

empreendedorismo & negócios



Revista XIX | Ano 12 | Número 36 | Janeiro/Fevereiro de 2021 Boa Vista/RR



Economia Brasil fecha 2020 com mais de 1 milhão de novas empresas

Mundo digital

Branding: seja uma referência para seus clientes

As redes sociais sempre funcionaram como vitrine para os negócios, mas a pandemia transformou isso em uma necessidade. Em 2016, o Instagram por exemplo, lançou uma nova funcionalidade, o Instagram Empresa, com o objetivo de atrair os negócios para dentro da plataforma e aproveitar seus recursos como vitrine.

Sebrae abre portas para o mercado de trabalho

Com o Programa de Estágio, o Sebrae Roraima contribui para o aprendizado e o sucesso de jovens profissionais roraimenses. As mudanças trazidas pelo chamado 'novo normal' não eliminaram exigências como "experiência comprovada". Ingressar no mercado ainda exige especialmente, dos profissionais mais jovens, um currículo que destaque habilidades adquiridas na prática.

EXPEDIENTE

Jadir Corrêa
Presidente do Conselho Deliberativo
Estadual - CDE

Luciana Surita da Motta Macedo
Diretora Superintendente

Dorete Padilha
Diretora Técnica

Almir Sá
Diretor de Administração e Finanças

Naira Lira
Gerente de Marketing e Comunicação

Empreendedorismo & Negócios

Coordenação editorial
SEBRAE RORAIMA

PROpósito

Transformar os Pequenos Negócios em Protagonistas do Desenvolvimento Sustentável do Brasil.

VISÃO

Ser referência na Promoção do Empreendedorismo e Geração de Valor para os Pequenos Negócios.

VALORES

Resultados Sustentáveis, Empatia, Ética, Simplicidade, Inovação, Valorização Humana e Cooperação.



SEBRAE RR

Av. Major Williams – 680 – São Pedro | CEP: 69.301-110 – Boa Vista – RR

PABX: (95) 2121 - 8000 | ASCOM: (95) 2121- 8012 / 8013

Call Center: 0800-570-0800

www.sebrae.com.br/uf/roraima

ÍNDICE

06

Branding: seja uma referência para seus clientes

10

A Pandemia e o setor da beleza

14

Conte Histórias e aumente as vendas

22

CEFORR e SEBRAE realizam Mostra Pedagógica Virtual

27

Sebrae abre portas para o mercado de trabalho

36

2021 traz novas oportunidades no setor energético de Roraima



EDITORIAL



Jadir Corrêa
Presidente do Conselho
Deliberativo Estadual - CDE

Em uma nova perspectiva.....

Começamos um novo ano com a certeza de que nos esforçamos ao máximo, para atender a todas as demandas de 2020, apesar de toda dificuldade que enfrentamos.

A pandemia causada pelo novo Coronavírus, nos proporcionou captar um novo modelo de atender e de nos relacionar com nossos clientes.

Gestão em 2020, foi a palavra de ordem em todas as empresas. Planejamos e controlamos todas as nossas ações, com um único foco, manter nossas empresas, para mantermos nossos empregos e os empregos de nossos colaboradores.

Agora em 2021, em continuidade às ações iniciadas em 2020, estamos ainda mais focados na retomada da economia e no fortalecimento dos pequenos negócios de nosso Estado.

Trabalharemos em parceria, buscando novas ferramentas e metodologias para acompanhar e fortalecer nossos negócios, tornando-os mais aptos a enfrentar momentos difíceis como este que passou.

O desafio desse ano é tornar o ambiente empresarial ainda mais favorável, para isso contaremos com o apoio plural e irrestrito de nosso Conselho Deliberativo além de todas as outras instituições que valorizam e apoiam o micro e pequeno negócio.

Estamos em sintonia com as transformações que ocorreram no País, especialmente em nosso Estado,

e estamos levando em consideração as necessidades mais urgentes dos pequenos negócios diante de um cenário econômico internacional e nacional ainda adverso.

A pandemia do novo coronavírus mudou a forma como trabalhamos, nos relacionamos e nos comportamos, e toda essa transformação será refletida nas tecnologias que usaremos daqui para frente, nesse sentido, trabalharemos fortemente, junto às empresas, no intuito de ampliar a capacidade de uso dessas novas tecnologias de comercialização e de relacionamento.

É fato que os hábitos de consumo estão mudando bruscamente. As pessoas se tornaram muito mais seletivas e esse filtro aponta para o consumo, prioritariamente, de itens essenciais.

Além disso, algumas práticas adquiridas durante a pandemia irão continuar em alta, como a busca por serviços online e também empresas com delivery.

O que se espera, de fato, é melhorar o atendimento aos pequenos negócios, de sorte que eles possam aumentar suas receitas, ampliar sua participação na geração de riquezas e no PIB, e assim, contribuir para a construção de um Brasil mais competitivo e sustentável.

O Sebrae nesse período se reinventou, para ser ainda mais, o melhor parceiro da sua empresa na busca da sustentabilidade.

Sejam todos bem vindos em 2021!

Boa leitura!

EDITORIAL



Luciana Surita
Diretora Superintendente

Iniciamos o ano de 2021 com uma retrospectiva dos resultados alcançados em 2020 e com o coração cheio de esperança pela chegada da vacina e pelo que isso representa para milhões de pessoas que anseiam por ter uma vida normal de novo, seja pela possibilidade de um abraço, de reunir a família e os amigos, seja pela expectativa de um recomeço profissional.

Como outros segmentos, o Sebrae em Roraima também precisou se reinventar em pouco tempo para continuar atuando no fortalecimento dos pequenos negócios roraimenses durante a pandemia. Aceleramos o processo de transformação digital da instituição e passamos a oferecer nossos serviços de forma online.

Nos últimos meses, foram implementados novos canais de atendimento para estar mais perto das pessoas, investimos em plataformas digitais, ampliamos nossa atuação nos municípios e implantamos diversos mecanismos de controle para dar mais transparência à nossa atuação.

Mesmo em um ano difícil, mas uma vez o brasileiro mostrou sua incrível capacidade de empreender, pois a pandemia pode ter gerado impactos negativos na economia, mas durante o período, o Brasil bateu recordes de abertura de novas empresas.

O Brasil encerrou o segundo quadrimestre de 2020 com 19.289.824 empresas ativas. Os dados são do Mapa de Empresas, ferramenta lançada pelo Ministério da Economia para divulgar informações sobre o empreendedorismo no país.

O que mais chama atenção nos dados disponibilizados é que até o segundo quadrimestre, foram abertas 1.114.233 empresas, o que segundo o Ministério representa um aumento de 6% em relação ao primeiro quadrimestre do ano passado.

Essas informações de certa forma mostram que os empreendedores continuam acreditando e apostando em seus sonhos e, nesta edição, além do trabalho realizado pelo Sebrae, você vai conhecer histórias de pessoas que em meio à crise se reinventaram.

Boa leitura!

Branding: seja uma referência para seus clientes

Em um universo cada vez mais competitivo, construir o branding da sua empresa é a garantia de ser lembrado pelo cliente.

As redes sociais sempre funcionaram como vitrine para os negócios, mas a pandemia transformou isso em uma necessidade. Em 2016, o Instagram por exemplo, lançou uma nova funcionalidade, o Instagram Empresa, com o objetivo de atrair os negócios para dentro da plataforma e aproveitar seus recursos como vitrine.

Em 2018, essa rede chegou ao recorde de um bilhão de usuários ativos por mês. No ano seguinte se tornou a rede com o maior engajamento e pelo menos, 90% dos seus usuários seguindo uma conta comercial. Mas, em 2020, o Facebook retomou o topo da lista, encerrando o ano com mais de 130 milhões de contas ativas apenas no Brasil.

O WhatsApp aparece em segundo lugar na lista com 120 milhões de usuários no Brasil, seguido pelo Youtube que tem uma média de 105 milhões de pessoas que assistem e postam conteúdo. O Instagram aparece em quarto lugar da lista, com 95 milhões de usuários brasileiros ativos.

O desafio diante de tantos apelos comerciais dentro e fora das redes sociais é ser lembrado pelo cliente. Para isso, os negócios estão adotando uma técnica chamada de Branding, que numa tradução simples, significa gestão de marca.

O branding envolve várias ações para criar uma

identidade para a empresa e promover uma conexão com seu público-alvo. É basicamente o que grandes marcas que hoje são reconhecidas pelas suas logos fizeram ao longo do tempo.

A grande novidade na atualidade é que hoje, esse processo pode ser mais rápido e dependendo das ações implementadas, até mais barato. As redes sociais, por exemplo, são recursos que podem ajudar muito nesse caminho.

“O Branding compreende ações que fazem com que a empresa seja reconhecida pelo público, seja desejada. Isso inclui desde a identidade visual, composição do design, escolha de cor, dos princípios do negócio, ou seja, o que a marca deseja levar para o mundo e a conexão emocional que ela gera para o consumidor”, explicou Gabriela Soares, publicitária e especialista em Marketing Digital.

Ela explica que o maior desafio da construção do branding é definir os elementos que irão caracterizar um empreendimento.

“O branding é algo que não muda. É uma empresa que tem sua identidade definida e atua de acordo com seus princípios e valores. Como marca, ela entende seu posicionamento na sociedade e defende um propósito direcionado ao coletivo. E isso direciona a busca de soluções para o cliente. Por exemplo na pandemia, marcas que passaram a estimular os cuidados com a

saúde e buscar meios de estar junto dos seus clientes, mas sem a necessidade deles se deslocarem até a loja física”, disse.

Gabriella também lembrou que as empresas com branding consolidado conseguem superar crises de forma mais eficiente, porque tendem a contar mais com o apoio dos seus clientes. A especialista usou a pandemia como exemplo, para lembrar que o branding ajuda a marca a agir de acordo com o que está acontecendo, oferecendo consolo e trabalhando a empatia com o próximo.

“Quando há uma identificação é porque o branding está bem preparado, a gestão de marca bem trabalhada é saber que o cliente vai espalhar minhas boas reputações. Mas, especialmente na publicidade, é preciso ter atenção e falar sempre de acordo com os princípios da marca. Numa situação de crise, a gente tem que andar próximo ao nosso cliente. Quando surgir uma reclamação, eu vou ter dentro do meu branding uma gestão de crise para saber solucionar aquele problema. Mas, se o branding não estiver consolidado, a empresa não saberá nem como solucionar o problema”.

Gabriela lembra ainda que para chegar nesse objetivo é necessário pensar em vários aspectos que envolvem a construção da identidade do negócio, o que ela define como estratégias coletivas.

“Consolidar o branding passa pela construção da logomarca, slogan e do discurso da marca. É preciso definir a sua missão, visão e valores. Como essa marca vai se posicionar no mercado, quais serão seus princípios. Conhecer os concorrentes, analisar as vantagens competitivas, qualidade do produto e serviço que ofereço e o que ele causa no cliente. É importante definir o que chamamos de persona, que é o público-alvo do negócio,

isso ajuda na criação de conteúdos de divulgação. Uma marca que tem o branding bem definido, ela não pensa apenas em vendas, mas seu principal objetivo é criar uma conexão com o consumidor”, afirmou.

Outro aspecto que deve fazer parte da rotina do negócio e da construção do seu branding é a interatividade com o cliente. Em certos momentos, isso pode até ser trabalhado junto com o atendimento ao cliente, especialmente, nos canais digitais.

“É importante a participação e interação nas redes sociais. Quando olhamos para grandes marcas, elas estão sempre interagindo. E falando como se fossem uma pessoa real. Esse aspecto estará na parte de publicidade, mas é fundamental para a gestão de marca. Porque quando eu faço isso, quando as pessoas se lembram de mim, é um indicativo que o meu branding está consolidado”.

Apesar do conceito parecer teórico, Gabriela orienta que existem algumas ações práticas e de interação com o próprio cliente que podem fazer parte da consolidação da marca. Segundo ela, esse investimento gera um dos retornos mais importantes para o negócio: a fidelização do cliente.

“Eu posso trazer para dentro do espaço físico da loja elementos que consolidam meu branding, como por exemplo, recursos sensitivos. Nas redes sociais, é válido investir no storytelling, contar a história do negócio, dos produtos, dos clientes. Quando eu tenho uma identidade visual que faz a pessoa lembrar da minha marca, quando tenho qualidade na minha comunicação, transparente e antenada com o que está acontecendo, isso contribui com minha marca porque eu acabo fidelizando o cliente. O cliente fiel é o melhor divulgador da marca”.



Brasil Mais

Torne seu negócio mais competitivo

Estão abertas as inscrições para as empresas que desejam participar do programa Brasil Mais. As ações de consultoria gratuita iniciam em março.

Para superar a pandemia, o Brasil também precisa crescer economicamente e fortalecer os pequenos negócios faz parte dessa estratégia. Segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) até junho do ano passado, cerca de 720 mil empresas foram fechadas em todo o país devido aos impactos das medidas de isolamento social.

O número é alto. Mas por outro lado, o Brasil também comemorou a abertura de mais de um milhão de novos negócios que surgiram de oportunidades geradas pela própria

pandemia. Manter essas empresas em funcionamento é a meta do Governo Federal que preparou um conjunto de aportes para auxiliar na gestão e produtividade dos pequenos negócios.

Esse é o objetivo do programa Brasil Mais que está com inscrições abertas para as empresas de Roraima. O Estado fará parte do novo ciclo de atendimento e a meta é chegar a mais de 80 negócios locais, conforme explicou Cleber Rotondo gestor do programa em Roraima.

"Durante um ciclo de quatro meses, essas empresas serão acompanhadas pelos nossos Agentes Locais de Inovação, com consultorias em diferentes áreas. A proposta é que elas se tornem mais competitivas, melhorando a produtividade e,

automaticamente, o lucro. O Brasil Mais possibilitará que a empresa tenha uma visão geral das suas ações cotidianas e identifique como realizar alterações que melhorem as vendas, diminuam o desperdício de tempo e materiais, e se tornem mais sustentáveis. A partir das orientações do Agente, a empresa poderá implantar inovações para crescer, independente do segmento".

Para fazer parte, os interessados devem se cadastrar no site do Brasil Mais, acessando www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/brasilmais. É necessário fazer um login de cadastro e responder um questionário de autoavaliação do negócio. Após isso, será feita uma seleção dos negócios para receber o acompanhamento



Metodologia

O Brasil Mais é coordenado pelo Ministério da Economia em parceria com a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI). As ações são executadas pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Nacionalmente, a meta é realizar até 120 mil atendimentos assistidos até dezembro de 2022, promovendo a modernização e a transformação digital dos negócios brasileiros. Serão dois eixos de atuação com estímulo à melhoria das práticas gerenciais e produtivas.

Em cada eixo, as ações serão organizadas em duas fases. Na primeira, elas terão o suporte teórico com acompanhamento técnico, consultorias e capacitações para melhorar a gestão. Na segunda fase, as empresas terão suporte para adotar tecnologias e ferramentas digitais que ajudem a obter melhores resultados.

"O foco das consultorias será a digitalização da gestão. Cada empresa será atendida de maneira personalizada, conforme as necessidades identificadas. Mas, passará por temas básicos de gestão, como finanças e marketing, assim como temas de produção enxuta e gestão sustentável, abrangendo soluções que tragam a inovação para dentro da empresa", explicou Cleber.

Para isso, o Sebrae Roraima está atuando na captação e formação dos Agentes Locais de Inovação que irão acompanhar as empresas no primeiro ciclo do programa executado em Roraima. Ao todo, cada empresa terá quatro meses de suporte. E todos os resultados serão registrados na plataforma do Brasil Mais para acompanhar a evolução dos negócios no país.

Transformação Digital

Os parceiros que desenvolvem o programa entendem que a melhoria dos negócios brasileiros passa, prioritariamente, pela transformação digital. E apesar do termo remeter à ideia de processos executados com o uso de tecnologia, existem medidas de baixo custo e alto impacto que podem trazer bons resultados para as empresas.

