

Jornal de

negócios

Edição Impressa

Ano XVIII - nº 230
São Paulo - Maio/2013

0800 570 0800

facebook.com/sebraesp
youtube.com/sebraesaopaulo

SEBRAE
SP

Inovação também é coisa para micro e pequenas empresas

Não importa o porte nem a natureza do negócio: inovar é possível e necessário para manter-se competitivo no mercado. Essa prática deve ser incorporada na cultura do empreendimento, independe de grandes investimentos e traz resultados

Págs. 6 e 7 ►



Entrevista



Malte Huffman, executivo da Dafiti, conta como, em dois anos, a empresa deixou de ser apenas uma loja de calçados online para se tornar o maior comércio virtual de moda do País Págs. 14 e 15 ►

E-COMMERCE



Guia ajuda a montar negócio na internet

Pág. 3 ►

VAREJO

Ponto de venda organizado melhora faturamento

Pág. 10 e 11 ►

RELACIONAMENTO

Quando o cliente não tem razão

Saiba como agir ao receber uma reclamação infundada do consumidor

Pág. 4 e 5 ►

ESTRATÉGIA

Boleto bancário: facilidade e segurança na hora de cobrar

Pág. 12 e 13 ►

Dicas
de leitura**O empreendedor inovador**

Com linguagem leve e didática, a obra tenta explicar os conceitos, a importância, os ingredientes e o processo que envolve o empreendedorismo e a inovação, e destaca o fato de os dois serem inseparáveis. Para o Brasil, que tem uma das maiores taxas de empreendedorismo em nível global, trata-se de uma publicação pioneira na forma como os dois temas são abordados, onde o destaque fica para a interrelação entre ambos.

Inovação e empreendedorismo

A inovação é um imperativo para a sobrevivência e o crescimento. Em Inovação e Empreendedorismo, John Bessant e Joe Tidd explicam de modo didático a relevância destes valores hoje. Repleto de exemplos de boas e nem tão boas práticas, é uma obra essencial para qualquer estudante ou empreendedor interessado no tema.

**Ouvíndia
SEBRAE-SP****ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.**

Você, cliente do SEBRAE-SP, é a razão da nossa existência. E para que possamos continuar prestando um serviço de qualidade, saber o que você pensa sobre nós é muito importante.

Queremos te ouvir:

0800 570 0800 | ouvidoria@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br clique em OUVÍNDIA.

Futuro no presente

Recentemente, ouvi a seguinte frase do presidente do Parque Tecnológico de Sorocaba: "temos que caprichar no futuro, porque é lá que queremos morar". Pode parecer algo distante da nossa realidade, mas a velocidade com que as transformações se apresentam mostra que não é bem assim.

Prospectar o futuro para ter o direito a um presente melhor, garantindo a autorrealização pessoal e profissional é algo fundamental para todos nós, em especial para os empreendedores que desejam ser bem sucedidos.

E isso só será possível se fortalecermos quem está produzindo, quem está empreendendo com os novos saberes que surgem a todo momento. A melhor forma de competir – com chances de sucesso – na economia do conhecimento é dar espaço, e

crédito, às soluções inovadoras. Já mostramos aqui que os empreendedores que optam pela inovação recebem de volta melhorias significativas na produtividade, rentabilidade e competitividade.

O Sebrae-SP dispõe de consultores e serviços especializados que vão ajudá-los, seja da inovação do processo, da gestão, do produto ou serviço. Nesta edição destacamos dois em especial: o Agente Local de Inovação (ALI) e o Inova Loja Virtual.

No ALI, em parceria com CNPq, empresários recebem gratuitamente acompanhamento de bolsistas que levam as soluções de inovação e tecnologia para dentro da empresa. Em São Paulo temos 300 bolsistas trabalhando in loco. No Inova Loja Virtual, os varejistas podem realizar diagnósticos



Alencar Burti,
empresário e presidente
do Conselho Deliberativo
do Sebrae-SP

e receber orientações sobre visual merchandising a partir de fotos e informações enviadas pela internet. Uma revolução no atendimento.

Que seja o início de um belo e inovador presente pautado pelo futuro!

Boa leitura.

Dúvida do empreendedor

Tenho um pequeno armário e gostaria de saber como dar preços certos às mercadorias

É comum encontrar empresários, iniciantes ou experientes, com dificuldades para estabelecer o quanto cobrar pelos produtos ou serviços. A determinação do preço de venda é uma das partes essenciais do planejamento empresarial. É ele que vai determinar a boa saúde financeira da empresa, proporcionará rentabilidade, retorno sobre o capital investido e competitividade no mercado.

Para calcular o preço de venda, além do principal fator que é a conta matemática, o empresário deve considerar também os preços da concorrência e a percepção do consumidor em relação ao produto e/ou serviço oferecido.

Devido ao desconhecimento dos cálculos corretos ou mesmo à falta de

afinidade com os métodos de cálculo, o empresário geralmente tende a imitar os preços do concorrente. Essa prática faz com que ele, muitas vezes, tenha prejuízo na venda, que mal cobre seus custos, suas despesas fixas e variáveis.

Portanto, para precificar por meio dos cálculos matemáticos, primeiramente



Fabiano Nagamatsu

é necessário identificar os custos (valores gastos diretamente na aquisição, elaboração do produto e/ou serviço), as despesas variáveis (comissões, fretes, impostos) e despesas fixas (aluguel, água, energia, telefone e remunerações entre outros).

No cálculo do preço de venda, considere os custos e despesas fixas e variáveis mais o lucro desejado. Vale ressaltar que o preço deve buscar o equilíbrio entre as questões internas (estrutura de custos e despesas da empresa) e questões externas (práticas dos concorrentes e exigências dos clientes). Feito o cálculo, você está preparado para tomar a decisão sobre o quanto cobrar por aquilo que oferece.

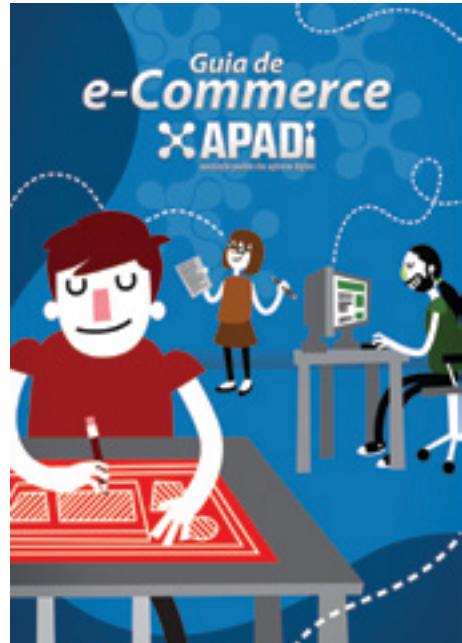
Por Fabiano Nagamatsu,
consultor do Sebrae-SP



A internet é hoje o terceiro veículo de comunicação na preferência dos brasileiros, ficando atrás do rádio e da TV. Em dezembro de 2012 o país chegou a marca de 94,2 milhões de internautas, a quinta posição no mundo. (Dados: Ibope Media e Ratings.com)

E-commerce

APADI e Sebrae-SP em parceria para e-commerce sustentável



Ganhar dinheiro com vendas na internet é uma opção que atrai cada vez mais empreendedores. A modalidade rendeu no Brasil, só em 2011,

nada menos que R\$ 18,7 bilhões em compras online. Porém, antes de pensar em morder um pedaço desse bolo o empreendedor precisa estar atento. Vender pela internet não é tão simples.

Com a missão de deixar esse caminho mais fácil, tanto para quem já tem anos de mercado, como para quem sonha em montar um negócio pela primeira vez, a Associação Paulista das Agências Digitais (APADI) e o Sebrae-SP lançaram o "Guia e-Commerce". A publicação orienta o empreendedor a entrar em um negócio eletrônico de maneira profissional, com base na experiência de especialistas responsáveis pela criação de 400 e-commerces de sucesso no país. Segundo pesquisa Ibope Media e Ratings.com, hoje, 87% das pessoas com acesso à internet se conectam

semanalmente, em um média mensal de 69 horas de navegação. Desde 2000, o número de internautas cresceu 1.250%. No Natal de 2010 o e-commerce movimentou R\$ 2,2 bilhões no Brasil. Cada um dos compradores gastou, em média, R\$ 370.

"A internet abriu um mundo de novos negócios. Porém, o empreendedor deve estar tão bem preparado quanto alguém que quer montar uma loja na rua. O Sebrae-SP e a APADI reuniram especialistas para mapear erros e oportunidades do e-commerce", explica o gerente da Unidade de Inteligência de Mercado, do Sebrae-SP, Eduardo Pugnali.

Para ter o Guia completo, acesse:

http://sebrae.sp/guia_apadi

Fique atento: comércio online tem novas regras

Entrou em vigor este mês o Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Plandec). De âmbito federal, a medida garante a melhoria na qualidade de produtos e serviços e aperfeiçoa as relações de consumo. O e-commerce mereceu um capítulo à parte na matéria. "O Plandec foca na prática do bom atendimento. Ele não inventa nada, apenas regula condutas que todo o empreendedor que almeja o sucesso deveria seguir", explica Eduardo Pugnali, do Sebrae-SP.

Os "lojistas virtuais" deverão fornecer informações mais claras sobre o que oferecem, disponibilizar um canal direto de atendimento ao consumidor, acelerar cancelamentos e estornos de fatura, facilitar a devolução de produtos, colocar à disposição dados cadastrais da empresa e endereço físico da operação.

Turbine seu negócio virtual



Planejamento

É preciso planejar o crescimento, registrar marca e domínio, definir o território de atuação e calcular o investimento mínimo para que o comércio online cresça conforme planejado.

