

Novas soluções no cardápio

Restaurantes ampliam serviços, lançam promoções e investem em delivery, entre outras estratégias, para atrair clientes e superar a crise econômica que reduziu o faturamento do setor. | **PÁGINAS 6 E 7**

Cris Castello Branco



Alexandre Attia e a mãe, Marie, do Vila das Rosas: pratos congelados para aumentar os ganhos

Patrícia Cruz



Na contramão da crise, e-commerce segue crescendo

Ana Maria e a mãe Luisa Bezerra apostam no comércio online para a venda de uniformes.

PÁGINAS 10 E 11

Patrícia Cruz



Casal deixa escritório para investir em pão de queijo

Newton e Camila largaram seus empregos e hoje comemoram a iniciativa de distribuir o produto congelado para padarias.

PÁGINA 12

Coragem para inovar e muito trabalho

Lindolfo Martin conta como a percepção sobre as necessidades dos clientes inspirou a criação da Multicoisas.

PÁGINA 4

Qualificação com praticidade e rapidez

Cursos de educação a distância são uma ótima opção para empresário se capacitar e melhorar a gestão do negócio.

PÁGINAS 8 E 9

Visual repaginado

Na seção "Antes & Depois", butique adota mudanças propostas pelo Sebrae-SP e amplia resultados.

PÁGINAS 16



ALIMENTAÇÃO EAD COMÉRCIO VIRTUAL

VAREJO MARKETING SERVIÇOS

VISUAL MERCHANDISING MEI CAPACITAÇÃO ESTRATÉGIAS

EVENTOS | AGOSTO DE 2016

Confira as atividades dos escritórios regionais do Sebrae-SP



GRANDE SÃO PAULO

APRENDA A CONTROLAR OS ESTOQUES DA EMPRESA

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Guarulhos realiza, em 17 de agosto, oficina para auxiliar os empreendedores a controlar os estoques. O evento aponta como o excesso ou falta de estoque pode interferir no desempenho do negócio, por isso dá dicas de como controlar para melhorar o potencial de negociação, a capacidade operacional e a eficiência financeira da empresa. A oficina acontece no ER de Guarulhos, na Avenida Salgado Filho, 1.800, no centro. Para mais informações: (11) 2475-6600. O investimento é de R\$ 80.

GRANDE SÃO PAULO

EVENTO NA BAIXADA SANTISTA AJUDA A MELHORAR VENDAS

Oficina realizada pelo Escritório Regional do Sebrae-SP na Baixada Santista explica como analisar o empreendimento para se adaptar ao mercado, preparando produtos e serviços para conquistar novos clientes, aumentar as vendas e expandir o negócio. O evento chamado “Sei Vender” ocorre no dia 12 de agosto, no ER da Baixada Santista, localizado na Avenida Dona Ana Costa, 418, Gonzaga, em Santos. Mais informações e inscrições podem ser feitas pelo telefone (11) 3208-0010. A inscrição é gratuita.

CAPITAL

MODELOS INOVADORES AUXILIAM NO EMPREENDIMENTO

Palestra organizada pelo Escritório Regional do Sebrae-SP na Capital Oeste aponta modelos inovadores de gestão que vão auxiliar o empreendedor a repensar o negócio e identificar novas alternativas de acordo com a análise do perfil, do mercado e dos concorrentes. O evento vai auxiliar no modo de aplicar planos de ação para transformar as estratégias em realidade e para fazer a empresa crescer. A palestra acontece no ER da Capital Oeste, na Rua Clélia, 336, Perdizes, em 23 de agosto. Mais informações: (11) 3803-7500. Gratuito.

CAPITAL

VEJA COMO A INTERNET PODE AUXILIAR O EMPRESÁRIO

O Escritório Regional do Sebrae-SP Centro, na capital, apresenta as oportunidades e ferramentas que a internet oferece para micro e pequenas empresas iniciarem ou ampliarem o negócio digital. O curso “Na Medida – Internet” acontece no ER Centro, que fica na Rua José Getúlio, 89, Aclimação, no dia 8 a 11 de agosto. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 3385-2350. O investimento é de R\$ 240.

INTERIOR

SAIBA COMO APRIMORAR A GESTÃO

O Escritório Regional do Sebrae-SP em Marília realiza, nos dias 8, 9, 10, 15, 16 e 17 de agosto, o curso “Na Medida – Gestão de Pessoas e Equipes”. O evento tem como público-alvo proprietários de micro e pequenas empresas da região e orienta como desenvolver e aprimorar a gestão de pessoas, melhorar a satisfação dos funcionários, reter talentos e fazer a empresa crescer. O curso acontece no ER de Marília, localizado na Avenida Brasil, 412, no centro. Mais informações e inscrições pelo telefone (14) 3402-0720. O investimento é de R\$ 280.

INTERIOR

BAURU PREPARA QUEM PRETENDE ABRIR O PRÓPRIO NEGÓCIO

O curso “Começar Bem – Transforme sua Ideia em Modelo de Negócios” realizado pelo Escritório Regional do Sebrae-SP em Bauru, nos dias 29, 30 e 31 de agosto, das 19h às 23h, vai auxiliar quem pretende abrir o próprio negócio. O curso consiste em uma metodologia inspirada no modelo de Canvas e que tem sido usado internacionalmente por empresas startups. O encontro ocorre no ER de Bauru, na Avenida Duque de Caxias, 1682, Vila Cardia. Informações e inscrições: (14) 3104-1710. Investimento: R\$ 190.



FATURAMENTO DAS MPES CAI 9,9%

A demanda fraca provocou a queda de faturamento das micro e pequenas empresas (MPEs) de São Paulo em maio pelo 17º mês seguido, na comparação com o mesmo período de 2015. De acordo com a pesquisa Indicadores Sebrae-SP, as MPEs apresentaram resultado negativo de 9,9%, já descontada a inflação. Por setores, o pior resultado foi da indústria, com redução de 18,7%, seguida pelos serviços (-11,8%) e pelo comércio (-5,6%). Para o total do estado, o faturamento das MPEs em maio de 2016 somou R\$ 47,3 bilhões.

Dicas de Livros



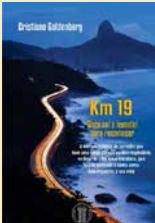
PAIXÃO POR VENDER – DICAS PARA SURPREENDER SEU CLIENTE (Ed. Eko)

O livro de Paulo Araújo tem como objetivo ajudar o leitor a ser um vendedor com todas qualidades e peculiaridades que a profissão exige. Aponta os caminhos para ter orgulho da profissão e se tornar a legítima voz do cliente dentro da empresa. Além disso, auxilia a criar novos hábitos de vendas e atendimento, mostrando as diferenças entre “ser” e “estar” vendedor.



MARKETING, TELEMARKETING & E-COMMERCE (Ed. Viena)

O livro de Carlos Roberto Gomes apresenta uma visão geral dos temas fundamentais do marketing, como estratégias para conquistar clientes, propaganda direta e propaganda indireta, conquista, manutenção e fidelização de clientes, marketing pessoal, marketing social, telemarketing, empatia, comércio virtual, relacionamento interpessoal, a hierarquia das necessidades, marketing direto, entre outros.