Na metodologia do Brasil Mais, o conceito de transformação digital inclui:

- Gestão de Desempenho: desenvolver a cultura de melhoria contínua
- Gestão de Capital Humano: desenvolver competências e habilidades na equipe
- Gestão Financeira: criar mecanismos que auxiliem no controle financeiro do negócio
- Gestão da Produção: investir na melhoria de processos para reduzir custos e melhorar a qualidade

- Gestão de Produtos e Transformação Digital: usar a tecnologia para melhorar o desempenho
- Gestão de Operação e Vendas: tornar o processo de vendas mais eficiente e lucrativo

Na plataforma do Programa é possível ainda acessar gratuitamente um vasto acervo de publicações e vídeos com orientações para os empreendedores, além do Guia de Boas Práticas elaborado pela ABDI. "Os atendimentos serão baseados nas necessidades e nível de gestão de cada empresa. E, uma vez que será trabalhado a gestão com base no aumento da produtividade, é importante que exista muita dedicação da liderança e de sua equipe", destacou Cleber.

Para conhecer melhor o programa, basta acessar a plataforma do Brasil Mais, no endereço: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/brasilmais. Também é possível obter mais informações pela Central de Atendimentos do Sebrae Roraima, no telefone 0800 570 0800.



A Pandemia e o setor da beleza

Novos hábitos trazidos pelo desafio de enfrentamento ao coronavírus, mantiveram o setor da beleza e estética em alta. Passado o período rígido de isolamento social, as empresas buscam meios de fidelizar sua clientela.

Apesar de a pandemia do novo coronavírus ter gerado impactos negativos em praticamente todos os setores da economia, a indústria da beleza viu alguns dos seus números crescerem. O isolamento social e o apelo para a maior consciência em relação ao autocuidado passaram a fazer parte da rotina de muitos brasileiros durante o isolamento social.

A expectativa inicial do setor, previa um crescimento médio de até 5% em 2020 em relação ao ano anterior. De acordo com Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o crescimento médio estimado foi de apenas 1,1%. Porém, diferente de outros setores, não houve queda.

A revista Marie Claire, uma das publicações mais

tradicionais do país para o público feminino, publicou em novembro de 2020, uma matéria mostrando como a pandemia afetou a relação das pessoas com a estética. Resumidamente, a maioria confinada em casa, investiu no autocuidado.

A publicação traz dados fornecidos pelo Google Brasil, mostrando por exemplo, que a pesquisa pelo termo ‘tônico de alecrim’, uma receita caseira para crescimento capilar, aumentou 668% entre março e julho de 2020 comparado ao mesmo período de 2019.

Outra tendência em 2020 foi o skincare, termo dado aos cuidados com a pele do rosto. O hábito fez a venda de cosméticos faciais superarem o de maquiagem, por exemplo. Aliás, foi a venda de produtos como batons e bases que registrou a maior queda. O comportamento se explica não apenas pelo isolamento social, mas até pelo uso de máscara que fez muitas mulheres relaxarem na preocupação com a make.



Empresas do setor tiveram que se reinventar

Enquanto a venda de produtos aumentou, especialmente pelo e-commerce, muitos empreendedores do setor pensaram até em fechar as portas dos seus negócios. No auge da pandemia, a maioria dos Estados e Municípios estabeleceram regras de isolamento social mais severas que afetaram principalmente, os negócios considerados não essenciais.

Em média, salões de beleza, clínicas de estética, esmalterias, barbearias e afins, tiveram que permanecer por até 100 dias com as portas fechadas. As pesquisas revelam que a maioria dos negócios deste setor não possuíam reserva financeira suficiente para superar o período.

Um estudo feito nacionalmente pela administradora Dani Venâncio, que presta consultoria a negócios de beleza em todo o país, ouviu 439 negócios do segmento nas cinco regiões brasileiras. Desse total, 35% respondeu que não possuía reserva financeira ou já estava endividado logo no começo da pandemia.

Apesar disso, 78% não consideram fechar a empresa e a maioria afirmou que sentiu até 50% de queda no faturamento. De modo geral, os serviços mais afetados foram o de maquiagem, penteados e manicure. Da Região Norte, Dani consultou 15 empreendimentos e o resultado segue a tendência verificada em todo o país.



O boom dos serviços

O afrouxamento das restrições fez muita gente correr diretamente para os salões de beleza e clínicas de estética, isso porque muita gente

quis dar uma repaginada no visual e até emagrecer. Uma pesquisa feita pelo Ministério da Saúde mostrou que quatro em cada dez brasileiros

viram o peso aumentar durante o confinamento, com ganho médio de três quilos.

O Brasil já enfrenta graves problemas por ter 60% da população obesa e com os problemas decorrentes dessa condição, como a hipertensão e diabetes. Ainda não existem estudos que dimensionem o impacto da pandemia entre esse público.

E se o começo do ano foi difícil para as clínicas de cirurgias plásticas, o segundo semestre do ano ajudou a recuperar o setor com uma demanda acima do que era esperado. Para se ter uma ideia, o Brasil enfrentou escassez de prótese de silicone para os seios, pois não havia previsão no aumento de demanda para esses procedimentos.

Os números comprovam. Levantamento do Google Brasil mostra que de março a junho, a



as portas do seu empreendimento, e buscar alternativas para manter o sustento da família e do negócio.

"Foi um momento muito difícil, que eu vivi somente da fé. A cada dia uma cliente se solidarizava e pagava um serviço de forma antecipada acreditando que logo passaria. Porém, foi só agravando o quadro de infectados. Redirecionei minhas postagens no Instagram com dicas de como se cuidar em casa para não perder o contato com as clientes".

A estratégia deu certo. Com a retomada das atividades, Mayara conseguiu fazer a clientela buscar pelos seus serviços e mesmo na crise, está expandindo as atividades. E tudo isso, com a ajuda do Sebrae Roraima.

"Encontrei no Sebrae a orientação que eu precisava para me tornar uma empreendedora de verdade. Através de cursos, do Empretec e serviços de consultoria financeira, consegui me encaixar no mercado, e entender melhor a dinâmica dos números. Meu maior canal de vendas é digital. E através de consultorias pude aumentar meu alcance e ser encontrada

Foi então que ela começou a

"As clientes compravam os

Durante a pandemia, com o decreto

pesquisa pelo termo rinoplastia feminina. aumentou 4.800%. A Sociedade Americana de Cirurgiões Plásticos (American Society of Plastic Surgeons), divulgou que 55% dos cirurgiões plásticos em todo o país relataram que as injeções de Botox foram o tratamento mais procurado durante o período de isolamento social. O segundo lugar ficou com o procedimento de aumento de seios, relatado por 40% dos profissionais.

E o uso mais frequente das redes sociais aparece como um dos fatores que estimulou mais pessoas a buscarem por procedimentos estéticos e cirúrgicos em todo o país. A demanda crescente chegou até o segmento especializado em estética íntima, impulsionada pelos relacionamentos estabelecidos em meios digitais. Economicamente, o setor não perdeu.

40% a mais no faturamento com a retomada das atividades

A empreendedora Mayara Silva foi uma das que precisou se reinventar durante a pandemia. Ela é dona da Mayara Silva Estética e Depilação, que oferece serviço especializado para a beleza, higiene e saúde

e essa atitude ajudou a fidelizar sua clientela. Na mesma época, Mayara teve o primeiro contato com procedimentos estéticos, fazendo massagem corporal para redução de medidas.

Então eu comecei a dar consultoria de como usar, sem cobrar e, isso,

Mayara precisou fechar

aumentou muito a demanda. Foi então que eu vi uma oportunidade de me qualificar e cobrar também pelo serviço, e não apenas pelos cosméticos", contou.

Durante a pandemia, com o decreto

que impactou a suspensão das atividades, Mayara precisou fechar

por diversas pessoas de todos os bairros da cidade. Aumentei meu faturamento em 40%.

A adaptação ao "novo normal" foi um processo fácil para a empreendedora que sempre teve uma atenção especial com a saúde da sua clientela e da própria família.

"Voltar aos atendimentos foi um misto de alegria e tensão, pois meu bebê só tinha três meses e eu não estava expondo só a mim, mas toda minha família. O uso de EPI's fazia parte da nossa rotina, mas busquei toda segurança possível com cabine individual, álcool, intervalo entre os clientes, e eu já tinha o modelo de atendimento por hora marcada. Então, foi o salto que estava precisando para melhorar as economias e sair do vermelho", explicou Mayara.

Com a demanda crescente dos serviços, Mayara decidiu investir e ainda em janeiro abriu mais uma sala de atendimento em um bairro nobre da cidade. "O Sebrae me deu o suporte que eu precisava para perder o medo. E ainda me motivou a acreditar que meu sonho era possível. Minha maior dificuldade

era administrar o dinheiro, separar, reinvestir e tirar meu próprio trabalho. Iniciamos o ano abrindo mais uma sala de atendimento em um bairro nobre da cidade, com um novo conceito de serviço, porém com o mesmo atendimento de qualidade. Mesmo diante do quadro de crise estamos conseguindo crescer", comemorou a empreendedora.

Para conhecer o trabalho de Mayara, basta seguir o perfil no Instagram @mayarasilvaestetica. A clínica oferece serviços especializados de massagens, limpeza de pele e depilação. Os agendamentos podem ser feitos pelos telefones: 95 99113 9903 ou 95 98106 6516.



também disponibiliza em seu Portal um conteúdo específico sobre a retomada das atividades", afirmou Jesana Figueira, analista técnica do Sebrae Roraima.

Ela também coordena as ações locais do projeto Desenvolvimento Setorial da Beleza que atende 30 empresas roraimenses com consultorias especializadas, cursos e até missões empresariais. Conforme Jesana, o desafio das empresas locais após a retomada das atividades foi investir em ações que trouxessem maior retorno financeiro, compensando o período em que permaneceram sem funcionar.

"Realizamos várias ações como palestras online com orientações sobre a retomada, atendimento através das redes sociais, como divulgar o negócio através das redes sociais e etc. Foram mais de 1.500 horas de consultorias nas empresas. Realizamos ainda capacitações e rodadas de negócios para ajudá-los a comercializar seus produtos", explicou.

"Seguir esses procedimentos traz mais segurança para a empresa, seus colaboradores e clientes. Nós do Sebrae Roraima orientamos as empresas na adequação do que está previsto no Plano de Retomada elaborado pela Prefeitura. O tema foi incluído em cursos, palestras e consultorias. Além disso, o Sebrae

para conhecer mais sobre as opções que o Sebrae Roraima oferece aos negócios do setor de beleza, basta entrar em contato via Central de Atendimento, pelo telefone 0800 570 0800. A ligação é gratuita. Outros conteúdos podem ser acessados gratuitamente no Portal www.sebrae.com.br/roraima

12 Empreendedorismo & Negócios

13 Empreendedorismo & Negócios



Conte Histórias e aumente as vendas



As histórias conectam emoções e para quem vende no mundo digital, essa é uma estratégia poderosa para ampliar as vendas.

Segundo o relatório global da agência We are Social divulgado em 2020, existem cerca de 3,8 bilhões de usuários ativos nas redes sociais no mundo inteiro. Só no Brasil, são 140 milhões de pessoas e este ainda é um dos públicos mundiais que gasta mais tempo conectado.

O relatório mostrou que a média mundial de tempo gasto por uma pessoa navegando na internet é de seis horas e 43 minutos por dia. Isso equivale a mais de 100 dias por ano. No Brasil, uma pessoa gasta em média nove horas e 17 minutos por dia conectado.

E mais de 10 milhões de brasileiros realizaram sua primeira compra online durante a pandemia. Os dados são da Google Brasil e apontam que o uso da internet entre os brasileiros cresceu o equivalente a 10 anos em apenas seis meses.

O período marcado por medidas mais restritivas para evitar a proliferação do covid-19, favoreceu a aceleração de uma tendência que veio para ficar: as vendas online. Além de número expressivo de novos ‘compradores’, a pesquisa mostra também que quem já tinha o hábito de fazer compras pela internet, ampliou seus produtos e serviços de interesse.

Outro levantamento feito pela comercial da Nuvemshop, plataforma que atende mais de 70 mil empreendimentos online em toda a América Latina, mostra que o volume de pedidos triplicou de dois milhões em 2019 para seis

milhões em 2020.

O segmento da moda foi o que mais apresentou crescimento. Fora da lista de atividades essenciais, as lojas tiveram que fechar suas portas e desenvolver técnicas de atendimento online para manter as vendas. E essa é uma tendência que deve continuar em 2021, gerando cada vez mais a digitalização de canais de atendimento ao cliente e vendas.

Na mesma pesquisa, 50% dos consultados afirmou que vai seguir comprando pela internet. Outros 42% disseram ter retomado o hábito de comprar em lojas físicas, a partir da retomada das atividades.

Storytelling para negócios

Mas, em meio a tantas fontes de informação, anúncios e apelos comerciais, como fazer seu produto ou serviço se destacar e atrair a atenção do cliente? A resposta pode ser mais simples que parece: Conte uma História.

É isso que defende Rafael Pontes, especialista indicado pelo Sebrae Roraima. Segundo Rafael, é da natureza humana gostar de histórias e essa conexão estabelecida por uma boa narrativa, pode gerar até a melhoria das vendas.

“O ser humano gosta de ouvir uma história. O cérebro humano não sabe a diferença do que é real para o que é imaginário. Então, quando alguém conta uma história com bons elementos, você se coloca no lugar da pessoa, você vive aquela história e, isso, libera dopamina no seu organismo. É por isso que as pessoas gostam de assistir

filmes, novelas e séries. É o nosso cérebro que gosta de ser estimulado nesse sentido”, explicou o especialista.

Apesar do termo storytelling ter ganho repercussão com o advento das redes sociais, Rafael explica que trata-se basicamente da técnica de contar uma boa história, prática que faz parte da cultura e do desenvolvimento social humano.

“Storytelling é basicamente ter uma boa história para contar e escolher a melhor forma para contar isso para convencer alguém sobre alguma coisa. No caso, pode ser sobre sua marca, sobre sua história, sobre sua empresa e até sobre a sua pessoa, se você for o seu próprio produto”, esclareceu,

Essa técnica tem sido amplamente explorada por grandes marcas em seus materiais publicitários. Contar uma história ajuda a diversificar o conteúdo de divulgação de um negócio e a criar postagens que não tenham, de forma explícita, o objetivo de vender, mas que chamam atenção e estimulam a interação.

Ao promover o vínculo com o cliente, o storytelling pode contribuir com a melhoria dos resultados dos empreendimentos, especialmente, no ambiente virtual. “É um recurso eficaz porque acaba envolvendo a gente. Ao acompanhar uma história, a gente se coloca no lugar das pessoas, se sensibiliza com aquilo. Então por isso, o storytelling ajuda tanto e serve muito bem para o ambiente virtual quanto o offline”, afirmou Rafael.

Contar histórias tem que ser parte da rotina do negócio

Útil nas plataformas virtuais que ajudam a ampliar o alcance e, dependendo do caso, de forma segmentada, o storytelling pode ser incluído na rotina do negócio de diferentes formas. Rafael deu alguns exemplos:

“Se você tem um produto vale contar a história deste produto. É interessante que você passe para o seu cliente como você chegou nele, porque você vende esse produto, o que ele tem em comum com a sua vida”.

O especialista faz ainda uma observação importante: para se tornar atrativa, coerente com o negócio e atrair a atenção dos clientes, essas histórias precisam ser reais. “Tudo tem uma história. Se você parar para pensar, todos tem uma história para ser contada. E não estou falando de histórias inventadas, porque o público não se conecta com histórias fictícias. Falo isso em relação a negócios, vendas. Se a pessoa cria uma história mentirosa, uma hora será descoberto que ela não é real”, alerta o especialista.

Rafael lembra que a técnica pode ser aplicada em diferentes formatos: na legenda da publicação; em formato de vídeo; em áudio para grupo de whatsapp; ou ainda com recursos visuais em espaços como os stories.

“Você pode escrever texto, pode fazer disparo de e-mails com storytelling. Fazer a descrição do seu Instagram ou do Youtube com storytelling. E claro, você pode fazer vídeos com essa técnica. Não precisa ser uma superprodução de novela. Você pode ser o principal ator da sua história. Como empreendedor, pode fazer vídeos falando do seu dia-a-dia, sua rotina, relação com os clientes, e neste caso, é importante citar nomes. Quanto maior a riqueza de informações, mais a pessoa se conecta, mais sua história tem credibilidade”.

Como exemplo do bom uso dessa técnica, Rafael cita alguns quadros do programa Caldeirão do Huck, exibido nas tardes de sábado pela rede Globo de televisão. “Em quadros como o Lata-Velha, eles não falam do carro, da reforma do carro. Isso fica em segundo plano. O principal é a história da família, da pessoa, como ela conseguiu o carro e a paixão que ela tem por ele. Isso é storytelling”.

