

Jornal de

negócios

Edição impressa

Ano XX - nº 243
São Paulo - Junho/2014

0800 570 0800

facebook.com/sebraesp
 youtube.com/sebraesaopaulo

SEBRAE
SP

MARKETING

Manter bom relacionamento fideliza cliente

Págs. 6 e 7 ►



Pimentel: foco na fidelização

EMPREENDEDORISMO

Ganhe dinheiro com seu passatempo

Talento, criatividade e uma boa dose de empreendedorismo podem transformar um hobby em atividade lucrativa. [Págs. 4 e 5 ►](#)



Thiago Ferreira fez do hobby de produzir doces uma iniciativa profissional

ADMINISTRAÇÃO

Programa do Sebrae-SP orienta dentista sobre gestão

Pág. 3 ►

FINANCIAMENTO

BNDES tem crédito para micro e pequena empresa

Pág. 12 ►



O Empretec deu um novo rumo para os negócios de Rozzato

QUALIFICAÇÃO

Empretec ensina o caminho das pedras para empreender

Págs. 8 e 9 ►


**Dicas
de leitura**
**Sua Ideia Vale um
Negócio?**


Se você tem uma grande ideia, este livro vai ajudá-lo a testar a viabilidade de seu projeto, por meio de um método comprovado e fácil de aplicar. Com um texto claro e envolvente, a obra mostra aos potenciais empreendedores a maneira de começar, colocar em prática grandes ideias e planejar um negócio.

Michael E. Gerber, um conhecido guru de negócios e autor de vários livros com milhões de exemplares vendidos ao redor do mundo, esclarece como os resultados de seu novo negócio podem ser tão espetaculares quanto seus sonhos.

A Arte do Começo


A obra mostra como o empreendedor pode alcançar vantagens competitivas quando seu empreendimento é inovador. Especialista em tecnologia e marketing, Guy Kawasaki,

um dos estrategistas mais originais e irreverentes do mundo dos negócios, apresenta um guia indispensável para qualquer pessoa começando qualquer negócio, seja uma empresa multinacional ou um grupo paroquial. Na década de 1980, ele ajudou a liderar uma das grandes empresas do século - a Apple -, transformando consumidores comuns em efusivos divulgadores da marca.

Hoje o dinamismo no mundo corporativo admite poucos erros, que devem ser detectados e corrigidos a uma velocidade ainda maior; exige pessoas empreendedoras, com competências múltiplas, capacidade de aprender e promover transformações e se destacarem num mundo interconectado como o nosso.

No Sebrae-SP investimos em várias frentes para ajudar o pequeno empresário a trilhar os melhores caminhos rumo à competitividade.

Nos campos da orientação e capacitação aprimoramos constantemente nossos produtos e serviços, utilizando os conhecimentos de nossos consultores e dos especialistas de nossa rede de apoio.

Nesta edição, você vai conhecer detalhadamente alguns destes serviços. Gostaria de destacar um: o Empretec,

seminários desenvolvidos pela ONU e aplicado no Brasil com exclusividade pelo Sebrae. Em São Paulo cerca de 50 mil empreendedores já participaram desta verdadeira jornada e a esmagadora maioria não se arrependeu: 97,6% o indicam para amigos, parentes, sócios, etc.

É comum ouvir depoimentos como estes: "Eu era empresário. Hoje sou empreendedor"; "Foi um choque de realidade. Como reaprender a ler e a escrever"; "Foi um divisor de águas. Com o tempo fui me ajustando e evoluindo".

Queremos ouvir muito mais. Nossa meta é que centenas de milhares de outros paulistas participem desta e de outras soluções que apresentamos.

Para isso estamos trabalhando incansavelmente e, em breve, vamos inaugurar um novo centro de capacitação,



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

que vai ampliar consideravelmente o número de vagas para o Empretec.

É nossa contribuição para formar negócios de alto impacto, geradores de indicadores positivos e portadores de excelência. Boa leitura!

Dúvida do empreendedor
**Tenho uma pequena cafeteria. Desejo abrir uma loja de roupas.
É possível ter as duas empresas no Simples Nacional?**

Para que as duas empresas possam pagar seus tributos pelo Simples Nacional, a receita bruta global anual (das duas empresas somadas) não poderá ultrapassar o limite de receita bruta anual estabelecido para a EPP – Empresa de Pequeno Porte que é de R\$ 3.600.000,00, conforme o Inciso III, do §4º do Artigo 3º da Lei Complementar número 123/2006, conhecida por Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

Quando a receita bruta anual das duas empresas somadas ultrapassar o limite de R\$ 3.600.000,00, ambas empresas, no ano-calendário seguinte ao excesso de receita bruta, deixam de ser beneficiárias da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, sendo excluídas do Simples Nacional por consequência.

Portanto, caso a receita bruta anual global das empresas beneficiárias da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa que possuem sócio e/ou titular em comum somadas não ultrapasse o limite mencionado, poderão as duas empresas pagar seus tributos

pelo Simples Nacional, atendidos aos demais requisitos legais.

Lembramos que não é possível uma pessoa ter dois registros como Empresário Individual.

Para mais informações, você tem a possibilidade de fazer o curso gratuito do Sebrae-SP a distância sobre o Simples Nacional, consulte em www.sebraesp.com.br/ead ou entre em contato, em dias úteis, pelo telefone 0800 570 0800.



Silvio Vucinic,
consultor jurídico do Sebrae-SP

Ouvir

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 ouvi-lo:
0800 570 0800 | ouvidoria@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br > clique em OUVIDORIA.



Dentista Empreendedor já está disponível para todo Estado

Quando a recém-formada Andréa Lucchesi decidiu abrir seu consultório dentário há quase duas décadas, encontrou dificuldade principalmente sobre a gestão do seu negócio. Hoje a realidade é a mesma. Os profissionais saem das universidades preparados para exercer a profissão, mas sem conhecimento sobre como gerenciar a sua carreira e o seu negócio.