KM 19: ONDE CAÍ E LEVANTEI PARA RECOMEÇAR (Ed. Atheneu)

Nesta obra, Cristiano Goldenberg conta sua incrível história de corredor e administrador que teve uma parada cardíaca no quilômetro 19 da Meia Maratona Golden Four, realizada no Rio de Janeiro. O livro narra de forma emocionante como foi a experiência do autor de ficar 16 minutos sem sinais vitais, como isso impactou sua vida e como foi completar, em 2016, os mesmos 21 quilômetros de uma corrida que havia sido interrompida um ano antes.

Quando menos é mais



PAULO SKAF, Presidente do Sebrae-SP

De janeiro a abril deste ano foram abertas 675 mil novas empresas, sendo que 540 mil eram Microempreendedores Individuais (MEIs). Seria motivo de orgulho para o Brasil, não fosse um porém: ao não encontrar outra forma satisfatória de emprego, parte dos desempregados optou por empreender. Isso nos faz ficar em estado de atenção, porque o aumento de negócios por necessidade acarreta outros dois problemas graves: o encerramento de empresas e o crescimento da informalidade. Hoje, 25% das empresas abertas não completam dois anos de atividades, pelo despreparo em gerenciar e excesso de burocracia. Em 2015, 1,8 milhão de pequenos negócios sumiram. Outros vão pelo caminho da informalidade. O índice de Economia Subterrânea de 2015, da FGV, atingiu 16,2%, mostrando que quase R\$ 1 trilhão de riqueza foi gerado assim. A equação mortalidade empresarial mais

informalidade não traz resultado positivo ao setor produtivo sério e fere de morte as bases da concorrência leal. Por isso tem de ser combatida de forma vigorosa. Meus esforços estão concentrados em evitar que essas estatísticas persistam. De um lado, aumentamos os canais presenciais e virtuais de orientação e capacitação, mostrando que é possível fazer do limão a limonada, mesmo em épocas de turbulência. Do outro, estou empenhado em tornar o ambiente mais favorável aos pequenos. Tivemos importantes conquistas com a aprovação, no Senado, das alterações do Simples Nacional e também com sinalizações do governo federal de que a sangria das contas públicas será estancada com a eficiente gestão dos recursos e não com o aumento de impostos. Com isso teremos uma equação mais positiva para o desenvolvimento do país, onde menos impostos, menos complexidade burocrática geram mais empregos e riquezas.

EXPEDIENTE
Publicação mensal do Sebrae-SP
Edição digital

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

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

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

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

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

Campinas 19 3284-2130
Capital Centro 11 3385-2350
Capital Leste I 11 2090-4250
Capital Leste II 11 2056-7120
Capital Norte 11 2972-9920
Capital Oeste 11 3803-7500
Capital Sul 11 5525-5270
Franca 16 3723-4188
Grande ABC 11 4433-4270
Guaratinguetá 12 3128-9600
Guarulhos 11 2475-6600
Jundiaí 11 4523-4470
Marília 14 3402-0720

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



FMI MELHORA PROJEÇÃO PARA ECONOMIA BRASILEIRA

O Fundo Monetário Internacional (FMI) melhorou as previsões para a economia brasileira. O FMI projeta uma recessão menos severa nesse ano e a volta do crescimento em 2017. A estimativa é de que o Produto Interno Bruto (PIB) do país tenha contração de 3,3% em 2016, menos do que a anterior, de queda de 3,8%. Para o ano que vem, a aposta é de expansão de 0,5%, ante crescimento zero projetado anteriormente. É a primeira vez que o FMI melhora as previsões para o PIB do Brasil desde julho de 2012.

Sem medo de crescer e pronto para inovar

Fundador da rede de lojas Multicoisas, Lindolfo Martin afirma que o empreendedor precisa ter coragem para implantar novidades e não deve adiar decisões difíceis

A primeira experiência empreendedora do casal Lindolfo e Elza Martin foi inaugurar, em 1978, a Multicasa, uma loja especializada em materiais elétricos e hidráulicos em Campo Grande, no Mato Grosso do Sul. Foi lá que o casal percebeu a demanda dos clientes por peças e ferramentas para pequenos reparos e resolveu investir em um modelo que priorizasse o atendimento ao cliente, fugindo do convencional “balcão”. Eles uniram a conveniência do autosserviço à orientação personalizada aos clientes e deram início à Multicoisas em 1984. Alguns anos depois, em 1990, os proprietários resolveram investir no sistema de franquias, para que as lojas mantivessem o mesmo conceito original em todo o Brasil. Atualmente, a empresa conta com 200 unidades distribuídas em 20 estados brasileiros e no Distrito Federal, sendo quatro delas lojas próprias. Na entrevista abaixo, Lindolfo explica um pouco mais sobre como começou e dá dicas para quem quer expandir seus negócios.

Como surgiu a ideia do negócio?

A ideia surgiu quando observamos que os clientes que buscavam produtos de baixo valor, para pequenos reparos, não encontravam nem lojas especializadas nem pessoas bem preparadas para fazer tal atendimento.

O que diferencia o modelo da rede de outras lojas?

A Multicoisas oferece (para seus franqueados) a mesma estrutura de grandes organizações, mas voltada para pequenos e médios negócios, como uma universidade corporativa física,

ensino a distância para cerca de 2 mil colaboradores, centros de distribuição, sistemas automação e ERP, modelo de negócio formatado, consultoria periódica, vendedores capacitados para orientar os clientes e oferecer conveniência para o dia a dia, economizando o tempo das pessoas.

Quais as principais dicas para quem quer abrir um negócio e obter sucesso?

Para abrir um negócio próprio, é preciso ter paixão pelo projeto independentemente do ganho financeiro. É preciso ser muito resistente, principalmente nos primeiros anos, e ter persistência frente às dificuldades. Uma recomendação é não misturar o caixa da empresa com as contas pessoais. Outra dica é ter quatro componentes na gestão do negócio: a visão da produção, da administração, da inovação e da interação com as pessoas.

E os principais cuidados? No empreendedorismo é errando que se aprende?

Acredito que a resultante entre a coragem de inovar, mesmo com chance de erros, em contrapartida com os acertos, ao longo do tempo acaba sendo positiva.

Na sua opinião, a crise afetou o mercado de varejo de utilidades?

O mercado parou de crescer. A adequação do sortimento para o atual cenário econômico é vital para a busca de resultados, porque as despesas fixas evoluíram. Um novo olhar sobre toda a gestão, sobre os processos, a busca do engajamento das pessoas e o entendimento dos

clientes e do mercado como um todo se tornaram mais urgentes.

Qual a orientação para superar este momento difícil da economia?

Minha recomendação é para não ter medo de mudanças. É preciso coragem para inovar, não procrastinar decisões difíceis. A lista ainda inclui:

negociar, negociar e negociar. E ainda: trabalhar, trabalhar e trabalhar. O empreendedor não pode perder a esperança de que as sonhadas reformas políticas, tributárias, previdenciárias e trabalhistas ocorram urgentemente, para que o empreendedorismo volte a florescer, oferecendo novas oportunidades de empregos.