Dicas do Especialista

É possível incluir o storytelling na rotina da empresa. Rafael traz algumas dicas para tornar isso constante:

1. Se você tem uma loja, conte a história da sua loja.
2. Você também pode contar a história de um produto que você vende.
4. É importante também contar a sua própria história, quem é você.
5. Se você é um arquiteto, ou um engenheiro, diga de onde você veio e onde você quer chegar. Por

exemplo, se você é mecânico, conte a sua história. Por que você ama tanto carros? Isso faz com que as pessoas se conectem com o seu storytelling.

Fique de Olho!

A técnica do storytelling foi incluída como conteúdo em cursos e palestras sobre marketing digital ofertadas pelo Sebrae Roraima. A maior parte do conteúdo pode ser acessado de forma gratuita e, com a pandemia, migraram para as plataformas online. Para acompanhar essa programação, acesse a lojinha virtual do Sebrae: <https://loja.rr.sebrae.com.br/loja/>





Empresárias comemoram o resultado da empresa (registro feito antes da pandemia)

Brasil fecha 2020 com mais de 1 milhão de novas empresas

A pandemia pode ter gerado impactos negativos na economia, mas durante o período, o Brasil bateu recordes de abertura de novas empresas.

O Brasil encerrou o segundo quadrimestre de 2020 com 19.289.824 empresas ativas. Os dados são do Mapa de Empresas, ferramenta lançada pelo Ministério da Economia para divulgar informações sobre o empreendedorismo no país.

O que mais chama atenção nos dados disponibilizados é que até o segundo quadrimestre, foram abertas 1.114.233 empresas, o que segundo o Ministério representa

um aumento de 6% em relação ao primeiro quadrimestre do ano passado.

Quem contribuiu para essas estatísticas positivas foi a empreendedora Emanuelly. Em 2019, ela decidiu se unir a outras duas colegas, Francielly e Jéssica. Juntas, elas começaram a produzir doces e sobremesas em épocas sazonais. O que era uma renda extra se tornou a atividade principal de Emanuelly que largou o emprego para seguir no ramo de doces e confeitoria.

"Começamos vendendo ovos de páscoa e outras opções para o período. Trabalhávamos apenas

em datas comemorativas. Mas em 2020, iniciamos a produção contínua com bolos e outras receitas. O negócio cresceu e em dezembro, inauguramos nossa loja física", disse.

Assim, nasceu a La Jef Confiserie, empreendimento que traz o nome de três amigas e sócias como marca. O primeiro desafio enfrentado pelas meninas foi tornar o empreendimento conhecido e formar a clientela. No meio da pandemia, elas recorreram ao uso das redes sociais.

"Tivemos que iniciar do zero mesmo. Organizar a conta, publicações, aprender a divulgar usando as redes sociais e fazer as

pessoas conhecerem os nossos produtos, para gente ter cliente e vender", disse.

Antes de seguir com os planos, Emanuelly e suas sócias buscaram também a orientação do Sebrae Roraima. As informações ajudaram no processo inicial de implantação da empresa e para a organização da loja física.

"Eu tinha participado de algumas palestras do Sebrae e busquei orientação para saber sobre os procedimentos para abrir a empresa. Foi um atendimento muito bom, rápido e que nos ajudou nesse começo. Pretendemos seguir em parceria com o Sebrae, especialmente, recorrendo às orientações que eles nos dão", afirmou Emanuelly.

Novos negócios no Estado

De acordo com o Mapa das Empresas, do Ministério da Economia, o tempo médio de abertura de uma empresa individual em Roraima é de até dois dias. Esse índice é usado para avaliar o ambiente de negócio. Um dos grandes desafios no país, é a desburocratização e reduzir o tempo de formalização de um empreendimento faz parte desses esforços.

No segundo quadrimestre de 2020, o Estado contabilizou 31.586 empresas ativas. Só neste período foram abertas 1.946 empresas, enquanto apenas 521 foram fechadas, gerando um saldo positivo de 1.425 empresas no período.

Em relação aos microempreendedores individuais, dados do Governo Federal apontam

que até novembro de 2020, haviam 17.400 MEI formalizados em Roraima. No mesmo período de 2019, esse total era de 14.313. Uma diferença de quase três mil novos microempreendimentos em 12 meses.

Sebrae é fonte de conhecimento

Conforme a analista da Unidade de Relacionamento do Sebrae Roraima, Gabrielli Ribeiro, o primeiro passo para quem deseja iniciar um negócio é buscar conhecimento. E o Sebrae é o melhor parceiro nesta conquista.

"O conhecimento é a base para o sucesso do negócio. É importante estudar sobre o segmento que irá atuar, conhecer seu produto, clientes, concorrência e fornecedores. Planejar e aprender a gerir o negócio. Uma ferramenta que o Sebrae oferece para isso é a consultoria de modelagem do negócio, o Canvas. Isso ajuda a ter uma visão do empreendimento".

Para quem está iniciando, o Sebrae também tem um pacote especial de soluções. Gabrielle explica que a instituição oferece palestras mensais sobre as vantagens da formalização. "Nesse conteúdo apresentamos os requisitos para ser tornar um MEI, benefícios, obrigações, entre outros tópicos relevantes", explicou.

A analista indica ainda os eventos que são oferecidos regularmente pelo Sebrae Roraima de forma online, além do conteúdo de Ensino à Distância. O empreendedor pode contar também com o atendimento via chat, solicitar consultorias e outros serviços.

"Todo esse conteúdo está disponível



Gabrielle Ribeiro: Analista do SEBRAE/RR
(registro feito antes da pandemia)

no nosso Portal e na nossa loja virtual. No chat, o atendimento é feito diretamente com um dos nossos especialistas. Para desenvolvimento e fortalecimento do negócio, o Sebrae oferece ainda consultorias em gestão empresarial, inovação e tecnologia, e outros temas", explicou.

Gabrielle lembra que a formalização é a melhor maneira de iniciar um empreendimento. "A maior vantagem é que você tem a segurança de que o seu negócio irá atuar respeitando a legislação vigente, isso inspira maior credibilidade junto ao cliente. A empresa formalizada poderá obter alguns benefícios como o fortalecimento da marca, emissão de nota fiscal, participação em compras públicas, crédito junto aos bancos, entre outros. É a melhor forma de começar", garantiu.

Contato - Para conhecer os conteúdos disponibilizados pelo Sebrae e conferir a programação de cursos e palestras, basta acessar a loja virtual do Sebrae Roraima. O endereço é <http://loja.rr.sebrae.com.br>. O Sebrae também está presente nas redes sociais e mantém o atendimento via telefone, com ligação gratuita. O contato é 0800 570 0800.



O novo normal exige talento para se comunicar

Em um ano marcado pelo isolamento social, o empreendedor teve que aprender a usar as ferramentas digitais ao seu favor e a se comunicar melhor com seu público-alvo.

A internet passou a fazer parte definitivamente da vida dos brasileiros. Foi graças às ferramentas digitais que muitos negócios conseguiram sobreviver mesmo de portas fechadas. Estudos realizados durante a pandemia mostram que mais de 10 milhões de brasileiros realizaram sua primeira compra virtual neste período e que o tempo médio de navegação na internet aumentou, principalmente, no Brasil.

A média diária de conexão do brasileiro chega agora até nove horas diárias. São quase três horas a mais do que a maioria das pessoas no resto do mundo, passa ligada na tela do computador, do celular ou até dos smartwatches, os novos relógios digitais.

Nesse novo cenário, saber se comunicar virou regra. O Brasil, por exemplo, virou referência mundial com a realização das transmissões ao vivo na plataforma do Youtube. Apesar do recurso não ser novo, ele ganhou maior relevância com o isolamento social.

Das 10 maiores audiências em lives musicais da história do Youtube, sete foram realizadas por artistas brasileiros. No topo da lista está a cantora sertaneja Marília Mendonça que superou o recorde anterior de outro artista sertanejo brasileiro, Gusttavo Lima.

Marília conseguiu reunir simultaneamente, mais de três

milhões de telespectadores em uma live realizada em abril. É o recorde da plataforma. Mas, não foi apenas o Youtube que ganhou relevância no período.

As demais plataformas também aproveitaram o isolamento social para criar novos recursos. O Tinder, app de relacionamentos, incluiu o chat ao vivo que permite a realização de uma espécie de chamada ao vivo com o crush. O Instagram lançou os Reels, recursos para vídeos curtos e mais animados, concorrente do Tik Tok que continuou crescendo.

O WhatsApp também inovou, ampliando o número de



Equipe do SEBRAE/RR em home office



pessoas no chat por vídeo. E essas são algumas das muitas novidades de comunicação e interação que surgiram no período. A verdade é que o mundo migrou para dentro de uma tela. E muita gente foi desafiada a gravar vídeos.

O Sebrae Roraima também teve que aprender

A pandemia forçou todo mundo a melhorar neste aspecto e a equipe do Sebrae Roraima também precisou se adequar às novas necessidades. A instituição já trabalhava como meta a digitalização que precisava ser acelerada para manter o atendimento e o suporte aos pequenos negócios locais.

"Antes da pandemia, nossas atividades eram praticamente todas presenciais. Outras Unidades já trabalhavam algumas iniciativas de conteúdo online, mas nossa equipe ainda não havia implementado nenhuma opção neste sentido. Já tínhamos canais de atendimento via whats, chat e também a lojinha online. Mas, nossas atividades, seja de cursos, palestras, consultorias e até atendimentos, eram praticamente 100% na modalidade presencial. Então, isso também foi um desafio para nossa equipe", explicou Rodrigo Baraúna, analista do Sebrae Roraima.

Para contribuir com esse novo desafio, Rodrigo que é jornalista, desenvolveu uma capacitação sobre como gravar vídeos com celular e como se comportar no

trabalho home office com os recursos de vídeo. O objetivo foi orientar a equipe a melhorar a qualidade dos conteúdos produzidos e como se portar em situações de interação por vídeo.

"Nós temos muitos talentos dentro do nosso quadro. Pessoas que possuem muito conhecimento na área em que atuam, mas que nunca haviam exercitado essa forma de comunicação. A ideia inicialmente, foi contribuir com a gravação de vídeos para serem compartilhados nas redes sociais, mas também com a melhoria da postura em situações como gravação de entrevistas, palestras ou reuniões virtuais ao vivo", disse.

De modo geral, a imprensa também mudou a sua forma de trabalhar. Para preservar seus profissionais, a maioria adotou o uso de vídeos gravados pelos próprios entrevistados e enviados para a exibição de conteúdos de matérias. Assim, aprender a usar o celular para se comunicar, passar uma mensagem e até ensinar, se tornou indispensável.

"A gente fez toda uma orientação sobre iluminação, organização do ambiente, utilização dos recursos disponíveis e o cuidado com a apresentação. Porque tão importante quanto o que se está falando, é o ambiente de onde você está conversando e como você está vestido. Também reforçamos a necessidade de fortalecer a marca do Sebrae Roraima, com a divulgação da nossa missão e

valores. E a partir disso, conseguimos descobrir também novos talentos".

Rodrigo estimulou a equipe a gravar vídeos para uso nas redes sociais. Eram recados simples, como mensagens de convite para que o público participasse das capacitações, agora online, ofertadas pelo Sebrae.

"Fomos além. Ensinamos como usar os stories e vimos que muitos dos nossos colaboradores não tinham nem redes sociais, mas que depois passaram a usar isso como um canal de contato com os nossos clientes. Conseguimos instruir as pessoas e eles chegaram a criar palestras em casa".

As dificuldades não foram apenas para os colaboradores, mas também para os clientes do Sebrae. Segundo Rodrigo, essas iniciativas contribuíram para transformar a cultura dentro da Instituição e promover um novo comportamento nos seus clientes.

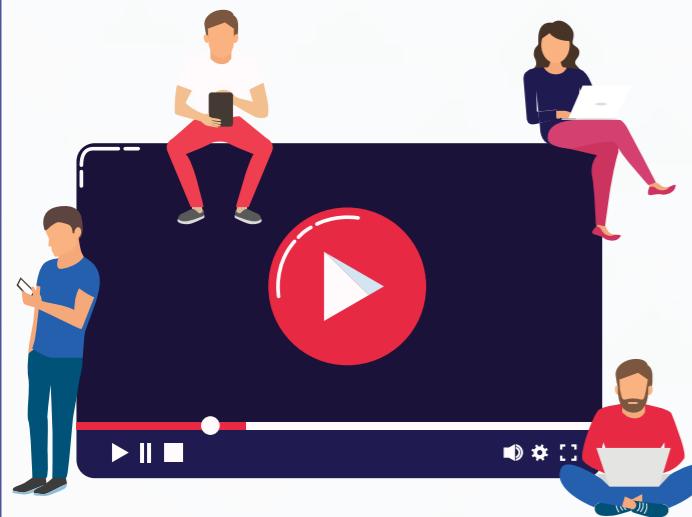
"Nossos clientes também não estavam acostumados a usar a ferramenta digital e tivemos muitos desafios,

especialmente, com pessoas que não sabiam como usar a loja, acessar os conteúdos, que esqueceu a senha. Foi difícil. Mas, vimos que isso promoveu uma verdadeira transformação cultural, tanto para os nossos colaboradores, quanto para as pessoas que buscam os serviços do Sebrae", afirmou.

Segundo os dados que Rodrigo monitora, hoje muitos dos clientes já acessam diretamente a lojinha do Sebrae Roraima. Outro salto importante foi o volume de conteúdo online disponibilizado para o público roraimense.

"Mesmo com a retomada, em que o atendimento presencial pode voltar, a gente sabe que a produção e a oferta de conteúdo online não vai parar. Por isso, seguimos atualizando nossas ferramentas de acesso e facilitando o contato com o nosso cliente. Além disso, vemos que os nossos novos colaboradores também estão engajados em trabalhar dessa forma. Então, a partir dessa capacitação inicial a gente criou um ambiente de aprendizado constante que hoje está funcionando muito bem".

Seja o porta-voz da sua empresa



Muitas pessoas têm medo de dizerem entrevistas, porém, esse hábito pode ser muito útil também na divulgação do seu negócio. As entrevistas são chamadas tecnicamente de mídia espontânea, por serem gratuitas. O entrevistado não paga nada para ocupar o tempo na televisão, que ainda é uma das mídias mais caras quando se pensa em fazer uma campanha publicitária.

Enquanto, nas redes sociais é possível impulsionar um conteúdo, que pode ser um vídeo ou uma foto, escolhendo o público específico que se deseja atingir

com aquela mensagem, gastando muito pouco, algo em torno de R\$ 20 reais por exemplo, na televisão é muito mais caro.

Producir um comercial de TV demanda tempo e dinheiro. O processo é demorado e exige, entre outras coisas, a contratação de uma agência e de uma produtora. A Agência é responsável por cuidar da estratégia de marketing global e avaliar melhores horários para a exibição da sua mensagem, lidando diretamente com a emissora que irá veicular o material. A produtora, por sua vez, pode ser contratada pela Agência e fica responsável pela produção do vídeo.

Na TV, é preciso criar um roteiro, escolher um cenário, selecionar um casting de atores, providenciar iluminação adequada, contar com equipamentos que garantam uma boa qualidade de imagem e som. E ainda tem mais: o material precisa ser editado, finalizado, ganhar locução, caracteres especiais em computação gráfica e até trilha sonora. Para as redes sociais, o material a ser impulsionado pode ser feito usando apenas o celular.

Por isso, é muito vantajoso aparecer na TV de graça! E a dica é: jamais recuse um pedido de entrevista mas, tenha o cuidado de se preparar para este momento. Confira as dicas:

1. Se você é convidado a contribuir com uma matéria de TV ou Rádio, é porque a emissora considera você uma referência naquele assunto. Mas, sempre converse antes com o produtor (quem marca a entrevista) e com o repórter (quem faz a entrevista) sobre o aspecto que se deseja abordar em cada tema.

2. Para ficar bem na imagem, use roupas de tons leves e evite estampas. Listras podem causar confusão mental e até deformar a sua imagem na TV. Evite branco e preto, além de roupas decotadas como camisas regata.

3. Para as mulheres: não exagere na maquiagem e nem nos acessórios. A sua informação é o que merece destaque. Para os homens, vale a pena cuidar da barba, do cabelo e até, se for viável, usar um pó compacto para tirar o brilho da pele e evitar o aspecto de suado na TV.

