE QUE MAIS CRIOU EMPREGOS NO 1º TRIMESTRE

Com impulso da indústria calçadista, Franca, no interior de São Paulo, foi a cidade brasileira que mais gerou empregos formais no primeiro trimestre de 2017, segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). O município paulista criou 4.685 vagas de janeiro a março, seguido por Santa Cruz do Sul (RS), com 4.654, Vacaria (RS), com 3.685, e Nova Serrana (MG), com 3.307. Na região de Ribeirão Preto (SP), as outras cidades que tiveram o melhor desempenho no período foram Guaíra (SP) e Sertãozinho (SP), respectivamente na 18^a e 26^a colocação na lista, com 1.211 e 1.010 oportunidades.



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

NOVIDADES

SISTEMA PARA ABRIR EMPRESA EM SETE DIAS ESTÁ EM FUNCIONAMENTO EM SÃO PAULO

Está em funcionamento desde 8 de maio o novo sistema para abertura de empresas em até sete dias na cidade de São Paulo, dentro do programa Empreenda Fácil.

A abertura rápida está disponível para novos negócios classificados como de baixo risco — segundo a prefeitura, entre 70% e 80% das empresas — e que precisam de menos licenças para começar a operar. O novo sistema é resultado de parcerias entre o município, o governo do Estado e a União para a simplificação de processos e diminuição da necessidade de envio da mesma informação para diferentes órgãos. A maior parte do processo pode ser feita de forma online, em portais da Receita Federal e da Junta Comercial do Estado.

Uma das mudanças que viabilizam o novo sistema é o aumento de credibilidade concedida às informações fornecidas pelos empresários. A partir do novo processo, as informações dadas por eles serão entendidas como verdadeiras e a fiscalização será feita depois e com punições caso sejam identificadas inconsistências.

O processo para abertura de empresas depende de o empresário enviar documentos para diferentes órgãos em uma série de etapas.

Outras informações sobre o processo podem ser encontradas no Portal Empreenda Fácil (<http://empreendafacil.prefeitura.sp.gov.br>).

USP LANÇA CURSO GRATUITO PARA STARTUPS

O Núcleo de Empreendedorismo da USP (NEU) lançou o curso gratuito “Criação de Startups: Como desenvolver negócios inovadores” na plataforma online Coursera. Não é preciso ter conhecimento prévio na área. O curso foi desenvolvido para qualquer pessoa que tenha uma ideia ou projeto e interesse em empreender e desenvolver um negócio de base tecnológica. Tem início a cada duas semanas e dura quatro meses.

A metodologia de desenvolvimento de negócio empregada é a Customer Discovery, de Steve Blank. É um método rápido, que proporciona a visualização do processo de construção da ideia e um amadurecimento mais rápido do negócio. Em cada aula é compartilhada a experiência de uma startup convidada, que colabora para elucidação dos temas abordados e compartilha a forma de aplicação dos conteúdos.

O site do curso é <https://www.coursera.org/learn/criacao-startup>.



Para reverter uma crise



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

→ Por mais que uma empresa se policie e tome todas as precauções necessárias, deslizes ou erros acontecem. Mas o que vem depois da falha pode ser determinante para o futuro do negócio.

Se o responsável pelo empreendimento souber dar uma resposta adequada ao cliente, provavelmente conseguirá contornar o problema, minimizar eventuais danos à imagem e, dependendo da medida tomada, pode até subir no conceito do público.

O **Jornal de Negócios** deste mês traz uma reportagem sobre como reverter situações adversas, começando por ouvir o cliente com atenção para, em seguida, tomar as devidas providências.

O empreendedor competente está atento ao que se passa a seu redor. As informações chegam por todos os lados. Podem vir do consumidor (como no caso de uma reclamação), da concorrência, do noticiário, enfim, de diversas fontes. E, como informação é essencial em

qualquer área de atuação profissional, o dono de uma micro ou pequena empresa deve estar sempre atualizado; só assim saberá em que terreno pisa e poderá se preparar para superar dificuldades e aproveitar oportunidades.

Ele tem de conhecer o mercado em que está inserido ou pretende entrar, pois ali está um conjunto de variáveis críticas para o sucesso ou fracasso da empresa.

Nesta edição, mostramos como o empreendedor pode levantar dados para embasar suas ações e tomar decisões com mais segurança.

Também falamos do Sebrae Com Você, um programa em que um representante da nossa equipe vai até seu estabelecimento comercial, avalia o negócio e sugere soluções e o nosso apoio para aperfeiçoá-lo, facilitando a vida do empresário.

Boa leitura e bom proveito das informações deste mês!



SÃO PAULO PARTICIPA DE PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE STARTUPS

A Oracle vai incluir a cidade de São Paulo em seu programa de aceleração de startups, o Oracle Startup Cloud Accelerator. O programa tem como objetivo fomentar a inovação e incentivar o empreendedorismo por meio do uso das plataformas de cloud (nuvem) da empresa. Ele é parte também da estratégia da companhia de aproximação com o ecossistema de startups para impulsionar a criação de novas soluções em nuvem. O plano não é dar apoio a startups para adquiri-las no futuro, mas impulsionar avanço das tecnologias em nuvem. As inscrições vão até 25 deste mês. Informações em www.oracle.com.

Pesquisar o mercado é fundamental

Conhecer o perfil dos clientes, a concorrência e o local onde estão inseridos é determinante para o sucesso dos negócios

Ninguém pensa em viajar sem criar um roteiro. Tampouco alguém contrata uma pessoa sem conhecer ao menos suas competências e comportamento profissional. Assim também é no mundo dos negócios. Para empreender é necessário conhecer o mercado em que vai atuar, pois as estratégias de atração, conversão de vendas e retenção de clientes serão realizadas de acordo com o comportamento do mercado consumidor definido no planejamento.

