

FORMALIZAÇÃO P. 3 ►

São Paulo tem mais de 600 mil Empreendedores Individuais. Conheça as vantagens da formalização.

E-COMMERCE P. 14 ►

Seu cliente já usa a internet. E você?

Entrevista:

a desafiadora trajetória do vietnamita Thái Quang Nghiã, fundador da Goóc Eco Sandal

P. 4 ►



COMPETITIVIDADE P. 12 ►

Bom atendimento atrai e fideliza clientes. Confira aqui um modelo de Pesquisa de Satisfação e aplique em seu negócio.

Crédito planejado: como utilizá-lo para o desenvolvimento da sua empresa



Sérgio Sanchez tem duas empresas que funcionavam no mesmo ambiente. Ele recorreu ao crédito para alugar outro andar e separar as duas. "O resultado foi excelente. É possível administrar mais facilmente as empresas e oferecer melhores condições de trabalho para os colaboradores", afirma.

P. 6 ►

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL P. 10 ►

A sustentabilidade como diferencial competitivo

- O que as micro e pequenas empresas pensam sobre o tema
- Cases de sucesso: simples ações que trazem economia e agregam valor à marca



Dicas de leitura

Um outro olhar

Em **Metanoia - Um novo olhar sobre a liderança e os negócios**, da Editora Gente, o consultor e educador Roberto Adami Tranjan conta a história de Lucas, um empresário que perde um grande contrato e seu principal cliente. Começa assim uma viagem de transformação, colocando em xeque os modelos mentais e desafiando os antigos paradigmas corporativos. A grande lição do livro é que os resultados não vêm do esforço, e sim da mudança de olhar.



Coloque suas ideias em prática

O livro **Empreendedorismo - Transformando Ideias Em Negócios**, de José Carlos Assis Dornelas, publicado pela editora Elsevier-Campus, dá condições para o leitor construir o seu negócio e analisar as oportunidades de maneira crítica e prática. Um plano de negócios pode ser elaborado como produto final do estudo.



ERRATA. Na edição 219 do Jornal de Negócios, a entrevista para a matéria da p.13 'Funcionários motivados, empresas de sucesso' foi concedida por Fabio Gerlach e não por Daniel Palácio, como indicado na matéria.



ELOGIE. SUGIRA. CRITIQUE. RECLAME.

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

Queremos te ouvir:
0800 570 0800 | ouvidoria@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br > clique em OUVIDORIA.

Crédito produtivo é essencial para desenvolvimento

Nos últimos oito anos, pouco mais de 30% das micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras recorreram ao crédito bancário para obter financiamento. A maioria preferiu negociar pagamentos com fornecedores, utilizar limites do cheque especial ou do cartão de crédito e cheque pré-datado.

Com isso, a opção por financiamento bancário despencou de 27% para 7%, na comparação 2005/2009. A explicação: excesso de garantias reais e de documentação, plano de negócios falhos, saldos médios insuficientes.

O mesmo estudo aponta que quase 50% das MPEs gostariam de tomar empréstimo para compra de mercadorias e equipamentos, sendo que a demanda seria, na média, por R\$ 30 mil, para pagar em 36 meses e com

juros de 1% a.a. Ou seja, existe uma demanda represada.

Recentemente a presidente da República anunciou medidas de estímulo à produção, com ofertas de crédito mais barato pelo BNDES, redução dos juros bancários e aumento do prazo para pagamento.

Com estas medidas, gerou-se uma concorrência saudável, em que bancos reduziram taxas, ampliaram prazo de pagamento e colocaram bilhões de reais no mercado.

Foi um importante passo, mas é preciso avançar ainda mais nesta questão e resolver a verdadeira causa do sistema bancário não incorporar definitivamente os pequenos negócios em sua estratégia de atuação.

Nós vamos acompanhar de perto este movimento pré-crédito produtivo e subsidiar, no que for necessário, formuladores de políticas públicas e representantes do sistema financeiro com informações sobre a realidade das MPEs brasileiras. E, ao mesmo tempo, continuaremos orientando os empreendedores sobre vantagens e riscos do financiamento bancário, além de orientar no gerenciamento do capital obtido.

Boa leitura!

Alencar Burti
Presidente do
Conselho Deliberativo
do Sebrae-SP



Dúvida do empreendedor

Tenho uma pequena distribuidora de produtos de limpeza e gostaria de comercializar os produtos com minha marca sem ter que produzi-los. Como devo fazer?

Carla Nascimento, Araraquara

Essa questão representa uma dúvida de muitos empresários. Primeiramente é necessário esclarecer o que significa industrialização por encomenda. Nesse tipo de negócio, o estabelecimento empresarial encomendante envia matérias-primas, produtos intermediários, material de embalagem, moldes, matrizes ou modelos para o executor da encomenda. Neste caso, a remessa é realizada com suspensão do IPI, assim como a devolução do produto industrializado ao encomendante. Na situação levantada, o encomendante é industrial: adquire matérias-primas e vende produto acabado. Vale dizer que na venda pelo encomendante do produto industrializado não há a mencionada suspensão do IPI. Indicamos a

consulta ao Decreto n. 7.212/2010 (RIPI – Regulamento do imposto sobre produtos industrializados).

Existe também o chamado comércio “marca própria”, que não encaminha matéria-prima, produtos intermediários ou embalagens para a industrialização

por encomenda. Apenas adquire os produtos do estabelecimento industrial já produzidos e embalados com a sua marca. Nas embalagens dos produtos encontramos as expressões “industrializado por XXX” e “comercializado por YYY”. Recomendamos a consulta à ANVISA para o conhecimento da legislação sanitária aplicada aos distribuidores de produtos de limpeza.

Por Silvio Vucinic,
consultor do Sebrae-SP



Silvio Vucinic

Os consultores do Sebrae-SP estão à disposição para tirar suas dúvidas. Agende uma consultoria em gestão. Acesse: <http://sebr.ae/sp/55784>

No mês de maio de 2012 o faturamento real das micro e pequenas empresas paulistas apresentou aumento de 10,3% sobre maio de 2011. Por setores, os resultados do período foram: indústria (+11,5%), comércio (+6,9%) e serviços (+14,7%). Vale destacar que a indústria apresenta resultado positivo pelo segundo mês consecutivo – em abril o setor teve crescimento de 6,6% no faturamento.

São Paulo tem mais de 600 mil Empreendedores Individuais

A nova modalidade de formalização de empresas, o Empreendedor Individual, ultrapassou a marca de 617 mil empreendimentos no Estado de São Paulo. No primeiro semestre de 2012, segundo a Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp) e a Receita Federal do Brasil (RFB), das 274.051 empresas abertas, 179.143 são EI, o que representa 65% do total. No mesmo período do ano passado, foram registradas 179.143 novas empresas no Estado, sendo 114.397 EIs (56% do total).

Ao se formalizar, os EIs conquistaram o direito de estar com suas atividades legalizadas, de abrir as portas do seu

estabelecimento sem medo da fiscalização, de poder emitir sua nota fiscal e ainda ter o direito a todos os benefícios previdenciários que todo trabalhador tem, como aposentadoria, licença maternidade, auxílio-doença, entre outros.

