

ANO VIII / Nº 49 / JULHO-AGOSTO 2015

Conexão

SEBRAE
SP



ALTERNATIVAS PARA DRIBLAR A CRISE

*Conheça os setores que continuam crescendo
e oferecendo oportunidades*

ENTREVISTA

Cassio Spina:
investidores-anjo
em ação

INOVAÇÃO

Como operam
as incubadoras
e aceleradoras

CRÉDITO

Em busca de
capital para
investir

OPORTUNIDADE

Torne-se um
empreendedor
de sucesso



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://sebr.ae/sp/empretec>



SEBRAE
SP

PALAVRA DO PRESIDENTE



NÃO AO AUMENTO DE IMPOSTOS, NÃO AO AUMENTO DE JUROS

No final de junho, o Banco Central anunciou que sua expectativa para inflação em 2015 era de 9% - o dobro do centro da meta oficial - e que o Produto Interno Bruto (PIB) deve registrar recuo de 1,1%. Para deixar o quadro completo, somam-se a alta do desemprego, o recuo no consumo, as restrições ao crédito, e o crescimento da economia informal que, em 2014, movimentou R\$ 826 bilhões, segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas. Quadro crítico, mas previsível.

Como toda moeda tem dois lados, também no final de junho, tive a amostra de “outro” Brasil ao participar da abertura do 6º Concurso Acelera Startup, promovido pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), com 1,2 mil inscritos. Os 250 finalistas apresentaram a mentores e investidores seus projetos em água, energia e segurança. Empreendedores com determinação, que sonham em colocar seus produtos nas prateleiras do mundo, exibindo com orgulho o selo “made in Brazil”.

Dois fatos tão díspares, mas extremamente exemplares do Brasil dividido com o qual nos deparamos hoje: o das micro, pequenas, médias e grandes empresas, que é eficiente, produtivo, inovador, combativo, investe, acredita e move o Brasil; e o da conjuntura política e econômica, pesado pelos excessos da burocracia, dos tributos, dos juros e tudo mais que atravança a produtividade e competitividade de nosso setor produtivo.

Nos pequenos negócios paulistas, esta dicotomia é ainda mais visível. São 2 milhões de empreendimentos de pequeno porte que diariamente abastecem o mercado interno de produtos e serviços e geram a maioria

dos novos postos de trabalho, mas já não conseguem mais faturar como antes. Há pelo menos cinco meses a receita real está em queda. E sem perspectivas de melhora a curto e médio prazos.

Por isso, meu comprometimento é com o movimento do “Não ao aumento de impostos, Não ao aumento de juros”. Hoje, o excesso de tributos e a elevação dos juros constituem as principais amarras que levam a decisões como inibição de investimentos, corte de pessoal ocupado e até encerramento das atividades, levando o setor produtivo a viver à margem da formalidade.

O problema do Brasil não é aumentar receitas, é reduzir despesas, é fazer choque de gestão. É hora de o governo entrar em campo para promover um ambiente que propicie a melhoria da competitividade de nossas micro, pequenas, médias e grandes empresas. Como? Cortando os gastos públicos que consomem boa parte dos R\$ 2 trilhões que são arrecadados em impostos por ano e investindo melhor estes recursos em educação, infraestrutura, segurança, saúde.

Colaboramos, e vamos continuar colaborando, com o Brasil desenvolvido, sustentável, virtuoso, por meio de trabalho árduo, e não com o aumento de encargos. Disso não abrimos mão, porque, como vimos no Acelera Startup, o Brasil é maior que isto.

Boa leitura

Paulo Skaf, presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE-SP

Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)

Paulo Skaf – Presidente do Conselho

Associação Comercial de São Paulo (ACSP)

Alencar Burti

Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras (Anpei)

Hugo Borelli Resende

Banco do Brasil – Diretoria de Distribuição São Paulo – Disap (BB)

Sérgio Peres

Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo (Faesp)

Fabio de Salles Meirelles

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)

Manuel Henrique Farias Ramos

Fundação Parque Tecnológico de São Carlos (ParqTec)

Sylvio Goulart Rosa Junior

Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT)

Altamiro Francisco da Silva

Agência de Desenvolvimento Paulista (Desenvolve SP)

Milton Luiz de Melo Santos

Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia

Rodrigo Garcia

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP)

Carlos Alberto Silva

Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo (Sindibancos)

Wilson Roberto Levorato

Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal (CEF)

Paulo José Galli

DIRETORIA

Diretor-superintendente – **Bruno Caetano**

Diretor técnico – **Ivan Hussni**

Diretor de administração e finanças – **Pedro Jehá**

REDAÇÃO

Gerente do projeto

Eduardo Pugnali

Editor responsável

Roberto Capisano Filho – MTB 46.219

Editor-assistente

Daniel Lopes

Produção e coordenação

Fischer2 Indústria Criativa Ltda.

Diretor de conteúdo **André Rocha**

Editor **Carlos Ossamu**

Subeditoras **Iracly Paulina** e **Leda Rosa**

Reportagem **André Zara**, **Filipe Lopes**,

Rachel Cardoso e **Raíza Dias**

Fotos **Olicio Pelosi** e **Su Stathopoulos**

Revisão **Flávia Marques**, **Luisa Soler**

e **Paulo Teixeira**

ARTE  **TUTU**

atendimento@tutu.ee

Editores de arte

Maria Clara Voegeli e **Demian Russo**

Chefe de arte **Carolina Lusser**

Designers **Renata Lauletta** e **Laís Brevilheri**

Assistentes de arte **Paula Seco**, **Raísa Almeida**

e **Vitória Bernardes** Estagiário **Yuri Miyoshi**

Produção gráfica **Andreza Belau**

Impressão **Plural Indústria Gráfica**

Bimestral / 60 mil exemplares

Cartas para: Comunicação Social

Rua Vergueiro, 1.117, 8º andar,

Paraíso, São Paulo – SP,

CEP 01504-001 - Fax (11) 3177.4685

acom@sebraesp.com.br

www.sebraesp.com.br

SEBRAE
SP

Serviço de Apoio
às Micro e Pequenas
Empresas do Estado
de São Paulo

06



ENTREVISTA

Cassio Spina conta como operam os investidores-anjo

MERCADO

Feira do Empreendedor 2016 espera 120 mil visitantes

10

CAPA

Setores que crescem mesmo com a crise



20

GESTÃO

Conheça as incubadoras e aceleradoras de empresas



GESTÃO

Linhas de crédito disponíveis para os pequenos

24

28

NEGÓCIOS

Torne-se um empreendedor de sucesso



34

PANORAMA

Empreendedorismo e bate-papo no food truck

MENSAGEM DA DIRETORIA

CRISE E OPORTUNIDADE CAMINHAM JUNTAS



A palavra “crise” voltou a fazer parte do cotidiano dos brasileiros. O ano começou com todos falando sobre a crise hídrica; logo depois, a crise elétrica; e, agora, a crise econômica. Todos os dias, novas notícias aumentam o pessimismo da população, como aumentos da inflação e da taxa de juros, queda nas vendas, demissões, inadimplência em alta etc. Empreender nesse cenário não é tarefa fácil e, em muitos casos, aguardar um melhor momento para investir em um negócio pode ser a opção mais acertada.

Por outro lado, é sabido que toda crise se torna terreno fértil para novas oportunidades – se as vendas de automóveis zero-quilômetro estão caindo, mais pessoas estão consertando seus carros usados; se as viagens ao exterior diminuíram por causa do dólar valorizado, cresce o turismo local de fim de semana. É no movimento de altos e baixos que floresce o tino empreendedor das pessoas e a capacidade de enxergar saídas para ganhar mercado, bem como ter o diferencial competitivo e a inovação.

É justamente neste momento de aumento das demissões que cresce o número de pessoas que pensam em abrir o próprio negócio, muitas vezes porque não conseguem uma recolocação no mercado de trabalho. É o que chamamos de “empreendedorismo de necessidade”, que não é o ideal, pois quase sempre esse empreendedor não está preparado para tocar um negócio, não estudou o mercado nem tem conhecimentos de gestão. O ideal é quando se identifica uma oportunidade, analisa-se o mercado e se faz um plano de negócios, com detalhes de como o empreendimento irá operar. Isso é o que chamamos de “empreendedorismo de oportunidade”.

O Sebrae-SP tem a missão de apoiar a micro e a pequena empresa, servindo como agente de capacitação e de desenvolvimento. Os nossos consultores estão aptos a orientar os empreendedores, qualquer que seja o seu perfil ou negócio, desde o iniciante que está se

lançando ao mundo do empreendedorismo até os mais experientes, que sentem a necessidade de reposicionar suas empresas.

Nesta edição, a revista **Conexão** traz algumas matérias que irão ajudar os novos empreendedores, principalmente aqueles que possuem a inovação em seu DNA. Começamos com uma entrevista com o criador da Anjos do Brasil, entidade que aproxima empreendedores e investidores-anjo, Cássio Spina. O investidor-anjo é, normalmente, um ex-empresário ou executivo que teve uma carreira de sucesso, acumulou experiências profissionais e recursos e, agora, quer investir em projetos inovadores.

O leitor também conhecerá nesta edição as incubadoras e as aceleradoras de empresas, instituições que abrigam empreendimentos nascentes, abrem portas e orientam os gestores até que o negócio esteja maduro para andar com as próprias pernas. As incubadoras geralmente oferecem, além de orientação, estrutura física para a empresa. Já as aceleradoras são compostas por investidores, que injetam recursos no projeto e, por isso, querem um retorno mais rápido.

Mesmo em tempos de juros altos, as empresas precisam de crédito. Nesta edição, contamos alguns casos de empreendedores que conseguiram boas linhas de financiamentos. Por exemplo, o Desenvolve SP, agência de fomento do governo estadual, que opera com taxa de juros bem abaixo do mercado, de 1% a 5% ao ano, mais correção pelo IPC, além de dez anos para pagamento.

Outra alternativa é o Cartão BNDES, uma linha rotativa e pré-aprovada para empresas com receita até R\$ 90 milhões. O limite é de até R\$ 1 milhão por agente emissor, com taxa de juros de 0,99% ao mês e financiamento em até 48 parcelas. O cartão destina-se exclusivamente à compra, pela internet, de itens que vão de máquinas e equipamentos até móveis e material de construção.

Bruno Caetano, diretor-superintendente do Sebrae-SP

ANJO DA GUARDA EMPRESARIAL



CASSIO SPINA

investidor-anjo e fundador
da Anjos do Brasil

POR FILIPE LOPES FOTOS OLICIO PELOSI

Muitas vezes, uma ideia brilhante precisa de um empurrãozinho para deslanchar e virar um negócio de sucesso. Mundialmente, temos exemplos de empresas que surgiram com base em grandes ideias, e se tornaram referência em seus setores e promoveram verdadeiras revoluções no mercado internacional, como a Apple, o Google, o Facebook e a Fedex, todos nos Estados Unidos, além da Bematech e do Buscapé, no Brasil. O que todas elas têm em comum, além do sucesso incontestado, é a presença de investidores-anjo na criação e no desenvolvimento dessas companhias. O investidor-anjo é um profissional que investe recursos financeiros necessários para a criação de novas empresas, e compartilha todo o conhecimento, a experiência e o relacionamento com os novos empreendedores. Essa mentoria aumenta as chances de sucesso do negócio e acelera o seu crescimento.