Divulgação



Lindolfo Martin, fundador da Multicoisas, começou a empreender em 1978



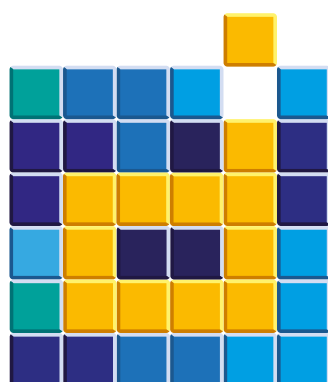
32% DOS BRASILEIROS SÃO CONSUMIDORES CONSCIENTES

Um em cada três brasileiros pode ser classificado como consumidor consciente. Antes da compra, ele se preocupa com fatores financeiros e até socioambientais, segundo pesquisa do SPC Brasil e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). Em 2015, somente 21,8% dos brasileiros podiam ser enquadrados nessa categoria. Neste ano, eles são 32%. Para definir o perfil dos consumidores, foram considerados diversos indicadores relacionados a aspectos específicos de uma compra, como a preocupação com o saldo da conta corrente e o impacto ambiental.



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

NOVIDADES



DESAFIO
universitário
EMPREENDEDOR

INSCRIÇÕES ABERTAS PARA PRÊMIO

DESAFIO UNIVERSITÁRIO EMPREENDEDOR

Estudantes e professores universitários interessados em participar do 2º Prêmio de Artigos Científicos do Desafio Universitário Empreendedor podem se inscrever até 16 de setembro no site do Desafio Universitário Empreendedor (desafiouniversitarioempreendedor.sebrae.com.br). Os artigos devem ser enviados no ato da inscrição. Serão premiados os dez primeiros colocados, que receberão certificados e os estudantes ainda ganharão pontos no Desafio. Os trabalhos serão publicados na plataforma do Desafio Universitário Empreendedor, no site do Programa Nacional da Educação Empreendedora e no portal da Educação Empreendedora do Instituto Endeavor do Brasil, e estarão disponíveis ao público.

SEBRAE-SP LANÇA EDITAL PARA

CONTRATAR AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

O Sebrae-SP lançou o edital de concorrência pública para contratação de agência de publicidade. O valor é de R\$ 14 milhões por um ano, com possibilidade de renovação. Os interessados devem acessar o portal www.sebraesp.com.br e verificar a aba Licitações, onde se encontram informações sobre o assunto. As propostas deverão ser entregues até o dia 18 de agosto, às 10h. A licitação tem a finalidade de contratação, sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação.

ORIENTAÇÃO SOBRE RECUPERAÇÃO JUDICIAL PARA MPES

Preocupado com as micro e pequenas empresas (MPes) afetadas em pedidos de recuperação judicial, o SEBRAE criou o Projeto Recupera MPE. O objetivo é orientar os pequenos negócios sobre seus direitos e apoiar na articulação para ações de defesa coletiva dos interesses, especialmente em relação ao recebimento de créditos. Pelo projeto, o SEBRAE oferece orientação técnica e capacitações na área de finanças. **Mais informações no 0800 570 0800.**



Trabalho bem direcionado

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

➔ Quem analisa a atual situação da economia brasileira vê um cenário de terra arrasada. Muitos foram os erros na condução dessa área e ainda vai levar tempo para o Brasil se recuperar. O dono de uma micro e pequena empresa (MPE) está escaldado: há mais de um ano ele vê o faturamento de seu negócio cair, conforme mostram as pesquisas do Sebrae-SP sobre o tema. Os mesmos levantamentos, porém, apontam aumento na confiança do empreendedor de que a situação vai melhorar. Mas entre a expectativa (que olha para o futuro) e a realidade (o aqui e agora) há uma distância a ser percorrida. Mas não se discute que o que funciona é o trabalho bem direcionado. Suar a camisa dez ou 12 horas por dia não significa bons resultados se os esforços não estiverem voltados para o que é necessário.

Neste **Jornal de Negócios** fala-

mos de um ramo de atividade que atrai um enorme número de MPes, o de alimentação fora do lar, e como proprietários de empreendimentos nesse segmento têm feito para se manter vivos no mercado. São promoções, inovações, diversificações no cardápio e na divulgação, entre outras medidas.

Se a opção for o comércio virtual, a reportagem sobre o assunto traz orientações para atuar no setor de forma segura.

Também damos destaque à qualificação. Empreender exige estar atualizado e informado. Como conhecimento é dinheiro, nada mais apropriado do que estudar. E melhor ainda se dentro de horários e locais convenientes ao empresário. Por isso, esta edição aborda a educação a distância e o que o Sebrae-SP oferece nesse campo.

Aproveite a leitura!



MPES CONTRATARAM MAIS MULHERES DO QUE MÉDIAS E GRANDES

As micro e pequenas empresas foram as que mais contrataram mulheres em 2015, de acordo com estudo feito pela primeira vez pelo Sebrae, com base nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego. No ano passado, do total de 6,8 milhões de mulheres que tiveram as carteiras de trabalho assinadas, 4,1 milhões foram admitidas pelas empresas de pequeno porte. Esse número é praticamente 52% maior do que o das contratações femininas feitas nas médias e grandes empresas.

Contra a crise, novidades no forno

Pesquisa aponta que 47% dos empresários do setor de alimentação planejam implementar novos serviços este ano, como promoções e delivery

O cenário para o setor de restaurantes não é nada animador. Levantamento da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) mostra que um a cada seis empresários avalia dar fim ao negócio ou repassar o ponto nos próximos meses. E o motivo da decisão em 84% dos casos é o prejuízo acumulado pela empresa diante do aumento de custos e queda no faturamento. Para sobreviver nesse período de dificuldades, 47% dos empresários do setor afirmaram que pretendem implementar novos serviços em 2016,

como mostra uma recente pesquisa do Sebrae-SP sobre o setor.

É o caso do empresário João Batista Carvalho, dono das pizzarias JR e Kariel, na zona norte de São Paulo, que está quebrando a cabeça para pensar em promoções e fazer os cálculos para compor um preço atrativo sem ficar no prejuízo. Em alguns casos, ele chega a vender pelo preço de custo para atrair novos consumidores. “Estamos sempre mexendo nas promoções”, afirma Carvalho, que também aderiu aos aplicativos de entrega de comida em casa.

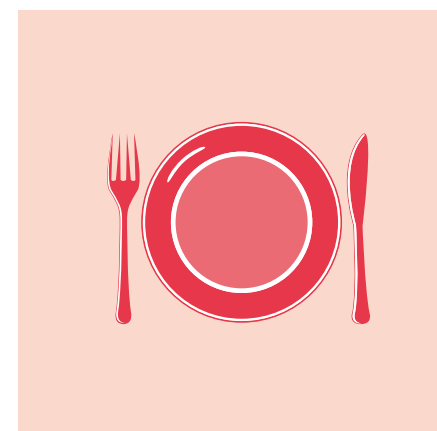
E não dá para deixar os descontos de fora. Do total das vendas, cerca de 40% são de produtos na promoção. “Estou no ramo há mais de 15 anos e esse é o período mais difícil de toda a minha vida. Os custos aumentaram, mas não podemos repassar para o cliente. Não tem como”, desabafa Carvalho, que ainda precisou ajudar na pintura do estabelecimento com mais dois profissionais. “Hoje não adianta só entregar folheto nos bairros. As promoções ajudam muito, mas é preciso conhecer o produto para não ficar no prejuízo”, completa.