A formalização trouxe também para este empreendedor a oportunidade de crescimento. Ao entrar no mercado formal, muitos empreendedores individuais observam aumento no número de clientes, já que a possibilidade de emitir nota fiscal amplia o acesso a novos mercados que eles ainda não conseguiam atender, como grandes empresas e o poder público.

Os empreendedores estão, em sua maioria (82%), concentrados no setor de comércio, serviços e construção civil, 79% têm Ensino Médio completo e 61% atuavam na informalidade antes de ser EI, segundo pesquisas de perfil destes empreendedores divulgadas pelo Sebrae-SP no ano passado.

De acordo com a Jucesp, o registro de EI cresceu 63% no primeiro semestre deste ano em relação ao mesmo período de 2011, enquanto o total de abertura de empresas aumentou 27,5% no período. “Os registros da nova modalidade ainda deverão continuar crescendo durante um período, até se estabilizarem a longo prazo, abrindo caminho para transformações em modelos que permitam a ampliação do porte empresarial”, afirma o presidente da Jucesp, José Constantino de Bastos Jr.

O Sebrae-SP integra um grupo que reúne órgãos públicos e instituições de apoio aos micro e pequenos negócios responsáveis por colocar o Empreendedor Individual em prática e definir estratégias para seu aprimoramento. Só em 2011, a entidade atendeu a milhares de pessoas em busca de informações sobre o EI nos escritórios regionais espalhados pelo Estado e nas dezenas de mutirões de formalização.

Sobre o MEI

Podem se formalizar como empreendedores individuais (EI) trabalhadores por conta própria, com faturamento máximo de R\$ 60 mil por ano e que exerçam alguma das 470 atividades que fazem parte do programa, como vendedores de roupas, cabeleireiros, pedreiros, esteticistas, manicures, alfaiates, eletricitas, animadores de festas, borracheiros, confeitários, marceneiros, sapateiros, chaveiros, artesãos, fotógrafos, etc.

Para aderir ao programa, o empreendedor deve se cadastrar no site www.portaldoeempreendedor.gov.br

Brasil terá quatro milhões de Empreendedores Individuais até 2014

Estudo do Sebrae revela que o número de Empreendedores Individuais deve chegar a quatro milhões em julho de 2014 e próximo de oito milhões em 2022. Atualmente, são cerca de 2,5 milhões em todo o país. Segundo projeções do Sebrae, daqui a dois anos, o número de Empreendedores Individuais já será maior que o total de micro e pequenas empresas no Brasil.

De acordo com o estudo, o novo grupo de empresários é formado por homens e mulheres com idade entre 25 e 39 anos, e ensino médio completo.

Sobre o local de instalação desses empreendimentos, 43% dos EI afirmaram que trabalham em sua própria casa e 74% revelaram ter no negócio a sua única fonte de renda.

“O importante passo de tirar nossos empreendedores da informalidade já foi dado, o desafio agora é zelar para que eles prosperem na atividade e que as políticas públicas os incentivem nessa trajetória. Mais do que comemorar os 617 mil EIs em São Paulo, precisamos garantir que eles permaneçam na formalidade, que sejam responsáveis pelos produtos e serviços que oferecem à população e que estejam em dia com suas obrigações fiscais para não correr o risco de se desenquadrarem desta categoria e voltarem para a informalidade”, destaca Bruno Caetano, diretor superintendente do Sebrae-SP.

Expediente

Publicação mensal do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO

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

DIRETORIA EXECUTIVA

Bruno Caetano (Superintendente)
Ivan Hussni (Administração e Finanças)
Ricardo Tortorella (Técnico)

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado

Gerente: Eduardo Pugnali
Editora responsável: Gabrielle Nascimento (MTB: 56.866)
Repórteres: Ivan Martins, Livia Borges, Marcelle Carvalho, Paulo Rezende
Fotos: Agência Luz
Apoio Comercial: Valéria Capitani
Projeto Gráfico: Marcelo Costa Barros
Diagramação: Carla De Bona
Impressão: Cia Lithographica Ypiranga

SEBRAE-SP

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

Escritórios Regionais do Sebrae-SP

Alto Tietê: 11 4722-8244

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

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

Entrevista

Adversidades transformadas em força empreendedora

Thái Quang Nghiã, fundador da empresa Goóc Eco Sandal, possui uma história repleta de lutas e superações. Em 1979, com 21 anos, ele fugiu do Vietnã em busca de liberdade – na época, o país vivia sob um regime político autoritário. Um navio petroleiro da Petrobras o encontrou em um barco de pesca em alto mar no sudeste asiático. Após o resgate, Thái tornou-se cidadão brasileiro.

“Quando cheguei ao Brasil eu não falava português e usava o dicionário para compreender as pessoas e me comunicar”, conta o empresário, que quatro anos depois de chegar ao País foi aprovado no vestibular do curso de matemática da Universidade de São Paulo (USP) e deu uma grande guinada em sua vida. Hoje, ele vende sandálias feitas de pneus reciclados, “em cada item fabricado pela Goóc existe uma filosofia de vida, que faz com que os produtos tenham uma identidade original, sejam inovadores e ecologicamente corretos”, ressalta. No primeiro ano de existência, em 2003, a empresa vendeu em torno de 700 mil pares, em 2010 foram 3 milhões de pares. No entanto, em 2011, houve um incêndio na fábrica da empresa, e Thái teve que recomeçar. O vietnamita revela sua trajetória para o **Jornal de Negócios**. Confira:

Jornal de Negócios - Como foi o começo de sua vida no Brasil?

Thái Quang Nghiã - Eu tive muita

sorte de vir para o Brasil. Em minha opinião, o brasileiro é o povo mais humanizado do mundo. Quando cheguei aqui eu fiz cursos de graça, inclusive o cursinho pré-vestibular para entrar na USP. Eu falava que queria estudar, mas não tinha dinheiro, e as pessoas se comoviam da minha situação. cursando a faculdade, eu consegui emprego em um banco e trabalhei lá até abrir o meu próprio negócio.

JN - E como surgiu a ideia de se tornar empreendedor?

TQN - Uma amiga da faculdade era fabricante de bolsas ‘de fundo de quintal’ e vendia seus produtos na 25 de março. Ela estava com dificuldades financeiras e me pediu dinheiro emprestado. Mas ela acabou não se recuperando, ‘quebrou’ e me deu tudo o que ela tinha (máquinas e bolsas). Para recuperar o dinheiro, decidi vender as bolsas. Em quinze dias vendi tudo, mesmo dedicando pouco tempo para isso. Então percebi que se dedicasse o dia todo para vender, eu ganharia muito mais dinheiro do que eu ganhava no banco.

JN - Então a abertura da empresa não foi planejada, certo?

TQN - Isso mesmo. Trabalhei informalmente por seis meses. Fazia o design das bolsas e contratava as costureiras para a produção. Nesta época, acabei largando a faculdade de matemática para me dedicar só ao negócio. Mas anos depois ingressei na Universidade

“O mais importante não é o dinheiro, e sim o tempo dedicado em inovação.”

Thái Quang Nghiã

Presbiteriana Mackenzie para cursar administração de empresas.

