

Para começar 2017 no rumo certo

Empreendedor deve avaliar o que foi bem, o que não funcionou e fazer um planejamento mês a mês com metas, análise do mercado, previsão de capital de giro e cálculo de estoque e vendas. **PÁGINAS 8 E 9**

Cris Castello Branco



Francisco Du Ur, do Universo das Alianças: loja repaginada para melhorar os resultados

Patrícia Cruz



Escambo ganha nova roupagem na era da economia compartilhada

Troca de produtos e serviços por outros pode ser saída para girar o negócio, como mostra a plataforma Worldpackers, criada pelo empreendedor Riq Lima (foto). **PÁGINAS 6 E 7**

Thinkstockphotos.com



Startups apostam em aplicativos para outras empresas, como pet shops

Opção pelo modelo de negócio B2B pode trazer bons resultados, com rentabilidade maior que o serviço para pessoa física. **PÁGINAS 10 E 11**

Sebrae-SP tem soluções digitais para seu negócio

Ferramentas gratuitas estão disponíveis para quem já empreende ou pretende começar. **PÁGINA 14**

Feira de Artesanato Brasil Original é sucesso

Evento atrai mais de 29 mil visitantes, supera expectativas e registra R\$ 2,9 milhões em vendas. **PÁGINA 14**

Livro conta a trajetória de ex-presidente do Sebrae-SP

Obra recém-lançada registra a história empreendedora de Alencar Burti. **PÁGINA 16**



NEGÓCIOS TECNOLOGIA SOLUÇÕES

ORGANIZAÇÃO ARTESANATO LIVRO TROCAS

ESCAMBO PAGAMENTO APLICATIVOS



EVENTOS | DEZEMBRO DE 2016

Confira as atividades dos escritórios regionais do Sebrae-SP

INTERIOR

SEBRAE-SP DÁ DICAS PARA COMEÇAR BEM UM NEGÓCIO

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Araraquara realiza, em 5 e 6 de dezembro, o curso “Começar Bem – Transforme a sua ideia em modelo de negócio”. Esse curso utiliza método inspirado em um modelo reconhecido que é utilizado internacionalmente por startups. O evento ocorrerá no ER Araraquara, localizado na Avenida Maria Antônia Camargo de Oliveira, 2903, Vila Ferroviária, em Araraquara. Outras informações pelo telefone: (16) 3303-2420. Investimento é de R\$ 190.

PALESTRA EM BAURU AJUDA NA FORMAÇÃO DE PREÇOS

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Bauru oferece palestra aos empreendedores da região sobre cálculos de custos e formação de preço de venda de produtos, o que auxilia na competitividade da empresa. O evento “Por dentro dos custos, despesas e preço de venda” será realizado em 8 de dezembro, das 19h às 21h, na Avenida Duque de Caxias, 1682, Vila Cardia, Bauru. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (14) 3104-1710. A palestra é gratuita.

CAMPINAS APRESENTA EMPRETEC

Palestra de apresentação do Empretec será realizada em 14 de dezembro, no Escritório Regional do Sebrae-SP em Campinas. A palestra introduz o curso, que aplica metodologia da ONU voltada para o desenvolvimento de características de comportamento empreendedor e para a identificação de novas oportunidades de negócios. O evento ocorre na Avenida Imperatriz Leopoldina, 272, Vila Nova, em Campinas. Informações pelo telefone (19) 3284-2230. A inscrição é gratuita.

CAPITAL

FLUXO DE CAIXA É TEMA DE OFICINA NO CENTRO DE SÃO PAULO

Oficina organizada pelo Escritório Regional do Sebrae-SP na Capital Centro apresenta aos empreendedores os aspectos importantes da gestão financeira, como contas a pagar e a receber, fluxo de caixa e reserva de capital de giro. O evento será realizado no dia 12 de dezembro, na Rua José Getúlio, 89, Centro de São Paulo. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 3385-2350. O evento é gratuito.

ZONA LESTE REALIZA CURSO SOBRE GESTÃO FINANCEIRA

O Escritório Regional do Sebrae-SP na Capital Leste II oferece, entre os dias 6 e 13 de dezembro, curso que visa auxiliar os donos de micro e pequenas empresas a cuidar do caixa e administrar custos e despesas para obterem resultados positivos. O curso “Gestão Financeira na Medida” será ministrado no ER da Capital Leste II, na Rua Victorio Santim, 57, Itaquera, São Paulo. Informações pelo telefone (11) 2056-7120. O investimento é de R\$ 260.

GRANDE SÃO PAULO

SÃO CAETANO EXPLICA COMO SE TORNAR MEI

O Escritório Regional do Sebrae-SP no Grande ABC realiza, no dia 30 de dezembro, uma palestra que visa preparar quem pretende se tornar um Microempreendedor Individual (MEI). O evento “Como se tornar um Microempreendedor Individual” apresenta o passo a passo da formalização e inicialização do negócio. A palestra ocorre na Rua Major Carlos del Prete, 651, Centro, São Caetano do Sul. Outras informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 4433-4270. É gratuito.



VENDas DO VAREJO CAEM EM AGOSTO

As vendas do comércio varejista caíram 0,6% em agosto em relação a julho, segundo o IBGE. Agosto ante igual período do ano passado registrou recuo de 5,5% nas vendas do comércio. É o 17º mês de queda consecutiva nessa base de comparação. Os dados constam da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC). No acumulado do ano, a queda nas receitas do setor estava em 6,6%. Nos 12 meses encerrados em agosto, a queda acumulada é de 6,7%.

Dicas de Livros



A UNIVERSIDADE DO SUCESSO – O MAIOR GUIA PARA O SUCESSO (ED. RECORD)

Escrito por Og Mandino, a obra é considerada uma referência para quem deseja se tornar um empreendedor bem-sucedido. O livro fala como as pessoas podem usar suas melhores qualidades para a vida empreendedora, dando ideias de como encontrar coragem para arriscar e a hora de parar e tomar decisões, além de construir reservas financeiras. A obra traz lições para se comportar como um vencedor.



O JEITO BOTTINI DE VENDER (ED. ASTRAL CULTURAL)

A obra do empresário e apresentador de televisão Ciro Bottini reúne segredos que ele, há mais de 20 anos na TV, aprendeu ao longo de sua carreira, e que o tornou um sinônimo de vendas. A proposta do livro é trazer dicas práticas e eficazes para ajudar no relacionamento de venda entre empresários e clientes, tornando a relação inesquecível, indo além de questões técnicas.



ERA UMA VEZ DENTRO DE NÓS! (ED. PAULINAS)

Escrita por Maria Elisa Moreira, mestra em criatividade e inovação pela Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal) e especialista em psicologia organizacional e do trabalho, a obra aborda a criatividade e a inovação nos contextos dos profissionais, partindo de uma dimensão fundamental: o indivíduo em busca de si mesmo. No livro, a autora utiliza narrativas infantis que favorecem o autoconhecimento e o resgate do potencial criativo da pessoa.

Olhar para frente



PAULO SKAF, Presidente do Sebrae-SP

➔ O consumidor, aos poucos, dá sinais de aumento de confiança na economia. O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), medido pela Fundação Getúlio Vargas, atingiu 82,4 pontos, o maior nível desde dezembro de 2014. Não por acaso, registramos alta no otimismo dos empresários: 40% dos donos de pequenos negócios acreditam na melhora da atividade econômica e do faturamento, apesar da crise.

Tal confiança tem fundamento. Afinal, estamos notando sensível melhora no ambiente macroeconômico. A aprovação da PEC do Teto dos Gastos, a execução das reformas estruturantes necessárias e a sanção da lei que altera as condições do Simples Nacional são sinais claros das mudanças.

Sabemos que ainda não são suficientes. Afinal, os negócios ainda estão submetidos a uma das maiores cargas tributárias e taxa de juros do mundo, a uma teia de regras e normas burocráticas que consomem cinco meses de trabalho e à falta de crédito

em condições justas. Entretanto, é um bom começo.

Este é o pano de fundo que empresários precisam ter em mente ao planejar suas atividades para o próximo ano. Nesta edição, nossos especialistas vão orientar como e o que fazer para aprimorar os processos da empresa e garantir um 2017 não só otimista como realizador. E relatos de empresários que conseguiram crescer, apesar da crise, vão mostrar o que mudaram em seu dia a dia para ficar no azul e criar empregos.

