

RELACIONAMENTO P. 3 ►

SAC: as vantagens que o serviço de atendimento ao cliente traz para sua empresa

GESTÃO P. 8 ►

Negócio próprio é tendência entre jovens que acabam de sair da faculdade

Entrevista

Conheça a história do empreendedor e investidor-anjo Mike Ajnsztajn P. 4 ►



LANÇAMENTOS P. 16 ►

Circuito Sebrae apresenta novos temas de gestão empresarial

Do lançamento à liquidação: conheça o ciclo de vida dos produtos de sua loja



Andrea Pissaia, proprietária de uma loja de brinquedos educativos, cria estratégias de venda específicas para cada produto, observando a aceitação dos clientes.

P. 6 ►



Uma viagem com a família ao Chile despertou em Léo Spigariol o desejo de ter seu próprio negócio.

EMPREENDEDORISMO P. 10 ►

Transforme sua ideia em uma empresa de sucesso

- Conheça histórias de quem tirou a ideia do papel e colocou a mão na massa
- A importância da inovação para se destacar no mercado
- Passo a passo para abrir a empresa



Dicas de leitura

Injeção de ânimo



Empreendedor Rico, escrito por Robert Kiyosaki e Sharon Lechter, e publicado pela Editora Elsevier Campus, serve de estímulo para os que têm espírito empreendedor. O autor fala sobre seus sucessos, fracassos e as lições que aprendeu como empreendedor. O livro traz ainda conselhos sobre equipes, liderança, missão, produto, aspectos legais, sistemas, comunicação e fluxo de caixa.

Pense diferente

O livro **Inovação – a Arte de Steve Jobs**, da Editora Lua de Papel, foi o livro sobre empreendedorismo mais vendido em 2011, de acordo com a Livraria Saraiva e o Portal Terra. A autora Carmine Gallo elabora uma lista com os sete princípios que estariam por trás da genialidade do fundador da Apple. São eles: faça o que você gosta; cause impacto no universo; ponha o cérebro para funcionar; venda sonhos em vez de produtos; diga não a mil coisas; crie experiências incríveis e defina bem a sua comunicação.



Dezembro é, tradicionalmente, o mês do balanço e das reflexões para o próximo ano. Saindo um pouco do “script” administrativo/empresarial, gostaria de compartilhar com vocês um pensamento que poderá ajudar na construção da agenda 2013.

Não se passa um dia em que não sejamos bombardeados pela mídia sobre a importância de movimentar o corpo e como ter e prolongar uma vida saudável.

É inegável a eficácia dos exercícios físicos para ajudar a melhorar nossa expectativa de vida; entretanto, este resultado exige uma série de movimentos um pouco mais complexos, que requer que estejamos dispostos 24 horas por dia, durante sete dias da semana, 365

dias do ano. Curioso? Trata-se da “série” Amar a Vida.

Pode parecer óbvio demais, mas é na obviedade que encontramos grandes momentos de sabedoria. De que adianta um corpo 100% se não o utilizamos para alimentar a vida, este patrimônio maravilhoso que recebemos!

Sim, trata-se de uma prática permanente, extremamente árdua, repleta de prazeres e dissabores, mas que dá uma alegria sem precedentes quando se consegue superar os limites.

E uma boa forma de garantir o melhor desempenho neste campo é começar aumentando o diálogo consigo. Ao nos conhecermos

melhor, mais facilmente conseguiremos atingir o ápice do exercício de amar a vida.

Ao longo desta intensa jornada é quase certo que erros sejam cometidos, o que é perfeitamente normal, já que não existem seres humanos perfeitos. O que vale é levantar, olhar adiante e fazer o melhor uso do nosso livre arbítrio.

Em 2012, tenham todos uma Feliz vida!

Alencar Burti, 82 anos, é empresário e presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP



Dúvida do empreendedor

Quais são os riscos que corro ao admitir um investidor em minha empresa?

Marize Santana Ribeiro – Santa Isabel - SP

Toda empresa em algum momento, seja no início de sua criação, em pleno crescimento ou na fase de sobrevivência, precisa de investimento, que pode ser próprio ou de terceiros. Caso o proprietário não tenha dinheiro para investir, é preciso avaliar a busca de um novo sócio.

O sócio pode ser apenas um investidor ou realmente um parceiro do negócio. Quando ele é apenas um investidor, procura ganhos (lucros) que rendam mais que o mercado financeiro, não se importando com a administração da empresa. Funciona como se fosse um banco que lhe emprestou dinheiro por um tempo indeterminado.

Dependendo das condições do contrato, sua remuneração do capital investido pode ser fixa

(valor pré-determinado) ou variável, conforme o resultado (lucro) da empresa.

Já o investidor parceiro do negócio é aquele que contribui para a empresa, seja com experiência de gestão, conhecimento técnico ou contatos. Ele aceita e corre os riscos com você, isto é, ajuda a administrar a empresa e

tem em mente o mesmo objetivo que o seu: crescer e prosperar.

Mas nem tudo são flores na busca de um investidor, é necessário ter absoluta certeza do que se fazer com o dinheiro investido na empresa. Se for apenas para pagar suas dívidas, nada o impedirá de fazer novas com o tempo, o que o levará a mesma situação anterior.

Quem busca investimento deve ter certeza de onde irá aplicá-lo. Desenvolver um planejamento com análise de viabilidade aumentará a possibilidade de gerar rendimentos, garantindo o crescimento da empresa.



Júlio Tadeu Alencar

Por Júlio Tadeu Alencar - Consultor de Administração e Produção do Sebrae-SP



ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.

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

SAC: ouça o cliente, ele pode ser sua melhor resposta

Poucas siglas são tão detestadas por consumidores (e desprezadas por empresários) como SAC, ou Serviço de Atendimento ao Consumidor. Muitas empresas só oferecem o serviço porque a lei obriga. E milhares de clientes preferem não fazer uma reclamação, quando se lembram da via crucis de esperas e despreparo dos atendentes. Ao pensar assim, os dois lados saem perdendo.

Primeiro, o consumidor: o SAC é uma ferramenta para ajudá-lo a fazer valer os seus direitos. E evitar reclamar é abrir mão do direito – ou dever, se pensar bem – de mudar as relações no mercado. É a opinião dele que fará a empresa melhorar o produto ou serviço.

E é assim também que devem pensar os empresários: em vez de ser usado apenas para “calar” o cliente, o SAC pode ser uma excelente ferramenta de pesquisa. O consumidor é a única pessoa capaz de falar se o produto está bom ou não: afinal, o produto ou serviço não foi feito pensando nele?

Se você é empresário, e ainda não tem SAC, prepara-se bem para que ele não se transforme numa fonte de problemas, inclusive legais. Cheque a Lei 8078, de 1990, e o decreto 6523, de 2008. E siga as dicas da consultora

do Sebrae-SP Maria do Carmo de Vasconcelos Troyano:

- Faça com que as ligações sejam retornadas em uma hora, no máximo! E resolva os problemas apresentados pelo cliente no menor prazo possível, de preferência antes de 24 horas.
- Prepare bem a pessoa que fala diretamente com o consumidor, e faça com que ela tenha o poder de resolver os problemas rapidamente.
- Uma dica que pode evitar reclamações: peça à sua equipe para sair às compras, e anotar tudo que incomoda no processo. Depois, confira: será que sua empresa também não causa estes incômodos no seu cliente?

