

OPORTUNIDADE P. 8 ▶

Franquia é opção para quem quer crescer rapidamente

GESTÃO P. 3 ▶

Saiba como se organizar para pagar o 13º salário

Entrevista

Desbravando o mercado de alto padrão: Murillo Schattan, fundador da Ornare conta a sua história P. 4 ▶



MARKETING P. 15 ▶

Comunicação para as pequenas empresas: conheça as ferramentas que você precisa adotar

Novas ideias que se tornam grandes negócios



Equipe responsável pelo Ledface, um site que responde perguntas do dia a dia, usando a inteligência coletiva: (da esq. para a dir.) Danilo Oliveira, Alexei Telles, Horacio Poblete, Pedro Fracarolli e Rafael Moret.

P. 6 ▶

COMPETITIVIDADE P. 10 ▶

Desde 1960: o segredo das empresas que estão há décadas no mercado

- A importância de se renovar sempre
- Dicas para preparar sua empresa para a sucessão familiar
- Empresários revelam os principais desafios enfrentados ao longo do tempo



Joaquim de Araújo: em atuação desde 1979, está sempre de olho nas tendências do mercado de panificação.

Dicas
de leitura**Coletânea
Empreendedora**

O livro **Empreendedorismo Inovador**, da editora Évora, organizado por Nei Grando, traz a visão de 25 especialistas brasileiros. Cenário empreendedor; sociedades; gestão; marketing; pessoas; finanças; criatividade e inovação; networking; e como apresentar seu projeto a um investidor são alguns dos temas abordados. Cada capítulo pode ser lido de maneira independente.

Transformando dificuldades em oportunidades

Oportunidades Disfarçadas, da Editora Sextante e escrito por Carlos Domingos, traz 200 casos reais de companhias e empresários que transformaram grandes problemas em chances de crescimento. Você poderá conhecer, por exemplo, a história do vendedor de encyclopédias quase falido que, para atrair as compradoras, dava perfumes de brinde. O sucesso da fragrância foi tão grande que ele percebeu que o melhor seria mudar de ramo. Assim surgiu a Avon.

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

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

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



Fabio Gerlach

40 anos em prol dos pequenos negócios

Outubro é um mês emblemático para todo o sistema Sebrae. Comemoramos o Dia da Pequena Empresa (5) e o aniversário da entidade (9). E em 2012, celebramos 40 anos de atuação do Sebrae em prol das micro e pequenas empresas, desde ações para aprimorar a gestão destes estabelecimentos até aquelas direcionadas para melhorar o ambiente empreendedor.

Nestas quatro décadas tivemos inúmeras conquistas, como o aumento das taxas de sobrevivência dos pequenos negócios, a aprovação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas que, no nosso entender, foi o embrião da tão almejada reforma tributária e deu início a um processo sem volta de fortalecimento dos empreendimentos de pequeno porte. E melhor, o tema

empreendedorismo ganhou as ruas e é debatido nas mais diversas esferas.

Isso tudo só foi possível graças ao entendimento, por parte de lideranças públicas e privadas, que era chegada a hora de unir esforços, conhecimentos e recursos para fazer dos pequenos negócios um dos principais elos do ciclo virtuoso do crescimento.

Em todo Brasil, mais de 4 milhões de empreendimentos de pequeno porte são beneficiados pelo Simples Nacional, pagando impostos, taxas e tributos de acordo com seu fôlego, e outros 2,5 milhões de empreendedores conquistaram a cidadania empresarial por meio da figura jurídica do Empreendedor Individual.

Coloca-se agora um novo desafio:

ampliar para todas as 6 milhões de MPEs do Brasil os benefícios da Lei Geral, e incluir na pauta das reformas as mudanças necessárias na legislação trabalhista.

Estas serão as bandeiras de todo sistema Sebrae e esperamos que no próximo ano possamos comemorar o Dia da Pequena Empresa com ótimas notícias para aqueles que batalham dia e noite para tornar seu sonho realidade e, com isso, contribuem para gerar empregos e renda.

Parabéns!

Alencar Burti
Presidente do
Conselho Deliberativo
do Sebrae-SP



Dúvida do empreendedor

Quais ferramentas de gestão de pessoas devem ser adotadas pelas pequenas empresas para garantir uma equipe competente?

Claudia Martins, Ribeirão Preto

Toda empresa deve ter uma estrutura mínima de gestão de pessoas, que não trate apenas das questões legais de contratação, mas principalmente do cuidado no momento da atração e manutenção dos melhores talentos na empresa.

Para atrair funcionários competentes, é preciso cuidado desde a

definição das fontes de currículos até a finalização do processo de seleção e contratação. Usualmente, as micro e pequenas empresas (MPEs) definem suas contratações a partir do meio mais fácil e rápido, que é o contato a partir de indicações dos próprios funcionários e entrevistas. Seria interessante se o empresário pensasse em estruturar um processo seletivo um pouco mais elaborado, incluindo, por exemplo, uma dinâmica de grupo.

Ainda na atração, além do processo de recrutamento e seleção, outros itens como imagem da empresa e do seu proprietário no mercado, além de remuneração e benefícios (salário, oportunidade de desenvolvimento profissional, qualidade de vida, entre outros) são importantes. Lembre-se que ninguém

consegue trabalhar por muito tempo em um local que pague bem, mas não trate com respeito os seus colaboradores.

Questões como clima organizacional, valorização de pessoas, organização do trabalho, treinamento e desenvolvimento, formação de líderes, participação nas decisões e o espaço para inovação colaboram para manter talentos na empresa. Também é importante combinar o que se espera do profissional e avaliar seu desempenho ao longo do período, o que permite ao empresário dar *feedbacks* constantes e corrigir eventuais 'desvios de rota', isso faz com que o funcionário sinta-se parte da empresa.

Por Fabio Gerlach,
consultor do Sebrae-SP



As micro e pequenas empresas (MPEs) paulistas tiveram um acréscimo de R\$ 2 bilhões na receita (descontada a inflação), na comparação de julho/12 com julho/11. É o que aponta a pesquisa de conjuntura Indicadores Sebrae-SP, feita com apoio da Fundação Seade, que realizou o estudo com 2.716 MPEs.

Pagamento do 13º salário exige planejamento

A proximidade do final do ano representa para os trabalhadores, empregados em regime CLT, a chegada do 13º salário, uma renda extra muito bem-vinda, que pode ajudar na quitação de dívidas, a fazer uma viagem e a comprar os presentes de Natal.

Para as empresas, o salário extra pago aos colaboradores significa mais gastos, por isso, é importante se planejar desde janeiro de cada ano,

do contrário, a situação pode ficar complicada mais tarde. "Quem não se programou vai sentir no caixa da empresa, pois os custos com a folha de pagamento vão dobrar", alerta Sandra Fiorentini, consultora do Sebrae-SP. "As micro e pequenas empresas, na maioria das vezes, recorrem a empréstimos bancários para o pagamento do 13º salário, mas esse dinheiro tem um custo que não foi incluso na formação do preço de venda de seus produtos

e serviços, reduzindo assim o lucro da empresa", completa.

Os especialistas recomendam que a empresa separe uma quantia, mensalmente, desde o início do ano para que, ao chegar novembro e dezembro, datas de pagamento das duas parcelas do benefício, ela já tenha o valor necessário. "É importante que o empresário faça esta reserva mensal, pois assim sentirá menos a retirada do dinheiro. É uma forma de pagar o 13º salário em 12 parcelas antecipadas", recomenda Sandra.

"Quem ainda não se planejou está muito atrasado, mas ainda dá tempo para amenizar a situação e começar a fazer a reserva para os pagamentos durante os meses que faltam para o final do ano", afirma a consultora.