Plataforma tecnológica

Escolha a plataforma de e-commerce ideal e como pagará por ela.

Integrações

Estoque, gestão financeira, contabilidade e emissão de notas fiscais eletrônicas,

envio, tudo integrado. Se já há loja física, a atuação na web deve ser uma continuidade.

Comunicação visual

Mantenha um site com bom layout e fácil navegação. O design deve acompanhar a natureza do negócio e as interfaces com redes sociais e modelos de navegação (web, mobile, tablet) devem ser bem definidas.

Gestão de conteúdo

Conteúdo é tudo o que o cliente vê publicado. Precisa estar de acordo com preços cobrados e realidade do estoque.

Operações e logística

A logística é uma das áreas mais críticas de uma loja virtual. O produto deve chegar inteiro e no prazo.

Serviços financeiros

Submeta os pedidos a uma análise manual de risco antes da autorização da venda.

Marketing digital

Ninguém chega sozinho a um site. O marketing digital serve para atrair visitantes.



Confira nossos vídeos
com dicas para você
implantar seu e-commerce
<http://sebrae.sp/jnmais230>

Expediente

Publicação mensal do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO

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

DIRETORIA EXECUTIVA

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

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado

Gerente: Eduardo Pugnali
Editora responsável: Marcelle Carvalho - MTB 00885

Editor assistente: Roberto Capisano Filho
Repórteres: Ana Carla Lopes, Andréa Guedes, Daniel Lopes, Gabrielle Nascimento, Ivan Martins e Pedro Corrêa

Fotos: Divulgação
Ilustrações: thinkstockphotos.com

Apoio Comercial: Valéria Capitani

Projeto Gráfico e diagramação: Marcelo Costa Barros

Impressão: Cia Lithographica Ypiranga

SEBRAE-SP

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

Escritórios Regionais do Sebrae-SP

Alto Tietê: 11 4722-8244

Araçatuba: 18 3622-4426
Araraquara: 16 3332-3590

Baixada Santista: 13 3289-5818

Barretos: 17 3323-2899

Bauru: 14 3234-1499

Botucatu: 14 3815-9020

Campinas: 19 3243-0277

Capital Centro: 3177-4635

Capital Leste I: 11 2225-2177

Capital Leste II: 11 2074-6601

Capital Norte: 11 2976-2988

Capital Oeste: 11 3832-5210

Capital Sul: 11 5522-0500

Franca: 16 3723-4188

Grande ABC: 11 4990-1911

Guaratinguetá: 12 3132-6777

Guarulhos: 11 2440-1009
Jundiaí: 11 4587-3540

Marília: 14 3422-5111

Osasco: 11 3682-7100

Ourinhos: 14 3326-4413

Piracicaba: 19 3434-0600

Presidente Prudente: 18 3222-6891

Ribeirão Preto: 16 3621-4050

São Carlos: 16 3372-9503

São João da Boa Vista: 19 3622-3166

São José do Rio Preto: 17 3222-2777

São José dos Campos: 12 3922-2977

Sorocaba: 15 3224-4342

Sudoeste Paulista – Itapeva: 15 3522-4444

Vale do Ribeira: 13 3821-7111

Votuporanga: 17 3421-8366



Relacionamento

Procedimentos mais rápidos

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e as vigilâncias sanitárias estaduais e municipais poderão acelerar e uniformizar o processo de autorização de funcionamento para os negócios dos MEIs, agricultores familiares e trabalhadores da economia solidária, quando houver vistoria. A ideia é conceder automaticamente a autorização de funcionamento para os produtos e serviços oferecidos por essas categorias.

O cliente nem sempre tem razão

“Gosto de levar vantagem em tudo. Leve vantagem você também”. Este slogan, dito pelo tricampeão mundial de futebol Gérson em um comercial de cigarros na década de 1970, ganhou significado negativo no decorrer dos anos, resultando na origem da famosa “Lei de Gérson”, associada àquelas pessoas que tentam tirar proveito de qualquer situação em benefício próprio.

Infelizmente, há pessoas assim, e uma delas pode bater na porta de sua empresa algum dia – se já não bateu – para fazer uma reclamação indevida ou exigir um benefício a que não tem direito. Fica a dúvida: se o cliente sempre tem razão, como lidar com quem, estando certo ou não, pode sair falando mal de seu negócio por aí, criando uma repercussão negativa da empresa?

“No caso de uma reivindicação injusta, o empresário deve avaliar o caso. Se ele acha que aquele cliente é importante para um relacionamento a longo prazo deve atendê-lo, mas explicar todos os detalhes do produto ou serviço, o porquê da reclamação não estar correta e que não poderá fazer o mesmo se houver uma próxima vez”, explica o consultor do Sebrae-SP, Haroldo Eiji Matsumoto. “Mas se aquele cliente tiver um histórico de problemas e for evidente que está tentando tirar proveito da situação, não se deve atender à exigência”, completa.

Conforme o consultor, alguns requisitos são fundamentais para que a empresa esteja preparada



para atender os “espertinhos”. “As regras do negócio devem estar claras e disponíveis, a equipe precisa ser bem treinada para atender com educação as reclamações e é necessário que o empresário esteja informado sobre o que acontece com os concorrentes, para não ficar vulnerável à palavra do cliente”, diz.

Quem passou por situação do tipo foi o proprietário da SR Móveis, loja de móveis planejados no Bairro do Limão, Silvio Rogério Torres da Costa. Um cliente chegou à empresa dizendo que um concorrente dividia o valor em mais parcelas do que ele, e queria a mesma vantagem. Costa não atendeu, mas foi aconselhado em consultoria do Sebrae-SP a ir ao mercado investigar e saber se era verdade o que o cliente disse. “Tirei um dia para visitar os concorrentes da região e tive uma surpresa. Não era verdade. Eu tinha as melhores condições de pagamento e móveis de qualidade superior”, conta.

De acordo com ele, outra situação comum era haver reclamações indevidas

após o serviço ter sido terminado, com alegações de que o móvel não havia ficado da mesma forma como o combinado. “Consegui reduzir muito os problemas cobrando antecipadamente, ou à vista (com desconto) ou com a primeira parcela no ato da encomenda e a segunda quando a peça fica pronta”, explica.

Esteja preparado para reclamações

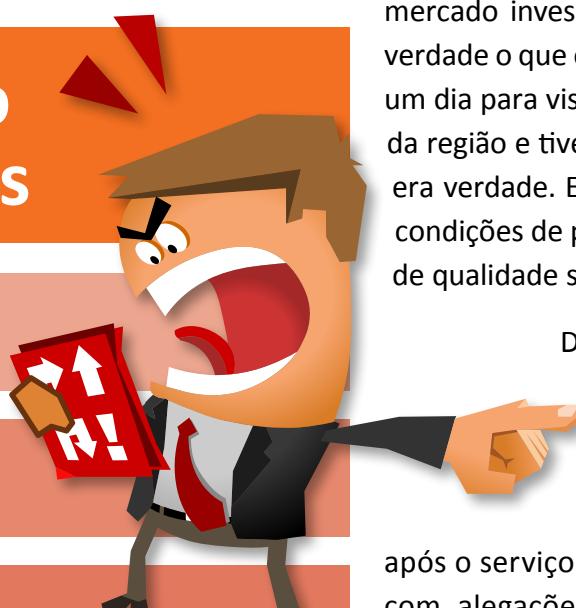
As regras da empresa devem ser claras e autoexplicativas

Conheça o que é praticado pela concorrência

Atenda educadamente o cliente para evitar um desgaste de imagem

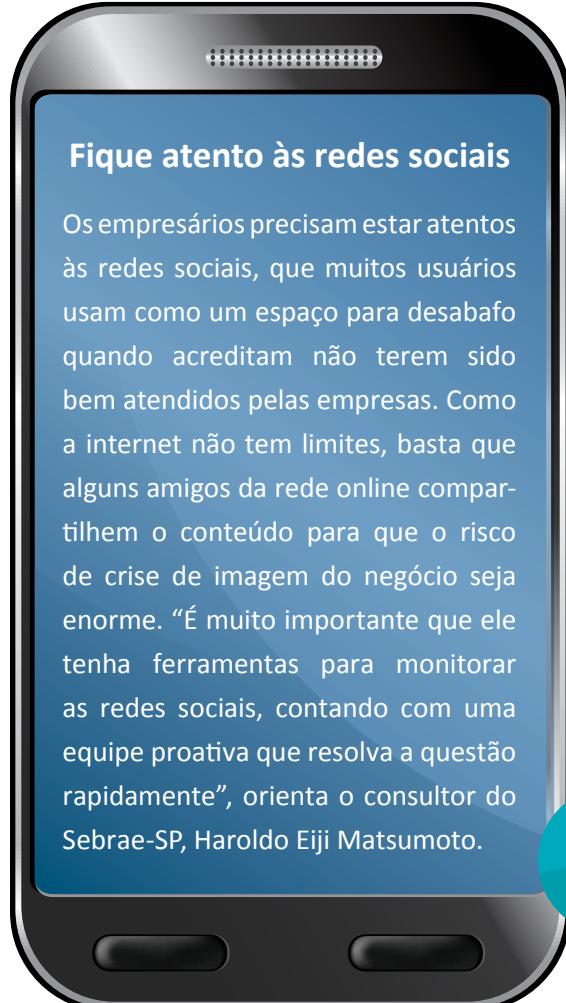
Se o cliente tiver razão, peça desculpas e resolva o problema o quanto antes

Monitore as redes sociais para saber o que falam de sua empresa





Em 2012, as MPEs registraram 1,2% de aumento no total de pessoal ocupado, ante o ano anterior. O crescimento foi de 3,1% no setor de serviços, 0,1% no comércio e redução de 0,7% na indústria.