Se eles conseguiram, mesmo com todos obstáculos, imagine onde chegarão os pequenos negócios se melhorarem as oportunidades de crescer. No mínimo, cada uma das dez milhões de micro e pequenas empresas ativas hoje em todo Brasil, criariam um posto de trabalho, fazendo com que nosso déficit de empregos caísse vertiginosamente dos 12 milhões atuais, para dois milhões.

Isso é investir na retomada sustentável do crescimento; isso é olhar para frente.

EXPEDIENTE
Publicação mensal do Sebrae-SP
Edição impressa

CONSELHO DELIBERATIVO
Presidente: Paulo Skaf
ACSP, ANPEI, Banco do Brasil, Faesp, FecomercioSP, Fiesp, Fundação ParqTec, IPT, Desenvolve SP, SEBRAE, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Sindibancos-SP, Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal.

DIRETORIA EXECUTIVA
Diretor-superintendente: Bruno Caetano
Diretor técnico: Ivan Hussni
Diretor de adm. e finanças: Pedro Jehá

JORNAL DE NEGÓCIOS
Unidade Inteligência de Mercado
Gerente: Eduardo Pugnali
Editora responsável: Marcelle Carvalho – MTB 00885. Editores-assistentes: Roberto Capisano Filho e Gabriel Jareta. Textos: Gisele Tamamar, Luiz Paro e Rogério Lagos. Estagiários: Kaique Dalapola e Laila Santos. Imagens e ilustrações: thinkstockphotos. com. Diagramação: Marcelo Costa Barros. Projeto gráfico e produção: Sebrae-SP. Apoio comercial: Unidade Comercial Giuliano Antonelli (gerente).

SEBRAE-SP
Rua Vergueiro, 1.117, Paraíso
São Paulo-SP. CEP: 01504-001

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

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

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



FATURAMENTO DAS MPES PAULISTAS TEM RECUO DE 10,6%

Em agosto, as micro e pequenas empresas (MPes) paulistas chegaram a 20ª queda mensal consecutiva no faturamento. De acordo com a pesquisa Indicadores Sebrae-SP, a receita real (já descontada a inflação) caiu 10,6% em relação ao mesmo mês de 2015. Em conjunto, as MPes do Estado faturaram R\$ 48,6 bilhões em agosto, ou R\$ 5,8 bilhões a menos na comparação com um ano antes. O resultado negativo é consequência da fraca demanda na economia, com desemprego em alta.

Máquina para garantir negócios

Nos dias de hoje, a falta de opção de pagamento com cartão significa perda de vendas para micro e pequenos negócios. Empresas como a iZettle, comandada no Brasil por Daniel Bergman, querem uma fatia desse mercado em aberto

Com mais de oito anos de atuação no mercado de tecnologia, Daniel Bergman foi o responsável pela reintrodução da Vaio no Brasil em agosto de 2015, quando era diretor da Unidade de Negócios na Positivo Informática, maior fabricante de computadores do País. Na Positivo, desde 2008, Bergman atuou em diversas áreas, como gestão de produtos, estratégia de marketing e reestruturação de negócios. Antes, foi supervisor de distribuição de combustíveis para a América Central da ExxonMobil. Atualmente, ele coloca sua experiência profissional na iZettle no Brasil, empresa de máquinas para pagamento com cartão, onde é CEO. Bergman conversou com o **Jornal de Negócios** sobre a companhia e esse mercado que, garante, tem muito espaço para crescer.

O mercado de máquinas de cartão é uma tendência no Brasil?

Principalmente entre micro e pequenos empreendedores. Existem cerca de nove milhões de micro e pequenas empresas no Brasil, e uma pesquisa do Sebrae, em parceria com a Visa, aponta que 40% delas não aceitam cartão, sendo que 76% delas afirmam perder vendas. Ou seja, existe um segmento em franco crescimento no Brasil que necessita de todo o suporte possível para aumentar e se profissionalizar, abrindo muitas oportunidades para o mercado de maquininhas de cartão.

Quais as vantagens dos Microempreendedores Individuais (MEIs) adquirirem uma máquina?

Significa aumentar vendas. Escolher maquininhas como as da iZettle per-

mite que os MEIs tenham facilidades na gestão financeira do negócio, com geração de relatórios de vendas, por exemplo. A adesão às maquininhas pelos MEIs reduz a inadimplência no negócio e evita que o empreendedor tenha grandes quantias de dinheiro em mãos. Para um taxista, por exemplo, isso é fundamental.

Custa caro uma maquininha de cartão? Como funciona a operação?

Os preços variam bastante dependendo do tipo de solução e modelo de negócios. O cálculo é ver se os custos na contratação do pagamento móvel de sua preferência (compra do leitor, taxa de transação, taxa de saque etc.) podem ser absorvidos no valor do seu produto ou serviço. As maquininhas da iZettle podem ser adquiridas pelo nosso site. Para começar a utilizar, basta criar uma conta de usuário, comprar o leitor de cartões pelo site e baixar o aplicativo no smartphone ou tablet.

O empreendedor pode aumentar seu faturamento com a máquina?

Sim e isso se deve também a uma tendência dos brasileiros de deixarem de ter dinheiro na carteira para pagarem com cartão. O mercado dos pagamentos móveis e das máquinas de cartão ainda é muito recente no Brasil. A iZettle estima que o aumento das vendas entre os clientes que aderiram à solução nos últimos anos é de 60%.

Como a iZettle chegou ao Brasil?

A iZettle foi fundada em 2010 e a ideia de criar uma solução para viabilizar pagamentos com cartão de



Bergman, CEO da iZettle no Brasil: "Adesão às máquinas pelos MEIs reduz a inadimplência"

chip usando smartphone ou tablet foi inspirada em um debate doméstico. Naquele ano, em Estocolmo, na Suécia, a esposa do empreendedor Jacob de Geer vendia óculos de sol em feiras e eventos e percebeu que estava perdendo até 50% de vendas por não aceitar cartão. Eles começaram a buscar alternativas para o problema, mas não encontraram nenhuma tecnologia na Europa adequada

ao mercado de cartões com chip. Surgiu então uma ideia de negócio para atender não apenas a esposa de Jacob, mas o universo de micro e pequenos empreendedores esquecidos pelas grandes redes. A iZettle chegou ao Brasil em agosto de 2013 e está presente em outros 11 países: Suécia, Finlândia, Dinamarca, Noruega, Reino Unido, Alemanha, Espanha, México, Holanda, França e Itália.

Divulgação



INDÚSTRIA PAULISTA CORTA 86 MIL EMPREGOS ATÉ SETEMBRO

A indústria paulista acumula perda de 29 mil vagas no terceiro trimestre e de 86 mil postos de trabalho neste ano. Em setembro, o setor demitiu 11,5 mil trabalhadores, o que representa uma queda de 0,49% no nível de emprego em relação a agosto, em termos dessazonalizados, de acordo com o Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos (Depecon) da Federação e do Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp e Ciesp). Na série sem ajuste sazonal, o recuo na margem foi de 0,51%.



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

NOVIDADES



Feira do Empreendedor 2017: inscrições estão abertas para expositores

Estão abertas as inscrições para expositores interessados em participar da Feira do Empreendedor do Sebrae-SP 2017, maior evento de empreendedorismo do País, que será realizada de 18 a 21 de fevereiro. São 418 estandes reservados para micro e pequenas empresas que desejam estar presentes em uma grande vitrine de negócios, além de 22 espaços reservados para patrocinadores. Em 2016, a Feira recebeu 133 mil visitantes, ofereceu 48 mil capacitações e gerou negócios no valor de R\$ 15,5 milhões. Para a próxima edição, a expectativa é ainda maior. “Estamos trabalhando com uma projeção de 150 mil visitantes e 20% a mais no valor de negócios fechados nos quatro dias de Feira. É uma das maiores oportunidades do ano para quem quer divulgar e expandir sua empresa”, afirma o gerente comercial do Sebrae-SP, Giulliano Antonelli.

Expositores e patrocinadores interessados em participar da Feira do Empreendedor 2017, que ocorrerá no Parque de Exposições do Anhembi, Zona Norte de São Paulo, podem entrar em contato com a Unidade Comercial do Sebrae-SP pelos telefones 11 3177-4829/4843 ou 0800 570 0800. Podem participar empresas de todos os portes desde que devidamente formalizadas e em dia com os tributos. Um comitê do Sebrae-SP aprovará a entrada das empresas levando em conta o mix de produtos/serviços ofertados e a pertinência em relação ao público-alvo da Feira. O objetivo é ter a maior variedade possível de empresas e serviços em exposição. Para o público em geral, as inscrições serão abertas em breve.