JN - As sandálias da Goóc são fabricadas a partir de pneus reciclados. De onde veio essa ideia?

TQN - Após a minha formatura da faculdade, tirei 60 dias de férias para viajar e voltei para o Vietnã. Quando cheguei lá vi que os vietcongs não usam bota nos pés, e sim o pneu cortado, amarrado com tiras de sua própria capa. Eu achei o design muito inusitado, além de ter um significado de resistência, de luta. Voltei ao Brasil e comecei a produzir as sandálias em 2003.

JN - E qual é o diferencial do seu produto?

TQN - A marca surgiu da criatividade de um povo que lutou para manter sua identidade, transmitindo realização e conquista. A primeira mensagem da Goóc é ambiental, nossa meta é converter o máximo possível de pneu em sandália, já produzimos 18 milhões de calçados, tendo reciclado uma média de 3 milhões de pneus. A segunda é a

preservação cultural. E a terceira é a pessoa voltar para si, para suas raízes, seus ancestrais. Precisamos recuperar nossas raízes, se você é brasileiro precisa mostrar ao mundo o que tem de bom em sua cultura: festa junina, caipirinha, feijoada.

JN - Em 2011 a fábrica da Goóc sofreu um incêndio. Qual foi o impacto disso?

TQN - De fato um incêndio de grandes proporções destruiu a maior parte da nossa fábrica, localizada na cidade de Brotas, interior de São Paulo. A origem do fogo ainda é desconhecida. Com isso, eu tive que recomeçar. Repensei meu modelo de negócio e hoje nós terceirizamos a produção, não temos mais fábrica própria. Este novo modelo está sendo muito melhor, porque estamos trabalhando com o que temos mais competência, que é a comunicação. O Brasil é muito avançado em indústria de calçados, então é muito mais fácil, prático e sustentável terceirizar a produção.

JN - Isso significa que você transformou uma dificuldade em oportunidade?

TQN - Exatamente. No início a rentabilidade caiu, porque agora temos mais custos com a produção. Mas em longo prazo, pela escala, acredito que ganharemos mais. Nós chegamos a ter 300 funcionários. Hoje, temos 30. É melhor porque gastávamos bastante tempo administrando pessoas. É muito importante repensar o modelo de negócio. O mundo está em constante mudança. Em anos anteriores, eu fazia dois lançamentos a cada três anos, hoje eu lanço quatro produtos em seis meses, isso porque estou livre para criar. O mais importante

As MPEs também apresentaram um resultado positivo na comparação entre maio/12 e abril/12: tiveram aumento de 5,8% no faturamento real. Bruno Caetano, diretor-superintendente do Sebrae-SP, afirma que as vendas para o Dia das Mães contribuíram para o resultado, e acrescenta “este percentual representa um acréscimo de R\$ 2,4 bilhões na receita das MPEs”.



“A marca surgiu da criatividade de um povo que lutou para manter sua identidade, transmitindo realização e conquista”, afirma o empresário Thái Quang Nghiã

“**Recomendo que as pequenas empresas, que não têm recursos para investir em mídia de massa, usem as mídias sociais para se relacionar com seus clientes.**”

Thái Quang Nghiã

erros e acertos nessa trajetória ?

TQN - Eu sempre trabalhei muito sozinho, não me dediquei a montar uma equipe forte. E esse foi o meu maior erro. Você pode começar sozinho, mas com o passar do tempo e com o crescimento do negócio, o sócio se torna necessário, pois ele te complementa. Você pode também montar uma equipe forte, mas, em minha opinião, nada é melhor que um sócio. Agora, meu grande acerto foi a coragem de fazer diferente.

JN - Quais as dicas que você dá para os donos de pequenos negócios?

TQN - Em primeiro lugar é preciso entender que você tem autossuficiência, que é dono do seu negócio. É necessário ter proatividade para superar as dificuldades do dia a dia. Depois, é preciso ter um objetivo claro, aqui nosso objetivo é o mesmo desde que a empresa foi criada e será o mesmo daqui a cinquenta anos, que é agregar mensagem/valor ao produto. E, por último, é saber definir prioridades, porque tem muita coisa para fazer: criar, vender, administrar. O que vem primeiro? Qual será o seu foco? Para as outras coisas você contrata pessoas para fechar o ciclo do negócio.

não é o dinheiro e sim o tempo dedicado em inovação.

JN - Você aposta nas mídias sociais como uma forma de divulgação?

TQN - Totalmente. Temos 61 mil fãs no Facebook, sendo que 15 mil são engajados, interagem conosco. Muitas vezes meus lojistas pedem anúncios na televisão, mas eu sempre falo não. Eu vou falar com quem quer falar comigo. Nosso próprio cliente divulga nossos produtos,

80% das pessoas compram Goóc pela indicação de amigos. O resultado demora, mas quando ele vem é muito mais consistente. Recomendo, inclusive, que as pequenas empresas, que não têm recursos para investir em mídia de massa, usem as mídias sociais para se relacionar com seus clientes. O brasileiro tem muita habilidade de comunicação e o tempo que as pessoas passam conectadas é muito alto, então temos que aproveitar isso.

JN - O que é o projeto Goóc 2014?

TQN - Em 2014 o mundo vai olhar mais para o Brasil e muita gente virá para o País. Eu quero mostrar para o mundo que o Brasil tem *know how* e tecnologia para transformar pneu em borracha que vira sandália. Além disso, desejo incentivar os outros países a fazer o mesmo. A ideia é que eles produzam a sandália com seu próprio pneu reciclado.

JN - Quais foram os seus principais



Quanto às expectativas dos empresários, em junho de 2012, 54% dos proprietários de MPes acreditam em manutenção na receita da empresa; e 55% esperam manutenção no nível de atividade da economia brasileira.

Financiamento

Uso planejado do crédito ajuda a melhorar os negócios

O crédito pode ser uma boa ferramenta para quem pretende desenvolver o negócio. Mas, antes de recorrer a uma instituição financeira, é fundamental que o empreendedor calcule e saiba quais os valores gastos com investimentos fixos e com capital de giro. Com essa informação, ele deve analisar o saldo restante e identificar se realmente é preciso entrar em um financiamento.

Caso opte pelo crédito, o empresário deve responder a quatro perguntas: Qual é o valor necessário? Onde será investido? Qual será a origem? Como pretende pagar? Isso é importante para garantir que somente contrairá uma dívida com a qual poderá arcar. A partir disso, é fundamental avaliar se o financiamento ajudará a ampliar o negócio e aumentar os lucros, permitindo quitar as parcelas do empréstimo. “Não adianta fazer dívidas se não tiver como pagar, pois isso gera uma ‘bola de neve’ que pode não ter solução”, explica Eduardo Alexandre Mendes, consultor do Sebrae-SP.

Empresários com mais tempo de atividade encontram uma facilidade maior para obter crédito de uma instituição financeira, como explica o consultor do Sebrae-SP. “Quanto mais antigo for o CNPJ, melhor será para conseguir empréstimo, pois o empresário terá um histórico para mostrar que é um bom pagador”, ressalta Mendes.