Fique atento às redes sociais

Os empresários precisam estar atentos às redes sociais, que muitos usuários usam como um espaço para desabafo quando acreditam não terem sido bem atendidos pelas empresas. Como a internet não tem limites, basta que alguns amigos da rede online compartilhem o conteúdo para que o risco de crise de imagem do negócio seja enorme. “É muito importante que ele tenha ferramentas para monitorar as redes sociais, contando com uma equipe proativa que resolva a questão rapidamente”, orienta o consultor do Sebrae-SP, Haroldo Eiji Matsumoto.



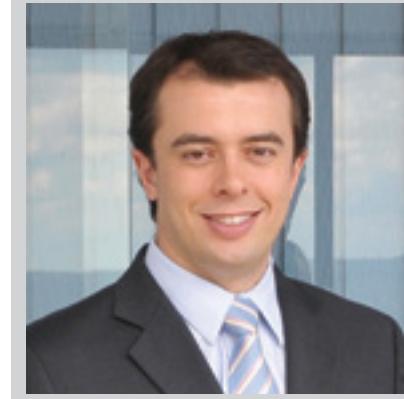
Mas, e se o erro for mesmo da empresa? O que fazer para evitar que o problema fique maior? De acordo com especialistas, reconhecer o erro e tentar consertá-lo imediatamente é um sinal de respeito ao consumidor e reduz as chances de que ele fale mal de seu negócio. “Assuma o erro na hora, peça desculpas e refaça o serviço ou providencie a troca ou entrega do produto. Se possível, ofereça a opção de devolver o dinheiro”, explica Matsumoto.

Para evitar problemas, Eliane Nóbrega de Souza, dona da Nobre Demolidora, no bairro do Tremembé, se certifica de que o serviço a ser feito seja explicado em detalhes e depois coloca tudo em contrato.

“Um técnico da empresa explica tudo ao cliente. Se estiver tudo como ele quer, assinamos o contrato. Além

disso, minha equipe é preparada para atender bem e passar todas as informações necessárias”, afirma. “Se houver dúvida é porque faltou esclarecimento, e isso é responsabilidade da empresa”, diz. Opinião semelhante tem o consultor do Sebrae-SP. “Se aconteceu algo que a empresa não previu, o cliente tem direito de reivindicar e ser atendido”, afirma.

Para ver o comercial, acesse:
<http://www.youtube.com/watch?v=J6brObB-30w>



Bruno Caetano,
Diretor-Superintendente
do Sebrae-SP

✉ @bcaetano
✉ bcaetano@sebraesp.com.br
✉ www.facebook.com/bcaetano1

Empreender: oportunidade de negócio ou paixão?

Muitas pessoas com potencial empreendedor e que fizeram economias durante boa parte da vida nos procuram no Sebrae com a seguinte pergunta: “Tenho pensado em iniciar um negócio. Onde devo investir?”

As possibilidades são inúmeras. Seja qual for o interesse, em todos os casos orientamos o candidato a empreendedor sobre tudo o que deve ser levado em conta na hora da escolha: aspectos envolvendo análises de viabilidade, estudos de mercado, avaliação da concorrência, percepção de tendências.

No entanto, existe mais um fator que à primeira vista pode parecer romântico, mas que é fundamental e deve ser considerado. Trata-se da paixão. Junto com o sonho de ser empresário, ela exerce um papel muito importante, mesmo estando longe de ser um critério científico ou racional.

Muitos dos que montam um negócio próprio, após um tempo veem que deixaram de trabalhar 40 horas para os outros e agora trabalham 80 horas para elas mesmas. E isso sem férias, 13º e sem poder reclamar com o chefe. Se, ainda por cima, o novo empreendedor não gostar do que faz e estiver ali apenas porque a atividade está aquecida, complica mais ainda. O mercado é cíclico e ramos extremamente atrativos num dado momento podem deixar de sê-lo, como aconteceu com lan houses e locadoras de vídeo.

A maneira como o empreendedor se relaciona e se identifica com aquilo que escolheu está diretamente ligada ao sucesso do empreendimento. Quanto mais entusiasmo pelo negócio, maiores as chances de crescimento da empresa. Transformar sua paixão numa fonte de renda é mais inteligente, pois você vai trabalhar mais feliz, com brilho nos olhos, transmitindo isso em seu ambiente para clientes, funcionários e fornecedores. Ao se relacionar com trabalho de forma honesta você valoriza os triunfos e se prepara para novos desafios. O importante na vida é ter e gerar satisfação.



Remuneração

Em 2012, houve aumento de 8% no valor médio do rendimento por empregado, nas MPEs paulistas, sobre o mesmo período do ano anterior. Indústria e comércio foram os setores com maior aumento na renda real (8,5% ante 2011).

Inovação também é para

A empresa que quiser se manter forte no mercado atualmente precisa incorporar a inovação no seu dia a dia. Isso pode ser feito com mudanças simples, boas ideias e está ao alcance de negócios de qualquer porte.

De acordo com o consultor do Sebrae-SP, Adriano Augusto Campos, acredita-se ainda que a inovação esteja ligada somente à tecnologia de ponta ou grandes investimentos, mas esse conceito é errado. “É mais fácil transformar por meio de atitudes do que com a compra de equipamentos e contratação de consultorias”, enfatiza.

Certa dose de novidade ajuda a tornar a empresa mais competitiva

e consequentemente gerar mais receita. Segundo Campos, o mercado é muito dinâmico e quem não busca mudanças planejadas e eficientes, corre o risco de ficar para trás e perder espaço para a concorrência. “Hoje em dia é difícil ganhar dinheiro a longo prazo mantendo os mesmos produtos, serviços e posicionamento”, afirma.

Em alguns casos a inovação traz melhorias que não aumentam diretamente o lucro, mas pode reduzir tempo de produção, desperdícios e falhas de comunicação, que no final das contas ajudam a empresa a se manter eficiente e saudável.

A gerente do Sebrae-SP, Maria Alice Alves Moreira, diz que vale a pena

investir no design, por exemplo. O produto mais atraente desperta o desejo do consumo e o cliente aceita pagar pelo valor agregado.

Sucesso

Gislaine de Fátima Marcandali, proprietária da Dublê, provou do gostinho e hoje colhe os frutos. A empreendedora ganhou as etapas estadual e nacional do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios na categoria empreendedor individual. A ex-cabelereira criou e patenteou um lavatório móvel em parceria com o Sebrae-SP, dentro do programa Empretec, para que cabeleireiros possam atender clientes em domicílio. O produto está fazendo sucesso e foi exposto na Hair Brasil 2013. “No começo tive prejuízo e dor de cabeça, hoje faturei entre R\$ 10 mil e R\$ 15 mil por mês”, conta, feliz com a conquista que já atraiu clientes de México, Portugal e Espanha.

Gastar mais do que o necessário levou a proprietária de um salão de Beleza em Natal (RN), Fabiana Godim, a pensar diferente. Ela percebeu que o desperdício de produtos e a quantidade de poluentes que um salão gera são enormes. Com a orientação do Sebrae desenvolveu o HairSize, um conjunto de ferramentas que dosam a quantidade de produtos que o cabelo precisa, reduzindo a zero a perda.

“Gastando menos material eu aumento o meu lucro, contribuo com o meio ambiente e também aprimoro o tratamento que estou oferecendo. Para madeixas bem cuidadas não precisa existir exagero de cremes e tinturas”, assegura Fabiana.

Com ajuda das consultorias do Sebrae-SP, o empresário Luiz Henrique Bonifácio de Freitas, da



passos para mudar

1

Esteja disposto a correr riscos planejados. As ideias devem ser praticáveis, programáveis e mensuráveis.

2

Fique atento a tudo o que ocorre ao redor da empresa. Muitas dicas de melhoria estão no círculo de relacionamento.

3

Esteja aberto para buscar ajuda. Alguém com uma boa ideia sempre é bem-vindo.

4

Conheça bem o mercado de atuação e preste atenção às movimentações e novidades do segmento.

5

Planeje a inovação e acompanhe se os resultados estão coerentes com os objetivos da empresa.



O valor da folha de salários das MPEs do estado de São Paulo totalizou R\$ 76,3 bilhões em 2012, R\$ 7,3 bilhões a mais que em 2011.

a micro e pequena empresa



Gislaine: inovação atraiu clientes do México, de Portugal e da Espanha

Bonhi massas confeitaria e panificação, transformou sua pequena indústria na zona norte de São Paulo. Padronizou e reformulou as receitas, mapeou processos, contratou uma nutricionista e está definindo os cargos e funções dos quatro funcionários que tem.

Com as medidas ele conseguiu cortar custos e ter mais competitividade.

"Tenho condições de produzir mais e com melhor qualidade. De fevereiro para março, apesar do setor da indústria estar passando por um momento fraco, tivemos um aumento de 24% no faturamento", diz animado.

"A empresa que implanta melhorias no processo produtivo se torna mais eficiente, reduz os custos de

Dicas para melhorar o seu negócio

- Agregue algum diferencial que o cliente perceba e aceite pagar mais por isso.
- Invista em um novo processo ou melhore o que já existe e torne a produção mais eficiente.
- Explore novas formas de se comunicar com o mercado, de exibir sua marca e produtos.
- Organize a empresa e deixe as operações mais eficientes.

ALI para a pequena indústria

O Programa Agentes Locais de Inovação é uma parceria com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico e Científico (CNPq). Ele mapeia eleva o grau de renovação das indústrias de pequeno porte. Agentes auxiliam o empresário a planejar e adotar práticas eficientes. O acompanhamento é feito por dois anos. Em São Paulo, mais de 1,2 mil empresas estão sendo orientadas e a expectativa é que 15 mil sejam atendidas no Estado até o final de 2014. Mais informações no 0800 570 0800 (ligação gratuita).

produção e gera mais receita", explica Maria Alice.

