

PASSO A PASSO

[OUT | DEZ DE 2019 - ANO XXVII - N° 177]

NOVOS HORIZONTES

Sebrae estimula
desenvolvimento
de Capitólio

Energia solar
em alta

Minas Gerais
tem nova rota de
peregrinação

Capitólio

ISSN 2238-2178



9 772238 217000

SEBRAE

Brumadinho Força Empreendedora.

É o Sebrae apoiando
os pequenos negócios
de Brumadinho!

Integrando a **Aliança por Brumadinho**, o Sebrae está promovendo ações de fomento aos pequenos negócios e empreendedores. Isso porque acreditamos que o futuro de Brumadinho também se faz assim: **apoiando e fortalecendo o empreendedorismo local em 4 frentes - gestão empresarial, agricultura familiar, educação empreendedora e turismo.**

Acompanhe os nossos canais e saiba o que mais o Sebrae está fazendo por Brumadinho.

Saiba mais em:
brumadinho.sebraemg.com.br

0800 570 0800
sebrae.com.br/minasgerais

 [sebrae.minas](https://www.instagram.com/sebrae.minas)

 [sebraemg](https://www.facebook.com/sebraemg)

 [sebraeminas](https://twitter.com/sebraeminas)





MARIA TERESA LEAL

AS ENGRENAGENS DO DESENVOLVIMENTO

Empresas fortes geram trabalho, renda, receita e prosperidade para os municípios. Mas, para isso, elas precisam contar com dispositivos legais e um ambiente que estimulem a formalização, a inovação e a competitividade.

É nessa perspectiva que o Sebrae vem trabalhando para criar, nos territórios mineiros, condições favoráveis ao fortalecimento dos pequenos negócios e, também, da cultura empreendedora, que transforma realidades e amplia as perspectivas de desenvolvimento econômico e social.

É uma tarefa que demanda esforços múltiplos. Por isso, atuamos para criar conexões entre o poder público, o setor produtivo e a sociedade civil, estimulando o empreendedorismo e a geração de riquezas, renda e bem-estar social no nosso Estado.

A **Passo a Passo** traz uma reportagem exclusiva sobre os resultados da abordagem de Desenvolvimento Econômico Local (DEL), do Sebrae, em Capitólio, no Centro-Oeste mineiro. Esse trabalho sistêmico vem contribuindo para a criação de um ambiente favorável à iniciativa empreendedora e ao crescimento planejado e sustentável do município.

Boa leitura!

ROBERTO SIMÕES

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

PASSOAPASSO

Passo a Passo é uma publicação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais (Sebrae Minas). Registro no Cartório Jero Oliva nº 931.

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas:

Roberto Simões

Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

Banco do Brasil, BDMG, CDL-BH, Caixa, Ciemg, Faemg, Fapemig, Fecomércio, Federaminas, Fiemg, Indi, Ocemg, Sebrae NA, Seplag e Sedectes

Superintendente: Afonso Maria Rocha

Diretor Técnico: João Cruz Reis Filho

Diretor de Operações: Marden Magalhães

Conselho editorial:

Bárbara de Paula Sarto, Bruno Ventura, Catiuscia Souza, Danielle Fantini Lima Santos, Gustavo Moratori Nunes Coelho, Hebbe Carvalho, Jefferson Soares Ferreira, José Márcio Martins, Kamila Domingos, Karla Lamounier, Luciana Patrícia Rezende da Silva, Maria Teresa Bassi, Paulo César Barroso Veríssimo, Rafael Tunes Fonseca, Rosely Maria Soares Vaz, Vanessa Karla Silva

Gerente de Comunicação: Leonardo Iglesias

Jornalista responsável: Aline Freitas – MTb 09007/MG

Produção editorial: Prefácio Comunicação

Editoras: Ana Luiza Purri (MG05523 JP) e Cristina Mota (MG08071 JP)

Reportagem: Ana Paula de Oliveira, Bruno Assis, Fernanda Pereira, Cuilherme Barbosa, Marcela Káritas e Raphaela Canabrava

Revisão: Cibele Silva

Design e diagramação: Prefácio Comunicação

Fotos: Agência I7

Impressão: Rona Editora Ltda.

Periodicidade: Trimestral

Tiragem: 10 mil exemplares

Redação:

Av. Barão Homem de Melo, 329
Nova Granada - Belo Horizonte
Minas Gerais - CEP: 30.431-285 - 0800 570 0800
sebrae.com.br/minasgerais



SUMÁRIO

CAPA

Capitólio, no Sudoeste de Minas, é reconhecido como case de sucesso da aplicação da estratégia Desenvolvimento Econômico Local (DEL). Conheça essa história e inspire-se nas possibilidades de transformação e fortalecimento regional

[6] SUSTENTABILIDADE

Sebrae Minas promove iniciativa voltada para as integradoras, importante elo da cadeia de empresas de energia fotovoltaica

[12] AGRONEGÓCIO

Educampo inaugura nova fase: mais digital, ágil, acessível e conectado

[16] MERCADO

Atua com produtos tipicamente mineiros? O projeto Origem Minas pode ser uma boa oportunidade para você

[20] MERCADO

Produtos hortifrútiis da região de São Gotardo são valorizados com marca própria



[24] TURISMO

Rota Nhá Chica é a mais nova atração de Minas Gerais

[31] ARTESANATO

1ª edição da Feira Mãos do Vale foi sucesso de público e vendas



- [36] **MEI**
 Cenário de incertezas impulsiona jovens a buscar alternativas para geração de renda
- [46] **NEGÓCIOS**
 Concorrentes não, parceiros sim: panificadoras do Norte de Minas confirmam os benefícios da cooperação
- [50] **SEBRAETEC**
 Inovação tecnológica a preço acessível: o Sebrae Minas tem
- [54] **ENTREVISTA**
 Marcus Andrade, diretor da Quinto Andar, conta a história do negócio que está revolucionando o setor de aluguel de imóveis
- [58] **INOVAÇÃO**
 Startups devem buscar apoio de investidores para agregar, além de recursos financeiros, inteligência e conexões relevantes para escalar o negócio
- [62] **FRANQUIA**
 Se está pensando em empreender, fique de olho no setor de beleza e bem-estar
- [66] **EDUCAÇÃO**
 Ações de empreendedorismo em escolas rendem histórias inspiradoras
- [70] **ARTIGO**
 O Bootcamp Empreendedorismo em Ação é um caminho para quem busca inovar nos negócios
- [72] **É BOM SABER**
 Obter crédito está mais simples, mas avalie se é hora de investir
- [74] **É BOM SABER**
 Fique atento se está na hora de fazer o desenquadramento como MEI
- [76] **CONSULTORIA**
 É possível fazer um planejamento estratégico sem complicações
- [78] **CONSULTORIA**
 Mais do que atender, a ordem é se relacionar
- [79] **NOTAS**



AVANTE COM A ENERGIA SOLAR

Projeto do Sebrae Minas reúne integradores de usina para fortalecer a cadeia produtiva do setor

[ANA PAULA DE OLIVEIRA]

Em outubro deste ano, a Apae de São João del-Rei, no Campo das Vertentes, ganhou um importante aliado para a redução de custos: o sol. A instituição, que presta atendimento clínico, educacional e social a cerca de 600 pessoas por mês, inaugurou seu sistema solar fotovoltaico, passando a gerar 100% de energia própria. Instalados no local, 57 painéis vão converter a luz do sol em aproximadamente 2,2 mil kWh/mês, levando a uma economia cerca de R\$ 2 mil mensais.

A conquista é fruto da parceria com o Grupo Ascenário, uma das 11 pequenas empresas que participam do projeto Energia Fotovoltaica, do Sebrae Minas. Em curso desde junho de 2018, a iniciativa tem como público-alvo as integradoras de usina, como são chamadas as empresas que prestam serviço no setor de energia (saiba mais na página 8), com atuação em Belo Horizonte e Região Metropolitana.

“Essa é a primeira ação do Sebrae Minas voltada, exclusivamente, às integradoras, que representam o elo mais importante dessa cadeia pelo fato de se relacionarem diretamente com o nosso público-alvo”, explica o analista do Sebrae Minas Anderson Freitas. Ele ressalta que fortalecer essa ligação é uma forma de beneficiar também os pequenos negócios, como padarias, academias e lavanderias, que têm a energia elétrica como um dos itens mais sensíveis na composição das despesas. “Eles poderão encontrar no mercado integradoras mais qualificadas para auxiliá-los”, afirma.

PRIMEIROS PASSOS

Consultorias de estratégia empresarial, gestão financeira e marketing digital, cultura da cooperação, missão técnica à Intersolar – maior evento do segmento no Brasil, que permitiu diversas capacitações técnicas, *networking* e parcerias –,



um amplo programa de Eficiência Energética, conexões com o sistema creditício, articulações de governança/políticas públicas e processo criativo são algumas das ações já promovidas com o grupo. Um dos resultados mais recentes é a realização, em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), do seminário Minas Solar, em setembro passado. Reunindo cerca de 300 pessoas, entre empresários interessados na tecnologia, integradores em busca de qualificação técnica e investidores atentos às oportunidades do ramo, o evento teve a participação da Rede Imersol, embrião de uma Central de Negócios prevista para ser lançada em 2020, bem como permitiu a ampla integração de toda a cadeia produtiva solar fotovoltaica, com a realização de uma Rodada de Negócios entre os integradores de usinas, consumidores de empresariais de energia elétrica e instituições de crédito que fomentam o setor de energias renováveis.

“Começamos a prepará-los para uma possível ação coletiva, partindo de uma nova agenda de trabalho programada para os próximos dois anos. O grupo já avançou muito nesse quesito. Muito provavelmente a jornada culminará na Central de Negócios, estratégia importante para que eles possam buscar alternativas no mercado e fazer frente aos grandes concorrentes”, comenta Anderson.

O analista observa que o seminário cumpriu outro objetivo do Sebrae: disseminar informações relevantes. “É preciso que cada vez mais pessoas conheçam essa possibilidade de energia limpa e renovável, que tem deixado de ser algo distante e inacessível.”

“É preciso que cada vez mais pessoas conheçam essa possibilidade de energia limpa e renovável, que tem deixado de ser algo distante e inacessível”

ANDERSON FREITAS
ANALISTA DO SEBRAE MINAS

ATENÇÃO ÀS OPORTUNIDADES

Curiosamente, não foram os painéis fotovoltaicos que conduziram Diego Otávio Barbosa ao ramo de energia solar. Foi durante uma temporada vivendo em uma casa popular, enquanto aguardava a liberação do imóvel próprio, que ele teve o primeiro contato com uma das tecnologias, no caso, o sistema térmico, conhecido como aquecedor solar. “Via as vantagens todos os meses na conta, sempre muito baixa. Não tive dúvidas de que precisava instalar algo similar no meu apartamento. Partindo dessa demanda pessoal, comecei a pesquisar o mercado e acabei descobrindo uma oportunidade”, conta.

Já na casa nova, limitações impostas pelo condomínio impediram a instalação do sistema térmico. Mas o projeto seguiu, e a sala do apartamento tornou-se a “primeira sede” do que viria a se tornar o Grupo Ascenário Energia. Com duas unidades em São João del-Rei e futuros franqueados em Caxambu e Pedro Afonso (TO) – o processo de franqueamento já está em curso –, a empresa é especializa-

da em serviços de aquecimento solar, *showroom* e eficiência energética. São mais de 600 clientes na carteira e 600 mil painéis fotovoltaicos instalados em estruturas comerciais e residências, além de organizações como a Apae, contemplada por uma das iniciativas de responsabilidade social da empresa.

“O Sebrae é meu parceiro desde o início e, quando soube da possibilidade de trabalhar com outros integradores, não hesitei em demonstrar interesse. Esse programa tem me proporcionado um aprendizado valioso”, afirma. Para ele, a troca de experiências é o grande diferencial. “Tenho conseguido reduzir custos de processo, acessar metodologias mais enxutas e ampliar a minha visão sobre eficiência energética, além de perceber novas possibilidades de ramificar a atuação por meio de licitações, por exemplo. Sem contar as portas que o respaldo do Sebrae e da rede Imersol abre.”

PARA IR ALÉM

Utilizar os métodos menos danosos ao meio ambiente para a transformação das riquezas naturais, como plantas, frutos e fármacos. Basta observar a proposta da Probiomas – Produtos e Serviços



Diego Barbosa está em processo de franqueamento do seu negócio

Ambientais para entender que as energias renováveis têm tudo a ver com o negócio. Localizada em Belo Horizonte, a empresa dedica-se à valorização dos ativos naturais e mantém projetos de plantio de mudas, principalmente nativas, de implantação de agroindústrias para o beneficiamento de frutos e de energias renováveis voltadas a dois principais nichos: agroindústria e empresas de pesquisa e base tecnológica, via licitações públicas.

“Energia renovável é uma questão que me persegue há mais de 30 anos. Comecei minha

QUEM SÃO AS INTEGRADORAS?

Do inglês Energy Service Companys (Escos), as empresas de integração de usina têm amplo papel dentro da cadeia de energia solar fotovoltaica. Com equipes multiprofissionais, elas oferecem consultoria técnica para atestar a viabilidade do empreendimento, negociam com os melhores fabricantes, instalam os equipamentos e fazem a conexão com as concessionárias. “São intermediários que realizam o processo de A a Z. Por isso, não tenho dúvida de que são um nicho extremamente estratégico na cadeia produtiva, já que se responsabilizam pela articulação com os grandes players de um setor monopolizado e complexo. Muitas integradoras têm relacionamento com várias concessionárias, e algumas se empenham para superar as limitações de acesso a crédito”, explica o analista do Sebrae Minas João Paulo Palmieri.

carreira com isso e nunca ‘arredei o pé’ deste propósito”, brinca Fernando Antônio Madeira, consultor da empresa. Formado em Química e com pós-doutorado em Desenvolvimento Sustentável, ele soma vasta experiência como pesquisador e professor universitário – na Probiomas, participa do desenvolvimento de soluções sociais, ambientais e ecológicas. Atento às movimentações do mercado, Fernando viu no projeto Energia Fotovoltaica a possibilidade de atender a uma necessidade antiga. “Precisávamos de uma plataforma que agregasse diferentes especialidades em uma única rede para potencializar outras etapas do processo, como certificação e importação conjunta para reduzir custos. Quando vi a proposta do Sebrae, pensei: estamos no lugar certo para trabalhar em conjunto, pois temos ao nosso lado uma instituição que apoia os pequenos negócios. Sem organização e o apoio do Sebrae, seria muito difícil alcançar algum diferencial competitivo nesse mercado, que é gigantesco e mundial”, destaca.

Ele diz que os ganhos são percebidos desde a etapa inicial do projeto, das primeiras demandas

de organização da empresa às ações de marketing digital e consultorias personalizadas. “O Sebrae trouxe várias ferramentas que estão ajudando a ver o negócio de forma mais estratégica.” Para ele, a troca de experiências entre o grupo também faz a diferença. “Poderíamos andar muito rápido sozinhos, mas fatalmente não iríamos muito longe. São muitas as demandas, não só de capacitação, mas de desenvolvimento de novos produtos e assimilação de novas tecnologias.”

┌ CRIAÇÃO COLETIVA

Fernando fala com entusiasmo de uma das primeiras ações da Rede Imersol: a concepção coletiva de um pequeno sistema de irrigação com bombeamento fotovoltaico, apresentada durante o seminário Minas Solar. O objetivo da novidade é assistir o pequeno produtor rural. Os testes foram feitos na fazenda experimental da Probiomas, em Santa Luiza. “É um público que enfrenta uma série de dificuldades, entre as quais o alto custo com energia elétrica. Conseguimos demonstrar que a energia solar fotovoltaica não é só para os grandes”, comemora.



Fernando e Edna, da Probiomas: trabalho conjunto com a rede já mostra resultados

AÇÕES DE INCENTIVO

Focado em promover a eficiência energética de micro e pequenas empresas do Estado, em 2018 o Sebrae Minas intensificou as ações para incentivar a geração de energia solar fotovoltaica. Um exemplo é o projeto de consultoria técnica oferecido às interessadas na geração para consumo próprio. A iniciativa alcançou 45 empresas em Pirapora e microrregião (Ibiá, Lassance e Várzea da Palma), Belo Horizonte e Região Metropolitana, microrregião de Divinópolis e ações de estímulo em todo o estado de Minas Gerais, que incluiu estudos de viabilidade econômica e técnica, ações de gestão empresarial e de políticas públicas, qualificação de pessoal, capacitações técnicas, eventos empresariais com as tendências e oportunidades do segmento, elaboração de guias municipais de fomento à utilização de energias renováveis, um amplo estudo da cadeia produtiva de energia solar fotovoltaica no estado de Minas Gerais e acesso ao crédito.

Entre os temas abordados, destacam-se a adaptação de infraestrutura para geração de energia solar, manutenção dos espaços e infraestrutura adequada, eficiência energética, potencial para solar térmico, e avaliação do potencial das usinas fotovoltaicas individuais e coletivas. Uma pesquisa realizada junto às participantes indicou importantes resultados: 74% de redução no consumo de energia elétrica – 54% acima da meta proposta; 87,4% de inserção na cadeia da energia solar fotovoltaica; e 9,2% de aumento da produtividade.