Para sanar essa falha na formação profissional, o Conselho Regional de Odontologia de São Paulo (Crosop) firmou uma parceria institucional com o Sebrae-SP para lançar o programa “Dentista Empreendedor”. A iniciativa tem o objetivo de oferecer a profissionais da área cursos, palestras, oficinas e consultorias, abordando questões como empreendedorismo e gestão empresarial, de forma presencial ou pelo sistema de Educação a Distância (EAD).

O primeiro passo dessa parceria foi a produção da cartilha *Como abrir e fazer a gestão de uma clínica odontológica*, disponível no site do Crosop (www.crosop.org.br) para download. O manual traz



Programa Dentista Empreendedor é uma parceria do Sebrae-SP com o Crosop

informações sobre a legislação, dicas e cuidados necessários para a gestão de uma clínica, apresentando estratégias de administração voltadas especificamente para os profissionais de odontologia.

Na segunda etapa, o Sebrae-SP desenvolverá um ciclo de atividades presenciais do ‘Dentista

Empreendedor’ em todas as cidades do interior de São Paulo que têm um escritório regional (confira calendário na página do Crosop na internet). Esta é uma oportunidade para que profissionais recém-formados ou já estabelecidos, como Andréa, atualizem seus conhecimentos nas áreas de finanças, marketing e planejamento.

“Saímos totalmente despreparados em relação a gestão de um consultório, não há um amadurecimento de que o trabalho do cirurgião-dentista é também de um empresário responsável pelo próprio negócio. Temos despesas com aluguel, luz e água, com funcionários e fornecedores. É preciso ter uma organização contábil, investimento em marketing, fidelização de pacientes e conquista de novos. Isso demanda aprendizado e técnica e essas estratégicas deveriam começar nos cursos de graduação, despertando o nosso lado empreendedor”, observa a cirugiã-dentista, especialista em prótese dentária.



Confira mais fotos
dos lançamentos regionais
do programa em
<http://sebrae.sp/jnmais243>

Expediente

Publicação mensal do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Alencar Burti
ACSP, ANPEI, Banco do Brasil, Faesp, Fecomercio, Fiesp, Fundação Parqtec, IPT, Desenvolve SP, SEBRAE, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Sindibancos-SP, Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal.

DIRETORIA EXECUTIVA

Ivan Hussni (Diretor Técnico)
Pedro Jehá (Diretor de Administração e Finanças)

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado
Gerente: Eduardo Pugnali

Editora responsável: Marcelle Carvalho - MTB 00885
Editores assistentes: Roberto Capisano Filho e Daniel Lopes
Repórteres: Andreea Guedes, Bruno Sales, Giuliana Gonçalves, Miriam Bizarro e Pedro Corrêa
Fotos: A2 Fotografia e Geovana Ferreira
Ilustrações: thinkstockphotos.com
Apóio Comercial: Valéria Capitani
Projeto Gráfico e diagramação: Marcelo Costa Barros
Impressão: Cia Lithographica Ypiranga

SEBRAE-SP
Rua Vergueiro, 1.117, 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: 31 77-4635
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



Empreendedorismo

Menos burocracia

O Sebrae, a Secretaria da Micro e Pequena Empresa e a Anvisa assinaram acordo técnico para desburocratizar o processo de alvará sanitário para Microempreendedores Individuais (MEIs) e agricultores familiares. O acordo prevê ações conjuntas para a implementação em todo o Brasil da Resolução nº 49 de 2013, em vigor desde 30 de abril, que simplifica e uniformiza os padrões de licenciamento sanitário para funcionamento dos pequenos negócios.

Seu hobby pode se tornar um

Criatividade, talento e empreendedorismo podem ser o ponto de partida para começar um pequeno negócio. Com essa mistura, muitas pessoas enxergam a oportunidade de transformar um hobby em uma atividade lucrativa. Nem sempre começar é fácil, mas com uma boa dose de conhecimento e de planejamento, um passatempo pode se tornar mais que um prazer.

São muitas as atividades tidas como hobby. É comum encontrar pessoas que têm talento para o artesanato, para preparar doces em conserva ou trufas, criar e montar bijuterias, entre outros, e que acabam sendo consumidos e, de certa forma, testados por familiares e amigos, quando poderiam estar no mercado.

“Ganhar dinheiro fazendo o que dá prazer é a maior realização para qualquer empreendedor”, afirma o consultor do Sebrae-SP, Reinaldo Messias. Ele destaca que com persistência e dedicação é possível transformar em realidade o que parece um sonho distante. “São inúmeros os casos de empreendedores que, além de realizados com sua empresa, demonstram felicidade pelo que fazem e que isso começou como um hobby. A partir do momento que o ‘hobbysta’ percebe poder transformar sua habilidade e gosto em uma atividade potencialmente comercial, começa a despertar o espírito empreendedor que traz dentro de si.”

Ter a veia empreendedora e conhecer as possibilidades do produto ou serviço são aspectos fundamentais para quem pensa em embrenhar-se em um novo



Thiago Ferreira transformou sua paixão por doces em um negócio lucrativo

negócio. Messias sugere um teste de mercado que pode ser uma abordagem presencial (porta a porta, reunião de demonstração, contatos telefônicos, etc.) ou virtual (um blog, um site ou mesmo as redes sociais). “Geralmente é um processo de curta duração e serve para se ter uma ideia da potencialidade do hobby como gerador de negócio. É o momento de obter informações e detalhes que podem mudar o estilo inicial de uma criação e definir cores e formatos, materiais e preços, e também o canal mais adequado para fazer as vendas”, explica.