Sai ganhando o empresário que fortaleceu a figura do SAC, como uma forma de aprimorar seu produto ou serviço. “O consumidor que liga para o SAC de sua empresa pode ter dicas excelentes. Ouvindo seu cliente, você pode acertar algum eventual problema, aumentar as vendas e prevenir transtornos futuros”, recomenda Maria do Carmo.

O SAC é ainda uma oportunidade única de vender uma imagem positiva de sua empresa. Se você conquistar quem ligar para o serviço, vai garantir aquela clássica e bem sucedida forma de propaganda: o boca a boca, que, de acordo com os especialistas em propaganda, publicidade e marketing, é a que ainda funciona melhor.



Bons motivos para implementar o SAC:

Oportunidade de construir uma imagem positiva da empresa;

Diferenciar-se dos concorrentes;

Ter um *feedback* rápido da clientela;

Detectar possíveis problemas, seja com o produto ou atendimento.

Jornal de negócios mais

Aprenda mais sobre as ferramentas de relacionamento com o cliente. Leia no JNMais os artigos: *Call center – SAC: novas regras de atendimento; e CRM na pequena empresa: o que é isso?* Acesse: <http://sebr.ae/sp/jnmais224>

Expediente

Publicação mensal do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO

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

DIRETORIA EXECUTIVA

Bruno Caetano (Superintendente)
Ivan Hussni (Diretor Técnico)
Pedro Jehá (Administração e Finanças)

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado

Gerente: Eduardo Pugnali
Editora responsável: Gabrielle Nascimento (MTB: 56.866)
Repórteres: Felipe Conrado, Ivan Martins, Paulo Rezende, Roberto Capisano, Thiago Brandão
Fotos: Agência Luz
Apoio Comercial: Valéria Capitani
Projeto Gráfico: Marcelo Costa Barros
Diagramação: Carla De Bona
Impressão: Cia Lithographica Ypiranga

SEBRAE-SP

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

Escritórios Regionais do Sebrae-SP

Alto Tietê: 11 4722-8244

Araçatuba: 18 3622-4426
Araraquara: 16 3332-3590
Baixada Santista: 13 3289-5818
Barretos: 17 3323-2899
Bauru: 14 3234-1499
Botucatu: 14 3815-9020
Campinas: 19 3243-0277
Capital Centro : 3177-4635
Capital Leste I: 11 2225-2177
Capital Leste II: 11 2074-6601
Capital Norte: 11 2976-2988
Capital Oeste: 11 3832-5210
Capital Sul: 11 5522-0500
Franca: 16 3723-4188
Grande ABC: 11 4990-1911
Guaratinguetá: 12 3132-6777

Guarulhos: 11 2440-1009
Jundiaí: 11 4587-3540
Marília: 14 3422-5111
Osasco: 11 3682-7100
Ourinhos: 14 3326-4413
Piracicaba: 19 3434-0600
Presidente Prudente: 18 3222-6891
Ribeirão Preto: 16 3621-4050
São Carlos: 16 3372-9503
São João da Boa Vista: 19 3622-3166
São José do Rio Preto: 17 3222-2777
São José dos Campos: 12 3922-2977
Sorocaba: 15 3224-4342
Sudoeste Paulista – Itapeva: 15 3522-4444
Vale do Ribeira: 13 3821-7111
Votuporanga: 17 3421-8366

Entrevista

O dom de criar empresas

Mike Ajnsztajn sabe enxergar um bom negócio. Sua primeira empresa foi a Blowtex preservativos, que comandou por 20 anos e vendeu em 2007. Em outra empreitada, fundou uma empresa de biotecnologia nos EUA, que recebeu um aporte de 20 milhões de dólares de investidores. Desde 2007, ele atua também como investidor-anjo. No ano passado, foi cofundador do primeiro site de reservas online no Brasil, o Zuppa, vendido recentemente para o portal Peixe Urbano. Em setembro deste ano, em parceria com seu sócio Pedro Waengertner, fundou seu mais novo empreendimento, a Aceleratech, uma aceleradora de empresas: “a ideia por trás da Aceleratech não é só investir, e sim trazer de volta um pouco para o ecossistema. Tem muito mais uma vontade de ensinar e apoiar as empresas novas do que fazer dinheiro. O dinheiro é uma consequência”, revela Ajnsztajn. Saiba mais sobre sua história:

Jornal de Negócios - Como começou sua trajetória empreendedora?

Mike Ajnsztajn - Eu me tornei empreendedor há muito tempo, minha primeira empresa foi a Blowtex preservativos, que assumi em 1992. Seis anos depois tive a oportunidade de me mudar para os Estados Unidos, e continuei tocando a empresa de lá. Isso foi bom, porque conseguir sair um pouco do dia a dia e ter um olhar mais estratégico, o que fez a empresa crescer muito. Nesse

período, abri uma empresa de biotecnologia nos EUA. Tive a oportunidade de me juntar a um cientista de peso, Phd da Universidade Johns Hopkins, e desenvolvemos um produto para psoríase, uma doença imunitária com sintomas na pele.

JN - Essa empresa tornou-se pública, correto?

MA - Exato. Tínhamos muitos dados de pesquisa, referentes a 15 anos de trabalho. A FDA (Food and Drug Administration) levou isso em consideração, assim, levantamos 20 milhões de dólares, e transformamos o negócio em uma empresa pública. Do dia para a noite, eu me tornei o diretor-executivo de uma empresa pública americana. Em 2004, uma indústria farmacêutica inglesa que tinha investimento na empresa fechou o capital, e ela passou a ser privada.

JN - E quando começou a fazer investimentos-anjo?

MA - Em 2007 me envolvi com dois grupos nos EUA: *Jump Start*, em Nova Jersey, e a *New York Angels*, em Nova York. Eles são muito bem estruturados, uma coisa bem mais avançada do que existe hoje no Brasil. As organizações “anjo” no Brasil ainda estão começando, e isso é uma das coisas que estou fomentando, acredito que isso é muito necessário.

JN - Como surgiu a ideia de abrir uma empresa virtual no Brasil?

MA - Eu sou usuário de um site de

reserva para restaurantes nos EUA chamado *Open Table*, percebi que isso não existia no Brasil e resolvi criar. Verifiquei que é difícil conseguir reserva de um grupo grande de pessoas em um restaurante em São Paulo. Ao identificar essa oportunidade, me associei com o Pedro Waengertner, que é meu sócio hoje na Aceleratech, e um terceiro sócio, estudamos o mercado e abrimos o Zuppa, o primeiro site de reservas online no Brasil. Lançamos o site em fevereiro do ano passado, com doze restaurantes e, em um ano e meio, chegamos a oitocentos. Em fevereiro deste ano, acabamos vendendo o site para o Peixe Urbano, site de compras coletivas, sendo que um dos nossos sócios ficou como gerente do Peixe Urbano.

JN - A partir daí passaram a pensar na Aceleratech?

MA - Após a venda do Zuppa, eu me envolvi com uma aceleradora dos EUA, chamada *Techlunch*, na qual participo como investidor e mentor. Então pensamos em criar uma aceleradora no Brasil, pois o que nós gostamos de fazer é isso, iniciar negócios. Então, montamos uma empresa que cria empresas. Aí surgiu a Aceleratech, em parceria com a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

JN - E como funciona a Aceleratech?