Algumas estratégias de Carvalho, como a promoção e o incremento no delivery – estão dentro daquilo que a pesquisa do Sebrae-SP identificou como prioridades dos empresários do setor de alimentação. Entre as ações escolhidas pelos entrevistados para implantação nos próximos meses estão a diversificação do cardápio (citada por 88%) e, logo depois, fazer promoções, apontada por 79% dos proprietários. Oferecer produtos mais saudáveis é a opção de 64% dos entrevistados e o delivery também é uma saída para grande parte dos empreendedores: 61% deles pretendem adotar esse serviço.

Para metade dos empresários, vender marmitex é um passo importante para manter o negócio aberto diante da crise. Já 46% pretendem vender produtos diferenciados que a concorrência não vende, enquanto 39% visam se adaptar e implementar aplicativos para expandir as vendas. E 24% querem fazer vendas por meio de cupons em sites de compra. A pesquisa foi realizada tanto com empresários que já tiveram contato com o Sebrae-SP como aqueles que nunca foram atendidos. O estudo ainda aponta que 30% dos que já passaram por atendimento e fizeram cursos de gestão e capacitação conseguiram melhores resultados.

De acordo com a consultora do Sebrae-SP Maisa Blumenfeld, a entidade já atua fortemente com o segmento de alimentação fora do lar por meio de projetos e produtos específicos para a gestão do estabelecimento e, a partir do resultado da pesquisa, irá intensificar as ações e

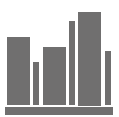
Thinkstock



Cris Castello Branco



Alexandre Attia e a mãe, Marie, sócios em um restaurante vegetariano: aposta nos congelados. No detalhe: o cardápio “vendedor”



BRASIL TEM TAXA DE JUROS MAIS ALTA ENTRE EMERGENTES

Ao manter, na última reunião do Copom, a taxa Selic em 14,25% ao ano, o Brasil detém os juros básicos nominais mais elevados entre os maiores mercados emergentes e uma taxa real cada vez mais alta, levando-se em conta que a projeção de inflação para 2017 caiu de 6% no início de abril para 5,29%, conforme a mais recente pesquisa Focus, do Banco Central. Na Rússia, os juros básicos estão em 10,5%, enquanto que na Colômbia e na Turquia, a taxa é de 7,5%. Na África do Sul é de 7%.

Thinkstock



atrair novos empresários para que eles passem por capacitação e aprimoramento. “Os empresários mais preparados são os que têm mais condições de superar a crise. A qualidade dos serviços prestados, atendimento diferenciado, relacionamento com cliente, atenção aos detalhes, além de ofertar produtos e serviços em que o cliente perceba a boa relação custo-benefício, com certeza serão levados em conta na escolha do cliente”, diz.

COMIDA NATURAL

O restaurante vegetariano Vila das Rosas, em São Paulo, passa por um momento “curioso” na definição de Alexandre Attia, sócio do local junto com a mãe, Marie. “Começamos a ficar conhecidos, mas o crescimento que estávamos esperando parou. Tínhamos a expectativa de crescer, de que o negócio seria mais rentável, mas o crescimento não se manteve. Os clientes que vinham de três a quatro vezes por semana diminuíram a frequência”, conta Alexandre, que estuda incluir algum tipo de promoção na linha de “segunda-feira sem carne”.

O Vila das Rosas começou após o sucesso do falafel feito por Marie. “Minha mãe nasceu no Egito e o falafel era uma receita que eu sempre comia nas festas em casa. Muitas pessoas falavam que ela precisava abrir um restaurante, que o falafel era muito bom”, lembra Attia. Houve uma época em que Marie estava sem emprego e o filho havia voltado de uma temporada no Rio de Janeiro. Eles se juntaram com mais dois sócios

para criar um espaço que unia nutrição e terapias. Depois de um tempo, os outros sócios saíram do negócio por motivos pessoais e o restaurante começou a ganhar mais importância.

A estratégia que começou a dar resultado para a empresa enfrentar esse momento de crise foi investir nos pratos congelados. Eles sempre existiram no cardápio, mas após participar de um curso do Sebrae-SP, a dupla começou a divulgar com mais destaque os pratos para o cliente levar para casa. Antes, as opções ficavam escondidas e precisavam ser embaladas na hora. Hoje, os pratos já estão prontos para a venda.

“Mudamos a comunicação de ‘faça sua encomenda’ para ‘leve para casa’. Mostramos que existia essa possibilidade com uma linguagem clara”, conta. O sucesso dos congelados tem surpreendido tanto que o empreendedor planeja a venda dos produtos em outros locais, como empórios, para funcionar como um “braço do restaurante”.

A consultora do Sebrae-SP destaca que, a partir do ano que vem, segundo previsões de especialistas em economia, o mercado vai começar a se reaquecer e as empresas precisam se preparar. Para isso, ela alerta que os empresários devem ser mais criativos. “As pessoas não deixam de consumir e comer, mas elas esperam novidades. Por isso, os estabelecimentos que oferecem alimentação precisam se inovar, fazer promoções e se diferenciar de alguma forma dos concorrentes, principalmente em uma época de retração no consumo”, afirma Maisa.

COMO SUPERAR O MAU MOMENTO

1. **Seja mais produtivo e eficiente. Aprimorar a forma de fazer não quer dizer diminuir a qualidade do seu serviço.**
2. **Busque produtos substitutos. Uma alternativa é trocar ou incluir produtos, a fim de preservar o ticket médio do seu cliente.**
3. **Fortaleça a relação com a sua equipe e com fornecedores.**
4. **Observe novas oportunidades e fique atento às mudanças. Novos modelos de negócios e canais de comercialização surgiram nos últimos anos.**
5. **Preocupe-se com o manuseio do alimento. O seu negócio não pode correr risco – nem o seu cliente.**
6. **Contribua para a construção da imagem da gastronomia brasileira. A comida é um dos principais atrativos do turismo no mundo.**
7. **Associe-se a outros estabelecimentos para ter parcerias para compras, realizar promoções e negociar prazos de pagamento e de entrega.**
8. **Seja mais participativo no ambiente legal, buscando associar-se a entidades representativas e participar das discussões.**

Fonte: Sebrae-SP



INCUBADORAS DE EMPRESAS CRIAM 53,2 MIL EMPREGOS DIRETOS NO BRASIL

O segmento de incubadoras de empresas no Brasil gera 53.280 empregos diretos e qualificados. Segundo o “Estudo de Impacto Econômico Segmento de Incubadoras de Empresas do Brasil”, da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), em parceria com o Sebrae, o faturamento das empresas apoiadas por incubadoras ultrapassa os R\$ 15 bilhões. O estudo, realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), aponta ainda que empresas incubadas ou que passaram pelo processo de incubação, chamadas graduadas, geram, indiretamente, 373.847 empregos, uma renda de mais de R\$ 13 bilhões e R\$ 24 bilhões em produção.