4. Na hora da entrevista, procure falar naturalmente. Lembre que você é quem mais entende do assunto, por isso, foi escolhido como entrevistado. Tente moderar o ritmo de fala para que não seja tão rápido e nem tão devagar.

5. Fique atento ao tempo de entrevista. Tente resumir suas respostas em, no máximo, 40 segundos de fala. Isso dá condições de explorar melhor o tema. Falas mais longas são cansativas e fazem o telespectador mudar de canal. Falas monossilábicas passam a impressão de que você não está seguro.

6. Se o tema permitir,aja com simpatia. Neste caso, vale até sorrir para a câmera. Mas, se você ainda não tem tanta segurança, siga conversando e olhando para o repórter.

7. Se a entrevista for na sua empresa, vale a pena se preocupar também com a organização do ambiente e com elementos que identifiquem a sua marca (caso a emissora permita. Algumas, por questões comerciais, são impedidas de mostrar marcas de empresas não anunciantes).

8. Para televisão geralmente, é necessário o chamado "recursos de imagem". Assim, antes ou depois da entrevista você terá que demonstrar um pouco da atividade que executa. Por exemplo, um contador poderá mostrar a simular o acesso a um sistema contábil, usar uma calculadora, imprimir documentos, falar ao telefone, etc. São imagens que ajudam a descrever visualmente o tema da entrevista ou o que você faz.

9. O jornalista trabalha com tempo apertado. Por isso, tente deixar tudo pronto para a entrevista, não se atrasse e evite pedir para ficar regravando o material.

10. Por fim: assista sempre. Anote o que você acha que precisa melhorar e claro, avise os amigos e compartilhe a sua entrevista nas redes sociais.



CEFORR e SEBRAE realizam Mostra Pedagógica Virtual

O desafio de ensinar de forma virtual, exige criatividade e o Sebrae Roraima se tornou um grande parceiro dos professores durante a pandemia.

As medidas de isolamento social para conter a proliferação do coronavírus geraram reflexos em praticamente todos os setores da sociedade. Além do impacto econômico, elas também influenciaram em mudanças estruturais e de comportamento. A digitalização de algumas atividades como o e-commerce foram aceleradas e devem permanecer ainda que a rotina da população volte ao normal.

Na educação não foi diferente. As escolas e instituições de ensino tiveram que adaptar suas atividades. E o que inicialmente parecia que duraria apenas alguns dias, se prolongou ao ponto de ainda não haver uma definição sobre os procedimentos que serão adotados nas escolas públicas em 2021.

Como em outros Estados, Roraima também teve o desafio de se adaptar ao mundo digital e no Extremo Norte, as dificuldades são maiores porque é preciso considerar áreas onde ainda não existe o acesso à internet. Coube, especialmente, aos professores desenvolverem estratégias e até metodologias para continuar ensinando à distância.

Nesse cenário de muitas novidades, o Sebrae Roraima se tornou um parceiro importante dos educadores. Atendendo a um pedido feito pelo Centro Estadual de Formação dos Profissionais de Educação de Roraima (CEFORR), o Sebrae levou conteúdos da sua área de Educação Empreendedora focado,

principalmente na educação.

"Tivemos que migrar das atividades presenciais para o mundo digital e nossos professores viram que não seria possível seguir adotando o modelo tradicional no ambiente virtual. O ritmo e as atividades tinham que ser diferentes. Pensando nisso, começaram a surgir ideias muito boas para melhorar o ensino", contou Stela Damas, diretora do CEFORR.

As ideias eram tão boas que o CEFORR decidiu compartilhar com outros profissionais. Disso nasceu a proposta de realizar uma Mostra Pedagógica Virtual. E foi aí que o Sebrae Roraima entrou. Por meio da sua área de Educação Empreendedora, apoiou na realização da Mostra e na capacitação dos professores.

"A Secretaria Estadual já tinha uma parceria com o Sebrae e nós buscamos algo específico para estimular a criatividade e a inovação entre os nossos professores. E hoje, quando pensamos em inovação em Roraima, a nossa referência é o Sebrae. O trabalho deu muito certo", disse Stela.

Para auxiliar no objetivo pretendido, o Sebrae disponibilizou conteúdos de ensino à distância que estão disponíveis no Portal de Educação Empreendedora e no CER, o Centro de Referência de Educação Empreendedora. "Foi uma contribuição valiosa para melhorar o nosso trabalho neste período. Realizamos a Mostra e pretendemos seguir nesta parceria com o Sebrae em novos projetos".

Segundo Stela, a partir de fevereiro

eles iniciam o planejamento para a realização da 2a. Mostra Pedagógica, abrangendo a participação de educadores dos municípios do interior e das comunidades indígenas, além de ter o Sebrae como parceiro da Feira de Ciências.

"Entendemos que nossas ações vão continuar de forma híbrida. A pandemia nos trouxe algo positivo que é o contato online com nossos educadores dos municípios e das comunidades indígenas. Vamos seguir atuando desta forma, contando com o apoio do Sebrae na oferta de capacitações para os nossos educadores", disse a diretora.

Planos para 2021

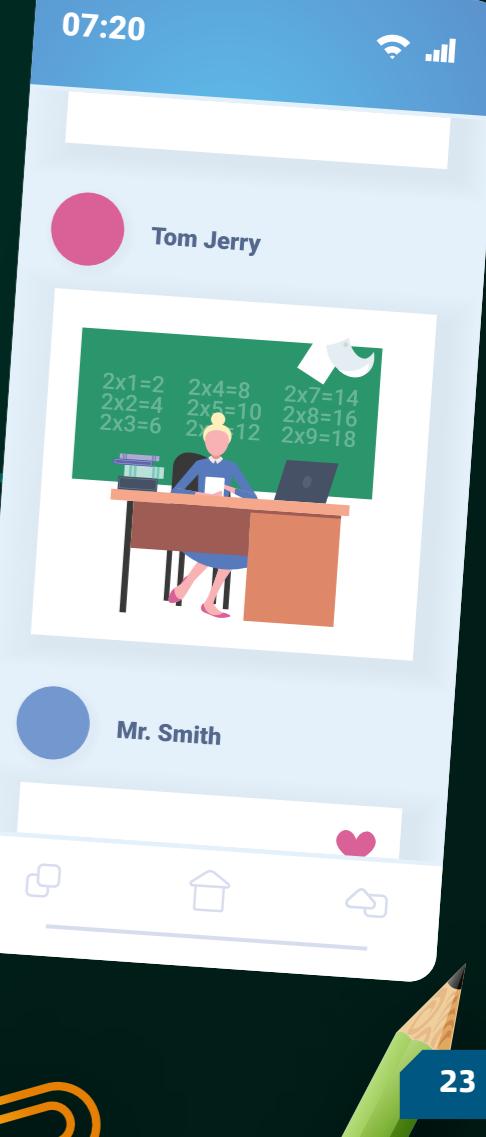
O ano de 2020 pegou todo mundo de surpresa. Para a equipe do Sebrae que desenvolve as ações do Programa de Educação Empreendedora, as mudanças foram grandes. Até o conteúdo impresso, teve que ser adaptado para o ambiente virtual.

"Nossos parceiros são as instituições de ensino e nossas principais atividades acontecem em sala de aula, de forma presencial. Com a suspensão das aulas, tivemos que modificar nossa forma de trabalho", explicou Elissandra Costa, gestora do programa em Roraima.

A alternativa foi contribuir com o aperfeiçoamento dos professores, visto que muitos deles tinham dificuldade até para usar os recursos tecnológicos que auxiliam no contato virtual. Para isso, o Sebrae disponibilizou conteúdos do Portal de Educação Empreendedora e do CER.

Elissandra Costa: Gestora do programa em RR (registro feito antes da pandemia)

Diretores acompanharam o evento através de um telão





"Oferecemos o acesso a cursos, palestras e todo o conteúdo de Educação Empreendedora que temos nessas duas plataformas. Também realizamos duas palestras locais de forma virtual, para contribuir com o desenvolvimento dos nossos professores", disse.

Mesmo diante desse novo cenário, o Sebrae Roraima conseguiu capacitar 1.400 educadores e atingir cerca de 500 alunos com as atividades dos programas de Educação Empreendedora. Para 2021, o objetivo é retomar o trabalho com os alunos e manter o suporte aos professores, chegando também aos municípios do interior.

"A pandemia trouxe aspectos positivos. A necessidade de aprender a usar a internet, de desenvolver novas metodologias de trabalho também nos dará condições de expandir nossas ações para os municípios do interior, o que é um avanço importante", explicou Elissandra.

Outra grande novidade será a possibilidade de atender ao público imigrante, a partir do viés social agregado ao projeto. "Roraima tem uma realidade diferente

devido à imigração e antes, nós só podíamos atender o público que estivesse regularmente matriculado em uma instituição de ensino. Mas, conseguimos ampliar o viés da sustentabilidade, especialmente, o social e isso nos deu a condição de atender também aos imigrantes a partir deste ano".

Segundo a gestora do programa, a pandemia também mostrou a importância de estimular o empreendedorismo na sociedade, agregando ainda mais valor às ações de Educação Empreendedora do Sebrae Roraima.

"O atual momento evidencia a necessidade de estimular o desenvolvimento de competências em crianças e jovens para que eles possam ter autonomia, para que eles sejam autoconfiantes, empoderados e capazes de realizar seus sonhos, seu projeto de vida. A preparação desse protagonista para a vida prática, naturalmente, contribui com o desenvolvimento da sociedade e do nosso país. Essa é a contribuição das ações de Educação Empreendedora que o Sebrae Roraima desenvolve", afirmou Elissandra.

Hora Marcada: segurança e comodidade para o cliente do Sebrae Roraima

As grandes marcas confirmaram: o desafio para 2021 é fidelizar o cliente. Por isso, investir em um bom atendimento faz toda a diferença.

A pandemia acelerou a digitalização dos negócios. Hoje é praticamente impossível pensar em empreender, comercializar produtos e serviços sem estar presente no ambiente virtual. Para as empresas além do desafio de manter uma boa visibilidade nessa vitrine para o mundo, surge uma nova urgência: fidelizar o cliente.

Na internet, a concorrência é muito maior e o cliente tem a possibilidade de pesquisar o mesmo produto ou itens semelhantes em diferentes lojas. O que faz bem para o consumidor porque estimula a concorrência, pode ser um pesadelo para o empresário que está tentando recuperar os impactos da pandemia.

E um dos aspectos que contribui para essa fidelização é a qualidade no atendimento. Uma pesquisa realizada pela Hibou, empresa especializada em monitoramento de mercado e consumo, ouviu 2.600 pessoas e constatou

que o bom atendimento está entre os fatores que mais atraí o cliente.

Realizado em outubro do ano passado, o levantamento mostrou que 98% dos entrevistados buscam a qualidade do produto e logo em seguida, vem a qualidade do atendimento citado por 94% das pessoas ouvidas na pesquisa. Outros 81% olham para a garantia e 79%, afirmam decidir sua compra pelo preço.

Um dos objetivos da Hibou é transformar clientes em fãs. Por isso, no levantamento, eles destacaram que mesmo com o número alto de pessoas que citam o atendimento como algo importante na hora da compra, apenas 11% dos consumidores se dizem satisfeitos com a qualidade com que são atendidos.

Esse dado acende o alerta para as empresas: atender bem, criar novas metodologias que facilitem o contato e até o acesso do cliente às informações sobre o produto, por exemplo, pode fazer muita diferença nesse período de retomada econômica.

Rubenita Moreira: Analista do SEBRAE/RR (registro feito antes da pandemia)



A pesquisa mostra ainda que 72,3% dos entrevistados abandona uma marca após a grosseria de um funcionário. Outros 61% pesquisam a reputação da empresa em sites especializados no registro de reclamações sobre os empreendimentos e serviços.

Agende

Consciente de que a qualidade no atendimento é um item indispensável na conexão com o cliente, o Sebrae Roraima implantou o serviço de Atendimento com Hora Marcada. Em 2020, ano marcado pelas medidas de isolamento social, o Sebrae ainda conseguiu atender mais 700 clientes nessa modalidade.

O Hora Marcada, que inicialmente ajudava na organização do fluxo de atendimentos, se tornou uma das ferramentas do Sebrae Roraima na retomada das atividades, garantido segurança sanitária para os clientes, além de comodidade.

Ainda que 2020 tenha sido um ano de transformações, o Sebrae Roraima contabilizou 28.731 atendimentos presenciais e remotos com informação, orientação técnica e consultorias. Desses, 710 foram por agendamentos. Os dados são da Unidade de Relacionamento com o Cliente.

Conforme a analista da Unidade, Rubenita Moreira, os resultados obtidos se deram pela estratégia adotada pelo Sebrae Roraima para manter o contato com os empreendedores locais, mesmo de forma remota, durante o período de isolamento social.

"Para a continuidade dos atendimentos, a nossa estratégia foi focada nos canais digitais, com ampliação do número de atendentes. Realizamos orientações técnicas, consultorias e eventos online por meio das plataformas digitais e assim, conseguimos ampliar nossos atendimentos, garantindo conforto e segurança para os nossos clientes", disse.

O Sebrae Roraima explorou vários recursos para isso. Para cursos, palestras e reuniões foram usados as plataformas Teams e Zoom. O contato com os clientes foi potencializado via Whatsapp e pela Central de Atendimento (0800 570 0800), onde a ligação é gratuita, ou ainda por SMS e E-mail Marketing.

O Sebrae Roraima também fortaleceu a divulgação de canais como o "Fale com o Especialista" e as opções do Portal Sebrae e da lojinha virtual, onde foram disponibilizados conteúdos nas modalidades online e de Educação à Distância.

"Este ano, vamos atuar com ambas as modalidades de

atendimento, fortalecimento do Atendimento Remoto e respeitando as necessidades do cliente. Estamos com a rede de atendimento remoto ampliada, através dos canais de atendimento via WhatsApp, 0800 e Fale com o Especialista. Também daremos continuidade às consultorias na modalidade remota, mas ofertando as consultorias presenciais. Além disso, nossos eventos também foram adaptados para o formato online, onde o cliente acessa a Loja Sebrae, consulta os eventos disponíveis e efetua a sua inscrição e também participa de forma remota", explicou Rubenita.

Rubenita anunciou que, para este ano, uma das novidades é o funcionamento 24 horas e diário da Central de Atendimento (0800 570 0800), onde serão disponibilizados serviços de orientação técnica, agendamento, além de formalização baixa e alteração do Microempreendedor Individual, parcelamento dos boletos do Documento de Arrecadação do Simples (DAS).

O serviço de Hora Marcada será mantido e servirá tanto para organização dos atendimentos presenciais quanto para o remoto, conforme explicou Rubenita. "Para realizar o agendamento, o cliente deve entrar em contato com a Central de Relacionamento pelo 0800 570 0800, através de ligação ou WhatsApp, chat ou e-mail, solicitando seu agendamento conforme dias e horários disponíveis para atendimento", disse.

É pra favoritar!

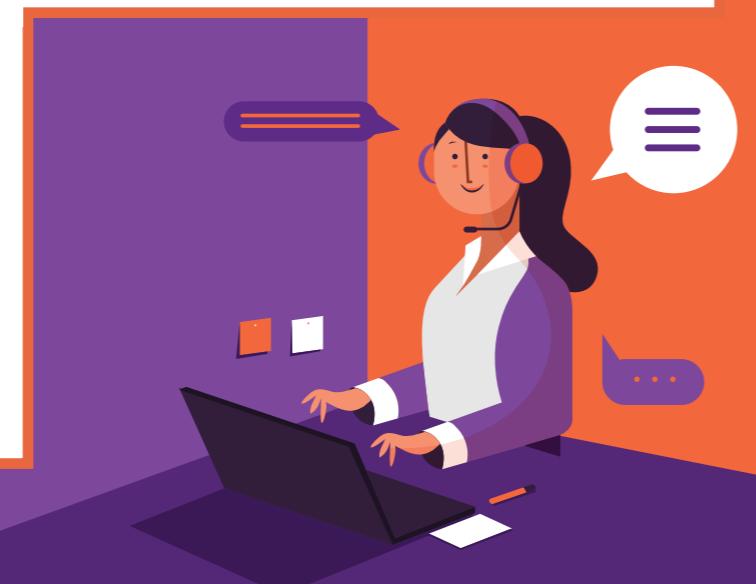
Central de Atendimento/ Whats - 0800 570 0800

Portal Sebrae Roraima - www.sebrae.com.br/ororaima

Lojinha do Sebrae Roraima - <https://loja.rr.sebrae.com.br/loja>

Instagram Sebrae Roraima - @sebraeroraima

Facebook - www.facebook.com/sebraeroraima



Sebrae abre portas para o mercado de trabalho

Com o Programa de Estágio, o Sebrae Roraima contribui para o aprendizado e o sucesso de jovens profissionais roraimenses.