MA - Primeiro vou esclarecer o que é uma Aceleradora. Acelerar é pegar um projeto e transformar em um protótipo, ou pegar um

protótipo e transformar em um produto viável em doze semanas, levar isso para o mercado e conseguir acesso a capital. Você coloca um número de empresas na sua aceleradora, em um espaço de *coworking*. Esse é o processo de aceleração mais tradicional. O diferencial da Aceleratech é a associação que temos com a ESPM. Quando começamos a estudar os investidores que estão interessados no Brasil, sejam brasileiros, dos EUA ou da Europa, percebemos que eles sentem a necessidade de uma maior estrutura para os empreendedores. Então, colocar o pessoal no mesmo espaço e trazer mentoria, não é suficiente. Acreditamos que dessa maneira o empresário ainda não estará pronto após a aceleração. Ele pode até conseguir dinheiro, mas vai ter muita dificuldade em dar sequência. Por isso, decidimos montar um processo estruturado, junto com a ESPM, em que vamos dar oitenta horas de aula com professores da pós-graduação para os empreendedores. Um verdadeiro

“A burocracia brasileira é realmente um grande entrave para o desenvolvimento como um todo. O medo que temos de falhar também é grande aqui, nos EUA esse medo não existe.”

Mike Ajnsztajn

Idade média do empreendedor


A pesquisa do Sebrae apontou ainda que 28,8% dos empreendedores têm até 30 anos; 48,7%, de 31 a 49 anos; e 22,4%, mais de 50 anos. Sendo assim, a idade média do empreendedor brasileiro é de 39 anos.



“As organizações ‘anjo’ no Brasil ainda estão começando, e isso é uma das coisas que estou fomentando, acredito que isso é muito necessário”, Mike Ajnsztajn.

“Do dia para a noite, eu me tornei o diretor-executivo de uma empresa pública americana.”

Mike Ajnsztajn

A burocracia brasileira é realmente um grande entrave para o desenvolvimento como um todo. O medo que temos de falhar também é grande aqui, nos EUA esse medo não existe. Você falha, aprende, continua, faz outra coisa. E o problema de falhar no Brasil não é apenas cultural, mas também jurídico. Apesar de termos as estruturas limitadas e societárias, quando você falha aqui, fica muito exposto, e a consequência pode ser gigantesca. Enquanto nos EUA, se sua empresa quebrou, você, como pessoa física, está protegido, não vai perder sua casa. 

curso intenso de empreendedorismo, em doze semanas, para que os empreendedores tenham estrutura para crescer. Esse é o único modelo no Brasil que funciona dessa maneira.

JN - Faça um paralelo entre empreender no Brasil e nos EUA.

MA - Nos EUA, se eu quero abrir uma empresa, vou na internet,

preencho um formulário e envio. Se não houver nenhuma pendência jurídica ou policial, em 24h eles mandam um certificado de que a empresa está aberta. Eu já fiz isso várias vezes. Não falei com ninguém, não coloquei nenhum papel, não precisei de certidão, nem de cópia autenticada, e custou dez dólares. Se eu quiser fechar a empresa, é mais rápido ainda. No

Brasil, os meus netos vão fechar a empresa. Nos EUA, para abrir uma conta no banco, é quase a mesma coisa. Então, em 48 horas eu tenho uma empresa, com uma conta bancária. Aqui isso não acontece. Se eu preciso de dinheiro, o acesso a capital nos EUA é muito mais fácil, desde empréstimos até investimento-anjo. É muito mais simples, desburocratizado e rápido.



Jornal de negócios **mais**

Na segunda parte da entrevista, fizemos um *ping pong* com Mike, que respondeu importantes questões sobre como atrair a atenção de investidores-anjos. Leia mais: <http://sebr.ae/sp/jnmais224>



Na média mundial, os empreendedores estão concentrados em faixas de renda mais altas. Já no Brasil, o cenário é diferente. A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) aponta que entre as empresas iniciais brasileiras, aquelas com no máximo três anos e meio de atividade, 54% dos empreendedores ganham até 3 salários mínimos. A mesma faixa de renda reúne a maioria (53%) das empresas estabelecidas, aquelas com mais de três anos e meio de atuação. Cerca de 30% dos empresários ouvidos, tanto entre os que iniciam negócio e aqueles já estabelecidos, ganham entre 3 e 6 salários mínimos.

Conhecer o ciclo do produto é

Lançamento, crescimento, maturidade e declínio são as etapas que compõem o ciclo de vida de qualquer produto, podendo ser mais curtas ou extensas, dependendo de fatores como sazonalidade e mudanças na moda e tecnologia. Um tablet e uma calça “boca de sino” estão sujeitos, respectivamente, às variações na tecnologia e na moda, e tendem a ter um tempo de vida útil menor do que uma camisa branca lisa – item menos vulnerável às mudanças.

No lançamento, coloca-se o produto no mercado; na etapa de crescimento, o público começa a consumir

e o lucro aumenta; na maturidade acontece a estabilidade nas vendas; durante o declínio, as vendas caem, e é preciso fazer promoções, liquidações ou saldões para zerar o estoque e reinvestir o dinheiro.

Esta é uma informação vital para que o empresário faça o planejamento e evite o “encalhe” de mercadorias. “A primeira coisa a fazer é analisar se o produto é de ciclo de vida curto ou longo; se está menos ou mais sujeito às variações da moda e da tecnologia. É preciso administrar as compras em função deste ciclo”, explica Gustavo Carrer, consultor do Sebrae-SP.

Uma dica é repor o estoque mais vezes em menores quantidades. É mais seguro comprar menos produtos várias vezes por semana do que comprar uma vez em grande escala. “Se o estoque ficou grande demais, houve um erro de planejamento, porque isso não deveria ter acontecido”, afirma Carrer.

Existe a possibilidade de um produto passar diretamente do lançamento para o declínio, isso acontece quando ele não é bem recebido pelos clientes. O empresário deve estar atento para, ao perceber que as vendas não

crecem, já apelar para as promoções e obter algum lucro, senão, pode ficar com o estoque encalhado e perder dinheiro.

Para oferecer um produto que agrade, é preciso conhecer o perfil dos futuros clientes e identificar suas preferências e características comportamentais (se são mais conservadores ou ousados, por exemplo). “Fique atento às novidades por meio de revistas e blogs para saber o que está acontecendo na moda e acompanhar possíveis mudanças de gosto do público”, aconselha Carrer.



Andrea Pissaia, proprietária da loja de brinquedos educativos Meu Pé de Brinquedos, está sempre observando a popularidade de seus produtos para definir as estratégias de venda.

Andrea Pissaia, proprietária da loja de brinquedos educativos Meu Pé de Brinquedos, avalia se deve aumentar o investimento em determinado produto por meio da aceitação dos clientes. “Percebemos isso no dia a dia. Se observamos que um brinquedo está agradando, nos programamos para comprar mais”, afirma.

A empresária explica que costuma aliar promoções à qualidade no atendimento para vender aqueles brinquedos que deixaram de ser procurados. “Tem produtos que vendem muito e param de repente, sem explicação. Nestes casos, abaixamos os valores do produto e o apresentamos aos clientes que vêm a loja para chamar a atenção deles e conseguir vendê-lo”, revela.



fundamental para vender mais

Fast Fashion: as particularidades desse acelerado mercado

Os empresários que atuam com o *fast fashion* (moda rápida) devem redobrar a atenção a quantidade de itens no estoque, pois vendem peças para serem consumidas rapidamente como, por exemplo, saias, brincos ou pulseiras usadas por personagens de destaque em novelas. A vida útil destes itens é curta, pois estão sujeitos ao aparecimento de outros protagonistas com novos adereços e, com isso, as antigas peças perdem o valor e o estoque encalha.