Se usado com planejamento, o crédito pode ser um fator decisivo para expandir a empresa, como no caso de Sérgio Sanchez de Lima e Silva, da zona norte de São Paulo. Suas duas empresas, a NData, de digitação e processamento de dados, e a NPhone, de *call center*, funcionavam no mesmo ambiente. Ele recorreu ao crédito para alugar outro andar e separar as duas. “O resultado foi excelente. É possível administrar mais facilmente as empresas e oferecer melhores condições de trabalho para os colaboradores”, afirma.

Prós e contras do crédito


Prós: acelera o crescimento da empresa, viabilizando investimentos; e protege o patrimônio, pois não recorre ao dinheiro pessoal.

Contras: pode diminuir os lucros por causa dos juros e aumenta os riscos do negócio, caso não consiga pagar as prestações.



Estudo inédito encomendado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) aponta as características do empreendedor de pequeno e médio porte do varejo brasileiro. A pesquisa mostra que o perfil deste empresário é de um homem de 42 anos, que possui ensino médio, já trabalhou no varejo, tem faturamento bruto de até R\$ 60 mil por mês, emprega familiares e não usou financiamento bancário na hora de abrir o próprio negócio.

É preciso também avaliar as condições existentes no mercado e conhecer as ofertas que atendam as necessidades a curto, médio e longo prazo, para que essa dívida não impacte negativamente na rotina financeira da empresa. “Recomendo que todo empresário pesquise em vários bancos e procure taxas menores, mas faça isso indo diretamente à instituição e conversando pessoalmente com cada gerente. Avalie não só a taxa de juros, mas também o tempo para pagar, a documentação exigida e a carência”, orienta o empresário.

O consultor do Sebrae-SP revela que são quatro os motivos pelos quais o empreendedor recorre ao crédito: para investimento fixo, operações de longo prazo destinadas a financiar a implantação, a expansão e modernização da empresa; para capital de giro, destinado à manutenção da atividade operacional no dia a dia como caixa, bancos, contas a pagar e a receber, folha de pagamento e estoques; para investimento misto, operações que financiam investimento fixo e capital de giro associado; e para cobrir um prejuízo, em casos de emergência. 





Sérgio Sanchez de Lima e Silva, da zona norte de São Paulo, se planejou e usou o crédito obtido para expandir sua empresa. “O resultado foi excelente”, revela.

Veja quais são as principais exigências dos bancos na concessão do crédito:

- Cadastro de todos os sócios e cônjuges e comprovação do pagamento da Tarifa Cadastral (em alguns casos);
- CNPJ atualizado;
- Alvará de funcionamento;
- Contrato social, ata de constituição e estatuto ou declaração de empresário registrados na Junta Comercial;
- Todas as alterações contratuais, atas ou aditivos do último aumento de capital registrados na Junta Comercial;
- Ata de eleição da atual diretoria registrada na Junta Comercial;
- Atas ou aditivos de outras alterações registrados na Junta Comercial e assinados pelos sócios e por um advogado;
- Alteração da Declaração de Empresário;
- Balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício com assinaturas do contador e administradores da empresa, referentes aos três últimos exercícios, com indicação do nº das folhas e do livro diário em que foram transcritos;
- Balanço de abertura e previsão de faturamento nos primeiros 12 meses (empresa em implantação);
- Relação de vendas, assinada pelo contador da empresa, referente ao último exercício social, ou do período decorrido, quando a empresa não houver encerrado seu primeiro exercício social;
- Recibo de entrega de declaração de Imposto de Renda para empresa dispensada de apresentar balanço ao fisco federal, ou declaração de isenção, conforme o caso;
- Autorização para consulta aos sistemas restritivos e à central de risco de crédito do SISBACEN;
- Escrituras dos bens imóveis, certificados de registros de veículos CRVs.

Fonte: Sebrae-GO

Está com dúvidas sobre financiamento? O Sebrae-SP tem consultores especializados em crédito e finanças. Fale conosco: <http://sebr.ae/sp/55784> 

Assista no **JNMais** um vídeo com dicas de consultores do Sebrae-SP sobre Capital para investimento: <http://sebr.ae/sp/jnmais220> 

classificados

ALIMENTÍCIO

"A Qualidade do seu Produto em 1º lugar"

Assessoria em Alimentos

Regulariza seu negócio às Normas da Vigilância Sanitária.

Nutri Mi Assessoria em Alimentos
(11) 3071-0013

COMUNICAÇÃO GRÁFICA

GT Fone: 11 4781-1944
www.tags.com.br
gti@tags.com.br

Soluções para indústria, varejo, logística e serviços.

ETIQUETAS, RÓTULOS, TAGS, ETIQUETAS PARA BALANÇA, SEGURANÇA (VOID, DESTRUTÍVEL), RIBBONS, IMPRESSORAS, ETIQUETADORAS DE PREÇOS, APLICADORES DE PINOS E TAGS, LEITORES E COLETORES DE DADOS.

GRUPO YTHAJACI

BRINDES Personalizados

EMBALAGENS Personalizadas

Veiculação Personalizadas

ANÚNCIOS

2157-8484
ythajaci.com.br

Publicidade a preço justo

Sites, hotspots, loja virtual

Trabalhos Gráficos

Comunicação Visual

Marketing

Preços e formas de pagamento facilitadas para parceiros do Sebrae. Consulte!!!

dm publicidade +55 11 6403-7508 | 38*121563
www.dempublicidade.com.br

CONSULTORIA

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

3MI Factoring

QUER UMA MÃOZINHA RECEBA À VISTA SUAS VENDAS A PRAZO

Negocie seus cheques e duplicatas pelo menor custo do mercado

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

3MI Factoring

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

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

Martins & Fernandes
SUA MARCA EM BOAS MÃOS

REGISTRAMOS MARCAS, PATENTES, DIREITOS AUTORAIS E CÓDIGO FONTE DE PROGRAMAS. PROTEJA E VALORIZE SUA EMPRESA E SUAS IDEIAS.

Telefones: (11) 2537-5912 e (11) 2023-4375
www.martinsfernandes.com.br

Especializada em Cursos e Treinamentos

triade
SOLUÇÕES RH

Consulte-nos e conheça nossos temas

tel 12 3941 4165
12 3911 6371
www.triadesolucoesrh.com.br

DIVERSOS

JOELHOS: e/ou coxas com dores? conheça as novas joelheiras "bem estar", da mesma empresa da jarra azul. Tel.: (11) 3315-0234 – BÓRIS borenjy.azul@gmail.com

MONDEO
Assessoria em Comércio Internacional

"Criando valores que aumentam a competitividade de nossos clientes."

- Habilitação junto a Receita Federal para Importar e Exportar (RADAR)
- Importação e Exportação por Trading
- Assessoria em Mudança Internacional

www.mondeointernacional.com
11 2951-3998 11 2951-3588

Relógio de Ponto

Digital R\$750,00
Rel. Homologado
Catracas

(011) 2100.3535
Nextel: 9*11919
www.adigitec.com.br

R\$350,00 Tradicional

umb.co ²³

Escritório compartilhado

Um espaço pronto para seu negócio acontecer!