As mudanças trazidas pelo chamado 'novo normal' não eliminaram exigências como "experiência comprovada". Ingressar no mercado ainda exige especialmente, dos profissionais mais jovens, um currículo que destaque habilidades adquiridas na prática.

Para Ítallo Franco e Sara Dafiny as portas do mercado de trabalho foram abertas com a ajuda do Sebrae Roraima. Os dois participaram do Programa de Estágio da Instituição e além de desenvolver habilidades, incluíram a marca Sebrae nos seus currículos profissionais.

"Quando eu me inscrevi para a seleção de estágio eu não sabia que era para o Sebrae. Eu vi os pré-requisitos e sabia que me encaixava. Quando entreguei os documentos, por curiosidade, perguntei para onde era e me responderam que era para o Sebrae Roraima. Na minha entrevista, falei que quando eu soube disso, meus olhos brilharam, porque o Sebrae é uma instituição de relevância e de abrangência nacional. Eu sabia que isso acrescentaria muito no meu currículo", contou Sara que é formada em Administração.

Durante o período de um ano e meio, ela foi estagiária do Sebrae, colaborando com a rotina de trabalho da Instituição e desenvolvendo novas habilidades. "Atuei na Diretoria Executiva onde desempenhava atividades administrativas. Fazia atendimento a clientes internos e externos, arquivamento, protocolo e redação de documentos oficiais. Também fiz o acompanhamento da agenda da Diretoria, das publicações de portarias e resoluções, além da atualização da lista de parceiros e autoridades da cidade. Aprendi muito", disse.

Sara Dafiny – arquivo pessoal da época em que trabalhou como estagiária

Ítallo, por sua vez, atuou na Unidade de Comunicação e Marketing do Sebrae. O Sistema também foi a sua primeira oportunidade profissional e onde ele aprendeu a colocar em prática desde as técnicas da sua profissão até a disciplina exigida pela rotina do trabalho.

"O Sebrae foi minha primeira experiência em Marketing e a minha base do que sei, de forma prática, veio dessa experiência. Eu aprendi a lidar com os clientes, tanto interno como externo. A entender a hierarquia e aprender a ter muita responsabilidade com o que íamos divulgar. Às vezes, tínhamos ideias mais ousadas e havia a necessidade de adequar ao perfil do Sebrae. E isso tudo foi muito bom pra mim, porque no Marketing a gente trabalha para o outro, para que ele entenda. Precisamos construir uma ideia de acordo com o pensamento de outras pessoas, com os gostos daquela pessoa. E os clientes do Sebrae pediam que a gente trabalhasse de acordo com as necessidades deles", explicou.

Ele permaneceu como estagiário do Sebrae Roraima entre junho de 2018 a agosto de 2019. Entre as atribuições que assumiu, Ítallo foi responsável por fazer a atualização das redes sociais, criar artes para posts e contribuir com o desenvolvimento de campanhas de endomarketing.

"Na unidade em que eu trabalhava, a gente era muito unido e eu sei que essa união é um dos valores que





Itallo Franco - arquivo pessoal da época em que trabalhou como estagiário

o Sebrae prega. Eu sei que a minha gerente aprendeu comigo assim como eu aprendi muito com ela. Então todo esse compartilhamento de experiências fez com que nós ganhássemos aprendizado nesse período. E isso me ajudou muito a lidar com as outras experiências que surgiram depois", disse.

Sara também levou o que aprendeu com o Sebrae Roraima para outras experiências profissionais. O que aprendeu no Sistema lhe rendeu elogios em outras ocasiões.

"No Sebrae, eu desenvolvi a proatividade e agilidade. Depois, eu fiz estágio no Tribunal de Justiça de Roraima e na Secretaria que atuava, eu também desempenhava funções administrativas, confeccionava documentos importantes que tinham prazos para serem entregues. Quando concluí o estágio lá, uma das coisas que a

minha chefa disse foi que eu tinha o perfil do Tribunal porque eu era ágil para poder fazer as coisas e essa agilidade, eu desenvolvi no Sebrae", disse.

Para Itallo, além da valorização do currículo profissional, uma das maiores conquistas na experiência de estágio com o Sebrae Roraima foi aprender a ser mais objetivo e a trabalhar em equipe.

"O Sebrae nos ensina a ser mais objetivo, a resolver algumas demandas de forma mais simples, sem perder o tempo pensando em soluções complexas. Eu aprendi muito sobre objetividade, porque é o que vai nos ajudar durante toda a vida. E claro, a trabalhar em equipe porque o Sebrae prega isso, e como a equipe era maravilhosa (e ainda é), eu tenho certeza que esse aprendizado vai me ajudar muito em todas as minhas experiências profissionais", afirmou.

Trabalho reconhecido nacionalmente

O Sebrae Roraima valoriza muito a contribuição dos estagiários. Mais que simples auxiliares, eles são vistos como jovens profissionais que podem contribuir com novas ideias e com maior dinamismo para o trabalho da Instituição.

Esse investimento feito pelo Sebrae Roraima na formação de novos profissionais é reconhecido nacionalmente. Desde 2015, a Instituição participa do Prêmio IEI de Estágio, uma iniciativa que estimula essa prática e ideias inovadoras para as experiências de estágio.

Em 2016, o Programa de Estágio do Sebrae foi destaque nacional, conquistando o 2º lugar na categoria Estagiário Destaque. Em 2017, o Sebrae Roraima concorreu na categoria Média Empresa e ficou em 3º lugar. No ano seguinte, em 2018, trouxe para Roraima o 1º lugar

na categoria de Média Empresa e em 2019 repetiu o resultado, conquistado pela segunda vez consecutiva, o reconhecimento nacional como 1º lugar na categoria.

As atividades do programa são desenvolvidas de acordo com a lei nº. 11.788/200. O prazo médio do estágio é de dois anos, onde o estudante é acompanhado por um supervisor. Durante a experiência, ele também participa de capacitações e outras atividades que contribuem para o seu desenvolvimento profissional.



Francisca Conrado: Analista do SEBRAE/RR (registro feito antes da pandemia)

Em um ano desafiador, muitas empresas precisaram recorrer ao apoio das linhas de financiamento para sobreviver.



Apesar das alternativas apresentadas pelo Governo Federal e até pelas chamadas Fintechs, as micro e pequenas empresas brasileiras ainda enfrentaram dificuldades para aprovar seu pedidos de financiamento.

Pesquisa realizada pelo Sebrae Nacional mostrou que entre março e julho cerca de 54% dos pequenos negócios buscaram crédito. Porém, apenas 21% conseguiram.

No balanço apresentado pelo Ministério da Economia, foram liberados R\$ 32,7 bilhões até dezembro. Recursos que chegou a 474 mil empreendedores de todo o país.

Entre os principais fatores apontados por empreendedores que tiveram seu pedido negado pelas instituições financeiras, está a falta de garantias.

Foi para atender a esse aspecto que o Sebrae criou o FAMPE, Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas. Em Roraima, o Sebrae ajudou a liberar R\$ 8.998.728,16 para 130 empresas do Estado, em parceria com a Caixa Econômica Federal.

"A grande vantagem do FAMPE é o serviço de Crédito Orientado que o Sebrae oferece. Com esse suporte, o empreendedor consegue fazer um diagnóstico da sua real necessidade e se organizar para obter um resultado positivo que ajude seu negócio a crescer", explicou a Superintendente do Sebrae Roraima, Luciana Surita.

Conforme a analista, Francisca Conrado que é responsável por gerenciar as ações do FAMPE

em Roraima, a maior preocupação do Sebrae é com a saúde financeira do negócio.

"Fazemos um acompanhamento com as soluções desenvolvidas pelo Sebrae para auxiliar esse empreendedor a ter o retorno do investimento realizado e evitar que o crédito se transforme em um problema para o negócio. Recorrer ao financiamento é uma alternativa que precisa trazer resultados para a empresa e, consequentemente, para a economia local", disse.

Francisca também anunciou que a partir de 2021, o Sebrae Roraima vai atender empresas locais do setor de turismo com o Fampe.

"Estamos ampliando as nossas parcerias, incluindo o atendimento as empresas de turismo que buscam pela linha especial de microcrédito operacionalizada pela Agência de Desenvolvimento de Roraima (Desenvolve RR)".

O setor é um dos que mais gera emprego e renda no país. E também foi um dos mais afetados pelas medidas de isolamento social necessárias durante a pandemia.

Saiba Mais – Com o Fampe, o Sebrae participa da operação de crédito como um avalista. Dependendo do porte da empresa, o Fampe pode garantir, de forma complementar, até 80% de uma operação de crédito.

"O Fampe complementa as garantias exigidas pela instituição financeira. Mas, não assume compromissos financeiros, por isso, auxiliamos com as informações necessárias em todas as

Sebrae orienta empresas locais na obtenção de crédito

etapas do financiamento”, explicou Francisca.

Para conhecer melhor o Fampe, é só buscar o atendimento do Sebrae Roraima. O contato pode ser feito de forma gratuita, no telefone 0800 570 0800.

Negócios que sobreviveram com o apoio do Sebrae

2020 foi um ano de desafios para todo mundo, mas quem sentiu os impactos econômicos diretamente na empresa, foi o empreendedor José Garcia. Morador de Pacaraima, município que fica na fronteira do Estado com a Venezuela, ele enfrentou os efeitos da pandemia e da perder a clientela com a decisão do Governo Federal que suspendeu o trânsito de estrangeiros entre os dois países.

“Foi um momento muito difícil porque as contas começaram a acumular e eu pensei realmente que não iria conseguir me recuperar”, afirmou José Garcia.

Dono de uma loja de material de construção, ele conheceu o FAMPE através das informações compartilhadas pelo Sebrae Roraima em um grupo de Whats. ‘Busquei informações com a Francisca que foi uma grande parceira. No começo eu não acreditava que ia conseguir aprovar meu pedido e até duvidei de que o Sebrae conseguia me ajudar. Mas, deu certo e estou muito satisfeito”, disse.

Além de conseguir aprovar seu pedido de crédito que foi importante para recuperar o negócio, Garcia também passou a participar de diversas atividades promovidas pelo Sebrae Roraima. “Participo dos cursos e das palestras.

Assisto tudo pela internet e aproveito para tirar minhas dúvidas. Com essa orientação, consegui recuperar meu negócio e já estou expandindo para uma segunda loja. Agradeço ao Sebrae e a Francisca que me apoio muito”, afirmou Garcia.

Em comum com Garcia, o empresário José Ivan compartilha o primeiro nome e a história de quase decretar falência. Com o FAMPE, ele deu novo fôlego ao negócio e até ampliou a equipe.

Ivan trabalha com a produção de utensílios domésticos em alumínio e para ele, a grande dificuldade é ter capital disponível para fazer o investimento necessário na compra dos insumos que precisa para produzir.

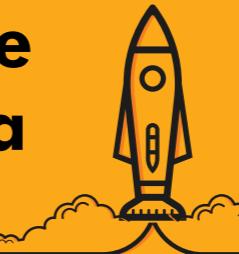
“Foi uma ajuda muito importante para eu conseguir me recuperar. Eu estava trabalhando no limite da produção e tinha dispensando funcionários. Como no Estado não temos os insumos que uso, tenho que comprar de fora e nesse caso, o pagamento é feito de maneira antecipada. Então, eu preciso ter dinheiro disponível na empresa para fazer esse investimento e produzir”, explicou.

Depois que obteve a aprovação do crédito, Ivan teve forças para investir na compra de mais insumos e ampliar a produção. As vendas também aumentaram e ele conseguiu fazer novas contratações.

“Tenho toda a orientação da equipe do Sebrae. Participo das palestras, cursos e do SebraeTec, onde já fiz duas consultorias. Uma delas, até para aprender a calcular os custos da empresa e o preço real dos meus produtos. Tudo isso tem ajudado muito”, afirmou Ivan.



Projeção Financeira de startups para 2021



Criar um negócio inovador e que renda lucro é o sonho de milhões de empreendedores no Brasil e no Mundo. As chamadas “Startups” são negócios que buscam resolver problemas e suprir necessidades de forma simplificada elas operam em vários segmentos e de maneiras diversas e suas ações podem ser voltadas tanto para outras empresas quanto para o consumidor final.

O conceito de startup está ligado a ideia de uma empresa em fase inicial que possui uma proposta de negócio inovadora e com um grande potencial de crescimento. Elas podem atuar em qualquer área ou tipo de mercado e, normalmente, utilizam tecnologia como base para suas operações.

Este cenário contribui para uma grande movimentação de empresas ligadas à internet na Bolsa de Valores, fato que atrai atenção de investidores.

O ano de 2020 virou o mundo dos negócios do avesso com a pandemia, mas as empresas startups tiveram menos perdas significativas em comparação aos negócios convencionais que registraram 87% de queda de faturamento, segundo dados de pesquisa do Sebrae.

De acordo com o Analista Técnico do Sebrae Roraima Fransllyn Nascimento, 2020 foi um ano de atividades e capacitações remotas que elevaram o conhecimento e estratégia nesse período difícil. “Nos primeiros meses da pandemia foram realizados seminários temáticos com parceiros, movimento do CNA Jovens e o Instituto Federal”, disse Fransllyn Nascimento.

O Sebrae contou com eventos abertos direcionados para a melhoria da gestão e inovação fomentando a melhor competitividade dessas Startups. O ciclo de 2020 foi finalizado com o Demo Day, evento onde os startups apresentam-se para uma banca de avaliadores que decidem quais são os três melhores do ano.

Para o Especialista em Turismo e criador da Precificatur, Startup vencedor do primeiro lugar do Demo Day Roraima 2020, Hélio Zanona, o ano foi de desenvolvimento e validações. “Nossa equipe permaneceu firme mesmo em um ano complicado, pois conseguimos desenvolver e ser um Startup que possui uma solução digital para um

Fransllyn do Nascimento: Analista do SEBRAE/RR (registro feito antes da pandemia)

nicho específico no setor de turismo”.

Ele ainda ressalta que dependendo dos resultados das validações e atualizações, o sistema para profissionais e empresas será disponibilizado em 2021 para ser utilizado como ferramenta. “Será uma nova etapa de validação, mas desta vez já no campo da vida real, ou seja, sem simulações. Caso der certo, partiremos para a comercialização dos três produtos que a startup vai oferecer”, explicou Zanona.

Conforme Carlos Silva um dos criadores da Roraiagro, Startup vencedora em segundo lugar do Demo Day Roraima 2020, mesmo estando em uma pandemia a empresa obteve um resultado positivo em seus projetos.

“Passamos por duas fases a nível nacional onde todas as atividades inicialmente seriam presenciais em Manaus, porém apesar de não ter ocorrido dessa forma, tivemos um ano satisfatório, pois chegamos até a segunda fase mesmo com essas dificuldades”, ressalta Carlos Silva.

A Startup Roraiagro é focada no desenvolvimento de tecnologias para a agricultura, buscando as dificuldades que existem na área para desenvolver técnicas que ajudem a melhorar a qualidade e produção do Estado de Roraima.

Está planejado para o primeiro trimestre um seminário voltado para o setor de inovação das startups para ir ao público e divulgar esse modelo de negócio, além do Startup Day e da realização de uma capacitação para finalizar com o Demo Day e os melhores destaques do ano.





A última corrida foi realizada no ano de 2019 (registro feito antes da pandemia)

Com um formato novo, Sebrae realiza Corrida Virtual 2020

Em um ano que precisamos nos reinventar, inovar e, principalmente, dar uma atenção especial para nossa saúde muita gente começou a praticar exercícios em casa, por meio de vídeo chamada com os amigos para perseverar na prática e, até, resolveu investir em cursos e materiais online para cuidar da saúde do corpo e da mente.

Como nos últimos anos, o Sebrae manteve a programação que sempre está presente no segundo semestre no calendário da instituição para comemorar o seu aniversário em Roraima, a Corrida Sebrae. O evento já está em sua 8ª edição e, em especial neste ano, foi reformulado para que a corrida fosse feita de maneira individual e com distanciamento social.