Sebrae e INPI comandam iniciativa para acelerar a concessão de patentes de micro e pequenas empresas

O projeto piloto Patente MPE, desenvolvido em parceria pelo Sebrae e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), facilita a concessão de patente, que até bem pouco tempo era um processo longo, de mais de dez anos. A iniciativa tem como objetivo contribuir para ampliar a competitividade das empresas de pequeno porte, a partir do fortalecimento dos seus ativos de propriedade industrial, mais especificamente mediante a priorização do exame dos seus pedidos de patentes e ausência de custo adicional.

Donos de pequenos negócios podem solicitar prioridade na análise de seus pedidos junto ao INPI e reduzir para um ano o tempo de espera para o registro. O projeto vale para requerimentos já depositados desde 2007 e para novas demandas, que podem ser feitas até fevereiro de 2017 ou até que o número de pedidos chegue a 300.



Adaptações e soluções

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

➔ Com a chegada do fim do ano, é natural que muita gente faça aquele tradicional balanço do que se passou nos últimos tempos. Não faltam as famosas promessas de mudanças, várias esquecidas já em 1º de janeiro. Entretanto, quem é dono de empresa tem obrigação de olhar para os meses anteriores, checar o que deu certo, o que deu errado, projetar os passos seguintes e agir. Aliás, a regra básica da administração correta impõe que balanços do negócio sejam feitos periodicamente e o encerramento de um exercício é um momento propício para isso. Planejamento é o alicerce da boa gestão.

Nesta edição do **Jornal de Negócios**, falamos dessa avaliação e da organização necessária para um empreendimento iniciar 2017 em condições de enfrentar as adversidades da crise que ainda tantos estragos faz na economia.

Em épocas de dificuldades, como a atual, saber adaptar-se é imprescindível para se manter firme no mercado. É o caso mostrado na reportagem sobre a empresa de monitoramento de segurança que troca os serviços prestados a uma pizzaria por nada menos do que... pizzas. Sem envolvimento de dinheiro, mas com resultados satisfatórios para ambas.

O olhar atento às necessidades do público-alvo é a melhor maneira de se abrir caminho para o aumento de ganhos. Outra matéria deste mês retrata empreendedores que perceberam a oportunidade de oferecer facilidades para potenciais clientes – pet shops e salões de beleza – desenvolveram produtos específicos e estão se dando bem no chamado segmento de business to business (B2B).

Que os exemplos aqui retratados sirvam de inspiração para outros empresários. Bons negócios a todos.



VENDA DE AUTOMÓVEIS DEVE CRESCER 5% EM 2017

A venda de automóveis e comerciais leves novos no Brasil deve crescer 5% em 2017 na comparação com 2016, estimou o presidente da Federação Nacional de Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), Alarico Assumpção Jr. Para o segmento de caminhões, a expectativa do executivo é de expansão de 6% a 8%. São as primeiras projeções da entidade para o ano que vem.

Oportunidades de negócio dão nova forma ao escambo

Possibilidade de trocar produtos e serviços ganha atualização dentro do contexto da economia compartilhada e ajuda a fazer girar a empresa em tempos de crise. Isso inclui de vagas ociosas em hotéis à solução para inadimplência

Patrícia Cruz



“É um encontro entre o que você quer e gosta de fazer e o que o lugar está precisando”, explica Riq Lima, da Worldpackers sobre o funcionamento da empresa

Todo mundo já ouviu falar sobre escambo nas aulas de história na escola. É a maneira mais primitiva de fazer comércio: trocar um produto por outro sem envolver nenhum tipo de moeda. É o caso do dono de um pequeno rebanho que troca um balde de leite excedente da sua produção por um punhado de ovos da criação de galinha do vizinho. No contexto brasileiro, o escambo ficou

conhecido como a maneira que os portugueses que chegaram aqui há 500 anos encontraram para utilizar a mão de obra dos índios na exploração do pau-brasil. Em troca do trabalho de cortar e carregar as árvores, ofereciam espelhos e adornos.

No mundo contemporâneo, o escambo está presente com outra roupagem: é um dos princípios da economia compartilhada, que visa

diminuir o impacto social do consumo e o papel central do dinheiro e dos intermediários nas trocas econômicas. Um exemplo da economia compartilhada é o Airbnb, serviço online criado nos EUA que promove possibilidades de hospedagem em casas e apartamentos particulares ao redor do mundo – com preços mais atraentes que muitos hotéis, opção de alugar apenas um quarto

e fortemente baseado na reputação tanto do dono do imóvel quanto do viajante. Não se trata de uma simples troca: a transação envolve pagamento, mas une diretamente o interessado em hospedagem com alguém que tem um quarto ou imóvel ocioso para alugar.

Um sistema de hospedagem ainda mais baseado na troca de serviços é o promovido pela plataforma online



COMÉRCIO PELA INTERNET VAI DOBRAR ATÉ 2021

Pesquisa do Google mostra que o comércio eletrônico deve dobrar sua participação no faturamento do varejo até 2021, com crescimento médio de 12,4% ao ano. Isso significa que as vendas vão dobrar em cinco anos, chegando a R\$ 85 bilhões. A participação deve sair de 5,4% em 2016 para 9,5% em 2021. Segundo a pesquisa, nos próximos cinco anos, mais 27 milhões de pessoas irão fazer sua primeira compra online, totalizando 67,4 milhões. Isso irá representar 44% dos internautas em 2021.



Worldpackers (www.worldpackers.com). Por meio dessa plataforma, o viajante pode ocupar uma cama ou um quarto em hotéis e pousadas ao redor do mundo em troca de um serviço, chamado de “habilidade”. É possível acomodar-se em um hotel em troca de oficinas de fotografia para os outros hóspedes, trabalhar na organização de festas em troca de uma cama em um hostel ou mesmo ajudar no dia a dia de trabalho de uma ecovila. “É um encontro entre o que você quer e gosta de fazer e o que o lugar está precisando”, explica um dos sócios da plataforma, Riq Lima.

A ideia da plataforma surgiu depois que Lima, que é formado em economia e trabalhava no mercado financeiro, decidiu conhecer o mundo. Foram três anos viajando, muitas vezes trocando a hospedagem por aulas de surf, organização de festas e até ajuda no marketing do negócio. “Muita gente tem como sonho abrir uma pousada. Essa é uma oportunidade para colaborar com uma pousada, ver se é aquilo mesmo que você quer”, diz.

Atualmente, a Worldpackers – que Lima define como uma comunidade de turismo colaborativo – está presente em mais de 90 países, com cerca de 300 mil viajantes na base. Pelos cálculos da empresa, foram mais de US\$ 10 milhões economizados pelos viajantes (apesar da hospedagem sem custos, a empresa cobra uma taxa para cada viagem concretizada). “Nosso público não é aquela pessoa que quer fazer uma simples viagem, eles procuram algo mais profundo, a aprendizagem de uma

nova língua, novas experiências”, afirma o empreendedor.

NA CONFIANÇA

Se a troca de “habilidades” por hospedagem é uma das possibilidades trazidas pela nova, a velha prática do escambo sobrevive no comércio de bairro e de cidades do interior como uma maneira de driblar a falta de capital de giro ou para minimizar os efeitos da recessão econômica. Em São Mateus, Zona Leste de São Paulo, o empresário Leonardo Akamine encontrou na troca de produtos uma solução para facilitar o pagamento dos clientes de sua empresa de monitoramento e segurança, chamada Anzen.

Já há muito tempo, Akamine costuma trocar o serviço oferecido pela sua empresa por material produzido por gráficas da região. São calendários, folders e peças de divulgação que ele recebe como pagamento pelo monitoramento. Mais recentemente, a ideia se expandiu para outras empresas, como uma distribuidora de material de limpeza que estava inadimplente há quase um ano e até uma pizzeria, que garante a alimentação no happy hour dos funcionários. “A mensalidade não é um valor alto, mas é mensal. E muitas empresas estavam cortando todo tipo de custo com a crise, algumas queriam até parar de pagar temporariamente até que a situação melhorasse. Foi aí que surgiu essa ideia”, conta.

A empresa existe há mais de 30 anos no bairro e começou com o pai de Akamine. Por isso, muito dos acordos de troca são fechados na base da confiança, sem nenhum tipo

de contrato. “A gente só faz isso com clientes que temos afinidade, com cliente novo fica complicado. Por isso mesmo, a maioria com quem fizemos essas trocas acabou se aproximando ainda mais, continuou com a gente, nunca tivemos problema”, diz. Para o empresário, esse sistema conseguiu resolver dois problemas – a inadimplência e o abastecimento de alguns produtos que teriam um custo no caixa –, mas ele acredita que basear-se em trocas só é viável em situações pontuais.