Em meio à crise, este conhecimento se torna ainda mais fundamental. Diretora da Oficina de Textos, editora de livros técnicos, Shoshana Signer não se acomodou nos 21 anos de sua empresa e partiu em busca de aperfeiçoamento para não correr o risco de sucumbir. Consciente de que o carro-chefe são os livros universitários, contratou uma empresa para pesquisar melhor o segmento e conhecer o perfil dos professores – público estratégico para o seu negócio, uma vez que são eles que adotam os livros que serão estudados no ano letivo.

“Tivemos aspectos surpreendentes na pesquisa. Conseguimos avaliar a linha de raciocínio destes profissionais, o que nos possibilita implementar estratégias diferentes e até mesmo elaborar títulos novos para atender o nosso público”, comenta Shoshana, que destaca ainda o baixo custo em relação aos resultados importantes que a pesquisa de mercado oferece.

“Investi pouco quando comparado com o retorno que estamos tendo. Não comprometemos a nossa equipe, melhoramos o nosso atendimento e ainda vamos economizar ao deixar

de publicar títulos que não são aplicados pelos professores”, explica.

FERRAMENTAS DO SEBRAE-SP

O Sebrae-SP oferece ferramentas e soluções para as micro e pequenas empre

Cris Castello Branco

meçar Bem - Análise de Mercado” e “Começar Bem - Plano de Negócios” auxiliam os empresários em todas as etapas do processo, assim como o “Serviço de Orientação e Análise de Plano de Negócio”, que orienta os empreen-

dor que pretende para sua empresa. “A definição do mercado consumidor, num planejamento, contribui até para determinar o ciclo de vida do produto ou serviço no segmento em que atua, visto que o comportamento do consumidor altera rapidamente dado o avanço da tecnologia na distribuição de informações mercadológicas”.

Também há empresas como a Cristina Panella Planejamento e Pesqui-



Shoshana, da Oficina de Textos: pesquisa permitiu entender melhor o público-alvo

presas (MPEs) pesquisarem o mercado e receberem informações essenciais ao planejamento e à tomada de decisões no dia a dia. A oficina “Como Analisar e Pesquisar o Mercado”, por exemplo, cria condições para que o empresário compreenda o cenário no qual está inserido de forma estratégica. Outros cursos como “Ganhe Mercado”, “Co-

dedores gratuitamente a construir um plano de negócios adequado, em todas as suas particularidades.

Para o consultor do Sebrae-SP, Fabiano Nagamatsu, o empreendedor deve conhecer profundamente, além das ações de seus concorrentes, as relações de parceria com fornecedores e principalmente, o perfil do consumi-

“A DEFINIÇÃO DO MERCADO CONTRIBUI PARA DETERMINAR O CICLO DE VIDA DO PRODUTO”,

Fabiano Nagamatsu, consultor do Sebrae-SP

sa que oferecem esse tipo de serviço para micro e pequenos negócios. A linha de produtos “Go!” foi desenvolvida para trazer soluções em todas as etapas do planejamento estratégico, analisando a concorrência, o perfil dos clientes e o local onde o empreendimento está inserido.

“Os pequenos e médios empreendedores podem e devem fazer bom uso das pesquisas, uma vez que não têm grandes margens para erros nas decisões. Essa linha de soluções contribui e oferece fundamento sólido às estratégias de mercado das MPEs com investimento monetário adequado à dimensão da pequena e média empresa”, afirma Cristina Panella.

TRANSFORME O SEU NEGÓCIO COM **NESCAFÉ® DOLCE GUSTO®**

- Máquina compacta e prática
- Controle de doses sem sujeira
- Mais de 20 tipos de bebidas
- Comodidade no recebimento



4 A PARTIR DE
BEBIDAS
POR DIA



MÁQUINA
GRÁTIS



FRETE
GRÁTIS



SEM TAXA
DE ADESÃO

Conheça nossos planos de assinatura e assine já*

WWW.DOLCEGUSTOEMPRESAS.COM.BR

*válida somente para CNPJ





MAIORIA DOS ATAQUES DE HACKERS É CONTRA PEQUENAS EMPRESAS

Dados da produtora de softwares de segurança Kaspersky Lab apontam que o Brasil é hoje o nono país que mais sofre ataques de hacker no mundo. Foram 199 milhões de e-mails maliciosos entre agosto de 2015 e agosto de 2016. Estudo da Fiesp de 2015 indicou que 65,2% dos ciber ataques com foco apenas financeiro envolviam pequenas empresas. Não necessariamente o alvo primário é a empresa, mas sim os clientes. Ou seja, o empreendimento pode até movimentar pequenos valores, mas é uma ponte para chegar aos clientes, roubar informações e acessar contas correntes, dados de cartões de crédito etc.

Quando ‘detonam’ seu negócio na internet

Crise de imagem nas redes sociais exige agilidade do empresário, mas respostas devem ser cuidadosas e bem pensadas. No caso dos micro e pequenos, a proximidade com o cliente facilita agir com rapidez e críticas podem trazer boas ideias.

Patrícia Cruz



O empresário Murilo Santucci Lavezzo, da Tribô do Açaí: promoção na internet quase destruiu imagem do negócio

Tudo ia bem na empresa de Murilo Santucci Lavezzo, a Tribô do Açaí. Com três lojas em Tatuí, interior de São Paulo, desde 2014, o empresário abriu as lojas na manhã da última quinta-feira de março com uma promoção já usual na empresa, o Açaí em Dobro, que prometia uma segunda unidade grátis do produto na compra da primeira. A ação daquela vez foi feita dentro de um aplicativo, com foco apenas no delivery. Com 5,5 mil usuários cadastrados no aplicativo, a demanda foi muito acima do normal, com mais de 50 pedi-

dos no primeiro minuto de promoção no ar. Começou aí um grande problema, o primeiro enfrentado pelo empresário no seu negócio.

A insuficiência de motoboys foi o gargalo inicial, já que o grupo não dava conta de fazer as entregas. Logo depois, o servidor também não aguentou os pedidos e ficou fora do ar por muito tempo. No total, foram 560 pedidos até o final da promoção e apenas 180 entregues, mesmo com 11 pessoas na cozinha e oito motoboys. Não demorou muito para os clientes insatisfeitos, tanto os que não conse-

guiram comprar quanto os que receberam com até duas horas de atraso, começarem a reclamar publicamente da empresa.