Nesse campo, a Anjos do Brasil, criada em 2011 pelo engenheiro eletrônico Cassio Spina, é uma das referências nacionais na aproximação entre startups e investidores no País. Otimista, mesmo no cenário atual de incertezas e crise econômica, Spina acredita que o empreendedorismo brasileiro segue forte e atrativo para os investidores, mas alerta: “Não existe ideia genial, mas execução genial”. Leia a seguir a entrevista que Spina concedeu à Conexão.

QUAL É O CONCEITO DE INVESTIDOR-ANJO?

Ainda existe muita dúvida sobre investidor-anjo no Brasil. Precisamos difundir o conceito. O in-

EXISTEM MAIS DE 250 INVESTIDORES DISPOSTOS A INVESTIR EM STARTUPS, MAS, MUITAS VEZES, FALTAM IDEIAS QUE TENHAM POTENCIAL PARA SE TORNAREM NEGÓCIOS DE FATO

vestidor-anjo é normalmente um ex-empresário ou executivo que teve carreira de sucesso, acumulando experiências profissionais e recursos para investir em projetos inovadores. Esse investidor exerce o papel de conselheiro (como um “anjo da guarda”), passando sua vivência para o empreendedor, assim como sua rede de contatos e influência, fundamentais para fortalecer o negócio recém-criado. É importante ressaltar que existem investidores-anjo que são pessoas físicas e que não necessariamente tiveram experiências empresariais.

TODO INVESTIMENTO VISA LUCRO FUTURO. COMO ESSE INVESTIDOR PODERÁ RECEBER O RETORNO DAS STARTUPS?

O investidor-anjo aplica seus recursos em negócios com alto potencial de retorno futuro, ou seja, investe em negócios que sejam inovadores e que despertem interesse do mercado como um todo. Existem muitas opções de contratos entre empresários e investidores, mas a participação do investidor-anjo é no executi-

vo. O retorno que ele terá será no direito de dividendos das vendas de produtos ou serviços, mas os melhores lucros virão em uma possível negociação de sua parte na empresa, quando ela estiver valorizada no mercado. Um investimento sempre é pensado a longo prazo, nunca deve se esperar ter o retorno imediato. Nem é esse o interesse do investidor-anjo.

COMO AS INCERTEZAS QUE VIVEMOS HOJE NOS CAMPOS POLÍTICO E ECONÔMICO AFETAM A RELAÇÃO ENTRE INVESTIDORES E NOVAS EMPRESAS? ESTÁ MAIS DIFÍCIL CONSEGUIR UM INVESTIDOR?

Para quem já está investindo em projetos e empresas, o atual cenário não muda em nada a sua ação. Até porque o retorno somente será alcançado no futuro. Já para os investidores que ainda estão avaliando o mercado e as empresas que teriam potencial de crescimento, certamente o ambiente de crise mexe com o humor, e a tendência é que ele seja mais conservador e cauteloso, preferindo projetos que tenham menos riscos de fracasso.

O INVESTIDOR-ANJO APLICA SEUS RECURSOS EM NEGÓCIOS COM ALTO POTENCIAL DE RETORNO, OU SEJA, INVESTE EM NEGÓCIOS QUE SEJAM INOVADORES E QUE DESPERTEM INTERESSE DO MERCADO

QUAIS REQUISITOS OS EMPREENDEDORES DEVEM CUMPRIR PARA ATRAIR INVESTIDORES E DEMONSTRAR QUE SEU PROJETO TEM POTENCIAL PARA SE CONCRETIZAR?

A empresa deve mostrar inovação e atestar que tem um diferencial competitivo sustentável, que faça a diferença no mercado e se mantenha por muito tempo. Dizemos que o negócio deve ser “escalável”, ou seja, ter potencial para crescer muito sem altos investimentos. No caso da inovação, ela deve ser real, aquela que o cliente quer e não a que o empresário acha interessante. Muitas vezes, as pessoas têm ideias “geniais”, que acham que vão mudar o mundo. Mas não existe ideia genial, e sim execução genial. O negócio só será viável se na prática ele fizer sentido para o cliente.

AS TÉCNICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA AJUDAM AS STARTUPS A MOSTRAR SOLIDEZ E ATRATIVIDADE PARA OS INVESTIDORES OU SÃO INDICADAS APENAS PARA GRANDES EMPRESAS?

Os conceitos básicos de governança corporativa sempre são bem-vindos para qualquer empresa que almeja atrair investidores. É um erro achar que as ferramentas de governança são apenas para grandes companhias. Praticar a transparência, saber separar conta de pessoa física da empresarial, ter bem definida a função de cada sócio na companhia e o controle

sobre os números (custos de operação, metas e investimentos necessários) ajudam os investidores a ter mais segurança no momento de realizar o aporte.

QUAL É A PROPORÇÃO DE EMPRESAS OU ASPIRANTES A EMPRESÁRIOS QUE BUSCAM INVESTIDORES E QUANTOS EFETIVAMENTE CONSEGUEM?

Existe uma estatística global que diz que a cada 100 apresentações realizadas, apenas uma é selecionada por investidor. Esse dado pode assustar, mas é sempre indicado que o empreendedor apresente seu projeto para pelo menos 25 investidores. Na verdade, o que analisamos na Anjos do Brasil é que existem mais de 250 investidores dispostos a investir em startups, mas muitas vezes faltam ideias que tenham potencial para se tornarem negócios de fato.

EXISTE UMA MAIOR DISPOSIÇÃO DE OS INVESTIMENTOS SEREM DESTINADOS ÀS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA OU TODOS OS SETORES SÃO CONTEMPLADOS? O SETOR TECNOLÓGICO É O MAIS PROCURADO POR SER O QUE PODE TRAZER MAIS RETORNO PARA O INVESTIDOR?

As empresas ou projetos com base tecnológica são bem avaliados porque têm a inovação em seu DNA. Nasceram inovadores e oferecem opções que ainda não existem no mercado, por isso, atraem com mais facilidade os investidores. Mas todos os setores podem con-

seguir investimento. Tudo depende do ramo que o investidor pretende destinar o aporte.

OS “PITCHES” (APRESENTAÇÕES QUE DURAM, EM MÉDIA, CINCO MINUTOS) SÃO MUITO UTILIZADOS PARA A EMPRESA MOSTRAR O PLANO DE NEGÓCIOS PARA OS POSSÍVEIS INVESTIDORES. COMO O EMPREENDEDOR DEVE SE PREPARAR PARA ESSAS EXPOSIÇÕES?

Os pitches são espaços que os empreendedores têm para mostrar seus diferenciais e não explicar os negócios por inteiro. Para isso, ele deve ser objetivo e atrativo, focando no potencial competitivo que seu projeto tem para o mercado. Na Anjos do Brasil, não realizamos esses eventos nem treinamos as pessoas, mas damos dicas para que os empresários aprendam a “vender” sua ideia de maneiras rápida, objetiva e convincente.

AS EMPRESAS QUE CONTAM COM AUXÍLIO DE INVESTIDOR-ANJO TÊM MAIS CHANCES DE SUCESSO?

De fato, ter a chancela de alguém que conta com experiência e prestígio faz diferença no mercado. Além disso, os principais motivos que levam muitas empresas a encerrar as atividades nos primeiros anos de vida, segundo estudos realizados pelo Sebrae-SP, estão relacionados a erros de gestão. Isso porque os empresários não têm conhecimento e experiência prática, acabam falhando. Se empreenderem com um conselheiro experiente, que já tenha passado por erros e acertos, a taxa de sucesso das startups é muito maior.

QUAIS SÃO OS MAIORES DESAFIOS DO INVESTIDOR E DO EMPRESÁRIO NO BRASIL?

O grande gargalo do empreendedorismo brasileiro é a educação. Precisamos ter mais opções de



capacitação empreendedora nas escolas e universidades – algo específico como matérias optativas sobre como empreender, para que os empresários tenham noções reais a respeito da constituição de uma empresa. Deve-se ter vontade de empreender, isso é fundamental, mas também é preciso base para entrar e permanecer nesse mercado atual, que é dinâmico e extremamente competitivo. Iniciei minha vida empreendedora com 19 anos, aprendendo com meus erros e acertos, sempre aos “trancos e barrancos”, pois não tive base empreendedora no início. A falha

TER A CHANCELA DE ALGUÉM COM EXPERIÊNCIA E PRESTÍGIO FAZ DIFERENÇA NO MERCADO

faz parte do caminho para chegar ao sucesso, mas toma muito tempo e dinheiro. Para atrair os investidores que buscam negócios inovadores e prósperos, a base empreendedora é fundamental para poupar perdas para os dois lados.

Outro desafio brasileiro é a questão burocrática para se abrir e fechar uma empresa, além da car-

ga tributária, que desestimula o empreendedorismo. Aqui também não existe uma legislação clara que proteja o investidor, que dá margem para, se a empresa enfrentar problemas jurídicos, prejudicar o agente que realizou o aporte, mesmo ele não sendo sócio do negócio. Isso inibe a entrada de mais investidores no território brasileiro.

Ambiente favorável aos NEGÓCIOS

A PRÓXIMA EDIÇÃO DA FEIRA DO EMPREENDEDOR DO SEBRAE-SP ESPERA 120 MIL VISITANTES

Por Rachel Cardoso

Os empreendedores paulistas (e também de outros Estados) têm um encontro marcado na Feira do Empreendedor do Sebrae-SP. Em 2016, o evento, que já se tornou um ponto de referência no setor, chegará à sua quinta edição, tendo batido sucessivos recordes de público, ano a ano. A expectativa agora é receber cerca de 120 mil visitantes entre os dias 20 e 23 de fevereiro, quando deve movimentar mais de R\$ 7 milhões em negócios.

Na edição deste ano, que ocorreu entre os dias 7 e 10 de fevereiro no Anhembi, em São Paulo, foram contabilizadas mais de 104 mil pessoas no evento, um incremento de 27% em relação à edição passada, em 2013. Os números são surpreendentes, segundo o relatório de balanço dos organizadores: foram efetuados 37 mil atendimentos pelos consultores do Sebrae-SP nas áreas de finanças, marketing, indústria e agronegócio, e 42 mil pessoas participaram de palestras e capacitações oferecidas em diferentes espaços.

Os Microempreendedores Individuais (MEIs), que já são mais de 1,1 milhão em São Paulo, contaram com uma área especial de orientação, enquanto os interessados em tomar crédito puderam conhecer as linhas de financiamento espe-

cíficas para pequenas empresas, além de dicas de consultores especializados e informações das próprias instituições financeiras presentes entre os 400 expositores no local – muitos se preparam para retornar no ano que vem, quando são esperados 430 expositores.

É o caso da Kiip, que pretende participar pela terceira vez. A empresa apresentou na ocasião a lavagem australiana de veículos, técnica de limpeza automotiva que promete lavar carros com apenas um litro de água, por meio de um carrinho elétrico, utilizando uma cera especial e um produto para pneus e caixa de rodas. Além de economizar água, a técnica também poupa tempo quando comparada à tradicional limpeza a seco: cada lavagem leva, em média, 28 minutos.