A reserva mensal deve ser inserida nas despesas operacionais, ficando em um fundo no fluxo de caixa para ser usada em novembro e dezembro. Porém, em uma emergência (vendas baixas, manutenções extras e aumentos de estoque), o empresário pode acabar usando o dinheiro, e depois fazer dívidas para conseguir pagar o 13º salário. "Devemos elaborar o planejamento no início de cada ano, analisando a possibilidade de usar o fundo criado a qualquer

momento, mas também pensando em repô-lo até o final do ano, evitando assim o pagamento de juros no caso de recorrer a empréstimo bancário", explica o consultor do Sebrae-SP, Ari Rosolem. "Quem terminar o ano sem reservas para pagar o 13º terá de contrair dívidas, começando 2013 com parte do lucro comprometido para pagar as prestações de gastos do ano anterior", completa.

Para Rosolem, o melhor remédio para a saúde financeira da empresa é o lucro. "O lucro supre todas as eventuais deficiências, com ele, a empresa jamais precisará recorrer ao fundo criado para o pagamento do 13º salário e nem das férias quando possíveis dificuldades aparecerem. No caso do empresário já ter feito dívidas, o lucro também é importante para liquidar as prestações dos empréstimos", diz.

Agende-se

A primeira metade do 13º salário deve ser paga no dia 30 de novembro de 2011 e a segunda parcela em 20 de dezembro do mesmo ano. De acordo com a lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990, a empresa que descumprir a regra está sujeita a multa de R\$ 170,26 por funcionário.



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)
Pedro Rubez Jehá (Administração e Finanças)
Ivan Hussni (Técnico)

JORNAL DE NEGÓCIOS

Unidade Inteligência de Mercado

Gerente: Eduardo Pugnali

Editora responsável: Gabrielle Nascimento

(MTB: 56.866)

Repórteres: Fernanda Cicilini, Ivan Martins, Lívia Borges, Miriam Bizarro, Thiago Brandão

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

Escolha certa do público-alvo transforma pequena loja em franquia de móveis de alto padrão

Fundada em 1986, em São Paulo, pelos empresários Esther e Murillo Schattan, a Ornare tem mais de 600 colaboradores, e *showrooms* no Brasil e EUA. Em 2010, conquistou posição de destaque no guia "O Melhor de São Paulo", da Revista Época, eleita pelos leitores e internautas como a melhor empresa de decoração da cidade.

A Ornare foi reconhecida como Empresa Cidadã, do Prêmio Top Of Mind, devido a uma série de ações de responsabilidade socioambiental adotadas pela empresa. Ainda pelo Prêmio Top Of Mind, em 2012 ela foi eleita a Empresa do Ano e também venceu na categoria Armários Sob Medida para Quartos, categoria que elegeu a Ornare por mais de oito vezes.

A empresa investe em ações de responsabilidade social ao lado de importantes entidades, a partir do programa de produção de itens com aparas de madeira. As sobras são doadas para ONGs, que recebem treinamento para confeccionar presentes entregues a parceiros e clientes. Murillo Schattan falou ao **Jornal de Negócios** sobre como sua loja de móveis populares tornou-se uma grife de produtos de decoração, com 26 anos de vida e 95% de satisfação plena dos clientes.

Jornal de Negócios - Como surgiu a ideia de abrir uma loja de móveis?
Murillo Schattan - Eu sou engenheiro e trabalhava no departamento de vendas de uma empresa. Meu pai tinha uma pequena loja de móveis na Praça da Árvore,

“Tudo era difícil: conseguir cliente, vender, ganhar dinheiro. Eu fazia a faxina da loja, vendia durante o dia e entregava os móveis à noite.”

Murillo Schattan

em São Paulo. Então, quando quis abrir meu próprio negócio, julguei que seria melhor atuar neste ramo, pois já teria onde buscar as informações básicas, os principais fornecedores. Assim, abri uma loja de móveis populares, no Jardim Clímax.

JN - E como migrou do segmento popular para o de alto padrão?

MS - A minha primeira loja deu certo, então abri outra na Praça da Árvore. Nessa época, houve a abertura do mercado brasileiro para importações. Então, começamos a trazer ferragens importadas para o Brasil. Percebemos que havia muita gente que procurava móveis fabricados com esses materiais diferenciados. Assim, fechamos as lojas e abrimos uma fábrica de móveis. Produzíamos armários com tecnologia: portas de correr, gavetas com corrediças, o que era novidade para o mercado brasileiro. Em 1986 abrimos a primeira loja Ornare, especializada em armários de alto padrão.

JN - Quais foram as dificuldades e as oportunidades encontradas por serem pioneiros em trabalhar no segmento Premium de móveis?

MS - As maiores dificuldades que passamos, na verdade, foi com a abertura da primeira loja, no Jardim Clímax. Tudo era difícil: conseguir cliente, vender, ganhar dinheiro. Eu fazia a faxina da loja, vendia durante o dia e entregava os móveis à noite. Ficamos três anos trabalhando com este padrão mais baixo. Já quando criamos a Ornare, tudo foi mais fácil. Tínhamos experiência, acertamos o produto, e nos tornamos uma grife.



Brindes confeccionados com as aparas que sobram da linha de produção da Ornare e são distribuídos para parceiros e clientes.



O setor de serviços teve o primeiro resultado negativo (-2,8%) desde outubro/09, quando a economia brasileira sentia os efeitos da crise internacional. A base de comparação bastante forte (em julho/11, serviços registraram crescimento de +10,9%) ajuda a explicar o resultado.



“A empresa tem 26 anos e a cada dois anos mudamos a loja completamente. São lançadas novas coleções e aumentamos nosso portfólio de produtos”, comenta Murillo Schattan.

JN - A Ornare é uma empresa inovadora?

MS - Com certeza. A empresa tem 26 anos e a cada dois anos mudamos a loja completamente. São lançadas novas coleções e aumentamos nosso portfólio de produtos. Isso é muito importante para o sucesso do empreendimento. Você precisa se posicionar e se reinventar o tempo todo. Frequentamos feiras internacionais, buscamos conhecer os maiores players do mercado, e estamos sempre nos adaptando.

JN - Qual é o perfil do seu cliente?

MS - Eles são bastante fiéis. Temos clientes que estão comprando pela quinta vez: comprou para ele, para a casa da praia, para os filhos. Sabemos que eles valorizam os serviços que

prestamos. Tratamos o cliente com atenção e cuidado, fazemos o máximo para deixá-los satisfeitos, para não errar na obra, não atrasar. A nossa pesquisa de satisfação apontou que 95% dos nossos clientes são plenamente satisfeitos. Ligamos para todos eles para perguntar se gostaram, quais as sugestões. Isso é muito importante para identificar os pontos fortes e fracos da empresa.

JN - Quais são as principais ações de sustentabilidade da Ornare?

MS - Tomamos todo o cuidado para que não haja lixo industrial, mas, para o que geramos, temos designers que fazem produtos utilizando-o como matéria prima. Esse material vai para ONGs que recebem treinamento para confeccionar presentes

entregues a parceiros e clientes. Além disso, temos o selo FSC, de quem tem a cadeia produtiva sustentável, compramos madeira de reflorestamento e não compramos árvores em extinção.

JN - Em sua opinião, por que é importante que as empresas de pequeno porte também utilizem conceitos de sustentabilidade?

MS - A sustentabilidade é fundamental para qualquer empresa que queira se estabelecer no mercado. Hoje o cliente é mais exigente e valoriza o produto sustentável. Para quem está começando o seu próprio negócio, é importante pensar em toda a cadeia produtiva, garantir que a matéria prima venha de fornecedores certificados, ter atenção

“Você precisa se posicionar e se reinventar o tempo todo. Frequentamos feiras internacionais, buscamos conhecer os maiores players do mercado, e estamos sempre nos adaptando.”

Murillo Schattan

em como descartar o lixo gerado e reaproveitar os resíduos. Esses são os principais pontos.

JN - Onde a Ornare está presente?