Agora, a empresa de Freitas segue um plano elaborado por meio do programa Agentes Locais de Inovação (ALI), também oferecido pelo Sebrae-SP, que inclui criação de logotipo, definição de missão, valor e visão, redução da perda da produção e participação dos

funcionários no lucro da empresa (leia mais sobre ALI nesta página).

Para quem se interessou, o Sebrae-SP oferece alternativas eficientes, acessíveis e muitas delas gratuitas. ☺



Momento certo

Sempre é hora de criar, desde que o empresário se programe. O correto é ser proativo e não esperar as incertezas e ameaças do mercado baterem à sua porta.



Atenção

Errar é comum e para não ter surpresas desagradáveis é preciso pensar em todo o processo da ação. Cuidados minimizam as possibilidades de frustrações e prejuízos financeiros.



Competitividade

O sucesso é garantido à medida que a empresa implanta novidades que melhoram o seu desempenho.



Jornal de
negócios
mais

Veja entrevistas de Gislaine no Prêmio Sebrae Mulher de Negócios:
<http://sebrae.sp/jnmais230>

classificados



ALIMENTÍCIO

Empacotadora Semi-automática

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

O MENOR PREÇO DO MERCADO

abi pack www.abipack.com.br
Tel/Fax: (11) 5072-7805

COMUNICAÇÃO / GRÁFICA

DÚVIDAS NO DESENVOLVIMENTO DO SITE PARA SUA EMPRESA?



Tel: 11.2306-9876 / 11.5921-2396
www.sitecatalogo.com.br/consultoria

DIVERSOS

ANÚNCIOS: brindes e embalagens personalizadas, ligue para Ythajaci e faça sua consulta.

Tel.: (11) 2157-8484 - www.ythajaci.com.br

FORMAÇÃO: de equipe de vendas, revisão de processos adm, mkt e rh visando resultados estratégicos.

Tel.: (11) 99379-5066
vssolucoesmarketing@gmail.com

FENARTE

Moveis Sob Medida

Comercial e Residencial

marcenariafenarte.com.br

Tel.: (11) 3859-5837

Cel.: (11) 9.9897-0305

GPR 1 software

100% WEB
O MELHOR CUSTO/BENEFÍCIO DO MERCADO
TECNOLOGIA DE PONTA A PREÇO ACESSÍVEL
ERP PARA PEQUENOS A GRANDES NEGÓCIOS

TEL: (19) 3233-4042

CONFECÇÃO

MIRRA: uniformes profissionais, empresas em geral, especializada em roupas de construção civil, entre outros.
Tel.: (11) 55151331
www.mirrauniformes.com.br

Diversos modelos. Escolha o seu!

Site a partir de 2X 150,00

• Gráfico • Digital • Marketing

(11) 4789-2468



Nextel: 7005-7116
ID: 55*38*121564

[contato@dempublicidade.com.br](mailto: contato@dempublicidade.com.br)
www.dempublicidade.com.br

CONSULTORIA

CONTABILIDADE-VCN: abertura e encerramento de empresas, declaração impositiva de renda PJ e PF, serviços gerais contábeis. Tel.: (11) 5663-2842 ou 99780-6267.

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

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

Quer mais LUCRO nos negócios?

Invista em cursos de Marketing e Redes Sociais.



Tel: (11) 3459-0378
dasredes.com.br/cursos

3MI factoring

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

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

DINHEIRO EM FOCO

Consultoria Financeira Empresarial
Desenvolvemos estratégias personalizadas para cada tipo de negócio, otimizando o aproveitamento de seus recursos empresariais.
dinheiroemfoco.com.br
11 2337-4000

Escritórios Prontos
Escritórios Virtuais
Salas Comerciais
Coworking

+55 11 4306 9000
espacoberrini.com.br

Agora na:
Berrini, Centro e
Paraíso a partir
de R\$ 160,00/mês



Escritórios Prontos
Escritórios Virtuais
Salas Comerciais
Coworking

+55 11 4306 9000
espacoberrini.com.br

Agora na:
Berrini, Centro e
Paraíso a partir
de R\$ 160,00/mês



Escritórios Prontos
Escritórios Virtuais
Salas Comerciais
Coworking

+55 11 4306 9000
espacoberrini.com.br

Agora na:
Berrini, Centro e
Paraíso a partir
de R\$ 160,00/mês



Dentis Sanus
saudade com previsão

Como está o sorriso da sua empresa?
A Dentis Sanus oferece planos odontológicos empresariais, com ampla cobertura e atendimento.
FONE: (11) 2093-6736
www.dentissanus.com.br

3MI factoring

QUER UMA MÃOZINHA
RECEBA À VISTA SUAS DÉBITOS A PRAZO
Negocie seus cheques e duplicatas pelo menor custo do mercado
consulte-nos (11) 2723-3218
www.3mi.com.br

NOSSO OBJETIVO É SUPERAR SUAS EXPECTATIVAS!

JOTA DETRAN SP

Dentro do **ATLANTA** www.atlantapeças.com.br
(11) 2042-2222 / 3477-2222 / 99165-7047
Nextel: ID 117*32935 / 117*32937
jotadetransp@terra.com.br / jotadetransp@hotmail.com

CNH: Mande SMS com N°
CNH p/ (11) 98040-2222
e elimine suas dúvidas

Financie Débitos:
Cheque até 18x

Banco Daycoval
Bradesco

* 0 km 1º Emplacamento
* Transferência (Capital e Grande SP)
* Licenciamento / SP (Capital e Interior)

CADIN MULTAS IPVA
Cartão até 12x



* Docs. Apreendidos
* Bloqueio de Veículos
* Laudos Veículos (Fotográfico e Cautelar)

INFORMÁTICA

AULAS: de informática no seu local e criação de sites para seu negócio.
Tel.: (11) 9971-62000 ou 2592-9404 - ROBERTO. www.infosolucoesdesign.com.br

BASIS
sistemas

Softwares para o Mercado Imobiliário

- administração de condomínios
- administração locação de imóveis
- administração de vendas e locação de imóveis

+55 11 3819-0770
www.basisistemas.com.br

INDÚSTRIAS, COMÉRCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES...
Seu Sistema está em DDS, seu Controle está em Planilha, quanto mais avançado é seu SISTEMA?

Desenvolvemos e adaptamos novos Sistemas para as necessidades de sua Empresa, Sistema Simple, BI e segurança com informações rápidas e organizadas.

ANALISANDO EM ATÉ 14 X
Adaptações ao Sistema para as Necessidades de sua EMPRESA II
...Desde 1989 - CONSULTE-NOS
Grande Maior Preço Implementação e Treinamento no Local.

LIGUE JÁ!
5585-9277 www.viaclient.com.br
5581-9352

INDÚSTRIAS, COMÉRCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES...
Seu Sistema está em DDS, seu Controle está em Planilha, quanto mais avançado é seu SISTEMA?

Desenvolvemos e adaptamos novos Sistemas para as necessidades de sua Empresa, Sistema Simple, BI e segurança com informações rápidas e organizadas.

ANALISANDO EM ATÉ 14 X
Adaptações ao Sistema para as Necessidades de sua EMPRESA II
...Desde 1989 - CONSULTE-NOS
Grande Maior Preço Implementação e Treinamento no Local.

LIGUE JÁ!
5585-9277 www.viaclient.com.br
5581-9352

O Sebrae-SP não se responsabiliza pelas informações disponibilizadas neste espaço publicitário. O anunciantes assume responsabilidade total por sua publicidade.

Classificados

INDUSTRIAS, COMERCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES...

Seu Sistema está em DOS, seu Controle está em Planilhas, queremos apresentar o seu SISTEMA!

Desenvolvemos e adaptamos nossos sistemas para as necessidades de sua Empresa, Rápidos, Fáceis, Seguros, com integração e segurança e personalizadas.

ABASTECIMENTO E FTE 10.0
Adequado os Sistemas para as Necessidades de sua EMPRESA!!
... Desde 1991 - CONSULTE-NOS
Graça Ma Pucci Importação e Distribuição no Brasil.

Ligue já!
5585-9277 www.viaclient.com.br
5581-9352 VIA CLIENT Informática

VOCÊ NO CONTROLE DA SUA INDÚSTRIA

ERP GESTÃO XXI
A INTEGRAÇÃO DE SEUS DEPARTAMENTOS

GestãoXXI SISTEMAS E SOLUÇÕES
www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

MARCAS & PATENTES

MARCAS & PATENTES
DIREITOS AUTORAIS
3340-7713
sgumaraes@sgumaraes.com.br

OFERTA DE MÁQUINA E EQUIPAMENTO USADO

VENDA: máquina: torno romi i20 -26 mil. fresadora ferramenteira - 27 mil; serra franco nova capacidade corte 400 mm. Tel.: (19) 8113-1390 ou 3271-3981 – MARCOS

ORGANIZACIONAL

Escrítorio Santana de Contabilidade Ltda

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

Escrítorios Fiscais - Repartições Públicas Contratos - Distritos - Assuntos Fiscais, Contábeis e Trabalhistas - Aberturas - Encerramentos - Consultoria Processamento de Dados Implantação de meios avançados de Informática aplicáveis na gestão das empresas em geral.

site: www.escritoriosantana.com.br

Crimark
MARCAS & PATENTES

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

DDG 0800 13 33 13
Http://www.crimark.com.br
e-mail: crimark@crimark.com.br

Union Global Logistics
The World Door to Door

Somos seu parceiro em Comércio Exterior!

Com Competência e Responsabilidade, Vabilizamos suas Operações de Importação e Exportação.