O sócio Roberto Saretta conta que a empresa oferece licenciamento, disponibilizando cursos e produtos necessários para quem busca investir. Assim, os clientes podem até criar uma marca própria de lavagem de veículos com pouco uso de água, ou ainda utilizar a marca Kiip sem pagar nenhum valor mensal.

O investimento inicial é baixo: vai de R\$ 4,99 mil, para a aquisição de um carrinho elétrico – inclu-

do curso de lavagem a seco – até R\$ 29,9 mil, para quem quer ser um representante exclusivo na região (o valor engloba a compra de dez carrinhos elétricos). O gasto com cada lavagem é de menos de R\$ 2, ou seja, com dez operações diárias, é possível faturar mais de R\$ 300 por dia, resultando em uma receita líquida de mais de R\$ 3,5 mil por mês.

O tempo médio de retorno do investimento é de dois meses. “Foram mais de dez negócios fechados no evento do Sebrae-SP”, comemora. “Em 2014, levamos uma opção de investimento mais alto e, mesmo assim, tivemos resultados positivos, mas 70% do público que nos procura quer investir até R\$ 30 mil.”

Não foi diferente para o diretor de Franquias da Doutor Lubrificadora, Carlos Diego Oliveira, para quem a feira trouxe ótimos resultados e contribuirá (e muito) para o alcance da meta estipulada para 2015, de 200 franquias. Segundo ele, foram mais de 500 pessoas atendidas por dia no estande da empresa. Por consequência, houve centenas de interessados e dezenas estão em fase de negociação final. A Doutor Lubrificadora é uma rede especializada em soluções automotivas delivery, criada para atender a um público que não dispõe de tempo para fazer a manutenção do veículo. “Com ajuda da feira, abriremos 20 unidades em São Paulo”, afirma.

Para participar da feira, os interessados em se qualificar encontram informações no site do Sebrae-SP (www.sebraesp.com.br).



Sebrae-SP e Senac fecham acordo

Uma parceria entre o Sebrae-SP e o Senac-SP oferece workshops para donos de micro e pequenas empresas do comércio e de serviços, que são orientados em temas envolvendo vitrinismo, beleza, moda, governança, manipulação de alimentos e sustentabilidade. Trata-se de uma das frentes do Sebrae Inova, cujo objetivo é capacitar mais de 6 mil empreendedores até 2016.

O projeto também prevê atendimentos individuais, no qual o Senac

realiza um diagnóstico, explicando como aplicar as técnicas de visual merchandising e cliente oculto, além de um plano de ação para implementar melhorias, sendo o tipo de atividade direcionada de acordo com o segmento do negócio.

Os workshops acontecem durante um dia de trabalho e abrangem várias áreas do conhecimento. O Sebrae-SP custeará mais de 50% do valor final dos cursos, que, para o consumidor, chegam com o valor

inicial de R\$ 90. Para saber sobre os investimentos e as atividades disponíveis, os interessados devem procurar a unidade do Sebrae-SP mais próxima ou entrar em contato pelo telefone 0800-570-0800.

“A finalidade do projeto é auxiliar empresários a ampliar a visão de mercado para que consigam tornar os negócios mais competitivos e maximizar os lucros”, afirma o gerente do Atendimento Corporativo do Senac São Paulo, Maurício Pedro.

O Sebrae Inova é resultado de parcerias com algumas entidades, como Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), além de empresas especializadas.

| EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA SEBRAE: APRENDER SEMPRE É UM BOM NEGÓCIO.

EAD
SEBRAE-SP

Acesse cursos, programas, videoaulas, e-books e outras soluções educacionais totalmente gratuitas, via internet, englobando temas como empreendedorismo, finanças, marketing, recursos humanos, comércio exterior e inovação.

Inscreva-se:
www.sebraesp.com.br/ead

SEBRAE
SP



Onde estão as OPORTUNIDADES?

HÁ UM MERCADO DE PRODUTOS
E SERVIÇOS EM FRANCA
EXPANSÃO QUE NÃO SOFRE O
IMPACTO DOS ALTOS E BAIXOS
DA ECONOMIA

Por Rachel Cardoso

A busca do ser humano por respostas espirituais, metafísicas ou místicas para os problemas e questões do dia a dia dá sinais de ser bem mais forte do que qualquer crise econômica. Que o diga Amélia e Heide Tango. O casal começou a fazer colares de pedras brutas e descobriu um negócio que os levou a deixar de vez seus empregos. Eles resolveram se dedicar exclusivamente ao empreendimento, que, somente neste ano, registrou expansão de 50% no semestre sobre igual período de 2014. “Não crescemos mais por falta de capacidade produtiva, pois o trabalho é artesanal e cada peça é única”, conta Heide.

Embora a Amélia Designer não tenha nascido com esse foco, o faro aguçado dos empreendedores identificou um nicho promissor – que tem se comprovado

ao longo dos anos, diante dos altos e baixos da economia: setor místico não tem se abalado. O turismo religioso, por exemplo, movimentou R\$ 15 bilhões por ano, segundo o instituto Data Popular.

Assim, existe um mercado de produtos e serviços que se consolidou, expande-se e passa ao largo do aperto que o País atravessa. Apesar da conjuntura negativa, segundo o consultor do Sebrae-SP Ruy Soares de Barros, muitos negócios se destacaram em 2015, tais como aqueles associados a alimentação, vestuário e construção (pequenas empresas de edificações e obras de reparação).

Também devem seguir em alta as atividades de reparação e manutenção de automóveis, motocicletas e equipamentos de informática – em parte, em razão da forte expansão do estoque desses bens nos últimos anos. “A escalada dos juros e do dólar devem favorecer esses segmentos, visto que deve refrear a aquisição de novos bens duráveis.”

CAUTELA EM TEMPOS DIFÍCEIS

Em linhas gerais, as perspectivas para os donos de micro e pequenas empresas devem refletir o cenário geral da economia, o que se traduz em “pé no freio”. Todavia, o impacto dependerá do setor em que está inserido o negócio, assim como sua posição na cadeia, explica o professor do curso de Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Marcos Morita. “Existem pequenos fornecedores, prestadores de serviços das subcontratadas da Petrobras, que literalmente tiveram de fechar suas portas”, diz. “Com relação à posição na cadeia, quanto mais próximo do usuário final, mais rápido será sentido o baque, assim como mais rápida será a recuperação.”

Ele recomenda cautela aos empreendimentos diretamente impactados por variáveis econômicas, como crédito, juros e câmbio,



Foto: Olicio Petrosi

muito voláteis. Enquadram-se nesse caso vendas de imóveis e bens de alto valor agregado, que necessitam de crédito e turismo, bem como atividades que envolvam trocas de moedas.

Mesmo negócios tradicionais, como alimentação e prestação de serviços, podem ser afetados em decorrência do desemprego e da diminuição da confiança, levando

as famílias a reduzir seus gastos com itens considerados supérfluos. “É hora de rever o modelo de negócios”, afirma.

CRIANDO ALTERNATIVAS

Uma saída interessante pode estar na forma com que a empresa obtém as receitas. Diversos empreendedores já perceberam a atratividade em manter fluxos de

“NÃO CRESCEMOS MAIS POR FALTA DE CAPACIDADE PRODUTIVA, POIS O TRABALHO É ARTESANAL E CADA PEÇA É ÚNICA”

Heide Tango, ao lado da esposa Amélia

receitas recorrentes – por meio de assinaturas de serviços ou contratos de manutenção –, garantindo um faturamento mensal e uma maior fidelidade dos clientes. Mas não se trata de algo simples, uma vez que obriga empresas a rever procedimentos, fluxos e organogramas e a investir em suporte, treinamento e sistemas. “A inovação na gestão é uma boa alternativa.”

É um caminho para quem deseja quebrar os modelos atualmente existentes, colocando o consumidor como foco das atenções da empresa, o que pode ajudar as pequenas a achar novos produtos e serviços.

Opinião semelhante tem o consultor de novos negócios do Sebrae-SP, Rodrigo Hisgail, para quem o replanejamento é essencial em tempos de crise. “A desvalorização cambial gera dificuldades para todos, mas é possível pensar em substituir ou buscar novos fornecedores”, destaca. Outra boa oportunidade é produzir para competir no mercado interno e criar marca própria.

O mais importante é testar o que dá certo e corrigir os desvios; não entrar em desespero; manter o investimento; inovar sempre; e estar atento a qualquer chance. “As oportunidades estão onde os empresários estabelecidos conseguem se diferenciar, independentemente de ser por meio de negócios inovadores, redução de custos ou soluções customizadas para consumidores.”

É o que faz a Medicatriz, que começou como farmácia de manipulação e se transformou em indústria dermocosmética, logo após passar pelo programa Agentes Locais de Inovação (ALI), uma parceria Sebrae e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que tem como objetivo disseminar e criar a cultura da inovação nas pequenas empresas atendidas, bem como sugerir ações e ferramentas de gestão que as auxiliem. “Com foco na inovação, não existe crise. Prova disso é que crescemos 30% no ano passado sobre 2013”, conta a proprietária Sheila Gonçalves, adiantando que a alta deve se repetir neste ano.

A expansão é muito superior à média registrada pelo setor como um todo. Dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) indicam alta de 10% ao ano, nos últimos dez anos, tendo passado de um faturamento líquido de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 43,2 bilhões em 2014. Não à toa estima-se um cenário promissor em que o Brasil salta de terceiro para segundo no mercado de higiene e beleza em dois anos, desbancando a França e ficando atrás apenas dos Estados Unidos. “Já seríamos o segundo, não fosse a desvalorização cambial”, diz Sheila. “Não se pode ficar acomodado nem quando o cenário está confortável”, afirma.

A Medicatriz é um bom exemplo de como é possível com sen-

sibilidade, ousadia e criatividade, instaurar novas plataformas de marketing e ultrapassar fronteiras, inclusive internacionais – e, entre mercados estabelecidos e emergentes, no segundo há mais chance de inovar, acredita Sheila.

NOVAS TECNOLOGIAS

O Hospital Israelita Albert Einstein, com o apoio do Sebrae-SP, promoveu 2º Circuito Internacional Einstein de Startups durante a Feira Hospitalar, em São Paulo, realizada em maio. Em um setor como o de saúde, extremamente carente de soluções para reduzir custos, há uma grande pressão por tecnologias inovadoras.

Atento a essas necessidades, a instituição mantém um programa de inovação voltado a pequenas empresas com até 100 funcionários e faturamento anual que não ultrapasse R\$ 10 milhões. Durante a Hospitalar, dez startups selecionadas tiveram a oportunidade de apresentar produtos inovadores para e-health, telemedicina, equipamentos médicos em geral, softwares, genômica e medicina personalizada. Além das empresas escolhidas, colaboradores do Einstein, possíveis investidores e palestrantes tiveram oportunidade de fazer networking.

O objetivo foi identificar possibilidades de parcerias e desenvolvimento de novos negócios, permitir o aperfeiçoamento de produtos e serviços apresentados, conhecer potencial rede de clientes e efetivar contatos para acelerar novos negócios, segundo o gerente da Unidade de Desenvolvimento e Inovação do Sebrae-SP, Renato Fonseca.