GANHO FUTURO

Para o gerente regional do Sebrae-SP Joaquim Batista Xavier Filho, do Escritório Regional Capital Leste II, a empresa que possibilita a alternativa de troca de produtos e serviços pode ter um impacto positivo no fluxo de caixa, mesmo não gerando ganho financeiro no primeiro momento. “Há um ganho potencial futuro com as

indicações de ambas as partes e um ganho na imagem, o chamado ‘share of mind’”, diz, referindo-se ao conceito de marketing que trata da lembrança dos clientes de determinada marca ou empresa como referência.

Mais do que tendência, o escambo é uma alternativa para fazer os negócios “girarem” para os dois lados envolvidos. “É uma relação pautada pela confiança e pelo ganho das duas partes. Fideliza o cliente quando ainda não se tem um relacionamento longo e sólido e ambos saem satisfeitos, indicando novos clientes e parceiros”, afirma Xavier. Há também uma certa garantia de recebimento, pois na troca os produtos envolvidos são a expertise de cada um e ambos trabalham com custo reduzido. “Quando se trata de cliente novo, é preciso fazer uma análise do perfil, o histórico da empresa no mercado. Mesmo assim acredito que os riscos de não receber são menores”, diz.

TROCA DE ALIMENTOS

A troca de alimentos excedentes e o combate ao desperdício foram também o mote para a criação do FarmSquare (www.farmsquare.com.br), uma plataforma social lançada recentemente no Brasil que pretende aproximar interessados em uma alimentação saudável de pequenos produtores próximos a eles. Uma pessoa que tem um pequeno pomar no quintal de casa pode cadastrar as frutas excedentes no aplicativo para doação a consumidores da região ou troca com produtores de hortaliças, por exemplo. De acordo com o site da plataforma, a missão do FarmSquare é tornar a alimentação do brasileiro mais saudável, combater o desperdício e reduzir o deslocamento em busca de tais produtos: três problemas resolvidos colaborativamente de uma só vez. Tudo sem a necessidade de um intermediário.





INDÚSTRIA SÓ RETOMA CRESCIMENTO EM 2018

A indústria nacional só deve voltar a crescer daqui a um ano e meio, segundo o presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Robson Braga de Andrade. “Em 2016 nós paramos de perder, em 2017 vamos começar a plantar, mas o crescimento mesmo da indústria, só em 2018”, afirmou. De acordo com ele, dois fatores devem dificultar uma retomada mais precoce da atividade. O primeiro é a fraqueza do mercado interno, que enfrenta a pior recessão da história brasileira e uma taxa de desemprego que ainda deve superar os 13% no começo do ano que vem. O outro é a fraqueza das exportações brasileiras, que depende de negociações do governo para abrir mercados.

Como começar 2017 com o pé direito



Economia deve dar sinais de melhora em 2017, preveem os analistas, mas o dono de uma micro ou pequena empresa precisa se preparar para entrar no ano que vem da melhor forma possível. Planejamento e ajustes no negócio são dois dos principais pontos que merecem atenção

Depois de 2016 ter sido considerado um ano praticamente perdido para grande parte das micro e pequenas empresas, as esperanças e apostas para 2017 são grandes. Estima-se uma retomada da economia que, se ocorrer, pode impactar o desenvolvimento dos pequenos negócios. Mas para estar pronto para manter sua posição no mercado ou até melhorá-la, é preciso muito planejamento.

Calcular cada passo, reduzir as despesas, rever o mix de produtos e investir em comunicação são importantes ações que o empreendedor precisa fazer para começar bem o ano. Foi o que o empresário Francisco Du Ur, proprietário da loja Universo das Alianças, localizada na região central de São Paulo, começou a fazer, com a orientação do Sebrae-SP. A nova cara da loja foi uma das principais ações, depois de perceber que reunia ali importantes atrativos para seus clientes que não eram utilizados.

“Fizemos mudanças estruturais na loja, para deixá-la mais bonita e melhorar a circulação. Pintamos, deixamos a logomarca mais moderna e alteramos alguns balcões de exposição do produto. Além das alianças, fabricamos outros tipos de joias personalizadas, temos alguns artistas como clientes e fotos de quase todos usando os nossos produtos, mas nunca tínhamos explorado isso. Fizemos um painel com essas fotos e isso tem chamado muito a atenção do público, diz.

“Também percebemos que um dos nossos diferenciais era o fato de sermos fábrica, além de loja, então abri uma parede de vidro na produção, de forma que o cliente consiga

Cris Castello Branco



Francisco Du Ur, dono da Universo das Alianças: mudanças estruturais na loja para torná-la mais bonita e com melhor circulação

ver a fabricação, o que trouxe mais credibilidade perante aos clientes. As mudanças ainda estão acontecendo para começarmos o ano bem, mas já percebi resultado com o crescimento de 30% da empresa”, comemora o empresário.

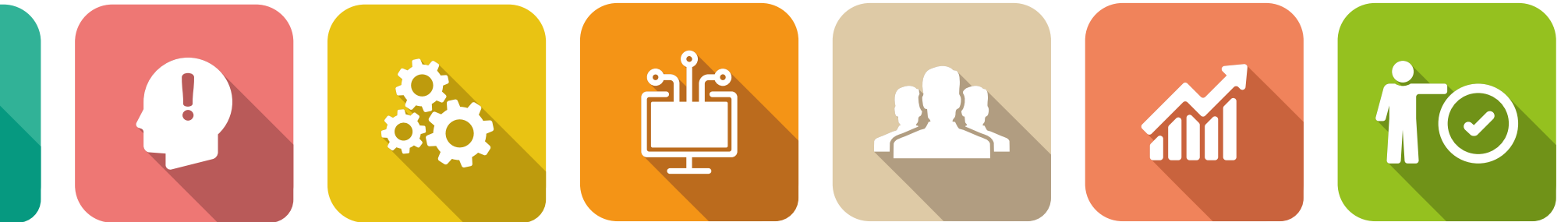
Convencer o empresário a investir no negócio em tempos de baixo consumo não tem sido uma tarefa fácil. Para o consultor Fabiano Nagamatsu, os donos de pequenos negócios ainda estão um pouco receosos quanto aos sinais de aquecimento da economia

e pouco otimistas com o impacto disso nas suas empresas. “Pessimista ou não, a entrada de um novo ano deve levar o empresário a pensar sobre o futuro do negócio e planejar seu desempenho. É hora de pegar um histórico do que foi feito no ano, fazer



BRASIL PRECISA QUALIFICAR 13 MILHÕES DE TRABALHADORES

O Brasil terá de qualificar 13 milhões de trabalhadores entre 2017 e 2020 para ocupações industriais de nível superior, técnico e de qualificação, aponta estudo elaborado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e divulgado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). De acordo com o documento, as áreas que mais vão demandar trabalhadores qualificados nesse período são: construção (3,8 milhões), meio ambiente e produção (2,4 milhões), indústria metalmeccânica (1,7 milhão), alimentos (1,2 milhão), vestuário e calçados (cerca de 974 mil), indústria petroquímica e química (327 mil) e madeira e móveis (aproximadamente 258 mil trabalhadores). O estudo considera que a economia brasileira voltará a crescer a partir do ano que vem.



um balanço da empresa, separar as coisas que deram certo e o que não virou muito bem. E aí já faz um planejamento, mês a mês, com metas para a produção, com previsão de estoque, escalonamento de funcionários, previsão de capital de giro e a questão mercadológica, ou seja, como a empresa vai se posicionar nas vendas para o próximo ano. Os empresários ainda estão muito conservadores em seus planejamentos, estão mais readequando processos e metas, do que criando novos”, completa.

O caso da Jumbai, localizada na zona norte de São Paulo, foge um pouco à regra. A empresa, que tem dois anos e meio, criou um produto novo há apenas três meses, o sachê de Sal Rosa do Himalaia, apostando na onda da comida saudável. Além de conquistar o público de food service, com mais de cem restaurantes na cartela de clientes, a empresa já se prepara para começar 2017 com dois novos produtos e a expansão de novos clientes no segmento de varejo. Todas as ações foram previstas num planejamento estratégico bem estruturado e seguido à risca.

“Uma estratégia foi buscar a expansão por meio de grandes distribuidoras, para escoar o produto para várias Estados, além de outros mercados como o setor de supermercados. Também planejamos o lançamento de dois novos produtos, para atender às necessidades desse novo segmento, que serão lançados até o fim do ano. Nossa expectativa é crescer mais de 200% em 2017, tendo em vista o grande mercado que ainda temos pela frente”, afirma Rafael Cifu, um dos sócios da Jumbai.