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

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

PLANECON
AGENDE UMA VISITA SEM COMPROMISSO

NEGÓCIOS FORAM FEITOS PARA SER RENTÁVEIS, CONSULTE UM ESPECIALISTA EM CUSTOS

Fone: (11) 99176 7062 / 3424 4959
e-mail: contato@consultoriaplanecon.com.br
site: www.consultoriaplanecon.com.br

BRASILMAR

Exportação/Importação Despachos Aduaneiros

Marítimos, aéreos e rodoviários Consultoria e Assistência em comércio exterior

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

PROCURA REPRESENTANTES

UTILIDADES: domestica-empresa necessita de representante/vendedor com carteira de cliente já formada.
Tel.: (11) 4648-8776
sml@smlplasticos.com.br

SOCIEDADE

EMPRESA: em São Paulo com representações internacionais e radar (imp/exp) procura sociedade com ev. transferência /venda posterior. amtz@uol.com.br

EMPRESA: de uniformes busca sócio investidor com experiência para expansão. Tel.: (11) 5515-1331 - ELIEMARA - escola.lopes@hotmail.com

TRANSPORTE

TRANSPORTE: executivo para Campinas e região, translado: feiras, aeroportos, reuniões, convenções.
Tel.: (19) 97459740/78019481
isctransportes@yahoo.com.br

OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

PENSANDO COMEÇAR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO MAS FALTA-LHE CAPITAL DE GIRO ?

COM ALGUMA EXPERIÊNCIA EM PROCESSO E ALGUNS POUCO EQUIPAMENTOS.....

MONTAR E REFORMAR CILINDROS HIDRÁULICOS E PNEUMÁTICOS USANDO OS PRODUTOS E FACILIDADES MARVITUBOS Torna-se uma brincadeira de criança...

TUBOS E PERFIS DE ALUMÍNIO PARA CAMISA DE CILINDRO PNEUMÁTICO

TUBOS DE AÇO BRINIDOS PARA CAMISA E BARRAS CROMADAS DE AÇO PARA CAMISA

PEÇAS COMPONENTES PARA CILINDROS HIDRÁULICOS E PNEUMÁTICAS

NÃO FAÇA ESTOQUE! USE O NOSSO

PRONTA ENTREGA VENDEMOS A PARTIR DE UMA SÓ PEÇA

CORTAMOS PEÇAS NO COMPRIMENTO

TUBOS BRINIDOS PARA CAMISA MARVITUBOS BARRAS CROMADAS PARA HASTE

solicite-nos CATALOGOS: www.marvitubos.com.br desenvolvimento@marvitubos.com.br tel (16) 3019.9000

EMPRESA ISO 9001 CERTIFICADA

HTD

TENHA TOTAL CONTROLE DA SUA EMPRESA E ATENDA AS EXIGÊNCIAS DO FISCO!

Emissão de NF-e, geração do SPED, controles financeiros e operacionais e muito mais pagando apenas o valor da manutenção e o treinamento opcional.

Saiba mais, ligue agora!

11 2682-9644
11 3294-8635
www.htds.com.br

O ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

GestãoXXI SISTEMAS E SOLUÇÕES
www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

SISTEMAS

brl criações
brlcriacoes.com.br

Websites + Links Patrocinados Hosteragem

Criação de websites de qualidade e personalizados é o nosso objetivo, agende uma visita!

+55 11 2305.0513
 contato@brlcriacoes.com.br

INVENTOS

Sistema Gestão XXI Módulos :

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

GestãoXXI SISTEMAS E SOLUÇÕES
www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058

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

NF-e

GestãoXXI SISTEMAS E SOLUÇÕES
www.gestao21.com.br
(11) 4224-2001 / (11) 2376-6058



Varejo

Organização do ponto de venda é

Boa localização, equipe capacitada e bons produtos são ingredientes da receita de sucesso para qualquer empresa varejista. Juntam-se a isso os componentes visuais do estabelecimento: vitrine arrumada, fachada atraente e organização interna.

São nesses pontos que reside um dos principais desafios do empreendedor: como tornar a loja mais convidativa.

Muitas vezes o empresário não sabe qual caminho trilhar na hora de organizar o ponto de venda. Pensando nesse dilema, o Sebrae-SP lançou o Inova Loja Digital, ferramenta para ajudar, via internet, micro e pequenos varejistas a identificar problemas e oportunidades nas instalações do negócio.

O uso do Inova Loja Digital é simples. Após realizar um cadastro, o empresário responde a questionários e envia fotos da loja para análise dos consultores.

As respostas com indicações de melhorias são enviadas por e-mail em até dez dias úteis.

O consultor do Sebrae-SP, José Carmo Vieira, explica que o Inova Loja nasceu para provocar uma mudança na percepção do empresário sobre o próprio negócio.

"Com a ferramenta, o empreendedor passa a ter o olhar do cliente e muda a perspectiva de encarar a sua empresa", afirma.

De acordo com o consultor, o Inova Loja Digital é uma extensão

Salário

Cada empregado das MPEs paulistas recebeu R\$ 1.271,17 mensais no ano passado, em média, segundo pesquisa do Sebrae-SP.



Romano: "Depois da consultoria do Sebrae-SP, o fluxo de clientes aumentou muito"

do programa Comércio Varejista e do Inova Loja Álbum, em que o empresário também fotografa o ponto de venda e, na sequência, cola as imagens em álbuns que passam pela avaliação dos consultores do Sebrae-SP.

"Aliamos o formato álbum à internet para atender o empresário em qualquer sistema", afirma Carmo. "Ganhamos agilidade no atendimento, porque conseguimos atender mais lojistas. Já o empresário ganhou comodidade para fazer a consultoria fora do horário de funcionamento da loja", complementa.

Quem fez aprova

Segundo estudos do Sebrae-SP, a aplicação do visual merchandising ajuda a ampliar as vendas entre 12% e 40%. Foi o que aconteceu com Fabrício Romano, proprietário da Plastipel, de São Paulo, que comercializa embalagens e

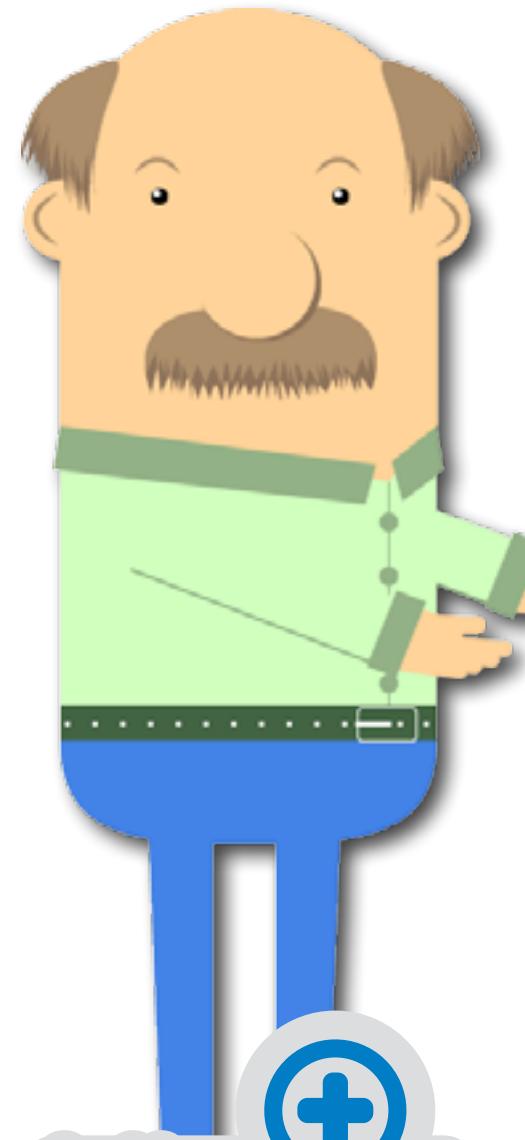
plásticos descartáveis. Em 2012, Romano participou do programa Comércio Varejista e Inova Loja Álbum. A principal providência foi tirar uma prateleira do meio da loja, que dificultava a visualização completa do estabelecimento.

"Depois da consultoria, o fluxo de clientes na loja aumentou muito. No sábado, recebemos cerca de 60 pessoas por hora, o que fez o faturamento crescer 22% no ano passado", conta.

O resultado positivo levou Romano a avaliar a abertura de uma terceira unidade. Hoje ele tem dois estabelecimentos nos bairros de São Miguel e Itaim Paulista, que juntos faturaram cerca de R\$ 300 mil por mês.