Saiba mais em
www.umbco23.com.br
19 2511-1263 - Campinas

GRUPO SUDESTE
FUNDADO EM 1978

TERCEIRIZAÇÃO DE LIMP. ABERTO E CONSERVAÇÃO PREDIAL

Nome:

- ✓ Institucional
- ✓ Hospitalares
- ✓ Fábricas
- ✓ Shopping Centers
- ✓ Escritórios
- ✓ Portos, Vigia e Controlador de acesso

www.sudestegrup.com.br
Tel.: (11) 2824-8114 - 2822-8484

Agência de Propaganda para empresas de pequeno e médio porte.

Logotipo, Cartão de Visita, Impressos, Sites e muito mais. Tudo com baixo custo. Confira!

11.3985.6787
11.7447.6309
cramy.com.br

Cramy
Publicidade

Menu e Vitrine Digital

Melhore a comunicação com seu cliente:

Capture a atenção
Estimule a experimentação
Concretize a venda

www.new-midia.com
contato@new-midia.com
Fone: 55 11 3254.7621 / 5539.0601

Prêmio
9ª Edição - 2012

Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Varejo

Varejista, participe!

Mostre como sua empresa contribui para um mundo mais sustentável.

www.varejosustentavel.com.br

INFORMÁTICA

Nota Fiscal Eletrônica

Sem valor de venda

FF NF-e - A partir de 115,00 mensais

www.htds.com.br 11 2682-9644

Nota Fiscal Eletrônica

Sem valor de venda

FF NF-e - A partir de 115,00 mensais

www.htds.com.br 11 2682-9644

Nota Fiscal Eletrônica

Sem valor de venda

FF NF-e - A partir de 115,00 mensais

www.htds.com.br 11 2682-9644

sitesehomepages.com.br

Microempresas Site p/ Político

Seu Site a partir de 3x R\$ 99,

5 páginas - Textos e Imagens Gerenciável

11 3435-1428 / 4962-5240

BASIS
SISTEMAS

Soluções em Software para o mercado Imobiliário e condominial.

+55 11 3819.0770
www.basisistemas.com.br

GRS Sistemas

SMIT o seu Sistema de Gestão Desenvolvimento Sistemas & Web Site

Fone: (11) 2381-6883
WWW.GRSSISTEMAS.COM.BR

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

- Controle Estoque
- Código Barra
- Versão ME e ECF
- Faturamento NFE
- REDEF + Integra
- Módulo para CONTROLE FINANCEIRO...

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X

Adaptação de Sistema para as necessidades de sua EMPRESA!!
No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

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

INDÚSTRIAS, COMÉRCIOS, CLÍNICAS, DISTRIBUIDORES,

Seu Sistema está em DOS, seus Controles estão em Planilhas, quanto você aproveita do seu SISTEMA ?

Desenvolvemos e adequamos nossos Sistemas para as necessidades de sua Empresa. Ganhe Tempo, \$\$ e segurança com informações rápidas e organizadas.

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X

No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

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

SEU SISTEMA SÓ EMITE NFE ???

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

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

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X

Adaptação de Sistema para as necessidades de sua EMPRESA!!
No Mercado desde 1988 - CONSULTE-NOS

Grande São Paulo implantação e treinamento no local.

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

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

Classificados

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

Internet 100% Estável
tenha dois ou mais provedores

Roteador Dual-Link
Firewall de Rede
Filtro de Conteúdo
Anti-vírus
Anti-Spam
Wireless
VPN Server
Banda N e 3G
para sua casa e escritório

DrayTek
SISTEMAS E SOLUÇÕES

www.opexnet.com.br (11) 9729-2202

INVENTOS

MÁQUINA: injetora baixa pressão, com patente, busca fabricante do segmento injeção em alumínio para adquirir projeto ou licenciar.
Tel.: (11) 4458-4613 - ETAMIR

OFERTA DE MÁQUINA E EQUIPAMENTO USADO

MAQUINARIOS: equipamento para produzir em casa, acessórios para ópticas, produtos sem concorrência, ótimo lucros.
Tel.: (11) 9698-4752 / 4819-4385
katavento18@hotmail.com

EQUIPAMENTOS: furadeira de bancada mello, mesa de granito tecnogran, paquímetro e micrometro mitutoyo
Tel.: (11) 2919-7941 - ANTENOR
www.renol.com.br

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

Collection Factoring
Troca de Duplicatas

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

NOTA FISCAL ELETRÔNICA
SEM COMPLEXIDADE

Emissor de NF-e em lote

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

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

ADV Tecnologia
Softwares Integrados para Gestão de Pequenas Empresas

Financie em até 36x pelo cartão BNDES

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

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

LOGÍSTICA

ORGANIZACIONAL

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

SISTEMAS

Nota Fiscal Eletrônica NFe 2.0
Conhecimento de Transporte Eletrônico CTe 1.1
Controle de Estoque, Pedidos e Vendas
Contas a Pagar, a Receber e Financeiro
Transportadoras, Serviços e Representantes

Desenvolvimento conforme a necessidade,
Sem custo de manutenção

(11) 5842-8335 nishikawa510@terra.com.br

Union Global Logistics
→ The World Door to Door ←

Somos seu Parceiro em Comércio Exterior!

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

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

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

MARCAS E PATENTES

MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL: assessoria completa, alterações e cancelamentos.
Tel.: (11) 4335-1232
BL ASSESSORIA EMPRESARIAL

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

ABERTURA: alteração, encerramento, folha de pagamento.
Tel.: (11) 2751-8376 - MAURICIO
www.contabilidadealvorada.com.br
contato@contabilidadealvorada.com.br

PROCURA REPRESENTANTES

CONHEÇA: os benefícios de ser representante da Jarra Azul e de outros produtos da mesma empresa. BÓRIS Tel.: (11) 3315-0234 - www.jarraazul.com.br

SOCIEDADE

SÓCIO: empresa no ramo de cosméticos capilares. Tel.: (11) 8660-2214
iramar.marques@hotmail.com

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

O ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

GestãoXXI
SISTEMAS E SOLUÇÕES

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

DESIGN MASTERS
Marketing Digital

Web Design Design Gráfico
Site Banners
Portal Cartão
Loja Virtual E-mail Mkt
Rede Social Logotipo

www.designmasters.com.br

MARCAS & PATENTES
DIREITOS AUTORAIS

3340-7713
sguimaraes@sguimaraes.com.br

BRASILMAR
Exportação/Importação
Despachos Aduaneiros

Marítimos, aéreos e rodoviários
Consultoria e Assistência em comércio exterior

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

SEJA UM DISTRIBUIDOR NESTLÉ ATÉ VOCÊ

O programa Nestlé até Você é um sistema de vendas porta a porta presente em diversas regiões do Brasil.

Conheça: www.nestleatevoce.com.br

Entre em contato e faça parte você também:

São Paulo Capital, Grande São Paulo e Litoral: (11) 9622-2484 - carlos.agostini@br.nestle.com

Interior de São Paulo: (16) 9741-8243 - hsouza.junior@ig.com.br





O mesmo estudo do SPC indica que, apesar de uma significativa presença feminina de 31% no empresariado, os homens lideram o segmento com a fatia de 69% do setor varejista.