“Na mesma noite começamos a ser massacrados nas redes sociais, principalmente nos grupos de classificados locais. Teve motoboy que achou que seria agredido durante a entrega. Passei a madrugada inteira acordado, vendo a reputação de anos do meu negócio ser manchada. Tudo porque subestimamos a demanda da promoção”, lembra Lavezzo. Naquele momento, conta o empresário, ele re-

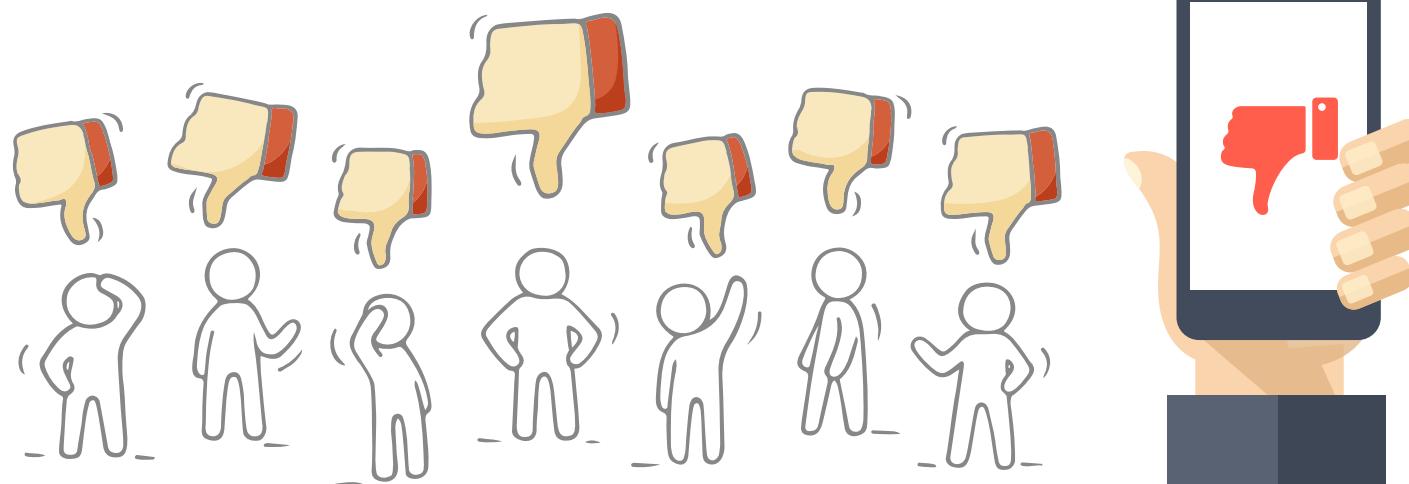
correu à sua experiência anterior de administrador de campanhas de publicidade em mídias de performance como Google e Facebook para grandes empresas. “Nunca pensei que um dia teria de usar esse conhecimento no meu negócio”, destaca.

Acordar com a reputação da empresa indo pelos ares nas redes sociais tem sido cada vez mais comum nos dias atuais. Em um exemplo recente, a companhia aérea americana United Airlines, ganhou destaque quando retirou, à força, um cliente de dentro de um avião por conta de overbooking



MPES DO SIMPLES TÊM TAXA DE SOBREVIVÊNCIA MAIOR

As micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional apresentaram uma taxa de sobrevivência maior do que as que não são optantes. De acordo com levantamento feito pelo Sebrae, 83% dos pequenos negócios criados em 2012 e ligados a esse sistema diferenciado de tributação sobreviveram aos dois primeiros anos de vida, mais do que o dobro das empresas não optantes. Apenas 38% das empresas que estão no Lucro Presumido ou no Lucro Real superaram o primeiro biênio de vida. "Se o Simples não existisse, milhões de negócios não estariam abertos", afirma o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos.



no voo. A ação foi filmada por outros clientes insatisfeitos com a atitude da companhia e, em pouco tempo, o vídeo viralizou pelo mundo. A empresa viu sua imagem ser manchada, as vendas caíram e as ações na bolsa despencaram. Um prejuízo grande e, mesmo para uma empresa consolidada como com a United, muito difícil de reverter.

CONHECER O CLIENTE

No caso dos pequenos negócios, a proximidade com o cliente traz uma facilidade de conhecê-lo e, em momentos críticos, conseguir rapidamente mapeá-lo para poder agir. Foi isso que salvou a empresa de Lavezzo de um naufrágio sem volta. "Passamos o resto do dia e da noite entrando em todas as redes sociais, grupos de discussão, grupos de classificados locais, buscando todo mundo que estava falando da gente e os classificamos em grupos: quem defendia, quem atacava, porque atacava. Reuni a equipe e decidimos qual estratégia adotaríamos para nos reparar perante aos clientes", diz o empresário.

No dia seguinte, ele publicou um pedido de desculpas na página da empresa, fechou uma das lojas e colocou a equipe para ligar para todos os clientes, de alguma forma, citaram a empresa. A ligação era um pedido de desculpas e a oferta da promoção por mais tempo. "Das 80 pessoas para quem ligamos, apenas quatro não quiseram conversa, os demais nos atenderam, agradeceram o contato e, a partir daí, surgiram muitos elogios nas redes sociais. Foi um sufoco, mas valeu a pena porque conseguimos reverter os comentários negativos", completa.

O consultor de marketing do Sebrae-SP Gustavo Carrer observa que desse episódio é possível tirar a primeira e fundamental lição: ter bom senso. "Sem isso, lidar com o cliente vai ser um perigo permanente. Ninguém resolve um problema com o consumidor partindo para a agressividade. É preciso ter educação, tolerância

ca. Uma vez publicado algo na internet, você não tem mais controle sobre onde aquele conteúdo vai parar.