Para que o hobby possa se transformar em um negócio será necessário conhecê-lo muito bem em todos os seus detalhes como

estrutura operacional, investimento a ser feito e lucratividade a ser obtida. Essas informações vão compor o plano de negócios, documento escrito que define e descreve o produto ou serviço a ser comercializado, o formato de empresa mais adequado, o modelo de operação que torne viável oferecer esses produtos ou serviço no mercado, além de conhecimento, habilidades e atitudes que os responsáveis pela empresa deverão possuir e desenvolver. “Quanto melhor o planejamento, maior será a chance de sucesso”, orienta Messias.

Cheesecake ‘sabor negócio’

A paixão pelos doces aliada a um intercâmbio no exterior marcou o início da carreira empreendedora

de Thiago Estevam de Faria e Souza Ferreira. Hoje, aos 26 anos, ele comanda a Cheesecakery Doçaria, uma pequena empresa sediada em Campinas, especializada em receitas diferenciadas de cheesecakes, brownies, cookies, que produz sob encomenda para eventos familiares e corporativos.

A história do jovem que transformou seu hobby em negócio começou em 2006, na adolescência. Por meio de um intercâmbio, ele morou um ano nos Estados Unidos, onde conheceu o sabor original das sobremesas americanas. Apaixonado pelos cookies, decidiu aprender as receitas. “No começo queria apenas comer, saber fazer, mas sempre fui artista e foi no doce que comecei a expressar essa criatividade”, conta Ferreira.

De volta ao Brasil, ele entrou na faculdade e a produção caseira de cheesecakes, brownies, cookies era apenas um hobby. Foi em 2008 que um empresário, amigo da família, durante uma visita, ficou impressionado com o sabor dos doces e sugeriu que ele profissionalizasse seu passatempo. “Esse empresário é estrangeiro e tem um paladar muito exigente. Ele ficou entusiasmado e fez até um plano de negócios durante ao almoço”, diz.

O começo contou com a iniciativa do irmão de Ferreira. “Fomos almoçar em um restaurante do bairro e as sobremesas eram muito simples. Foi quando meu irmão sugeriu oferecer os doces, mas eu sou tímido e disse que não tinha produtos para isso. Ele foi em frente e acabamos por marcar uma degustação. A partir daí, passei



Rapidez e simplicidade. Segundo uma pesquisa da agência de marketing promocional New Style, do Grupo ABC, os consumidores sentem falta desses dois atributos nas promoções de fabricantes de produtos de consumo e varejo. O levantamento ouviu 1.060 consumidores brasileiros e indica que 60% deles participariam mais de promoções se elas fossem mais simples e menos burocráticas.

negócio lucrativo

a fornecer cheesecakes e cookies semanalmente para o restaurante."

Segundo Ferreira, o empreendimento começou de fato em 2011, quando terminou a faculdade e o próprio restaurante ofereceu um espaço para que vendesse os doces. O jovem afirma que a experiência foi interessante para se profissionalizar. "Comecei a pesquisar, a criar e aprendi que essa era a minha vocação." Ele manteve o espaço durante um ano e o contato direto com o público rendeu-lhe encomendas e clientes.

Em 2012, Ferreira partiu para a abertura da empresa, construiu uma cozinha própria, contratou uma agência para o marketing, montou o site e página nas redes sociais para encomendas. Hoje a empresa é especializada em eventos, de festas infantis a casamentos e também os

corporativos. "Faço a festa inteira, tudo personalizado. Hoje realizo uma média de 8 a 12 eventos por mês."

Ferreira já é considerado um chef pasticcere e, além do talento, buscou capacitação nos cursos do Sebrae-SP nas áreas de vendas, marketing e finanças. Agora se prepara para vender no atacado para lojas de conveniência em embalagens padronizadas com a marca da Cheesecakery.

Apesar do entusiasmo, ele avalia que é preciso muito cuidado e planejamento para quem quer trilhar este caminho. "É necessário ter um produto bom e fidelizar o cliente. A primeira coisa para transformar um hobby em negócio é ter certeza da paixão pelo que faz para que não acabe virando um fardo. O resto é buscar conhecimento e tornar seu produto vendável no mercado", ressalta. ☀

Dicas para profissionalizar o passatempo

- Procure adequar as características de seu hobby ao público alvo que deseja atingir
- Crie um cartão de visitas que identifique você e seu hobby, ande sempre com ele e não perca a oportunidade de distribuir
- Crie um portfólio (digital ou impresso) e divulgue para seus contatos
- Participe de feiras e eventos ligados a seu hobby e se torne conhecido no meio
- Caso não tenha ainda loja própria, busque parcerias que promovam sua atividade
- Estimule mais pessoas a conhecer sua atividade escolhendo os meios de divulgação adequados para isso
- Comece pequeno, mas sempre com grandes sonhos planejados
- Aprimore suas técnicas e práticas em gestão de empresa. Aprender a Empreender é de graça e disponível em todo Sebrae, até na modalidade Ensino a Distância (EAD).
- Conheça mais sobre a figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI) e as facilidades deste tipo de formalização de empresa
- Busque conhecer bem seus gastos e despesas desde o início, ninguém sabe se a empresa está dando certo sem medir os resultados



Ivan Hussni,
Diretor técnico
do Sebrae-SP

Para facilitar a vida do MEI

Este mês, o Microempreendedor Individual (MEI) do Estado de São Paulo começa a receber pelo correio as guias de recolhimento da contribuição mensal, eliminando a necessidade de o profissional imprimir os boletos pela internet.

O procedimento só tem a simplificar a vida do MEI. Porém, a novidade foi motivada pela altíssima inadimplência na categoria. Tanto no Estado quanto no País, mais de 50% estão com os pagamentos em atraso.

Ao tornar-se MEI, quem trabalha por conta própria - confeiteiras, pintores, jornaleiros, motoboys, marceneiros, por exemplo - adquire o direito a benefícios da Previdência Social como aposentadoria por idade, auxílio-doença e salário-maternidade, pagando de R\$ 37,20 a R\$ 42,20 ao mês. No valor estão incluídos, além da contribuição ao INSS, impostos como ICMS e ISS. O MEI tem CNPJ, emite nota fiscal e o acesso ao crédito torna-se facilitado.