Capacitação a distância

Práticos e diretos, os cursos de EAD, como os oferecidos pelo Sebrae-SP, auxiliam a formação do empreendedor que quer se desenvolver e não tem tempo



Em um cenário de retração econômica no País e de forte concorrência das empresas em todos os setores, a capacitação e o aprendizado dos empreendedores podem ser fundamentais para garantir o crescimento e o sucesso do negócio. No tentanto, como fazer para encaixar os horários de um curso em uma agenda já tão apertada? Para muitos donos de micro e pequenos negócios, a solução encon-

trada foi a educação a distância (EAD).

Por serem rápidos, práticos e com a facilidade de poderem ser feitos em qualquer horário, bastando apenas ter acesso a um computador, os cursos de educação a distância se tornam a opção ideal para esse público. E a vantagem é que muitos deles são gratuitos e garantem certificados após a conclusão.

O Sebrae-SP, por exemplo, oferece atualmente 45 cursos de EAD dis-

poníveis gratuitamente, tanto para quem já tem uma empresa quanto para quem pretende abrir. Os cursos têm duração média de três horas e os empreendedores podem concluir o programa em até 15 dias a partir da inscrição. Desde o início da educação a distância do Sebrae-SP, em 2009, mais de 200 mil alunos, entre pessoas físicas e jurídicas, concluíram os cursos.

Os cursos de educação a distância

do Sebrae-SP são estruturados a partir de uma necessidade detectada dos empreendedores, explica a gestora de EADs do Sebrae-SP, Claudia Brum. “Definimos os principais conteúdos necessários para apoiar os donos de pequenos negócios na solução de seus problemas de gestão e, a partir dessas necessidades, são definidas as atividades, os temas e as estratégias educacionais”, diz.

O empreendedor Antônio Rezende de Oliveira, proprietário da Embalagens Carrão, na zona leste de São Paulo, já fez oito cursos de EAD do Sebrae-SP. Entre eles, o de Pequenas Empresas para Redes Sociais e o de Design na Empresa. Depois de concluir os cursos, o empresário afirma que sentiu uma melhoria no dia a dia dos negócios. “Na correria da rotina do trabalho, os cursos de EAD me deram várias dicas e informações que contribuíram e mudaram as minhas ações dentro da empresa”, conta.

Oliveira também concorda que a capacitação para um dono de pequeno negócio é fundamental para o crescimento e rendimento da empresa. “Adquirir conhecimento só vai trazer benefícios e ganhos, como ocorreu no meu caso. Eu me senti estimulado, me abri novos caminhos e mudei até mesmo a forma de pensar”, diz.

Para muitos interessados em um curso a distância, a tecnologia pode parecer um fator complicador: há a ideia de que é preciso ser um “expert” para estudar pela internet. Nada mais longe da verdade, de acordo com quem já participou. “Achei os cursos muito simples, autoexplicativos e fáceis de serem feitos. Não tive nenhum problema. O bom é que

Cris Castello Branco



O empresário Antônio Oliveira já fez oito cursos de EAD do Sebrae-SP



ALUGUEL COMERCIAL FICA 11,35% MENOR

O valor do aluguel de imóveis comerciais apresentou retração de 11,35% nos últimos 12 meses até junho, segundo o índice FipeZap Comercial, do portal Zap Imóveis em conjunto com a Fipe. O indicador acompanha o preço médio de conjuntos e salas comerciais de até 200 metros quadrados em quatro capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Em termos reais, considerando a inflação do período até junho, o preço dos aluguéis teve queda de 18,56%. O preço dos imóveis comerciais para venda também caiu, com quedas de 3,05% em termos nominais e 10,92% com desconto da inflação, em 12 meses até junho.

Thinkstock



a pessoa pode fazer a qualquer hora, inclusive à noite, quando não está mais com a cabeça voltada ao trabalho”, afirma Oliveira.

A gestora Claudia Brum afirma que a plataforma dos cursos foi desenvolvida para atender a todos os públicos, mesmo aqueles com uma noção básica de informática. “O ambiente de aprendizagem é intuitivo, basta seguir o passo a passo. Em caso de dúvidas, oferecemos todo o suporte online”, diz.

O empreendedor Osvaldo Pasqual é um Microempreendedor Individual (MEI) que atua no setor de comércio na cidade de Ibitinga, interior de São Paulo. Ele já passou por três temas de educação a distância do Sebrae-SP, entre eles o de redes sociais. “Com o que aprendemos no curso, nós cria-

mos uma página no Facebook e começamos a colocar as fotos dos pratos de prato que vendemos. Muita gente nos procurou querendo saber mais detalhes”, conta. Pasqual também elogiou a facilidade e dinâmica do procedimento para a realização dos cursos online. “É uma forma simples e rápida de se adquirir conhecimento e dicas para o seu negócio. Eu indico para todos os amigos”, afirma.

COMO FAZER

Para fazer um curso de educação a distância do Sebrae-SP, basta o interessado se cadastrar no portal da entidade (www.sebraesp.com.br) e, com esse mesmo cadastro, acessar o portal de EAD (www.sebraesp.com.br/ead). Alguns conteúdos e cursos são de acesso exclusivo para pessoas vin-

culadas a uma empresa (com CNPJ).

As nove áreas disponíveis para os cursos de EAD do Sebrae-SP são Administração e Planejamento, Comércio Exterior, Empreendedorismo, Finanças, Gestão de Pessoas, Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade, Legislação, Marketing e Operações: produção, logística e qualidade.

E para quem quer se tornar um Microempreendedor Individual (MEI), o EAD do Sebrae-SP oferece um curso específico sobre formalização, em que é mostrado o passo a passo para se formalizar, além dos benefícios de sair da informalidade.

E-BOOK

Dentro da página de Educação a Distância do Sebrae-SP, também é possível garantir uma certificação

por meio de um curso off-line e estudar mesmo quando não estiver conectado à internet.

Basta fazer o download dos materiais didáticos e acessar o curso no formato de e-book para ler, fazer as atividades e aprender sobre diversos temas de gestão de pequenos negócios. Depois é só ir até a área de avaliações, responder às questões específicas do curso e gerar o certificado de conclusão. É muito simples e prático.

O empreendedor pode escolher entre baixar em seu computador ou leitor de e-books ou, ainda, imprimir para estudar na hora e do jeito que preferir. Para fazer o download de um e-book é só acessar a página de EAD do Sebrae-SP: (www.sebraesp.com.br/ead).

OS CURSOS EAD CAMPEÕES DE PROCURA NO SEBRAE-SP

1. Fluxo de caixa
2. Desperte seu potencial
3. Empreendedorismo
4. Desenvolva sua empresa
5. Criatividade
6. Invista no planejamento
7. Viabilidade nos negócios
8. Equipe motivada
9. Ganhe mercado
10. MEI: Microempreendedor Individual





BRASILEIRO DECIDE DESTINO DE VIAGEM CONFORME PREÇO E PROMOÇÕES

A maioria dos brasileiros, 71%, decide onde vai passar férias de acordo com o preço e as promoções de pacotes de viagens. O índice é superior ao encontrado em países como Alemanha (55%), Austrália (49%) e Estados Unidos (46%) e próximo dos de Índia (75%) e China (72%). A conclusão é do levantamento da empresa britânica de meios de pagamentos WorldPay. Segundo a WorldPay, o comportamento do brasileiro é reflexo, mais do que da crise econômica do país, de questões culturais e de funcionamento do mercado local. Europeus e americanos costumam planejar e comprar pacotes de viagens com meses de antecedência, já os brasileiros fazem compras perto da data da viagem, o que os leva a fazer escolhas de última hora.