O empresário João Toledo, do restaurante árabe Seu Chalita, em São Paulo, procura estar presente nas redes sociais para atender diretamente os clientes. Todos os dias ele lê comentários, críticas e sugestões dos

USAR AS REDES SOCIAIS PARA SE RELACIONAR COM OS CLIENTES TORNOU-SE UMA OBRIGAÇÃO PARA QUALQUER EMPRESA

e simpatia, além de muito planejamento para apresentar argumentos sólidos e propor uma solução. Assim, a possibilidade de se chegar a um bom termo é bem maior", enfatiza.

O empresário de Tatuí, que se sente feliz por ter conseguido minimizar um problema de imagem no seu negócio, compartilha algumas dicas. "O senso de urgência é muito importante num momento como esse. Minhas dicas para quem passar por um susto desse são: primeiro tomar uma atitude rápida e enérgica, depois identificar quem está falando mal e bem de você, monitorando os canais onde estão os comentários e pensar numa ação de como agradar o cliente insatisfeito que pediu e não recebeu. Tudo tem de ser bem discutido e pensado", ressalta Lavezzo.

Usar as redes sociais para se relacionar com os clientes tornou-se praticamente uma obrigação para a qualquer empresa. No entanto, são necessários cuidados, já que as redes sociais funcionam como uma vitrine e expõem seu negócio à opinião pública.

clientes – e tenta respondê-los pelo menos no mesmo dia. "Sempre que alguém comenta nas nossas páginas do Facebook e Instagram eu já recebo a notificação e tento responder na hora, com atenção. Faço isso em respeito ao cliente. Tem gente que vem só com agressividade gratuita, aí eu deixo quieto, mas quando o cliente te respeita, busca uma solução para o problema dele ao nos contatar, temos de agir da mesma forma. Corro logo para entender o que aconteceu e resolver diretamente com o cliente", afirma Toledo.

Ainda assim, o relacionamento com o consumidor nas redes sociais não serve apenas para responder críticas e administrar crises. Muitas ideias e sugestões podem surgir dessa conversa. "Nossos clientes também dão muitas dicas para as receitas, como mudanças de tempero, por exemplo. Já mudei uma receita tradicional nossa pela dica de um cliente e ficou bem melhor mesmo. Por isso não dá para ignorar a opinião do cliente", completa.

Para melhorar a relação

7 dicas do consultor do Sebrae-SP Gustavo Carrer para lidar com o cliente insatisfeito nas redes sociais:

- 1 Responder rápido demonstra interesse em atender. Deixar o cliente esperando seu retorno só vai irritá-lo e demonstrar despreparo.
- 2 As redes sociais exigem agilidade e respostas personalizadas porque o consumidor quer ser tratado como único. Sendo assim, fuja das respostas-padrão.
- 3 Nunca suba o tom. Mesmo que o cliente esteja agressivo, trate-o com educação, mantendo a cordialidade independentemente da linguagem que ele utilizou nas críticas.
- 4 Dê uma resposta rápida nos comentários públicos e leve a conversa pra o reservado (inbox) ou, de preferência, ligue para o cliente na primeira oportunidade. Evite bater boca com ele na sua página para não expor ainda mais o problema para seus seguidores.
- 5 Jamais culpe terceiros ou demonstre indiferença quanto ao impacto causado pela falha. As expectativas são criadas pelo marketing da sua empresa, portanto quando as frustrações ocorrerem, a responsabilidade também será dela.
- 6 Transparência e clareza na comunicação são fundamentais para minimizar o impacto e retomar a empatia. Qualquer colocação com potencial para ser mal entendida deve ser evitada.
- 7 Se o cliente mantiver as ofensas, mesmo após a sua ampla atenção, o recurso final será o bloqueio dele nas mídias sociais. Essa medida é extrema e só deve ser usada nos casos em que foram esgotadas todas as possibilidades de retomar um relacionamento saudável.



PREÇO DE LOCAÇÃO DE IMÓVEL COMERCIAL CAI NO 1º TRIMESTRE

Os preços de locação dos imóveis comerciais fecharam o 1º trimestre em queda, segundo o índice FipeZap, que acompanha o mercado do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte. O preço médio do metro quadrado caiu 1,18% no acumulado nos três primeiros meses do ano, ao passo que os preços de locação recuaram 0,74%. No acumulado nos últimos 12 meses, os preços de venda e de aluguel recuaram 3,19% e 6,90%, respectivamente. Descontada a inflação do período, os preços dos imóveis comerciais acumulam queda de 7,42% para venda e de 10,97% para locação. O indicador acompanha o preço médio de conjuntos e salas comerciais de até 200 m² com base em anúncios da internet.

Sebrae-SP vai até a empresa e faz diagnóstico in loco

Representante da instituição visita o estabelecimento, realiza um check-up da situação do negócio na hora e indica soluções para cada caso. Iniciativa faz parte do programa Sebrae com Você, aplicado em todo o Estado de São Paulo.

Cris Castello Branco

Antes de abrir sua loja de som e acessórios automotivos, Fernando Caminsk Junior fez diversos cursos do Sebrae-SP. Mas, quando assumiu o papel de empresário, a correria do dia a dia o afastou dos cursos de capacitação. Foi a visita de um agente do Programa Sebrae com Você no ano passado que motivou uma reaproximação em busca de qualificação para o crescimento do negócio.

Pelo programa, um agente contratado pelo Sebrae-SP visita empresas, faz o cadastro e aplica a ferramenta de diagnóstico Check-up Empresa, que mostra como está a saúde do negócio. As respostas são registradas em um smartphone e o resultado sai impresso na hora com os pontos de melhoria e as soluções certas do Sebrae-SP para ajudar o empresário a resolver os problemas da empresa. São indicados cursos, palestras e oficinas.

A previsão para 2017 é realizar 187,5 mil atendimentos em 60 cidades do Estado de São Paulo, 17% a mais que os 160 mil atendimentos realizados no ano passado. “O programa é uma ação que vai até o cliente e promove as oportunidades e soluções que o Sebrae-SP tem para um número muito grande de empresas”, afirma o gestor do Sebrae com Você, Fernando Cossetti. “Na visita o empresário percebe o quanto é importante ele se capacitar para se tornar mais competitivo”, completa.