O mesmo caminho espera seguir Marcos Cardoso da Silva, proprietário da Máxima Modas em Suzano. Em março, ele buscou o Inova Loja Digital para melhorar

o faturamento da empresa, que vende artigos de vestuário para homens e mulheres. "Consegui identificar pontos de melhorias em iluminação, acessibilidade e exposição das mercadorias", conta. ☺



Jornal de
negócios
mais

Conheça a história do Adamastor e descubra como o Inova Loja Digital também pode ajudar você!
<http://sebrae.sp/jnmais230>



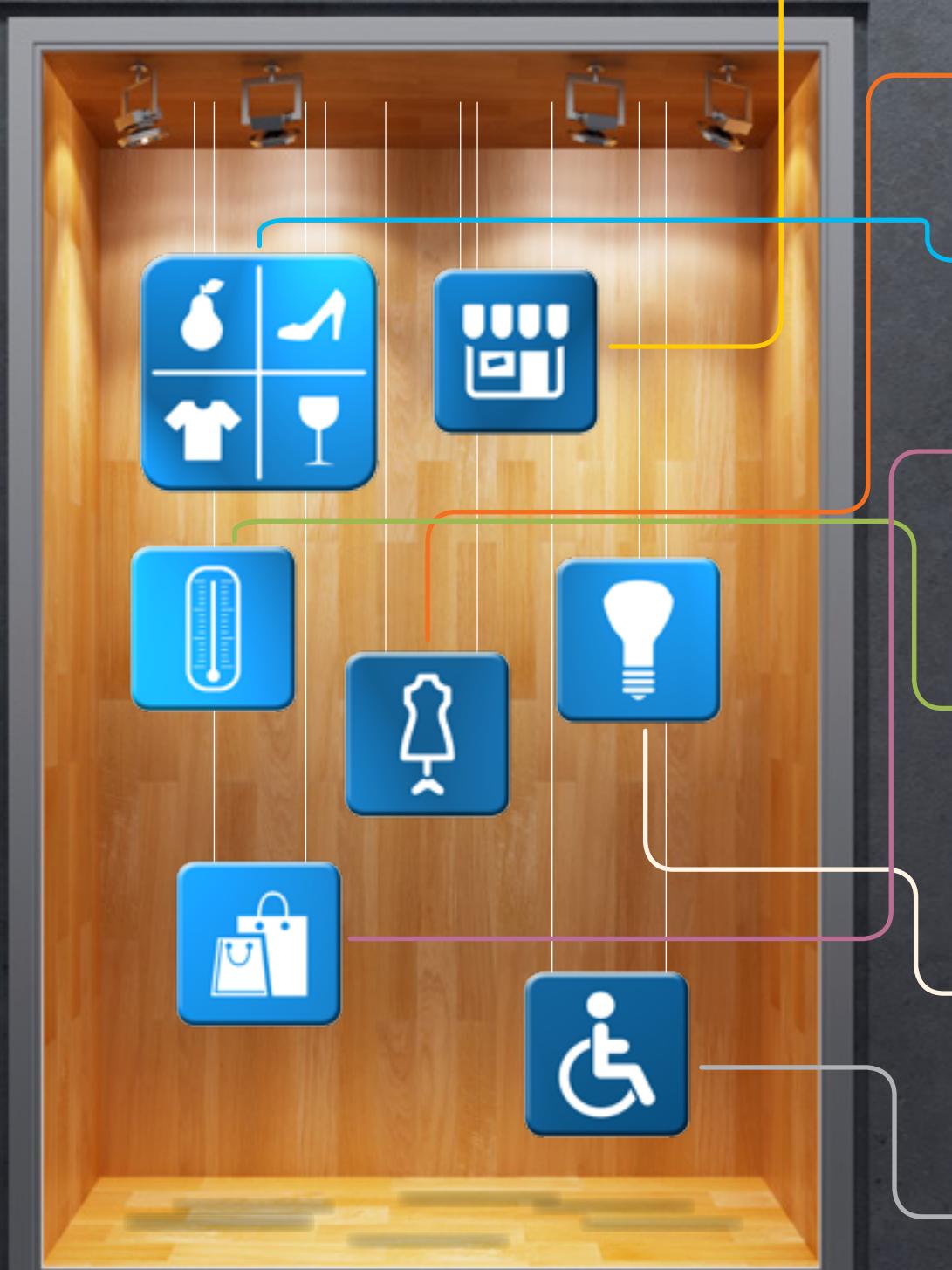
Dos 92 milhões de trabalhadores estimados no Brasil, 22 milhões são pequenos empreendedores. Destes, 19 milhões são trabalhadores por conta própria, e 3 milhões são empregadores com até 10 empregados. Os dados são do levantamento “Vozes da Classe Média”, da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República.

fundamental para negócio dar certo


SEBRAE
SP

Um banho de loja

- **Fachada:** como é o primeiro contato do cliente com a loja, é importante refazer a pintura periodicamente. Ela deve ser o cartão de visitas do estabelecimento.
- **Vitrine:** o mais importante é manter os produtos organizados para que o consumidor veja com facilidade o que loja tem de melhor. Para manter o aspecto de novidade, especialmente em confecção, mude os produtos expostos com frequência.
- **Estrutura interna:** o consumidor precisa circular livremente pela loja. Para facilitar o deslocamento, os móveis devem ocupar no máximo 40% da área de vendas. A iluminação deve ser aconchegante sem abafar o ambiente.
- **Produto:** é importante que os produtos estejam organizados de forma a mostrar a variedade oferecida com lógica, seguindo critérios como tipo de produto, marca, sabor, variante, tamanho, cor. Dependendo do segmento, a arrumação precisa ser diária. Lançamentos são necessários, pois atraem e muitas vezes fidelizam clientes.
- **Temperatura:** optar por sistema de climatização pode ser uma boa alternativa para tornar a temperatura da loja mais agradável. O consumidor precisa se sentir confortável a ponto de aumentar sua permanência na loja, o que ajuda a potencializar a venda. No entanto, o empresário deve ficar atento ao ruído causado pelo ar-condicionado para não incomodar os clientes.
- **Iluminação:** um bom sistema de iluminação ajuda aumentar o potencial de vendas em até 40%. As luzes devem estar na medida certa para tornar o ambiente aconchegante sem abafá-lo. Observar as mudanças da luz natural ajuda a regular a iluminação de maneira adequada.
- **Acessibilidade:** pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida deixam de frequentar estabelecimentos comerciais devido às dificuldades de acesso. Por isso, rampas e degraus devem ser pensados para que o acesso à loja seja fácil e rápido.



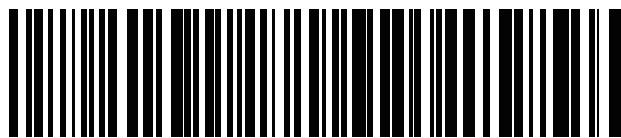
inovaloja

SEBRAE

SP



Estratégia



Supermercados

O faturamento dos supermercados cresceu 8,3% no ano passado em relação a 2011, atingindo R\$ 249,9 bilhões, de acordo com o Ranking Abras da Nielsen e a Associação Brasileira dos Supermercados (Abras).

Emissão de boleto é

À primeira vista, gerar boletos bancários e carnês pode parecer uma tarefa complexa que desperta dúvidas. A resposta pode ser mais simples do que se imagina. Basta ter uma conta corrente – não pode ser poupança – habilitada para cobrança bancária.

Embora o procedimento seja fácil, muitas empresas ainda desconhecem os benefícios do boleto bancário. De acordo com o consultor do Sebrae-SP, Ari Rosolen, essa modalidade de pagamento alia segurança e baixo custo de emissão por cerca de R\$ 3 por título. “O boleto é a segunda forma de pagamento mais utilizada, só perde para cartão de crédito”, afirma Rosolen.

A mesma opinião tem Daniela Coutinho, analista de atendimento da Netdinâmica Soluções, empresa de tecnologia da informação que desenvolve sistema para cobrança eletrônica. “É uma das formas mais seguras de cobrança, pois não requer dados sigilosos do seu cliente para emitir-los.” Além do custo de emissão, há despesas de manutenção que dependem da modalidade da carteira de cobrança escolhida pela empresa, que pode ser registrada ou não. “A carteira sem registro é mais fácil de ser obtida. Cerca de 90% dos clientes da Netdinâmica optam por esse tipo”, afirma Daniela. A definição do tipo de carteira também pode considerar o ramo de atuação da empresa.



“É uma das formas mais seguras de cobrança, pois não requer dados sigilosos do cliente”, diz Daniela Coutinho, da Netdinâmica

“No e-commerce, o mais usado é carteira sem registro, porque o produto só é enviado após a quitação do boleto. Se não há pagamento, não há produto nem perda”, explica a analista da Netdinâmica.

“No caso de uma escola, a prestação de serviço é contínua, por isso a maioria opta pela carteira de cobrança registrada em que é possível protestar o sacado”, completa.

Como funciona

O cedente (empresa) emite o boleto e o envia para o sacado (cliente).

O sacado pode pagar o boleto usando a linha digitável ou código de barras em qualquer agência bancária, lotérica ou via internet até a data do vencimento. Após o pagamento, o dinheiro cai direto na conta da empresa sem intermediários. Rosolen ressalta que o boleto apresenta riscos como qualquer outra modalidade de pagamento.

No boleto à vista, o cliente só recebe a mercadoria após o pagamento do título e tem 48 horas para efetuar o pagamento. “Nesse caso, o risco é a desistência do cliente, porque o produto fica empenhado por dois

dias e não pode ser vendido a outro interessado. Se o boleto não for pago, a compra é cancelada automaticamente”, afirma.

Já o boleto a prazo, que tem data de vencimento posterior a entrega do produto, tem risco maior. “Se o cliente não paga, o banco pode protestar o título com a autorização do cedente. Mas nesse caso, o trâmite é burocrático e pode demorar”, afirma Rosolen. “O boleto deve ser emitido para clientes, que são bons pagadores. Mesmo assim ainda corre-se o risco de atraso no pagamento”, aponta o consultor.



Com 941 mil empregos diretos no ano passado, o setor de franquias projeta expansão do número de postos de trabalho em 2013 em torno de 12%. Com isso, deverão ser criados mais de 100 mil empregos diretos ao longo do ano.

opção segura para cobrar cliente



Cobrança registrada

1

O cedente envia um arquivo de remessa ao banco informando o número de boletos emitidos.

2

Quando um boleto é quitado, o banco comunica o cedente.

3

Nessa modalidade, caso o sacado não pague o boleto, o banco está autorizado a protestar o título desde que o cedente o autorize a protestar.

5

Este tipo de cobrança é mais caro.

Cobrança sem registro

1

É a modalidade mais utilizada, porque não paga taxa para emitir.