MS - No Brasil temos 4 lojas próprias, 2 franqueadas e 1 fábrica. Estamos presentes em São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Brasília. Vamos abrir em breve em Fortaleza, Ribeirão Preto e Recife. Fora isso, estamos com 10 praças em busca de franqueados. Exportamos produtos para os EUA, temos uma loja em Miami e, em janeiro, vamos inaugurar outra em Dallas. Também temos o interesse em abrir filiais em Nova Iorque, Los Angeles e Washington.

JN - Em sua trajetória empreendedora, o que você apontaria como principal acerto? E erro?

MS - O maior erro foi começar a empresa sem planejamento para no futuro lançá-la no mercado de ações, fazer um IPO (oferta inicial de ações). Agora estamos preparados para isso. Já o maior acerto, eu destaco o produto que criamos: os móveis de alto padrão.



Por regiões, os resultados foram: Região Metropolitana de São Paulo (+0,4%), interior (+9,9%), Grande ABC (+4,6%) e município de São Paulo (-4,0%).

Inovação

Startup: ‘fábrica’ de inovação

Um modelo de negócio totalmente novo, que ainda não foi provado ou experimentado em nenhum mercado, mas que pode sair da sua forma embrionária e tornar-se um grande empreendimento. O empreendedor de Campinas, Horácio Poblete, seguiu este caminho e há nove meses criou a Ledface.

Poblete é um dos milhares de empreendedores na área de tecnologia que decidiram mergulhar no mundo da inovação com uma ideia promissora, que pode receber investimentos e virar um negócio milionário. É a chamada startup, uma empresa embrionária, mas que para crescer exige muito conhecimento e capacidade de gestão.

A Ledface, do empreendedor o campineiro, é um site que responde perguntas do dia a dia, de forma personalizada, usando a inteligência coletiva - o conteúdo da resposta é formulado por pessoas ou grupos de qualquer parte do mundo, com conhecimento prático sobre o assunto. Quem precisa tirar uma dúvida ou resolver um problema sobre qualquer assunto, recebe resposta rápida e se mantém no anonimato.

Alguns exemplos de negócios dentro do conceito startup são

mundialmente conhecidos, é o caso do Google e do Facebook. Sem qualquer investimento em marketing, em poucos meses, a Ledface já atingiu a marca de 10 mil usuários, mas segundo Poblete “isso ainda é muito pouco”. Ele afirma que ainda é preciso tempo, no mínimo, mais um ano para concretizar o modelo de negócio idealizado.

Fundada em 1997, dentro da Softex - incubadora de empresas apoiada

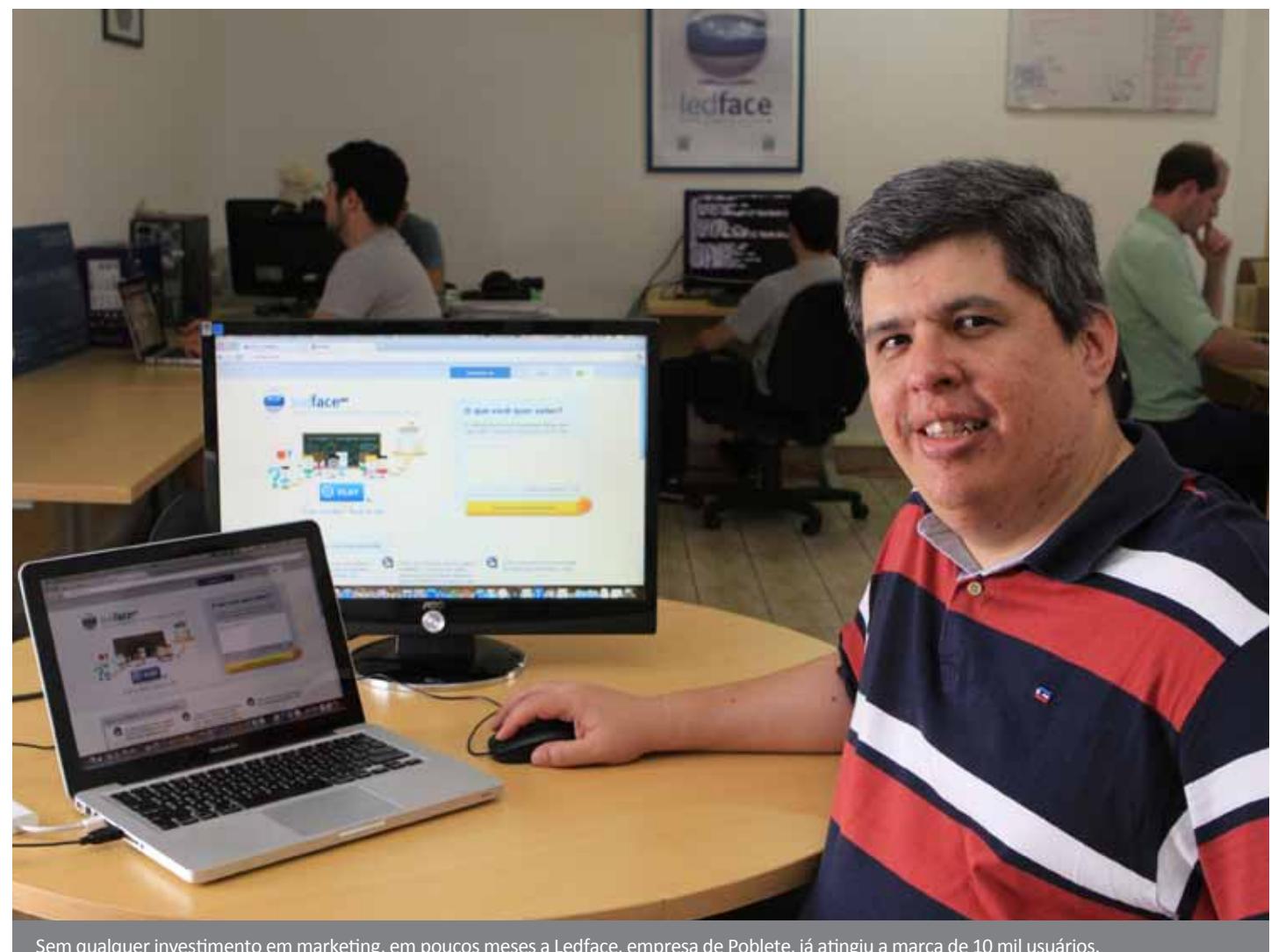
pela Unicamp - a Idea! Sistemas Eletrônicos desenvolve novas tecnologias em microeletrônica e telecomunicações (sistemas para TV Digital) e atua como startup no campo de semicondutores. “Como a indústria de semicondutores brasileira ainda não está consolidada, os desafios são grandes e a inovação em abrangência nacional é fundamental”, afirma.

A empresa busca o modelo conhecido como *fabless*, comercializando os próprios chips para a produção em grandes empresas. Questionado sobre a estratégia para atrair investidores, Davi acredita que não existe uma fórmula que funcione sempre. “No nosso caso,

buscamos apostar na vantagem estratégica de estarmos no Brasil, mirando inicialmente o mercado nacional. Enxergamos uma oportunidade de levar tecnologia nacional competitiva e equiparável às soluções existentes hoje, e buscamos sensibilizar os investidores quanto às oportunidades locais”, pontua.

Associativismo

Em Campinas, as startups contam com um importante apoio nas áreas de conhecimento e gestão, que contribui para a sobrevivência do modelo de negócio até que ele possa ser validado pelo mercado e atrair investidores. Fundada há dois anos, a Associação Campinas



Sem qualquer investimento em marketing, em poucos meses a Ledface, empresa de Poblete, já atingiu a marca de 10 mil usuários.



Na comparação entre junho/12 e julho/12, os resultados das MPEs foram positivos, com aumento de R\$ 2,1 bilhões no faturamento real.

Startup (ACS) reúne 40 empresas associadas, localizadas tanto em Campinas como em outras cidades da região e também da capital, entre elas a Ledface.