Foi o que aconteceu com Caminsk Junior, da loja HotBass, localizada na zona leste de São Paulo. “Quando recebi a visita do Sebrae, vi que era hora de voltar a buscar capacitação”, conta. O empresário lembra que o Sebrae Móvel, escritório itinerante do Se-



Caminsk Junior: “Quando recebi a visita do Sebrae, vi que era hora de voltar a buscar capacitação”

brae, estava parado perto da loja e ele se planejou para buscar orientação. “Quando abro a loja não consigo fazer muita coisa e pensei em ir à tarde. Não deu. Planejei ir no dia seguinte e também não consegui. Quando vi, a van tinha ido embora. Mas na semana seguinte recebi a visita e o diagnóstico”, relata o empresário, que tem a mulher Ana Paula como sócia e responsável pela parte financeira da empresa.

“Estou com a loja há oito anos. Com o conhecimento anterior, consegui ter uma certa base, mas na hora de crescer o conhecimento estava limitado. Queria desenvolver uma promoção, não sabia onde anunciar e a ajuda do Sebrae deu uma luz”, destaca o empresário, que após a visita, procurou o Sebrae-SP e hoje faz parte do projeto de um escritório regional da instituição que reúne empresas da mesma área para ações coletivas e individuais em busca de melhoria da competitividade.

MAIS CONHECIMENTO

A proprietária da loja Margarida Bonita Moda Plus, Renata Mércia Ferreira de Assis, também buscou mais conhecimento após receber a visita do agente do programa em sua empresa, localizada em Bebedouro, no interior de São Paulo. Renata vendia roupas em casa e inaugurou a loja em outubro de 2015. “Abri a loja na cara e na coragem. Fomos crescendo aos poucos e aumentando o mix de produtos”, diz.

A empresária aprovou a visita do programa Sebrae com Você. “Recebi o diagnóstico e a cartilha. Tinha muita coisa que não conhecia e o programa me abriu os olhos”, conta Renata, que se inscreveu e fez a oficina de flu-



ESTOQUE NO VAREJO DE SÃO PAULO TEM AJUSTE LENTO

O equilíbrio do nível de estoques no comércio varejista da região metropolitana de São Paulo ainda não ocorreu e o ajuste tem sido lento, de acordo com a FecomercioSP, a partir de dados de abril. O Índice de Estoques (IE) alcançou 98,7 pontos, quase estável na comparação com os 98,9 pontos de março e alta de 15,3% na comparação anual, informa a FecomercioSP. O IE capta a percepção dos comerciantes sobre o volume de mercadorias estocadas nas lojas e varia de zero (inadequação total) a 200 pontos (adequação total). A marca dos 100 pontos é o limite entre inadequação e adequação.



xo de caixa em seguida. "O professor não só explicou sobre fluxo de caixa como passou as planilhas para fazer o acompanhamento e tirou muitas dúvidas de todos os empresários", diz.

O Programa Sebrae com Você também segue ativo em Campinas. A empresária Sílvia Tolomei Mangabeira Albernaz recebeu o agente na loja de produtos de dança Sambalelê Dança, em fevereiro. Bióloga de formação, Sílvia descobriu a veia empreendedora quando fez um curso de pintura em seda e resolveu participar da Gift Fair, em São Paulo. Produziu algumas peças, como toalhas e bolsas com

aplicações em seda, e utilizou os R\$ 2 mil que tinha disponíveis – R\$ 1,4 mil para pagar o aluguel do estande de um metro de parede e o restante para pagar acomodação e fazer um banner com seus contatos. "O primeiro dia foi mais ou menos. Já no segundo dia vendi 5,4 mil peças. Foi aí que me descobri empreendedora", recorda.

Na época, em 2002, ela fez diversos cursos do Sebrae, evoluiu o negócio, abriu uma confecção de bolsas, mas não conseguiu competir com os produtos chineses. Foi então que recebeu ajuda para abrir em 2012 uma loja de produtos para dança, a Sambalelê,

que mantém até hoje. "Eu me senti honrada em receber a visita do Sebrae na minha loja", conta Sílvia, que fez pós-graduação em marketing digital e também investe na venda via Instagram dos produtos de dança, de laços e do brechó.

VISITA

De acordo com a gerente da Unidade de Atendimento Individual do Sebrae-SP, Adriana Rebecchi, as pesquisas de satisfação apontam uma percepção positiva dos empresários visitados pelo programa. "O empresário sente que o atendimento é útil e aplicável ao

dia a dia do negócio. As melhorias propostas são bem vistas", afirma.

Para quem não recebeu a visita de um agente na empresa e quer responder as perguntas para o diagnóstico, pode entrar em contato com o Sebrae-SP para fazer o Check-up Empresa pela internet (checkupempresa.sebraesp.com.br), pelo telefone (0800-570-0800) ou nos Escritórios Regionais do Sebrae-SP.

"O empresário tem vários canais para receber o diagnóstico e conhecer as soluções que o Sebrae oferece para ajudá-lo a ganhar competitividade no mercado", afirma Adriana.

COMO FUNCIONA

O **Sebrae com Você** é uma ação de atendimento presencial voltada para as micro e pequenas empresas do Estado de São Paulo que se propõe a iniciar um relacionamento e indicar oportunidades para o empresário melhorar cada vez mais o negócio.