Portas abertas no mercado online

Mesmo em meio à recessão, estudo projeta crescimento de 11% ao ano para o comércio eletrônico até 2019; saiba como aproveitar essa onda

Thinkstock



Se a crise está fechando as portas de muitos pequenos negócios, outras se abrem na internet. Em 2015, enquanto as vendas no varejo tradicional caíram 4,3% em relação a 2014, segundo o IBGE, o e-commerce brasileiro movimentou R\$ 42,3 bilhões, um valor que representa um crescimento de 15,3% em comparação a 2014, de acordo com os dados da e-bit, empresa que estuda o varejo virtual. O relatório aponta que o cenário de recessão econômica gerou oportunidades para que o comércio eletrônico se tornasse um dos principais aliados dos brasileiros para a aquisição de produtos, uma vez que a internet permite uma rápida e eficiente comparação de preços e, na maioria das vezes, uma compra com melhor custo-benefício.

Do lado dos empresários, montar uma loja virtual aparece como uma opção interessante, sem a necessidade de um investimento em uma loja física. E os números mostram um futuro atrativo para o setor. Estudo da consultoria Bain & Company projeta um crescimento de 11% ao ano para o comércio eletrônico brasileiro até 2019.

Mas só a perspectiva positiva não é garantia de sucesso de um site. De acordo com a consultora do Sebrae-SP Ariadne Mecate, a recomendação para quem pretende investir no segmento é fugir dos mesmos produtos que os grandes lojistas já vendem. “Procure nichos, onde a concorrência é menor e o fator de sucesso maior. Mas o empreendedor não pode esquecer de pesquisar bem o mercado”, destaca. Entre os exemplos de nichos podemos citar: calçados de tamanhos

grandes, roupinhas para bebês prematuros e comida vegetariana.

No caso da empresa La Bfernandes, de São Paulo, a fatia de mercado que ela ocupa é a de uniformes para restaurantes, com destaque para os de culinária japonesa. O negócio é administrado por Luisa Evandi Bezerra e Ana Maria Bezerra da Costa, mãe e

filha. Luisa começou produzindo uniformes informalmente, até que o aumento dos pedidos motivou Ana Maria a entrar no negócio e formalizar a empresa há nove anos. Recentemente, elas decidiram investir na reestruturação do site e na loja virtual.

“O e-commerce está crescendo muito. Eu mesma compro muito pela

internet. Hoje trabalhamos muito por indicação e queremos abrir mais esse ponto de venda. O site é a cara da empresa, não temos como fugir da internet”, conta Ana Maria. No endereço eletrônico, é possível comprar peças prontas ou solicitar a personalização com a logomarca do estabelecimento. Ana Maria optou por começar a

Patrícia Cruz

Ana Maria e Luisa Bezerra, mãe e filha sócias em uma empresa de uniformes: investimento em e-commerce





INADIMPLÊNCIA ENTRE EMPRESAS CRESCE 12,34%

O número de empresas inadimplentes no Brasil subiu 12,34% em junho, na comparação com o mesmo mês do ano passado, segundo pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). Já na comparação com maio deste ano, houve queda de 0,71%. Enquanto isso, o número total de dívidas ligadas a essas empresas inadimplentes teve alta anual de 15,55% e queda mensal de 0,69% em junho.

Thinkstock



loja virtual com um plano gratuito no provedor, que permite expor até 50 produtos. “Mas logo vou migrar para um plano pago. Primeiro quero sentir a demanda, ver o que os outros fazem”, diz.

A empresa não escapou dos efeitos da crise econômica. Como trabalha com uniformes, e os estabelecimentos estão contratando menos funcionários, os pedidos também foram reduzidos. “Estamos investindo na loja virtual, em um representante comercial e vamos participar de feiras. Como diminuiu a demanda, queremos aumentar o número de clientes”, afirma Ana Maria.

FACILIDADE

Na iLustre, de Presidente Prudente, as vendas online já representam cerca de 20% do faturamento. A família de Fernando Santello Bertaco é dona da Eletrorede, que está no ramo de materiais elétricos há 27 anos. Há dois anos eles inauguraram a loja iLustre, com foco no comércio de automação e iluminação, e também investiram no e-commerce. “Vi que as pessoas tinham pressa para comprar, mas não tinham tempo. Virtualmente temos mais informação disponível e mais facilidade para pesquisar preços”, afirma Bertaco.

Entre os principais desafios de manter uma loja virtual estão os custos logísticos e a questão tributária. O empresário precisa fazer seguro para o envio, caso o pacote seja extravariado. Outro cuidado fundamental é com a embalagem. Por lidar com um produto frágil, ele investe constantemente na embalagem adequada. “Ser

empresário no Brasil é desafiador. Todos os dias aparece alguma coisa nova, alguma alteração de alíquota. Gastamos tempo com essa parte legal em vez de correr atrás da parte de vendas”, lamenta Bertaco.

OLHOS NAS REDES

Para quem pretende investir em uma loja virtual, a consultora do Sebrae-SP aconselha o empresário a trabalhar a divulgação da marca nas redes sociais. “O que faz um e-commerce vender é ter uma marca conhecida”, diz. Para isso, Ariadne recomenda trabalhar conteúdo, dicas, ensinar como usar o produto e divulgar curiosidades sobre o assunto. Tudo para engajar o maior número de pessoas e tornar a marca cada vez mais conhecida.

O custo de colocar uma loja virtual no ar vai depender da plataforma usada e da quantidade de produtos à venda. Já para quem pensa em investir em um aplicativo, Ariadne afirma que essa providência pode ficar para um segundo momento.

“O ideal é que, desde o início, o site possa ser aberto em todas as telas. Deve ser responsivo e capaz de ser visualizado em tablets, celulares e no computador”, completa. Outro ponto importante é garantir a entrega no prazo prometido.

No caso da venda online, o cliente tem até sete dias para desistir da compra e quem paga o frete de volta é o empresário. Por isso, a empresa precisa prever esse valor no preço de venda para evitar ficar no prejuízo caso o comprador opte pela devolução do produto.

DICAS PARA INVESTIR NO E-COMMERCE:

As melhores lojas virtuais primam por:

- Qualidade visual (fotos, vídeos, identidade e padrão visual)
- Descrições completas e persuasivas de seus produtos
- Disponibilidade e agilidade para o atendimento ao cliente
- Segurança para as transações financeiras e para entrega
- Criação de conteúdos originais e relevantes
- Adaptação para dispositivos móveis
- Produzir conteúdo original e criativo facilita a exposição nos buscadores e pode sensibilizar o visitante
- Criar ações promocionais para destacar produtos, novidades e lançamentos
- Aproveitar as redes sociais para expor a marca e se relacionar com clientes
- Realizar parcerias com outras marcas, blogs e canais de vídeos
- Manter relacionamento com clientes atuais (newsletter, programa de fidelização, eventos etc.)
- Conhecer e avaliar mídias pagas



MELHORA A CONFIANÇA DOS EMPRESÁRIOS DA CONSTRUÇÃO

O índice que mede a confiança dos empresários da construção (ICST) subiu 2,7 pontos em julho, atingindo 70,7 pontos, o maior patamar desde agosto de 2015, segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV). O resultado sinaliza uma melhora da percepção dos empresários, embora o nível de confiança ainda seja muito baixo em termos históricos.