Cinco passos para o ajuste

Para ajudar no planejamento das ações, o consultor de Administração do Sebrae-SP, Fabiano Nagamatsu, preparou cinco passos básicos de gestão para começar a construir um 2017 diferente.

1

Faça um planejamento

O primeiro passo é fazer um balanço dos prós e contras de todas as atividades da empresa no ano, focando em possíveis ajustes para o próximo ano. Para isso, o empresário deve desenvolver uma análise interna e externa considerando os principais pontos do seu segmento. O planejamento bem ajustado, ou seja, elaborado “com os pés no chão” dá suporte para uma pesquisa de mercado e consequentemente proporciona mais informações qualificadas para tomada de decisão em 2017.

2

Realizar ajustes de despesas e análise do capital de giro de acordo com as estratégias da empresa

O planejamento do negócio é o parâmetro essencial para ajuste da redução de despesas. Por meio dele o empresário poderá rever comportamentos do consumidor, o que o concorrente está fazendo e como seus parceiros fornecedores podem contribuir para seu negócio. Reduzir despesas é bom em alguns momentos, mas cuidado para que os cortes não prejudiquem a entrega de valor aos seus clientes. Algumas podem ser revistas em determinadas épocas do ano, tais como:

- Buscar serviços terceirizados em determinadas áreas da empresa.
- Plano de conscientização e redução de energia, água e contas telefônicas.
- Negociação de tarifas bancárias.

Uma dica boa é, se possível, trabalhar sob encomenda (just in time) e rever o mix de produtos eliminando estocagem de itens sem saída e reduzindo compras. Reavalie também a estrutura física, se existem equipamentos locados que não estão sendo utilizados, por exemplo. Outro grande vilão do empresário que abre ou que já tem uma empresa é o capital de giro. Ajustar os prazos de pagamento com fornecedores e otimizar prazos com clientes é uma saída que contribui para o fôlego financeiro. Evite propostas de antecipação de recebíveis de cartão de crédito e empréstimos sem analisar a viabilidade.

3

Unir forças – fortalecer união do time

É muito importante que o empresário una a equipe por meio de plano de metas alcançáveis e ações motivadoras. O time, principalmente o comercial, é a linha de frente da empresa e que demonstra se a empresa está bem ou não ao mercado consumidor. Assim, é importante a sinergia e coesão nas atividades propostas.

4

Adotar ações criativas e inovação

Em tempos desfavoráveis ou de análise de mercado, o empresário deve entender que é um momento de oportunidade e planejamento de algo que agregue valor aos produtos e serviços da empresa. Buscar ações criativas é uma saída para se manter no mercado como inovar na forma de entregar o produto ou serviço e fazer divulgações que remetam uma ação que contribua para questões de sustentabilidade e economia criativa.

5

Investir em comunicação

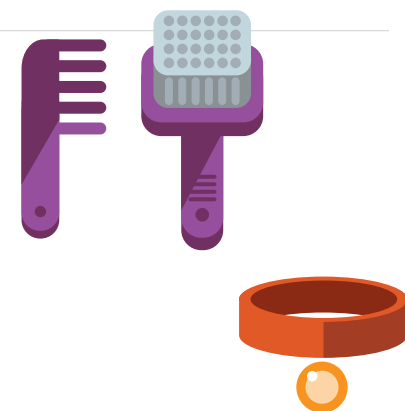
“Quem não é visto não é lembrado” – portanto, é importante que a marca da empresa esteja em evidência no segmento. Para isso, não necessariamente precisa fazer altos investimentos. Existem alternativas como a divulgação por meio das redes sociais, criação de grupos pelo sistema de comunicação WhatsApp, parcerias com comércio local, entre outros.



UNIVERSIDADE NÃO ESTIMULA EMPREENDEDORISMO, DIZ PESQUISA

Levantamento do Sebrae e da Endeavor, realizado pelo Instituto Data Popular, revela que a universidade é uma das fontes menos procuradas pelos jovens brasileiros na hora de se capacitar para empreender. Pela pesquisa, cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com iniciativas de empreendedorismo dentro da universidade. Entre os alunos, a média é de apenas 36%. Quase um quinto das universidades (17,9%) não possui qualquer entidade interna que institucionaliza as ações ligadas ao empreendedorismo.

Vender para outra empresa é bom negócio



Empresários lançam aplicativos para pet shops e salões de beleza. Mercado business to business (B2B) representa oportunidade de ganhos

Divulgação



Marcelo Carvalho, Willian Carvalho e Luciano Tamura criaram um app para pet shops

De olho em um mercado potencial, startups encontraram oportunidades para oferecer soluções e vender para empresas, o tradicional modelo de business to business (B2B). A Appet.tosa, por exemplo, investiu em aplicativo para pet shops. Já a Je-zzy foca nos salões de beleza.

Os sócios da Appet.tosa, Willian Carvalho, Marcelo Carvalho e Luciano Tamura atuam no mercado de tecnologia e identificaram uma necessidade no mercado. “O que existe para o controle de pet shop são softwares mais complexos, que são instalados no computador. Conseguimos criar uma solução para ser usada no smartphone para quem não consegue investir ou não tem demanda para um software de ERP – sigla para Enterprise Resource Planning, que é um sistema de informação que integra dados e processo da empresa”, afirma Willian.

Com o Appet.tosa, o empresário consegue fazer a gestão do pet shop por meio do aplicativo instalado no smartphone ou pela web. Ele vai conseguir controlar o cadastro de clientes, dos pets, organizar o agendamento de vacinas e do serviço de banho e tosa, lançar os valores dos serviços para o cálculo das comissões dos tosadores e ainda gerar relatórios financeiros completos (receitas e despesas).

Atualmente, a empresa, localizada em Barretos, tem 600 pet shops de todo o Brasil ativos no aplicativo. O proprietário do pet shop pode testar a ferramenta gratuitamente por sete dias. Depois, o custo é de R\$ 49,90 por mês. A expectativa é dobrar o número de estabelecimentos ativos em 2017. Em uma segunda fase, prevista



INADIMPLÊNCIA DAS EMPRESAS AUMENTA 5,1%

A inadimplência das empresas no País aumentou 5,1% até o 3º trimestre do ano, em relação ao mesmo período do ano anterior, informa a Boa Vista SCPC. O indicador inclui cheques devolvidos, títulos protestados e registros de débitos da base da Boa Vista SCPC. A inadimplência registrada em 4 trimestres, isto é, a quantidade de restrições acumuladas desde o 4º trimestre de 2015 até o 3º trimestre deste ano frente aos quatro trimestres antecedentes, aumentou 6,3%. Já na avaliação sobre o mesmo trimestre do ano anterior (julho a setembro), houve aumento de 1,5%. Na avaliação contra o trimestre imediatamente anterior (abril a junho), o indicador também apresentou alta de 1,5%, descontados efeitos sazonais.



para o início do ano que vem, os sócios querem ativar a ferramenta para o cliente final acompanhar os serviços contratados no pet shop.

Já o Jezzy foi lançado em outubro pelos sócios Fagner Schablatura e Luiz Bittencourt. Além de oferecer para o salão o aplicativo que possibilita o agendamento dos serviços, o Jezzy foca na venda de produtos profissionais para ajudar a empresa a aumentar sua receita. “Muitas vezes, as clientes atravessam bairros para visitar seu profissional; por isso, queremos reforçar essa relação de confiança. Além disso, pode dar continuidade do tratamento em sua casa e comprar os produtos certos indicados pelo profissional”, afirma Fagner.

“Nós cuidamos de todo o processo: desde o estoque dos produtos até a entrega para o cliente final”, diz Bittencourt. O salão não precisará ter estoque e ainda receberá uma comissão pela venda de produtos adquiridos na plataforma. A mensalidade de R\$ 149,80 estará em promoção por R\$ 89,90 até dezembro e a meta dos sócios é fechar o primeiro ano com pelo menos mil salões cadastrados.

RENTABILIDADE

Na comparação de modelos de negócios voltados para o consumidor final e para empresas, o consultor do Sebrae-SP Guilherme Arradi explica que a rentabilidade pode mudar muito de acordo com o mercado de atuação e o modelo de negócios adotado não está necessariamente ligado ao tipo de cliente. No entanto, o consultor destaca que as taxas de sucesso dos negócios B2B tendem a ser supe-

riores aos modelos B2C, especialmente quando se fala em empresas com alto potencial de crescimento. Isso porque esse tipo de negócio envolve duas características vantajosas.