- O empresário recebe a visita de um agente contratado pelo Sebrae-SP
- O agente se apresenta, entrega o material explicativo do programa e pede dados cadastrais
- Em seguida, aplica o Check-up Empresa por meio de um smartphone
- O resultado sai impresso na hora e apresenta as soluções do Sebrae-SP mais apropriadas – que podem ser cursos, oficinas e atendimentos individuais, tanto presenciais como remotos (internet e telefone)
- O agente explica que as soluções indicadas seguem um caminho de aprendizagem, para serem feitas uma após a outra em uma Trilha do Conhecimento que está impressa no folder.
- Mais informações, basta acessar sebraecomvoce.sebraesp.com.br

O QUE É O CHECK-UP EMPRESA



- É uma ferramenta criada para ajudar na avaliação dos conhecimentos administrativos e indicar as melhores soluções do Sebrae-SP para o negócio.
- O resultado é impresso na hora e apresenta o gráfico com os níveis das soluções indicadas, as indicações para cada uma das áreas de gestão avaliadas (administração, finanças, gestão de pessoas e marketing/vendas) e os contatos dos pontos de atendimento do Sebrae-SP mais próximos.
- Para saber mais, acesse checkupempresa.sebraesp.com.br

GASTO DE BRASILEIRO NO EXTERIOR SOBE 18,5% EM UM ANO



Os brasileiros gastaram US\$ 1,53 bilhão em viagens internacionais em março, alta de 18,5% ante o mesmo mês do ano passado (US\$ 1,291 bilhão) e de 12,5% na comparação com fevereiro (US\$ 1,36 bilhão). Os números são do Banco Central (BC). Os gastos dos brasileiros no exterior somam US\$ 4,469 bilhões nos três primeiros meses do ano, 50,4% mais do que o mesmo período do ano passado. O resultado foi afetado pela desvalorização de 3,65% do dólar no primeiro trimestre, apesar de a moeda norte-americana ter fechado março em alta de 0,57%. No ano passado, os gastos dos brasileiros no exterior diminuíram 16,5% e tiveram o menor valor em sete anos, desde 2009.



Luz, câmera e... pizza

Maria Amélia de Toledo resolveu unir cinema com as famosas redondas e criou a pizzaria temática Suprema Pizza Cine.

Meu nome é Maria Amélia de Toledo e sou proprietária da Suprema Pizza Cine, uma pizzaria temática que combina cinema e pizza. Então além de comer uma pizza gostosa, feita com amor, o cliente pode locar um filme. Aqui na Su-

prema, gostamos tanto de histórias quanto de pizza. Costumo dizer que essa união que combina e atrai é o nosso diferencial.

O cardápio, por exemplo, também é temático: uma das pizzas leva o nome do filme *Sob o Sol da Toscana* –

o filme é maravilhoso – e nessa pizza colocamos rúcula, para homenagear a região da Toscana, na Itália.

A história da Suprema Pizza Cine começa por volta de 1987, quando montamos uma videolocadora, época em que as locadoras começaram a abrir. Decidi

montar a minha, pela oportunidade de trabalhar com algo que amo, que é o cinema e o que ele representa.

Em 1999 montamos uma pizzaria delivery no mesmo espaço da locadora, mas eram estabelecimentos distintos. Mesmo com a locadora no auge, achei que ela precisava de um complemento.

Caminhamos bem com o delivery e a locadora, até que observei a mudança que ocorria no mercado de vídeos e decidi que meu negócio devia mudar de formato.

Procurei uma consultoria externa para me auxiliar nas mudanças. Encontrei o Sebrae-SP, que foi importante nesse momento, em que senti que precisava amadurecer como empresária. participei de uma série de cursos: fluxo de caixa, alimentação fora do lar, Receita de Sucesso, até chegar no ALI (agentes locais de inovação), do qual ainda fazemos parte. Foram vários processos para atingir o amadurecimento e criar a pizzaria que locava filmes – hoje, uma média de 300 por mês.

A maior dificuldade que enfrentei, e ainda enfrento, foi me tornar gestora do meu próprio negócio; eu não me via como empresária. O planejamento estratégico e o programa ALI nos ajudaram nessa capacitação. Para o futuro desejamos dar continuidade na Suprema Cine Pizza e, na parte dos fundos, montar, quem sabe, uma sala de cinema ou de debates sobre filmes.

Confira o vídeo com a história da Suprema Pizza Cine em: youtube.com/sebraesaopaulo.

Patrícia Cruz





15,8% DOS TRABALHADORES REPROVAM CONDIÇÕES DE SALUBRIDADE E SEGURANÇA

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - Aspectos das Relações de Trabalho e Sindicalização 2015 mostra que 15,8% dos trabalhadores brasileiros do setor privado consideravam insatisfatórias as condições de salubridade e segurança em seu ambiente de trabalho, conforme recomendações da Organização Internacional do Trabalho (OIT). O levantamento considerou a avaliação de empregados que atuam em empreendimentos com três ou mais funcionários, tendo como base tanto o controle de risco e prevenção de acidentes como o fornecimento e capacitação para uso do equipamento de proteção individual.



Vestida com confiança

Tereza Lima é fundadora da Therelli, confecção de roupas e uniformes para grandes companhias e que atua também no mercado online

“E u já trazia um conhecimento das grandes concessionárias em que trabalhava. Procurei o departamento de compras de grandes empresas para oferecer vestuário promocional e uma delas abriu as portas. Hoje, atendemos grandes clientes como a Volkswagen, Bridgestone, Pfizer, que, por serem grandes empresas, nos obrigam a ser mais profissionais.

Ter um bom produto, ser bastante profissional e ter seriedade no que você se presta a fazer é a mescla ideal para alcançar grandes clientes. Você nunca deve oferecer para o cliente o que ele não quer comprar, mas o que ele precisa; e muitos deles, às vezes, nem sabem do que precisam, então você tem de ajudá-lo.

Eu não pensava, eu agia. Para mim, não existe essa coisa de dizer: 'eu vou pensar', tem que ir lá e fazer.

A Therelli começou a querer a fazer tudo, só que com o passar do tempo, a gente começou a dar uma filtrada. Começamos a avaliar o que seria melhor para o negócio e chegamos à conclusão de que se posicionar no segmento seria a melhor saída.