O *fast fashion* é a produção rápida e contínua de novidades, cuja principal característica é a rapidez em identificar e responder as necessidades dos consumidores. Para minimizar os riscos no excesso de itens, a fabricação acontece próximo ao momento da venda. Alguns aspectos são importantes para ter sucesso neste segmento de negócio: eficiência operacional e logística; produções compactas; modelos novos o tempo todo; substituição nos cabides de peças que não vendem por aquelas mais procuradas pelo público.

Desde 2009, os empresários que participam do Arranjo Produtivo

Local (APL) do setor calçadista dos municípios de Franca, Birigui e Jaú e do setor de confecções de Cerquilha e Tietê estão estudando novas possibilidades de negócios e ajustando seus processos produtivos dentro do *fast fashion*.

O empresário que atua no mercado da moda e quer adequar a empresa a este novo estilo de gestão deve se programar para estar mais próximo de seus canais de distribuição e ter alta velocidade de resposta no setor produtivo. “É preciso conhecer profundamente a clientela para tentar antecipar ao máximo os seus desejos de compra, criando uma integração entre fábrica, componentes e varejistas, para haver uma troca de informações sobre vendas, tendências e demandas de produtos”, comenta Carlos Alberto Araújo, consultor do Sebrae-SP que atua no APL de Calçados Masculinos em Franca.

Uma das empresas que participa deste grupo é a Calçados Laroche, do casal Lucineide e Dogival Mendonça, em Franca. No mercado desde 1996, os empresários produzem em média cinco novos modelos de calçados

masculinos por mês. “Não existem mais coleções primavera-verão ou outono-inverno. Fazemos uma pesquisa do que está sendo mais aceito pelos clientes num determinado período, o modelo que mais vendeu e desenvolvemos novas opções”, comenta Dogival.

“Atuar no estilo *fast fashion* é trabalhoso porque exige uma gestão extremamente organizada e pesquisa de mercado constante. Temos que sempre estar à frente do desejo dos nossos clientes e correr no processo produtivo e entrega para não perdermos uma venda sequer, já que, do desenho do primeiro protótipo até a chegada do modelo nas lojas, leva-se em média 75 dias”, finaliza o empresário.

“Quanto mais rápido responderem aos desejos dos consumidores e oferecerem uma novidade ao cliente, maiores as chances de venda e consolidação da marca”, afirma o consultor do Sebrae-SP Carlos Alberto Araújo.





Já a desigualdade de renda diminuiu de 0,61 para 0,54 entre 1990 e 2009. Mantido o ritmo atual, ele converge para algo próximo a 0,50 em 2022. Destaca-se que o coeficiente 1,0 refere-se à desigualdade absoluta, e 0 à igualdade absoluta.

Gestão

Jovem sai da sala de aula direto para negócio próprio

Ele ainda está na faculdade ou acabou de se formar, está cheio de vontade de fazer as coisas acontecerem e para isso escolheu iniciar a vida profissional com um negócio próprio. Esse é um perfil cada vez mais comum entre os jovens brasileiros.

Pesquisa da Cia de Talentos em parceria com a Nextview People, chamada “Empresa dos Sonhos dos Jovens”, mostra que 56% das pessoas entre 17 e 26 anos pretendem ter um negócio próprio. E 51% querem fazer isso em no máximo seis anos. O

estudo indica também que se “negócio próprio” fosse uma empresa ocuparia o quarto lugar na preferência desse público como a empresa dos sonhos para se trabalhar. Em 2011, essa possibilidade ocupava apenas a 102ª posição.

Levantamento feito pela organização internacional Endeavor teve resultado semelhante. De cada dez universitários brasileiros, seis gostariam de ter a própria empresa no futuro. Foram entrevistados mais de seis mil estudantes de todas as

regiões do País entre fevereiro e maio deste ano.

No seu estudo, a Cia de Talentos concluiu que além de retorno financeiro e realização profissional, o jovem busca algo mais: quer atuar em uma empresa que atenda às suas expectativas e lhe permita imprimir sua marca. Ser dono do próprio negócio acaba sendo a solução para muitos.

Foi o que fez o estudante do último ano de administração de empresas da Fundação Getúlio Vargas José Lucio Cordeiro, de 24 anos. Em julho, ele montou a My Baby Box (www.mybabybox.com.br), uma rede social que oferece todo o tipo informação e serviços para facilitar a vida de quem vai ter ou acabou de ter filho. “Eu queria sentir que meu trabalho tem impacto, que é importante”, afirma Cordeiro. Apesar do pouco tempo de vida da My Baby Box, ele se diz muito satisfeito. “É uma experiência sensacional ver gente que eu não conheço acessar o site e recomendá-lo. É um sonho realizado.”

Ele explica que ainda não fez nenhum marketing para o negócio e mesmo assim a página já tem 300 clientes cadastrados e o número de acessos cresce 10% por semana.

Cordeiro conta que não se sentiu atraído por fazer carreira nos moldes tradicionais como funcionário de uma empresa que sobe de cargo com o tempo. O impulso para empreender já

existia, diz, e foi reforçado ao ver outros jovens com projetos “excepcionais”, como ele mesmo classifica, em *startups* (empresas em estado inicial com projetos de base tecnológica). “Ver esses projetos foi um estímulo.”

A falta de experiência nunca foi um problema. “Se não der certo, eu terei história para contar.” Segundo Cordeiro, ele está em uma fase da vida em que pode correr riscos.

O bom momento da economia do País é outro fator a motivar os jovens a empreender. “A estabilidade econômica permite arriscar e ser jovem permite queimar cartuchos”, afirma o consultor do Sebrae-SP, Renato Fonseca.

Um aspecto positivo do ímpeto empreendedor do jovem é que ele se lança nesse universo por enxergar uma oportunidade e não por necessidade. Nesse contexto, ele engrossa as estatísticas que mostram que atualmente, no Brasil, para cada empreendimento por necessidade, 2,24 são abertos por oportunidade.

Também caiu por terra a ideia de que só pode abrir uma empresa quem tem muito dinheiro. “A tecnologia e a internet permitiram abrir negócio com baixo custo”, explica Fonseca. A melhora da renda nas classes C e D, que conseguem cursar faculdade e ter acesso a bens, reforça o desejo de prosperidade. Fonseca acredita que o caminho para empreender é cada vez mais forte para esse público.




Ainda com base no IPEA DATA, o Sebrae indica que entre 1990 e 2007, a escolaridade média (média de anos de estudo da população com 25 anos ou mais) passou de 4,8 para 6,9 anos de estudo. Mantido o ritmo atual, e 2022 poderá chegar a 10 anos. Caso cresça a taxa decrescentes, poderá chegar a níveis mais modestos (ex. 8,2 anos de estudo).



Para quem pensa em abrir a própria empresa, o consultor aconselha buscar apoiar-se no tripé afinidade, competência e mercado. “Acredite na ideia, mas ouça quem sabe e tenha ousadia com humildade.” Segundo ele, o jovem tem a possibilidade de testar suas ideias, mas deve saber ouvir críticas e reconhecer as deficiências.

Se a empreitada não der certo não é o fim do mundo. “Em países fortes no empreendedorismo como os Estados Unidos, não é vergonha fechar empresa. É inerente à economia. São tentativas de encontrar o melhor”, afirma Fonseca.