Um grupo de empreendedores apresentou tecnologias inovadoras, oferecendo excelentes oportunidades e condições de introdução no mercado brasileiro. Foram expostos produtos diversificados, como um software para reduzir

“TERÁ VANTAGEM QUEM INCORPORAR NOVAS TECNOLOGIAS AO NEGÓCIO”

Renato Fonseca, do Sebrae-SP



Foto: Olicio Petosi

o tempo de bebês prematuros na incubadora em cerca de 50%, e nanotecnologia para aplicação de medicamento por um aparelho via arcada dentária, controlado por smartphone.

Na feira, a empresa norte-americana Doctor on Demand apresentou suas soluções, que pretende trazer para o Brasil. A companhia pretende fazer com que smartpho-

ne e computadores substituam as consultas convencionais. Eles criaram um sistema online de videoconferência que permite a pacientes se consultarem com seus médicos diretamente de smartphones (a partir dos apps para Android ou iOS da empresa). Com uma interface simples e intuitiva, o sistema reduz os custos das consultas médicas e ainda facilita a

vida dos pacientes, que podem se examinar com médicos a qualquer hora e em qualquer lugar.

Para garantir a qualidade do serviço, ao fim de toda consulta, o paciente avalia o médico mediante uma nota, de maneira a garantir a qualidade do serviço. A empresa ganhou a atenção de muitos investidores, que acreditam que a telemedicina pode ser uma tendência muito forte para o futuro da saúde.

De modo geral, lembra Fonseca, do Sebrae-SP, não é só na saúde que as novas tecnologias vão favorecer os negócios. “Quem conseguir incorporar as TICs [Tecnologia da Informação e Comunicação] em quaisquer áreas, terá dado um passo à frente da concorrência”, diz. “A melhor utilização dos recursos naturais e o melhor atendimento dos mercados demandarão ainda produtos e serviços especializados.”

AGRONEGÓCIO EM ALTA

Também é graças ao uso intensivo da tecnologia que os agricultores estão mais produtivos. A safra agrícola recorde de 2014/2015 deverá favorecer as vendas dos produtores rurais, assim como o comércio em geral, nas cidades de médio e pequeno portes, localizadas próximo às principais áreas de produção agropecuária, que se beneficiarão com a injeção de renda do agronegócio, segundo o coordenador do Centro de Agronegócio da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV/EESP), o ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues.

No âmbito internacional, o baixo dinamismo dos principais mercados de destino das exportações de micro e pequenas empresas, hoje Argentina e União Europeia, pode ser compensado pela expansão de exportações para os

países com maior potencial de crescimento, como a região Ásia-Pacífico e países da América Latina, além da Rússia. Este último deve redirecionar parte de sua demanda de importações (que vinha sendo atendida pelos países mais desenvolvidos do ocidente) para outros mercados, beneficiando, assim, as exportações brasileiras de produtos agropecuários.

No entanto, o aumento da produção tem ocorrido em outros países como Estados Unidos e Argentina, o que deixa os estoques mundiais altos e faz os preços caírem. Mas o aumento do preço do dólar acabou balanceando e compensando o cenário. “A safra é plantada

em setembro/outubro, com preço baixo do dólar, e estamos colhendo na alta”, ressalta Rodrigues.

Como em todos os outros setores, no agronegócio também é ano de reduzir custos, fazer poupança e segurar investimentos. “Se tiver capital, planeje-se”, recomenda.

Para Rodrigues, por mais turbulento que seja o contexto atual, o Brasil ainda é um país cheio de oportunidades. Existe um mercado de consumo importante, a melhora histórica no poder aquisitivo da população, recursos imbatíveis, uma democracia estabelecida e instituições fortes. “Os investidores apostam que é uma questão de tempo para que o Brasil volte aos

Foto: Divulgação



“POR MAIS TURBULENTO QUE SEJA O CONTEXTO ATUAL, O BRASIL AINDA É UM PAÍS CHEIO DE OPORTUNIDADES”

Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura

trilhos e quem acertar bem o alvo agora, e souber tirar vantagem, vai deitar e rolar”.

PROBLEMA PARA UNS, LUCRO PARA OUTROS

Se o cenário requer ajustes e controle dos gastos, também abre chances únicas para quem tem espírito empreendedor e olhar atento ao mercado. “Este é um ano de oportunidades para empresas que ofereçam soluções para problemas”, diz o professor de Empreendedorismo na Business School SP (BSP) e idealizador da Empreendedores Compulsivos, Alessandro Saade.

Quem tem solução para obstáculos surgidos com as crises de energia e de água, por exemplo, será bem-sucedido. Para essas pessoas, é o momento ideal para obter sucesso. Outra área bastante promissora é a de mobilidade urbana. Algumas dessas atividades estão tradicionalmente entre as que mais criam pequenos negócios, em qualquer conjuntura econômica.

Nas crises, sempre existem oportunidades, porém, elas não estão disponíveis para todos, quase por definição. Um erro também é achar que nada muda e que a crise não tem impacto sobre o seu negócio. Provavelmente tem, e é importante entender quais são. Para “surfear” na onda da crise, é preciso atenção, capacidade analítica e certa habilidade de se manter imune ao mau humor que toma conta do ambiente.

Por isso, a capacidade de planejar é essencial e, ao começar algo novo com segurança, é necessário desenvolver um protótipo e testá-lo. Se precisar, busque parceiros para complementar uma competência para ajudar a criar melhor um produto ou serviço.

Quanto mais detalhes o plano tiver, melhores as chances de obter crédito para tirá-lo do papel.

As metas provavelmente terão de ser renegociadas ao longo do caminho. Mas é possível fazer, basta possuir método.

MOMENTO DE AJUSTE

Não se pode dizer que a retração da atividade econômica pegou as pessoas de surpresa. Desde o ano passado, as previsões indicavam tempos difíceis em 2015. O quadro não mudou. As expectativas dos analistas de mercado continuam a apontar para desempenho fraco,

com retração de 1,2% do Produto Interno Bruto (PIB) sobre 2014, segundo o Boletim Focus do Banco Central. As medidas de ajuste do governo, como aumento de juros e contenção de gastos, têm impacto direto nas micro e pequenas empresas, que tendem a acompanhar a estagnação, segundo o coordenador de pesquisas do Sebrae-SP, Marcelo Moreira.

O baixo desempenho está refletido no faturamento dos empreendimentos, que caiu 13% em abril

na comparação com o mesmo mês do ano anterior, pelo quarto mês consecutivo, como mostra o último acompanhamento de conjuntura do Sebrae-SP (pesquisa “Indicadores Sebrae-SP”). Em abril, a receita total das MPes paulistas foi de R\$ 45,2 bilhões, o que significa R\$ 7,1 bilhões a menos do que em abril de 2014 e R\$ 2 bilhões abaixo de março de 2015.

No quadrimestre, as MPes amargaram queda de 13% na receita real diante do mesmo período de 2014. Por setores, no acumulado do ano, o comércio viu seu resultado encolher 15% e os serviços registraram faturamento 12,6% menor. A indústria recuou 7,7%, mas vale destacar que, nesse caso, o “pé no freio” vem desde 2012.

PLANEJAMENTO

A piora na confiança dos consumidores e nas condições do mercado de trabalho, com aumento do desemprego e menor crescimento da renda, pedem análise e cautela por parte dos empreendedores. O ideal é evitar desperdícios e racionalizar produção e vendas, sugerem consultores. Planejar e otimizar recursos serão importantes ferramentas para lidar com a economia mais fraca e a demanda desaquecida.

Os prognósticos preveem que os desafios são imensos até que a atividade volte ao terreno positivo em meados de 2016, mas essa conjuntura desfavorável não pode (nem deve) desanimar quem tem um negócio próprio ou pretende abri-lo. Embora o ambiente econômico influencie no desempenho das empresas, ele não é o único determinante para o sucesso ou fracasso de um negócio.

A ausência de planejamento prévio, as deficiências na gestão e a falta de comportamento empreendedor são as principais causas de fechamento de empresas, segundo o Sebrae-SP, que mantém cursos

NEGÓCIOS PROMISSORES EM 2015

- Preparo de alimentos para consumo familiar
- Confeção
- Construção (pequenas empresas de edificações e obras de reparação)
- Instalações (elétrica, sanitária, hidráulica e gás)
- Cabelos
- Atividades de estética/beleza
- Comércio de cosméticos
- Cuidados com a saúde
- Comércio de alimentos e vestuário
- Bijuterias e artefatos semelhantes
- Reparação de veículos automotores e motocicletas
- Reparação de computadores e equipamentos de informática
- Reparação e recarga de cartuchos para equipamento de informática
- Reciclagem
- Tecnologia da informação e comunicação
- Ensino a distância
- Economia de recursos naturais e reciclagem
- Terceira idade (produtos e serviços especializados)
- Produtos e serviços especializados para mulheres
- Produtos e serviços de maior valor agregado, associados à novas tecnologias
- Agronegócio

Fonte: SEBRAE



“ESTE É UM ANO DE OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS QUE OFEREÇAM SOLUÇÕES PARA PROBLEMAS”

Alessandro Saade, da Business School SP (BSP)

e consultoria para ajudar a sanar justamente tais dificuldades.

Pode ser uma boa opção buscar ajuda quando para o negócio nem todo investimento é sinal de aumento de capacidade de produção. Para as MPes, investir pode incluir benfeitorias e gastos com manutenção, por exemplo, algo extremamente necessário.

INVESTIMENTO EM BAIXA

Entretanto, em um cenário de aperto, nem sempre isso fica claro e muitas vezes o empreendedor se mostra reticente em investir. É o que revela o indicador do SPC Brasil. Em uma escala de zero a 100 – sendo que quanto mais próximo de

100, maior é a propensão ao investimento – o indicador chegou a 32,06 pontos na última pesquisa.

Entre o universo de empresários que pretendem investir, os recursos financeiros pessoais aparecem com força. Seis em cada dez entrevistados (63,3%) citam os recursos poupados por eles mesmos como fonte de financiamento, ao passo que 24,9% mencionam empréstimos em bancos e financeiras como o recurso a ser utilizado para a ocasião. Mesmo em tempos de escassez de crédito, é importante lembrar que há dinheiro disponível [como mostra reportagem na página 24]. Basta entender qual é a melhor opção. E vale a pena pesquisar,

porque é em tempos de crise que o empreendedorismo mais se fortalece. Afinal de contas, empreender também é criar oportunidades com menos recursos.

MENOS CONFIANTES

A percepção sobre os negócios no setor de micro e pequenas oscilou relativamente pouco de um ano para outro, mas a confiança na melhora da economia caiu consideravelmente. É o que mostra o último acompanhamento mensal de conjuntura do Sebrae-SP (pesquisa “Indicadores Sebrae-SP”) divulgado em abril de 2015 na comparação com igual mês de 2014. [colaborou André Zara]



MATERNIDADE da inovação

PARA AUXILIAR AS EMPRESAS NASCENTES, PARCEIROS COMO INCUBADORAS E ACELERADORAS DÃO SUPORTES TECNOLÓGICO E DIDÁTICO, ALÉM DE ABRIREM PORTAS PARA INVESTIDORES TIRAREM OS PROJETOS DO PAPEL

Por Filipe Lopes

Assim como um bebê requer cuidados e acompanhamento durante a gestação, uma empresa ou projeto de empreendimento deve ter atenção e apoio necessários para que se fortaleça e se lance ao mercado. Nem sempre possuir uma grande ideia inovadora garante que a empresa tenha o sucesso esperado. Muitos projetos, principalmente os de base tecnológica, nascem no ambiente acadêmico, em que alunos dominam a teoria e a técnica, mas não têm noções de administração, empreendedorismo e mercado, fundamentais para o desenvolvimento de uma companhia.