Ideia para um novo começo

Depois de uma conversa no carnaval, o casal Camila Zucareli e Newton Fernandes abriu mão de seus empregos em busca da qualidade de vida distribuindo pães de queijo e salgados congelados

Patrícia Cruz



Newton e Camila, da Sinhá Canela: relação de confiança com o cliente

“**E**u e o Newton, meu marido, não pretendíamos abrir um negócio próprio. Trabalhávamos em São Paulo, eu atuava como advogada e ele estava na área executiva de uma boa empresa. Fui chamada por um cliente para trabalhar no polo petroquímico de Cubatão. Como Santos é uma cidade legal, tem boa qualidade de vida, decidimos mudar com toda família. Fomos para a Baixada, mas Newton continuava voltando para a capital todos os dias, afinal, não dava para abandonar o cargo que tinha.

A ideia de abrir um negócio surgiu em um carnaval, depois que conversei com minha prima empreendedora, que trabalha com pães de queijo no sul de Minas Gerais. Ela disse que eu me daria bem e ia gostar de empreender. Então surgiu a Sinhá Canela, que é uma distribuidora de pães de queijo e salgados congelados.

Para dar início à empresa, montamos um plano de negócio. O Newton deixou o emprego na capital e se dedicou totalmente ao empreendedorismo. Após dois anos, também deixei meu emprego e voltamos nossas forças inteiramente para a Sinhá Canela, em Santos.

Depois de um tempo, o calor da cidade passou a afetar minha saúde e começamos a pensar em mudar a empresa para outra região. Tínhamos consciência de que não poderíamos ficar longe de Santos por causa da base da empresa que havíamos construído ali. Então pensamos no ABC, que tem uma grande concentração populacional, um

enorme mercado e ficamos convictos que seria a melhor opção. Mudamos para São Caetano do Sul e continuamos a Sinhá Canela na cidade.

Geralmente, pão de queijo industrializado não fica bom, o pessoal não gosta muito. Mas o nosso é industrializado com um toque artesanal. A gente costuma dizer até que tem o cheirinho e o gostinho do pão de queijo saindo do forno da casa da vovó. Por isso as padarias preferem ter nossos produtos, porque chegam prontos e com qualidade.

Hoje nós também temos um grande diferencial que é conhecer bem todos os clientes. Sabemos as necessidades de consumo de cada um, assim podemos fazer a gestão de estoque deles. Isso dá uma tranquilidade para os clientes, que confiam em nós, porque sabem que não precisamos enchê-los de pães de queijo e salgados, pois voltaremos lá duas vezes na semana. Isso é uma relação de confiança que conquistamos com nosso parceiro de negócios. E o melhor de tudo é que não é nada forçado, o meu marido gosta de ter contatos com as pessoas, tem prazer de conhecer os clientes.

O Sebrae-SP está presente na Sinhá Canela desde o início. Nosso primeiro passo foi procurar a instituição para fazer o plano de negócio e vimos que era algo possível de dar certo. Depois, começamos a trabalhar. E realmente acabou dando certo.”

Confira o vídeo com a história da Sinhá Canela [aqui](#).



3,9 BILHÕES DE PESSOAS NÃO TÊM ACESSO À INTERNET NO MUNDO

Cerca de 3,9 bilhões de pessoas ou 53% da população mundial ainda chegará ao final deste ano sem acesso à internet, estima a International Telecommunication Union (ITU), agência que integra as Nações Unidas. Até mesmo na Europa, a região mais conectada do globo, 20,9% de todas as pessoas não se encontram online. Na África, o continente menos conectado, 74,9% estão sem acesso à rede. Enquanto mais de quatro em cada cinco pessoas em países desenvolvidos usam a internet, apenas 40% têm acesso em países em desenvolvimento. Em países como Haiti, Iêmen, Myanmar e Etiópia – apenas 15,2% das pessoas estão online.



Um lance que virou o jogo

Evelyn Hofer decidiu iniciar no empreendedorismo depois que voltou para o Brasil com o marido, Emerson Salino, ambos aposentados da carreira esportiva na Europa

“**C**hega uma idade que somos considerados velhos para o esporte. Eu estava com 30 anos quando voltei para o Brasil com a carreira de jogadora de basquete praticamente encerrada. Estava grávida e ninguém mais iria me contratar. O Emerson, meu marido, também era atleta e chegou a hora em que precisou largar o futsal e se aposentar. Deixamos a carreira na Europa para regressarmos ao Brasil, para São Caetano do Sul.

O meu irmão já tinha uma empresa de brindes aqui e, assim que voltamos, ele fez alguns para nós. Imaginamos que aquele seria um nicho interessante. Iniciamos, então, o processo de personalização, com gravações a laser nesses brindes.

A princípio, apenas prestávamos serviços para outras empresas. Com o tempo, fomos vendo que nossos clientes cometiam muitos erros nos produtos, atendimento, entre outras coisas. Como já estávamos ficando experientes na personalização a laser, pensamos em constituir uma empresa de brindes, alinhando a personalização a laser com as vendas de produtos de qualidade e atendimento diferenciado. Decidimos começar com a importação dos brindes, personalizar o material e vender direto para o cliente final.

Atualmente, entre as coisas feitas na ABC Gifts está o cantil personalizado para casamentos, com nomes dos padrinhos e dos noivos, por exemplo. Também tem o kit vinhos e o conjunto de porta-cartão e porta-caneta.

Cris Castello Branco



Ex-atleta de basquete, Evelyn Hofer investiu em uma empresa de brindes

Quando recebi o meu primeiro orçamento vindo do site foi fantástico. Foi uma das primeiras grandes conquistas na nossa jornada empreendedora.

Desde o início, o que me preocupava mais era manter a empresa. No primeiro ano, aos poucos, ela foi se pagando e começando a me pagar. Foi o máximo receber o próprio salário. A partir do segundo ano passei a tirar salários um pouco maiores. No terceiro ano, a máquina começou se pagar, pois foi o investimento inicial mais pesado, cerca de R\$ 120 mil.

Ter passado pela vida de atleta antes foi muito importante. Eu trouxe da quadra a determinação, a responsabilidade e a certeza de que, mesmo perdendo um jogo ou um cliente na empresa, temos de almejar o sucesso. Além disso, trouxe a disciplina, oferecendo sempre um bom trabalho para conquistar novos clientes e manter os que já temos. O esporte também foi importante para eu confiar em mim, buscar conhecimento e vencer. Sem contar o trabalho em equipe e saber agregar com um objetivo.

Quando voltei ao Brasil, não sabia nada de empreendedorismo. O Sebrae-SP me trouxe esse conhecimento. Participei de palestras e vi como era necessário entender mais das finanças.

Depois, fui para o marketing, que também era novidade para mim. O Sebrae-SP auxiliou em como usar o logo da empresa, buscar novos clientes, divulgação, usar o Google, deu dicas para o site, entre outras coisas. Ajudou e continua ajudando até hoje.”

Confira o vídeo com a história da ABC Gifts [aqui](#).