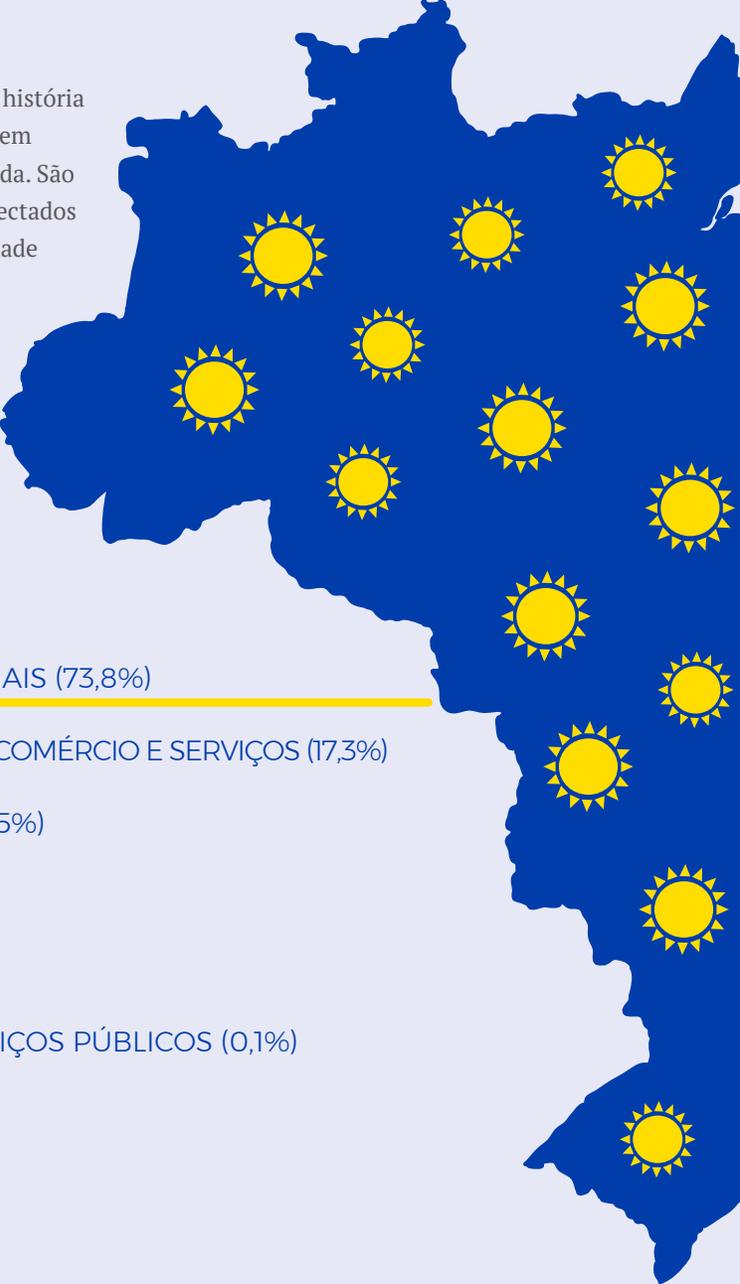
POTENCIAL ENTRE PEQUENOS

Gerar a própria energia para reduzir custos e aumentar a competitividade tem se tornado uma meta crescente entre os pequenos negócios no Brasil. É o que aponta uma pesquisa nacional sobre Energia Solar Fotovoltaica e os Pequenos Negócios, realizada pelo Centro Sebrae de Sustentabilidade, em parceria com a Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar) e a Fundação Seade. O estudo ouviu 3.199 proprietários de microempresas e empresas de pequeno porte. Confira os principais resultados:

- Cerca de 80% dos pequenos empresários afirmaram conhecer ou já ter ouvido falar sobre a tecnologia.
- Apenas 0,1% já instalou o sistema de geração distribuída. Destes, 83,9% reduziram os gastos com energia elétrica, e mais da metade (60%) pretende investir mais em energias renováveis.
- Mais da metade (51,3%) dos empresários que operam com energia solar fotovoltaica investiram recursos próprios na implantação.

CENÁRIO BRASILEIRO

O Brasil alcançou, recentemente, a marca história de 1 gigawatt (GW) de potência instalada em sistemas de micro e minigeração distribuída. São 93.597 sistemas solares fotovoltaicos conectados à rede, trazendo economia e sustentabilidade ambiental a 117.312 unidades consumidoras. Desde 2012, mais de R\$ 5,6 bilhões em investimentos, distribuídos entre todas as regiões do país, foram contabilizados. De acordo com o mapeamento da Absolar, o ranking de sistemas instalados é composto da seguinte maneira:

- 
- 1º CONSUMIDORES RESIDENCIAIS (73,8%)**
 - 2º EMPRESAS DOS SETORES DE COMÉRCIO E SERVIÇOS (17,3%)**
 - 3º CONSUMIDORES RURAIS (5,5%)**
 - 4º INDÚSTRIAS (2,8%)**
 - 5º PODER PÚBLICO (0,6%)**
 - OUTROS TIPOS, COMO SERVIÇOS PÚBLICOS (0,1%)
 - ILUMINAÇÃO PÚBLICA (0,01%)

ACESSE A
PESQUISA
COMPLETA EM



Roberto Araújo, com a esposa e a filha: resultados da fazenda refletem os dez anos de aprendizado no Educampo



PEDRO VILELA/AGÊNCIA F7

VIDA LONGA

Reposicionamento estratégico marca nova etapa do Educampo

[ANA PAULA DE OLIVEIRA]

“Quinta-feira ele vem aqui”, diz o produtor de leite Roberto Araújo Campos sobre a próxima visita do consultor especialista William Maia à propriedade da família, o sítio Mundo Novo, a 12 quilô-

metros de Araxá. O encontro é parte do Educampo, uma iniciativa pioneira do Sebrae Minas que, periodicamente, leva consultorias individuais apoiadas por ferramentas gerenciais exclusivas a produtores de café e leite do estado.

É o caso do Roberto. Filho e neto de produtores de leite, com quem aprendeu as minúcias da atividade, ele encontrou no Educampo o apoio de que precisava para aumentar a produtividade e a qualidade. Produtores familiares, ele e a esposa Marciana pegam firme no batente, enquanto as filhas Ana Amélia e Roberta têm se dedicado mais aos estudos.

“Mexo com leite desde que me entendo por gente. Mas nem por isso deixo de aprender coisas novas. E o Educampo é muito importante para nós”, avalia. Participante do programa há dez anos, Roberto vem incrementando sua experiência prática com as técnicas e processos sugeridos pelos consultores. E já colhe resultados do aprendizado. Em 2009, quando herdou da mãe o terreno de 16 hectares, a produção era de 270 litros/dia. Hoje, com um rebanho de 120 animais – que inclui 45 vacas em lactação –, ela gira em torno de 1,2 mil litros/dia e a expectativa é chegar a 2 mil litros/dia no próximo ano.

O aumento da eficiência reflete uma série de práticas adotadas, que vão do manejo adequado do rebanho ao acompanhamento rigoroso dos gastos. Medicamentos, adubo, sementes, energia, combustível... Tudo é contabilizado e repassado para o consultor. “Hoje sei que é importante, pois só assim conseguimos levantar o custo anual e ter um panorama completo do negócio: se existem erros a corrigir, se está dando o lucro esperado... Antes eu não tinha essa visão”, conta o produtor rural.

NOVA FASE

Parcerias bem-sucedidas, como a que beneficiou seu Roberto, se repetem Minas afora, e o Educampo tem parte importante nisso – há mais de 20 anos, o programa vem contribuindo para o desenvolvimento de pequenos negócios rurais e de toda a cadeia produtiva do leite e do

O Educampo deixou de oferecer apenas consultoria técnica e gerencial para se tornar uma plataforma tecnológica inovadora e completa

café associada à atividade. São mais de 10 mil produtores beneficiados pela disseminação de tecnologias e pela integração dos vários agentes envolvidos. E o resultado disso é que o lucro das propriedades aumentou.

O objetivo de permanecer na vanguarda dos modelos de gestão no campo fez com que, em 2018, o Sebrae Minas desse início a um reposicionamento estratégico da plataforma, relançada em julho deste ano. Mais digital, ágil, acessível e conectado a uma rede de produtores rurais, consultores especialistas e empresas parceiras, o Educampo deixou de oferecer apenas consultoria técnica e gerencial para se tornar uma plataforma tecnológica inovadora e completa, capaz de gerar a inteligência necessária para construir capacidades e criar oportunidades individuais e coletivas para o agronegócio.

“O objetivo é favorecer o compartilhamento de informações e promover capacitações, troca de experiências e *networking* entre os participantes. As evoluções no Educampo não param. É uma plataforma viva, pois é atualizada a todo momento”, explica a gerente do Sebrae Minas, Priscilla Lins.

MUDANÇAS

Geração de informações exclusivas e estratégicas, projeções, cenários e análises integradas estão entre os recursos oferecidos pela plataforma para apoiar o planejamento e a tomada de decisão. Outras novidades são os novos canais de comunicação: site (educampo.com.br), página no Instagram ([sebraeminas.educampo](https://www.instagram.com/sebraeminas.educampo)) e uma conta no WhatsApp foram criados para conectar ainda mais a rede. Além disso, o programa ganhou uma nova identidade visual, mais moderna e alinhada ao novo contexto.

“Isso significa que o Educampo estará cada vez mais conectado e presente no dia a dia dos produtores, consultores e empresas parceiras, por meio de uma plataforma online e interativa, criada exclusivamente para essa finalidade. O

produtor terá acesso a seus dados pelo aplicativo, bem como a várias informações que contribuirão para suas decisões estratégicas”, adianta Priscilla. Segundo ela, outras ferramentas ainda estão em desenvolvimento e serão lançadas até o final do ano e ao longo de 2020.

GESTÃO ORGANIZADA

Quem pretende continuar desfrutando dos benefícios da plataforma nessa nova fase é o empresário Elio Carneiro Júnior. Natural de Poços de Caldas, ele está à frente da fazenda Platô Azul, propriedade de 2,7 mil hectares que fica em Tiros, município com cerca de 6 mil habitantes, também na região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. Membro da terceira geração de produtores de café, é ele quem toca os negócios. São 953 hectares plan-



Educampo



1997

é o ano de criação

1.200

produtores rurais
participantes



9.192

horas de consultorias por mês



289

municípios impactados

44.523

hectares de café plantado



83

consultores
credenciados

30

empresas
parcerias



1.128.710

de litros de leite produzidos por dia



A parceria com o Educampo na fazenda Platô começou em 2010

ARQUIVO PESSOAL

tados e uma média de 28 mil sacas anuais de café arábica, nas variedades Catuaí amarelo e vermelho.

“Imagine tocar tudo isso sem uma gestão organizada?”, comenta Elio. Ao falar desse aspecto, ele diz que a contribuição do Educampo veio em um momento crucial: em 2013, a perda de um dos irmãos em um acidente exigiu que ele assumisse a direção da Platô Azul. “Acompanhava as atividades, mais como um observador, por ser um negócio de família. Estava sempre próximo, ia muito à fazenda. Mas, de repente, precisei ‘mudar de lado na mesa’ e assumir a cadeira da gestão”, conta. Processos bem definidos, fruto da parceria com o Educampo iniciada ainda pelo irmão, em 2010, possibilitaram uma sucessão menos traumática. “Isso faz com que qualquer pessoa que venha a gerir a fazenda tenha mais facilidade para tocar os negócios.”

Sob sua direção, os trabalhos continuam a ser executados com rigor. A cada 15 dias, ele e o consultor Marcos Silveira se encontram para uma resenha mensal e análise de metas, com base em 12 indicadores, entre os quais administração, adubação via folha e solo, colheita direta e de chão, condução da lavoura, controle de plantas daninhas, pragas e doenças. “A análise de indicadores permite avaliar a evolução de acordo com as metas estabelecidas. E mais: possibilita uma comparação com os parceiros. Sempre que vemos resultados diferenciados, partimos para visitas de benchmarking. Ontem mesmo recebi um colega, de uma fazenda próxima. É muito enriquecedor aprender com as práticas de outras fazendas que exploram a mesma cultura. Isso só é possível porque não nos vemos como concorrentes, mas como parceiros. No final, todos saem ganhando.”



Acompanhe o Educampo no site educampo.com.br e no Instagram [sebraeminas.educampo](https://www.instagram.com/sebraeminas.educampo)

[MERCADO

PEDRO VILELA/AGÊNCIA 17

Saimithon Souza criou uma marca de café para um público com paladar exigente

IDENTIDADE VALORIZADA

Projeto Origem Minas confere mais visibilidade a produtos tipicamente mineiros

[RAPHAELA CANABRAVA]

Queijos, cachaças, doces, cafés. Definitivamente, o minério não é a única riqueza de Minas Gerais: em 2018, o agronegócio foi responsável por 33,29% do PIB do estado. O clima favorável e a grande oferta de recursos hídricos favorecem a produção de diversos itens nas 550

mil propriedades rurais registradas, com destaque para o café, o leite e seus derivados.

Para valorizar, fortalecer e projetar o agronegócio mineiro nos mercados nacional e internacional, o Sebrae Minas realiza o projeto Origem Minas, em parceria com a Federação da Agricultura e Pecuária (Faemg). Por meio dele, produtores rurais de

pequeno porte – inclusive agricultores familiares – e micro e pequenas empresas que têm produtos com identidade mineira podem participar de feiras, exposições e capacitações.

Desde que o projeto foi criado, em 2012, 1.110 empreendedores receberam apoio para participar de 132 eventos em todo o país. São exemplos a Apas, maior feira supermercadista do país; a Superminas Food Show, segunda maior do varejo alimentício brasileiro; o Mesa São Paulo, maior congresso de gastronomia da América Latina; o Festival Fartura, encontro entre chefs renomados de todo o Brasil; a Semana Internacional do Café (SIC), principal evento nacional do segmento e um dos maiores do mundo; e o Festival do Queijo Minas Artesanal, que reúne produtores do Queijo Minas Artesanal das sete regiões de Minas Gerais.

“São oportunidades de mostrar a mineiridade para todo o país e de fechar negócios com compradores que valorizam produtos artesanais de qualidade”, explica Danielle Fantini, analista do Sebrae Minas responsável pelo projeto. Para garantir ainda mais visibilidade aos participantes, um catálogo virtual com o nome e o contato de todas as empresas apoiadas será disponibilizado no site do Sebrae Minas em 2020.

Os inscritos no Origem Minas também têm acesso a consultorias nas áreas de mercado, finanças e recursos humanos e podem participar do programa Sebraetec, que oferece soluções em áreas de conhecimento e inovação. “A ideia é fornecer aos participantes todo o apoio necessário para que eles fortaleçam e profissionalizem os seus negócios”, diz Danielle.

ORIGEM ÚNICA

Filho de produtores de café, Saimithon Gunter Alves de Souza cresceu em meio às plantações, na fazenda localizada na Serra do Salitre, no Alto Paranaíba. No ano de 2000, quando tinha 12 anos,



perdeu o pai e viu a produção cafeeira diminuir consideravelmente. Quando cursava Economia, numa universidade paulista, ele decidiu, então, aprofundar os conhecimentos sobre o café, para novamente empreender na área.

Em 2014, Saimithon criou a marca de café Arábica Best Coffee. “Nossos cafés são produzidos para os mais exigentes paladares. Fazemos a microtorrefação de grãos 100% arábicos de uma única fazenda, de uma única variedade e de um único talhão da região do Cerrado Mineiro”, informa o produtor. Esse diferencial rendeu a ele um convite para participar do Origem Minas e apresentar o produto em feiras país afora. “Entre para o projeto em 2018. Antes disso, nunca havia exposto os meus cafés em eventos. A experiência está sendo muito rica, principalmente pela oportunidade de conhecer novas empresas e trocar informações”, avalia.

O portfólio da Arábica Best Coffee conta com cafés tradicionais de torra escura, média escura e média; expresso e aromáticos de flor, fruta, vinho e caramelo. Os produtos são comercializados em armazéns, empórios e supermercados da região do Triângulo Mineiro.

Saimithon também participa do Sebraetec e quer aproveitar as sugestões que virão da área de design para desenvolver o layout da fachada da loja própria que pretende construir em breve.

“MELHOR COISA”

Ivana Coelho, criadora da Ivana Coelho Gourmet, é outra participante do Origem Minas. Após 20 anos no mercado de publicidade, ela decidiu se arriscar no negócio próprio. “Em 2014, abri a em-



Para Ivana, “a melhor coisa para o pequeno produtor é saber que existem iniciativas como essa para apoiá-lo”

presa e, no mesmo ano, fui convidada a participar. Desde então, recebo apoio para expor os produtos em várias feiras”, diz.

A produção de Ivana começou na casa dela e, seis meses depois, foi transferida para uma fábrica no centro de Belo Horizonte. Atualmente, os produtos – cocada cremosa, ambrosia e brigadeiro nos sabores tradicional, café, café com cachaça, milho verde, capim limão, pimenta e whisky – são vendidos em 20 estados do Brasil, principalmente em São Paulo, que concentra 60% dos clientes. Tudo é feito artesanalmente, com ingredientes selecionados e 40% menos de açúcar. Outro grande diferencial são as embalagens, elaboradas nos mínimos detalhes pela publicitária. “O Origen Minas tem sido muito importante para dar visibilidade à minha marca, e sem dúvida contribui para os resultados alcançados. A melhor coisa para um pequeno produtor é saber que existem iniciativas como essa para apoiá-lo”, diz.