2

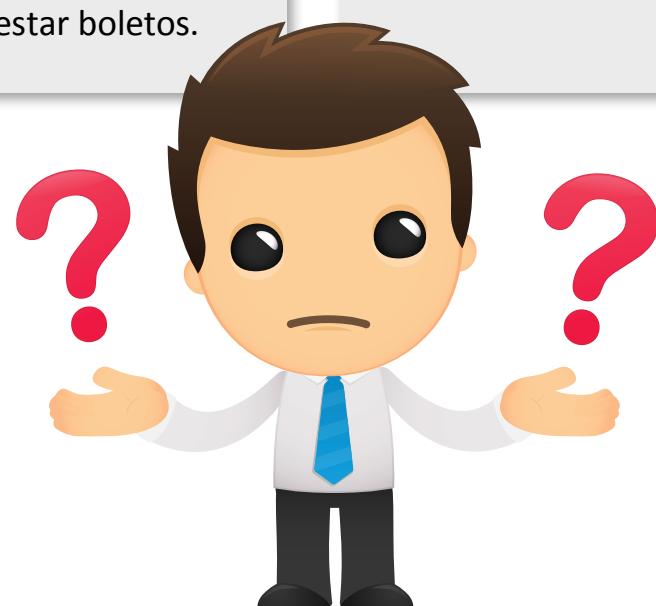
Paga-se uma pequena taxa quando o boleto for creditado em sua conta.

3

A autorização por parte do banco também é mais fácil.

4

Não há registro no banco sobre o boleto emitido.



5

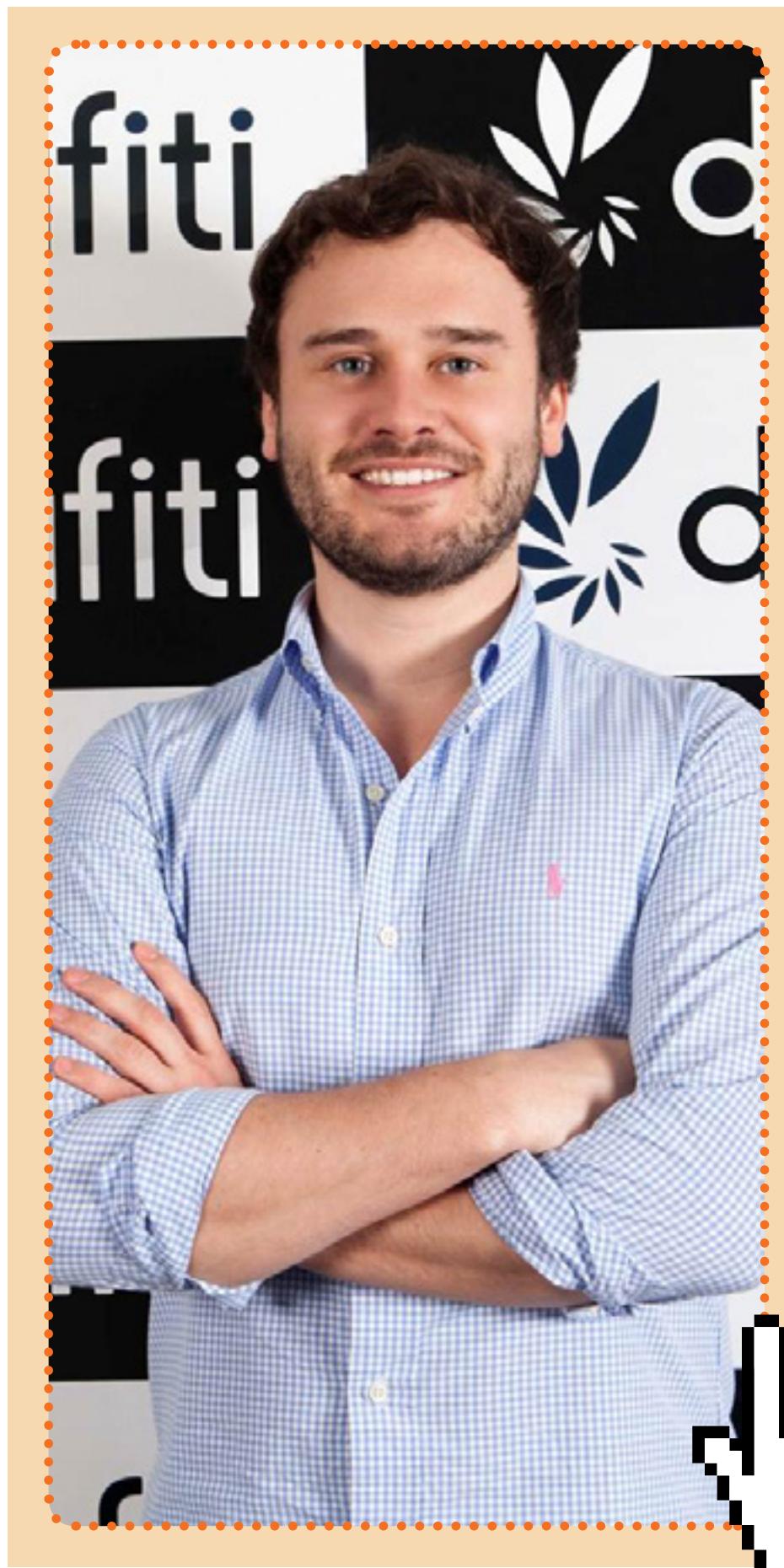
O banco só ficará sabendo da existência do boleto quando ele for pago.



Estudo da Dextron Management Consulting mostra que o setor de cartões de crédito e débito está mais competitivo depois do fim da exclusividade entre Cielo e Visa, Redecard e Mastercard, em 2010. Com a concorrência maior, as taxas de desconto cobradas dos estabelecimentos comerciais caíram mais de 7%, e agora giram em torno de 2,78% a 2,81%.

Entrevista

Pioneirismo no e-commerce



De uma loja de calçados online para o maior comércio de moda do País via internet em um período de dois anos. Assim é a Dafiti, empresa que soma mais de 80 mil produtos de mais de 700 marcas de roupas, acessórios, produtos de beleza e para casa (cama, mesa e banho). Criada em janeiro de 2011, contabiliza 50 milhões de visitas mensais, 25 milhões de visitantes únicos, 1,2 mil funcionários no Brasil e tem operações na Argentina, Chile, Colômbia e México.

A Dafiti é uma iniciativa do brasileiro Phillip Povel, do francês Thibaud Lecuyer e dos alemães Malte Horeyseck e Malte Huffman (foto). Este último é responsável área de marketing da empresa e conversou com o Jornal de Negócios sobre a companhia.

Qual sua formação acadêmica? Como surgiu a iniciativa de tornar-se empreendedor?

Malte Huffmann – Sou formado em Administração na Alemanha e na França. Depois da minha experiência na Consultoria The Boston Consulting Group, em Berlim, optei por arriscar algo e me tornar empreendedor. Junto com meu atual sócio, Philipp Povel, gerenciei a MyBrands, um e-commerce de moda na Alemanha. Empreender significa tomar risco, mas também nos permite ter uma liberdade enorme para tomar decisões e criar um negócio.

A Dafiti foi sua primeira empresa? Qual é a história de sua criação?

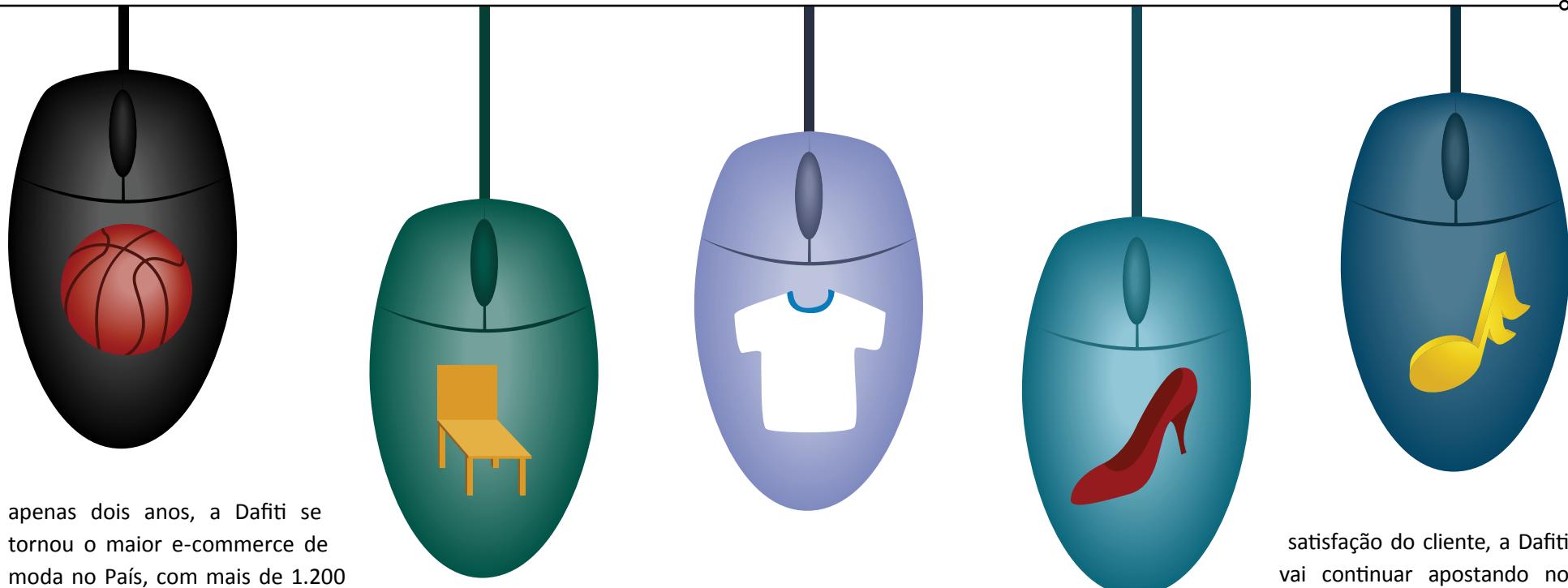
MH - A decisão de abrir um negócio no país veio pelo momento econômico que o Brasil estava vivendo, extremamente positivo e com grandes possibilidades de crescimento. Também queríamos um lugar onde a proposta da Dafiti fosse inovadora. E aqui no Brasil fomos de fato o primeiro e-commerce com foco em moda a começar 100% online. Esses fatores nos ajudaram a alcançar uma posição ao lado dos grandes varejistas de moda do País.