No entanto, o inadimplente tem seus direitos suspensos e o tempo de trabalho deixa de contar para a aposentadoria.

Segundo a Secretaria da Micro e Pequena Empresa, responsável pela mudança no procedimento, a principal causa do "calote" não é falta de dinheiro. O problema está na dificuldade do MEI em usar a internet e imprimir os boletos. Sem um simples papel em mãos, ele volta a ficar em condição irregular de trabalho e à margem do mercado.

A alteração realizada pela Secretaria para o recolhimento da contribuição do MEI deve aliviar a sangria da categoria. Mas nós do Sebrae-SP insistimos: o empreendedor precisa sempre buscar qualificação, desenvolvimento e atualização. Se hoje o problema é a impressão de um boleto, amanhã novas exigências, das mais variadas naturezas, surgirão, resultantes do mundo interconectado e dinâmico em que vivemos. Quem quiser se manter competitivo terá de estar preparado para buscar as soluções. E nessa hora, o Sebrae-SP pode ajudar.



Consumidor

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) medido pela Fundação Getulio Vargas (FGV) caiu 0,8% em abril, na comparação com março, passando de 107,2 para 106,3 pontos, o menor nível desde maio de 2009, quando atingiu 103,6 pontos.

Relacionamento: o ponto de partida

Não tem segredo, cliente feliz volta sempre. Porém, essa relação deve ir além do bom atendimento. Afinal, não se trata de um diferencial, mas é o mínimo que se espera de qualquer negócio. Criar uma relação de fidelidade entre uma empresa e o consumidor garante que seu público enxergue a marca como a única opção para determinado tipo de compra ou serviço, não importa o segmento de mercado que atue. E esse processo começa da maneira mais simples: entenda quem são seus clientes e saiba como se destacar.

“Cuidar dos clientes é tão importante quanto outros aspectos do negócio. Fidelizar começa com o bom relacionamento”, explica o gerente de Inteligência de Mercado do Sebrae-SP, Eduardo Pugnali. “O pequeno negócio tem a vantagem de estar muito próximo do seu público. Então, comece por entender quem são, como se comportam e quais as preferências de seus clientes.”

Pugnali explica que o primeiro passo para um plano vencedor pode ser uma simples planilha de controle, acessível para qualquer empreendedor. “Controle o cadastro de todos os clientes. Se tem uma loja de roupas, por exemplo, saiba as cores e modelos que a pessoa gosta de comprar”, afirma.

Sabendo dos gostos e informações sobre o comportamento de cada cliente, o empreendedor tem a possibilidade de tocar cada pessoa pelas suas preferências. “Conheço uma loja de discos que sabe exatamente o gosto de cada cliente. Chegando as novidades o



Togo Pimentel, da FidCards, desenvolveu produto para melhorar a relação do cliente com as marcas com foco na fidelização

dono liga e informa a pessoa. Tudo de maneira exclusiva, para que ele se sinta único. Ele faz isso usando apenas um banco de dados e a disposição de manter um serviço diferenciado”, diz Pugnali.

Contudo, vale o alerta. Estar próximo não significa ser chato. Bombardear seu público com ações que não lhe interessam pode afastá-lo. “Relacionamento não é spam. Não erre por tentar colocar todos no mesmo saco. Faça com que cada cliente se sinta exclusivo”, observa Pugnali.

Quando fidelizar vira negócio

Uma das técnicas para reter clientes é lançar mão do plano de fidelidade. Companhias aéreas, postos

de gasolina, cartões de crédito, cada um tem sua estratégia, mas sempre buscando premiar a fidelidade dos clientes. Porém, pequenas empresas também podem ter seu próprio plano.

Movido pelo espírito empreendedor, o diretor da FidCards, Togo Pimentel, conta que sempre foi atento a tendências e possibilidades de negócios. Dessa maneira, o empresário passou a observar que, como cliente, ele tinha muitas dificuldades em manter uma relação com serviços e marcas. Passou a estudar o assunto e resolveu inovar, criando um sistema focado no gerenciamento de programas de fidelidade.

“O cliente fiel pensa mais de uma vez antes de trocar o serviço ou produto. Ele reclama quando alguma coisa está errada porque acredita que a empresa vá se corrigir e continuar a atender com a qualidade. Indica o local e volta a usar o produto. Já para o cliente satisfeito é indiferente. Ele aproveita o produto/serviço, mas está aberto à concorrência”, explica Pimentel, que enxergou na fidelidade entre público e empresas um nicho de negócio.

Fidelizar é um processo construído a longo prazo e é muito diferente de satisfação. Uma pessoa pode entrar em uma farmácia e ficar satisfeita com a sua compra naquele momento. No entanto,



O Ministério do Trabalho lançou em abril um sistema eletrônico para facilitar a fiscalização do cumprimento de questões trabalhistas, como pagamento de Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Em parceria com a agência virtual dos Correios, o Ministério enviará notificação às empresas inadimplentes, que poderão responder por meio de e-mail. Dessa forma, fica desnecessária a presença física do empregador notificado e o deslocamento de auditores fiscais para as empresas.

para ganhar a fidelidade do cliente

apenas uma relação construída entre o estabelecimento e o comprador o faria voltar todas as vezes que este necessitasse de produtos farmacêuticos.

"O que fazemos é entregar uma ferramenta moderna e prática para que a empresa gerencie seu programa de fidelidade", explica Pimentel. Parece simples, mas para vender o seu produto, a FidCards identificou que teria que trabalhar o conceito de marketing de fidelização dentro de seus potenciais clientes. Ou seja, para que uma empresa passasse a usar o FidCards ela teria que enxergar não somente os benefícios do produto, mas a sua real necessidade de buscar um relacionamento melhor com seus clientes. "Vendemos um produto, mas entregamos muito mais", explica Pimentel.