A entidade recebe aplicações das startups que passam por um processo de seleção e adesão. Durante três meses, as empresas passam por uma espécie de teste que serve para verificar se o empreendedor pode agregar conhecimento à associação e se esta pode contribuir para acelerar o negócio da startup.

Após a avaliação trimestral, a startup já pode participar dos eventos e das reuniões semanais de *coworking*, divididas em dois grupos - startups que querem vender para empresas e as que buscam atingir o mercado consumidor de massa. "Temos também uma base de conhecimento online sobre fomento, captação de investimento, vendas, marketing, biblioteca, e também um grupo na Internet que é muito movimentado e valioso para troca de conhecimento", afirma o presidente da ACS, Kleber Teraoka.

Gestão

De acordo com a analista do Sebrae-SP, Carla Selva Rodrigues dos Santos, o investimento em startups exige conhecimento de gestão. "O segredo é desenvolver competências para reagir à mudança, é a resposta para os cenários atuais. Equipes multidisciplinares e autogerenciáveis

e a tecnologia da informação são fatores críticos de sucesso", avalia.

A gestão também é apontada pelo presidente da ACS como a "chave" para que a startup transforme seu modelo de negócio em uma empresa de sucesso. "Gestão, gestão e gestão. Gestão das metas e das pessoas", resume Kleber Teraoka. Para ele, empreender é sobretudo gestão. "Se a startup quiser ser bem sucedida, tem que incorporar a capacidade de execução no seu DNA. Há muitos empreendedores com uma boa ideia, são idealistas, têm bom propósito, mas têm capacidade de execução muito baixa. Neste caso, não adianta, não vai pra frente. Empreendedor bom é aquele que atinge as metas que seu negócio exige em cada fase", destaca.

Na edição 221 do **Jornal de Negócios** conversamos com o fundador da Samba Tech, uma startup de sucesso. Confira aqui:

<http://sebrae.sp/sambatech>

Jornal de negócios mais

Confira no **JNMais** a Sondagem sobre Empreendedorismo Digital. Acesse:

<http://sebrae.sp/jnmais222>

Crédito para quem quer inovar

Quantas vezes uma boa ideia não sai do papel apenas porque faltam recursos para transformá-la em algo concreto? Com as startups, empresas com projetos voltados à tecnologia e inovação, não é diferente. É nesse momento que todo apoio é bem-vindo.

Desde agosto, as startups e pequenas empresas de base tecnológica têm à disposição financiamento específico no Programa São Paulo Inova, do governo do Estado. São três linhas operadas pela Desenvolve São Paulo, duas sem cobrança de juros e com subsídio do Fundo Estadual de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcet). A linha Incentivo à Tecnologia foi a primeira a entrar em operação, seguida em outubro pelas outras (Incentivo à Inovação e Funcet). Interessados podem contatar a Desenvolve SP (telefone 3123-0464; na internet: www.desenvolvesp.com.br).

São R\$ 250 milhões disponíveis, sendo R\$ 100 milhões destinados ao Fundo de Investimento constituído pela parceria do Sebrae-SP com investidores. Empreendimentos dentro do Simples Nacional têm prioridade.

Portanto, para negócios ligados à inovação, aí está mais uma ferramenta para ser usada. Mas é preciso haver mais iniciativas nesse sentido. Isso porque, no dia a dia, é comum as micro e pequenas empresas dos mais variados setores esbarrarem em um velho problema: o excesso de garantias exigidas e a burocracia para a obtenção de financiamento. Ou seja, há dinheiro para ser emprestado, mas muitos empreendedores não têm acesso e são obrigados a recorrer a linhas mais caras como cheque especial e cartão de crédito.

Resta a quem concede crédito, no caso os bancos, mudar sua forma de atuação e ver os pequenos negócios como parceiros que podem trazer resultados. O Sebrae-SP está pronto para ajudar os empreendedores também nessa questão, com estrutura e conhecimento para que cada novo negócio se torne um sucesso.

Bruno Caetano,
Diretor-Superintendente do Sebrae-SP
[@bcaetano](https://twitter.com/bcaetano)
[www.facebook.com/bcaetano1](https://facebook.com/bcaetano1)
superintendencia@sebraesp.com.br





No acumulado do ano (janeiro a julho) as MPEs tiveram 7,2% de aumento na receita real. Esse número representa um menor ritmo de expansão das MPEs ante o registrado de janeiro/12 a maio/12, período que teve um crescimento acumulado de 8,9% na receita real.

Oportunidade

Franquia é opção para empresas

Quando se fala em franquia, muitas pessoas já pensam em grandes marcas, em empresas de renome e presentes em todo o território nacional. A franquia, porém, pode ser uma opção para a expansão também das micro e pequenas empresas.

É o caso, por exemplo, da empresa Protege Piso, instalada na Incubadora de Empresas de Jardinópolis. O empreendimento nasceu inovador, ao desenvolver uma manta com alta tecnologia para proteger pisos durante construções e reformas. O proprietário Paulo

Leonel, descobriu, porém, que somente a venda do produto não garantiria a sua eficiência: "nas vezes em que vendi a manta sem oferecer o serviço de instalação, as pessoas não souberam como utilizar o material, que perdeu todo seu propósito", conta Paulo, que hoje afirma que seu negócio não é comercializar um material específico, mas sim oferecer um serviço que garanta proteção às áreas revestidas.

Nos casos em que a própria Protege Piso fazia a instalação, muitas pessoas começaram a se interessar pelo negócio e

consultar seu proprietário sobre a possibilidade de ser um franqueado. "Tenho interesse em expandir o meu negócio e já estou buscando interessados. Acredito que o melhor formato hoje seja a franquia, já que não tenho como atender às demandas sozinho e somente a venda do material não funciona. O certo é ter pessoas treinadas e capacitadas que vão garantir o resultado do serviço. Antes disso, entretanto, preciso me informar sobre todos os trâmites jurídicos, organizar internamente a empresa, pensar em todos os detalhes para oferecer franquias", avalia.

De acordo com Marcelo Sinelli, consultor do Sebrae-SP, a Protege Piso está no caminho certo. "A busca de informações e o planejamento são fundamentais quando se pensa em buscar franqueados para um negócio", avalia o consultor, que acredita no modelo como forma de expansão das empresas: "um modelo de franquia permite aceleração do crescimento, além de dividir os riscos e o trabalho".

Só o planejamento, porém, não basta. Para Sinelli, é interessante que a empresa já tenha pelo menos quatro ou cinco unidades em atividade no mercado há no mínimo quatro anos, para que o empreendedor consiga enxergar na prática os pontos fracos do negócio, levantar as necessidades dos franqueados, achar as falhas e modos de consertá-las. Depois de ter passado por todo o processo, o franqueador conseguirá formatar com mais facilidade seu modelo, padronizar o atendimento, a logística, a administração; definir a identidade visual, o tipo de comunicação, entre outros detalhes.

"A franquia é um modelo de negócio testado e aprovado pelo mercado. Se o empresário não tiver um molde bem amarrado, todo o trabalho de consolidação da imagem da marca será diluído em pouco tempo", explica o consultor, que ainda acrescenta: "outra preocupação é com



Paulo Leonel, fundador da Protege Piso, quer transformar sua empresa em franquia. "Tenho interesse em expandir o meu negócio e já estou buscando interessados", revela.



Bruno Caetano, diretor-superintendente do Sebrae-SP, acredita que "as micro e pequenas empresas devem ter um final de ano relativamente positivo. Embora a economia brasileira venha crescendo num ritmo muito modesto, medidas tomadas ao longo do ano, como as reduções nos juros básicos (taxa Selic), devem levar a uma melhora da economia no último trimestre do ano, o que deve puxar as vendas de fim de ano das empresas de micro e pequeno porte, inclusive as do setor industrial".