A FORÇA DOS PRODUTOS COM IDENTIDADE MINEIRA

- Minas Gerais conquistou 50 medalhas no Concurso Mundial de Queijos, realizado neste ano, em Tours, na França.
- O melhor doce de leite do Brasil – Viçosa – é produzido no estado, segundo o Concurso Nacional de Produtos Lácteos de 2019.
- A agricultura familiar corresponde a 80% dos 550 mil estabelecimentos rurais em Minas Gerais, e, de acordo com a Emater, 60% da produção de leite e derivados e 50% da produção de café do estado vêm dessas propriedades.



Acesse o link e inscreva-se no projeto



Pode não parecer,
mas isto
é um jeito
de aprender.

CER.

A plataforma
referência
em Educação
Empreendedora.



Aprendemos coisas novas todos os dias, por isso, é preciso um novo jeito de ensinar. Foi pensando neste desafio que o Sebrae criou o CER – **Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora**, uma plataforma com estudos, pesquisas, ferramentas e tecnologias que unem conhecimento à **atitude empreendedora**. Um ambiente que disponibiliza experiências transformadoras para a educação. Bem-vindos ao CER. **Um novo caminho para a educação vai se abrir no seu navegador.**

Acesse

← → cer.sebrae.com.br 📄 ⋮

E faça parte deste
movimento que
transforma.

0800 570 0800

 /cersebrae



Centro Sebrae de Referência
em Educação Empreendedora



QUALIDADE DESTACADA NA GÔNDOLA

Marca Região de São Gotardo protege e valoriza os hortifrúteis produzidos no município do Alto Paranaíba



[GUILHERME BARBOSA]

Quem percorre as ruas de São Gotardo, no Alto Paranaíba, logo percebe a forte influência oriental na cidade, fruto da migração iniciada em 1910. Fato é que a região nunca mais foi a mesma depois da chegada dos japoneses. Eles trouxeram consigo uma forma

diferenciada de fazer agricultura, aliando a disciplina oriental à criatividade brasileira e às características do solo, clima e altitude locais. Tudo isso, somado à qualidade dos produtos cultivados ali – alho, cenoura, batata, abacate e beterraba – fazem do município um produtor singular.

Flávio Márcio Ferreira Silva é proprietário da Fazenda 4F Agronegócios. Está há 40 anos no mercado e mantém 610 hectares de plantio. “Alcançamos um padrão de qualidade exatamente em razão das características locais”, afirma. Faltava, entretanto, mostrar para outras regiões do estado e do Brasil, o alto valor agregado dos produtos, mas um importante passo está sendo dado nesse sentido com o lançamento da marca Região de São Gotardo, prevista para o início de dezembro.

PARCERIAS

O trabalho teve início em 2014, fruto de uma parceria entre Sebrae Minas, Conselho Regulador da Marca, Grupo Benassi e rede de supermercados Super Nosso. “Há uma tendência no setor alimentício de conferir origem aos produtos. Quando a fonte do alimento está mais distante, o consumidor deseja conhecer o processo produtivo, as características da região. É uma forma de a pessoa entender a história do produto e de quem o produziu”, explica Cláudio Wagner de Castro, analista do Sebrae Minas. Ele destaca que a parceria com os produtores da Região de São Gotardo na construção de uma Identidade de Origem soma mais de dez anos, e que todos os esforços estão sendo coroados com o lançamento da marca.

NA GÔNDOLA

Produtos de 23 fazendas locais receberam o selo Região de São Gotardo, que conta com sistema de rastreabilidade, para evitar pirataria e conferir a garantia da procedência ao consumidor. Todos os alimentos com a marca serão expostos em uma gôndola exclusiva para os produtos da região na loja do Super Nosso no bairro Lourdes, em Belo Horizonte, a partir de 3 de dezembro. “Quando o cliente sabe a procedência, valoriza ainda mais o produto, dá credibilidade

a ele. É uma tendência que se consolidou”, comenta a gerente de Comunicação da Rede Super Nosso, Isabel Finelli.

A criação da identidade de origem animou os produtores do município, como Ricardo Pereira Lopes, da Fazenda Cruvinel, que vê o reconhecimento do seu trabalho a partir da demanda do mercado pelos produtos. “É mais valor agregado aos alimentos que já produzimos há tanto tempo”, comemora.

Todos os produtos receberam embalagem especial, na qual a marca é evidenciada. A intenção, segundo Cláudio Wagner, é mostrar ao público que os alimentos podem transportar valores que vão além do produto em si. “Basta o consumidor acessar o QR Code do produto para saber sua origem e toda a sua história”, explica o analista.

Foi criado, também, o Conselho da Região de São Gotardo, integrado por produtores e representantes do Sebrae Minas, que se tornou responsável por gerenciar as ações do grupo. A gerente-executiva, Jussara Oliveira, conta que a ação é fruto de uma construção coletiva dos vários atores envolvidos, que se viram motivados a refletir sobre possíveis melhorias nos processos



Produção de 23 fazendas locais receberam o selo Região de São Gotardo, que conta com sistema de rastreabilidade

PROCESSO DE CRIAÇÃO DA MARCA

1

O Sebrae Minas identificou o potencial de trabalhar a identidade de origem dos produtos da região.

Vários encontros foram promovidos para detalhar o contexto da produção, as tendências do mercado e as oportunidades de negócios, e definir a plataforma estratégica da marca da região.

2

3

Foi criado o Conselho da Região de São Gotardo, que integra 23 produtores participantes do projeto, com o objetivo de controlar, proteger e promover a região.

O Sebrae e o Conselho buscaram um parceiro para viabilizar comercialmente os itens que apresentavam diferencial produtivo.

4

5

O Super Nosso inaugurou gôndola exclusiva para os produtos de São Gotardo na loja do bairro Lourdes, em Belo Horizonte.



Ricardo Pereira, da Fazenda Cruvinel, está animado com o reconhecimento conferido à sua produção

produtivos, nas estratégias de comercialização, no benchmarking e no compartilhamento de experiências. “Esperamos que a iniciativa contribua para posicionar a região como uma referência em inovação e valorização do coletivo e da qualidade final. Com a divulgação e consolidação da marca, nossa expectativa é atrair novos investimentos internos e externos, expandir o turismo agropecuário, aumentar a diplomacia pública por meio da visibilidade da região e ampliar as exportações.”

□ O QUE HÁ DE ESPECIAL?

A altitude da região e características do solo são importantes fatores para a qualidade dos hortifrúti da Região de São Gotardo. Mas há diferenciais além disso. Jussara explica que há no DNA das fazendas o pioneirismo dos japoneses, que desbravaram o Cerrado Mineiro em busca dos melhores locais para plantio, sem medo de correr riscos e se adequar a processos inovadores. “Estamos sempre abertos a novas ideias, utiliza-

mos a criatividade como força motriz no processo produtivo, além de valorizar o poder coletivo na evolução do conhecimento.”

Ela pontua que os produtos também são resultado de um cuidado constante com o solo e a água para irrigação, do respeito ao meio ambiente, bem como da seleção criteriosa dos produtos que serão comercializados. “Assim, o consumidor que tem acesso aos produtos da região pode estar seguro de que os hortifrúti têm alta qualidade.”

O ciclo produtivo se encerra, de acordo a gerente-executiva do Conselho, com a valorização do ser humano em todas as etapas (comercialização, produção e logística). “Só assim podemos gerar bem-estar aos colaboradores e suas famílias, além de empregabilidade e renda para todos aqueles que enxergam a região como uma grande oportunidade. A marca é a possibilidade de os produtores comunicarem isso aos consumidores, agregar valor aos produtos e serem reconhecidos pelo seu pioneirismo, empreendedorismo e pela forma humanizada de trabalhar os produtos.”

[TURISMO]

NOVO CAMINHO DA FÉ

Rota turística Nhá Chica homenageia a beata mineira e abre oportunidades para o desenvolvimento da região

[MARCELA KÁRITAS]

PEDRO VILELA / AGÊNCIA I7

Irmã Aída diz que o Sebrae Minas tem ajudado a equipe do Instituto Nhá Chica a entender as diversas formas de compartilhar a espiritualidade e a fé



PEDRO VILELA / AGÊNCIA I7

Em 2013, a Igreja Católica reconheceu como beata a mineira Francisca de Paula de Jesus, mais conhecida como Nhá Chica, filha de escravos que viveu na região de Baependi, no Sul de Minas, há mais de 200 anos. E é em sua homenagem que o Sebrae Minas, em parceria com atores locais, lançou a rota turística Nhá Chica, em agosto. “Queremos fomentar o turismo na Estrada Real, que é tão importante para a história e a cultura de Minas Gerais. Fizemos um recorte em um trecho do caminho e vimos a chance de ressaltar a vida dessa mulher de fé”, comenta Ticiania Malta, analista do Sebrae Minas.

O trabalho começou há dois anos, por meio da articulação com representantes do poder público, de associações e de entidades dedicadas a fomentar o turismo em nove cidades mineiras: Tiradentes, Santa Cruz de Minas, São João del-Rei, Carrancas, Cruzília, Baependi, Caxambu, Soledade de Minas e São Lourenço. Entre os desafios, estava a necessidade de definir a governança da rota, bem como quem seria seu gestor. Além disso, o grupo de trabalho liderado pelo Sebrae Minas mapeou todo o trajeto, observando diversos aspectos. “Era preciso saber o que havia nesse trecho de 195 quilômetros de extensão e qual era a condição das estradas, definir aonde era possível ir andando, onde havia sinalização, onde havia estrutura hoteleira, além de uma série de outros detalhes”, lembra Ticiania. Outra análise identificou toda a produção associada, como artesanato e outros produtos característicos de cada região. Quem se lembra dessa etapa é Walter Dutra Marques, proprietário da agência Araucária Ecoturismo. Participante ativo dos encontros destinados a discutir os detalhes da novidade, Walter vê na rota a oportunidade de fortalecer a história e a cultura mineiras,

para religiosos e quanto não religiosos. “Nos preparamos para mostrar quem foi Nhá Chica, suas virtudes e os milagres atribuídos a ela, ou seja, sua magnitude. Queremos ressaltar o aspecto religioso, mas também fortalecer o grande patrimônio histórico e cultural que temos”, explica.

A agência de turismo de Walter é uma das oito empresas do ramo envolvidas na preparação de passeios à região. “Vamos ter roteiros para peregrinos e ‘bicigrinos’, aqueles que fazem uma rota de bicicleta. Nossa meta também é mostrar características da nossa natureza e cultura, para que o visitante não apenas passe pela região, mas leve consigo uma bagagem, uma vivência”, completa o empreendedor.

LAR DE NHÁ CHICA

A antiga casa de Nhá Chica fica no topo da rua Conceição, em Baependi, e se mantém aberta aos romeiros que buscam conforto ou querem agradecer por alguma intervenção da beata. Diante do altar, silêncio e respeito à história da mulher. Em outro cômodo, uma pequena cozinha, com panelas à mostra, relembra o

“Queremos ressaltar o aspecto religioso, mas também fortalecer o grande patrimônio histórico e cultural que temos”

WALTER MARQUES
EMPREENDEDOR

costume de Nhá Chica de oferecer comida a quem chegasse. Embora pequenas, diz-se que as panelas sempre serviam bem a todos os visitantes, fosse um grupo grande ou reduzido.

Naquele espaço, muitos romeiros dizem sentir o cheiro de rosas. O mesmo perfume foi sentido nos quatro dias em que a mulher foi

velada, em 1895, e também após a exumação do seu corpo, em 1998, realizada a pedido da Igreja Católica para prosseguir com seu processo de beatificação.

Ao lado do pequeno santuário, o que se ouvia naquela manhã de quinta-feira em que a equipe da Passo a Passo lá esteve era a alegria

QUEM FOI NHÁ CHICA

Há mais de 200 anos nascia, em São João del-Rei, no distrito de Ribeirão das Mortes, uma menina negra, filha de escravos, batizada Francisca de Paula de Jesus. Seguindo os passos de sua mãe, cresceu devota de Nossa Senhora da Conceição. A menina não fazia nada sem consultar a santa, que chamava carinhosamente de “Minha Sinhá”.

Ainda pequena, Francisca deixou a terra natal para se instalar com a família em Baependi. Pouco tempo depois, a mãe faleceu, deixando órfãos a menina e seu irmão, Teotônio. À Francisca foi reservada a tarefa de cuidar da imagem de Nossa Senhora, de propriedade da família, o que ela fez até o dia de sua morte. A devoção pela santa levou-a a não se casar e a dedicar a vida à caridade e ao aconselhamento.

Na região, não havia quem tomasse uma grande decisão sem se consultar, antes, com Nhá Chica, como era chamada. Os relatos são de que ela tinha traquejo para confortar pessoas, fossem ricas ou pobres, e cuidava de quem era marginalizado. Sabia, como ninguém, onde estavam os animais perdidos e como solucionar qualquer imbróglio. Amparava os necessitados e construiu uma capela sem ter dinheiro, tudo graças à sua fé.



ACERVO SETUR/IMG / PATRICK GROSNER



Antiga casa de Nhá Chica, em Baependi

de mais de 200 crianças atendidas pelo Instituto Nhá Chica, criado em 1954 e gerido pelas Irmãs Franciscanas do Senhor. Sua diretora, a Irmã Aída Ferreira, faz questão de mostrar o projeto social iniciado pela beata há tantos anos e ainda firme nos dias de hoje. “Nós temos dois tipos de acolhimento: há 15 crianças que

moram na instituição, que chegam por mandado judicial e precisam permanecer aqui por proteção. Outras 254 passam o dia conosco, para que seus pais possam trabalhar nas lavouras de café e em outras atividades”, explica.

Para fornecer um acolhimento apropriado às crianças, o Instituto dispõe de uma esco-



la, o Educandário Franciscano Nhá Chica. A instituição vai crescendo à medida em que o número de alunos aumenta. A cada ano, desde 2015, avança uma série. No mesmo passo, as despesas também aumentam, assim como a necessidade de diversificar a renda para manter a obra social. A oportunidade da rota de turismo religioso veio em boa hora. “O Sebrae tem nos ajudado a entender que há diversas formas de compartilhar nossa espiritualidade e fé. Já estamos organizando nosso restaurante e pousada, para que possamos atender aos peregrinos”, conta Irmã Aída.

Entre os produtos que irão oferecer está o

“Café com fé” e o “Café com louvor”, pensados para receber o romeiro que está de passagem. Quem tiver mais tempo para a visita poderá participar de uma atividade que une voluntariado e turismo, o “volunturismo”. “Nossa ideia é que o visitante passe um dia com os alunos, ensinando alguma atividade a eles. Depois, teremos um momento de espiritualidade, uma espécie de retiro espiritual”, explica. A ideia surgiu durante consultoria do Sebrae. Além do Instituto, o Mosteiro de Maria Mãe do Cristo, localizado em Caxambu, também se organiza para oferecer uma experiência de retiro espiritual ao turista.

PEDRO VILELA/AGÊNCIA 17

Turinha especializou-se na produção de bonecas de pano





Walter vê na rota a oportunidade de fortalecer a história e a cultura mineiras

PARA LEVAR

A Avenida Dom Pedro II é uma das principais vias de São Lourenço, com um trecho bem próximo ao Parque das Águas, uma das principais atrações da cidade. Já em sua extensão, a avenida abriga toda sorte de empreendimentos – restaurantes, hotéis, cafés e lojas de eletrodomésticos, roupas e *souvenirs*. Uma de suas construções mais antigas é a Igreja Matriz, local mais do que apropriado para a conversa com a artesã Maria Eugênia Miguel Silva, a Turinha. Sentada na entrada da igreja, ela mostra as fotos de suas bonecas de pano feitas em tecido.

Com mais de dez anos de experiência no ramo, Turinha é presidente da Feira de Artesanato Feirart, que reúne 60 artesãos. Ela foi uma

das 25 pessoas convidadas pelo Sebrae Minas, no início deste ano, para aprender a criar peças que remetam à vida e obra de Nhá Chica. “Achei muito bacana, porque não tínhamos nenhum produto específico sobre ela”, diz.

Para poder traduzir em produtos a figura da beata, os artesãos assistiram a uma aula que narrou a história de Nhá Chica. Com mais informações sobre a beata, eles puderam criar produtos para homenageá-la, sem abrir mão da própria identidade e técnica. “O curso nos ajudou a criar uma unidade, mas sem perder o nosso jeito. Eu, por exemplo, fiz várias beatas em tecido, de diversos tamanhos. Nossa meta agora é fortalecer o artesanato e vender as peças”, planeja.