A primeira é o custo de aquisição de clientes. “Em mercados B2C há uma grande quantidade de clientes, com perfis e comportamentos heterogêneos. Assim, se você quiser ganhar uma boa parcela de mercado, precisará fazer frequentes investimentos em comunicação para atrair e reter clientes. Os custos totais para aquisição de clientes, portanto, costumam ser menores em mercados B2B, onde existem menos clientes e com perfis mais homogêneos”, diz.

A segunda característica é o desenvolvimento de produtos e serviços, cujo processo pode ser facilitado quando é preciso testá-lo com menos clientes. Isso reduz o tempo de lançamento além de impactar diretamente os fluxos financeiros da empresa”, completa.

Mas trabalhar tendo empresas como cliente envolve pelo menos dois grandes desafios. O primeiro é uma possível negociação com um grande comprador. “É muito provável que as negociações sejam duras com pouco espaço para o emocional e para compras por impulso, que ocorrem com maior frequência em mercados B2C”, diz Arradi. Outro ponto é a hierarquia. “A compra do seu produto passará por vários níveis hierárquicos até a primeira aprovação. Isso implica em entender bem quais são as necessidades dos vários envolvidos no processo para realizar uma venda assertiva”, diz.

Mas por que é tão difícil tornar um aplicativo voltado para pessoa físi-

ca rentável? O consultor aponta três principais dificuldades. A primeira é a concorrência. “O primeiro desafio é convencer o usuário a baixar o aplicativo, com tantas opções disponíveis. Aplicativos B2C possuem alto custo de aquisição de clientes”, destaca Arradi.

Em seguida, aparece a experiência, a utilização do aplicativo. “Muitos usuários fazem o download, mas não utilizam o aplicativo. Cada vez mais aplicativos têm usado experimentos e testes para aperfeiçoar detalhes da experiência do usuário”, completa Arradi.

De acordo com o consultor, se a experiência nas primeiras 24 horas for agradável, o desafio seguinte é man-

ter o usuário engajado na utilização do aplicativo. “Aqui cabe ressaltar, que WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram e jogos são os aplicativos mais utilizados pelo brasileiro, que passa em média quatro horas conectado ao celular.”

O consultor explica que se o aplicativo conseguir passar pelos três primeiros pontos, ele deve ter um potencial de rentabilidade. Mas ainda assim, o caminho pode ser difícil. “Basta verificar o caso do Waze, que somente agora está testando um modelo de monetização, com publicidade. Por conta de tudo isso, o mercado de aplicativos tem sido dominado pelo universo de games”, diz.

Classificados

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



QUER ANUNCIAR?
PROCURE UM
DOS ESCRITÓRIOS
DO SEBRAE-SP

REGISTRE A SUA MARCA

BAIXO INVESTIMENTO
PARA PEQUENA EMPRESA

(16) 4141-0649

WhatsApp (16) 99137-6814

contato@g4registrodemarcas.com.br

Ribeirão Preto - SP



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

QUER ABRIR OU EXPANDIR
SUA FRANQUIA?
A GENTE OFERECE CAPITAL
DE GIRO COM PAGAMENTO
EM ATÉ 48 VEZES.

Busque por

santander franquias



Abra sua conta

Central de Atendimento Santander Empresarial: 4004-2125 (regiões metropolitanas) ou 0800-726-2125 (demais localidades), de 2ª a 6ª-feira, das 8h às 20h; atendimento exclusivo para empresas; atendimento a pessoas com deficiência auditiva e de fala. Sujeito a aprovação de crédito e cadastro.

O QUE
A GENTE
PODE FAZER
PELA SUA
FRANQUIA
HOJE?



Santander.
Eleito o melhor
banco do mundo
para pequenas e
médias empresas.



**Negócios
& Empresas**



AUMENTA O NÚMERO DE RECLAMAÇÕES NO COMÉRCIO ONLINE

Ranking da Fundação Procon-SP mostra aumento de 75% no número de reclamações referentes ao comércio eletrônico entre janeiro e agosto deste ano em relação ao mesmo período de 2015. O Procon-SP explica que o número total de queixas é considerado elevado considerando o período de crise econômica, com as vendas desaquecidas. O índice de solução de problemas foi considerado baixo pelo Procon-SP: o desejado pela entidade é de 90%, e neste ano as empresas mais reclamadas tiveram índice de 73%.



No lugar dos carros, praças

Augusto Aiello, 24 anos, proprietário da Soul Urbanismo, constrói parklets, transformando vagas de automóveis em locais de lazer

“Quando vim de Águas da Prata para São Paulo comecei a trabalhar como Jovem Aprendiz no Senac e, além de aprender muitas coisas legais, participei de um concurso em parceria com o Sebrae-SP, chamado Empreenda Senac. Ali foi a minha primeira relação com o empreendedorismo; aprendi como fazer o plano de uma empresa e fui vencedor.

Depois de alguns anos, eu tinha uma ideia de negócio e participei do Prêmio Empreenda Faap, que tem parceria com a Escola de Negócios do

Sebrae-SP. Com esse prêmio desenvolvemos melhor o que seria a empresa. Daí surgiu o nome Soul Urbanismo e a ideia virou realmente um produto.

Começamos em novembro de 2014. Tivemos muitas dificuldades e várias batalhas, mas é muito bom ver que, apesar de tudo, conseguimos nos fortalecer.

A Soul Urbanismo é uma empresa que constrói parklets (*extensões temporárias das calçadas, na forma de minipraças, para o lazer*), um espaço livre que tem o intuito de promover

encontro de amigos e aproveitamento maior da cidade.

Nessa caminhada, tive grande sorte e privilégio de encontrar um sócio muito bom. Nós temos valores muito parecidos e isso ajuda muito com que dê certo a relação profissional.

O investimento inicial foi bem pequeno e quatro meses após instalarmos o primeiro parklet, recebemos um aporte de um investidor-anjo. Um ano depois, conseguimos recuperar o valor gasto. O nosso diferencial é que fazemos uma manutenção constante

nos parklets. Prestamos serviços de manutenção mensalmente, cuidados às plantas e madeiras para que fiquem em bom estado promovendo o bom aproveitamento do espaço por três anos (tempo de licença da Prefeitura de São Paulo). Acredito que isso valoriza bastante nossa marca e faz com que tenhamos grandes parcerias.

A dificuldade no começo foi conscientizar o público que criticava o uso de duas vagas de carros para a instalação do parklet. Mas depois acabam entendendo que o acesso é livre, feito com investimento privado e que o espaço é para todos. O mais difícil é expandir em larga escala esse movimento, mas aos poucos está acontecendo.

Por dia passam em média 300 pessoas por parklets. Já construímos 15 e até o final do ano entregaremos mais cinco.

Para os próximos anos, queremos transformar muitas cidades e ser uma das maiores empresas de urbanismo da América Latina.

Mesmo depois de ter vencido o Prêmio Empreenda Faap, o Sebrae-SP continuou me dando apoio e mentoria. Há dois anos participei do Empretec e realmente mudou bastante meu jeito de pensar como empreendedor. Tive momentos de muitas reflexões e conheci pessoas maravilhosas. A minha principal dica para quem quer se tornar empreendedor é: se jogue. Mergulhe na sua ideia e faça o seu show!”

Confira o vídeo com a história da Soul Urbanismo de Comunicação em [youtube.com/sebraesaopaulo](https://www.youtube.com/sebraesaopaulo).

Patrícia Cruz



Augusto Aiello diz que a manutenção constante dos parklets é o diferencial da sua empresa



NÚMERO DE TRABALHADORES POR CONTA PRÓPRIA REDUZ EM MAIS DE 1 MILHÃO

O Brasil perdeu mais de 1 milhão de trabalhadores por conta própria no terceiro trimestre deste ano em relação ao segundo trimestre, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A categoria inclui profissionais autônomos, tanto da economia formal, como dentistas e advogados, quanto da informal, como vendedores ambulantes. Pela pesquisa, no segundo trimestre deste ano o país tinha 22,9 milhões de pessoas trabalhando por conta própria. No terceiro trimestre, esse número caiu para 21,8 milhões, o que apresenta uma diferença de -4,7% ante o segundo trimestre. Na comparação com o terceiro trimestre de 2015, a queda foi de 1,7%. Essa é a maior redução do número de trabalhadores por conta própria na série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad), iniciada em 2012.