Porém, o que não se questiona é que toda iniciativa de empreender tem mais chance de sucesso com qualificação e planejamento. Qualquer candidato a empresário precisa se preparar. No caso do jovem, Fonseca recomenda buscar informação, aprender com quem sabe, ter um mentor, estudar, participar de eventos. Tudo isso dá uma bagagem para administrar bem o negócio. 



Página inicial do My Baby Box, rede social que oferece informações para as futuras mães.



Empreendedorismo, Desenvolva sua Empresa e Desperte seu Potencial são três dos cursos do Sebrae-SP formulados para quem quer abrir um negócio próprio. Além disso, se você ainda é universitário, conheça o *Desafio Sebrae*. Saiba mais em:

<http://sebr.ae/sp/jnmais224> 

Empreendedorismo também se aprende na escola

O jovem tem garra, motivação e uma inquietação comuns a essa fase da vida. Não é surpresa que, na hora de entrar no mercado de trabalho, muitos desejem ter o próprio negócio. Mas só vontade não basta, é preciso se preparar, o que significa estudar, absorver a cultura do empreendedorismo para poder entrar nesse universo.




Nos últimos anos tem aumentado a escolaridade média do empreendedor. Pesquisas do Sebrae-SP comprovam isso. Muitos optam por abrir a própria empresa ao final do estudos. Mas apenas o conhecimento formal da área de estudo não é suficiente para transformar um bom profissional num empreendedor de sucesso. Um bom médico não é necessariamente um bom gestor de um consultório. Muitos excelentes advogados desconhecem questões elementares de gestão dos próprios escritórios. E assim por diante.

Ao jovem devem ser dadas as condições de conhecer o que é o empreendedorismo. Ele precisa sair da escola preparado não só para ser empregado, mas para ser empreendedor. O Sebrae-SP tem participação ativa nesse sentido com programas como o Jovem Empreendedor – Primeiros passos (JEPP), Formação de Jovens Empreendedores (FJE) e a disciplina de Empreendedorismo.

O JEPP consiste em capacitar professores do ensino fundamental para que repassem a cultura empreendedora para os alunos. A escola interessada pode procurar o Sebrae-SP, que assume a qualificação dos docentes. O FJE é voltado para alunos do ensino médio e técnico, tem um ano de duração e também capacita professores para transmitirem os conhecimentos sobre o tema dentro da linguagem adequada aos estudantes desse nível de escolaridade.

Há ainda a disciplina de empreendedorismo, direcionada ao ensino superior que, conforme o interesse da instituição de ensino, pode ser incorporada à grade curricular de qualquer curso universitário.

O empreendedorismo é uma ferramenta importante para o desenvolvimento econômico e social. Quanto mais aproximarmos o jovem dessa cultura, maiores serão os benefícios para ele e para o País.

Bruno Caetano,
Diretor-Superintendente do Sebrae-SP
 @bcaetano
 www.facebook.com/bcaetano1
 bcaetano@sebraesp.com.br





Sobre a frequência escolar dos jovens, entre 1990 e 2007 a proporção de crianças de 7 a 14 anos na escola subiu de 81,9% para 96,6%, apontou a pesquisa do Sebrae. Até 2022 há grande chance de chegarmos ao patamar de 100%, ou algo próximo a isso.

Empreendedorismo

Da ideia à empresa de sucesso

Uma ideia na cabeça e um bom planejamento nas mãos. Este pode ser o primeiro passo de um empreendedor que queira se aventurar no mundo dos negócios para ter a sua própria empresa.

O candidato precisa de sensibilidade para identificar se a ideia é uma grande sacada para virar um projeto de sucesso. Abrir uma empresa pressupõe dedicação, persistência, paciência e uma boa dose de comportamento empreendedor - perfil que é requisito fundamental no novo empresário.

Mas como saber se a ideia pode dar certo? A analista do Sebrae-SP, Rafaela Brugnatti, orienta que antes de concretizar qualquer projeto, é necessário ao candidato pesquisar, e muito, a viabilidade do negócio.

“Quando recebemos este interessado no Sebrae, o auxiliamos a identificar os pontos positivos e negativos da sua empreitada, estimulando nele um olhar crítico sobre o projeto”, ressalta.

Outro ponto destacado pela analista é a necessidade de ter ou desenvolver um perfil empreendedor. “O candidato tem que estar disposto a assumir riscos, dedicar-se quase que integralmente à sua empresa, ter um perfil criativo e ousado. Precisa, ainda, estar sempre conectado às novidades e tendências do mercado em que está investindo, e atento às necessidades dos clientes. Dessa forma, sempre estará buscando a melhoria do atendimento, dos produtos e dos serviços que oferece”, reforça Rafaela.



“Hoje, são as possibilidades de experiência que o consumidor poderá vivenciar com aquilo que está adquirindo que define o que vai para o carrinho de compras”, pontua o empresário Léo Spigariol.



Força de vontade: Somera iniciou sua empresa tendo como mesa de apoio uma tábua de passar roupa e uma escrivaninha de computador usada.

Com a tábua de passar

Em certos casos, a necessidade faz a criatividade. Foi o que aconteceu com Rafael Somera, sócio-proprietário da Solutudo, uma empresa virtual de Botucatu/SP, especializada em oferecer soluções diversas ao cliente. “A ideia surgiu da vontade de ajudar as pessoas que não tinham tempo de procurar as coisas que necessitavam, como um produto ou serviço”, explica. No site da empresa (www.solutudo.com.br), o cliente de Botucatu e região encontra endereços de restaurantes, contato de prestadores de serviços, ofertas de empregos, classificados de carros, agenda de eventos e programação de cinemas, só para citar alguns exemplos das soluções apresentadas pela empresa.

Somera é um exemplo que uma boa ideia pode ser colocada em prática, independentemente dos recursos disponíveis. “Há sete anos, em casa, montei um escritório tendo como mesa de apoio uma tábua de passar roupa e uma escrivaninha de

computador usada. Mas isso nem de longe representou algum tipo de dificuldade na concretização do meu sonho. O principal desafio mesmo é enfrentar as taxas, os impostos e a burocracia”, enfatiza.

Sem mais do mesmo


A oferta de produtos nas gôndolas de supermercado aumenta dia a dia, o que até confunde o consumidor. Foi-se o tempo em que preço determinava a decisão de compra. Hoje, são as possibilidades de experiência que o consumidor poderá vivenciar com aquilo que está adquirindo, que define o que vai para o carrinho de compras.

E foi isto que motivou o empresário de Santa Cruz do Rio Pardo, Léo Spigariol, a investir no seu negócio: produzir molhos de pimenta gourmet. A empresa, WestCo, possui fazenda própria para o cultivo da especiaria e aposta no visual dos rótulos para atrair o consumidor. “A ideia surgiu de uma viagem que fiz com a família para o Chile, em

O número de filhos por mulher em período reprodutivo (mulheres entre 15 e 49 anos) caiu de 6,28 em 1690 para 1,86 filhos em 2010. Até 2020 o País tende a 1,5 filhos por mulher, sendo essa uma das menores taxas do mundo.

2009. Lá experimentamos uma variedade de pimentas que os produtores valorizavam a história, os diferentes tipos e os sabores únicos. Como a minha família tinha uma terra ociosa em Santa Cruz do Rio Pardo, pensei em investir em pimentas”, conta.