Em 2020, de maneira especial, a corrida de rua ganhou um nome adaptado de “Corrida Sebrae Virtual 2020” e regras que se adequassem ao formato. Nesta edição a intenção da Unidade de Gestão de Pessoas, responsável pela promoção da corrida, era fazer com que o colaborador se divertisse no processo e mostrar um pouco sobre o que a atividade física proporciona.

Na 8ª edição, o participante precisava apenas correr ou caminhar uma distância mínima de 2,8 Km, com a camisa da corrida virtual, marcar a caminhada em um aplicativo de atividade física, tirar uma foto e enviar

essas evidências à Unidade de Gestão de Pessoas do Sebrae Roraima. A atividade pôde ser realizada em um lugar escolhido pelo corredor durante os meses de novembro e dezembro de 2020.

A ideia de realizar a ação dessa maneira surgiu com a preocupação da Unidade de Gestão de Pessoas em dar atenção à saúde do colaborador e motivá-lo a cuidar também de sua saúde de uma maneira simples, sem precisar de muito esforço.

“A Corrida Sebrae é uma ação de sucesso do nosso Programa de Qualidade de Vida, então não podíamos deixar de fazer em um ano tão atípico quanto 2020, onde cuidar da saúde passou a ser nossa maior prioridade. A equipe pesquisou o que estava acontecendo nessa área das corridas de rua e verificou a ascensão das corridas virtuais, uma alternativa segura em época de pandemia”, explicou a gerente da Unidade de Gestão de Pessoas, Nádia Jaciara.

A motivação para a equipe não abrir mão de buscar alternativas que auxiliassem os colaboradores a participarem das atividades do Programa de Qualidade de Vida e, consequentemente, da Corrida Sebrae foi manter o incentivo e dar a eles a oportunidade de encontrar na caminhada uma alternativa de exercício físico.



1
2
3
4

“A nossa principal intenção foi oferecer um incentivo para as pessoas fazerem atividades físicas. Nesse período pandêmico, estamos testemunhando situações difíceis. E a corrida - sendo não só um exercício físico,

mas também uma atividade terapêutica -, surge com esse propósito de reinventar o que estamos fazendo, apesar das dificuldades que estamos passando”, afirmou Nádia.

E o resultado foi positivo!

A participação, apesar de ter sido um pouco menor se comparado com as edições presenciais anteriores, foi positiva. Vários colaboradores toparam fazer parte desse “novo normal” que, mesmo distante, nos permite estar próximos de maneiras diferentes e também entender a importância da atividade física para um corpo e uma mente saudável.

Para o colaborador da Unidade de Gestão Estratégica, Eckner Ferreira, participar da corrida foi uma oportunidade de sair um pouco da vida sedentária, consequência dos meses de quarentena em home office.

“A corrida me motivou a me movimentar mais, sair de casa para exercitar, me fez enxergar como eu estava sedentário. Assim, pude ver opções para me exercitar de outras maneiras, porque não consigo praticar exercícios em casa.”, explicou.

A corrida foi positiva para Eckner e também para seu irmão, que o acompanhou na prática.

“Dessa vez por conta da Pandemia, aconteceu a Corrida Virtual, que embora não pudéssemos estar com nossos colegas de trabalho, com esse formato diferente, ainda conseguimos estar conectados. Nesta edição consegui aproveitar a oportunidade para correr com meu irmão, que mora comigo e pôde estar junto”, finalizou o colaborador.

A Corrida Sebrae Virtual 2020 foi um momento perfeito para fazer toda a equipe Sebrae se reinventar também no cuidado com a saúde, abrindo um grande leque para que o colaborador desse o primeiro passo para perseverar na caminhada e perceber que é possível cuidar da saúde sem precisar ir a uma academia ou fazer outros esforços.

Programa de Qualidade de Vida Sebrae Roraima

O Programa de Qualidade e Bem Estar no Trabalho é um conjunto de serviços oferecidos pelo Sebrae Roraima ao colaborador visando o seu bem estar no local de trabalho e disponibilizando ações que possam melhorar a sua qualidade de vida.

Atualmente, entre os serviços oferecidos semanalmente pela instituição ao colaborador, estão: massagem, nutricionista, ginástica laboral, atendimento psicológico, entre outras. A corrida, apesar de ser realizada uma vez a cada ano, também faz parte do Programa de Qualidade de Vida.

No período de pandemia, os atendimentos estão sendo realizados de forma virtual para a segurança do profissional e também do colaborador do Sebrae Roraima.



Sebrae Roraima promove mais um Encontro de Fornecedores com edição 100% on-line

Em um ano atípico como o que vivemos, todos sabemos mais do que nunca a importância de estreitar laços e cuidar uns dos outros em todas as áreas da vida, e o Sebrae entendendo isso não poderia deixar de cuidar também de quem foi parceiro da instituição durante todo o ano.

Para se preparar para o ano de 2021, a Unidade de Administração e Finanças (UAF) do Sebrae Roraima realizou a 6ª edição do Encontro de Fornecedores. Em uma edição totalmente on-line e aberta ao público, a instituição conversou com os empreendedores sobre temas relevantes em torno da gestão de contratos.

No encontro, o principal foco é auxiliar o empreendedor a se aperfeiçoar, tornando-o mais competitivo no mercado no quesito fornecimento e, por isso, a instituição busca discutir assuntos que são pertinentes à realidade do fornecedor. Nesta edição, entre os temas trabalhados no evento, estiveram compras por dispensa e licitação, cadastro de fornecedores, Sistema de Gestão de Fornecedores, Capacitações e todos os projetos oferecidos aos pequenos negócios.

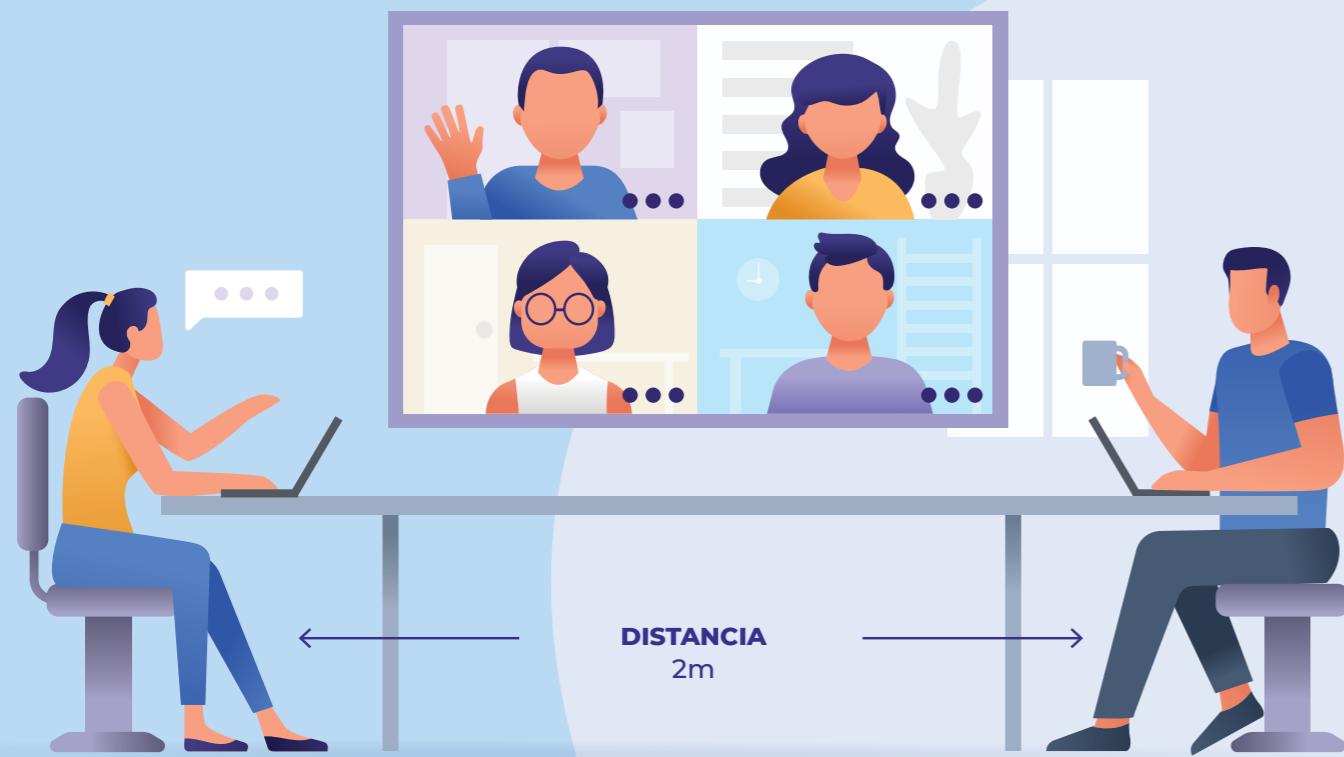
"Os temas abordados são resultado da pesquisa de

necessidades e expectativas que os próprios fornecedores demandam do Sebrae. Em 2020, perguntamos aos fornecedores se eles gostariam de participar do evento on-line e nos surpreendemos com o resultado positivo. Então não poderíamos deixar de atender ao pedido dos nossos fornecedores", explicou a Analista Técnica do Sebrae Roraima, Janaina Cruz.

Durante o evento, os participantes aprenderam sobre como se tornar fornecedor da instituição e, assim como nos anos anteriores, a UAF contou com a parceria das outras áreas da instituição para falar sobre os projetos que o sistema dispõe para os empreendedores de forma a alavancar os seus negócios.

Os empreendedores também tiveram a oportunidade de aprender sobre as modalidades de aquisições de bens e serviços, e como o Sebrae pode ajudar a fortalecer o pequeno negócio.

O Encontro de Fornecedores levou aos empreendedores soluções para dúvidas e proporcionou a eles novos conhecimentos e aperfeiçoamento sobre gestão de empresas e como se tornar competitivo com a participação no processo de compras.



Inovando no seu negócio

O último momento do encontro foi a palestra "Ferramentas de Inovação para Empresas", ministrada pelo especialista Sammuel Souza com o apoio da analista técnica da Unidade de Gestão de Inovação do Sebrae Roraima, Graciela Missio.

O tema foi indicado pelos próprios fornecedores na pesquisa de necessidades e expectativas realizada em 2020. Aqui foram discutidos métodos e ferramentas de inovações grátis para auxiliar no desempenho e

resultados da empresa.

Os empresários tiveram a oportunidade de saber a importância de adentrar no mundo da inovação e como usar as ferramentas disponíveis a favor do seu negócio de maneira simples e acessível para quem ainda é leigo no assunto, além de tirar dúvidas com o palestrante e conversar sobre as principais dificuldades e facilidades para colocar em prática.

O último Encontro de Fornecedores presencial foi realizado no ano de 2019 (registro feito antes da pandemia)



2021 traz novas oportunidades no setor energético de Roraima

O Sebrae atua para fortalecer as empresas do setor, gerar novas oportunidades e promover o uso de fontes renováveis e sustentáveis.

Roraima é o único Estado do país que não está interligado ao Sistema Nacional de Energia. Apesar dos esforços para concretizar a interligação via Linhão de Tucuruí, o projeto avançou pouco ao longo dos últimos anos. Isso fez com que o item matriz energética fosse considerado como um dos grandes empecilhos para o desenvolvimento econômico local.

Hoje, Roraima é dependente da geração de energia térmica. O Estado era abastecido até março de 2019, pela energia gerada na Hidrelétrica de Guri, localizada na Venezuela. Mas, a crise energética no país vizinho, declarada ainda pelo ex-presidente Hugo Chávez em 2009, comprometeu seriamente a qualidade da energia em Roraima.

Entre 2018 e 2020, foram registrados 127 blecautes. Só em 2018, foram 83 desligamentos programados. Em 2019, foram 37 apagões e até novembro de 2020, foram

apenas sete. Neste período, a geração foi assumida pelas térmicas.

A energia térmica resolveu o problema dos apagões, mas não é uma fonte renovável. Outro fator negativo é que a queima de diesel é altamente poluente e mais cara. Esse custo é dividido e pago por todos os consumidores brasileiros.

É essa matriz que deve começar a mudar a partir de 2021. Pelo menos dois dos nove empreendimentos contratados no leilão de eficiência energética realizado pelo Governo Federal, poderão iniciar sua operação.

"Vamos ter uma parcela do sistema local assumida pela geração de energia à gás e outra, com o uso da biomassa. Esse é o passo inicial de uma transição para uma matriz energética ambientalmente mais limpa, menos onerosa e que diversifica as fontes. Isso é importante porque promove mais segurança energética para o Estado", explicou Alexandre Henklain, coordenador do Fórum de Energias Renováveis de Roraima.

Sebrae é parceiro no desenvolvimento do setor

A preocupação com a matriz energética de Roraima é um tema abordado pelo Sebrae Roraima há alguns anos. Por meios de workshops, palestras, seminários e mais recentemente, pelo projeto Roraima Brasil Central de Energias Renováveis, a instituição tem buscado despertar na sociedade local o interesse pelo tema e junto aos governos, construir soluções que estimulem o

desenvolvimento do setor, promovendo o crescimento econômico e novas oportunidades.

"Neste projeto, buscamos atender a três aspectos principais: o fortalecimento da governança, a construção de políticas públicas e o fomento aos negócios que atuam no segmento de energias renováveis. E o Fórum

de Energias Renováveis se tornou um grande aliado na conquista desses objetivos", destacou Luciana Surita, Superintendente do Sebrae Roraima.

Na parceria com o Fórum de Energias Renováveis, o Sebrae contribuiu com a elaboração do Plano Estratégico, um documento construído com sugestões dos seus membros, e que define os objetivos de trabalho do grupo.

"Quando buscamos o Sebrae, eles já tinham uma iniciativa neste sentido e também precisavam de uma organização que representasse a sociedade para somar no projeto. Então, foi muito fácil estabelecer essa parceria, porque tivemos apoio de toda a Diretoria Técnica e da Superintendência que entenderam essa oportunidade estratégica", afirmou Alexandre.

Graças a essa parceria foi possível realizar ações como

a instalação da Estação de Energia Solar dentro da Feira da Indústria do Estado (FEIND). Uma atividade que integrou a maior parte das empresas locais que oferecem esse serviço e ajudou a divulgar as vantagens do uso doméstico, empresarial e rural da energia fotovoltaica.

"Iniciamos esse projeto em 2018, junto com os projetos da região central. Nesse período, desenvolvemos conteúdos estratégicos que incentivam os pequenos negócios a investir nessa atividade. Realizamos desde o mapeamento de linhas de créditos a visitas a fazendas de geração de energias limpas. Atuamos no fortalecimento da governança local em parceria com o Fórum de Energias Renováveis, dando apoio no desenvolvimento do seu planejamento estratégico, além de contribuir na construção de políticas públicas para o Estado que favoreçam o desenvolvimento do setor", explicou Graciela Missio, analista técnica do Sebrae.

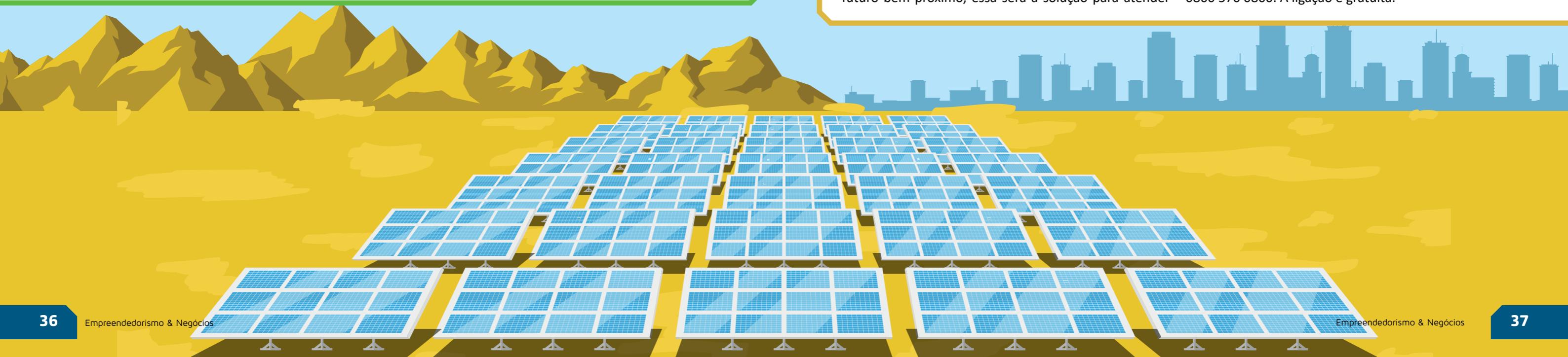
Potencial para exportação

O segmento de Energia Renováveis é um dos que têm maior potencial de desenvolvimento, conforme uma pesquisa realizada pelo Sebrae para a estruturação do Ecossistema de Inovação local. A expectativa, a longo prazo, é que Roraima tenha capacidade de geração de energia suficiente para exportação, podendo abastecer outros Estados como o vizinho Amazonas.