Feira de Artesanato Brasil Original é sucesso

Evento organizado pelo Sebrae em outubro reuniu artesãos de 25 Estados brasileiros; foram 29 mil visitantes em quatro dias

Patrícia Cruz



Expositores fecharam R\$ 2,9 milhões em vendas

A primeira edição da Feira de Artesanato Sebrae Brasil Original superou as expectativas em relação a público e volume de negócios. Foram mais de 29 mil visitantes nos quatro dias do evento realizado no Centro de Convenções Anhembi, em São Paulo. A expectativa inicial era um público de 20 mil pessoas. Os 330 artesãos de 25 Estados brasileiros que participaram do evento concretiza-

ram 88 mil produtos comercializados e mais de R\$ 2,9 milhões em vendas.

“A feira foi uma grande oportunidade para os artesãos divulgarem seus trabalhos e a riqueza cultural de todos os cantos do País”, disse o presidente do Sebrae-SP, Guilherme Afif Domingos. “No final, a feira foi vantajosa para os artesãos, para os consumidores finais e também para os lojistas, que puderam

comprar produtos de alta qualidade direto do fornecedor”, acrescentou.

A variedade de produtos expostos na Feira chamou atenção dos visitantes: era possível encontrar desde sapatos de látex do Acre até produtos de marchetaria de São Paulo, além do artesanato típico das diferentes festas e manifestações culturais e religiosas de todos os cantos do País. Também foi possível assistir aos artesãos fazendo seus produtos in loco, como imagens religiosas de argila e esculturas de areia em garrafa.

Quem foi a São Paulo expor seus produtos teve motivo para comemorar. O artesão Waldiney Machado é de Ananindeua (PA) e produz instrumentos musicais típicos de seu estado, utilizando material da flora local. Ele levou à Feira uma grande linha de produtos da sua marca Batuque da Mata, de pequenos ganzás a tambores e atabaques. “Além das vendas, tive a di-

vulgação dos produtos, o contato com lojistas e também com outros músicos que estão expondo. Certamente eu voltaria em outra Feira”, diz o artesão.

O empresário Alfredo Felipe de Souza Dias, que comercializa artesanato em sua loja localizada na estrada para Campos do Jordão, esteve na Feira e só não comprou mais produtos para revender porque não teria como transportar no carro. “Na próxima vez venho com a carretinha”, diz. Ele adquiriu cerca de R\$ 20 mil em produtos e com o objetivo de faturar em torno de 40% a mais com a venda no varejo. Dias também elogiou a organização do evento: “A distribuição dos boxes por Estado facilita procurar os produtos que a gente já quer e a conhecer os produtos de cada região”.

Na Feira, o Sebrae fez atendimentos aos empreendedores nas áreas de marketing, finanças, administração e jurídica, além da formalização da empresa.

Sebrae-SP oferece soluções digitais gratuitas

Facilidade e praticidade. Essas são duas das vantagens que as soluções online gratuitas do Sebrae-SP propiciam para quem pretende abrir um negócio próprio ou já é dono de empresa e deseja aperfeiçoar a gestão. Para os empreendedores que estão iniciando ou que já possuem seu próprio negócio, o Sebrae-SP oferece o Mapa de Negócios, que contribui para analisar o mercado de forma geográfica, completamente online, utilizando mapas da web. Nessa ferramenta digital, o empresário identifica como estão distribuídos os potenciais clientes, fornecedores e concorrentes.

De forma completamente online e gratuita, o empreendedor também pode fazer um Check-Up, e receber orientações para tornar o negócio mais eficiente, conhecendo as principais dificuldades de administração, marketing, entre outros problemas peculiares de cada empresa. Por meio desse atendimento online é feita uma autoavaliação da empresa para entender de planejamento, mercado e finanças do negócio.

Pensando nos empresários dos segmentos de lavanderia, comércio de vestuário e alimentação fora do lar, o Radar Sebrae-SP ajuda no gerenciamento e análise do negócio. A solução dá dicas

para os empreendedores visualizarem indicadores como faturamentos, investimentos e tickets médio do mercado.

De acordo com o consultor do Sebrae-SP, Adriano Augusto Campos, as soluções digitais são ideais para as atuais necessidades dos empreendedores. “Os empresários que estão superando a crise, mantendo o próprio negócio, estão cada vez com menos tempo para se capacitar. As ferramentas online e gratuitas do Sebrae-SP juntam o útil ao agradável. O empreendedor se capacita durante o pouco tempo que tem livre em casa ou na própria empresa.”

O Sebrae-SP oferece ainda mais 45 cursos de Educação a Distância (EAD), voltados a temas como administração, finanças, marketing, inovação, gestão de pessoas, para os Microempreendedores Individuais (MEIs) entre outros.

Os cursos ajudam na gestão do negócio de maneira prática, rápida, gratuita e também podem ser feitos de qualquer lugar. Têm duração média de três horas e os empreendedores podem concluir o programa em até 15 dias a partir do início das aulas. Todos oferecem certificado.



LEI DESOBRIGA SALÃO DE BELEZA A CONTRATAR PROFISSIONAL PELA CLT

Está em vigor lei que permite a salões de beleza fazerem contratos escritos com cabeleireiros, barbeiros, esteticistas, manicures, pedicures, entre outros. Os profissionais passarão a ser Microempreendedores Individuais e não mais empregados com carteira assinada. A regra desobriga a contratação de profissionais de beleza no regime CLT e cria a figura do profissional-parceiro e do salão-parceiro, sendo que salão-parceiro terá a responsabilidade pela centralização dos pagamentos e recebimentos dos serviços prestados pelos profissionais no salão. A lei também permite que salão e profissional adotem o Simples Nacional.

AGENDA DE FEIRAS DE NEGÓCIOS

FITIC (Feira de Tecnologia)

Quando: 15 a 18/12

Onde: São Paulo Expo / Rod. dos Imigrantes, 1,5 km – Água Funda, São Paulo-SP

Informações: www.fitic.com.br / info@fitic.com.br / (11) 3045-4748

Feira Cultural Preta 2016

Quando: 11/12

Onde: Centro de Eventos Pro Magno / R. Samaritá, 230 – Casa Verde, São Paulo-SP

Informações: www.feirapreta.com.br / contato@feirapreta.com.br

Mystic Fair

Quando: 10 e 11/12

Onde: São Paulo Expo / Rod. dos Imigrantes, 1,5 km – Água Funda, São Paulo-SP

Informações: www.mysticfair.com.br / (11) 2865-7364 / (11) 3807-1544

MakeUp in São Paulo 2016

Quando: 7 e 8/12

Onde: Centro de Convenções Rebouças / Av. Rebouças, 600 – São Paulo-SP

Informações: makeup-in-saopaulo.com/saopaulo-pt

Seminário Internacional ABDTIC

Quando: 5 e 6/12

Onde: Hotel Sheraton / Av. das Nações Unidas, 12559 – Brooklin Novo, São Paulo-SP

Informações: www.sheratonsaopaulowtc.com.br / (11) 3055-8000



Responde

O Sebrae Responde é um serviço para tirar dúvidas de empreendedores sobre a abertura de novos negócios e questões relacionadas à gestão de empresas já em atividade.

CHIARA PAMPADO,
consultora do Sebrae-SP

Divulgação



Quanto devo faturar para pagar todas as despesas e não ter prejuízo?

➔ Esse é o ponto que chamamos de ponto de equilíbrio, em que as receitas se igualam as despesas e não há lucro nem prejuízo. Mas como posso calcular isso?

Para ilustrar, imaginemos uma empresa que paga em torno de R\$ 10 mil de despesas com estrutura física e pessoal (aluguel, água, energia, salários, pró-labore etc). Essas despesas são chamadas fixas pois não alteram de acordo com a quantidade vendida ou produzida, ou seja, vendendo ou não vendendo eu tenho essas mesmas contas.

Agora vamos aos gastos que variam de acordo com o volume de venda (ou produção, no caso de indústria): custo da mercadoria vendida, imposto sobre o faturamento, frete, comissões, despesas financeiras, perdas.

No nosso exemplo, vamos dizer que a empresa pague 4% de imposto no Simples, 2% de comissão de venda, 2% de frete e cerca

de 2% de taxa de cartão. Somando-se 10% de despesas que chamamos variáveis.

Nossa empresa exemplo costuma colocar 100% de margem nos produtos que revende, ou seja, se compra por R\$ 50 revende por R\$ 100, obtendo o custo da mercadoria vendida de 50% do valor de venda.