Para sair da mesmice dos produtos concorrentes, Léo, que também é sócio de uma agência de design em São Paulo, investiu no visual do produto. “Recorrer a um rótulo comum apagaria o meu produto na gôndola. Para pensar em uma estratégia diferente, desenvolvi um trabalho de *branding* (estudo de marca) para que o meu molho de pimenta *gourmet* se sobressaísse na prateleira dos supermercados”, aponta.

O empresário reforça ainda que, para abrir a empresa, o plano de negócios foi fundamental. “No início de 2010, pesquisei se a região de Santa Cruz do Rio Pardo era propícia ao plantio de pimentas. Paralelo a esta pesquisa, estudei o mercado e o tipo de consumidor que compra molho de pimenta. Também olhei para os meus concorrentes e a partir dessas constatações, montei o plano de negócios que me auxiliou a determinar o meu *target* (público-alvo) e o tratamento que eu daria à marca e ao produto”, enfatizou Leo Spigariol. 



No JNMais você aprende como diferenciar uma boa oportunidade de negócio de uma ideia. Acesse: <http://sebr.ae/sp/jnmais224>

Passo a passo para abrir uma empresa



Desperte o empreendedor que existe dentro de você - o futuro do negócio depende integralmente do comportamento do seu dono perante a empresa. Criatividade, faro para negócios e disposição para enfrentar os altos e baixos podem fazer toda a diferença para transformar uma ideia em um negócio de sucesso.



Reúna o máximo de informações possível - pesquise, pesquise e pesquise. Estude quem é o seu cliente e como ele gosta de comprar, quem são os seus concorrentes, como está o mercado no segmento em que está investindo, que local você irá abrir a sua empresa, quem será o seu fornecedor e tudo que precisará para iniciar a atividade. Estes dados serão o eixo central do seu plano de negócios, que irá direcioná-lo e orientá-lo nas estratégias de abertura da empresa.



Consulte todas as possibilidades - com as informações coletadas e o plano de negócios estruturado, é o momento de identificar a viabilidade econômica e comercial do projeto. O planejamento proporcionará uma visão clara e ampla de sua proposta, facilitando a sua percepção das oportunidades e dos riscos. É bom ressaltar que o plano de negócios não é um documento fechado que deve ser guardado na gaveta. Trata-se de um projeto vivo que precisa de permanente revisão e atualização.



Vá até a prefeitura - antes de alugar, construir ou comprar um imóvel para a sua empresa, faça uma pesquisa na prefeitura de sua cidade sobre a Lei de Zoneamento Urbano, para saber onde a sua atividade empresarial se enquadra dentro das categorias de zonas urbanas.



Registro e formalização - é a última etapa do processo de abertura e formalização. Depois de todos os passos anteriores, analisar e refletir bastante sobre a sua ideia de negócio e identificar se ela realmente pode dar certo e ser um sucesso, chegou o momento de formalizar. A formalização gera oportunidades de negócios e lucratividade, oferece mais possibilidades de fechar parcerias, proporciona acesso às linhas de crédito e a empresa viverá de acordo com as leis municipais, estaduais e federais. Consulte o Sebrae ou um contador para saber quais os documentos necessários para a formalização da sua empresa.



Em caso de dúvidas, uma incubadora também pode ajudar!

Em todo o Estado de São Paulo, universidades como a USP e a Unicamp possuem incubadora de empresas, as quais acolhem projetos inéditos para serem avaliados. O consultor do Sebrae da Unidade de Desenvolvimento de Negócios, Antonio Carlos Larubia, explica que as incubadoras ajudam a minimizar potenciais riscos dos novos negócios. “As incubadoras dão todo o suporte às propostas, com consultorias sobre gestão empresarial, facilidade de acesso às linhas de crédito, articulação de contatos com laboratórios e pesquisadores, além de oferecerem um ambiente protegido às empresas contra os riscos inerentes de um novo negócio”, aponta.

classificados

ALIMENTÍCIO

Nutri Mi
a qualidade do seu produto em TUDO!

Assessoria em Alimentos

Regulariza seu negócio às Normas da Vigilância Sanitária.

Nutri Mi Assessoria em Alimentos
(11) 3071-0013

COMUNICAÇÃO / GRÁFICA

M31
PRODUÇÕES

FOTOGRAFIA
Patricia Ferraz
patriciaferraz@m31.com.br

Produtos
BOOKS
Eventos

11 5681 4557
www.m31.com.br

etiquetas
CODIGO DE BARRAS
CODIGODEBARRAS2010@HOTMAIL.COM
11-3311.0287

CONSULTORIA

LICENCIAMENTO: ambiental regularização de empresas junto à CETESB, licença prévia, de instalação, de operação, CADRI. Tel.: (11) 5055-0415 – ENG. LUIZ COSENZA

MELHORIA: de resultado, recuperação empresa, planejamento financeiro, custo, formação preço, fluxo caixa, consult.Tel.: (11) 3584-7911 - diretoria@audint.com.br

INTELIGENCIA
HH
assessoria empresarial

Especializado em gestão de custos de empresas com processo produtivo, logística, planejamento, orçamento e reposicionamento econômico financeiro e estratégico.

Nossas empresas clientes dão certo, passam a ser bem-sucedidas e sustentáveis financeiramente.

www.inteligencia.com.br
claudiohauer@inteligencia.com.br
tel:11.3441.4025

3MI Factoring

QUER UMA MÃOZINHA RECEBA À VISTA SUAS VENDAS A PRAZO

Negocie seus cheques e duplicatas pelo menor custo do mercado

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

3MI Factoring

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

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

DIVERSOS

MONDEO
Assessoria em Comércio Internacional

TOC IMPORTS

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

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

Relógio de Ponto

Digital R\$750,00
Rel. Homologado
(011) **2100.3535**
Nextel: 9*11919
www.adigitec.com.br
R\$350,00 Tradicional
Catracas

INFORMÁTICA

PRECISA: de loja virtual ou site? por apenas R\$ 33,90/mês sua empresa estará na internet. Tel.: (12) 3212-3159
www.hospedagemmestre.com.br

Internet 100% Estável
tenha dois ou mais provedores

Tudo num só aparelho
Roteador p/ 2 Links + 3G
Firewall de Rede
Wireless 300MB
Servidor VPN
para sua casa ou escritório
a partir de R\$163/mês
Opcionais: Anti-Virus,
Anti-Spam e Filtro de Conteúdo

DrayTek
REPRESENTANTE AUTORIZADO

www.opexnet.com.br (11) 99729-2202

NOTA FISCAL ELETRÔNICA
SEM COMPLICAÇÃO
Emissor de NF-e em lote

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

VOCÊ NO CONTROLE DA SUA INDÚSTRIA
ERP GESTÃO XXI
A INTEGRAÇÃO DE SEUS DEPARTAMENTOS

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

O ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

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

- Controle Estoque
- Código Barra
- Versão ME e ECF
- Faturamento NFE
- REDEF + Sinetex
- Fácil Operar
- Baixo Custo
- Nota Fiscal Paulista
- Relatórios Gerenciais
- Orçamentos...

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X
Adequamos os Sistemas para as Necessidades de sua EMPRESA!!
No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

5585-9277 **www.markanty.com.br**
5581-9352 **Markanty** informática

INDÚSTRIAS, COMÉRCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES,

Seu Sistema está em DOS, seus Controles estão em Planilhas, quanto você aproveita do seu SISTEMA ?
Desenvolvemos e adequamos nossos Sistemas para as necessidades de sua Empresa. Ganhe Tempo, \$\$ e segurança com informações rápidas e organizadas.