Procurei o Sebrae, participei do programa ALI (*Agentes Locais de Inovação*), recebi muita abertura e participei de muitas palestras. Eu tinha uma dificuldade muito grande de me comunicar internamente com meus subordinados. As pessoas chegavam com conhecimento, com faculdade, e isso me deixava muito insegura para dar início a uma conversa, exigir um tra-

lho e impor a necessidade da empresa naquele momento. Então, percebi que não estava mais em condições de conduzir. Foi quando o Sebrae me ajudou a fazer a gestão de recursos humanos da empresa. Tenho certeza de que vamos ser o melhor e-commerce que o País conheceu. Pegamos o cliente e transformamos em amigo. Se o seu formato

não cabe dentro das minhas medidas, eu dou um jeito para que fique.

Eu falo que a Therelli foi fundada para subsistência, mas hoje ela é uma empresa do futuro. O conselho que eu dou para quem quiser chegar onde eu cheguei é não desistir e pensar que dificuldades sempre vão existir. Se você superar uma, você supera a outra

e, sem dúvida nenhuma, você tem de saber perder; é perdendo um que se ganha dois. A Therelli tem sua trajetória e ainda tem muitos caminhos a trilhar. Eu acredito muito no potencial da minha empresa.”

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

Cris Castello Branco



Tereza Lima:
 "Transformamos o cliente em amigo"



EXPORTAÇÕES SOBEM 24,4% NO PRIMEIRO TRIMESTRE

As exportações aumentaram 24,4% no primeiro trimestre de 2017, enquanto as importações cresceram 12%, na comparação com o mesmo período de 2016, segundo o Indicador do Comércio Exterior (Icomex), informa a Fundação Getulio Vargas (FGV). No primeiro trimestre do ano, a balança comercial registrou um superávit de US\$ 14,4 bilhões. "Com isso, as estimativas de saldos ao redor de US\$ 50 bilhões para 2017 passaram a fazer parte dos cenários de projeções do setor externo", ressaltou a FGV, em nota oficial.

AGENDA FEIRAS DE NEGÓCIOS

FBV – Feira Brasileira de Varejo 2017

Quando: de 12/6/2017 a 14/6/2017

Onde: Centro de Convenções Shopping Barra Sul
Avenida Diário de Notícias, 300 - Cristal, Porto Alegre - RS
Informações: <http://feirabrasileiradovarejo.com.br>

Reatech - 15ª Feira Internacional de Tecnologias em Reabilitação, Inclusão e

Acessibilidade

Quando: de 1/6/2017 a 4/6/2017

Onde: São Paulo Expo - Exhibition & Convention Center
Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 - Jabaquara, São Paulo - SP
Informações: <http://reatech.tmp.br/16/>

3D Inside Printing Conference And Expo - 3ª Feira Mundial da Indústria de Impressão 3D profissional e fabricação aditiva

Quando: 5/6/2017 e 6/6/2017

Onde: Centro de Convenções Frei Caneca
Rua Frei Caneca, 569 - Consolação, São Paulo - SP
Informações: <http://inside3dprintingbrasil.com.br/>

Expovinis 2017 - 21ª ExpoVinis Brasil

Quando: de 6/6/2017 a 8/6/2017

Onde: Expo Center Norte
Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo - SP
Informações: <http://www.expovinis.com.br/pt/>

Fispal Food Service - 33ª Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Alimentação Fora do Lar

Quando: de 6/6/2017 a 9/6/2017

Onde: Expo Center Norte
Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo - SP
Informações: <http://www.fispalfoodservice.com.br/pt/>

Bio Brazil Fair 2017 - Biofach América Latina 13ª Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia

Quando: de 7/6/2017 a 10/6/2017

Onde: Pavilhão da Bienal
Avenida Pedro Álvares Cabral, s/nº - Acesso pelo Portão 3, São Paulo - SP
Informações: <http://www.biobrazilfair.com.br/2016/infogerais.asp>



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.

Patrícia Cruz



RODRIGO PALERMO,
consultor do Sebrae-SP

Vendedor ou representante?

Um dos dilemas mais usuais nas empresas em expansão é: qual a melhor alternativa para melhorar as vendas: um vendedor ou um representante comercial? Com esse dilema surgem outras perguntas: quais os riscos trabalhistas? Como funciona a relação de desempenho e meta com representantes; as exigências podem ser as mesmas de um vendedor?

Vendedor: funcionário com vínculo, subordinado à CLT, com salário fixo e, em grande parte dos casos, com complemento de comissão estabelecido no regimento interno da organização. O registro em carteira permite uma relação hierárquica que implica o controle de metas, itinerários, agendas, padrão de atendimento, dedicação e relacionamento. Em contrapartida, impõe maior custo de contratação e manutenção do(s) funcionário(s), o que abrange transporte, alimentação, deslocamento e hospedagem, além das despesas e encargos esta-

belecidos pela lei.

Representante comercial: relação profissional descrita em contrato que estabelece termos e comissão sobre as vendas.

O custo de contratação é reduzido (sem folha e encargos), apenas as comissões dos negócios intermediados. Porém, sem o vínculo empregatício, não há subordinação ou exigência de metas, itinerários, agendas etc.

Apesar de não haver subordinação, portanto, sem exigência de metas, itinerários e agendas, a lei garante a obrigação da prestação de contas à empresa sobre as atividades relacionadas à representação comercial. O ideal é dispor em contrato os termos detalhados da prestação de contas.

A decisão final sobre a escolha entre vendedor e representante comercial precisa ser analisada caso a caso, considerando como ponto de partida o planejamento estratégico da empresa e recursos disponíveis.

Classificados

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

AGRONEGÓCIOS

Mudas Perseverança
www.mudasperseveranca.com.br

Vivero de Mudas com cadastro no SENACEM. Mais de 90.000 mudas de 32 espécies com idade acima de 8 meses.

Vendas online a partir de 10 mudas.

Precisa reflorestar, recompor área ou quer investir em floresta comunitária de madeira nobre? Fale Conosco!

Henrique: (19) 98844-1119
Paulo: (12) 99785-1679



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

Abertura de Empresa | Consultoria Contábil

CONTABILIDADE

Condicões Especiais para empresas orientadas pelo SEBRAE

30 ANOS SEVILHA

(11) 2879 6656
ricardo.morales@sevilha.com.br
www.sevilha.com.br

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

NOSSO OBJETIVO É SUPERAR SUAS EXPECTATIVAS!