TURISMO RELIGIOSO É FORTE EM MINAS

O Sebrae Minas tem trabalhado para fortalecer o turismo religioso em Minas Gerais. Assim como articulou atores locais para a criação da rota Nhá Chica, a entidade tem atuado em outros territórios que apresentam o mesmo tipo de vocação. “Somos inspirados pelo saber local, pelas características culturais da região, no momento de trabalhar governança, educação e desenvolvimento de pequenos negócios. Nossa meta é orientar e planejar novos destinos no estado de Minas Gerais, sugerir intervenções, fomentar a capacitação e envolver o poder público e outros atores nesse esforço”, comenta Márcia Valéria Cota Machado, gerente da Unidade de Indústria, Comércio e Serviços.

Uma iniciativa surgiu recentemente na cidade de Divinópolis. O município será o terceiro, em todo o mundo, a receber a Cruz de Todos os Povos, a maior cruz iluminada do planeta, com 73,8 metros de altura – outras duas estão instaladas no México e no Líbano. A expectativa é de aumento do número de visitantes e das peregrinações ao local e, por isso, há toda uma preparação para fomentar o turismo religioso.

Outra meta é retomar, com o Instituto Estrada Real, rotas que tenham algum apelo religioso e de negócios. “A rota tem um forte apelo histórico, mas também é marcada pela religiosidade. Vamos explorar outras possibilidades nesse sentido”, adianta Márcia Machado.

[SANTA MARIA DO SUAÇUÍ

Em setembro, a cidade de Santa Maria do Suaçuí, no Leste de Minas, fica movimentada

durante as comemorações do aniversário de morte do Servo de Deus Cônego Lafayette da Costa Coelho. Pessoas de diversas regiões do Brasil visitam o local em busca de graças ou para agradecer por algum milagre. Estima-se que, a cada ano, a cidade recebe entre 30 e 40 mil visitantes – muito mais do que sua população total, de 15 mil pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Por isso, o Sebrae Minas desenvolve ali, desde 2012, um projeto de fomento ao turismo religioso, com ações de capacitação, planejamento e consultoria. “Antes desse projeto, o comércio local fechava. Ficavam abertos apenas as pousadas e alguns restaurantes. Assim, muita gente de fora vinha para cá para vender, e o comércio perdia essa grande oportunidade. Uma das primeiras ações que adotamos foi mostrar a importância de o comércio funcionar durante a festa religiosa”, conta Ruy Gabriel Matos, analista do Sebrae Minas.

Os comerciantes foram capacitados para atender ao público e melhorar a gestão de seus negócios. Além disso, o Sebrae também atua em parceria com o poder público e a Igreja Católica para planejar melhor a festa.

A população local, que conheceu e conviveu com o Cônego, também se envolve nos festejos. “O morador sabe narrar os milagres porque é algo que faz parte da história de quem mora aqui. Muita gente se voluntaria para receber os romeiros, e é emocionante ver como eles se apropriam da festa”, completa Ruy.



As peças em cerâmica são marca registrada do artesanato do Vale do Jequitinhonha

DE BRAÇOS ABERTOS

Primeira edição da Feira Mãos do Vale aproxima artesãos do Jequitinhonha e lojistas de todo o Brasil

[ANA PAULA DE OLIVEIRA]

Estande e peças estavam devidamente preparados. Ainda assim, a ansiedade tomava conta da artesã Maria Raymunda Otoni no dia 19 de setembro, enquanto ela aguardava a abertura da Feira Mãos do Vale, uma iniciativa do Sebrae Minas, com o apoio do governo de Minas Gerais e do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur). A outra ainda não estava certa se, de fato, lojistas de Minas Gerais e de outros estados bra-

sileiros prestigiariam o evento, em Diamantina. “Eu só pedia a Deus para nos ajudar, ao mesmo tempo em que me perguntava: ‘cadê os lojistas que não chegam?’”, lembra. Quando já não suportava mais a espera, Maria Raymunda foi surpreendida. “Vi aquele povaréu chegando e logo identifiquei uma cliente minha de São Paulo. Nos abraçamos, conversamos e, em seguida, todo mundo começou a entrar e a escolher as peças. Em pouco tempo, já tinha vendido tudo.”



Maria Raymunda, artesã de Datas, vendeu toda a produção de divinos que levou para o evento

Nossa meta principal foi promover o empreendedorismo e contribuir para tornar mais competitivo o trabalho realizado pelos artesãos

LUCIANA TEIXEIRA
ANALISTA DO SEBRAE MINAS

A história narrada pela artesã é um dos exemplos que ilustram o sucesso da mostra realizada entre 19 e 21 de setembro, com o objetivo de aproximar artesãos do Vale do Jequitinhonha de lojistas e outros compradores de várias partes do país. “Nossa meta principal foi promover o empreendedorismo e contribuir para tornar mais competitivo o trabalho realizado pelos artesãos. Acreditamos também que, facilitando o acesso ao mercado, podemos despertar neles a consci-

ência da necessidade de se qualificarem melhor”, explica Luciana Teixeira, analista do Sebrae Minas.

A Mãos do Vale reuniu mais de 100 artesãos, organizados em 54 núcleos produtivos de 24 municípios da região. E ainda 38 lojistas de cidades mineiras e de outros 11 estados: São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Rondônia, Bahia, Alagoas, Pernambuco, Ceará, Santa Catarina, Mato Grosso e Goiás, além do Distrito Federal. O volume de negócios estimado é de R\$ 310 mil em vendas e encomendas. O resultado expressivo já anima os organizadores a planejarem futuras edições.

IDENTIDADE E TRADIÇÃO

A Feira Mãos do Vale reuniu artesãos cujos trabalhos expressam a identidade e as tradições da região. “Demos preferência a artistas que se dedicam ao trabalho manual e desenvolvem um estilo próprio”, conta Luciana. Outro objetivo era mostrar a variedade do artesanato local. “Buscamos peças que utilizam, além da cerâmica, tecidos, madeira, fibras, coco e prata. E conseguimos reunir num só lugar o que o Jequitinhonha tem de melhor em artesanato”, destaca a analista do Sebrae.

Entre os mais de cem artesãos selecionados, estava Maria Raymunda do Município de Datas. “Gosto de participar de ações assim, porque, além da possibilidade de vender mais, nos anima a continuar produzindo. Os organizadores explicam como as coisas funcionam na prática, dão ideias e nos convidam para cursos”, diz.

A Feira teve, ainda, a presença de artesãos de Minas Novas, Araçuaí, Presidente Kubitschek, Couto de Magalhães de Minas, Diamantina, Ponto dos Volantes, Turmalina, Grão-Mogol, Veredinha, Pedra Azul, Chapada do Norte,

Serro, Capitão Enéas, Caraí, Salinas, Padre Paraíso, Carlos Chagas, Medina, Taiobeiras, Almenara, Berilo, Jequitinhonha e Januária.

DE TODO O BRASIL

Diante de tanto entusiasmo de quem vende, era preciso garantir a presença de pessoas interessadas em comprar. Essa foi outra etapa do trabalho do Sebrae Minas. “Nossa meta era uma feira direcionada a lojistas de todo o Brasil, mas vislumbramos a oportunidade de ampliar o público. Havia um evento gastronômico agendado para o mês de setembro, o Diamantina Gourmet. Então, reservamos dois dias para os lojistas, e um dia para o público em geral”, explica Luciana.

Para tirar a ideia do papel, foram feitos contatos com empresários de todo o Brasil, convidando-os a participar do evento e a conhecer de perto a região mineira, famosa por seu artesanato. “Nossa ideia era abrir às 14h no dia 19 de setembro, mas ao meio-dia já tinha gente querendo entrar”, comemora a analista.

Lucas Lassen, proprietário da loja Paiol, em São Paulo, foi um dos empresários que prestigiou o evento. O olhar apurado para identificar peças de qualidade é fruto de quase 20 anos de trabalho do lojista, dedicados ao reconheci-



Feira Mãos do Vale movimentou R\$ 310 mil em vendas

mento e à valorização da arte popular. “Recebi o convite com alegria, porque gosto muito do trabalho dos artesãos do Vale do Jequitinhonha. Foi bom até para reencontrar algumas artesãs com quem tenho o costume de trabalhar”, comenta. Ele comprou e fez encomendas. E, além de ter restabelecido contato com artistas já conhecidos, Lucas pôde conferir o talento de gente nova. “É uma ação importante do Sebrae Minas, porque promove o encontro de duas figuras essenciais à estruturação dessa cadeia produtiva e estimula o empreendedorismo”, avalia.

VOCÊ SABIA?

A cerâmica é a matéria-prima mais utilizada pelos artesãos do Vale do Jequitinhonha, mas também há aqueles dedicados ao trabalho com madeira e fibras, que já se tornaram conhecidos pela originalidade das peças que produzem. Quem participou da Feira Mãos do Vale teve a chance de conhecer de perto, por exemplo, peças feitas com o capim dourado em Presidente Kubistchek, que, além do Jalapão, em Tocantins, é o único local onde o insumo é encontrado em tonalidades diversas.



1ª FEIRA MÃOS DO VALE



100 artesãos
organizados em

54 núcleos
produtivos em

24 municípios
da região



38 lojistas
de **12 estados**
e Distrito Federal



R\$ 310 mil
em vendas*



800
visitantes

*Estimativa

VETORES: FREEPIK

O empresário carioca André Marcos Malta também aproveitou a oportunidade para reabastecer o estoque das duas galerias e da loja Brasileirinho Arte Popular, que conta com duas galerias e uma loja, instaladas em Tiradentes. Para ele, um dos diferenciais do evento foi a grande variedade de produtos. “Meu forte são as bonecas do Jequitinhonha, mas comprei muitos itens. Os artesãos apresentaram muito bem seu trabalho. Comprei bonecas, potes, meringas e outras peças”, comenta.

Ao todo, participaram da Mãos do Vale 38 lojistas de cidades mineiras e de outros 11 estados: São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Rondônia, Bahia, Alagoas, Pernambuco, Ceará, Santa Catarina, Mato Grosso e Goiás, além do Distrito Federal.

VIAGEM COMPLETA

Parte do grupo de lojistas que visitou a Mãos do Vale participou de outra ação promovida pelo Sebrae Minas, nos dias 16 e 17 de setembro. “Alguns convidados já haviam demonstrado interesse em conhecer o trabalho realizado na região do Campo das Vertentes. Daí, organizamos uma *Trip to Origin* para lá”, conta o analista do Sebrae Minas Vinicius Teixeira de Carvalho. Onze empresários participaram da comitiva e conheceram o ateliê de artistas e a produção de peças em tecido, madeira e ferro,

além de fazer compras. Eles deram dicas aos artesãos sobre o que agrada mais aos consumidores e o que pode ser melhorado na confecção das peças.

Foi no distrito de Bichinho, em Tiradentes, que a *Trip to Origin* encontrou o artesão Amilton Trindade Narciso. O artista é um dos que passaram a investir no artesanato quando o fluxo de turistas na cidade aumentou. “Antes, o pessoal de Bichinho vivia do trato da terra, da lavoura. Meu sogro foi um dos moradores que decidiu mudar de área, por enxergar potencial no artesanato”, conta.

A partir da década de 1990, ele passou a seguir os passos do sogro, e o talento despertado na época já foi reconhecido: Amilton foi um dos vencedores da edição de 2015 do prêmio Sebrae Top 100 de Artesanato. Na *Trip to Origin*, ele teve a oportunidade de abrir as portas de seu ateliê-escola para revelar aos visitantes figuras produzidas em madeira de demolição. “Foi muito bom mostrar de onde vem nossa matéria-prima, a forma como tra-



Artesão José Roberto, de Santa Cruz de Minas, com a lojista Ana Paula, de Santa Catarina

balhamos e todo o cuidado que temos ao criar as peças. Esse contato valoriza mais nossas obras”, avalia.

A *Trip to Origin* ao Campo das Vertentes percorreu os municípios de Resende Costa, Lagoa Dourada, Prados, Santa Cruz de Minas e Tiradentes. A ação resultou em R\$ 170 mil em vendas.

APOIO DO GOVERNO IMPULSIONA VENDAS

A *Trip to Origin* teve o apoio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais, que cuidou do transporte das peças compradas pelos lojistas, a um custo mais acessível para os empresários.

Durante a Feira Mãos do Vale, o mesmo apoio foi dado aos artesãos da região, que não tiveram de se preocupar com o transporte das peças dos ateliês até Diamantina. “O governo mineiro fez uma rota ampla, coletando as peças para a Feira e levando de volta o pouco que não foi vendido”, completa Vinícius Carvalho.

EM BOA HORA

Um em cada quatro Microempreendedores Individuais mineiros tem idade entre 18 e 30 anos

[BRUNO ASSIS]



Yan Kloh e seu pai: planos para o crescimento do negócio

Quando uma crise econômica atinge um país, historicamente são os jovens que mais sofrem as consequências. No segundo trimestre deste ano, por exemplo, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) revelou que 20,3% dos mineiros entre 18 e 24 anos estavam desocupados, ou

seja, buscavam sem sucesso uma oportunidade no mercado de trabalho. A porcentagem é mais do que o dobro da média do estado, calculada em 9,6% para o mesmo período.

Esse cenário de incertezas impulsiona os jovens a tomarem o controle da situação e buscarem alternativas de trabalho e renda. Isso fica ainda mais evidente quando se observa o

perfil atual dos Microempreendedores Individuais (MEI) que atuam em Minas Gerais. Existem mais de 1 milhão de pessoas cadastradas nessa modalidade empresarial, 23% delas – cerca de 200 mil – jovens entre 16 e 30 anos.

Para a gerente de Educação e Empreendedorismo do Sebrae Minas, Fabiana Pinho, os jovens precisam entender a importância do empreendedorismo em sua formação. “Muitos deixam de lado os seus sonhos e não aproveitam as oportunidades. Vemos, na prática, que com atitudes empreendedoras os jovens transformam realidades e impactam positivamente suas vidas e a sociedade.

SOLUÇÕES ESPECÍFICAS

Para promover a maior conscientização, o Sebrae Minas criou serviços exclusivos para o público jovem. A ideia é mostrar que é possível juntar o que eles gostam de fazer com o que o mercado precisa, adicionando as competências técnicas de gestão necessárias. E o cardápio de opções é vasto.

Além de inúmeras palestras, treinamentos e cursos – presenciais e online – nas mais diversas áreas, também há a Escola do Sebrae de Formação Gerencial (EFG), que alia o Ensino Médio ao curso Técnico de Administração; o Agita, uma aceleradora para desenvolver ideias inovadoras; o SebraeLab, um espaço para incentivo à criatividade e ao aprendizado contínuo; e a EFG NEJ (Núcleo de Empreendedorismo Juvenil), iniciativa social da Escola do Sebrae criada há cerca de 10 anos para capacitar estudantes e ex-alunos de escolas públicas no Curso Técnico de Administração. Em um ano, eles aprendem sobre gestão e empreendedorismo. “O maior número de estudantes da EFG NEJ são os egressos que, ao participar do projeto, puderam sair da condição de nem

trabalhar e nem estudar, e estão se preparando para os desafios do mercado de trabalho.”, explica Fabiana Pinho.

Para ela, estimular o comportamento empreendedor desde cedo, já nos primeiros anos escolares, é essencial para ampliar as perspectivas de futuro das novas gerações. “O jovem pode montar sua própria trilha de capacitação dentro do Sebrae Minas, de acordo com as suas possibilidades e interesses, para se inspirar, conectar e desenvolver suas habilidades e competências”, acrescenta.

TRANSFORMAÇÃO PELA MÚSICA

Lucas Liberato viu na EFG NEJ uma oportunidade para realizar o sonho de abrir sua empresa. Em 2017, ele morava sozinho em Belo Horizonte, fazia faculdade de Música e não via perspectivas de emprego. Foi quando decidiu se inscrever no processo seletivo da EFG NEJ e conseguiu a vaga.

“Tinha grandes expectativas e fui surpreendido. Apreendi bastante sobre Marketing, Direito, Contabilidade e Logística. A formação foi completa”, diz. Na execução do trabalho final,

“Vemos, na prática, que com atitudes empreendedoras os jovens transformam realidades e impactam positivamente suas vidas e a sociedade”

FABIANA PINHO
GERENTE DE EDUCAÇÃO E
EMPREENDEDORISMO

Lucas Liberato concretizou seu sonho de empreender, ao se tornar MEI



PEDRO VIELLA/AGÊNCIA 17

em que foi preciso criar um plano de negócios para uma empresa fictícia, Lucas colocou todo o conhecimento em prática. E, em 2018, fez o cadastro como MEI e abriu o Estúdio Liberato, para oferecer aulas de violão, flauta e teoria musical em domicílio. Além disso, criou um canal no YouTube para divulgar o trabalho e se tornou conhecido no meio musical.

Aos 23 anos, Lucas já sabe o que quer. Ele comemora o aumento do número de alunos e as possibilidades que se abriram, mas ainda sonha com um espaço físico próprio para as aulas. “Estou no caminho certo para conseguir minha independência. Desde o início eu não queria ter um chefe, então fiz a escolha pelo MEI. Hoje posso dizer que consigo viver da música.”

O perfil de Lucas sintetiza os jovens que

procuram o Sebrae Minas para se tornar empreendedores. “É gratificante ver essa transformação ocorrer na prática. Você vê uma concretizar os seus sonhos e projetar sua visão de futuro”, conta Fabiana Pinho.