Responsabilidade ambiental

A sustentabilidade como diferencial competitivo

Reciclar o lixo, reduzir desperdício, economizar água e energia elétrica. São pequenas ações que, inseridas no ambiente de uma micro ou pequena empresa, podem significar muito, especialmente quando a empresa passa a ser reconhecida pela sua preocupação ambiental e faz da sustentabilidade um elemento de competitividade. “O uso racional dos recursos reduz os custos e, conseqüentemente, aumenta a lucratividade”, afirma Dorli Martins, consultora do Sebrae-SP.

É o caso da empresa Feitiços Aromáticos, sediada na zona leste em São Paulo, que recentemente foi eleita a segunda empresa de

cosméticos mais sustentável pelo ranking *As 100 empresas mais sustentáveis segundo a mídia*. A empresa aparece na classificação à frente de grandes marcas nacionais e internacionais.

Raquel Cruz, proprietária, conta que realiza ações simples: “fizemos uma parceria com uma cooperativa de coleta seletiva para que recolhesse nossos resíduos recicláveis e convidamos a comunidade ao redor para reciclarem também o lixo doméstico. No escritório, todos os funcionários do setor administrativo têm suas próprias garrafas de água, evitando o desperdício de copos de plástico. Além disso,

todos os documentos que são picados, quando não são reciclados, se transformam em preenchimento de caixas para proteger os produtos durante o transporte”.

A empresa mudou de endereço recentemente e, ao reformar o prédio, projetou novas janelas para permitir maior luminosidade no espaço e pintou todas as paredes e o teto de branco para ajudar na claridade. Além disso, foram instaladas torneiras com temporizador e sanitários com descarga dupla. A economia de energia elétrica e água foram consideráveis no custo fixo da empresa.

“Temos reuniões frequentes com os colaboradores para sensibilizá-los quanto ao desperdício e as pequenas mudanças que nós, como pessoas, podemos fazer não só no ambiente de trabalho, mas também em nossas casas”, comenta Raquel, que ainda reforça: “são pequenas ações a custo

zero que trazem um retorno muito positivo para a nossa marca”.

Maior competitividade

Uma empresa sustentável é mais competitiva em seu mercado porque é capaz de aumentar as suas margens de lucro ou reduzir o preço de venda, já que seus custos fixos são menores. Além disso, contam com um diferencial em um momento em que os consumidores estão cada vez mais conscientes e preocupados em diminuir seu impacto no meio ambiente.

A Natu'sfran, empresa que produz buchas vegetais na cidade de Franca, enxergou um novo nicho de mercado a partir da sobra de resíduos, que sempre foi muito alta em seu processo produtivo. Rosângela de Andrade, sócia da empresa ao lado do marido, conta que desde o começo do empreendimento havia uma preocupação grande com essas sobras. “Começamos




Raquel Cruz investe na sustentabilidade do seu negócio: “são pequenas ações a custo zero que trazem um retorno muito positivo para a nossa marca”, reflete.

Já em relação à escolaridade, 46% dos entrevistados têm ensino médio ante 43%, que possuem formação superior ou pós-graduação. Além disso, cerca de 63% dos empresários entrevistados estão no negócio atual há mais de 10 anos e 67% já havia trabalhado no varejo ou tiveram negócios herdados da família.



a pesquisar soluções para os resíduos e desenvolvemos o xaxim de bucha, que estamos chamando de 'Buxaxim', conta a empreendedora, que antes utilizava as sobras como cobertura para o solo na plantação de bucha vegetal. "Nosso desperdício sempre foi mínimo. A diferença agora é que descobrimos uma forma de transformar o resíduo em um novo produto".

Sendo fornecedora de uma grande rede de supermercados, que


comercializa suas buchas como marca própria em 22 estados brasileiros, a Natu'sfran percebeu que, em breve, a sustentabilidade vai deixar de ser um adicional para as empresas. "Temos que nos adequar porque o que hoje é um diferencial competitivo para a empresa, num futuro próximo será o padrão exigido pelo mercado", avalia a empresária, que este ano participou do Fórum de Sustentabilidade Corporativa, promovido pelo Comitê do Pacto Global em parceria com a ONU, durante o Rio +20. 


MPEs e sustentabilidade

Confira os principais resultados do estudo **O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade**, divulgado em maio deste ano pelo SEBRAE:

- 54% dos empresários brasileiros não percebem a sustentabilidade dos seus negócios como uma "oportunidade de ganhos";
- 83,4% não realizam captação de água da chuva e/ou reutilização de água;
- 49,1% dos entrevistados fazem reciclagem de pilhas, baterias ou pneus;
- Apesar de mais da metade dos entrevistados não verem a sustentabilidade como uma "oportunidade de ganho", muitos realizam ações com foco na sustentabilidade, como coleta seletiva de lixo (70,2%), controle do consumo de papel (72,4%), controle do consumo de água (80,6%) e controle do consumo de energia (81,7%).

*Legenda:** A sondagem foi realizada com mais de 3,9 mil empreendedores de todo o Brasil.*

O Sebrae-SP disponibiliza a seus clientes o **Workshop Gestão Inovadora e Sustentável para Pequenas Empresas**. Manifeste o seu interesse em participar: <http://sebr.ae/sp/Tr4n6> 

No **JNMais** você encontra o estudo **O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade** na íntegra. Acesse: <http://sebr.ae/sp/jnmais220> 



Empreendedor Individual: direitos e deveres

Todo mundo sabe que a informalidade sempre teve grande espaço na economia brasileira. Para cada negócio formalizado no Brasil, a estimativa é que existam outros dois ilegais. Todo mundo também sabe que o próprio poder público acaba estimulando a informalidade na medida em que impõe ao empreendedor carga tributária e burocracia incompatíveis com a saúde do seu negócio. Com efeito, pesquisa internacional realizada pelo Sebrae revela que o Brasil, apesar de avanços recentes, permanece na última posição do ranking quando se leva em conta o tempo para abrir empresas e o peso dos tributos.

Mas os governos não podem ser responsabilizados por todo o mal. Com o objetivo de incentivar a formalização e tornar a vida do empreendedor menos complicada, há pouco mais de dois anos foi criada a figura do Empreendedor Individual. Com ela, veio a oportunidade de milhões de brasileiros, especialmente aqueles que trabalham por conta-própria e que faturam até R\$ 5 mil por mês, de conquistar a cidadania e formalizar um pequeno negócio com menos burocracia e de graça. Mais de 2,5 milhões de brasileiros já valeram-se da lei e passaram a ter acesso a benefícios como cobertura previdenciária, a possibilidade de emitir notas e com isso aumentar o seu mercado, e melhor acesso aos serviços bancários.

Esses benefícios são acompanhados de algumas obrigações que, infelizmente, não vêm sendo cumpridas. Os empreendedores individuais estão isentos da maior parte dos tributos, devem pagar apenas uma taxa mensal que varia de R\$ 32,00 a R\$ 37,00, segundo a atividade que exerce. E, uma vez por ano, devem fazer a declaração de renda da sua empresa. Entretanto, mais de 56% estão inadimplentes com os pagamentos mensais e mais de 60% dos empreendedores não entregaram a declaração. Eles estão deixando de aproveitar os benefícios da lei e, assim, voltam para a informalidade.