Eduardo Pugnali, do Sebrae-SP, concorda com o posicionamento de Pimentel. "Não existe fidelização sem inteligência. São diversos sistemas de relacionamento disponíveis no mercado. Porém, se ele não for operado conforme a necessidade do negócio, nada vai adiantar. Só será possível ter sucesso quando o empreendedor conhecer o seu cliente."

Para quem nunca se preocupou em reter seus clientes, de acordo com



especialistas, há estudos mostrando que manter um comprador fiel é de cinco a sete vezes mais barato do que buscar novos públicos.

Pimentel acredita que, em primeiro lugar, um empreendedor deve olhar seu negócio como se fosse o próprio consumidor: identificar pontos que agradam e quais não seriam relevantes para continuar comprando. "Como cliente você gostaria de ser

reconhecido por frequentar o estabelecimento? Desta maneira, você já estará dando o primeiro passo." Outra dica de Pimentel é enxergar os benefícios desse investimento. "Muitos não fazem nada por acreditar que os gastos vão aumentar. Mas custumo dizer que um cliente fiel não tem preço. Os resultados virão a médio e longo prazo. Fidelizar não é promoção." ☈

Buscar conhecimento sobre como administrar seu negócio é importante, mas é fundamental que você proteja o seu patrimônio. Antes de divulgar sua marca, produto ou invenção oriente-se sobre as formas de proteção e registros com a VILAGE Marcas e Patentes e encontre a melhor solução para a sua necessidade.

“Cuidar dos clientes é tão importante quanto outros aspectos do negócio. Fidelizar começa com o bom relacionamento”,

**Eduardo Pugnali,
gerente de
Inteligência de
Mercado do
Sebrae-SP**



Dê uma olhada na cartilha sobre Gestão de Equipe de Vendas e saiba mais:
<http://sebrae.sp/jnmais243>





Qualificação

Indústria

Quatro em cada dez micro e pequenos empresários do setor de indústria de São Paulo recorrem a formas alternativas de crédito, como pedir dinheiro a parentes ou fazer empréstimos pessoais no banco, na hora de ter capital de giro para o negócio. Os dados são de pesquisa divulgada pelo Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo (Simpí) em abril, feita com 3.696 empresários.

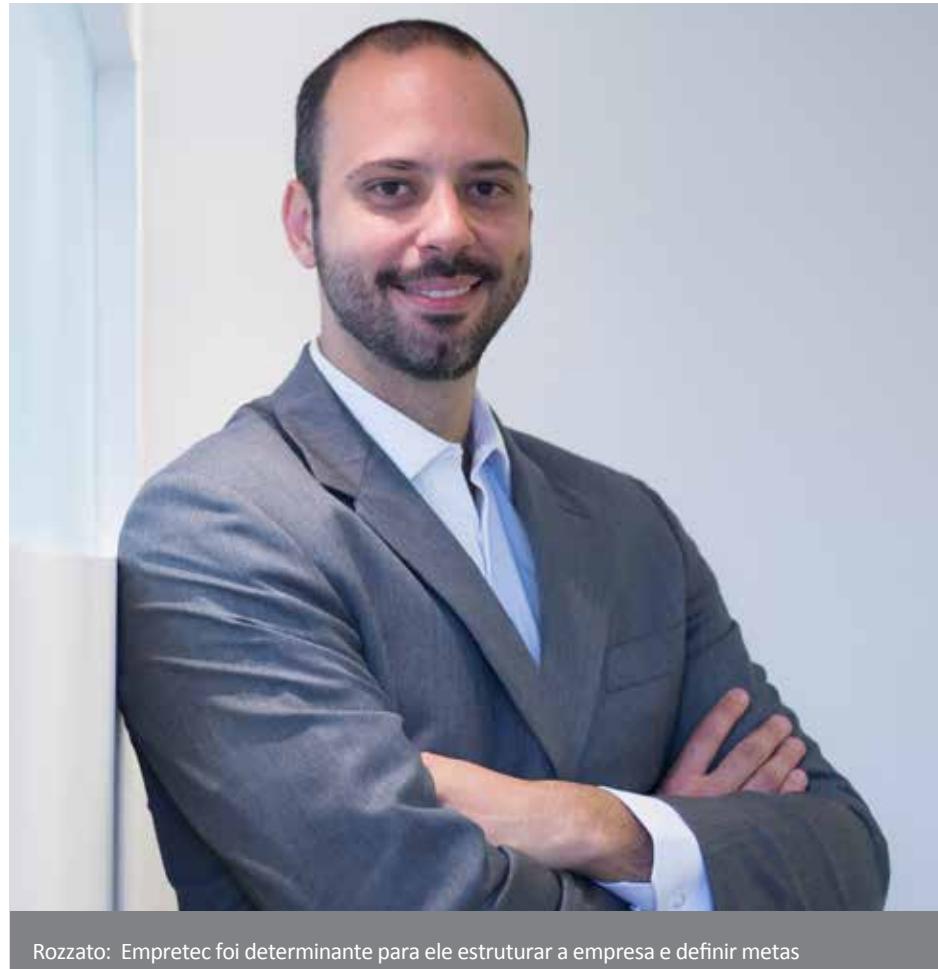
Empretec: transformação

Quem tem ou pensa em ter um negócio próprio deve saber que é necessário se capacitar, planejar, avaliar o mercado, fazer investimentos e administrar bem os recursos. Mas há outra exigência essencial: ter um comportamento empreendedor. Para aprimorar essa característica, o empresário pode contar com o Empretec, programa oferecido pelo Sebrae e considerado um divisor de águas na vida de quem já participou.

O Empretec é aplicado no Brasil exclusivamente pelo Sebrae, em uma parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNTAD) e a Agência Brasileira de Cooperação (ABC) do Ministério das Relações Exteriores. O curso estimula empresários e futuros empresários a potencializarem as qualidades fundamentais para o sucesso e retorno de seus investimentos.