Com todas as informações em mãos, vamos aos cálculos. Para essa empresa pagar todos os custos com mercadoria, despesas com imposto, frete, comissão e cartão, e ainda cobrir os gastos de estrutura e pessoal, podemos usar a fórmula do ponto de equilíbrio para chegar na meta mínima de vendas.

A fórmula é $PE = \text{gastos fixos} / (100\% - \% \text{ de custos e despesas variáveis})$. Ficou assim: $PE = R\$ 10 \text{ mil de gastos fixos} / (100\% \text{ da venda} - 50\% \text{ custo com mercadoria} - 10\% \text{ despesas variáveis})$, ou seja: $PE = R\$ 10 \text{ mil} / 40\% = R\$ 25 \text{ mil}$.



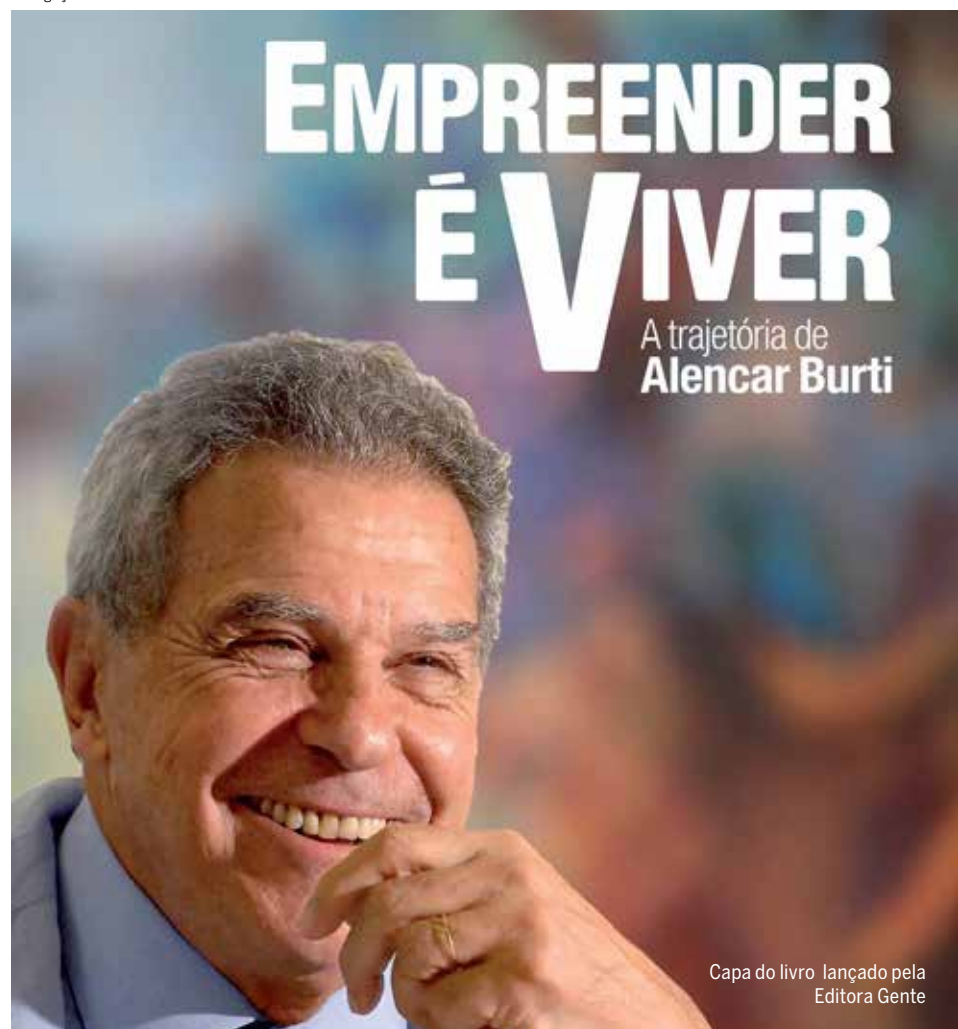
GASTO COM PRESENTE DE NATAL VAI SER MENOR

O gasto médio com presentes de Natal neste ano deve cair 5,3% na comparação com o ano passado. A estimativa é de pesquisa feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todas as capitais. Pelo levantamento, o brasileiro vai desembolsar R\$ 109,81 com cada presente. O valor representa uma queda real (já descontada a inflação acumulada do período) de 5,34% na comparação com o ano passado. Em 2014, o gasto médio por presente havia sido de R\$ 125,22 e, em 2015, de R\$ 106,94.

Alencar Burti tem sua trajetória contada em livro

Biografia do ex-presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP chega às livrarias e mostra suas realizações como empresário

Divulgação



Com o objetivo de mostrar uma história de superação, coragem e empreendedorismo, chega às livrarias *Empreender é viver – a trajetória de Alencar Burti*, biografia do ex-presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP. A obra é o 37º livro do jornalista e escritor Ricardo Viveiros e foi lançada pela Editora Gente. Segundo Viveiros, Alencar Burti “é dessas pessoas cujo aniversário deveria ser comemorado como feriado nacional,

porque elas são as que vivem, criam e realizam algo além de seus interesses e beneficiam todos com sua inteligência, coragem, talento e brilho”.

Alencar Burti, além de empresário de sucesso, é atualmente presidente da Associação Comercial de São Paulo (ACSP) e da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Fapesp); foi presidente do Sebrae-SP em dois períodos: no biênio 2003-2004 e de 2011 a 2014

e atualmente é conselheiro da entidade. Integra também conselhos de mais de uma dezena de entidades empresariais, assistenciais e filantrópicas. Tudo isso, sem deixar de participar ativamente do comando de seus próprios negócios.

Começou a trabalhar ainda adolescente no setor de joalheria. Depois, entre outras atividades, passou para o ramo de automóveis. Tornou-se um destacado líder empresarial. Fundou a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) e tem ativa atuação no associativismo. Também teve presença marcante na presidência do Conselho Deliberativo Sebrae-SP. Na sua gestão foi criada a Escola de Negócios Alencar Burti, em 2014, a primeira escola gratuita do Brasil voltada à educação empreendedora.

“Mostramos no livro toda essa trajetória vitoriosa”, enfatiza Viveiros, ressaltando: “Burti é um empreendedor nato. Um gerador de felicidade coletiva. Um homem que vive produzindo, sempre com criatividade, ética e eficiência, a partir da consciência de que não somos apenas peças isoladas de uma grande e complexa engrenagem. Ele descobriu, desde bem cedo e da maneira mais dura, que é preciso viver em perfeita harmonia com o próximo. Que a solidão não é boa companhia. Para ele, o que vale é ser responsável por si mesmo e pelo próximo, aprender sempre, ter paixão pela vida e trabalhar para todos. Unir para progredir. Fazer e comandar grandes coisas”.

Viveiros lembra de ter entrevistado Alencar Burti muitas vezes quando foi repórter em diferentes veículos de comunicação. “Ele é um personagem mui-

to especial. Por isso, nasceu este livro, que registra seu digno exemplo de que viver vale a pena, quando — como ele fez, faz e seguirá fazendo — o olhar ultrapassa o aparente limite de si mesmo e viaja, nas asas do vento, fazendo o bem mundo afora, gerando felicidade.”

No prefácio da obra, o professor José Pastore, da Universidade de São Paulo, observa que, “em boa hora, Ricardo Viveiros decidiu escrever esta bela biografia. E escolheu o homem certo para o momento atual, quando nos ressentimos de pessoas que trabalham com amor ao País e orientadas pela conduta de austeridade e respeito às leis e à Constituição”.

Romeu Chap Chap, uma das principais lideranças do setor imobiliário nacional e membro do Núcleo de Altos Temas (NAT) do Sindicato da Habitação (Secovi-SP), salienta no posfácio: “Alencar Burti é daquelas pessoas que a gente quer sempre ter por perto. Ele é o cara. Dono de um otimismo irreversível (se não incompreensível), está sempre pronto para estender-lhe a mão com um sorriso nos olhos”.

Ricardo Viveiros é jornalista e escritor e completa 51 anos de carreira este ano. Nascido no Rio de Janeiro em 1950, vive em São Paulo desde 1976. Trabalhou em jornais, revistas, rádios, TVs e agências de notícias, conquistou importantes prêmios, no Brasil e no exterior, entre eles duas vezes o Esso de Jornalismo (em equipe). É articulista em importantes jornais e revistas, nacionais e internacionais. É presidente da Ricardo Viveiros & Associados – Oficina de Comunicação (RV&A), agência de jornalismo institucional que fundou há 29 anos.