JOTA DETRAN SP



HABILITAÇÃO SUSPENSA

Empresa Credenciada


CONSULTORIA

ESTOU TRABALHANDO SÓ PARA PAGAR CONTA

NÃO TENHO TEMPO NEM COMO INVESTIR MAIS

PRECISO FATURAR MAIS

MAS NÃO SEI COMO DESENVOLVER MEU NEGÓCIO



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

NEGÓCIOS E OPORTUNIDADES

Você quer ter um negócio inovador, divertido e lucrativo?

Seja sócio de uma nova loja da Camarim Fantasias.
www.camarimfantasias.com.br

Estamos em expansão de um negócio já estruturado, testado e lucrativo, contamos com lojas em Ribeirão Preto e Campinas, ideal para cidades com público universitário e setor educacional desenvolvido.

Para o inicio de uma nova loja, oferecemos mais de 1000 fantasias completas, codificadas, de diversos modelos e tamanhos. Ótima modelagem e qualidade de materiais e acessórios.

Sistema de controle e gestão de locações e financeira.

Gestão de site, campanha de links patrocinados e mídias digitais.

Camarim Fantasias, 18 anos de tradição!

Compre Lotes mínimos de 10 Fantasias!

Falar com Henrique Croisfels,
Tel / Whatsapp: (19) 98844-1119.

CAMARIM
FANTASIAS



IMPORTAÇÃO, EXPORTAÇÃO, PAPEL-MOEDA, OUTRAS OPERAÇÕES DE CÂMBIO E REPATRIAÇÃO DE RECURSOS É NA...

COMERTH
Corretora de Câmbio

Há 20 anos no Mercado Financeiro operando Câmbio.
www.comerth.com.br
facebook.com/Comerth
(11) 2309-0623
(11) 9 5178-8000

Martins & Fernandes
SUA MARCA EM BOAS MÃOS

- Registro de Marcas
- Registro de Software
- Registro de Patentes
- Direitos Autorais



PARCELAMENTO EM ATÉ 18X PARA MEI E ME

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

TECNOLOGIA

Quem conhecer a sua empresa melhorará a gestão. Fazer pequenos ajustes e ganhar muito mais e de forma sustentável?

Vá como em
www.mindss.com.br

MINDSS

Apóia:
FAPESP
LIF
SAP Member

Inteligência de Negócios e especializado em **PMEs**
Conselhos Mestrados de baixo investimento ótimos resultados

Henrique (16) 98844-1119 | Carlos (16) 98219-2768

TRANSPORTE E LOGÍSTICA

E-COMMERCE LOGÍSTICA
Fast Forward

Redução nos custos de mão de obra, na infraestrutura e no frete

Desde o recebimento até a Entrega da Mercadoria.

Solicite o Diagnóstico Grátis!

(11) 3181-0635
www.ecommercelogistica.com.br



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**.



**QUER ANUNCIAR?
PROCURE UM
DOS ESCRITÓRIOS
DO SEBRAE-SP**

**CONSUMIDOR PAGOU R\$ 3,7 BILHÕES A MAIS NA CONTA DE LUZ ENTRE 2009 E 2016**

Entre 30 de julho de 2009 e 30 de julho de 2016, os consumidores pagaram R\$ 3,7 bilhões a mais nas contas de luz, dinheiro que foi direcionado para a compra de combustível usado em termelétricas da Amazonas Energia, distribuidora que atende ao estado do Amazonas. O prejuízo ao consumidor foi calculado por uma fiscalização da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel).

ANTES & DEPOIS

Ideias mais claras

O Depósito Garcia, loja de materiais de construção em Campinas, enfrentou a concorrência com mudança total no layout e no atendimento.

Há dez anos no mercado, a loja de materiais de construção Depósito Garcia está instalada em uma região próxima a duas megalojas do mesmo setor na cidade de Campinas. Diante da forte concorrência, a empresa teve de abandonar velhos hábitos e adaptar-se ao consumidor. Para isso, contou com a orientação do

Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), do Sebrae-SP, que ajudou a pensar em uma reforma e em alterações no layout.

“A loja era escura e tinha problemas de acessibilidade. O atendimento era feito de maneira antiga, no balcão”, conta a agente Carla Duarte. Com as mudanças e a implantação do au-

tosserviço, em novembro de 2016, os clientes passaram a ter acesso à maioria dos produtos: hoje eles escolhem o que desejam e passam direto no caixa. Para o administrador da loja, Rodrigo Faustino, o balcão era um “limitador”.

Além do ganho de espaço, acabaram o tempo de espera para atendimento e as filas aos sábados, dia de

maior movimento. A loja também recebeu uma consultoria em visual merchandising. “Posso garantir que ninguém tem saudade do modelo antigo”, diz Faustino.

“O Sebrae veio tirar o ‘achômetro’ das mudanças que nós queríamos fazer e trouxe profissionalismo”, conclui o empresário.

Fotos: divulgação

ANTES**DEPOIS****ANTES****DEPOIS****As principais mudanças**

- A loja era escura, mal-organizada e tinha pequenos desníveis que poderiam provocar queda e limitavam o acesso. Com a reforma, que trocou piso e aumentou a **iluminação**, toda a loja se tornou **acessível** e as mercadorias estão separadas em gôndolas por setor.
- Todo o atendimento era feito atrás do balcão, o que gerava demora e sobrecarga dos vendedores. Com a mudança para **autoserviço**, os clientes podem passar as mercadorias direto no caixa. A loja ganhou **espaço** sem o balcão.
- Mercadorias de valor agregado baixo, como buchas e parafusos, passaram a ser vendidas em **kits**, **agilizando** o atendimento e aumentando o tíquete médio.
- O marketing, que era incipiente, passou a ser visto com mais cuidado, especialmente em relação a **promoções** e presença nas redes sociais.