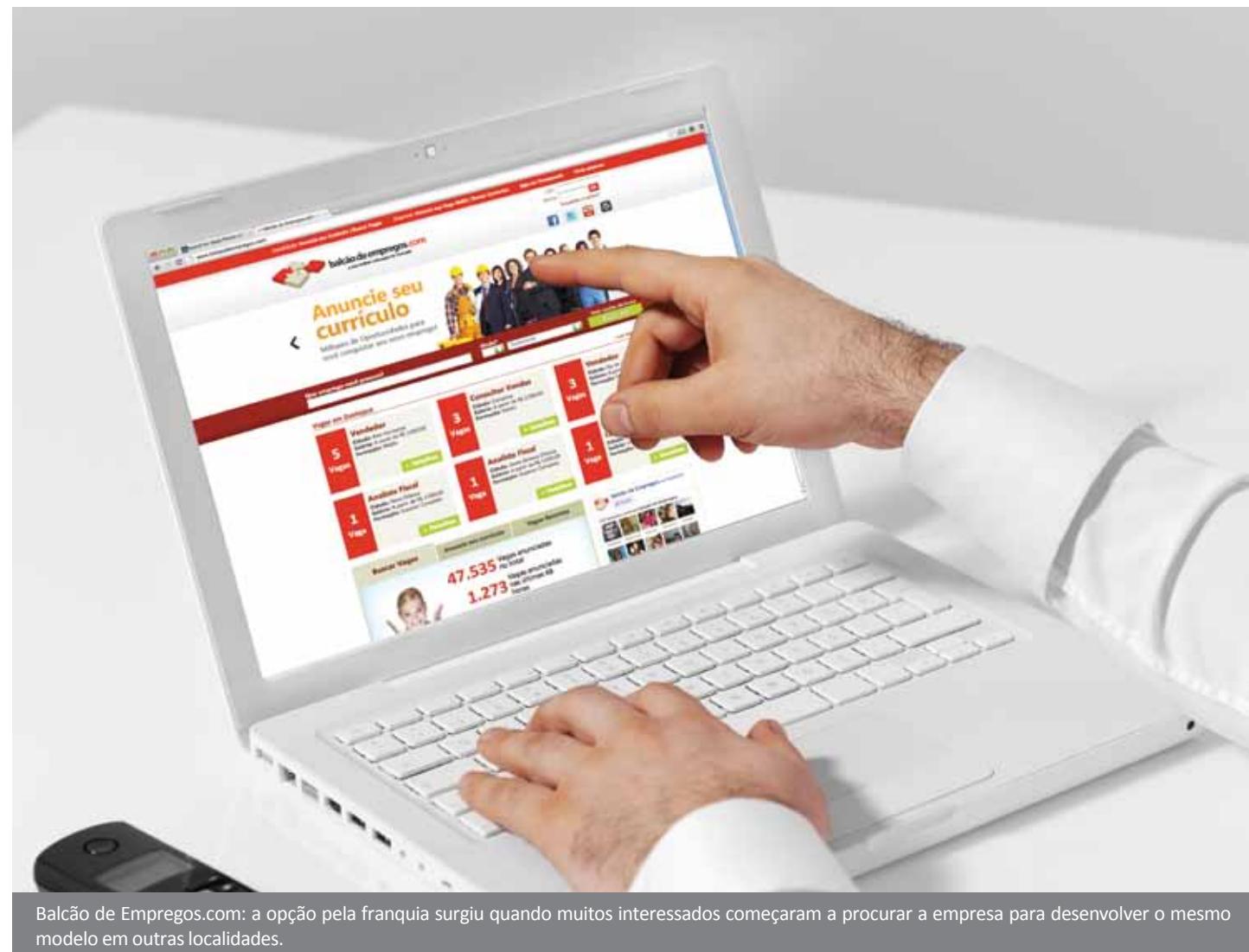
que buscam crescimento acelerado

a questão jurídica. A consolidação de uma franquia é embasada em Lei Federal e a circular de oferta é um documento muito sério. O empresário deve procurar a Associação Brasileira de Franchising e se informar. Tem que pensar bastante", finaliza.

A empresa Balcão de Empregos.com, com sede em São João da Boa Vista, é um caso de pequena empresa que está crescendo a partir de franquias. Os então sócios Silvio Ferreira de Souza e Carlos Alberto Krause criaram um novo modelo de negócio para anunciar vagas de empregos e estágios e oferecer recolocação no mercado de trabalho.

"Pesquisamos muito o mercado antes de definirmos nossa atuação e decidimos focar em vagas para profissionais de nível médio, técnico e operacional, além de contar com um modelo de negócio tanto via internet, cobrindo todo o país, como presencial, em Centros de Atendimento localizados no interior de São Paulo e Minas Gerais", conta Silvio, que explica que cerca de 50% dos candidatos são operacionais e que 15% dos cadastros são provenientes da internet.

Pensando em seu público-alvo, o acolhimento da empresa é outro diferencial do negócio. Os atendentes entrevistam os candidatos, preenchem um questionário e ajudam na formatação



Balcão de Empregos.com: a opção pela franquia surgiu quando muitos interessados começaram a procurar a empresa para desenvolver o mesmo modelo em outras localidades.

de um currículo. Justamente esse diferencial foi um dos chamativos para o fundo de investimento Vox Capital, que passou a investir no Balcão de Empregos.com, com aporte financeiro e ajuda na gestão estratégica da empresa.

A opção pela franquia surgiu quando muitos interessados começaram a procurar a empresa para desenvolver o mesmo modelo em outras localidades. "Hoje temos uma pessoa específica para atender os interessados em serem franqueados. Juntos, eles pesquisam e avaliam

o potencial de cada cidade, balizam os valores e a quantidade de pessoas que devem estar no banco de cadastros", explica.

O Balcão de Empregos.com, que abriu a primeira franquia no ano passado, hoje conta com cinco no total, além da sede própria. A intenção dos sócios é fechar o ano com nove e 2013 com 36 franquias. "Cada passo foi feito com muito cuidado. Hoje, temos um modelo de negócios que consideramos ser blindado à crise econômica, já que pensamos em cada detalhe", avalia.

Está interessado em abrir uma franquia? A palestra do Sebrae-SP *Como adquirir uma franquia* é para você. Inscreva-se:

<http://sebrae.sp/comprarfranquia>

Jornal de negócios 
 Mais
 Saiba mais sobre
 Franquias no JNMais:
<http://sebrae.sp/jnmais222>



Competitividade

O segredo das empresas longevas

Na parede, o quadro de fotos marca os principais momentos e comemorações. A logomarca, com a expressão “Desde 1969”, presente na fachada, estampada nos uniformes e nos cardápios, anuncia o orgulho do tempo de atuação. E, atrás do balcão, Alcides Junquetti, o Cidinho, do Restaurante do Cidinho, localizado em Araraquara, interior de São Paulo, faz exatamente o que fazia há 43 anos: atende, orienta e lidera sua equipe, tendo como principais colaboradores, esposa e filhos.

As pequenas empresas que acumulam anos de atuação têm características muito marcantes: o foco no desenvolvimento e o conhecimento do seu negócio.

“Creio que uma das coisas mais importantes é investir boa parte dos lucros na própria empresa: um equipamento, uma reforma, enfim, investir no melhoramento da sua estrutura para que ela possa dar sempre o melhor resultado. É uma satisfação dizer que estou no mesmo lugar há mais de quarenta anos, que temos uma história e que o cliente faz parte dela”, diz Cidinho, cujo estabelecimento começou como um bar e sorveteria e hoje serve uma das mais tradicionais feijoadas da cidade.

Os consultores do Sebrae-SP, Reinaldo Messias e Arivaldo Halgreen, comentam que outros aspectos também contribuem para uma trajetória longeva: a detecção de oportunidades reais



Expectativas

Quanto às expectativas, em agosto/12, a maioria dos proprietários de MPEs (52%) projeta estabilidade para o faturamento da empresa e para o nível de atividade da economia (também 52%). A parcela de empresários que acredita em melhora no nível de atividade da economia subiu de 25% (agosto/11) para 30% (agosto/12), resultado consistente com as projeções dos analistas de mercado, para a economia brasileira no final do ano.