Quanto tempo levou para a Dafiti se firmar no mercado?

MH - Com um ano de atuação, alcançamos a meta de estar entre os principais varejistas online brasileiros. Desde que a Dafiti entrou no mercado observamos uma mudança no comportamento do consumidor online. Segundo dados do e-bit, as vendas online de sapato, roupas e acessórios saltaram da 26^a posição no ranking para a quinta posição em 2011. Em



As MPEs do setor têxtil criaram mais de 3 mil vagas em todo o país em março. São Paulo foi o estado que criou mais postos. A elevação foi de 58,8% ante o último fevereiro (2.007 postos) e de 46,4% em relação ao mês de março de 2012 (2.178 empregos).



apenas dois anos, a Dafiti se tornou o maior e-commerce de moda no País, com mais de 1.200 funcionários no Brasil. A empresa acaba de alcançar 50 milhões de visitas mensais e 25 milhões de visitantes únicos.

Em sua opinião, qual é o grande diferencial da Dafiti? Quais são os pontos que fazem os investidores 'quererem' a Dafiti?

MH - A confiança dos investidores internacionais foi impulsionada pelo compromisso da Dafiti com a excelência operacional, a sustentabilidade do negócio e a satisfação do cliente, que tem excelência em conveniência e serviços como o melhor portfólio de marcas e produtos e diferenciais como frete, devolução e troca grátis, que quebraram barreiras para o consumidor brasileiro. Além disso, a nossa equipe de estilo segue as tendências mundiais, visitando feiras, para manter a loja sempre cheia de novidades. Estamos constantemente aprimorando nossos recursos, como a plataforma de visualização de produtos e mesmo as fotos, tiradas em estúdio próprio, para que a visualização e as cores, por exemplo, sejam bem próximos da realidade, evitando surpresas na hora de receber a compra.

Qual é a importância do SAC para o e-commerce? Como vocês fazem a gestão desse canal com o consumidor?

MH - O SAC é o melhor indicador de desempenho da nossa operação. O consumidor é cada vez mais exigente e se acostumou a dar feedback. O SAC consegue absorver isso. Optamos por não terceirizar nosso serviço de SAC porque acreditamos que, assim, podemos ser mais flexíveis e rápidos para atender os clientes da melhor forma.

A Dafiti é uma sociedade composta por três empresários estrangeiros e um brasileiro que mora há muito tempo fora. Quais foram os principais desafios de atuar no mercado brasileiro?

MH – Somos quatro sócios com vasta experiência internacional, mas muito conhecimento do mercado brasileiro. Além da nossa experiência em negócios que nos preparou para empreender, acreditamos na nossa estratégia de entender e nos adaptar ao mercado brasileiro. Certamente a oferta de frete e troca grátis e as diversas opções de pagamento que a Dafiti tem são grandes diferenciais, somos percussores desta proposta de negócio no Brasil. Com a popularização do acesso à internet e o aumento da renda do brasileiro, o e-commerce deu acessibilidade a produtos de grandes marcas, que antes só podiam ser adquiridos em lojas físicas. Além disso, também tem o fator curiosidade, que atrai muitas pessoas para sua primeira compra na internet. Nossa desafio na Dafiti era reter esses compradores por meio da melhor experiência de compra, o que estamos fazendo mês a mês.

Quais são as projeções para 2013?

MH - A Dafiti quer crescer no mercado total de moda do Brasil, mantendo a atuação 100% online e se equiparando às grandes varejistas do setor. Tendo em vista o potencial do varejo de moda brasileiro, e principalmente do e-commerce de moda, que ainda é pouco explorado diante do potencial, a Dafiti acredita em seus planos para o país. Com confiança dos investidores internacionais e impulsionada por seu compromisso com a excelência operacional e

satisfação do cliente, a Dafiti vai continuar apostando no Brasil ao mesmo tempo em que planeja consolidar suas operações na América Latina a fim de que sejam tão bem sucedidas e sustentáveis quanto a brasileira. Os planos de crescimento visam reforçar as operações logísticas e expandir o portfólio de marcas e produtos nos países da América Latina em que a empresa atua.

Quais dicas você dá para o empresário de pequena empresa se consolidar e ter sucesso nos negócios?

MH - Dedicação e execução de detalhe. Além de tomar risco quando for necessário.

Poderia apontar um erro em sua trajetória empreendedora? E o maior acerto?

MH - Não ter chegado um ano antes no Brasil com o nosso modelo de negócio pode ser um erro. E o acerto, ter chegado aqui (no Brasil).

Quais são os principais desafios de ter uma empresa virtual?

MH - Conseguir a ligação entre o consumidor (que é offline/físico) e a loja.

E quais as vantagens, em sua avaliação, da loja virtual em relação à física?

MH - A Dafiti é o maior "closet" do Brasil. Você pode comprar mais de 700 marcas e escolher mais de 80 mil produtos. Nenhuma outra loja tem esta variedade. Nem no mundo físico se consegue. Além disso, você tem uma navegação que permite escolher o produto certo entre os 80 mil. A navegação faz toda a diferença.



Informe-se

Sebrae-SP e TCE firmam Termo de Cooperação para beneficiar os municípios paulistas

O Sebrae-SP e o Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP) firmaram no dia 18 de março Termo de Cooperação que será fundamental para o trabalho de orientação e incentivos aos municípios paulistas para implementarem a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

A parceria vai contribuir para que gestores públicos conheçam os benefícios da Lei Geral. Entre os principais aspectos positivos estão a redução da burocracia, o incentivo à formalização dos pequenos negócios, a geração de emprego e renda e a unificação dos sistemas de tributação da União, dos Estados e municípios. Além disso, a Lei Geral estimula as compras públicas em MPEs. Atualmente o governo representa apenas 4% do faturamento dos pequenos negócios brasileiros.

“Hoje é um dia muito importante para o Sebrae-SP, pois assinamos uma parceria com o Tribunal de Contas do Estado de São Paulo para incentivar a implementação da Lei Geral da Pequena Empresa nos municípios paulistas. Vamos trabalhar ao lado dos prefeitos, para que tirem a lei do papel, e também trabalhar ao lado dos empresários para que eles se preparem para virarem fornecedores da prefeitura”, destacou o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano.



Roque Citadini, do TCE, e Bruno Caetano, do Sebrae-SP

“Para nós do Tribunal de Contas é um momento importante, porque vamos junto com o Sebrae-SP dar uma ampla divulgação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas. Vamos contribuir para propagandear esta legislação que é tão importante para os municípios”, complementou o presidente do Tribunal de Contas de São Paulo, Roque Citadini.

Um levantamento feito pelo Sebrae-SP em fevereiro de 2013 detectou que no Estado de São Paulo, até o momento, a Lei Geral das MPEs foi implantada em 81 cidades e está regulamentada em outras 330. ☺



LIBRAS Língua Brasileira de Sinais

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

Faça o download gratuito da agenda de cursos, palestras e oficinas do Sebrae-SP em todo o Estado.

Confira: <http://sebrae.sp.br/agenda>



Agenda de Tributos

Microempreendedor Individual (MEI)

20/05

Recolhimento em valores fixos mensais. Último dia para pagar DAS referente a abril/13.

Simples Nacional (ME / EPP)

15/05

Diferença de carga tributária. Diferencial de alíquota de ICMS devido pelas empresas optantes pelo Simples referente às aquisições de produtos de outros Estados realizadas em março/13.

20/05

Recolhimento do DAS. Tributos devidos e apurados na forma do Simples Nacional a ser pago até o dia 20 do mês subsequente em que houver sido auferida a receita bruta.

29/05

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

20/05

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

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

IRPJ – recolhimento trimestral. Último dia do mês seguinte à apuração do trimestre. Meses abril, julho, março e janeiro.

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. Recolhimento trimestral. Abril, julho, março e janeiro.

20/05

INSS. Contribuição Previdenciária devida, calculada sobre o total da folha de pagamento, bem como dos valores retidos. Recolhimento referente abril/13.

24/05

PIS/Pasep Faturamento. Contribuição com base no faturamento de abril/13. Código Darf: 8109 - Alíquota: 0,65%.

Cofins faturamento. Base: faturamento de abril/13. Pagamento até o 25º dia do mês subsequente. Código Darf: 2172 - Alíquota: 3%.

Obrigações diversas

FGTS. Recolhimento relativo à competência de abril de 2013.

Caged: Envio ao Min. do Trabalho da relação de admissões, transferências e demissões de empregados ocorridas em abril/13.

15/05

INSS. Contribuintes individuais, facultativos e empregadores domésticos.

20/05

INSS. Produtor Rural (pessoa física e jurídica) e retenção de 05% na Fonte (cessão de mão-de-obra).

GPS. Entrega ao sindicato. Guia de recolhimento da Previdência Social. Entrega, contrarrecibo, da cópia da GPS, referente ao mês de abril de 2013, para o Sindicato representativo da categoria profissional (Dec. 3.058/99).

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

Quinzenalmente

PIS/Cofins/CSLL - Fonte

Contribuições PIS/Cofins/CSLL retidas na Fonte.