Nos anos 60, o psicólogo americano David McClelland juntou-se à Management Systems International (MSI) quando identificou que os empreendedores de sucesso tinham particularidades comportamentais semelhantes. Em 1986, é criado o Empretec, com base no trabalho organizacional da vice-presidente da MSI, Marina Fanning, e a metodologia criada por McClelland.

No Brasil desde 1989, e com gestão exclusiva do Sebrae a partir de 1993, o Empretec está presente em 26 Estados e no Distrito Federal. O seminário consiste em seis dias de imersão, com carga de 60 horas, em que o empreendedor poderá



Rozzato: Empretec foi determinante para ele estruturar a empresa e definir metas

identificar ou melhorar suas oportunidades empresariais.

"A metodologia diferenciada é um estímulo adicional aos empreendedores, que são levados a conhecer e aprimorar suas características empreendedoras, como parte da estratégia para a condução dos seus negócios de forma competitiva", afirma Ana Maria de Araújo Brasílio, gestora do projeto em São Paulo – região que já tem cerca de 50 mil pessoas certificadas pelo curso.

Para Marcos Rozzato, que passou pelo Empretec em 2011, era o que faltava para lhe ajudar a estruturar sua empresa e a definir suas metas. "Tinha uma empresa e não sabia como expandir, se por recursos próprios, com um sócio ou por

meio de franquias", explica. Acabou optando pelo modelo de franquias assim que terminou o curso e, ainda, fechou sociedade com uma pessoa que conheceu durante o Empretec, que trabalhava com a venda de artigos religiosos. "Após seis meses de planejamento, lançamos um modelo inovador de franquias que já se destaca no segmento", afirma o empresário, dono da clínica de estética Belare e, atualmente, sócio da rede de lojas Origem da fé.

Como participar

Podem participar empreendedores já estabelecidos e futuros empreendedores que já definiram o plano de criação de uma empresa. O interessado deve preencher a ficha de pré-inscrição em www.sebrae.com.br e

entregá-la em um dos escritórios do Sebrae-SP ou encaminhar por e-mail ao endereço: empretec@ms.sebrae.com.br. Feito isso, o candidato receberá um contato de um dos escritórios regionais da instituição e será informado sobre as próximas etapas do processo.

Rozzato conheceu o Empretec por meio de pessoas que fizeram o curso e tinha tentado se inscrever por duas vezes, mas não encontrava uma data em sua agenda atribulada. "No fim, sei que passei pelo seminário no momento certo", diz. "Hoje, estou muito melhor estruturado e minhas metas estão bem definidas, sempre alinhadas a um objetivo. Antes do Empretec, eu não tinha essa preocupação, foi uma injeção de ânimo", afirma, satisfeito. O empresário diz estar contente por ter conseguido potencializar características como determinação e planejamento e, claro, por ainda ter levado do Empretec o contato de alguém muito importante para as próximas etapas de sua vida profissional – seu sócio.

Impactos no Brasil

Segundo pesquisa do Sebrae, após o seminário, 54% dos participantes disseram se sentir mais seguros para tomar decisões e 31% passaram a escrever seus planos de negócios, ante 7% identificados como aptos antes da formação. O estudo apontou ainda que 71% das empresas cresceram e 99% dos alunos indicariam o Empretec a outros empresários. Nos 20 anos do Empretec no Brasil, mais de 185 mil pessoas já passaram pelas mais de 8 mil turmas de formação do Empretec.



O movimento do comércio fechou o primeiro trimestre demonstrando crescimento de 7% na comparação com os primeiros três meses de 2013, mesmo tendo recuado 0,9% na passagem de fevereiro para março. No acumulado de 12 meses encerrados no mês passado, verifica-se um acréscimo de 3%. Os dados, de abrangência nacional, foram apurados pela Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) e divulgados na segunda quinzena de abril.

no jeito de empreender

Próximos seminários

De 21/07 a 26/07 – Escritórios Regionais - Capital Sul, Campinas, Grande ABC Alto Tietê e Marília.

Informe-se sobre as datas do curso em sua região também pelo 0800 570 0800.



Assista a depoimento sobre o Empretec em:
<http://sebrae.sp/jnmais243>



O seminário auxilia empresários e futuros empresários a:



Buscar oportunidades



Avaliar seu planejamento atual e sua capacidade para a solução de problemas



Entender seu próprio comportamento ao assumir riscos calculados



Usar redes de contatos pessoais e empresariais



Apreciar a importância da persistência e o cumprimento com o contrato de trabalho



Persuadir outros a cooperarem



Entender a relação existente entre a qualidade e eficiência e êxito



Desenvolver estratégias de negócios efetivas



Buscar informações



Tirar proveito de suas iniciativas

A GS1 BRASIL ESTÁ EM TODOS OS LUGARES

A GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação é responsável pela aplicação do código de barras em mais de 20 segmentos do mercado, desde produtos de consumo, logística e transporte, até o setor da saúde, e está presente na vida dos brasileiros há mais de 30 anos.

COPO DESCARTÁVEL CÂMERA FOTOGRÁFICA CAMISA DO CRAQUE LÂMPADAS ASSENTO 237

PENSOU EM CÓDIGO DE BARRAS, PENSOU GS1 BRASIL.
www.gs1br.org



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

classificados

ALIMENTÍCIO

Empacotadora Semi-automática

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

O MENOR PREÇO DO MERCADO

abipack www.abipack.com.br
Tel./fax: (11) 5072.7835

COMUNICAÇÃO / GRÁFICA

GRÁFICA & COPIADORA

BANNER
ADESIVOS & RÓTULOS
ENVELOPES - PASTAS
APOSTILAS - CRACHÁ PVC

DOREPAPER
Solução em Impressão
29505627 - 22834223

INFORMÁTICA

Transportadores a Obrigatoriedade Chegou!

Emissor de Conhecimento de Frete Eletrônico (CT-e) ao seu alcance!