INTENÇÃO DE CONSUMO DOS PAULISTANOS AUMENTA 3,3%

O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) – apurado mensalmente pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) – apresentou alta de 3,3% em julho na comparação com o mês anterior, ao registrar 65 pontos, ante os 63 vistos em junho (o pior resultado desde 2010). No comparativo com o mesmo período do ano passado, houve queda de 14%. O ICF varia de 0 a 200 pontos, sendo que abaixo de 100 pontos significa insatisfação e acima de 100, satisfação em relação às condições de consumo.



Empretec

Redescubra seu verdadeiro papel dentro da empresa e vença os desafios!

HÁ MAIS DE • 20 ANOS • PREPARANDO ★★★★★ CAMPEÕES

O Empretec é um curso intensivo que promove uma verdadeira transformação no comportamento do empreendedor. Durante seis dias, você vai aprender a superar seus limites, enxergar oportunidades e fortalecer suas habilidades. Desenvolvido pela ONU, o Empretec é aplicado no Brasil com exclusividade pelo Sebrae.

Participe da palestra gratuita de apresentação e saiba mais.

Ligue **0800 570 0800**, procure o Sebrae-SP mais próximo ou acesse <http://sebrae.sp/empretec>



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**.



MERCADO REDUZ PROJEÇÃO DE INFLAÇÃO PARA ESTE ANO

Instituições financeiras consultadas pelo Banco Central (BC) ajustaram a projeção para a inflação – medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) – de 7,26% para 7,21%, este ano. Para 2017, a projeção foi alterada de 5,30% para 5,29%. Os cálculos fazem parte do boletim Focus, elaborado pelo BC, com projeções para os principais indicadores econômicos. As estimativas para os dois anos estão acima do centro da meta de inflação, de 4,5%, que tem que ser perseguida pelo BC. A projeção para esse ano também supera o limite superior da meta: 6,5%.

AGENDA FEIRAS DE NEGÓCIOS

Brazil Promotion - 2016

Quando: de 2 a 4/8

Onde: Transamérica Expo Center / Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387 – Santo Amaro, São Paulo-SP

Informações: www.brazilpromotion.com.br / (11) 3026-3600

Expo Brasil Chocolate

Quando: de 9 a 12/8

Onde: Centro de Convenções Frei Caneca / R. Frei Caneca, 569 – Consolação, São Paulo-SP

Informações: www.expobrasilchocolate.com.br / (11) 3624-8466

42º CONARH – Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas

Quando: de 15 a 18/8

Onde: Transamérica Expo Center / Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387 – Santo Amaro, São Paulo-SP

Informações: www.conarh.com.br / (11) 3138-3420

14ª Noivas e Festas

Quando: de 18 a 21/8

Onde: Maxi Shopping Jundiaí / Av. Antônio Frederico Ozanan, 6000 – Vila Rio Branco, Jundiaí-SP

Informações: www.noivasefestasjundiai.com.br / (11) 4526-2637 / (11) 7750-2060

20ª Fisa – Food Ingredients South America

Quando: de 23 a 25/8

Onde: Transamérica Expo Center / Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387 – Santo Amaro, São Paulo-SP

Informações: www.fi-events.com.br / (11) 4878-5990

10ª Concrete Show South America

Quando: de 24 a 26/8

Onde: São Paulo Expo / Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 – São Paulo-SP

Informações: www.concreteshow.com.br / contato@concreteshow.com.br / (11) 4878-5990



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



Não entreguei a declaração anual, posso perder meu registro de MEI?

HEVERALDO GALVÃO, consultor do Sebrae-SP

➔ O prazo para o Microempreendedor Individual (MEI) apresentar a sua Declaração Anual Simplificada (DASN-SIMEI), por meio do Portal do Simples Nacional, informando todos os rendimentos que obteve com a empresa ao longo de 2015, terminou no dia 31 de maio. Desde então, quem não entregou o documento ficou impedido de gerar o Documento de Arrecadação Simplificada do MEI (DAS-MEI), que é o instrumento para se fazer o pagamento mensal das obrigações tributárias do MEI, ficando, ainda, inadimplente com o Simples Nacional. O MEI também poderá perder eventuais benefícios previdenciários, tais como aposentadoria, auxílio-doença, licença-maternidade, auxílio-reclusão, pensão por morte e, por estar inadimplen-

te na Receita Federal, não poderá emitir a certidão negativa de débitos desse órgão, o que o impede de conseguir financiamento bancário, ou participar de licitações, além de ficar impossibilitado de emitir notas fiscais. O MEI que não entregou a declaração está sujeito à multa de R\$ 50, que pode ser reduzida para R\$ 25 caso regularize a situação antes de ser notificado pela Receita Federal. Assim, a falta da declaração não faz com que o MEI perca o registro, pois a situação pode ser ajustada. Entretanto, se não regularizada, o MEI poderá ter sua inscrição automaticamente cancelada após omissão na entrega da declaração nos dois últimos exercícios, ou seja, após o período de dois anos sem a entrega da DASN-SIMEI.



CAI NÚMERO DE EMPRESAS COM ESTOQUE EM EXCESSO

Em julho, a proporção de empresas na região metropolitana de São Paulo com estoque acima do adequado caiu para 37,5%, 0,8 ponto percentual abaixo do resultado de junho. Os dados são do Índice de Estoques (IE) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). É a terceira queda consecutiva de empresas com excesso de estoques, o que foi avaliado positivamente pela federação.

ANTES & DEPOIS

Gestão e aconchego

Localizada na cidade de Conchal, interior de São Paulo, a **Sensação Boutique** é um belo exemplo de que investir em mudanças no *visual merchandising* de uma loja e no dia a dia da gestão são ações fundamentais para o sucesso de um empreendimento. Fundada em 1985, a empresa surgiu do amor de Adriane Fadel pelo comércio. Antes de abrir a loja, ela começou trabalhando de sua própria casa. Já na boutique, a maior dificuldade era equilibrar receita e despesas. “Com a consultoria do Sebrae-SP, percebemos possibilidades de baixo custo, além de melhorarmos o visual interno da loja”, diz.

O escritório do Sebrae-SP em Campinas foi o responsável pelo trabalho, que durou cerca de quatro meses. A analista Daniela Cria conta que a empresária seguiu à risca as orientações, o que resultou em uma loja muito mais atraente e aconchegante. “Também orientamos sobre o estoque, que era exagerado. Por ser a moda atual muito dinâmica, o resultado eram peças ultrapassadas”, explica. A consultoria também abordou pontos como o fluxo de caixa, fornecedores e relacionamento com os clientes. “O resultado foi muito satisfatório. Podemos notar a melhoria nas vendas e a satisfação dos clientes”, comemora a empresária.

Cris Castello Branco



- | | | | |
|---|--|--|--|
| 1. Padronização de cabides, utilizando madeira para dar um aspecto mais sofisticado | 2. Troca do piso de ardósia por um de madeira, tornando o ambiente mais aconchegante | 3. Agrupamento das peças por cor, tornando a exposição mais bonita e facilitando a vida do cliente | 4. Criação de áreas nobres ou pontos focais: uma logo na entrada com um manequim masculino e uma no fundo com um manequim feminino. Looks completos atraem o cliente |
|---|--|--|--|