1979, Araújo comenta com orgulho que foi o primeiro estabelecimento do setor da cidade a observar a tendência da alimentação fora do lar e investir no oferecimento de refeições, primeiro marmitas e marmiteix, e depois refeições *self service* no próprio local.

“Comecei ainda criança na padaria do meu pai e isso me deu condições de entender e perceber que as necessidades das pessoas foram mudando. O negócio exigiu ir além do pão, do leite e derivados. As necessidades do consumidor passaram a ser mais práticas, mais ‘prontas’, e isso motivou uma série de mudanças na empresa”, avalia o proprietário que, junto com mais dois irmãos, também sócios da pani- ficadora, realizaram uma grande reforma que permitiu um fatura- mento 30% maior comparado ao mesmo período do ano anterior.

“E tudo também é uma questão de planejamento, de buscar soluções e colocá-las em prática, mas com foco nos resultados. No nosso caso, tínhamos um plano de recuperar o investimento na reforma em dois anos. Mas os resultados, após seis meses, permitem uma reavaliação positiva nesse prazo estabelecido”, comenta Araújo, que visita periodicamente feiras do setor, além de ser um frequentador de padarias em outras cidades e estados, sempre buscando inovações e ideias para implementar no negócio.

Araújo já detectou outra exigência do consumidor e começou a se

Na prática!

Atualize-se sempre.

Estabeleça um planejamento mensal e anual consistentes, e à medida que as mudanças aconteçam, flexibilize-se.

Cuide muito bem do capital humano da empresa, tornando-o comprometido com o sucesso.

Elabore um processo de gestão financeira consistente e ágil.



Em atuação desde 1979, Araújo comenta com orgulho que foi o primeiro estabelecimento do setor da cidade a observar a tendência da alimentação fora do lar e investir no oferecimento de refeições.

mobilizar para atendê-la. "Percebi que alguns clientes deixaram de frequentar ou que estavam frequentando menos a padaria. Fui checar e percebi que a falta de estacionamento próprio estava sendo um complicador para essas pessoas. Já estamos buscando uma área próxima à padaria para podermos fazer um estacionamento", diz.

No restaurante do Cidinho, as mudanças também foram em etapas e seguindo as tendências do mercado. Da mudança de bar e sorveteria para o serviço de restaurantes, passaram por quatro grandes reformas, com foco na ampliação do salão para oferecimento das refeições.

Quer aprender como preparar o seu negócio para a Sucessão Familiar? O Sebrae-SP tem um curso EAD que te dá todas as dicas: ead.sebraesp.com.br

Planejamento Estratégico é fundamental para sua empresa sobreviver no mercado. Capacite-se sem sair da empresa no portal do Sebrae-SP: ead.sebraesp.com.br

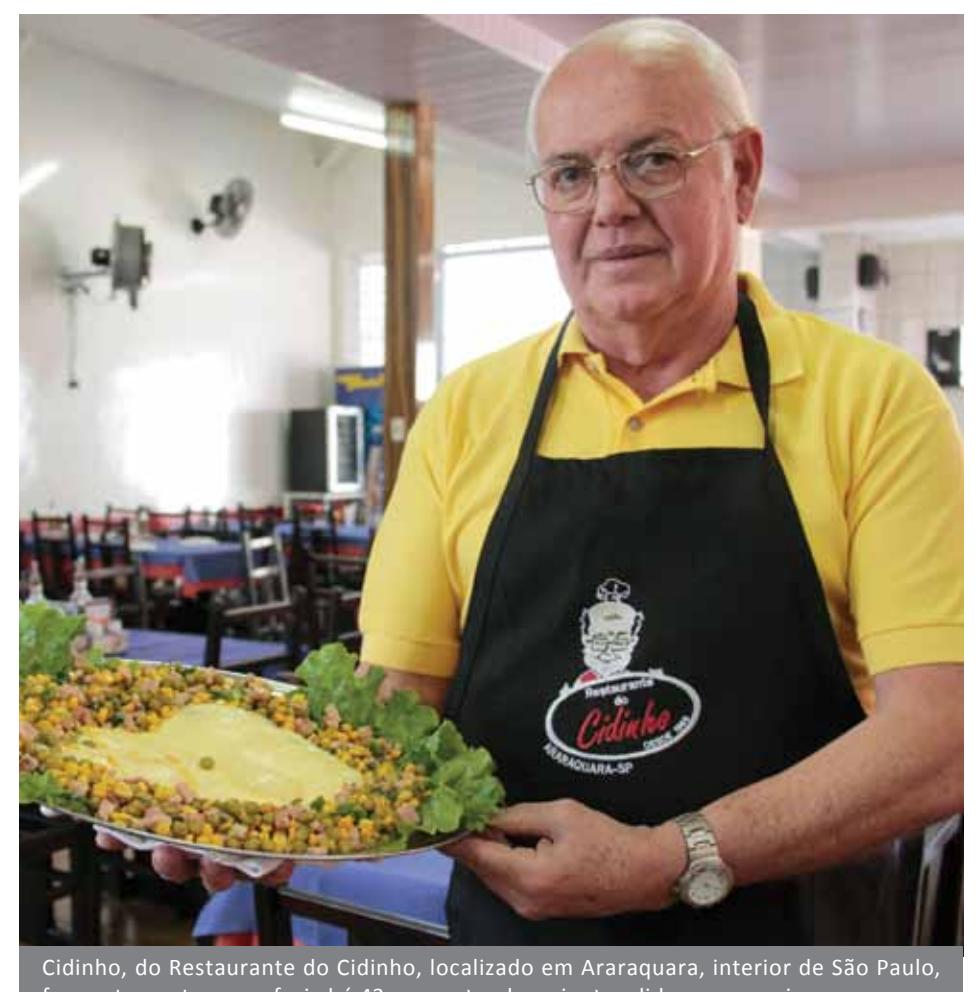
produção, atendimento, administrativa e financeira, começando pelo contato com os clientes. Evidentemente há que se certificar se essas pessoas gostam das atividades a serem realizadas, pois só assim se comprometerão com o sucesso da empresa, hoje e sempre", avalia Halgren.

Para Cidinho, o interesse dos filhos, que desde pequenos também acompanham os pais no empreendimento, é fruto dessa relação de proximidade com a rotina do negócio.

Fernanda e Fernando Junquetti estudaram e, aos poucos, vêm inserindo novidades no restaurante. A filha formou-se em hortelaria e lidera a parte de marketing da empresa. Ela buscou profissionais para criar a logomarca do

restaurante e investe em souvenirs e brindes em determinadas épocas do ano. Já o filho é chefe de cozinha e busca trazer inovações aos pratos, sem perder as características que fizeram do restaurante do pai uma marca na cidade.

Para finalizar, o consultor Reinaldo Messias indica que a necessidade de atualização é constante. "Quando abro um empreendimento, por melhor que seja o planejamento, nunca há 100% de garantia de sucesso. Eu evito o insucesso. A primeira coisa é se informar. Internet é um caminho, associações de classe, além do Sebrae-SP. É preciso buscar ajuda especializada, assim é possível evitar o erro em situações em que as soluções já existem", orienta Messias.



Cidinho, do Restaurante do Cidinho, localizado em Araraquara, interior de São Paulo, faz exatamente o que fazia há 43 anos: atende, orienta e lidera sua equipe.

classificados

ALIMENTÍCIO

VENDO: maquinário completo para fabrica de sorvetes, localizado em Santos/SP. Tel.: (13) 7814-1441/ 3561-1957 - SUELI - eugeniofranco3@yahoo.com.br

CONSULTORIA



NOSSO OBJETIVO É SUPERAR SUAS EXPECTATIVAS!