Pagando apenas a manutenção mensal a partir de **R\$ 85,00**

11 2682-9644
11 3294-6355
Contato de Treinamento Optinal
www.htdsistemas.com.br

Sistema Gestão XXI
Módulos :

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

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

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

PETMOURA
Software
Sistema líder de mercado
Automatize seu PetShop

0800 771 7777
www.jnmoura.com.br

CONSULTORIA

PUBLICIDADE: fazemos gestão completa com soluções online e off-line especializada em pequenas e médias empresas. Tel.: (11) 2883-3443.
www.publisize.com.br

etiquetas
CÓDIGO DE BARRAS
Fone: 11-3311.0287

houze
AGÊNCIA ESPECIALIZADA
EM E-COMMERCE
E E-MAIL MARKETING

(11) 5549-0141 agenciahouze.com

Ó ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

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

Autobyte
Solutions

www.autobyte.com.br
Fones (11) 2971-0102
(11) 3459-7193

- Sistemas de automação comercial
 - Alterações específicas
 - 25 anos de mercado
 - Melhor custo benefício
- Frente de caixa e retaguarda
- Pacotes completos para:
 - FAST FOOD
 - PIZZARIA - ATACADOS
 - CABELEIREIROS
 - INDUSTRIAS - PADARIAS - VAREJOS

3MI
factoring

RECEBA À VISTA SUAS VENDAS A PRAZO
Negocie seus cheques e duplicatas pelo menor custo do mercado

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

3MI
factoring

Filmamos e fotografamos seu evento social, comercial ou religioso em HD

Fone: 11-3311.0287

Contbyte
Soluções contábeis

- Abertura de empresa
- Alterações contratuais
- Escrituração Fiscal e contábil
- Departamento pessoal
- Imposto de renda
- Auditória Fiscal
- Auditória administrativa
- SINTEGRA
- SPED
- NF-e/CT-e/NFC-e
- Integração com sistemas de faturamento

www.contbyte.com.br Fones (11) 3360-3843/3514

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

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

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

3MI
factoring

Fomento Mercantil
Assessoria em Cobrança
Análise de Crédito
Gestão de Risco

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

COMPRA E VENDA
Livros | Gibis | CDs | DVDs

Sebo PAPEL & CANETA
2032.6005
www.papelecaneta.com.br
Rua Pedro Soares de Andrade, 221 - São Miguel Paulista - SP

Resolva os problemas da sua empresa melhorando a sua Operação e Gestão

Gestão Empresarial
S Consulting
Consultoria e Assessoria em Gestão e Desempenho Organizacional
(011) 2275 9178
 contato@sconsultingsp.com.br
www.sconsultingsp.com.br

*Diagnóstico financeiro *Clarificação de papéis *Descrição de processos *Gestão baseada em indicadores (financeiros e operacionais) *Etc.

DIVERSOS

INVENTOS

Software
POSTOMOURA

Controle de Estoque, Vendas, Compras, PDV, Financeiro, Automação de Bombas

Todos os Relatórios no seu celular

0800 771 7777
www.jnmoura.com.br

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

Escritório Santana de Contabilidade Ltda

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

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

site: www.escritoriosantana.com.br

Monte seu **Saara**
Primeiro negócio na
Rua 25 de Março-SP
Ligue: 11 9 4730 6666
E-mail: saarashopping@terra.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](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
- Desembaraço Aduaneiro

Ph (55 11) 3853-6312 / 3853-6329 / 3853-6732
Fax (55 11) 3589-6429
Rua Dr. Luiz Migliano, 870 - Sala 23 - CEP 05711-001
Portal do Morumbi - SP - Capital - Brasil

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

ORGANIZACIONAL

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



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

Classificados

OFERTAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

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

COM ALGUMA EXPERIÊNCIA EM PROCESSO E POUCOS EQUIPAMENTOS...

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



TUBOS DE AÇO BRINQUEDOS PARA CÂMERA DE CILINDRO E BARRAS DE AÇO CROMADAS PARA HASTE



PERFIS EM ALUMÍNIO PARA CILINDRO PNEUMÁTICO

SOLICITE-NOS CATALOGOS TÉCNICOS GRATUITAMENTE!



MATERIAIS À PRONTA-ENTREGA COM QUALIDADE CERTIFICADA!

Telefones: (16) 3019-9000 - (16) 3515-8900 - Fax: (16) 3019-9009 - Gravito: 0800-183874
www.marvitubos.com.br - desenvolvimento@marvitubos.com.br

Cardápio Digital para Restaurantes



0800 771 7777

www.jnmoura.com.br

TABLET

Quer anunciar?
Ligue
0800 570 0800
ou procure um dos escritórios do
SEBRAE-SP



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.



Como se preparar para a Copa do Mundo FIFA 2014™

Todos os tipos de comércio e serviços vão se beneficiar com o aumento do fluxo de turistas no País durante o megaevento esportivo - Copa do Mundo FIFA 2014™- que ocorre nos meses de junho e julho de 2014.

Ao estimular o comércio e os serviços, as indústrias, automaticamente, também são movimentadas e se beneficiar, pois em grande parte serão os fornecedores de produtos e insumos que atenderão os fluxos do comércio e do serviço.

Muitos setores da economia serão estimulados a produzir mais com maior qualidade. Por isso, não há dúvida de que a Copa do Mundo FIFA 2014™ será a grande oportunidade do ano para promover seus produtos, aumentar as vendas e o faturamento da empresa.



Estocando para a Copa do Mundo FIFA 2014™



Definindo um Mix Campeão



Comprando o estoque para a Copa



Controlando o estoque



Vendendo antes e durante a Copa do Mundo



Não vendeu! O que fazer para desovar o estoque?

Saiba mais! Acesse http://sebrae.sp/vm_copa



Que tal dar um banho de loja no seu estabelecimento?