Para auxiliar nesse processo de concepção de empresa, existem parceiros que investem recursos financeiros, passam suas experiências profissionais ou oferecem estrutura física para o negócio crescer e triunfar. Um desses parceiros são as incubadoras, que exercem o papel de verdadeiras “mães” e dão o suporte necessário, que vai desde estrutura tecnológica e ensino de gestão até aproximação com investidores, que buscam acelerar projetos inovadores.

O conceito de incubadora surgiu nos Estados Unidos em 1959 e se expandiu por Europa, Ásia e América Latina na década de 1980. Segundo a National Business Incubation Association (NBIA), existem atualmente em torno de 7 mil incubadoras em todo o mundo. A incubadora é uma instituição, geralmente sem fins lucrativos, que recebe e abriga empresas nascentes ou projetos com potencial para se tornarem empreendimentos no futuro, dando suportes técnico e prático nas primeiras etapas de suas vidas. Após passar por um processo seletivo, em que são avaliados plano de negócios da empresa, grau de inovação e outros critérios que dependem de cada instituição, as empresas contam com assessorias empresarial, jurídica, contábil, financeira e de gestão, além de ter a oportunidade de trocar experiências com outros empresários instalados no mesmo local. As incubadoras universitárias contam com o apoio de laboratórios e outras ferramentas acadêmicas, que auxiliam os empresários no desenvolvimento de tecnologias e ali podem testar seus produtos antes de inseri-los no mercado.

De maneira diferente do que muitas pessoas pensam, nem todas as incubadoras aceitam apenas empresas ou projetos com base tecnológica. Existem diversas instituições que têm como vocação outros setores empresariais como: cultural, social, serviços, agroindustrial, mista (aceita todos os segmentos) e tradicional (relacionados ao comércio), além de tecnologia.

De acordo com estudo realizado pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), em parceria com o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), o Brasil possui 384 incubadoras em operação, que somam 6.255 empresas incubadas e graduadas, gerando 45.605 postos de trabalho. Em média, as empresas incubadas e associadas faturam juntas R\$ 533 milhões por ano e as companhias graduadas (que já passaram por processo de incubação e caminham com as próprias pernas), aproximadamente R\$ 4,1 bilhões anuais.

INCUBADORAS E ACELERADORAS

Apesar do conceito de incubadoras estar presente no Brasil há mais ou menos 35 anos, ainda existe muita confusão para distinguir esse tipo de instituição com as aceleradoras de empresas. O que difere as duas, basicamente, é a presença do agente investidor do projeto, que futuramente se torna sócio da companhia. Enquanto a maioria das incubadoras não aplica recursos diretos na empresa, fornecendo apenas instalações físicas e serviços básicos compartilhados, mas que tornam os custos para manter o negócio bem mais viáveis, as aceleradoras investem dinheiro, traçam metas rígidas para as empresas alcançarem os objetivos de mercado e se tornam sócias das companhias. “A

aceleradora é um empreendimento que aporta recursos em outras empresas para obter lucro em forma de sociedade. Se a empresa for vendida no futuro, a aceleradora receberá uma parte disso”, afirma o consultor da Unidade Desenvolvimento e Inovação do Sebrae-SP, Renato Fonseca. Mesmo com a diferença entre si, ambas instituições visam o desenvolvimento de projetos inovadores.

Segundo Fonseca, ser acelerado ou incubado proporciona experiências ricas em conhecimento empreendedor para os aspirantes a empresários, que, sozinhos, não teriam essas possibilidades. “As duas opções fornecem infraestrutura para que os projetos ganhem musculatura e se tornem empresas. Além disso, proporcionam troca de experiências e informações com outros empresários, para que

aprendam com erros e acertos, ampliem a rede de contatos, formem parcerias e testem seus produtos antes de colocá-los no mercado”, aponta.

Ainda segundo o consultor do Sebrae-SP, é difícil dizer qual modelo é melhor para uma startup (empresa nascente), pois a escolha depende dos objetivos de cada projeto. “Na incubadora, o empreendedor tem mais tempo para desenvolver seu projeto, sem pressão. Já na aceleradora, ele terá de cumprir metas para mostrar resultados rápidos e justificar o aporte financeiro”, diz. “A incubadora pode ser um estágio anterior à aceleradora, sendo o momento de gestação do projeto, que futuramente estará estruturado e definido, seguindo para ser acelerado e lançado ao mercado. Esse planejamento deve fazer parte da estratégia de uma

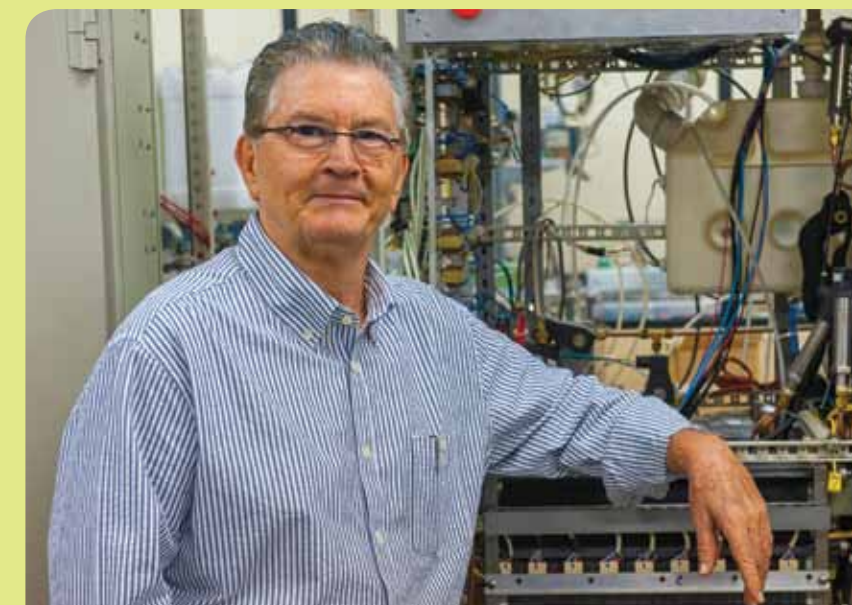


Foto: Oltico Pelosi

“APESAR DO MOMENTO DE INCERTEZAS QUE O BRASIL VIVE, O EMPREENDEDORISMO SEGUE FORTE”

Sérgio Risola, diretor do Cietec

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE PROJETOS NA INCUBADORA DO SEBRAE-SP:

- Produtos com aplicações que se diferenciam dos já existentes e que tenham relevância no setor produtivo;
- Novas metodologias de produção ou melhoria tecnológica que ofereçam impactos na qualidade e/ou redução de custo de produção, assim como eficiência produtiva, de distribuição e de organização interna;
- Serviços que contribuam significativamente para organizações e/ou sociedade;
- Novas tecnologias sociais que ofereçam respostas e soluções aos problemas enfrentados e promovam cidadania;
- Novas tecnologias e inovações que ofereçam melhoria na eficiência das empresas;
- Produtos e metodologias educacionais destinados a melhorar processos na área da educação.

Fonte: Sebrae-SP



startup desde a concepção do plano de negócios”, afirma Fonseca.

CELEIRO DE IDEIAS

Inaugurada em 2014, a Escola de Negócios Sebrae-SP é a primeira do País voltada ao empreendedorismo, com ensino gratuito nos níveis médio e tecnológico por meio da Etec e a Fatic, ligados ao Centro Paula Souza, uma autarquia do Governo do Estado de São Paulo. Além de oferecer cursos para formação empreendedora, a escola também conta com uma incubadora de projetos, que dá suporte para aspirantes a empresários desenvolverem suas ideias.

“A incubadora de projetos tem como missão o apoio aos empreendedores que possuem ideias para negócios, preferencialmente de cunho inovador. A Escola de Negócios Sebrae disponibiliza um espaço principalmente concebido para acolher equipes na fase de formatação de projetos e oferece também suporte técnico para o seu desenvolvi-

mento. A incubadora aceita projetos de qualquer setor e não apenas projetos com base tecnológica”, afirma a gerente da Unidade Cultura Empreendedora do Sebrae-SP, Juliana Gazzotti Schneider. A instituição mantém edital para incubar oito projetos até o fim do ano e seis deles já realizaram o seu “pitch” (apresentação de cinco minutos) e iniciaram as atividades em novembro do ano passado. O ciclo de incubação do projeto dura seis meses.

Os alunos da Escola de Negócios Sebrae-SP, Luís Edgard Aires e Woody Allan Geraldi, ambos do terceiro semestre do curso de Gestão de Negócios e Inovação (GNI), tiveram a ideia de reinventar as máquinas de sorvetes que foram sucesso nos anos 1960, unindo o charme vintage com a qualidade tecnológica, que torna o produto mais saudável, com matéria-prima 100% natural e sem lactose.

O projeto da Soul Cream, como foi batizado, surgiu dentro da sala

de aula e os dois resolveram formatar um plano de negócios para apresentá-lo à nova incubadora de projetos do Sebrae-SP. Eles foram um dos cinco projetos escolhidos e fazem parte da primeira turma de incubados. “Entrei na Escola de Negócios com diversos projetos em mente, mas nenhum conseguiria implementar naquele momento. Conversando com o Woody, surgiu a ideia de criar um produto intermediário entre sorvete tradicional e produto de bairro, que era comum antigamente”, afirma Aires.

A experiência na incubadora vem sendo importante para a concepção da Soul Cream, pois deu aos seus sócios as noções de mercado, gestão e finanças que não possuíam. “Somos formados em Design, então não tínhamos ideia da parte empreendedora de um negócio. Aqui, na incubadora, temos infraestrutura para desenvolver o projeto, além de mentorias com especialistas que nos trazem exemplos reais e conceitos inovadores, que podemos aplicar no dia a dia da empresa”, afirma Aires. Na incubadora, os empresários tiram dúvidas com especialistas e também aprendem com a experiência vivida por outras empresas que ali estão.

Entre as vantagens de ser incubada na Escola de Negócios Sebrae-SP, Juliana ressalta que a instituição trabalha em uma fase anterior de uma incubadora de empresas ou de uma aceleradora, permitindo amadurecer a ideia do negócio. “Uma das vantagens é exatamente esta, a de estar mais bem preparado para essa nova fase, seja em uma incubadora de empresas, seja em uma aceleradora”, afirma. Outra vantagem da Escola de Negócios é que os donos dos projetos podem avaliar o mercado em que pretendem atuar, levantando hipóteses, testando e validando antes de criar a empre-

sa, sem nenhum custo ou investimento financeiro.