[PARA ALÉM DO MEI

Quando Yan Kloh fez 18 anos, decidiu investir em um negócio de família. O pai, artesão por *hobby*, produzia molduras e quadros para ter uma renda extra. Yan viu uma oportunidade para expandir esse trabalho e sugeriu que eles comessem a vender também pela internet. Como estava desempregado, resolveu se formalizar como MEI e começou as atividades da Artesania.

Um ano depois, ele ficou sabendo do EFG NEJ e viu uma chance para melhorar a gestão

da empresa recém-inaugurada. “O curso me ajudou principalmente nas questões financeiras, contábeis e de vendas. Foi um ano intenso, mas saí do Sebrae muito mais completo. Aprendi muito e tenho aplicado tudo na minha empresa”, relata.

E os pedidos começaram a crescer. Em 2016, primeiro ano de funcionamento do negócio, o faturamento girou em torno de R\$ 2 mil. Dois anos depois, chegou a R\$ 76 mil e a previsão para 2019 é ficar próximo aos R\$ 100 mil, o que fará com que Yan saia da categoria de MEI e passe a ser uma microempresa.

Todos os passos resultaram de decisões conscientes, que observaram o movimento do mercado e a necessidade de estar legalizado para se desenvolver. O próximo desafio de Yan é fazer a empresa crescer. O foco será mantido nas vendas online, mas novos produtos estão sendo desenvolvidos para diversificar a oferta aos clientes.

Estimular o comportamento empreendedor desde cedo, já nos primeiros anos escolares, é essencial para ampliar as perspectivas de futuro das novas gerações

Os exemplos de Lucas e Yan confirmam a importância do empreendedorismo para a vida. “O Sebrae ajuda o jovem a refletir sobre o seu projeto de vida. Nós preparamos pessoas com o propósito de serem protagonistas dos próprios sonhos”, resume Fabiana.

EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

O Sebrae acredita que o comportamento empreendedor deve ser estimulado desde cedo e que as escolas precisam contribuir nessa direção. Por isso, há 25 anos colocou em prática um projeto audacioso e inovador: a Escola do Sebrae de Formação Gerencial (EFG). Acesse a revista comemorativa dos 25 anos da EFG em www.sebrae.com.br/minasgerais e saiba mais.



ECONOMIA MAIS FORTE

Abordagem inovadora do Sebrae, Desenvolvimento Econômico Local (DEL) amplia perspectivas do município de Capitólio

[MARCELA KÁRITAS]

Como o empreendedorismo pode mudar a realidade de uma população? Para o Sebrae, a resposta passa por cinco dimensões principais, abrangidas pela abordagem de trabalho chamada Desenvolvimento Econômico Local (DEL): capital empreendedor, tecido empresarial, governança para o desenvolvimento, organização produtiva e inserção competitiva.

A estratégia do DEL possibilita articular atores em busca de uma mudança da realidade de um território, tendo como força motriz a atitude empreendedora e os negócios de pequeno porte. Ela une forças, direciona ações e fomenta políticas públicas que contribuem para que uma região ofereça as melhores condições para o desenvolvimento empresarial.

E quando pelo menos uma das cinco dimensões estão presentes nas discussões e ações de um município, suas possibilidades de progredir de forma sistêmica e sustentável se ampliam. “Uma das grandes vantagens da abordagem é sua possibilidade de ser aplicada em territórios com características distintas entre si. A forma como o

DEL será aplicado varia de acordo com o perfil de cada localidade. Ou seja, por menor ou maior que seja, um município pode utilizá-lo. O resultado será mais desenvolvimento”, avalia Alessandro Chaves, gerente da Unidade de Articulação para o Desenvolvimento do Sebrae Minas.

Para mostrar como o DEL funciona, na prática, a Passo a Passo viajou até o município de Capitólio, reconhecido pelo Sebrae Minas como case de sucesso na aplicação da estratégia, em todas as suas cinco dimensões.

UM POUCO DO CONTEXTO

Em 2014, Capitólio viveu o que pode parecer o sonho de todo gestor público: um aumento vertiginoso do fluxo de visitantes, principalmente em feriados e fins de semana. A cidade de 8 mil habitantes, localizada no Sudoeste de Minas Gerais, tinha muito o que oferecer há bastante tempo: desde a criação da Usina de Furnas, na década de 1950, a região ganhou lagos, piscinas naturais e outras atrações dignas de uma visita.

Naquela mesma época, o município iniciava uma revolução, estimulada pela expansão do

Wylerson tem investido no potencial da Cachoeira da Capivara desde 2012



turismo. “Quando a gestão atual tomou posse, em 2013, uma das preocupações principais era garantir que o setor público fizesse sua parte. Precisávamos melhorar os acessos, garantir a coleta de lixo, recuperar nascentes e realizar todo um trabalho para que as pessoas vivessem bem”, lembra Lécia Terezinha Batista Neves, gerente Municipal de Convênios.

A maior aproximação com o Sebrae Minas ocorreu em 2015, com o início da política de compras governamentais que prioriza parcerias com fornecedores locais. Foi quando a primeira dimensão do DEL se fez presente.

[GENTE COM VISÃO

No projeto de Compras Públicas, a Prefeitura estabeleceu como meta priorizar o fechamento de negócios com empreendedores locais. “Nosso setor empresarial já era forte, mas tinha resistência em prestar serviços ou fornecer produtos ao poder público”, conta Lécia. O apoio do Sebrae foi importante para mostrar que aquele era, sim, um bom negócio. “Também mostramos a eles que era necessário se capacitar para entender o processo de licitação e se adequar”, completa Fabiana Rocha, analista do Sebrae Minas.

O fortalecimento do capital empreendedor foi impulsionado com a efetiva aplicação da Lei da Micro e Pequena Empresa. Seu objetivo era, de um lado, legalizar e licenciar empresas que atuam na região, e, de outro, melhorar o atendimento prestado pela prefeitura aos pequenos negócios locais.

O resultado foi positivo: atualmente, cerca de 10% do orçamento destinado às compras públicas circula no próprio município. Além disso, projetos grandes de infraestrutura são liderados por moradores de Capitólio, como a canalização do córrego do Virgílio. “A mudança também favoreceu a autoestima dos servidores, que pensam mais estrategicamente uma licitação, visando ao desenvol-

vimento local. A merenda escolar, por exemplo, prioriza o que é cultivado pelos agricultores familiares daqui”, informa Lécia.

As empresas de turismo também se fortaleceram por meio de capacitações e consultorias promovidas pelo Sebrae Minas, com destaque para os setores alimentício e hoteleiro. Era a organização produtiva avançando a passos largos. “Os empresários locais aprenderam sobre gestão, atendimento, ambiente que oferecem a seus clientes, dentre outros pontos. O conhecimento foi tão valorizado que, depois da capacitação, todos os hotéis que participaram fizeram algum tipo de reforma”, exemplifica Andréia Rodrigues Silva, secretária-adjunta de Desenvolvimento Econômico Sustentável.

[TODOS JUNTOS

Na entrada para os cânions, que dão acesso a uma visão privilegiada do lago de Furnas, o Restaurante do Turvo se orgulha de ser o ponto de encontro dos visitantes desde a sua criação, em 1964. O proprietário, Luiz Carlos de Pádua, pertence à segunda geração responsável pelo espaço – e é quem o está revolucionando.

Seguramente, quando o pai idealizou o local, às margens da MG-050, não imaginou o que o filho viveria anos depois. “Estamos envolvidos com o turismo há muitos anos, mas sempre fomos cuidadosos na divulgação, para que os turistas não viessem em grande volume. Sabíamos que, naquela época, nossa estrutura ainda era pequena e frágil”, recorda.

Com o *boom* de visitantes registrado a partir de 2014, Luiz Carlos diz que as pessoas passaram a se aglutinar às margens do lago e a navegar pelo local a bordo de embarcações que não dispunham de autorização. “Havia riscos à segurança e à sustentabilidade das belezas naturais encontradas aqui. Foi quando entendemos

Para Luiz Carlos, a cultura da cooperação ampliou as perspectivas de desenvolvimento sustentável



que, se não houvesse união e cultura de cooperação, a situação só pioraria”, comenta.

Planejamento e execução entraram na ordem do dia dos empreendedores, que entenderam a importância de atuar em parceria para garantir o desenvolvimento de todos. A partir do aprendizado no curso Cultura da Cooperação, do Sebrae Minas, foi criada, em 2015, a Associação dos Empresários de Turismo de Capitólio. Era a governança que começava a se estruturar. Depois, em 2017, surgiu a Associação dos Passeios Náuticos da Ponte do Turvo.

GOVERNANÇA PARA O DESENVOLVIMENTO

A união de forças também foi fomentada pelo poder público. Com o aumento do fluxo de visitantes, houve um trabalho conjunto visando ao ordenamento completo do turismo no local. “Aos poucos, conseguimos entender papéis e responsabilidades de cada ator local, dar fim aos negócios irregulares, aumentar a área de estacionamento na

área do Turvo, além de entender e regulamentar toda a parte náutica da região”, pontua a secretária-adjunta de Desenvolvimento Econômico Sustentável de Capitólio. Graças a isso, a Prefeitura garantiu na região a presença da Marinha, que passou a acompanhar de perto os passeios aos cânions.

Já os empresários regularizaram seus negócios, seja por meio da obtenção de licença para suas embarcações, seja pela capacitação de seus pilotos. Atualmente, 100% das 400 embarcações que transitam por Furnas de forma profissional estão regularizadas. Além disso, mais de 500 pilotos possuem habilitação profissional. A Prefeitura concluiu, ainda, um plano de ordenamento costeiro, regulamentando toda a visita ao local – visando à segurança dos passageiros e à proteção ao meio ambiente.

As excursões de ônibus passaram a ser organizadas via cadastro online, e a autorização para passeio passou a ser dada somente após os organizadores informarem onde os participantes ficarão hospedados e farão as refeições.

┌ HORA DE IR ALÉM

Saindo do Restaurante do Turvo e seguindo adiante pela MG-050, sentido Passos, a sinalização indica a chegada a Capivara. Virando à direita, o asfalto dá lugar a uma estrada de terra bem cuidada. Dos dois lados, um campo natural de canela de ema se estende pela propriedade de Wylerson Silva, adquirida em 2002 para exploração de pedra.

Tudo mudou dez anos depois, em 2012, quando ele finalmente conseguiu chegar às margens do Ribeirão Capivara e viu de perto a beleza da qual era proprietário: um complexo de cachoeiras e piscinas naturais, prontas para o banho. Para tornar o negócio uma realidade, o empreendedor trabalhou na construção de acessos, sinalização e formação de uma equipe para receber os turistas. Inaugurada em 2017, a Cachoeira da Capivara – Complexo Ecológico se fortaleceu aos poucos e já atraiu mais de mil visitantes em um único dia.

O apoio do Sebrae Minas também veio, ainda que às escondidas em um primeiro momento,

por meio da ação do cliente oculto. A avaliação surpresa indicou melhorias – que foram prontamente acatadas –, bem como identificou o grande potencial do negócio de Wylerson. “Recebi um convite para viajar ao Nordeste em uma missão empresarial para conhecer a Rota das Emoções. Voltei com a certeza de que precisamos continuar unindo forças com outros municípios para ampliar ainda mais nosso leque de atuação”, avalia.

Além de todas essas ações, a união de esforços tem resultado em mais eventos realizados em Capitólio, no aumento da qualificação dos empresários e no fortalecimento de um produto característico local: a tilápia. A educação empreendedora, forte aliada da formação do capital empreendedor, também tomou conta das escolas municipais, por meio de parceria com o Sebrae Minas. “Estamos aumentando cada vez mais nossa rede de parceiros, incluindo indicadores de gestão em empresas da área e organizando ações para fortalecer ainda mais a presença do DEL em Capitólio”, acrescenta Fabiana Rocha.

SALA MINEIRA DO EMPREENDEDOR

O projeto Compras Públicas, que aproximou o poder público de Capitólio do Sebrae Minas, abriu outra possibilidade à prefeitura: oferecer um tratamento mais adequado às demandas dos empreendedores locais. “O empresário tinha que ser bem tratado quando viesse solucionar um problema. Ou seja, o serviço da Prefeitura deveria ser mais ágil e assertivo”, explica Lécia.

Para isso, em 2016, a cidade adotou um

sistema de atendimento exclusivo a esse público, por meio da Sala Mineira do Empreendedor. A iniciativa facilitou a implantação da Rede Simples, deu mais agilidade à resolução de demandas e estimulou a regularização e o fortalecimento de pequenos e médios negócios locais. Com a desburocratização, o número de atendimentos aumentou. De janeiro até outubro de 2019, por exemplo, a Sala acolheu mais de 4 mil demandas.

5 DIMENSÕES DO **DESENVOLVIMENTO**



A dinâmica do Desenvolvimento Econômico Local passa pela compreensão da realidade territorial em cinco dimensões.



CAPITAL EMPREENDEDOR

Mais e melhores empresas, empreendedores e lideranças



TECIDO EMPRESARIAL

Mais e melhores entidades, redes e conexões



GOVERNANÇA PARA O DESENVOLVIMENTO

Uma visão, um plano e uma institucionalidade



ORGANIZAÇÃO PRODUTIVA

Melhor forma de gerar renda e riqueza no território



INSERÇÃO COMPETITIVA

Melhor forma de se integrar ao mundo.

LEVE O DEL PARA O SEU MUNICÍPIO

Conheça as soluções do Sebrae para apoiar o desenvolvimento local dos municípios mineiros. Procure uma de nossas Agências de Atendimento e saiba mais.

Para conhecer melhor a abordagem do Sebrae, use este QR code e acesse o material de apoio que contém informações sobre a estratégia e outros cases de sucesso.





Jair Moura, empreendedor e presidente da Padepan, ressalta a relação sadia e respeitosa do grupo

FOTOS: SOLON QUEIROZ

MUITAS MÃOS NA MASSA

Panificadores do Norte de Minas criam Central de Negócios para maximizar resultados

[BRUNO ASSIS]

Localizadas na mesma região, dividindo potenciais clientes e com um mix de produtos semelhante, as panificadoras de Montes Claros, Salinas, Janaúria, Janaúba e Mangas, no Norte de Minas, poderiam ser apenas mais um caso de concorrentes que passam anos disputando o mercado. Mas o cenário

é exatamente o contrário: a boa relação entre os proprietários levou à união de forças. “Criamos um grupo para participar de treinamentos com o intuito de melhorar processos e a qualidade dos produtos. Com o passar do tempo, percebemos que ninguém queria se aproveitar do outro. Estabelecemos uma relação sadia e respeitosa”,

conta Jair Moura, proprietário da padaria Grão de Trigo, de Montes Claros.

E lá se vão 15 anos de convivência, que se solidificou nas consultorias oferecidas pelo Sebrae Minas e na troca de experiências sobre os desafios de gerir o próprio negócio. A relação de cumplicidade cresceu a tal ponto que 12 desses empresários decidiram dar um passo além. Em 2017, eles começaram a pensar na possibilidade de criar uma central de negócios e daí surgiu a Padepan, lançada oficialmente em junho deste ano.

A iniciativa partiu dos consultores do Sebrae Minas que atendiam ao grupo, após uma visita técnica realizada na Europa, em que eles foram apresentados a modelos de negócios que adotavam uma gestão mais ágil e que permitiam produzir com maior rapidez. De volta para casa, os panificadores decidiram, então, replicar a ideia. Para isso, era necessário realizar um forte trabalho em conjunto – movimento que ainda não existia na cidade. “Falar sobre isso com nossos concorrentes foi um desafio. Os mais antigos não aceitaram a proposta, mas a nova geração entendeu a importância disso e começou a aderir”, lembra Jair.

Ainda assim, a resistência inicial foi alta. Apesar de já participarem em grupo das capacitações do Sebrae Minas há muitos anos, os empresários estavam acostumados a escolher os produtos que melhor se adequavam ao negócio e a pensar como eles afetariam seus resultados. Mudar essa mentalidade foi o que a administradora da panificadora Marrom Glacê, Laura Gonçalves Machado Sales, considerou mais difícil. “Quando começamos a pensar na Central de Negócios, nossa visão era muito individualista. Até nos enxergávamos como grupo, mas de indivíduos preocupados apenas com o próprio negócio. À medida que avançamos, o consultor do Sebrae Minas passou a virar a chave de cada um”, relata.

O DILEMA DO TRIGO

A primeira ação do novo grupo foi uma compra coletiva. Ao adquirir matérias-primas e equipamentos em conjunto, eles viram o custo operacional cair, ao mesmo tempo que o faturamento aumentou. “Isso fez com que eles deixassem de ser um grupo apenas por conveniência e passassem a atuar como uma verdadeira central de negócios”, explica Walmath Magalhães, analista do Sebrae Minas.

No início, foram comprados pequenos volumes, e o impacto financeiro foi pequeno. A grande virada veio quando as panificadoras decidiram incluir a farinha de trigo na lista. Até então, os associados recorriam a diferentes fornecedores, de acordo com a preferência dos padeiros e das receitas utilizadas. Padronizar o fornecimento e mudar hábitos consolidados há anos foi o primeiro grande desafio do grupo.