O Inova Loja é o programa gratuito do Sebrae-SP que te ensina a aproveitar ao máximo seu espaço, melhorar sua imagem e aumentar seu potencial de vendas. Visite e confira! <http://sebrae.sp/inovaloja>





Crédito

BNDES também empresta para os pequenos negócios

Ao contrário do que muitos pensam, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) não abre suas portas apenas para grandes empresas. Parceria com o Sebrae-SP tem o objetivo de mostrar que o banco também financia os negócios de menor porte.

O Sebrae-SP promove seminários por todo o Estado de São Paulo (até o final do ano serão 33) sobre as linhas de crédito oferecidas pelo BNDES para micro, pequenas e médias empresas, sempre com a presença de alguém da instituição financeira. No final da apresentação, empreendedores participam de rodadas de negociações com representantes de bancos que possibilitam o acesso ao benefício. Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Desenvolve SP já estão no projeto e outros três bancos estão em negociação e devem aderir aos próximos encontros.

“O empresário que participa do seminário tem acesso aos portfólios dos bancos, consegue enxergar qual linha de crédito irá atender melhor a necessidade da sua empresa e já sai de lá conversando com as instituições. Só não é possível ter a aprovação na hora. Isso é feito depois, em um encontro na agência escolhida”, explica Ihsiane Peloso, consultora do Sebrae-SP. O BNDES opera por meio de agências de outros bancos. Veja os produtos mais procurados:

O Cartão BNDES é de uso exclusivo no Portal de Operações (www.cartao.bnDES.gov.br) e pode ser utilizado para compra de mais de 239 mil itens de vários setores e utilizações. O cartão está disponível para empresas formais, com faturamento bruto de até R\$ 90 milhões e, com base na análise de crédito, poderá ter um crédito rotativo de até R\$ 1 milhão. O BNDES financia até 100% da compra, com prazos que variam de 3 a 48 meses, com parcelas fixas e iguais.

O BNDES Finame é voltado para aquisição de máquinas e equipamentos nacionais, com a possibilidade de inclusão de até 40% do valor do bem como capital de giro associado. O BNDES financia até 70% dos valores. Atualmente está em vigor o PSI (Programa de Sustentação de Investimentos), que amplia o prazo do BNDES Finame de 60 para até 120 meses, e reduz a taxa de 9,12% ao ano para 4,53% ao ano.

O Programa de Geração de Emprego e Renda (Progeren) financia capital de giro para empresas de setores específicos da economia, a exemplo das indústrias de transformação classificadas no Seção C do CNAE. Os valores vão até 20% da receita bruta da empresa, limitados a R\$20 milhões e possuem um prazo máximo para pagamento de até 36 meses, com a taxa de 15,12% ao ano. ☺



Checklist antes de pedir financiamento

- Planeje e elabore um projeto de investimento
- Defina a necessidade do crédito
- Determine o valor da parcela conforme a receita a ser agregada pelo investimento
- Veja as condições oferecidas por mais de um banco
- Não utilize linhas de crédito de curto prazo para financiar investimento
- Ao investir, financie a maior parte dos recursos necessários e mantenha uma reserva financeira da empresa
- Avalie a necessidade da empresa, busque crédito para obter capital de giro e não para cobrir prejuízos

Faça o download gratuito da agenda de cursos, palestras e oficinas do Sebrae-SP em todo o Estado.
Confira: <http://sebrae.sp/agenda>



Agenda de Tributos

MEI

20/06

Recolhimento em valores fixos mensais. Último dia para o pagar DAS referente maio/14.

SIMPLES NACIONAL (ME / EPP)

13/06

Diferença de Carga Tributária. Diferencial de alíquota de ICMS devido pelas empresas optantes pelo Simples referente às aquisições de produtos de outros Estados realizadas no mês de maio/14.

20/06

Recolhimento do DAS. Tributos devidos e apurados na forma do Simples Nacional.

30/06

IR – Ganho de capital das empresas optantes pelo Simples Nacional. Imposto de Renda incidente sobre os ganhos de capital (lucros) obtidos na alienação de ativos de maio/14. (DARF comum - 2 vias - código 0507).

20/06

INSS (Simples Nacional – ANEXO IV). Contribuição Previdenciária calculada sobre o total da folha de pagamento, bem como dos valores retidos. Recolhimento referente a maio/14.

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

IRPJ – Imposto de Renda da Pessoa Jurídica. Último dia do mês seguinte à apuração do trimestre. Meses de recolhimento: Abril, Julho, Outubro e Janeiro.

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. Recolhimento trimestral. Meses: Abril, Julho, Outubro e Janeiro.

20/06

INSS. Calculado sobre o total da folha de pagamento, bem como dos valores retidos. Referente a maio/14.

20/06

PIS/Pasep Faturamento. Contribuição com base no faturamento de maio/14. Código Darf: 8109 - Aliquota: 0,65%.

Cofins faturamento. Base: faturamento de maio/14. Código DARF das empresas em geral: 2172 - Aliquota: 3%.

Obrigações diversas

06/06

SALÁRIOS. Último dia para o pagamento do salário do mês de maio.

FGTS - Recolhimento relativo à competência de maio/14

CAGED. Envio ao Min. do Trabalho da relação de admissões, transferências e demissões de empregados ocorridas no mês de maio/14.

13/06

INSS. Contribuintes Individuais, facultativos e empregadores domésticos.

13/06

INSS. Produtor Rural (pessoa física e jurídica) e Retenção de 11% na Fonte (Cessão de mão-de-obra).

10/06

GPS – Guia de Recolhimento da Previdência Social. Entrega, contrarrecibo, da cópia da GPS, referente ao recolhimento de maio/14, ao sindicato representativo da categoria profissional.

20/06

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

30/06

Declaração de Imposto de Renda da pessoa física DIRPF. Último dia para a entrega da DIRPF sobre os rendimentos recebidos em 2013.

Quinzenalmente

Contribuições PIS/COFINS/CSLL retidas na Fonte.