"Nosso trabalho é contribuir para que Roraima tenha fontes de energia renováveis e sustentáveis. Por isso, nosso esforço em incentivar investimentos no uso da energia fotovoltaica e eólica. Acreditamos que, num futuro bem próximo, essa será a solução para atender

regiões mais distantes do nosso Estado, como as comunidades indígenas e ribeirinhas que poderão ter sua geração de energia própria e local. Além disso, Roraima terá condições de se tornar um exportador de energia, abastecendo outros Estados", concluiu Alexandre.

Para conhecer as ações do Fórum de Energias Renováveis de Roraima, basta acessar o conteúdo disponível no site: www.energiasroraima.com.br. Empresas interessadas em obter mais informações sobre os conteúdos produzidos pelo Sebrae Roraima sobre o tema, poderão fazer contato pela Central de Atendimento, no telefone 0800 570 0800. A ligação é gratuita.



Empresas contaram com apoio do Sebrae para superar a crise

O Sebrae Roraima sempre esteve ao lado das empresas de turismo do Estado. E mesmo com a pandemia, as atividades continuaram de forma online com o objetivo de ajudar os negócios a se estruturarem no momento de crise para aproveitar a recuperação.

O setor sofreu impactos mais severos entre março, quando iniciou a vigência dos decretos de isolamento social, e agosto, quando as medidas puderam ser relaxadas com a redução no número de casos do coronavírus.

Neste período, o Sebrae Roraima ofertou nove palestras abordando especialmente, a gestão em período de crise. Também foram ofertados um curso sobre Precificação de Roteiros Turísticos e uma Oficina sobre a Elaboração de Roteiros. E para ajudar no retorno às atividades, foram desenvolvidas ainda duas palestras sobre os protocolos de retomada.

"Durante o período de março a julho, o Sebrae juntou esforços para levar orientação aos empresários através de capacitações online, tanto para que ele pudesse fazer uma gestão mais focada nesse momento de crise, evitando acumular dívidas e em seguida, se preparando para as adequações exigidas no processo de retomada", explicou Isabel Diniz, analista técnica do Sebrae Roraima e responsável pelos projetos de incentivo ao Turismo.

Com a retomada das atividades do setor, o Sebrae também teve a condição de levar serviços presenciais para os municípios do interior. A partir de agosto foram promovidas palestras presenciais com atores do turismo nos municípios de Amajari e Cantá, atendendo à proposta de melhoria na recepção de turistas interessados em explorar os atrativos naturais da Serra Grande e do Tepequém, que se tornaram os locais mais visitados por turistas e pela própria população do Estado.

O Sebrae manteve ainda as atividades online, com a realização de um bate-papo para marcar o Dia Mundial do Turismo e para tratar do Turismo Inclusivo. Também foram realizadas, presencialmente, duas rodadas de negócios. Em uma das edições que contou com a participação de cooperativas e associações de produtores rurais de Boa Vista e Rorainópolis, foram gerados mais de R\$ 9 mil em negócios.

"A partir de agosto iniciamos os atendimentos com consultorias gerenciais em finanças e marketing, e consultorias estratégicas de desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes para auxiliar os empresários na elaboração e reformulação de novos produtos. Tratamos ainda da adequação às normas estabelecidas pelo Governo do Estado e Ministério do Turismo para uma retomada segura, como cadastro no Cadastur e adesão ao Selo Turismo Responsável. Encerramos o ano com o atendimento a 62 empresas locais", afirmou Isabel.

O trabalho continua em 2021, e a meta do Sebrae é atender 50 empresas locais, além de contribuir para a divulgação e estruturação de novos roteiros locais, como as comunidades indígenas que estão sendo apoiadas pelo Departamento Estadual de Turismo.

"A cadeia do turismo envolve aproximadamente 50 segmentos distintos entre eles o setor de transporte, comunicação, hospedagem, alimentação, atrações, etc. Tendo assim relevante contribuição para a economia local, sendo atualmente um dos maiores setores que atraem investimentos para o Estado junto com o agronegócio. Roraima possui aptidão para o turismo de natureza, aventura e etnoturismo. Logo que foi flexibilizada a retomada das atividades, o fluxo de visitantes em locais como o Lago do Robertinho e a Serra do Tepequém só aumentou. E isso contribui muito com a economia dos municípios onde se concentram os principais atrativos", afirmou Isabel.

Resumo das Ações em 2020

- 43 atendimentos SebraeTec com mais de 3 mil horas de consultoria
- 1. 210 horas de consultorias em Destinos Turísticos Inteligentes com diagnóstico empresarial, planejamento estratégico, cadastro no Cadastur, adesão ao Selo Turismo Responsável, adequações aos protocolos de retomada, entre outros temas
- 650 horas de consultorias em Marketing com foco no uso das ferramentas digitais para divulgação dos negócios
- 560 horas de consultorias em finanças

Perspectiva

O surgimento de uma nova variante do coronavírus e o aumento de casos em alguns lugares do mundo, ainda causam insegurança às empresas de turismo. Alguns destinos estrangeiros, como o Reino Unido, por exemplo, continuam mantendo a restrição para entrada de turistas brasileiros. Já Manaus, capital vizinha à Roraima, enfrenta um agravamento no quadro da pandemia e adotou medidas como toque de recolher.

Apesar do aumento no número de casos em Manaus e em várias outras cidades brasileiras, o Governo Federal não estabeleceu nenhuma medida restritiva para o trânsito de pessoas em território nacional e nem de acesso aos visitantes estrangeiros. A única exceção são as fronteiras da Venezuela e da Guiana, em Roraima, que seguem fechadas como medida de segurança sanitária.

O impacto causado pela pandemia é grande. Estima-se que no Brasil inteiro, 49,9 mil empresas do turismo tenham fechado entre março e agosto de 2020, sendo que mais de 96% dessas empresas eram micro e pequenos negócios. Um levantamento feito pela Fundação Getúlio Vargas indica que o turismo doméstico deve levar em torno de 12 meses para se recuperar. No caso do turismo internacional, a previsão era de dois anos.

Porém, a tendência é de que as pessoas façam mais viagens e para roteiros mais próximos ou mesmo dentro de suas cidades. A grande preocupação continua sendo com a saúde e com o bem-estar. Por isso, destinos de

atrativos naturais como as praias e cachoeiras estão em alta. Um levantamento da Booking.com mostrou que 55% das pessoas pretendem conhecer um novo destino na região em que moram.

Outro comportamento que deve permanecer é o de estadias mais longas em locais que ofereçam estrutura para o trabalho em home office. Como esse modelo segue vigente em algumas empresas e outras nem voltarão mais ao sistema presencial, muita gente tem aproveitado para viajar enquanto trabalha.

Já os destinos internacionais seguem nos planos de muitos brasileiros, mas ainda são opções que causam dúvidas, devido ao comportamento da pandemia. Para os empresários, o desafio é manter a conexão com os clientes e investir na experiência que promova bem-estar tão desejado por todos neste momento.



Boletim Estratégico

Viajar é tendência na busca pelo bem-estar

2021 é um cenário ainda inseguro para o setor do Turismo, mas as perspectivas são otimistas para quem souber se adaptar às novas exigências dos clientes.

Depois de viver a onda do isolamento social, o brasileiro quer viajar. Pelo menos é isso que aponta o estudo realizado pela pesquisa do buscador de viagem Kayak, divulgada em novembro do ano passado, onde 55% dos entrevistados afirmou que tinha planos para viajar nos próximos seis meses. A pesquisa consultou quase 1000 brasileiros entre os dias 11 de setembro e 9 de outubro de 2020.

E a maioria realmente aproveitou a redução dos casos de coronavírus no mundo. A empresa Azul Linhas Aéreas registrou em outubro de 2020, o aumento de 41% no tráfego de passageiros, comparado ao mês anterior. Esse foi o período em que muitas cidades brasileiras iniciaram o plano de retomada das atividades comerciais.

Em Roraima, o comportamento foi parecido. De acordo com Eduardo Dias, responsável pela empresa Caburaí Adventure, outubro e novembro foram meses de alta demanda. Dezembro e janeiro mantiveram o comportamento semelhante ao período pré-pandemia.

"As pessoas realmente estavam ansiosas para sair de casa. E como exploramos roteiros com atrativos naturais e que são próximos, percebemos esse aumento considerável na demanda que foi importante para recuperarmos o período em que estivemos parados", disse.

Assim como outros negócios, a Caburaí Adventure teve que suspender completamente suas atividades. Sem nenhum faturamento, a empresa só não fechou, porque atua com guias no formato de prestadores de serviço.

"Como não tínhamos folha de pagamento, conseguimos nos organizar. Mas, ainda assim tivemos dívidas que precisam ser pagas. O tempo fechado foi difícil, mas mantivemos a esperança e conseguimos voltar com força total assim que foi seguro", afirmou Eduardo.

Hoje, a Caburaí Adventure oferece em seu portfólio quatro roteiros locais e um no Estado do Amazonas, que exploram trilhas e cachoeiras em diferentes níveis de dificuldade. A empresa atende a rota Esmeralda, em Mucajá; Campos Novos, em Iracema; Serra Grande, no Cantá; Tepequém, em Amajari e Presidente Figueiredo, no Amazonas.

Eduardo explica que se não houver mudança no cenário atual, a empresa deverá fazer novos investimentos em 2021, com o objetivo de ampliar a sua estrutura de atendimento ao cliente. "Queremos investir na aquisição de veículos próprios para deixar de terceirizar esse serviço e pretendemos ainda, organizar uma sede física para o negócio, além de oferecer novos roteiros locais".

Para atender a esse objetivo, a Caburaí Adventure conta com o apoio do Sebrae Roraima que, segundo Eduardo, foi um parceiro importante para a organização inicial do negócio e para a superação dos desafios da pandemia.

"Eu assumi a gerência da empresa ano passado e não tinha experiência na área administrativa. Então, o apoio do Sebrae foi fundamental para a nossa organização. Tivemos toda a orientação de consultoria com a Angelita Vogel.

A empresa também contou com o apoio do SebraeTec que auxiliou na criação da identidade visual do negócio. Eduardo afirma que a parceria vai continuar. "Aprendi muito com o Sebrae e o nosso resultado melhorou. Vamos seguir aproveitando o que eles nos oferecem", disse.





É preciso resiliência

A palavra que está relacionada ao comportamento de adaptação e evolução após períodos de crises, foi destaque no relatório produzido pela Organização Nacional das Nações Unidas - ONU sobre as perspectivas de recuperação econômica global.

A situação no Brasil ainda é preocupante. Quando todos imaginavam que o pior cenário da pandemia do novo coronavírus teria passado, em janeiro, o surgimento de uma nova variante do vírus fez a cidade de Manaus enfrentar um caos sem precedentes. E consequentemente, novas medidas de impacto econômico.

A preocupação com a situação de Roraima foi quase imediata. Ainda no final de janeiro, novas medidas restritivas foram adotadas pelo Governo do Estado e pelos municípios para tentar reduzir a circulação do vírus e o adoecimento de muitas pessoas ao mesmo tempo. As decisões para salvar vidas consideram a capacidade de atendimento em saúde e o número de leitos de UTI disponíveis, que ainda é reduzido no Estado.

As novas medidas mudaram os horários de funcionamento de estabelecimentos como bares e restaurantes, reduzindo para até às 22h. Após isso, apenas o sistema de delivery. Também foi necessário retomar cuidados como a redução da lotação máxima, exigência do uso de máscaras, assim como os cuidados com a higiene dos espaços e objetos compartilhados.

O Governo do Estado também restringiu os serviços de transporte interestadual e intermunicipal, afetando o setor. As recomendações feitas aos municípios, incluiu ainda a determinação de toque de recolher das 21h às

6h, que foi adotada por parte dos municípios.

Para quem começou o ano otimista, vislumbrando a recuperação do período de crise vivenciado em 2020, foi um balde de água fria. Mas, as práticas implantadas na pandemia ainda em 2020 ajudaram na adaptação ao novo momento que se espera, seja provisório e não se prolongue como a primeira onda, considerando o início da vacinação.

Essa situação é apontada pela ONU como comum para a maioria dos países. Divulgado em janeiro, o relatório Situação e Perspectivas Econômicas Mundiais, mostrou que em 2020, a economia mundial encolheu 4,3%. A perspectiva de recuperação para 2021 ficou em 4,7%, o que para alguns setores não chega a compensar as perdas geradas pela pandemia.

A ONU aponta que a crise sanitária mundial tem impacto 2,5% maior que a crise financeira global registrada em 2009. De acordo com o documento, alguns países devem demorar anos para recuperar as perdas econômicas do período.

O estudo indica que essa recuperação está atrelada ao esforço na adoção de medidas de estímulo e da rápida vacinação da população, e também à qualidade e eficácia destas medidas para construir resiliência contra choques futuros.

“Estamos enfrentando a pior crise sanitária e econômica em 90 anos. Enquanto lamentamos a crescente taxa de mortes, devemos lembrar que as escolhas que fizermos agora irão determinar nosso futuro coletivo”, afirmou o secretário-geral Antônio Guterres.

PREVINA-SE



Cenário local ainda inspira cuidados

Com uma economia ainda baseada nos investimentos do setor público, ou comumente chamada de economia do contracheque, Roraima conseguiu manter alguns bons resultados em 2020. Um exemplo disso, é que o Estado fechou o ano com o melhor resultado na geração de empregos da região Norte.

O Estado registrou 25.930 contratações e 22.153 demissões, fechando o ano com o saldo de 3.777 novos empregos gerados, o que representa um incremento de 6,86% no número de trabalhadores. A média regional foi de 3,5%. No total, Roraima tem 58,8 mil empregados formais, sendo pelo segundo ano consecutivo, a maior geração de empregos no país.

Apesar do bom resultado, o consumidor está receoso quanto aos gastos. Dados da Federação de Comércio, Bens, Serviços e Turismo de Roraima (Fecomércio-RR), mostram que a intenção de consumo do roraimense caiu 3,6% em janeiro, isso representa que 60% das famílias estão comprando menos. E um dos fatores para isso, pode ser o endividamento.

Ainda segundo a Fecomércio, em dezembro de 2020, o endividamento subiu 4,6% em relação a novembro. O aspecto positivo da pesquisa é que não houve aumento no número de famílias com contas em atraso - esse índice permaneceu em 35,5% - e ainda houve uma pequena redução daquelas que afirmaram não ter condições de pagarem suas dívidas (9,1%).

O cenário de incertezas afetou também os empresários. O levantamento que avalia o Índice de Confiança do Empresariado do Comércio (Icec) chegou aos 115,5 pontos, representando uma retração de 0,3% em relação ao período

anterior.

Para a Fecomércio, realizadora da pesquisa, os dados apontam uma piora da percepção dos empresários locais em relação à economia. Para 52,5% dos consultados, a situação atual está pior que a do ano anterior.

Mas, muita gente também decidiu que era hora de empreender. O Brasil fechou 2020 com mais de 11 milhões de Microempreendedores Individuais, pessoas que encontraram na pandemia uma oportunidade de tirar sua ideia do papel ou que abriram um negócio próprio por necessidade.

Em Roraima, foram registrados 17.599 cadastros no MEI até 31 de dezembro de 2020. Em 2019, foram 14.415 comprovando o aumento de mais de três mil registros no ano.

Conforme os dados do Portal do Empreendedor, Boa Vista concentra a maior parte desses negócios.

A capital fechou o ano de 2020 com mais de 14 mil cadastros de microempreendedores individuais. Em 2019, a capital registrou 11.395 microempreendedores individuais.

Entre os municípios do interior, o ranking segue liderado por Rorainópolis que fechou 2020 com 862 cadastros; seguido por Caracaraí, com 531 microempreendedores individuais e por Mucajá, com 571 cadastros.