JOTA DETRAN SP

Dentro do ATLANTA www.atlantapecas.com.br

CNH: Mande SMS com Nº CNH p/ (11)98040-2222 e elimine suas dúvidas.

Suspensão C/ Pontuação

Financie Débitos: CADIN MULTAS IPVA

Cheque até 18x Cartão até 12x

Bradesco **Banco Daycoval** **Diners Club INTERNACIONAL** **VISA** **MasterCard**

(11) 2042-2222 / 3477-2222 / 99165-7047

jotadetransp@terra.com.br / jotadetransp@hotmail.com

- * 0 km 1º Emplacamento
- * Transferência
(Capital e Grande SP)
- * Licenciamento
(Capital e Interior)
- * Comunicação de Venda
- * Bloqueio de Veículos
- * Laudos
(Fotográfico e Cautelar)



DIVERSOS



JOELHOS: com dores? tenha alívio rápido e dourado com as “joelheiras bem estar”, da mesma empresa da famosa jarra azul. Tel.: (11) 3315-0234 - BORIS

AGORA É A VEZ DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.

A partir de **3 de setembro**, as Micro e Pequenas Empresas deverão ter o Registro Eletrônico de Ponto de acordo com as regras da Portaria 1.510/09 - MTE.



MINIPRINT: Compacto e eficiente.
Capacidade de Registro Eletrônico de
Ponto de até 50 funcionários.

É o REP ideal para pequenos empreendimentos e redes de lojas que geram grandes negócios!



 DESDE 1936

DIMEP SISTEMAS

VENDAS SÃO PAULO E GRANDE SÃO PAULO:

DEMAIS LOCALIDADES:

(11) 3646-4000

0800 666 1000

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

Classificados

MONDEO
Assessoria em Comércio Internacional

- Habilitação Junto a Receita Federal para Importar e Exportar (RADAR)
- Mudanças Internacionais
- Importação de cargas vivas, cabos humanos naturais e demais mercadorias
- Toc Imports - comercial importadora e exportadora

www.mondeointernacional.com
(11) 2951-3998 / 2951-3588



FUNDIÇÃO, CALDEIRARIA E ESTAMPARIA

COQUEIRAS: p/fundição de não ferrosos por gravidade mediante modelo ou desenho, executo projeto. Tel.: (11) 2065-3707- JOSÉ- ferramentariajbl@yahoo.com.br

Sistema Gestão XXI
Módulos :

- Importação
- Portal Representante Web
- BI - Business Intelligence
- Gerenciamento Armazém - WMS B1

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

Solicite uma demonstração
HTD

Sistema Gestão +

A partir de R\$ 254,00
 Sem custo de Licenciamento
www.htds.com.br 11 2682-9644

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
- Agenclamento 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

Relógio de Ponto

Digital R\$750,00 **Rel. Homologado**
 (011) 2100.3535 **Nextel: 9*11919** www.adigitec.com.br
Tradicional R\$350,00 **Catraca**

INFORMÁTICA

Internet 100% Estável tenha dois ou mais provedores

Tudo num só aparelho Roteador p/ 2 Links + 3G Firewall de Rede Wireless 300MB Servidor VPN para sua casa ou escritório a partir de R\$163/mês Opcionais: Anti-Virus, Anti-Spam e Filtro de Conteúdo

DrayTek
www.opexnet.com.br (11) 99729-2202

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

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

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

SGUIMARAES & GUIMARAES
MARCAS & PATENTES
 DIREITOS AUTORAIS

BRASILE EXTERIOR
 3340-7713
sguimaraes@sguimaraes.com.br

MARTE

Identidade Corporativa

Kad Brasil **Gellus**
Granfin time4you
NATIVA Ceproser **Ceproser** Centro de Pesquisas Inovadoras da Sistech

Logotipo Papelaria Fronha Uniforme Fachada Web

11 2371 9608 www.marte1.com.br

AdmNet SISTEMAS CORPORATIVOS
ERP
 Estoque • Finanças • Cadastro • Indústria • TeleVendas • Serviços • Compras • Faturamento

www.admnet.com.br 11 2959.6565

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

SEU SISTEMA SÓ EMITE NFE ???

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 Web Integrado

PAGAMENTO EM ATÉ 10 X
 Adequamos os Sistemas para as Necessidades da 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

MARTE

Propaganda e Promoção

Anúncio Catálogo Banner Site - PDV Convite Ilustração

11 2371 9608 www.marte1.com.br

Site ou Loja Virtual
R\$ 19,90 /mês
8port
 (11) 4063-4694

O ERP QUE CRESCE COM SUA EMPRESA

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

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

- Controle Estoque - Fácil Operar
 - Código Barra - Baixa Custo
 - Versão NFe e ECF - Nota Fiscal Paulista
 - Faturamento NFE - Relatórios Gerenciais
 - REDEF - Bônus
 - Módulo para CONTROLE FINANCEIRO...
PAGAMENTO EM ATÉ 10 X
 Adequamos os Sistemas para as Necessidades da 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

MARTE

Design de Embalagem

Rótulo Blister Cartucho Saco Sleeve Display

11 2371-9608 www.marte1.com.br

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

BASIS SISTEMAS

Soluções em Software para o mercado Imobiliário e condominial.

+55 11 3819.0770
www.basissistemas.com.br

EG Comex International Business

Importação, Exportação e Despachos Aduaneiros.
 Identificação de compradores para seu produto e fornecedores para sua empresa.
 Preparamos sua empresa para importar e exportar.
 VIABILIZAR O COMÉRCIO EXTERIOR E O NOSSO NEGÓCIO.

WWW.EGCOMEX.COM
 11 2878-4569 | 11 4255-2070

OFERTA DE MÁQUINA E EQUIPAMENTO USADO

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

ORGANIZACIONAL

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

CONSULTORIA: comércio exterior, desembarço aduaneiro, logística internac, trading, legislação aduaneira, imp/ exp. Tel.: (19) 7811-5398 - MARCIO - marciod@cvecint.com.br

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

Collection Factoring
Troca de Duplicatas

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



Classificados

Escritório Santana de Contabilidade Ltda



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

Escritas Fiscais - Repartições Públicas
Contratos - Distritos - Assuntos Fiscais,
Contábeis e Trabalhistas - Aberturas -
Encerramentos - Consultoria
Processamento de Dados
Implantação de meios avançados de
informática aplicáveis na gestão
das empresas em geral.
site: www.escritoriosantana.com.br

PROCURA REPRESENTANTES

REPRESENTANTES: buscamos para venda de móveis em alumínio para eventos e festas: cadeiras e mesas. Tel.: (11) 99612-4125 - ARMANDO - cadeirastiffany@hotmail.com

DiverMais Admitimos Representante Comercial ou Professores

para venderem Produtos pedagógicos exclusivos e de ótima aceitação. Quem possuir carteira de cliente poderá montar equipe de vendas em sua cidade. Nossos jogos tem aprovação de 100% entre professores e diretores.

Trabalhamos junto a escolas pública ou particular, lojas, bazares e prefeituras
Tr. (011) 5893-2460 c/ Dario

REFORMA, MANUTENÇÃO, ASSISTÊNCIA TÉCNICA

INSTALAÇÕES: elétricas, rede de voz e dados, cabeamento estruturado, telefonia interna e para-rádio Tel.: (11) 96152-2168 - JOSE www.electricanetworks.com.br

ELETRICISTA: instalação elétrica predial, comercial e industrial. Tel.: (11) 4172-1177 - AURY - www.ab7instalacoes.com.br - falecom@ab7instalacoes.com.br

SOCIEDADE

BRINDAGEM: de veículos capac. p/ armas leves e pesadas, redução peso de 40 a 50%, pigmentos p/ metalizar azulejos multi coloridos.
Tel.: (11) 4782-5149 - VICTOR

Programa Venda Melhor

Natal



Para ajudar o empresário a se planejar para esta data, que é a principal do comércio varejista, o Sebrae-SP lançou cinco guias de bolso com os seguintes temas:

Atendimento ao cliente | Aspectos financeiros
Aspectos jurídicos | Gestão de estoque | Equipe de trabalho

Eles estão disponíveis no portal do Sebrae-SP.
http://www.sebraesp.com.br/TenhoUmaEmpresa/Biblioteca/OutrosConteudos/ebooks/Paginas/ebook_quiz.aspx

Conheça!