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X
No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

5585-9277 **www.markanty.com.br**
5581-9352 **Markanty** informática

SEU SISTEMA SÓ EMITE NFE ???

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

- CÁLCULO DE ST, REDUÇÃO DE BASE E SIMPLES NACIONAL
- INTEGRAÇÃO COM SISTEMAS CONTÁBEIS
- CONTROLE DE ESTOQUE, COMPRAS E INVENTÁRIO
- PEDIDOS DE VENDA MES INTEGRADO

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X
Adequamos os Sistemas para as Necessidades de sua EMPRESA!!
No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

5585-9277 **www.markanty.com.br**
5581-9352 **Markanty** informática

AdmNet
SISTEMAS CORPORATIVOS

ERP

- Estoque
- Finanças
- Cadastro
- Indústria
- TeleVendas
- Serviços
- Compras
- Faturamento

www.admnet.com.br 11 2959.6565

Solicite uma demonstração **HTD**

Sistema Gestão + NFE + SPED

A partir de R\$ 254,00

Sem custo de Licenciamento

www.htds.com.br 11 2682-9644

ADV Tecnologia

Softwares Integrados para Gestão de Pequenas Empresas

Financie em até 36x pelo cartão BNDES

comercial@advtecnologia.com.br
www.advtecnologia.com.br
11 2261-4000

INVENTOS

HIDRO: suporte procura parceria para fabricar e vender hidro suporte para vassouras, patente para 20 anos de exclusividade. Tel.: (11) 9.6825-0537 - ROBERTO

Crimark
MARCAS & PATENTES

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

DDG 0800 13 33 13

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

LOGÍSTICA

Union Global Logistics
→ The World Door to Door ←

Somos seu Parceiro em Comércio Exterior!

Com Competência e Responsabilidade, Viabilizamos suas Operações de **Importação e Exportação.**

- Radar
- Agenciamento de Cargas
- Comercial Importadora e Exportadora
- Projetos Personalizados

Tels.: (0xx) 11 3853-6312 / 3853-6329
Fax: (0xx) 11 5034-1904
Av. Santa Catarina, 674 - Cjs. 3 e 4 - CEP 04635-001
Vila Santa Catarina - São Paulo - SP

OFERTA DE MÁQUINA E EQUIPAMENTO USADO

FUNDIÇÃO: maquinário para bijuterias, banhos e afins, injetora de zamak e prestação de serviços. Tel.: (11) 4701-1703 - DAVID - david.20115@hotmail.com

Classificados

OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

CAMORI
Faça sua impressão com a Camori, conheça nossos preços e qualidade imbatível.

- *Almofadas
- *Banner
- *Aventais
- *Camisetas
- *Sacos Promocionais
- *Capa de Step
- *Capas deadeira

11 3655-5665
11 3655-5828
Av. PIERRE LEBLANC SANTANA, 1756 - Jd. SINDONIA
06033-255 - OSASCO - SP
www.camori.com.br

ORGANIZACIONAL

ABERTURA: alteração e encerramento de empresas, assessoria fiscal, trabalhista, contábil, MEI. Tel.: (11) 2989-4731 - MÁRCIA - mdr.ass@uol.com.br

RECRUT: & seleção e treinamento, seleção de profissionais para sua empresa e treinamento sob medida.
Tel.: (11) 3341-1033/97685-1016 - LENI efatarh@uol.com.br

Escritório Santana de Contabilidade Ltda
Rua Daniel Rossi, 203
Santana - Cep: 02019-010
Telefone: (11) 3562-7277

Escritas Fiscais - Repartições Públicas
Contratos - Distratos - Assuntos Fiscais,
Contábeis e Trabalhistas - Aberturas -
Encerramentos - Consultoria
Processamento de Dados
Implantação de meios avançados de
informática aplicáveis na gestão
das empresas em geral.
site: www.escriptoriosantana.com.br

PLÁSTICO E BORRACHA

EXTRUSÃO: até 60 mm de tubos e perfis para uso em geral. Tel.: (11) 2412-4286/9.7102-6218 - WILSON - prioplas@terra.com.br - www.prioplas.com.br

TURISMO

Locação de Salas

Para **EVENTOS:**

CURSOS
TREINAMENTOS
WORKSHOPS
RECRUTAMENTOS
SELEÇÕES
PALESTRAS
PESQUISAS

Por período à partir de: **R\$ 150,00**

Av. Jabaquara, 1574 - Metrô Saúde - SP
Tel.: 11 5599.4264 | 5594.5960

SOCIEDADE

MÁQUINA: para gerar energia não combustível cap. de 5.000 a 10.000 KW, com funcionamento de bateria de 12W. Tel.: (11) - 4782-5149 - VITOR

SOCIEDADE: investidor com disponibilidade para adm p/ loja de fantasias em funcionamento/expansão. Pinheiros/SP
Tel.: (19) 8844-1119
crois04@hotmail.com - HENRIQUE

Curso: Guia de Turismo

Seja um **EMPREENDEDOR** na área de **TURISMO**

ABL INSCRIÇÕES ABERTAS

cursosdeturismosp.com.br
Av. Jabaquara, 1574 - Metrô Saúde - SP
Tel.: 11 5599.4264 | 5594.5960

MARCAS & PATENTES
DIREITOS AUTORAIS

3340-7713
sguimaraes@sguimaraes.com.br

Collection Factoring
Troca de Duplicatas

collectionfactoring@uol.com.br
Fone: (11) 5687-0300

BRASILMAR
Exportação/Importação
Despachos Aduaneiros

Marítimos, aéreos e rodoviários
Consultoria e Assistência
em comércio exterior

tel 11 3106-7359 / 3106-6007
contato@brasilmaritda.com.br
www.brasilmaritda.com.br

Quando sua gestão melhora,
sua empresa cresce.



EAD
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

SEBRAE
SP

Para ser um grande gestor é preciso estar preparado para a competição do mercado, e o SEBRAE-SP coloca todo seu conhecimento para auxiliá-lo nessa tarefa. Com os cursos online, você estuda quando quiser e ainda conta com a ajuda de especialistas das mais diversas áreas para aperfeiçoar seus conhecimentos. São mais de xxx cursos online.

Um deles é perfeito para sua necessidade.

- Diversos Cursos Gratuitos
- Comodidade e Rapidez
- Gestão Empresarial
- Programas de Capacitação

Sua empresa só cresceu porque você acreditou. E, em todos os momentos, o Sebrae sempre acreditou junto. Nadou com você contra a correnteza e comemorou cada conquista. Junto com você, a gente também vê que a sua empresa pode muito mais. Exportar, inovar e conquistar novos mercados em um planeta de oportunidades. Basta acreditar e continuar contando com um parceiro que também acredita.

EU ACREDITO

no meu esforço,
no meu conhecimento,
no meu poder de negociação,
no impossível.

SEBRAE 40 ANOS.
O NEGÓCIO É ACREDITAR.



Rosa Eufrásio, proprietária do
Restaurante Cabana do Lago, Palmas/TO.
Acesse o QR code e assista ao vídeo.

Ponto eletrônico tem novas regras

A adoção do ponto eletrônico para as micro e pequenas empresas é um tema que ainda gera dúvidas nos empresários. O MTE (Ministério do Trabalho e Emprego) determinou que a partir de 3 de setembro de 2012, as MPEs com mais de dez funcionários e que já utilizam ponto eletrônico devem adotar o novo sistema eletrônico de controle de jornada, chamado de SREP (Sistema de Registro Eletrônico de Ponto).