Queremos construir um ambiente mais favorável aos negócios no Brasil. Com menos impostos e burocracia. Mas o empreendedor também precisa fazer a sua parte e estar em dia com as suas obrigações.

Bruno Caetano, Diretor-Superintendente do Sebrae-SP

 @bcaetano

 bcaetano1

 superintendencia@sebraesp.com.br





O levantamento também aponta que 77% dos empreendedores tiveram que usar capital próprio ou pediram empréstimos aos familiares (9%) na hora de abrir o empreendimento. Do total de empresários entrevistados, apenas 7% disseram ter utilizado linhas de crédito bancário.

Competitividade

Saia na frente do concorrente

Em um mundo onde cada vez mais os produtos são similares, tanto em design como em qualidade, as margens de lucro estão cada vez menores e os canais de compra mais numerosos - tais como loja física, catálogos, internet, telefone, lojas em redes sociais, etc., o bom atendimento ao cliente se

apresenta como um grande trunfo para o lojista reter clientes.

O consumidor tende a escolher a empresa que o atende bem, que o conhece pelo nome. Esta empresa é que vai sair na frente perante seus concorrentes, já que o consumidor está cada vez mais crítico e

Raio X do bom atendimento

Equipe

Uma equipe de atendimento bem treinada, comprometida e supervisionada, em geral, atende as expectativas dos clientes. Para formá-la é preciso muita dedicação dos varejistas, sendo que os cuidados já iniciam no processo de seleção e contratação dos funcionários;

Escolha uma equipe de vendas que se adapte ao perfil do seu cliente, que tenha identidade com este público;

Treine esta equipe. Ela precisa conhecer bem o produto, a empresa, a concorrência, o cliente (perfil e necessidades).

Fluxo de Atendimento

Questões como: quando e por quem o cliente deve ser abordado, como os produtos devem ser apresentados, experimentados e provados, como devem ocorrer os procedimentos do caixa e de entrega de produtos, entre outras específicas de cada ramo, precisam estar muito bem definidas.

Fluxo de cliente na loja: estipular como começa e como se encerra o atendimento ao cliente até a saída da loja.

Pesquisa de Satisfação

Aplicar questionários com os clientes visando conhecer suas necessidades e expectativas para melhorar o atendimento.



Sintique Lemos abriu uma loja de roupas há um ano e já conta com uma excelente clientela. Para ela, a qualidade do atendimento é o segredo para o sucesso.

não quer saber de comunicação que não seja personalizada.

Mas, reunir clientes satisfeitos ainda não é uma tarefa simples para a maioria das empresas. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae-SP registrou que 55% dos clientes atendidos pelo programa Comércio Varejista não realizam ações de pós-venda, e 38% dos entrevistados realizam cadastro do cliente apenas com a finalidade do crediário, ou seja, não utilizam estas informações para conhecer as necessidades do cliente e converter isso em vendas.

“Para garantir clientes satisfeitos no varejo é fundamental mapear

todo o processo de atendimento, desde o momento que o cliente entra na loja até quando ele deixa o estabelecimento. Para cada etapa do atendimento é necessário implantar controles e estabelecer metas de qualidade para toda a equipe”, destaca Gustavo Carrer, consultor do Sebrae-SP.

A dica já vem sendo aplicada pela empresária Sintique Lemos, proprietária da Empório Thierry Modas, uma loja de roupas na Zona Sul de São Paulo. A comerciante, que atua com vendas desde os 15 anos de idade, abriu a loja no fim do ano passado e já formou uma excelente clientela. O segredo, segundo ela, é a



Quanto ao uso de novas tecnologias, o atual cenário varejista surge como uma oportunidade de mercado para empresas desenvolvedoras de softwares e prestadores de serviços/consultorias na área de tecnologia da informação. O estudo mostra que 82% dos empreendedores não utilizam novas tecnologias como *e-commerce*, automação comercial informatizada, *displays* interativos e sites de compras coletivas.

com atendimento de qualidade

qualidade do atendimento. Por meio de um cadastro “inteligente”, em que a empresária registra dados pessoais do cliente, das suas compras na loja e de suas preferências, é possível antecipar vendas. “Anoto o número que a pessoa veste, a cor que não gosta, entre outras preferências, e passo uma mensagem de texto pelo celular assim que o produto similar chega na loja. Dos 60 clientes que recebem minhas mensagens, cerca de 20 a 25 retornam na loja e, na maioria das vezes, acaba levando o produto”, comenta a empresária.

O Sebrae-SP disponibiliza aos seus clientes o curso EAD **Qualidade Máxima no Atendimento ao Cliente**, que alerta os empreendedores sobre como o mau atendimento pode atrapalhar seu negócio e demonstra que é fácil corrigir os problemas através de atenção aos detalhes e treinamento dos colaboradores. Conheça:

<http://sebr.ae/sp/83098>



Jornal de **negócios** **mais**

Imprima o **Questionário Avaliação do Atendimento** e aplique-o na sua empresa. Além disso, confira a cartilha **Qualidade no Atendimento** que o SEBRAE desenvolveu em parceria com a ABNT.

Acesse o **JNMais:**

<http://sebr.ae/sp/jnmais220>

Preparamos para você um modelo de Pesquisa de Satisfação que pode ser adaptado para qualquer tipo de negócio:

Questionário Avaliação do Atendimento

1. Os produtos e serviços de nossa empresa atenderam sua necessidade?

() Sim () Não. O que pode ser feito para atender sua necessidade? _____

2. A qualidade do atendimento de nossa empresa correspondeu suas expectativas?

() Superou () Atendeu () Não Atendeu. Por quê? _____

3. Avalie nossa equipe de vendas e atendimento, considerando nota 1 como mínima, e nota 5, máxima:

4. Você indicaria nossa empresa para amigos e parentes?

() Sim () Indiferente () Não. Por quê? _____

5. Atribua uma nota de 0 a 10 para sua percepção geral da qualidade do atendimento da nossa empresa. Avaliação Geral: ()

Gostaríamos das suas sugestões para aperfeiçoar o atendimento da nossa empresa:

Se desejar, identifique-se. Nome: _____



E-commerce

Comércio eletrônico: como aproveitá-lo

O comércio eletrônico deve movimentar este ano, no Brasil, cerca de R\$ 23,4 bilhões: 25% a mais que no ano passado, quase 70% a mais que em 2010, segundo dados do estudo WebShoppers, conduzido pela e-bit, empresa especializada em informações do segmento, com apoio da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net) e da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio). São centenas de milhões de pessoas acessíveis em todo o planeta, 24 horas por dia: o mercado dos sonhos de qualquer empresário. Mas, engana-se quem pensa que empreender no universo virtual é fácil, pois, uma loja na internet exige tanto planejamento quanto uma loja física e, às vezes, pode dar muito mais trabalho.