Foi necessário um intenso trabalho com os colaboradores e com os próprios empresários para que a mudança não causasse impacto negativo aos negócios. Um esforço contínuo para mostrar que as padarias viviam um novo momento e que todos teriam a ganhar. “Com a farinha de trigo, acertamos na veia. Foi quando a Padepan, enfim, conseguiu negociar melhores preços e condições, que trouxeram um resultado financeiro significativo para os associados”, diz Walmath.

E as vantagens não se limitaram ao caixa das empresas. Segundo o analista do Sebrae Minas, as panificadoras também apresentaram melhorias nos procedimentos internos e no portfólio, e as lojas passaram a ter identidade própria.

Tudo isso só foi possível porque todas as empresas já tinham maturidade gerencial, graças aos anos de consultoria oferecida pelo Sebrae Minas. “Isso nos deu segurança para investir. Se você for a qualquer empresa associada, verá que ela está bem estruturada. Se a Padepan hoje é forte é porque esse grupo vinha andando junto

Panificadoras da Central de Negócios Padepan

- Padaria Pão de Trigo
- All Time
- Panificadora Avenida
- Salvador Pães e Massas
- Bela Massa
- Marron Glacê
- Padaria Luma
- Padaria Santana
- Padaria Pão Sabor Vivo
- Casa dos Pães
- Padaria Paladar
- Padaria Pão Gostoso

há bastante tempo”, explica Jair, atual presidente da Central de Negócios.

IMPACTOS REAIS

Com a formalização da Padepan, os panificadores ganharam também em agilidade. Hoje há um colaborador trabalhando em tempo integral na sede da Central, responsável pelas negociações e pela logística. Os empresários se reúnem toda semana para discutir as estratégias e os assuntos de interesse geral, como compras, campanhas de marketing e treinamentos realizados em conjunto.

Além disso, o espaço possui uma área de estoque, para armazenar o que foi adquirido pelo grupo.

As vitórias coletivas têm refletido de forma positiva nas padarias. Mesmo com 35 anos de mercado, a Marrom Glacê vê na Central de Negócios uma oportunidade para crescer. Laura havia feito parte da equipe administrativa entre 2007 e 2013, quando decidiu se afastar para cuidar de outros negócios. Ela retornou há três anos e acompanhou de perto toda a movimentação que resultou na criação da Padepan. “Por sermos a segunda geração a gerir a empresa, não tínhamos a experiência dos mais antigos. Foi com a formação desse grupo que adquirimos todo o conhecimento necessário, principalmente na área de produção”, diz. Mais do que um auxílio técnico, ela encontrou nos outros empresários um grupo de amigos, que compartilhavam não só o gosto pela atividade, mas também um sentimento de confiança nos negócios, a ponto de constituírem uma central.

Todo esse movimento contribuiu para uma virada na história da padaria. Os serviços foram informatizados, e o espaço físico aumentou. “Trocamos todos os maquinários, estamos agregando um mix maior de produtos, como pizzas, macarrão na chapa, crepe, omelete e saladas. Com a Padepan, podemos acreditar e investir”, avalia a empresária.

Movimento semelhante tem ocorrido na Grão de Trigo. Há 16 anos no mercado, Jair faz parte do grupo de profissionais que primeiro recorreu ao Sebrae Minas para se capacitar e, desde então, não deixou de participar das atividades. Isso trouxe um ganho inegável para o empreendimento, que hoje emprega 48 colaboradores e fornece para os supermercados locais.

Além dos benefícios administrativos e financeiros, a participação na Padepan tem mudado a imagem da padaria no município. “As pessoas começaram a ver a Grão de Trigo com outro olhar. Ela

Para Laura e a sócia Jacqueline Braz, que fazem parte da segunda geração do negócio, a experiência na Central de Negócios tem agregado muitos conhecimentos



se tornou uma empresa sólida, que está no mercado apoiada em outras tão sólidas quanto”, diz.

O apoio dos colegas é outra vantagem que Jair destaca na criação da Central. Ele se sente tranquilo ao lado dos outros empresários, pois sabe que todos têm um objetivo comum, que ele próprio compartilha. “Temos colegas grandes e pequenos, mas todos são respeitados. Tudo é realização do grupo, e a intenção é fortalecer ainda mais esse trabalho.”

CRESCIMENTO ORDENADO

Apesar dos bons resultados, o trabalho desenvolvido pelo Sebrae Minas junto aos panificadores da região ainda não terminou. Haverá um acompanhamento mensal das atividades realizadas, além da possibilidade de atuar como parceiros na capacitação das padarias que querem integrar a Padepan. “Quanto mais negócios, mais aumentamos o volume e o poder de barganha. Além de formas diferentes de pensar, o que só acrescenta à Central”, diz Laura. Isso, porém, está sendo feito com cautela e

regras bem definidas. Como as padarias associadas já têm anos de experiência em gestão estratégica, há um nível mínimo de estrutura organizacional que será exigido das empresas que quiserem aderir. E nisso o Sebrae Minas será essencial.

Além da expansão no número de associados, a proposta da Padepan é ter uma central de produção, dentro do Centro de Distribuição, que forneça alguns produtos para as padarias associadas. Além disso, está sendo avaliada a contratação de técnicos para manutenção de maquinário e psicólogos para atender a todas as empresas. O objetivo final é que a Central de Negócios se responsabilize cada vez mais pelas ações.

Para o analista do Sebrae Minas, os resultados são uma prova de que o associativismo faz bem a qualquer segmento. “As empresas que conseguem baixar a guarda e não enxergar os concorrentes como inimigos têm excelentes resultados. E estamos só começando. A associação ainda tem muito a crescer”, diz Walmath.



No Sebraetec, Carlos e Vinícios aperfeiçoaram o design e a tecnologia de seu produto

JÁ PENSOU EM FAZER DIFERENTE?

Pequenos negócios ganham novas perspectivas com inovação tecnológica

[ANA PAULA DE OLIVEIRA]

Ao se tornar sócio da Lumenx, empresa de automação residencial instalada em Santa Rita do Sapucaí, no Sul de Minas, o administrador Carlos Emanuel Murad Cerqueira sabia dos desafios que enfrentaria para recolocá-la nos trilhos. Criado pelo engenhei-

ro Vinícios de Lima, em 2012, o negócio somava quatro anos de mercado, mas as coisas não andavam bem. Contas a pagar, baixa movimentação de estoque e alta taxa de devolução eram alguns dos problemas.

O convite para a sociedade veio após o reencontro dos dois no Empretec, curso do

Sebrae Minas. Ex-consultor do Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), onde a Lumenx esteve incubada por três anos e meio, Carlos se viu diante de uma oportunidade. “As aulas aguçaram em mim um desejo antigo de empreender. Além do mais, a empresa tinha potencial, e eu sabia onde buscar os recursos para reverter o quadro”, conta. “Aceitei o convite e busquei a ajuda do Sebrae, pois não tinha dúvida de que esse era o melhor caminho para tirar a empresa do vermelho.”

MÃOS À OBRA

O primeiro passo foi realizar um diagnóstico, que indicou os principais problemas e prioridades. Era preciso reposicionar o negócio, o que foi feito por meio do Sebraetec, programa de consultoria tecnológica subsidiada do Sebrae Minas.

Foram duas participações no programa, que ajudaram os empresários a definir os objetivos: investir em inovação e lançar novos produtos. Segundo Carlos, um dos resultados imediatos foi o fim da taxa de devolução dos interruptores com tecnologia touch. “Eles sempre foram o nosso carro-chefe. Produzíamos cerca de 300 peças mensais, mas quase a metade voltava. A ideia era boa, mas a tecnologia, ruim”, pondera.

Além de aperfeiçoar o design e a tecnologia, os sócios também conseguiram nacionalizar integralmente o produto, recolocado no mercado a um preço mais acessível. Atualmente, a Lumenx fabrica uma linha completa de interruptores touch certificada pela Anatel – outro fruto da parceria com o Sebrae Minas.

Sem dívidas, com a produção a todo vapor – cerca de 15 mil peças serão entregues até o final deste ano – e faturamento quadruplicado, os sócios só têm a comemorar.

O Sebraetec dá acesso a consultorias especializadas e soluções customizadas a um preço acessível

“Não fosse o Sebraetec, a empresa teria acabado. Hoje dou risada, mas não foi fácil. E finalmente posso dizer que temos uma empresa saudável.”

APOIO NO PROCESSO

Inovar é a alternativa que as empresas têm para sobreviver em médio e longo prazo. “Chamamos de inovação qualquer melhoria na gestão, em processos e tecnologia ou acesso a mercados que reduza custos, aumente receita ou diminua os riscos para a empresa, ou seja, que gere impacto real no negócio”, explica a gerente de Inovação e Competitividade do Sebrae Minas, Lina Volpini.

Por meio do Sebraetec, os pequenos negócios podem acessar consultorias especializadas e contar com soluções customizadas a um custo acessível, já que 70% do valor é subsidiado pelo Sebrae. Somente em 2019, 671 clientes se beneficiaram da iniciativa e 347 projetos estão em andamento nas quatro áreas temáticas disponíveis: Design, Sustentabilidade, Desenvolvimento Tecnológico e Produção e Qualidade.

Em 2020, o Sebraetec dará continuidade ao processo de revitalização já iniciado. Uma das prioridades é reforçar a abordagem coletiva e setorial. “O objetivo central é facilitar

INOVAÇÃO EM QUATRO PASSOS



CONTATO

As empresas procuram o Sebrae e apresentam suas demandas tecnológicas.



CADASTRO

A demanda é analisada e enquadrada em uma das quatro áreas temáticas atendidas pelo programa.



PRESTADORA

Na sequência, ela é encaminhada a uma das prestadoras de serviços tecnológicos cadastradas no edital do Sebraetec, que podem ser entidades sem fins lucrativos ou empresas privadas.



RETORNO

A prestadora apresenta uma proposta de trabalho e a aprovação fica condicionada ao cumprimento do Edital e ao atendimento às necessidades da empresa cliente, que arca com apenas 30% do custo do projeto – o restante é subsidiado pelo Sebrae.

o acesso do cliente ao Sebraetec, aumentando também nossa capacidade de atendimento no estado. Para isso, estamos identificando as necessidades e oportunidades de melhorias conjuntas que possam ser implementadas simultaneamente nas empresas de um mesmo segmento e gerar maior impacto nos negócios”, explica Lina.

MAIS COMPETITIVA

O engenheiro de alimentos Barôncio Cabral e o engenheiro ambiental Karibe Fernandes da Silva tinham um objetivo muito claro quando recorreram ao Sebraetec. Donos do Certificar, laboratório especializado em análises físico-químicas, microbiológicas

e instrumentais, situado em Ipatinga, no Vale do Aço, eles precisavam ampliar o escopo de procedimentos previstos na Norma ISO/IEC 17025. Específica para laboratórios, ela regula a qualidade dos serviços prestados e confere confiabilidade aos resultados.

“Já tínhamos alguns parâmetros certificados pela ISO, que é pré-requisito para muitas empresas que demandam nossos serviços. Mas queríamos ir além. A análise de água, por exemplo, é complexa. Existem os parâmetros mais simples, mas também há os instrumentais, que exigem muito conhecimento técnico e metodológico”, explica Barôncio.

Com as consultorias nas áreas de qualidade e avaliação de conformidade, realizadas ao

Em 2020, o Sebraetec dará continuidade ao processo de revitalização já iniciado

longo de três anos, eles conseguiram desenvolver o quesito instrumental e adquiriram o conhecimento para dominar as metodologias necessárias. “Hoje, estamos na versão 2017, a mais atual da norma. Saltamos para mais de 90 tipos de análises certificadas, o que aumenta nossa competitividade no mercado e nos dá a capacidade de atender clientes mais complexos, de segmentos de celulose, mineração, siderurgia e indústria alimentícia, entre outros”, observa.

Atualmente, o Certificar tem cerca de 350 clientes ativos e atua em todo o estado de Minas Gerais, além do Sul da Bahia e do Espírito Santo.

Karibe e Barôncio, da Certificar, conseguiram se organizar para atender a clientes mais complexos



VEM POR AÍ

Segundo Lina Volpini, entre as ações de revitalização previstas para o Sebraetec em 2020 estão:

- Revisão do portfólio para torná-lo mais enxuto e capaz de atender às principais necessidades das pequenas empresas;
- Redução dos custos dos projetos para os clientes;
- Redução do prazo médio de abertura e início de execução de projetos;
- Digitalização da relação do cliente com o Sebrae Minas.



ALUGUEL DESCOMPLICADO

Diretor da Quinto Andar, Marcus Andrade, conta como criou o modelo de startup que veio para ficar

[GUILHERME BARBOSA]

A forma como se solicita um carro mudou, assim como a maneira de pedir comida em casa, entre tantos outros exemplos. A verdade é que a maneira como a sociedade se relaciona vem sendo completamente revolucionada pela tecnologia, que ajuda a solucionar problemas e torna nossa rotina mais fácil e ágil.

Se há algo que incomoda milhões de brasileiros são os entraves burocráticos para alugar um imóvel no modelo tradicional – que inclui fiadores, exigência de comprovação de renda e outros requisitos. Ao perceber essa insatisfação, a Quinto Andar, *startup* criada há seis anos, apostou na tecnologia para aproximar os elos da cadeia envolvida com esse tipo de transação. A possibilidade de alugar um imóvel sem fiador, usando apenas um smartphone, fez com que a ideia se tornasse valiosa. Tanto que, em sua última rodada de negócio com investidores, a empresa angariou R\$ 250 milhões.

A revista Passo a Passo conversou com o diretor da Quinto Andar, Marcus Andrade, para conhecer os percalços que os fundadores tiveram que superar e saber como foi colocar em prática uma ideia que ainda não revolucionou por completo o mercado imobiliário, mas está próximo disso.



Como surgiu a empresa e o que fizeram para a ideia dar certo?

A Quinto Andar surgiu de um problema que os outros sócios, o André (Penha) e o Gabriel (Braga), tiveram. Eles estavam se mudando e foi difícil achar uma casa. Como bons empreendedores, ficaram com esse negócio na cabeça. Todo o processo de locação é muito ruim, desde encontrar informações e imagens do imóvel, conseguir um fiador que tenha imóvel para dá-lo como garantia, arcar com o seguro, enfim, são muitas as exigências. O caminho a percorrer da visita até a assinatura não é, digamos, muito “amigável”. Daí, eles viram que aquele era um problema que gostariam de resolver. Assim surgiu a Quinto Andar.

Dividimos nosso serviço em três pilares. Quando conseguimos cumprir todas as etapas, o negócio cresceu bastante. O primeiro foi a busca: ajudamos proprietários e inquilinos a se encontrar, fotografamos os imóveis, somos precisos na descrição, temos um site de

fácil navegabilidade, que permite encontrar o imóvel desejado com rapidez. Em seguida, passamos à fase da transação: desde a visita, que pode ser agendada online, até a assinatura do contrato, tudo é digital. Você pode estar em Belo Horizonte alugando um apartamento em São Paulo, por exemplo. Já o terceiro pilar é a administração. A relação entre proprietário e inquilino normalmente é pontuada por atritos, e percebemos que poderíamos atuar como intermediários, facilitando e melhorando a interação. Hoje, nos responsabilizamos por toda a administração dos imóveis, para que o proprietário não tenha dor de cabeça. E não há risco de inadimplência, porque a Quinto Andar garante todos os pagamentos. O inquilino, por sua vez, conta com uma assistência completa e profissional se precisa que se faça um reparo, por exemplo, além de outros serviços. Esses três pilares, somados à nossa proposta de valor, quando comparados ao mercado tradicional, fez com que crescêssemos bastante.

Uma ideia só é boa se é possível tirá-la do papel. Como foi executar tudo o que haviam pensado?

Ainda que tenhamos mais de mil funcionários e atuação em 26 cidades, estamos no começo. O tamanho desse mercado e a quantidade de problemas de moradia que temos que resolver é grande. Nos seis anos de história da empresa, os quatro primeiros foram bem duros, porque ainda estávamos entendendo como solucionar as questões que surgiam.

Enfrentamos alguns obstáculos comuns a quase todas as startups, em diferentes momentos. O primeiro é identificar qual é o real problema que se quer resolver. Uma vez definido isso, é necessário atrair as pessoas certas para ajudar a buscar as soluções, porque ninguém consegue construir nada sozinho. E quando você está começando, sem capital, a equipe é muito importante.

O segundo fator é a tecnologia, à qual dedicamos muita atenção. Um dos fundadores é o responsável pela área internamente, mas é muito difícil atrair talentos para produzir tecnologia com o grau de excelência que buscamos. O terceiro pilar envolve capital. Ao longo do tem-

po, precisamos de dinheiro para desenvolver a ideia. Ou seja, a captação de recursos é um desafio importante. Mas acredito que, quando o empreendedor tem um problema a ser resolvido e um bom time para resolvê-lo, o dinheiro, de alguma forma, surge para fazer o negócio crescer.

A empresa cresceu justamente em um momento de crise no setor imobiliário. A que isso se deve?

Quando se consegue apresentar um produto muito inovador, há oportunidade de sucesso mesmo que o mercado comum esteja passando por algumas dificuldades. Quem precisava alugar iria buscar a Quinto Andar de toda forma, pelo nível de inovação ofertado. Creio que a inovação vai ajudar a superar os desafios mesmo em momentos de crise. Achamos que é importante estar atento a essas movimentações econômicas, que são cíclicas, mas, quando se tem inovação em um produto bom, foco no cliente e tecnologia, a resposta tende a ser positiva.