O município de Pacaraima, que faz fronteira com a Venezuela, também é um destaque na lista. Ele aparece com 365 cadastros registrados em 2020, ocupando o quarto lugar no ranking estadual, movimentado pelas relações comerciais e de serviços entre a população que vive no entorno da fronteira.

A importância dos MEI para a economia brasileira levou o Governo

Federal a criar um novo mecanismo para facilitar a participação dessas empresas nos processos de compras públicas governamentais.

A partir de agora, quem é MEI não está obrigado a fornecer dados da certificação digital no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (Sicaf). Essa simplificação tem como objetivo estimular os MEIs a aproveitarem melhor essas oportunidades.

Conforme os dados do Painel de Compras do Governo Federal, as micro e pequenas empresas (MPE) venceram 65,5% das licitações realizadas até outubro de 2020, movimentando em torno de R\$ 15 bilhões em contratações públicas. Ao todo, foram realizados mais de 95 mil processos de compras, no total de R\$ 49,5 bilhões.

Para fazer parte do cadastro, basta acessar o endereço: <https://www.gov.br/compras/pt-br>. Na aba Cadastro, é possível inserir os dados usando o próprio CPF e informações pessoais. Depois de credenciado, o empreendedor poderá participar de licitações em diferentes modalidades.



Inovar é preciso

O susto da pandemia alertou para a necessidade da inovação nos negócios que precisam se diversificar para conquistar os clientes, especialmente, aqueles que agora saem menos de casa.

Práticas simples como a implantação do serviço de delivery ou mesmo a inclusão do negócio no ambiente digital foram aceleradas para contribuir com a manutenção das empresas. E teve gente que conseguiu até crescer, mesmo no cenário de insegurança econômica.

Nesta edição da Revista Empreendedorismo e Negócios você vai conhecer duas empresas que se fortaleceram em 2020. Uma, a La Jef Confiserie, conseguiu se consolidar durante a pandemia e abriu sua sede física no final do ano passado.

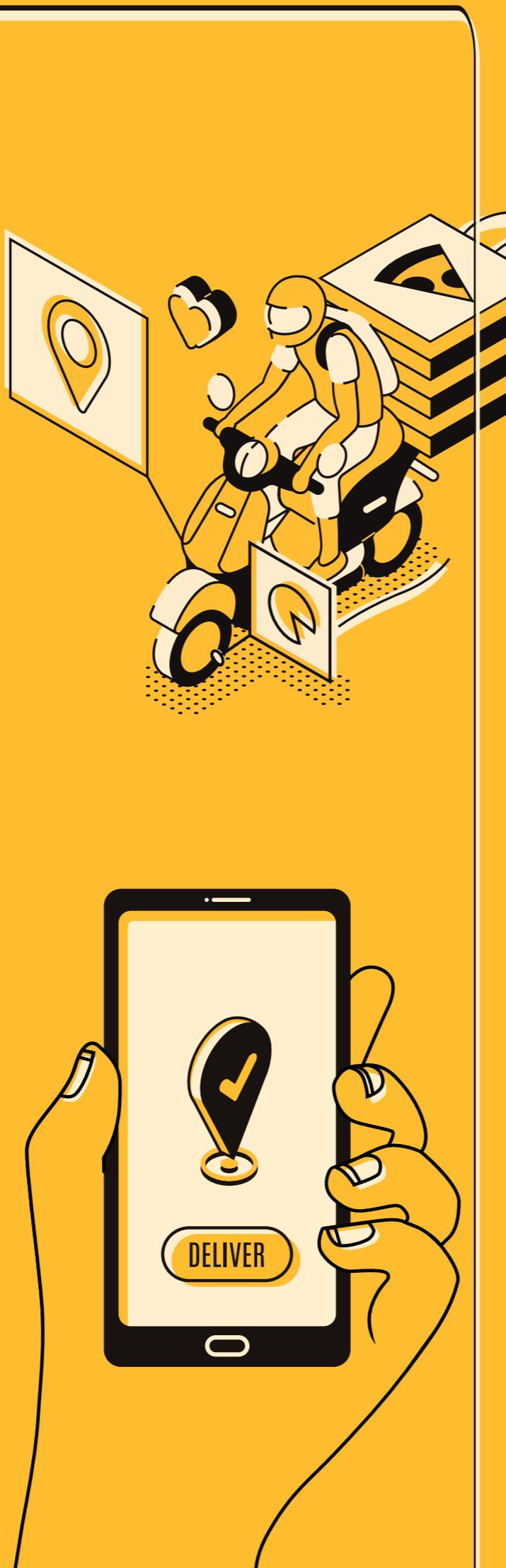
A outra, Mayara Silva Estética, teve que suspender completamente os atendimentos no auge da primeira onda, mas manteve o contato com os clientes, comercializando pacotes e com a retomada das atividades conseguiu se recuperar e crescer. Para este ano, o plano é seguir expandindo o negócio com a implantação de uma nova sala de atendimento em uma área nobre da cidade.

Na avaliação do presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Roraima, Edson Freitas, a pandemia trouxe um aspecto positivo para os negócios locais, estimulando principalmente a busca por soluções inovadoras para se manter no mercado.

"A transformação digital foi um ganho significativo. Vimos empresas que nunca haviam usado esse tipo de serviço aderindo a plataformas de ecommerce e à ferramentas de atendimento digital, ou mesmo o serviço de delivery que para algumas foi um investimento de inovação. E isso vai permanecer porque vemos uma tendência onde as vendas online crescem duas vezes mais que as vendas em lojas físicas. Então, as empresas locais precisam competir por esse mercado", afirmou.

Apesar de todas as expectativas geradas pelo início da vacinação e o retorno das atividades, Edson classifica que Roraima ainda enfrenta uma condição de incerteza para os negócios, gerada pela segunda onda de contágio do coronavírus, agravada a partir do dia 20 de janeiro.

"Estamos vivendo um momento de muita incerteza. Isso causa medo nas pessoas e o que vemos hoje é um centro comercial vazio, onde não há uma definição de como as coisas irão evoluir. Precisamos que todos se unam e sejam conscientes das suas responsabilidades nesse momento. Os lojistas precisam respeitar as regras sanitárias e estimular isso no cliente. Precisamos nos ajudar para que a situação não se agrave e afete ainda mais os negócios locais", destacou Edson.



Internet é aliada nas vendas

Desde que a pandemia começou, o Sebrae realiza um monitoramento para acompanhar o impacto causado aos pequenos negócios. Entre os dias 20 e 24 de novembro, foi realizada a última pesquisa que deu origem à 9a edição da Pesquisa.

Nesta amostragem, que inclui as respostas de 6.138 empresas dos 16 Estados e do Distrito Federal, foi constatado que 86% conseguiram retornar às suas atividades normais. Porém, seguem preocupados com o futuro.

Em Roraima, 15 empresas responderam ao questionário online. 53% foram microempreendedores individuais e 43% responsáveis por empresas de pequeno porte. Os mesmos percentuais se aplicam às atividades realizadas. 53% atuam no comércio e 43% oferecem serviços.

Alguns aspectos chamam a atenção em Roraima. Entre as empresas que responderam à pesquisa, 55% dos responsáveis tem alto nível de escolaridade, com nível superior ou mais. A maior parte, 53%, são mulheres, além disso, 61% dos entrevistados se autodeclararam negros.

Outro aspecto que chama atenção é a percepção de como a pandemia contribuiu para a evolução do negócio. Dos que responderam a pesquisa, 53% afirmou que esse desafio trouxe mudanças valiosas no negócio. É

esse mesmo percentual que afirma ter lançado um novo produto ou serviço na pandemia.

Proporcionalmente, Roraima também é o Estado onde os empresários mais usam a internet para vender, 88%. Porém, 70% afirmou que não tem site próprio. Entre os recursos usados para vendas, divulgação e contatos com clientes, 93% usam o aplicativo WhatsApp; 83% também vendem pelo Instagram, 45% afirmou que vende pelo Facebook e 38% também usa a plataforma OLX.

Esse é um ponto importante para se ter atenção. Com medidas restritivas ainda em vigor, o contato online com o cliente precisa ser fortalecido, assim como a presença do negócio no ambiente digital. Para atender a essa necessidade, o Sebrae Roraima continuará ofertando conteúdos de marketing digital. A programação pode ser acompanhada no Portal do Sebrae Roraima: www.sebrae.com.br/roraima.

O mundo empresarial de Roraima pode contar com o Sebrae sempre. Neste momento em que os nossos empresários precisam se reinventar, é super importante saber que ele pode contar com as nossas consultorias de inovação, marketing, propaganda, uso das redes sociais, ou seja, como fazer a remodelagem do seu negócio para atender aos nossos clientes", destacou a diretora Técnica do Sebrae Roraima, Dorete Padilha.



Planos para o ano



Pensando em 2021, 20% dos empresários locais consultados na pesquisa afirmaram que pretendem modernizar o negócio e 21% querem investir na divulgação da empresa. Apenas 6% respondeu que não fará investimentos, porque prefere ter recursos para casos de emergência.

Dos que responderam, 39% acumulam dívidas em atraso. A maior parte delas com instituições financeiras e a grande maioria, 74%, buscou opções de empréstimo bancário durante a pandemia. Porém, 57% teve seu pedido negado. E 35% foi encaminhado para a Caixa Econômica Federal pelo Sebrae Roraima.

Em 2020, o Sebrae Roraima ajudou a liberar R\$ 8.998.728,16 para 130 empresas do Estado, em parceria com a Caixa Econômica Federal,

através do Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas. Em Roraima,

"A grande vantagem do FAMPE é o serviço de Crédito Orientado que o Sebrae oferece. Com esse suporte, o empreendedor consegue fazer um diagnóstico da sua real necessidade e se organizar para obter um resultado positivo que ajude seu negócio a crescer", explicou a Superintendente do Sebrae Roraima, Luciana Surita.

Conforme a analista, Francisca Conrado, que é responsável por gerenciar as ações do FAMPE em Roraima, a maior preocupação do Sebrae é com a saúde financeira do negócio.

"Fazemos um acompanhamento com as soluções desenvolvidas pelo Sebrae para auxiliar esse empreendedor a ter o retorno do

investimento realizado e evitar que o crédito se transforme em um problema para o negócio. Recorrer ao financiamento é uma alternativa que precisa trazer resultados para a empresa e, consequentemente, para a economia local", disse.

Francisca também anunciou que a partir de 2021, o Sebrae Roraima vai atender empresas locais do setor de turismo com o FAMPE. O setor é um dos que mais gera emprego e renda no país. E também é um dos mais afetados pelas medidas de isolamento social necessárias durante a pandemia.

"Estamos ampliando as nossas parcerias, incluindo o atendimento às empresas de turismo que buscarem pela linha especial de microcrédito operacionalizada pela Agência de Desenvolvimento de Roraima (Desenvolve RR)".

Negócios sobreviveram com o apoio do Sebrae

2020 foi um ano de desafios para todo mundo, mas quem sentiu os impactos econômicos diretamente na empresa, foi o empreendedor José Garcia. Morador de Pacaraima, município que fica na fronteira do Estado com a Venezuela, ele enfrentou os efeitos da pandemia e perdeu parte da clientela com a decisão do Governo Federal que suspendeu o trânsito de estrangeiros entre os dois países.

"Foi um momento muito difícil porque as contas começaram a acumular e eu pensei realmente que não iria conseguir me recuperar", afirmou José Garcia.

Dono de uma loja de material de construção, ele conheceu o FAMPE através das informações compartilhadas pelo Sebrae Roraima em um grupo de WhatsApp. "Busquei informações com a Francisca que foi uma grande parceira. No começo eu não acreditava que ia conseguir aprovar meu pedido e até duvidei de que o Sebrae conseguia me ajudar. Mas, deu certo e estou

muito satisfeito", disse.

Além de conseguir aprovar seu pedido de crédito, que foi importante para recuperar o negócio, Garcia também passou a participar de diversas atividades promovidas pelo Sebrae Roraima. "Participo dos cursos e das palestras. Assisto tudo pela internet e aproveito para tirar minhas dúvidas. Com essa orientação, consegui recuperar meu negócio e já estou expandindo para uma segunda loja. Agradeço ao Sebrae e a Francisca que me apoio muito", afirmou Garcia.

Em comum com Garcia, o empresário José Ivan compartilha o seu primeiro nome e a história de quase declarar falência. Com o FAMPE, ele deu novo fôlego ao negócio e até ampliou a equipe.

Ivan trabalha com a produção de utensílios domésticos em alumínio e para ele, a grande dificuldade é ter capital disponível para fazer o investimento necessário na



compra dos insumos que precisa para produzir.

"Foi uma ajuda muito importante para eu conseguir me recuperar. Eu estava trabalhando no limite da produção e tinha dispensado funcionários. Como no Estado não temos os insumos que uso, tenho que comprar de fora e nesse caso, o pagamento é feito de maneira antecipada. Então, eu preciso ter dinheiro disponível na empresa para fazer esse investimento e produzir", explicou.

Depois que obteve a aprovação do crédito, Ivan teve forças para investir na compra de mais insumos e ampliar a produção. As vendas também aumentaram e ele conseguiu fazer novas contratações.

"Tenho toda a orientação da equipe do Sebrae. Participo das palestras, cursos e do SebraeTec, onde já fiz duas consultorias. Uma delas, até para aprender a calcular os custos da empresa e o preço real dos meus produtos. Tudo isso tem me ajudado muito", afirmou Ivan.

Saiba mais sobre o FAMPE

Com o FAMPE, o Sebrae participa da operação de crédito como um avalista. Dependendo do porte da empresa, o Fundo pode garantir, de forma complementar, até 80% de uma operação de crédito.

"O FAMPE complementa as garantias exigidas pela instituição financeira. Mas, não assume compromissos financeiros, por isso, auxiliamos com as informações necessárias em todas as etapas do financiamento", explicou Francisca.

Antes de procurar a instituição financeira, o empreendedor acompanhado pelo Sebrae recebe informações para ajudar a definir sua real necessidade de capital de giro e avaliar sua capacidade de pagamento.

Após obter o crédito com apoio do FAMPE, o empresário é orientado a fazer o autodiagnóstico do seu negócio que ajuda a identificar as necessidades de melhoria. A partir disso, o Sebrae elabora uma trilha personalizada de cursos para contribuir com os resultados da empresa.

Para conhecer melhor o FAMPE é só buscar o atendimento do Sebrae Roraima. O contato pode ser feito de forma gratuita, no telefone 0800 570 0800.

Porte	Valor máximo por CNPJ	Carência até	Prazo para pagamento após carência	Taxa de Juros
MEI	R\$ 12,5 mil	9 meses	24 meses	1,59% a.m.
ME	R\$ 75 mil	12 meses	30 meses	1,39% a.m.
EPP	R\$ 125 mil	12 meses	36 meses	1,19% a.m.



((S)) Agência Sebrae de Notícias RR

PARA APARECER AQUI,
BASTA EMPREENDER

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE
SOBRE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS,
ACESSE: WWW.RR.AGENCIASEBRAE.COM.BR



Central de Relacionamentos
0800 570 0800
Dias Utéis de 8h às 20h
www.sebrae.com.br/uf/rroraima

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS
www.rragenciasebrae.com.br

OUVIDORIA
SEBRAE

SEBRAE



A crise do coronavírus representa uma ameaça aos pequenos negócios.

As empresas que respondem por **54%** dos empregos do país e que somam **99% dos empreendimentos do Brasil** podem fechar as portas depois de um período de fraco movimento. Peça comida da lanchonete da esquina. Compre da padaria local. Procure o delivery da farmácia da sua rua. Vá à mercearia mais próxima.

Compre do pequeno negócio.

Ajude a manter empregos e a fazer a economia girar.

CORONAVÍRUS, PREVINA-SE O QUE VOCÊ PRECISA SABER E FAZER. COMO PREVINIR O CONTÁGIO:



LAVE AS MÃOS COM ÁGUA E SABÃO
OU USE ÁLCOOL EM GEL



USE MÁSCARA



FIQUE EM CASA



EVITE CONTATO SOCIAL



EVITE AGLOMERAÇÕES



CUBRA O NARIZ E BOCA
AO ESPIRAR OU TOSSIR.

SEBRAE



Av. Major Williams,680 | São Pedro | 69301-110 | Boa Vista | RR
PABX: (95) 2121 - 8000 | ASCOM: (95) 2121- 8012 / 8013 | Call Center: 0800-570-0800
www.sebrae.com.br/uf/roraima