Em primeiro lugar, é importante destacar que essas empresas são obrigadas a manter algum sistema de

registro, mas não necessariamente o eletrônico, podendo optar pelo registro manual ou mecânico.

Portanto, mesmo as empresas que adotavam algum sistema eletrônico e não quiserem se submeter ao novo SREP podem passar a utilizar o registro manual ou mecânico e registros alternativos eletrônicos, desde que sejam formas autorizadas por convenção ou acordo coletivo de trabalho.


O Ministério considera que durante os primeiros noventa dias de



obrigatoriedade de utilização do SREP, a fiscalização será orientativa, não cabendo qualquer tipo de punição aos empresários que não estiverem enquadrados nas novas normas. Após o período, os agentes do MTE poderão aplicar multas.

Essa foi a terceira etapa de implantação do novo ponto, que começou em abril deste ano, quando a medida passou a vigorar para empresas do comércio, da indústria e do setor de serviços. Em junho, foi a vez das empresas dos setores agrícola e agropecuário terem que se adequar.

A portaria que instaurou a obrigatoriedade do ponto eletrônico nas empresas (nº 1.510) foi editada em agosto de 2009, mas houve uma série de adiamentos na sua entrada em vigor, em razão de discussões para aperfeiçoamento do novo sistema e reclamações na Justiça

de empresários e advogados, que consideram a burocracia e os custos de implantação e das bobinas papel como fatores negativos do sistema. 

Benefícios

Um dos motivos destacados pelo governo para a adoção do SREP é o combate às fraudes na marcação das jornadas. Com o novo sistema, o empregado tem como comprovar as horas trabalhadas.

Por consequência, outros benefícios seriam a inibição da prática de excesso de jornada e a diminuição do número de ações na Justiça Trabalhista.

Mais informações sobre o assunto podem ser obtidas no site do Ministério do Trabalho e Emprego.

www.mte.gov.br/pontoeletronico 

Como funciona

Com o novo sistema eletrônico, o trabalhador deve receber um comprovante após cada marcação, mas ficará a critério dele guardá-lo ou não. Os horários das marcações ficam registrados no sistema, não podendo ser alterados ou excluídos.

Enquadram-se na definição de SREP os sistemas em que sejam usados meios eletrônicos para identificar o trabalhador, tratar, armazenar ou enviar qualquer tipo de informação de marcação de ponto.

Os aparelhos possuem um relógio interno de tempo real. O mostrador exibe hora, minutos e segundos, e eles têm capacidade de funcionamento por um período de até 1.440 horas na ausência de energia elétrica. O

sistema de impressão permite que a tinta dos comprovantes dure no mínimo cinco anos.

O tipo de sensor de identificação pode ser por meio do teclado, proximidade, biometria ou código de barras. Alguns modelos possuem mais de um sensor de identificação.

As empresas que utilizarem o novo sistema deverão fazer um cadastro no site do MTE. O órgão também controlará a certificação dos registradores e de seus fabricantes.

No site do MTE há uma lista com cerca de 200 modelos de aparelhos de ponto eletrônico que seguem as especificações técnicas estabelecidas pelo governo e estão registrados no ministério. O preço médio do equipamento é de R\$ 2.580.



Lançamentos

Circuito Sebrae apresenta novos temas de gestão empresarial



Circuito
Sebrae



Encontros Empresariais

Desde setembro deste ano, empresários de empresas de pequeno porte do estado de São Paulo podem conferir os novos temas do Circuito Sebrae, evento realizado desde 2010 pelo Sebrae-SP que, além de discutir as principais áreas da gestão empresarial, aproxima empresários de vários setores para que compartilhem experiências e façam parcerias de negócios.

Os temas são: Empresa atrativa – criando e mantendo clientes; Fornecedores e empresa – parceria de sucesso; Vendendo para grandes empresas; Entendendo a contabilidade e as finanças de sua empresa; Redes sociais – sua empresa plugada no mercado; Empresa familiar – aprimore sua gestão e forme seus sucessores; e Como tornar a pequena empresa mais competitiva.

“A ideia foi trazer um conteúdo capaz de atender a demanda criada pelos novos cenários econômico, ambiental e social”, explica Rosângela Maciel Schmaedecke, gestora do Circuito Sebrae pelo Sebrae-SP.

Somente este ano, quase sete mil pessoas estiveram presentes nos eventos pelo estado de São Paulo, em uma média de aproximadamente 200 empresários por edição, que deve ser mantida com a entrada dos novos temas.

Os antigos conteúdos continuam. São eles: Marketing com resultados, Vender mais e melhor, Cliente satisfeito gera lucro para a empresa, Liderança e sustentabilidade nas empresas, O capital humano alavanca bons resultados, Resultados financeiros: decisão e controle, Comunicação interna: ferramentas de gestão, Gestão estratégica: sucesso da sua empresa, Gestão de processos: empresa organizada, Comércio varejista: loja organizada vende mais, Comércio varejista: aumente suas vendas, Comércio varejista: como atrair e conquistar clientes, Comércio varejista: cliente bem atendido volta.

O formato

O Circuito Sebrae é composto por três partes: palestra com profissionais do Sebrae-SP sobre temas da gestão empresarial; debate em que os participantes compartilham experiências para ajudar outros empresários a enfrentar desafios em comum; e, ao final, acontece um momento para que empresários façam um *networking* por meio de interação e troca de cartões. Os empresários também recebem um relato impresso com os principais tópicos da palestra e do debate. “Nos eventos há a aproximação entre os empresários, o que pode resultar em futuras parcerias de negócios”, conta Rosângela.



Agenda de Tributos

06.12

Último dia para o pagamento dos salários referentes ao mês de novembro de 2012.

07.12

Último dia para o recolhimento da contribuição FGTS e para encaminhar ao Ministério do Trabalho a relação de admissões, transferências e demissões de empregados. Todos referentes ao mês de novembro de 2012.

14.12

Último dia para o pagamento do ICMS devido pelas empresas optantes pelo Simples Nacional, referente à diferença de carga tributária na aquisição de produtos de outros estados, e para o recolhimento das contribuições previdenciárias (INSS) dos empregados domésticos e contribuintes individuais. Ambos relativos a novembro.

20.12

Data final para o recolhimento das contribuições previdenciárias (INSS) das pessoas jurídicas e produtores rurais, calculadas sobre o total da folha de pagamento, do pró-labore retido dos sócios, pagamento a autônomos e do valor retido dos empregados; e para o pagamento unificado dos tributos devidos pelas empresas optantes pelo Simples Nacional; para o pagamento do DAS pelo Empreendedor Individual (EI); e para a entrega, contra-recibo, da cópia da GPS ao sindicato representativo da categoria profissional. Todos referentes ao mês de novembro.

24.12

Último dia para recolhimento das contribuições:

PIS/PASEP

Código Darf:

PIS - Folha de Pagamento: 8301

PIS - Faturamento: 8109

Alíquotas:

Lucro presumido - 0,65%

Folha de pagamento - 1%

PIS/PASEP não cumulativo

Código Darf: 6912

Alíquota: 1,65%.

Cofins Faturamento

Código DARF: 2172

Alíquota: 3%.

Cofins não cumulativo

Código DARF: 5856

Alíquota: 7,6%.

31.12

Último dia para pagamento do Imposto de Renda devido pelas empresas optantes pelo Simples Nacional, incidente sobre os lucros obtidos na alienação de ativos no mês de novembro.