De um modo diferente do que acontece nas aceleradoras que têm metas rígidas para as empresas cumprirem a curto prazo, a incubação acaba quando os orientadores do Sebrae-SP avaliam que o projeto está pronto para ir ao mercado. Aires e Geraldi ainda não estão totalmente prontos para esta fase, mas estão fechando parcerias e o sorvete deve começar a ser produzido ainda neste ano, com dez pontos de vendas na capital paulista. “Nosso objetivo é alcançar 100 pontos de vendas no modelo de franquias nos próximos anos, avançando nas regiões da cida-

de de São Paulo e em outros municípios paulistas com clima mais quente”, afirma Aires.

TRADIÇÃO EM FORMAR TALENTOS

O Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia (Cietec) é uma das mais tradicionais incubadoras do País. Instalado no campus do Instituto de Pesquisas Energéticas Nucleares (Ipen), na Universidade de São Paulo (USP), em São Paulo, a instituição desenvolve, desde 1998, metodologias e expertise na seleção e acompanhamento de empresas nascentes de base tecnológica, na criação e gestão de ambientes de

inovação e na promoção das atividades e suporte à gestões administrativa, tecnológica, e de marketing, de startups. Para o diretor do Cietec, Sérgio Risola, apesar do momento de incertezas que o Brasil vive, o empreendedorismo segue forte. “O País ainda é visto como bom mercado pelos investidores. Aqui, ainda há muitas oportunidades a serem exploradas, e projetos inovadores são muito bem-vindos”, afirma. Os números do Cietec comprovam a afirmação de Risola. No início de suas operações, eram apenas sete empresas incubadas e no último levantamento da instituição, em 2013, o número chegava a 109 companhias, que somavam receitas de R\$ 53,4 milhões.

Apesar do otimismo, Risola pondera que o País ainda tem muito o que avançar para vencer os gargalos que atrapalham o desenvolvimento de novos negócios. Segundo ele, a complexidade de regulamentos e leis para abertura e fechamentos de empresas, bem como diversos tributos federais, estaduais e municipais, desestimulam o empreendedorismo. “Quanto negócios deixam de existir porque o empresário está com dívidas de antigos negócios que deram errado? Hoje, vivemos em busca de perdões financeiros. Se não estiver tudo certo, o empresário não consegue empréstimos”, afirma.

Ainda de acordo com o diretor do Cietec, atualmente esse cenário “joga contra o empreendedor” e torna o “contador o principal ativo de uma empresa, sendo que o empresário é quem deveria ocupar a posição de destaque”. Em razão desses obstáculos, ter uma incubadora para auxiliar o empreendedor no início de suas operações, com consultorias jurídica, contábil e de gestão, segundo Risola, pode ser um importante diferencial competitivo em relação aos projetos que se desenvolvem por conta própria.

Foto: Su Stathopoulos



“AQUI, NA INCUBADORA, TEMOS INFRAESTRUTURA PARA DESENVOLVER O PROJETO, ALÉM DE MENTORIAS COM ESPECIALISTAS”

Luís Edgard Aires, aluno da Escola de Negócios Sebrae-SP



Crédito para os PEQUENOS

CONHEÇA HISTÓRIAS DE SUCESSO DE QUEM TEVE UM EMPURRÃOZINHO FINANCEIRO DE INSTITUIÇÕES QUE ESTÃO À DISPOSIÇÃO DOS NEGÓCIOS DE MENOR PORTE

Por Rachel Cardoso

A trajetória de empresas como a Vivenda, especializada em reformas estruturais para a população de baixa renda, não seria a mesma sem o aporte de recursos de R\$ 48 mil de investidores captados pela Artemisia, aceleradora de projetos de impacto social. Mas a injeção inicial de capital não foi o único incentivo. Junto com o dinheiro, veio o conhecimento para a formatação e a gestão de um negócio, que, logo após sair do papel, já estava na mira de fundos de investimentos.

Para a maioria das iniciativas, porém, a história é outra. “Entre o estágio de maturação da empresa e a disponibilização de financiamento, há um vácuo na linha do tempo do empreendedorismo brasileiro”, avalia o sócio-fundador da Vivenda Fernando Assad. O empreendedor, que atua ao lado de outros três sócios – egressos da Companhia de Desenvolvimento Habitacional Urbano (CDHU) – com kits para reformas que

podem ser pagos em até 12 vezes, trilhou um caminho, muitas vezes, abandonado por outros justamente por falta de informação.

Com a ideia de oferecer qualidade de vida ao reduzir condições insalubres no interior das residências populares, a empresa, que fica no centro da comunidade do Jardim Ibirapuera – periferia da zona sul de São Paulo –, formatou quatro kits (banheiro, ventilação, antiumidade e revestimento). Em um ano, cerca de 100 casas foram reformadas com índice de inadimplência dos moradores de 1,7%, bem abaixo da média do mercado, de 5%, segundo o Banco Central.

É algo importante de se observar, levando em conta que, apesar da temática social, a Vivenda é uma empresa que depende dos lucros para sobreviver, como qualquer outra. “Acima de tudo, a Artemisia nos orientou que modelo de financiamento seria mais adequado à nossa ideia de negócio”, diz Assad, para quem

o foco é resolver integralmente a cadeia de processos em uma reforma, que vai de financiamento e mão de obra até compra de materiais e assistência técnica.

Se, de modo geral, o crédito para começar um negócio parece restrito, na verdade há várias opções. Replicar experiências bem-sucedidas como a Vivenda também é o papel da Desenvolve SP, agência de fomento do governo estadual com seis anos de atuação e mais de 3 mil operações de crédito no valor de R\$ 1,8 bilhão em desembolsos concedidos para expansão e modernização de pequenas e médias empresas e melhorias na infraestrutura de municípios. “Nosso papel é ir aonde as outras instituições financeiras não chegam”, diz o presidente da Desenvolve SP, Milton Luiz de Melo Santos.

Como alternativa ao sistema privado, a Desenvolve SP funciona com taxa de juros bem abaixo do mercado, de 1% a 5% ao ano, mais correção pelo IPC, além de dez anos para pagamento. Mas, ainda assim, independentemente da instituição eleita para se tomar crédito, é preciso escolher corretamente a linha mais adequada às necessidades, alerta Santos. “Não adianta usar crédito de investimento ou cheque especial para capital de giro e vice-versa.”

Nem sempre os projetos apresentados chegam com concepção e proposta de controle financeiro. Aumento da rentabilidade, geração de caixa e garantia da continuidade para os próximos três anos são a base para todas as decisões, venha de onde vier o dinheiro. O consenso é que o investimento precisa ser tratado como insumo.

INOVAÇÃO

Para o empresário Fabiano Vieira Vilhena, da fabricante de kits infantis para saúde bucal Oralls – que obteve financiamento de

R\$ 500 mil de subvenção (recursos não reembolsáveis) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e, de quebra, levou o prêmio regional Finep de Inovação –, a concessão ainda esbarra numa mesma questão, que não evolui. “O parecer é demasiadamente crítico. Falta flexibilidade na análise”, diz.

Isso porque, avalia, a falta de informação leva muitos bons negócios a serem descartados por falta de didática na apresentação. “Por isso, a troca de experiências

e a inspiração valem muito mais nesse processo do que o capital puro e simples.”

A Oralls, que nasceu na incubadora do Parque Tecnológico de São José dos Campos, hoje atende 1,5 milhão de crianças em 400 municípios brasileiros e, agora, está em negociação com países como Austrália, Portugal e Moçambique. O facilitador, nesse caso, veio da experiência de Vilhena como pesquisador, alinhado às demandas de mercado que precisam caminhar junto com as ideias.



Arquivo/Rubens Chiri

“A ARTEMISIA NOS ORIENTOU QUAL MODELO DE FINANCIAMENTO SERIA MAIS ADEQUADO À NOSSA IDEIA DE NEGÓCIO”

Fernando Assad, sócio da Vivenda

SAIBA COMO ACESSAR O FAMPE

O Fampe pode garantir de forma complementar até 80% de um financiamento com uma instituição financeira conveniada, dependendo do porte empresarial e da modalidade de financiamento, cujas faixas de garantia (aval) variam de R\$ 5 mil a R\$ 600 mil, sendo:

1. O primeiro passo é realizar um planejamento financeiro detalhado e verificar a real necessidade do financiamento. Talvez o negócio precise primeiro de uma gestão financeira saudável, em vez de recursos emprestados.
2. Com a certeza de que seu negócio está com boa saúde financeira, o segundo passo é elaborar o projeto de investimento/plano de negócios/proposta de crédito e identificar a necessidade do financiamento: capital de giro puro? Investimento fixo com capital de giro associado? Desenvolvimento tecnológico e inovação?
3. O terceiro passo é identificar uma instituição financeira conveniada ao SEBRAE e conversar com seu gerente de relacionamento empresarial ou consultor financeiro do banco sobre a linha de financiamento que atende às suas demandas.
4. Negociar com a instituição financeira conveniada ao SEBRAE / Fampe é o quarto estágio desse processo. Não esqueça de demonstrar que seu projeto de investimento/plano de negócio / proposta de crédito é viável, sendo condição básica para o acesso ao financiamento.
5. A contratação do Fampe é o próximo passo, caso as garantias oferecidas pelo seu negócio não sejam suficientes para a contratação do financiamento. Você deve solicitar diretamente à instituição financeira conveniada a contratação do aval complementar do SEBRAE. Não há a necessidade de ir ao SEBRAE mais próximo.
6. Tão logo os recursos sejam liberados pela instituição financeira, e estando a pequena empresa de posse do capital necessário para o investimento, não se esqueça do sexto e último passo, tão importante quanto o primeiro: utilize os recursos financiados conforme o plano realizado, mantendo sempre em dia o pagamento da dívida com a instituição financeira.

Fonte: SEBRAE

Outro obstáculo na busca pelo dinheiro está na falta de oferta de garantias, segundo o gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros do Sebrae-SP, Gustavo Marques. Para amenizar esse quadro, o SEBRAE mantém o Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), um instrumento complementar que tem o intuito sinalizar para financiamentos de pequenos negócios. “Em tempos de crise, a régua dos bancos sobe e a oferta de crédito é tal qual a capacidade do empreendedor em botar no papel tudo que ele tem na cabeça”.

Marques recomenda precisão aos detalhes. “Não se pode chegar e dizer que é preciso mais ou menos isso ou aquilo. É preciso dizer a que veio, a quantia calculada para se realizar tal procedimento e o retorno esperado”, descreve. Manter o nome limpo e um bom relacionamento com o gerente também faz parte das dicas dadas pelo especialista. “Adquirir crédito ainda é uma questão delicada para o pequeno negócio brasileiro e um dos principais entraves para o seu crescimento, pois ele precisa de capital de giro para compra de equipamentos, reformas, entre outros investimentos.”

Ciente desse entrave, a Finep lançou o Inovacred, cujo objetivo é oferecer financiamento a empresas de receita operacional bruta anual ou anualizada de até R\$ 90 milhões, para aplicação no desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços, ou no aprimoramento dos já existentes, ou ainda em inovação em marketing ou inovação organizacional visando ampliar a competitividade das empresas nos âmbitos regional ou nacional.

Esse apoio é concedido de forma descentralizada por meio de agentes financeiros, que atuarão em seus respectivos Estados ou re-

giões, assumindo o risco das operações. Em cinco anos, o Inovacred espera financiar cerca de duas mil companhias. No total, aproximadamente R\$ 1,2 bilhão será disponibilizado às empresas. A rede de credenciados do Inovacred já conta com 16 agentes em todo o Brasil, entre eles a Desenvolve SP.