O plano de negócio elaborado no início pôde ser seguido?

Quando você faz um plano de negócio, a única certeza que tem é que ele está 100% errado. Em uma startup de tecnologia, o mercado muda tanto que é preciso ser ágil para se adaptar ao que o cliente quer, a uma sugestão nova que deve ser implementada, um novo teste que se deve fazer. Por outro lado, o plano de negócios é muito importante para guiar o pensamento e mapear o mercado, entender qual é o problema a ser resolvido e a viabilidade comercial do serviço/produto. O plano serve mais para entender a indústria e saber se meu produto tem potencial de aderência ao mercado. Depois, ao menos na Quinto Andar, sempre fazemos testes pequenos, errando e consertando de forma rápida. Se formos olhar o

Quando o empreendedor tem um problema a ser resolvido e um bom time para resolvê-lo, o dinheiro, de alguma forma, surge para fazer o negócio crescer

DIVULGAÇÃO



primeiro plano da Quinto Andar e comparar com o que fazemos nos dias de hoje, ele é muito diferente. Mas a indústria ainda é a mesma, o caminho da solução é o mesmo; os “microcaminhos” é que foram bastante alterados.

Uma das dificuldades que os empreendedores de startups têm é de captar investimentos, como você mesmo destacou. E vocês evoluíram muito nesse sentido. Que dica você dá para o empreendedor que está exatamente nessa etapa?

Vamos dividir em três pontos: o primeiro é ter muito claro qual problema se quer resolver e se ele é grande o suficiente. Nenhum investidor vai colocar dinheiro em questões pequenas. O segundo é que você precisa estar muito preparado para essa conversa, deve estudar e estar seguro para a venda da ideia. E o terceiro fator é ter clareza também de quais são as suas limitações pessoais e como pode formar um time, seja de sócios, seja de cofundadores ou de funcionários. Normalmente, o investidor busca um grande time e, depois, uma grande ideia.



Se você tem uma grande ideia ou acredita que ela seja muito boa, o mais importante é colocá-la em prática

Como fazer com que a ideia que parece boa seja exequível?

Se você tem uma grande ideia ou acredita que ela seja muito boa, o mais importante é colocá-la em prática. Muitas pessoas se sentem bloqueadas – “e se isso, e se aquilo”, pensam. Elas já criam as dificuldades mesmo antes de tudo começar. A segunda coisa é que se a sua ideia for muito grande e complexa, pense em uma forma mais simples de testar se ela é legal mesmo. É o que a gente chama de Mínimo Produto Viável (MPV).

Como ficou a relação da Quinto Andar com as imobiliárias tradicionais?

Temos uma característica forte, que é o fato de sermos cooperativos. Acreditamos no poder da tecnologia e em como as empresas podem ajudar o mercado como um todo. Sabemos da importância das imobiliárias físicas, locais, que têm tradição e, há mais de um ano, criamos um programa no qual temos mais de 20 imobiliárias parceiras em todo o Brasil, em um formato em que todos ganham.

APOIO PARA CRESCER

Grandes empresas auxiliam startups a desenvolver produtos e modelos de negócios com mais facilidade

[BRUNO ASSIS]



PEDRO VIELA/AGENCIAT7

A startup de Guilherme Tângari está financeiramente equilibrada e busca novos apoios para escalar de vez o mercado

No universo das *startups*, a denominação unicórnio é dada àquelas com valor de mercado de ao menos 1 bilhão de dólares, e ser assim chamada se tornou um objetivo para muitas delas. Conquistar esse status, porém, é para poucos. Até outubro de 2019, nove companhias brasileiras eram consideradas unicórnios. A Quinto Andar se tornou a caçula do grupo em setembro deste ano, mês em que, ao participar de uma rodada de investimento, atraiu US\$ 250 mil, que vão custear a expansão do negócio (confira na Entrevista, na página 54).

Quando o negócio sobrevive ao teste do mercado, é comum atingir um ponto de maturidade suficiente para receber investimentos ou ser comprado por grandes corporações. “O conceito de *startup* pressupõe escalabilidade, por meio da resolução de problemas de forma simples e replicável. As empresas do mercado estão atentas a esse movimento. Elas sabem que podem contribuir com esse crescimento e, ao mesmo tempo, ganhar com isso”, diz Carla Ribeiro, analista do Sebrae Minas.

Ela ressalta que um dos papéis mais importantes do investidor é dar condições de escalar

rapidamente o negócio e acessar uma base de clientes maior e de forma mais rápida. “Com as relações corporativas com médias e grandes empresas, a *startup* tem possibilidade de acelerar o processo de validação por meio de testes, além de sair com incremento de credibilidade para outros clientes e, claro, com a possibilidade de investimento”. A analista explica, ainda, que o capital empreendedor, conhecido como *smart money*, deve agregar, além de recursos financeiros, inteligência e conexões relevantes para escalar o negócio. “Ao escolher o investidor ou uma empresa parceira, a *startup* precisa avaliar o que eles vão agregar ao negócio, para além do dinheiro”, diz Carla.

ANÁLISE PROFUNDA

A Espresso, plataforma para prestação de contas e reembolso de despesas de viagem sediada em Uberlândia, no Triângulo Mineiro, é um bom exemplo disso. Guilherme Constantin Tângari precisou deixar o emprego no ramo de tecnologia e estudar muito até estar preparado para iniciar uma empresa própria.

A proposta desenhada à época foi levada para o Go Minas, programa de pré-aceleração ofertado pelo Sebrae Minas. À medida que as fases avançavam, porém, surgiram as primeiras dúvidas. “Pouco antes da rodada final, vimos que a ideia não era viável. Então mudamos tudo e trouxemos uma nova proposta. A Espresso surgiu nessa última reunião”, conta o atual CEO da *startup*.

Além de receber o prêmio de empreendedor mais corajoso, Guilherme também levou para casa a ideia que se transformaria em sua *startup*. Criada no final de 2015, atualmente a Espresso atende a cerca de 300 empresas, com dezenas de milhares de usuários ativos e mais de R\$ 40 milhões monitorados. Além disso, foi considerada uma das cem *startups* mais promissoras do país

Um dos papéis mais importantes do investidor é dar condições de escalar rapidamente o negócio e acessar uma base de clientes maior e de forma mais rápida

em 2018, em uma pesquisa realizada em parceria por *Pequenas Empresas, Grandes Negócios, Época Negócios* e EloGroup.

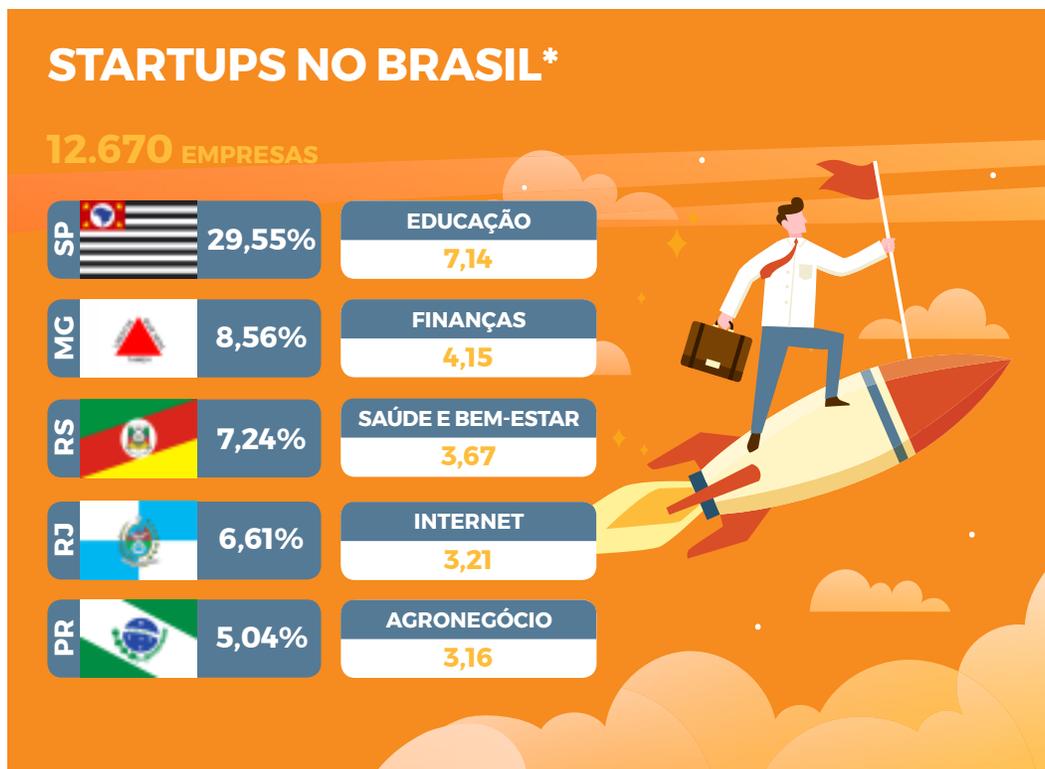
Chegar a tais resultados não foi simples. “Julgávamos que o produto era bom, mas não tínhamos expertise em gestão. Procuramos, então, uma aceleradora para auxiliar”, diz Guilherme. Foram seis meses de sabatinas até que, em outubro de 2016, veio a boa notícia: a ACE, uma das maiores aceleradoras da América Latina, investiria na ideia.

Ao longo das dinâmicas, ao ser colocado à prova, o produto percorreu todas as áreas da *startup*. Mais do que o dinheiro, esse caminho foi essencial para que a Espresso alcançasse o estágio atual. “O primeiro investimento foi um divisor de águas. Aprendemos a gerir o negócio e passamos a nos dedicar a crescer”, afirma Guilherme.

Atualmente, a empresa está financeiramente equilibrada e busca novos apoios para escalar de vez o mercado e, quem sabe, se transformar em uma fintech – *startup* voltada para serviços financeiros.

NO MOMENTO CERTO

Saber quando buscar investimentos ou vender o negócio exige planejamento. Fazer uma boa análise das perspectivas de mercado, do produto



*Empresas registradas na Associação Brasileira de Startups (Abstartups) em outubro de 2019

e dos consumidores é essencial para definir os próximos passos. E dar as ferramentas certas para que o empreendedor chegue a esse ponto é um dos objetivos do Sebrae Minas.

“Oferecemos dados e parâmetros que embasam uma boa decisão. Toda a nossa trilha visa a ajudar a *startup* a se preparar, de modo que ela saiba negociar quando chegar o momento de saída”, explica Carla Ribeiro. Ao mesmo tempo, é preciso definir a estratégia de negócios, que, no entanto, não pode ser fixa – por se tratar de modelos ainda não testados, acaba sendo uma aposta.

Por essa razão, o Sebrae Minas oferece diversos programas de preparação para *startups*, que vão desde a criação até o investimento/venda. A realização de *hackathons*, que conecta empreendedores e agentes do mercado, e o Mind 4.0 (saiba

mais no box da página ao lado) são apenas alguns dos exemplos de ações realizadas. Muitas vezes, inclusive, a melhor estratégia é buscar o apoio de grandes empresas, que auxiliarão as *startups* tanto financeira quanto estruturalmente.

A Ostera Tecnologia, empresa de hardware e software voltada para a agricultura de precisão, viveu essa experiência de forma intensa. Criada como um projeto de conclusão de curso em 2008, em Santa Catarina, a *startup* se inscreveu em diversos prêmios de tecnologia para validar a ideia e obter recursos para o desenvolvimento do protótipo. Após ter acesso a diversas consultorias do Sebrae, o primeiro produto ficou pronto em 2011.

“Batemos em quase cem portas e duas se abriram. Conseguimos um investimento anjo de R\$ 250 mil e começamos a vender no Sul, em Goiás

e em Minas Gerais”, conta Jefferson Magalhães, ex-sócio da Ostera. Um erro estratégico, porém, quase tirou a empresa do mercado: pensados apenas para os pequenos produtores, os produtos eram de pouca utilidade para os grandes – o que inviabilizava o crescimento. Além disso, eles estavam longe do mercado consumidor e, por isso, decidiram se mudar para Uberlândia.

Ao se aproximar mais dos clientes, os sócios tiveram a oportunidade de utilizar uma das fazendas como laboratório de testes. E, com o apoio do Sebraetec, foram desenvolvidos quatro novos produtos, mais adequados à realidade dos compradores, que alavancaram as vendas.

“O negócio estava indo bem, mas queríamos expandir para o Centro-Oeste. Sendo uma *startup*, só podíamos atingir esse público se conseguíssemos um novo investimento”, diz. Isso foi em 2014, quando a crise econômica desembarcou para ficar no Brasil. Mesmo sem perspectivas, eles

chegaram à final de uma banca de investimento e um dos fundos presentes manifestou interesse em comprar a empresa.

Após muita conversa entre os sócios, eles decidiram vendê-la. “O que pesou foi a crise. As vendas diminuíram e vimos nessa proposta uma oportunidade. Vivemos um ciclo que terminou”, explica Jefferson. Seus sócios permaneceram na empresa que comprou a Ostera, mas, atraído pelo desejo de empreender, ele decidiu abrir uma nova *startup*, a ZenPet, focada no controle inteligente da alimentação de cães e gatos de estimação.

Ele considera a experiência adquirida na Ostera fundamental para não repetir erros cometidos no passado. “Na época, nada sabíamos sobre gestão, estudos de viabilidade ou *pitch*. Fomos atrás do Sebrae para aprender isso. Graças a essa base, conquistamos a confiança dos investidores a ponto de vender a empresa. E uso esses ensinamentos até hoje.”

MENTORIA PARA O MERCADO

Pensar em soluções inovadoras para problemas da indústria mineira, por meio do impulsionamento de pequenas empresas de base tecnológica, foi a proposta do Programa Mind 4.0, realizado entre junho e dezembro de 2018, em uma parceria do Sebrae Minas com a Vallourec.

Das 26 empresas inscritas, seis chegaram à final, o que lhes deu acesso a mentorias e orientações para aprimorar as soluções propostas e ajustá-las às necessidades da siderurgia. Os protótipos foram apresentados e há grande expectativa de que a empresa feche negócios com as finalistas.



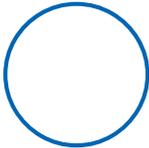
NÓS TE AJUDAMOS A INOVAR!

Acesse a plataforma Inovação Sebrae Minas (inovacaosebraeminas.com.br) e tenha acesso a ferramentas, cases, boas práticas, estudos, tendências e muito mais. Conheça também os serviços do Sebrae Minas para estruturar e impulsionar as *startups*. Procure uma de nossas Agências de Atendimento ou ligue para **0800 570 0800**.

SEM CRISE

Segmentos de beleza e bem-estar crescem de forma contínua há alguns anos e se consolidam como opções para empreendedores

[GUILHERME BARBOSA]

 mercado de estética e bem-estar não sabe o que é crise há alguns anos. Lucimário Pereira de Moura identificou esse potencial em 2010. Com dois sócios, o representante comercial começou a planejar a saída do emprego para abrir um salão de beleza. “Observamos que esse mercado crescia ano a ano e começamos a estudá-lo melhor”, conta. Logo de início, eles decidiram não se limitar ao público feminino. Por isso a opção por uma galeria na área hospitalar de Belo Horizonte. “Vimos que era preciso ter estacionamento, para que as famílias se sentissem seguras.”

Assim foi criada a Passione Cabeleireiros, já dotada de infraestrutura para atender aos filhos das clientes. Mais tarde, vieram as adequações para a barbearia, uma tendência dos últimos anos. Os sócios cumpriram o plano de negócio à risca e, em 2015, já haviam inaugurado mais duas lojas. Para seguir crescendo, eles optaram por franquear a marca. Para saber o que e como fazer, eles buscaram o apoio do Minas Franquia, projeto do Sebrae Minas.

[GUIA NOS PROCESSOS

Lucimário ilustra o quanto os mineiros parecem ter tomado gosto pela franquia nos últimos

anos. De acordo com Alessandra Simões, analista do Sebrae Minas, isso se deve a alguns fatores. Primeiramente, muitas regiões do interior do estado têm cidades populosas, com potencial econômico e de consumo que despertam o interesse dos franqueadores. Outro ponto é a forte presença do Sebrae, que auxilia na identificação dos municípios e empresários vocacionados a receber as franquias. “As cidades do interior têm características próprias. Se, por um lado, o custo fixo de operação é baixo, por outro a oferta de mão-de-obra capacitada é pequena. Por ser um modelo de negócio enxuto, a franquia oferece perspectiva de bom faturamento, mesmo em municípios menores.”

A analista informa que, desde 2010, mais de cem marcas foram lançadas pelo Minas Franquia. Atualmente, há turmas em andamento nas cidades de Belo Horizonte, Varginha e Ipatinga. “O empresário mineiro que quer se tornar um franqueador percebeu que é possível aprender fazendo e que há boas chances de crescer.”