Para Fabio Vargas, da e-Commerce Consulting, nenhuma empresa pode abrir mão da internet. “Se você ainda não tem site, dê um jeito de registrar um domínio com o nome de sua loja e coloque no ar nem que seja só com um cartão de visitas”, recomenda. Giancarlo Nicola Zaccaria, consultor de negócios do UOL, é taxativo: “se você é empresário e não está na internet, em pouco tempo sua empresa não estará também no mercado”.

No entanto, não significa que basta criar o site e estará tudo resolvido, ou “fazer uma experiência” e depois ir melhorando. De fato, as melhorias devem ser constantes,

mas é preciso saber que o cliente que visita um site e vai embora insatisfeito raramente volta. Existem algumas regras claras que podem orientar quem quer estrear ou incrementar sua loja online:

- Facilite a vida do seu cliente: o site deve ser simples, direto e objetivo; destaque o essencial para conquistar o comprador.
- Seja um vendedor confiável: seu site deve ser blindado com todas as ferramentas de segurança possíveis e, de preferência, cadastrado em empresas de avaliação de e-commerce.
- Deixe claro quais são suas condições de vendas: a concorrência na internet é imensa, o que vai

diferenciar você de outros vendedores da mesma área é o “como” você vende. De preferência, ofereça preços competitivos e aceite todas as formas de pagamento.

- Invista no marketing: não adianta você estar na internet se o seu cliente não souber disso. Portanto, divulgação é prioridade: de 10 a 20% do faturamento deve ser reservado para que sua loja virtual chame mais atenção que as outras.

- Inove sempre, mas sem perder a identidade: site sem atualização é site morto, literalmente. O cliente

some depois de duas visitas sem novidades. Mas mantenha um padrão, para que seu possível comprador saiba “reconhecer” o local.

- Não se aventure sozinho: tem gente que confunde e-commerce com empresa de uma pessoa só. Pode até dar certo, mas a chance é mínima. Um exemplo: caso tenham que ser despachadas mais de dez compras por dia, uma pessoa sozinha não dá conta. Ou seja: logística é essencial, e pode consumir até 40% do faturamento.



No JNMais desse mês, você confere a **Cartilha Empreendedorismo Digital**, do Sebrae-SP.
Acesse: <http://sebr.ae/sp/jnmais220>

e ter credibilidade nesse mercado


Para quem está chegando agora, parece que todo mundo já colocou em prática as melhores ideias possíveis de vendas pela internet. Mas isso não é verdade: praticamente todo dia tem novidades surgindo na rede. Tem nicho para tudo: já existem lojas especializadas em enxovais de recém-nascidos para bebês prematuros, por exemplo. E tem também os subnichos: se já tem site vendendo camisa oficial de time, por que não oferecer réplicas de uniformes antigos, ou de todos os times até a divisão mais inferior? Ou seja: você não precisa inventar um caminho

novo, se ficar atento pode seguir um conhecido, mas de maneira inovadora.

“Às vezes um empresário me pergunta, ‘será que eu preciso de um site?’, conta Marcelo Sinelli, consultor do Sebrae-SP, “e eu respondo sempre: quem precisa de um site da sua empresa é o seu cliente, pois ele pode comprar a qualquer hora, por computador ou celular. Existem vários pontos de contato com o cliente, e o empresário precisa estar presente em todos”. Sinelli ressalta também a importância das redes sociais, como o *Facebook*. “São

ferramentas gratuitas, que ajudam a chamar a atenção para o seu negócio, mesmo que você não venda pelo *Facebook*. Hoje não há mais espaço para empresas lentas e monótonas: é preciso ser ágil e criativo”, finaliza Sinelli.

Jonathan Andrade ainda não terminou a faculdade de Engenharia da Computação, em São José do Rio Preto, mas já trabalha com seu próprio negócio: é um Empreendedor Individual que se formalizou no início deste ano. Três meses depois, ampliou a área de ação: criou uma loja virtual, onde vende periféricos para computador.

Depois de participar de um *workshop* promovido pelo Sebrae-SP, ele viu que só ter o site não basta: “descobri que preciso investir em uma série de ferramentas. E isso não é porque a loja não deu certo, pelo contrário, já consegui vender para outros Estados, e sem fazer divulgação nenhuma: os clientes chegam no meu site só pelos mecanismos de busca.” Então, não há dúvida: basta usar os conceitos adequados para fazer sucesso. “Já estou me organizando para otimizar a loja e investir ainda mais no *e-commerce*. Dá muito trabalho. Mas também dá retorno”, afirma o proprietário da loja virtual Dr. Info. 

NA PRÁTICA!

O site deve ser simples, direto e objetivo.

Seja um vendedor confiável.

Inove sem perder a identidade.

Conheça o **Conecte o seu Negócio**, fruto da parceria do Google, Sebrae e Yola, uma iniciativa que ajuda as micro e pequenas empresas a criar o seu primeiro site de maneira simples e rápida. Acesse:

www.conecteseunegocio.com.br 

A palestra **Site Empresarial** – uma oportunidade de negócio na internet visa orientar os participantes sobre os procedimentos fundamentais para fazer negócios pela internet. Confira:

<http://sebr.ae/sp/q9T4R> 



Depois de participar de um *workshop* promovido pelo Sebrae-SP, Jonathan Andrade viu que só ter o site não basta: “descobri que preciso investir em uma série de ferramentas”.



PARTICIPE DA MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS DE SÃO PAULO



FEIRA DO
EMPREENDEDOR

▶ ENTRADA FRANCA ◀

▶ HORÁRIO DAS 13H ÀS 20H ◀

SEBRAE

25 a 28 de outubro
2012

EXPO CENTER NORTE – PAVILHÃO VERDE – SP
RUA JOSÉ BERNARDO PINTO, 333 – VILA GUILHERME – SÃO PAULO – SP

Participe da maior feira de negócios de São Paulo e encontre, num só espaço, todas as informações que precisa para abrir ou melhorar a gestão da sua empresa.

Na Feira do Empreendedor você encontra palestras sobre os principais temas de gestão de empresas, tira dúvidas com consultores, conhece as oportunidades de negócios para 2014, participa de rodadas de negócios, encontra informações sobre crédito, além de visitar uma loja Modelo com o que há de mais moderno no mundo do varejo.

Não perca esta oportunidade de encontrar a melhor solução para o seu negócio.

▶ ATENÇÃO ◀

ENTRADA PROIBIDA PARA MENORES
DE 16 ANOS, MESMO QUE ACOMPANHADOS

Cadastre-se antecipadamente no site:
<http://feiradoempreendedor.sebraesp.com.br>



0800 570 0800

www.sebraesp.com.br

twitter.com/sebraesp

facebook.com/sebraesp

youtube.com/sebraesopaulo



Agenda de Tributos

07.08

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

15.08

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

20.08

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

24.08

Último dia para recolhimento das contribuições:

PIS/PASEP

Código Darf:

PIS - Folha de Pagamento: 8301

PIS - Faturamento: 8109

Alíquotas:

Lucro presumido - 0,65%

Folha de pagamento - 1%

PIS/PASEP não cumulativo

Código Darf: 6912

Alíquota: 1,65%.

Cofins Faturamento

Código DARF: 2172

Alíquota: 3%.

Cofins não cumulativo

Código DARF: 5856

Alíquota: 7,6%.

31.08

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



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.