OUTRA OPÇÃO

No BNDES, a saída para driblar a falta de crédito aos pequenos negócios está no Cartão BNDES, que hoje responde por 80% do número de operações realizadas pelo banco. Ao todo, são 700 mil cartões emitidos por meio de instituições financeiras. Cabe a esses bancos parceiros a análise para liberação do produto, que nada mais é que uma linha rotativa e pré-aprovada para empresas com receita até R\$ 90 milhões. O limite é de até R\$ 1 milhão por agente emissor, com taxa de juros de 0,99% ao mês e financiamento em até 48 parcelas. “O tíquete médio hoje está em R\$ 15 mil”, diz o gerente do Cartão BNDES, Rodrigo Tomassini.

Ele explica que o uso destina-se exclusivamente à compra, pela internet, de itens necessários às atividades das MPEs. Os fornecedores são devidamente cadastrados e, hoje, oferecem cerca de 250 mil itens, que vão de máquinas e equipamentos a móveis e material de construção. No ano passado, os recursos utilizados somaram R\$ 12 bilhões e a expectativa inicial para este ano é de R\$ 13 bilhões. Já houve crescimento de 15% no bimestre em relação a igual período de 2013. “Como o crédito é aprovado, há uma demanda maior em tempos de restrições econômicas, porque é mais difícil obter recurso por meio de outras linhas”, conta Tomassini. Na crise de 2009, o volume emitido saltou de R\$ 800 milhões, um ano antes, para R\$ 2,4

bilhões. Movimentação parecida pode ocorrer agora.

SEBRAE FACILITA ACESSO A FINANCIAMENTOS

Desde 1995, o Fundo de Aval à Micro e Pequena Empresa (Fampe), do SEBRAE, contribui para que o segmento tenha acesso ao crédito produtivo e invista em sua expansão. O Fampe é o respaldo que micro e pequenas empresas têm para acesso ao crédito, principalmente capital de giro e investimento. Sem a dificuldade de precisar se submeter às exigências bancárias, em geral, incompatíveis com as peculiaridades de segmento, os pequenos negócios podem usar o crédito para se desenvolver.

Primeiro fundo de aval dedicado às micro e pequenas empresas (MPEs) no Brasil, o Fampe agora vai disponibilizar R\$ 25 milhões para o Bradesco utilizar como garantias complementares a financiamentos para pequenos franqueados. O acordo entre as instituições foi assinado em maio em São Paulo.

O SEBRAE vai atuar como avalista dos financiamentos para os pequenos negócios, caso o empreendedor não tenha garantias suficientes para oferecer ao banco. Com o montante a ser aportado, o Bradesco pode garantir até R\$ 300 milhões em empréstimos para

franquias. O convênio terá duração de cinco anos e vai atender exclusivamente a negócios com faturamento anual de até R\$ 3,6 milhões que atuam sob a modalidade de franquias. A parceria prevê pelo menos 6 mil contratos de financiamento para serem usados, principalmente, como capital de giro. Pelo Fampe, o empreendedor tem acesso a até 80% do valor do financiamento para capital de giro e investimento fixo. A função do fundo é complementar garantias exigidas por instituições financeiras conveniadas ao SEBRAE.

O Bradesco será o primeiro banco privado a aderir ao Fampe. Outras sete instituições financeiras operam o fundo: Banco do Brasil, Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), Banco de Brasília (BRB), Agência de Fomento do Mato Grosso (MT Fomento), Agência Estadual de Fomento do Rio de Janeiro (AgeRio) e Agência de Fomento de São Paulo (Desenvolve SP). Em 20 anos de existência, o Fampe auxiliou mais de 246 mil operações de crédito, o equivalente a R\$ 11 bilhões em financiamentos e R\$ 7,96 bilhões em avais do SEBRAE. Atualmente, são 110 mil contratos vigentes, correspondendo a R\$ 3,45 bilhões em financiamentos e R\$ 2,39 bilhões em avais vigentes, segundo a entidade.



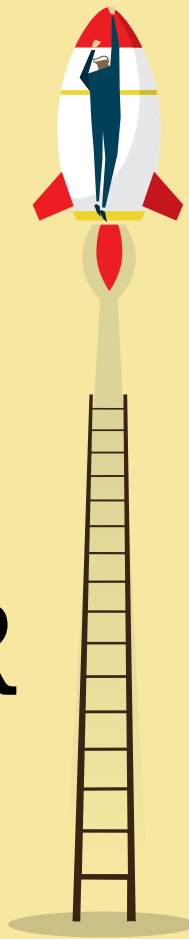
Garantia complementar de até 80% do financiamento				
Porte	Capital de giro	Investimento fixo e capital de giro	Exportação fase pré-embarque	Desenvolvimento tecnológico e inovação
MEI	Até R\$ 10 mil	Até R\$ 30 mil	Até R\$ 60 mil	Até R\$ 100 mil
ME	Até R\$ 60 mil	Até R\$ 200 mil	Até R\$ 300 mil	Até R\$ 400 mil
EPP	Até R\$ 100 mil	Até R\$ 300 mil	Até R\$ 500 mil	Até R\$ 700 mil

Fonte: Resolução CDN nº 249/2014 – Regulamento Operacional Fampe

De desempregado a EMPREENDEDOR

ABRIR O PRÓPRIO NEGÓCIO DEVE SER UMA DECISÃO PLANEJADA E CALCULADA, ORIENTAM ESPECIALISTAS

Por Raíza Dias



Agnes Machado perdeu o emprego em outubro do ano passado. Determinada a voltar ao mercado de trabalho, empenhou-se em enviar currículos em busca de oportunidades. Enquanto a proposta não vinha, decidiu não ficar parada. Apaixonada por gatos, administrava uma página no Instagram com fotos, conteúdo e produtos relacionados ao animal. Com tempo livre, dedicou mais horas para tocar esse projeto, a marca CatMyPet, que, até então, era um hobby para a publicitária.

Com dificuldade de encontrar um novo emprego, percebeu que a atividade, que servia para passar o tempo, começou a dar sinais de um potencial empreendimento. “Após dias de muita tristeza, resolvi tornar o passatempo a minha principal fonte de renda”, conta.

A guinada se deu, principalmente, com o lançamento de um produto criado por Agnes. Consumidora de artigos para gatos, percebeu que havia uma lacuna no mercado e desenvolveu, então, um bebedouro especial para o animal. Com os recursos da sua demissão, investiu na ideia e colocou a Torneira MagiCat à venda. A procura pelo produto surpreendeu a nova

empresária. “Era para ser um projeto até que eu conseguisse outro emprego, mas por causa do lançamento do produto (que fez muito sucesso), parei de procurar emprego. Em alguns meses, meu marido também precisou sair do emprego para me ajudar a dar conta dos pedidos”, comenta Agnes.

A decisão de Agnes faz parte de um cenário bem atual no País. A demissão como motor para investir em um negócio tem sido estratégia e opção de muitos brasileiros que encontram no empreendedorismo a saída para obter uma fonte de renda.

Em maio, de acordo com o IBGE, a taxa de desemprego nas seis principais regiões metropolitanas do País foi de 6,7%, o quinto aumento consecutivo e o maior dos últimos cinco anos para o mês de maio. O Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) registrou no período o fechamento de 115 mil vagas formais, pior resultado para o mês desde 1992.

MORTALIDADE PRECOCE

Dados da Pesquisa Causa Mortis de 2014, do Sebrae-SP, reforçam esse movimento do desemprego para o empreendedorismo. Isso porque 15% dos novos empresá-

rios estavam desempregados antes de investir em um negócio, ficando atrás apenas de ocupações relacionadas ao emprego em empresa privada e autônomos sem empresa constituída.

O empreendedorismo por necessidade foi maior entre os desempregados do que entre os que estavam trabalhando formalmente antes de investir em um negócio. Os números mostram que, no primeiro grupo, 47% dos casos foram motivados pela necessidade, superior aos 27,8% do segundo grupo. Ainda assim, vale ressaltar que, em ambos os casos, a oportunidade foi o principal motor do empreendedorismo.

Empreender por necessidade é um movimento que merece cautela, recomenda a professora da Uninove, Vânia Nassif. “Essa onda de demissões tem, de certa forma, empurrado pessoas para trabalhar por conta própria. No entanto, esse empreendedorismo nem sempre é feito da forma adequada, porque as pessoas não se preparam e, por vezes, acabam caindo na informalidade ou trabalhando de forma desajustada”, comenta.

A professora elaborou um estudo sobre o assunto em 2009, período de grave crise econômica internacional. Na época, Vânia notou que a marcha da desocupação para o empreendedorismo surtia efeitos negativos na atividade econômica do País. As constatações desse período se repetem na atualidade, indica Vânia Nassif. “A atividade empreendedora contribui fortemente para o crescimento econômico. Mas, se uma pessoa abre um negócio sem prever riscos e em um ambiente de incertezas, a empresa acaba morrendo”, assinala. Segundo ela, a falta de preparo desses novos negócios não contribui para o crescimento econômico do País de maneira expressiva, já que há



Foto: Oltcio Pelosi

“ESSA ONDA DE DEMISSÕES TEM EMPURRADO PESSOAS PARA TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA”

Vânia Nassif, professora da Uninove

ausências de inovação e de tecnologia no empreendimento, o que pode retardar o desenvolvimento e ampliar a informalidade.

Quanto à taxa de mortalidade das empresas, o Sebrae-SP aponta que, no Estado de São Paulo, duas em cada dez empresas formalizadas fecham antes de completar dois anos no mercado.

PREPARAÇÃO

Na avaliação do coordenador de pesquisas do Sebrae-SP, Marcelo Moreira, o preparo é essencial tanto para o empreendedorismo de necessidade quanto para o de oportunidade. “É preciso planejamento prévio, gestão empresarial e comportamento empreendedor. Os três, em conjunto, garantem o sucesso da empresa e diminuem as chances de morte precoce do negócio nos dois primeiros anos de vida”, avalia.

Na avaliação sobre as informações básicas necessárias para abrir

um negócio, os empreendedores por oportunidade se mostraram mais preparados. Moreira cita que 73% dos empreendedores por oportunidade conheciam o valor do investimento e custos envolvidos no negócio, enquanto apenas 60% dos empresários por necessidade tinham essa noção. O conhecimento sobre os potenciais clientes e seus hábitos de consumo também é maior entre os empreendedores do primeiro grupo (58%) ante os do segundo (45%).

“Não existe mágica para um negócio ter sucesso. É preciso planejar, entender o mercado, os concorrentes, o consumidor. Em seguida, ter gestão empresarial, que é quando coloca o negócio em pé, passado o planejamento”, orienta Moreira.

A recém-empresária Agnes Machado sentiu na pele as surpresas do empreendedorismo. Isso porque, com o processo de formalização do negócio, descobriu que a carga tributária tem

peso expressivo nas finanças da empresa. “Eu sempre tive curiosidade sobre empreendedorismo e, por isso, tinha feito algumas pesquisas informais sobre o assunto. Não fiz um curso específico nem desenhei um plano de negócio. Quando precisei emitir nota fiscal, fui ao Sebrae-SP e recebi a orientação necessária. Eu não tinha noção do valor de imposto que deveria pagar, nem quanto custaria abrir uma empresa. No começo eu achava que era mais fácil. Quando precisei correr atrás da burocracia foi que percebi o quanto é complicado regularizar uma empresa no Brasil

e que existe imposto para tudo. Com isso, comecei a ter uma visão sólida de negócio”, afirma.