Imagem: thinkstockphotos.com

SEBRAE 40 ANOS

SEBRAE SP

0800 570 0800 | www.sebraesp.com.br | twitter.com/sebraesp | facebook.com/sebraesp | youtube.com/sebraesaopaulo

Comunicação empresarial: sempre um bom negócio!

Além de uma boa gestão empresarial, para uma empresa se manter no mercado é importante vender muito bem os produtos e serviços que oferece. Para isso, é necessário se comunicar - e muito - com o consumidor. Ações, como campanhas publicitárias em jornais impressos, outdoor, rádio e televisão sempre são eficazes, porém é preciso estar presente também em outros campos que a comunicação oferece. As mídias sociais, como Facebook, Twitter, sites e blogs têm se mostrado importantes ferramentas de divulgação para os empresários, principalmente pela interatividade com o público-alvo.

“O ‘boom’ do marketing digital criou um pré-requisito ao empreendedor. Ao abrir uma empresa, ele, necessariamente, precisa estar na rede”, aponta o consultor do Sebrae-SP, José Carmo de Oliveira. Mas, é preciso se planejar, alerta. “O empresário não pode abrir várias frentes e não conseguir atender todas as demandas. Ele deve fazer aquilo que está ao alcance de desempenhar um bom trabalho, com uma estrutura de atendimento bem formatada”.

Investimento

A verba e o quanto investir em comunicação é uma das principais dificuldades do empresário de micro e pequena empresa, conforme constatação do Sebrae. Neste momento de tomada de decisão, ter em mãos

um planejamento de comunicação e o orçamento previsto para as ações pode ajudar a desenhar o caminho a ser seguido. Para o empreendedor que possui um pequeno negócio e poucos recursos, é recomendado atuar de uma forma mais direta com o consumidor. Para isso, o cadastro de clientes é fundamental. “O marketing direto é efetivo no sentido de trabalhar através do *one to one*, no qual se conversa diretamente com a sua audiência. Para viabilizar esta ação, ferramentas como telefone, mala direta e e-mail marketing funcionam muito bem e trazem

resultados a um custo bem acessível”, aponta Oliveira.

Autocrítica

Perceber as deficiências e ter a coragem de mudar são os primeiros passos para crescer. Foi o que fez o empresário Euclides José Spiller, dono da Tecnogás, empresa de Ourinhos, especializada no comércio de produtos e equipamentos de alta tecnologia em proteção e segurança. “Quando abrimos o negócio, há 26 anos, nossa comunicação era restrita às visitas que fazíamos aos clientes.

Era a oportunidade que tínhamos em mãos para divulgar a Tecnogás e cadastrá-los”, conta.

Com o passar do tempo, Spiller sentiu a necessidade de fazer mudanças na comunicação e no visual da loja. “No começo deste ano, depois de muitas ações em televisão, jornal impresso e rádio, verificamos que precisávamos reestruturar a fachada da loja e reformar o prédio. Tínhamos que oferecer mais conforto ao cliente. Por isso, montamos uma vitrine que ocupa toda a frente do empreendimento, o que potencializou a exposição dos produtos e abriu o campo visual da empresa para os consumidores”. O empreendedor contou com toda a assessoria do Sebrae-SP e da Fecomércio. A mudança trouxe resultados significativos. A empresa passou a oferecer uma diversidade maior de produtos, com design diferenciado e funcionalidades específicas, o que abriu portas para novos consumidores e, consequentemente, potencializou os lucros. “Até os concorrentes elogiaram as mudanças”, acrescenta Spiller.

Estratégia

Apesar das mídias sociais serem importantes estratégias para potencializar resultados no meio empresarial, empreendedores que estão no mercado há muito tempo resistem um pouco em utilizá-las. Aspectos como falta de intimidade com a ferramenta, pouco tempo para se dedicar



“Montamos uma vitrine que ocupa toda a frente do empreendimento, o que potencializou a exposição dos produtos e abriu o campo visual da empresa para os consumidores”, conta o empresário Euclides José Spiller.

na Internet ou até desconhecimento sobre esse novo meio de comunicação acabam impedindo que esses empresários invistam também nesta área.

O comerciante Celso Capelozza, dono da loja Bola de Meia, especializada em meias, produtos para crianças e roupas íntimas para homens e mulheres, em Bauru-SP, admite ser um pouco resistente às mídias sociais, embora saiba da importância delas para potencializar os resultados. “Faz 26 anos que tenho o meu negócio e sempre investi em revistas locais, rádios e jornais impressos. Atualmente, tenho direcionado a minha verba mais para os periódicos. Porém, sinto que preciso, o quanto antes, direcionar a minha atenção também para o Facebook”. Ainda neste ano, o empresário pretende criar um perfil de sua loja na rede.

Parcerias

Buscar parceiros e cultivá-los também é importante para todo e qualquer empresário. Em Bauru-SP, o restaurante Tayu, especializado em comida japonesa, adota essa prática há anos. “Os veículos de comunicação querem cada vez mais cativar o anunciente e, para isso, fazem parcerias interessantíssimas para ambas as partes, como as permutas, por meio das quais todos saem ganhando”, destaca a relações públicas Yara Olegário, responsável pela comunicação do empreendimento.

A empresa, há 25 anos no mercado, desde 2008 canalizou seus esforços em comunicação para ações na internet. “Com a forte tendência das páginas sociais, o restaurante contratou um profissional de comunicação para trabalhar dentro da empresa e dar suporte às ações de mídia, como a reformulação do site e a criação de uma página no Facebook”, conta.

O restaurante também possui a rotina de, todo começo de ano, planejar as ações de propaganda para o semestre. “Neste planejamento, analisamos o que foi feito no ano anterior e tudo o que deu bons resultados.

Baseados neste estudo, delineamos as ações para o próximo período, definindo o quanto, como e onde será investida a verba para publicidade”, explica.

Yara reforça que, no caso do restaurante, o marketing interno e de relacionamento é essencial para a fidelização dos consumidores. “Quando produzimos algum material e enviamos para o nosso mailing, sentimos que o cliente se sente importante e que estamos interessados naquilo que ele pensa e almeja como consumidor. Isto agrega valor à nossa marca”. 

Comunicação socializada e compartilhada

A empresa virtual **Social ARTWork** (<http://www.socialartwork.com.br/>) oferece como serviço a possibilidade de contratar centenas de designers para atender a necessidade em comunicação, como uma nova logomarca, um cartão de visitas ou um folder. O site disponibiliza um banco de currículos de profissionais que, de acordo com a verba que o empresário interessado tem disponível, atendem a demanda e produzem opções de layout para que o cliente as avalie e aprove apenas uma das opções. Para o empresário que está começando um negócio ou para o profissional de comunicação que quer conseguir uma renda extra, a empresa virtual é uma ótima oportunidade.

No portal do Sebrae-SP você pode fazer cursos online para melhorar o visual e o design do seu negócio. Confira nos links - Design na Empresa: link encurtado e Divulgação da Empresa:

<http://sebrae.sp/designnaempresa>

<http://sebrae.sp/divulgacaodaempresa>

Dicas

Faça um planejamento no começo do ano de todas as ações em comunicação que você quer implantar.

Dedique atenção especial às mídias sociais. Aproveite o espaço para publicar conteúdos de interesse do seu consumidor.



Agenda de Tributos

05.10

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.

15.10

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.

19.10

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, contrarrebito, da cópia da GPS ao sindicato representativo da categoria profissional. Todos referentes ao mês de julho.

25.10

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%.

31.10

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.