Agnes indica mais uma dificuldade encontrada nesse caminho. “A insegurança, para mim, é o mais difícil. Empreender não tem nenhuma garantia. Estou aprendendo comigo e tentando a partir de testes que faço”, comenta. Um exemplo dessas tentativas de Agnes é o lançamento de novos produtos. A Torneira MagiCat, produto que impulsionou o negócio, só era comercializada na tensão 110v. A empreendedora decidiu, então, verificar se haveria demanda para um modelo 220v.

“EM ALGUNS MESES, MEU MARIDO TAMBÉM PRECISOU SAIR DO EMPREGO PARA ME AJUDAR A DAR CONTA DOS PEDIDOS”

Agnes Machado, proprietária da CatMyPet



Fez algumas unidades e, com a venda total dos itens, produziu em maior quantidade.

A necessidade de Agnes tem se transformado em oportunidade, movimento possível, segundo Marcelo Moreira. “É algo possível desde que o empreendedor entenda o que quer fazer e como é o mercado. Não é porque está empreendendo por necessidade que o empresário não terá sucesso”, assinala.

O retorno da CatMyPet tem empolgado a empreendedora. “O faturamento que meu marido e eu tínhamos em um ano, com carteira assinada, já está sendo alcançado em um mês com a empresa. A diferença é que temos muitos custos relacionados ao negócio”, indica. Ainda assim, a empreendedora consegue retirar capital suficiente para pagar as contas, manter o padrão de vida do casal e investir no desenvolvimento da empresa. “Prendemos lançar mais produtos até o fim do ano e contratar funcionários”, conta Agnes.

Não há um intervalo de tempo específico que o potencial empreendedor precisa considerar entre estudar as possibilidades e investir. No entanto, o coordenador de pesquisas do Sebrae-SP aconselha. “Não adianta sair correndo para fazer o que ainda não está maduro. É importante um tempo de maturação da ideia e concepção do plano de negócio para que a empresa nasça mais consistente e tenha mais chances de vingar. É preciso ter foco e saber distinguir o que está por vir do que está vivendo no momento. Sair correndo para abrir uma empresa não significa que o cliente entrará nela de imediato”, recomenda.

Para entender a viabilidade de um empreendimento, seja impulsionado pela necessidade ou por oportunidade, a recomendação é colocar no papel as ideias e traçar o caminho de construção do negócio.

PLANO DE NEGÓCIOS OU CANVAS?

Colocar no papel a ideia do negócio é o primeiro passo para desenhar o que pode vir a ser esse empreendimento. Existem dois caminhos que o potencial empreendedor pode seguir: o Plano de Negócio convencional e o modelo de negócios Canvas.

PLANO DE NEGÓCIO

É um mapa de percurso que orienta a atividade do empreendedor, oferecendo conclusões sobre a viabilidade do negócio proposto, com informações detalhadas sobre o mercado a ser explorado.

Entre as informações que montam o plano estão dados dos empreendedores, a missão da empresa, setores de atividades, enquadramento tributário, capital social e fonte de recursos. Nesse modelo, o empreendedor precisa elaborar estudos dos clientes, concorrentes e fornecedores, além de desenhar um plano de marketing que descreva produtos e serviços oferecidos, preços e estratégias de negócio. O plano operacional também faz parte da estrutura, com informações sobre processos e mão de obra. O planejamento financeiro aparece quase na reta final do modelo, em que o empresário descreve detalhadamente

informações sobre investimento, capital de giro, estimativa de faturamento, custos e indicadores de viabilidade.

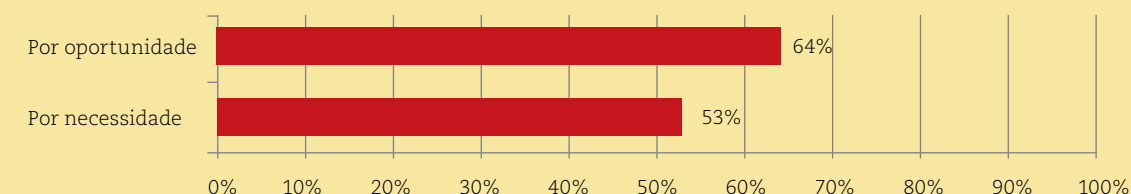
MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS

O Canvas é um modelo visual e flexível. A estrutura vale tanto para empresas que serão criadas quanto para aquelas que já existem e passarão por um processo de mudança, baseado na inovação.

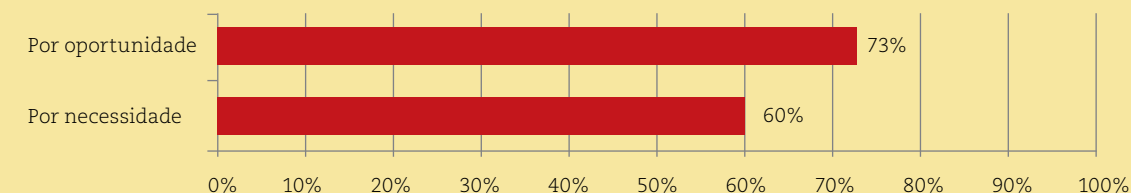
Para construir o Canvas, é preciso segmentar o cliente, seu comportamento e poder aquisitivo. O modelo possui espaço para que informações sobre proposta de valor do negócio, diferencial oferecido e canais de comunicação e comercialização sejam inseridas. O empreendedor deve citar, também, quais serão os meios de relacionamento com o cliente, a origem da receita da empresa e os recursos principais utilizados para o negócio existir, como plataforma de funcionamento, equipamentos e mão de obra. O Canvas ajuda, ainda, na definição do foco da atividade principal a ser executada, quais parcerias serão realizadas e a delimitação da estrutura de custos do empreendimento.

Informações levantadas pelos empreendedores por necessidade e por oportunidade para abrir um negócio (% dos que sabiam)

Qual seria o capital de giro necessário



Qual o valor do investimento e custos envolvidos



FOME DE EMPREENDER

ALESSANDRO SAADE, CONSULTOR, ESCRITOR, PALESTRANTE E PROFESSOR DA BUSINESS SCHOOL SÃO PAULO (BSP)

R

Recentemente, levei meus alunos do MBA em Empreendedorismo e Novos Negócios para uma aula prática. Fomos todos almoçar no Butantan Food Park, local com diversas opções gastronômicas, no bairro do Butantã, em São Paulo. Claro que não paguei.

A proposta era cada um almoçar em um food truck diferente, após viver a experiência como consumidor e entrevistar o chef empreendedor.

Devido ao fato de o objeto de análise fazer parte de um movimento gastronômico bem recente, os alunos poderiam obter dados fresquinhos de falhas entre planejamento e execução, erros de análise de cenário, melhores práticas e pontos de atenção. Depois, compartilharíamos tudo entre nós, para entender o padrão, as tendências, os erros comuns, as inovações etc.

Pedi que entendessem aquele ambiente como um laboratório de empreendedorismo. E o resultado foi delicioso de comer e de compartilhar.

Muitos dos empreendedores entrevistados cometeram um dos erros mais comuns a todos: falta ou falta no planejamento. A grande vontade de empreender cega-os. Mergulham na ideia e no sonho, sem fundamentação. Isso os faz perder tempo, dinheiro e clientes.

Outro ponto comum diz respeito à liderança e à capacitação da equipe. Ser muito bom na competência técnica, bem como ser um excelente cozinheiro, não o faz automaticamente um grande chef – nem mesmo um grande gestor ou líder. É necessário desenvolver outras competências, que identificamos ao longo de nossa conversa, afinal, é um negócio de organograma achatado: o time fala direto com o mais alto executivo do negócio (que também é dono) ou, no mínimo, com o seu braço direito (um subchefe ou gerente).

Diferentemente de um restaurante ou uma lanchonete, o truck é compacto, cabe pouco estoque e oferece pouco espaço para movimentação. Um bom layout até ajuda, mas bons processos são imprescindíveis. Outro ponto importante é a distribuição das funções. Muitos colaboradores são multitarefas, podendo ajudar uns aos outros, mas cada um deve saber a sua responsabilidade e a importância dela no resultado final.

Logo, o planejamento prévio do dia é superimportante. Por exemplo: as compras de legumes, frutas e carnes, que são perecíveis; ou pratos que precisem de um preparo prévio, como a massa de um waffle ou a costela que é feita na véspera para estar perfeita no dia seguinte. O ideal é que não sobre nem falte e que não se perca dinheiro com descarte de comida nem deixe de vender por falta de produto. Como é um negócio de ciclo curto, é fácil aprender com o erro e fazer os ajustes necessários, caminhando para uma melhoria contínua. Um novo dia, um novo aprendizado, uma nova chance de aprender e acertar.

Outro ponto de atenção é o processo como um todo. Sair do truck e olhar de fora ajuda, pois permite acompanhar cada etapa, da abordagem do prospect à satisfação do cliente pós-consumo.

Em outras palavras, em uma rápida e deliciosa tarde, pudemos ver todo o processo de criação de um negócio, da ideia à execução, bem como pudemos avaliar um ciclo completo desse negócio. Os questionários preenchidos foram convertidos em Canvas de projetos e pudemos ver de forma clara e precisa acertos e pontos de melhoria de cada truck entrevistado.

Já pensou em trazer amigos empreendedores do seu e de outros segmentos para um bate-papo? Com maturidade, esse diagnóstico pode ser feito em qualquer segmento.



Mais do que ideias, resultados para um mundo melhor.

Se você tem um trabalho sustentável e quer contribuir para um mundo melhor, faça a sua inscrição e participe do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**.

As categorias são:

- Empresa (Microempresa, Pequena/Média Empresa, Grande Empresa, Indústria e Entidade Empresarial);
- Órgão Público;
- Academia (Professor e Estudante);
- Reportagem Jornalística (Rádio/TV, Jornalismo Impresso e Jornalismo Online).

Fique ligado e participe.

{ Para conhecer outras edições e dar uma olhada no regulamento, acesse: www.fecomercio.com.br/sustentabilidade }



Na hora de inovar você não precisa se preocupar.



O programa **Sebrae Inova** tem soluções práticas e rápidas de inovação e tecnologia, a custos compatíveis, para você sair na frente! Não importa o ramo da sua empresa: comércio, indústria, serviços ou agronegócios.

Aumente suas vendas, atualize processos de trabalho, integre e lidere sua equipe e melhore a gestão da sua empresa, de maneira descomplicada, para torná-la mais competitiva.

Tudo com o apoio do Sebrae-SP parceiros especializados no assunto.

**Está esperando o quê?
Faça um upgrade no seu negócio!
Conheça já o programa Sebrae Inova.**

Procure um dos **locais de atendimento** do Sebrae-SP, ligue **0800 570 0800** ou acesse **<http://sebr.ae/sp/sebraeinova>**.

SEBRAE
SP