A Passione Cabeleireiros franqueou sua primeira loja em 2016, no sistema misto, em que tanto franqueador quanto franqueado entram com metade da receita. A segunda foi inaugurada no ano seguinte, no Shopping Del Rey, também na capital. Posteriormente, Taguatin-



PEDRO VILELA/AGÊNCIA 17

ga, no Distrito Federal, foi a primeira a receber uma franquia genuína do salão – o franqueado se responsabilizou integralmente pelo investimento. Os resultados foram tão positivos que ele já estuda abrir mais um estabelecimento na Asa Norte, em Brasília. Lucimário adianta que, até 2022, planeja ter mais quatro franqueados, que, assim como os demais, serão escolhidos a dedo. Cautela na escolha dos parceiros é, a propósito, algo que ele trouxe consigo da experiência no Minas Franquia. “Temos critérios

rigorosos. Estamos estudando candidatos no Rio de Janeiro e em Recife, e uma das premissas para o nosso aval é que eles estejam alinhados ao nosso propósito. Acreditamos muito no nosso negócio e avaliamos que, quando o empreendedor é acompanhado e orientado, os resultados são melhores do que os de uma loja própria, com um gerente na operação, por exemplo.”

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Assim como o mercado de estética e bem-estar, tem crescido a preocupação dos brasileiros com a qualidade dos alimentos consumidos. A Euromonitor, que faz pesquisas de mercado, aponta que o setor de alimentos ligado à saúde e ao bem-estar cresceu 98% entre 2009 e 2014. Os números ainda revelam que aproximadamente 28% dos brasileiros acreditam ser muito importante consumir alimentos saudáveis. Não à toa, esse mercado movimenta, anualmente, US\$ 35 bilhões no país.

De olho nesses indicadores, Mila Ubner Nascimento arriscou deixar o trabalho como bancária e convidou o atual sócio, o gastrônomo Pedro

“Por ser é um modelo de negócio enxuto, a franquia oferece perspectiva de bom faturamento, mesmo em municípios menores”

ALESSANDRA SIMÕES
ANALISTA DO SEBRAE MINAS

“Tinha receio em me tornar franqueadora, mas o Minas Franquia nos deu segurança”

MILA NASCIMENTO
EMPREENDEDORA

Henrique de Souza Grossi, a empreender. “Unimos o conhecimento em gastronomia dele à minha experiência administrativa. A parceria tinha tudo para dar certo. E deu”, diz. “Depois que saí do banco, fomos a outros países para pesquisar o mercado fitness e voltamos com muitas informações valiosas.”

A conclusão a que chegaram era que a cidade onde moravam, Governador Valadares, tinha espaço para um estabelecimento dedicado apenas a produtos naturais. Assim,

em 2016 inauguraram a Made in Grãos, que mantém em estoque 150 produtos a granel, entre chás, temperos, castanhas, sementes, sucos solúveis, petiscos fitness, sobremesas e bebidas. “Os clientes entravam e elogiavam muito. Gostavam dos produtos, do conceito e do design da loja. Muita gente manifestava a intenção de ser franqueado. Daí percebemos que havia margem para expandir.”

O passo inicial dos sócios foi buscar o Minas Franquia. Mila conta que tinha certo receio em se tornar franqueadora, mas a consultoria deu a eles a segurança que faltava. “Entendemos todo o processo, e o que mais me chamou a atenção e me tranquilizou foi o fato de o profissional ter vindo até a loja para ver como funcionava e para verificar se o modelo de gestão que adotávamos era adequado a uma franqueadora.”

De forma planejada, a Made in Grãos abriu uma loja modelo franquia para que os interessados façam todos os testes necessários. Eles, inclusive, já avaliam possíveis franqueados, e a meta é abrir duas lojas em 2020, no modelo mais ajustado, ideal para o interior de Minas.

CENÁRIO DE SAÚDE E BELEZA É PROMISSOR



567%

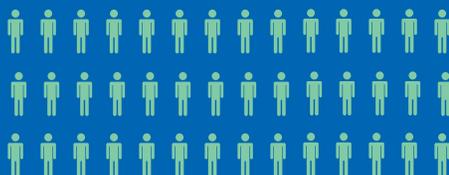
Crescimento nos últimos cinco anos



R\$ 47,5 bilhões
movimentados em 2018



72 mil contratados em 2014



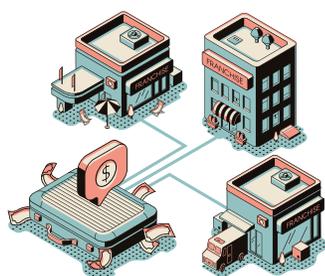
Mais de **480 mil** em 2018

*Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)



VOCÊ PODE IR ALÉM

COM O MINAS FRANQUIA



Tem um negócio consolidado e pensa em expandir suas atividades, tornando-se um franqueador? Procure o Sebrae Minas. A consultoria especializada no Minas Franquia tem duração de aproximadamente um ano e oferece orientações sobre o que é necessário para se tornar um franqueador, nuances contratuais a que é preciso estar atento e, sobretudo, como evitar erros ao escolher o futuro parceiro e iniciar o novo negócio.



Vá a um ponto de atendimento do Sebrae Minas ou acesse www.sebrae.com.br/minasgerais



A professora Andrea Vieira e a aluna Maria Cecília Freitas participam de iniciativas de educação empreendedora em Paraopeba

ENCORAJANDO SONHOS

Empreendedorismo nas escolas contribui para a formação de jovens mais conscientes e responsáveis com o próprio futuro

[FERNANDA PEREIRA]

De tímido e introvertido a repórter e apresentador de TV, Matheus Borges, de 21 anos, é um dos jovens brasileiros que não enfrentou dificuldades para conseguir o primeiro emprego. Aluno de escola pública e morador de uma área socialmente vulnerável, em Patos de Minas, ele tinha poucas perspectivas. A transformação na vida dele e na de outros jovens da

cidade começou em 2013, com a implantação do programa Jovens Empreendedores, viabilizado por meio de uma parceria entre o Sebrae Minas, a Secretaria Municipal de Educação (Semed), o Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM) e a Superintendência Regional de Ensino (SER).

Matheus conheceu o empreendedorismo no 9º ano do Ensino Médio, na Escola Municipal

Professor Aristides Memória (CAIC). À época, ao lado de alguns colegas, esboçou o que seria uma microempresa de estampas originais para camisetas e, no processo, aprendeu muito além dos conceitos absorvidos em sala de aula. “O principal ensinamento é que nunca devemos nos acomodar. Importante é pensar além e não desistir.” Na mesma época, ele uniu as lições de empreendedorismo ao sonho de infância de trabalhar na TV e criou um blog para contar histórias de pessoas que apostaram em seus próprios negócios na comunidade. A ideia chamou a atenção do UNIPAM, que convidou Matheus para desenvolver um projeto de jornalismo, antes mesmo de ingressar na faculdade. Logo que passou no vestibular, ele foi convidado por uma emissora local para um estágio. Três anos depois, Matheus se tornou repórter e apresentador de dois programas. “A educação empreendedora mudou radicalmente a minha visão de mundo; me deu coragem e fez com que eu acreditasse no meu potencial”, afirma.

CRESCIMENTO MÚTUO

Iniciado há seis anos em Patos de Minas, o programa Jovens Empreendedores foi implementado em escolas da Rede Municipal de ensino,

O Sebrae nos mostrou que nossa missão, como educadores, é incentivar o aluno a também buscar conhecimento e mostrar que existe um propósito nisso

TÚLIO GUIMARÃES
PROFESSOR

para incentivar alunos do Ensino Fundamental a desenvolverem comportamentos, habilidades e práticas empreendedoras. Desde 2018, estendeu-se às escolas estaduais de Ensino Médio e, até outubro deste ano, já havia capacitado mais de 500 professores e aproximadamente 7 mil crianças e adolescentes de 32 escolas.

Por meio do programa, que é considerado referência no estado, o Sebrae Minas capacita professores da rede pública, que, por sua vez, levam a cultura empreendedora para as salas de aula. Além disso, a iniciativa aponta as várias possibilidades de inserção do aluno no mercado de trabalho, contribuindo com a formação de jovens mais autoconfiantes, inovadores e criativos, para ampliar suas chances de se tornarem adultos bem-sucedidos.

“O diferencial do programa em Patos de Minas é a sua estrutura de governança. Temos um comitê gestor que é regulamentado por uma portaria. Esse sistema permite que os parceiros atuem em conjunto na tomada de decisões e desenvolvimento dos projetos. Além disso, oferece abertura para novos parceiros que queiram participar”, acrescenta Rosania Lima, analista do Sebrae Minas.

MEGATRON

Em 2017, o curso de Engenharia Elétrica do UNIPAM pôs em prática o Projeto Megatron, que promove oficinas de aprendizagem tecnológica para alunos participantes do Programa de Educação Empreendedora.

O objetivo é despertar neles um olhar diferente para as engenharias, incentivando a inovação e o empreendedorismo. “Participamos do programa de forma integrada, promovendo o conhecimento tecnológico e a inovação. Assim, contribuimos não só para a formação de profissionais capacitados, mas para a ampliação da

FOTOS: PEDRO VILELA/AGÊNCIA 17

Matheus Borges transformou sua vida ao conhecer o empreendedorismo



oferta de mão de obra capacitada ao mercado”, destaca o coordenador do curso de Engenharia Elétrica do UNIPAM, Fábio de Brito Gontijo.

Aluna do 9º ano da Escola Municipal Major Augusto Porto, Maria Eduarda Dias de Lima Mota, 14 anos, é uma das participantes do Megatron. Apaixonada por Engenharia Elétrica, seu sonho é fazer o curso superior e continuar pesquisando, desenvolvendo e empreendendo. As aulas do Megatron oferecem conhecimentos em robótica, Autocad, solda, entre outros, que, segundo ela, vão facilitar sua vida na universidade. “O aprendizado das disciplinas regulares também fica mais fácil, pois aplicamos os conceitos na prática”, pontua.

[FEIRA DE EMPREENDEDORISMO

Ao longo do ano, os alunos são estimulados a desenvolver comportamentos e característi-

cas empreendedoras. Ao final, os projetos desenvolvidos podem ser vistos na Feira Jovens Empreendedores, que reuniu em outubro, mais de 500 alunos de 23 escolas de Patos de Minas. “A feira é muito bacana, porque é quando vemos o resultado desses esforços”, afirma Túlio Guimarães, professor da Escola Municipal Abdias Caldeira Brant e membro do Comitê Municipal do Programa de Educação Empreendedora. Segundo ele, o JEPP traz reflexões sobre o modelo educacional, que precisa se adequar à nova realidade dos jovens e motivá-los a realizar seus sonhos.

“Hoje, o professor que chega à sala de aula e simplesmente repassa o conteúdo está ultrapassado. O Sebrae nos mostrou que nossa missão, como educadores, é incentivar o aluno a também buscar conhecimento e mostrar que existe um propósito nisso. É fazê-lo pensar que, para se destacar, é preciso correr atrás, traçar metas, planejar e ir além daquilo que os outros fazem”.

[PROJETO PARA A VIDA

Estimular o desenvolvimento de novas competências, habilidades e atitudes empreendedoras para contribuir com a construção de projetos de vida, tanto pessoais quanto profissionais, é um dos propósitos do Programa Educação Empreendedora. E foi o que despertou a atenção de Telma Cristina de Oliveira, ex-professora e atual Secretária Municipal de Educação, Cultura e Esporte de Paraopeba. Ela conheceu o empreendedorismo aos 10 anos e continuou a empreender na vida adulta, sempre com olhar inovador.

Em 2017, quando foi nomeada secretária, Telma tinha a certeza de que o Programa de Educação Empreendedora traria mudanças muito positivas à cidade. Foi então que, por

meio da parceria entre o Sebrae Minas e a Prefeitura, teve início a implantação do JEPP. “Vejo o empreendedorismo como um projeto para a vida e para a formação de seres humanos socialmente engajados, capazes de fazer escolhas éticas e responsáveis, de fazer a diferença na sociedade”, diz.

Já são mais de 3,5 mil alunos de 13 escolas do município, incluindo aquelas localizadas na zona rural, e cerca de 300 educadores capacitados. O analista do Sebrae Alysson Almeida afirma que o apoio da administração municipal foi fundamental para viabilizar o projeto. “Percebemos o interesse e o comprometimento de todos os envolvidos logo nas primeiras conversas.”

Segundo ele, a metodologia aplicada nas oficinas utiliza conceitos e ferramentas de análise, planejamento, compra e venda, simulação de investimentos, finanças, modelos de negócios, entre outras. Além capacitar os educadores por meio do programa, o Sebrae acompanha de perto o desenvolvimento dos projetos dentro das escolas, participa de reuniões e está diretamente envolvido na realização da Feira Jovens Empreendedores. “É um desafio para nós, professores, pois precisamos adequar os conceitos de forma muito eficiente à realidade dos alunos, a fim de facilitar o aprendizado”, afirma a professora Andreia Vieira, da Escola Municipal José Lucas de Figueiredo.

NUNCA DESISTIR

Para Andreia, os resultados são mais perceptíveis nas escolas localizadas na zona rural, onde as famílias geralmente possuem negócio próprio. “Como ali o empreendedorismo está presente no dia a dia das crianças, fica mais fácil adaptar as atividades”, avalia. As ativida-

Maria Eduarda é aluna das oficinas de aprendizagem tecnológica e deseja cursar Engenharia Elétrica



des extraclasse, ainda segundo ela, propiciam aplicar os conceitos ao cotidiano, por meio, por exemplo, de visitas dos alunos aos estabelecimentos comerciais de Paraopeba. “O Sebrae nos propôs esse desafio, que foi muito bem recebido, de formar crianças que, na vida adulta, poderão ser empreendedoras. Para nós, isso é muito gratificante”, diz.

A jovem Maria Cecília Ananias de Oliveira sabe que empreender não significa necessariamente abrir seu próprio negócio. Aluna do 5º ano da Escola Municipal Sabino de Paula Freitas, seu sonho é se tornar uma policial, e ela acredita que as lições aprendidas atualmente podem ajudá-la a alcançá-lo: “A professora ensinou que qualquer sonho pode ser realizado, basta planejar, calcular riscos, traçar metas e nos esforçar. E, principalmente, nunca desistir”.

A BUSCA CONSTANTE POR INOVAÇÃO

Processo deve ser gerenciado sistemática e continuamente

A década de 1990 foi marcada pela gestão da qualidade. Agora, no limiar da década de 2020, nos deparamos com a busca constante por inovação. A exigência do mercado por produtos e serviços melhores e a procura de vantagem competitiva pelas empresas tornaram a inovação um dos pilares para a sobrevivência de um negócio, além de uma ferramenta de geração de valor. E não basta às empresas inovar uma única vez: é preciso gerenciar a inovação sistemática e continuamente.

As empresas que inovam são mais capazes de reter os atuais e atrair novos clientes, aumentar sua participação no mercado e sua lucratividade e oferecer mais qualidade, preços atraentes e atendimento personalizado. Para serem bem-sucedidas, precisam trilhar dois caminhos, de forma complementar: ser a melhor no que já faz e fazer diferente do que já existe.

O fator humano tem papel importante no processo de inovação e, no caso das Micro e Pequenas Empresas (MPE), o peso é ainda maior. Geralmente, é atribuída à figura do empresário/gestor a responsabilidade por três papéis: o defensor da



ideia; o defensor do projeto; e o patrocinador da ideia. Isso influencia diretamente no resultado da inovação, sendo ela implementada ou não.

PEQUENOS NEGÓCIOS

As MPE apresentam vantagens e desvantagens no processo de inovação. Entre as vantagens estão a diversificação das atividades, estruturas flexíveis – que permitem alteração em processos –, maior facilidade de comunicação ou interação com os *stakeholders* e menor aversão ao risco, que favorece na hora de dar respostas rápidas às mudanças do mercado e contribui para a adoção de ideias inovadoras.

As desvantagens referem-se à capacidade financeira limitada, à infraestrutura física reduzida, ao desalinhamento dos processos organizacionais, à baixa qualificação dos recursos humanos, à indisponibilidade de recursos intelectuais e ao menor poder de acesso ao mercado. As MPE praticam isomorfismos (fazem algo que já funcionou) pelo fato de não possuírem os recursos financeiros e humanos exigidos para um processo inovador.

Importante ponderar que, para alcançar a competitividade, cada organização deve adaptar seus processos à sua realidade e às próprias possibilidades de desenvolvimento, integrando o conhecimento e a sua capacidade de inovar. A disseminação de práticas de inovação, como palestras, workshops e cursos para gestores de MPE, torna-se necessária para o desenvolvimento constante das ideias e contribui para a criação de um ambiente favorável.

BOOTCAMP

Pode o gestor encontrar a inovação e aplicá-la sozinho na sua empresa? Claro, porém a maioria passa por dificuldades na hora de colocar a ideia em ação.

Diversos livros e metodologias podem facilitar e contribuir para a inovação. Uma das soluções que abreviam o caminho é o curso Bootcamp Empreendedorismo em Ação, desenvolvido pelo Sebrae no ano de 2016, indicado para quem quer iniciar ou remodelar um negócio.

O objetivo da capacitação é permitir ao participante trilhar o caminho da ideia até o novo projeto ou negócio, por meio de ferramentas e novos conceitos que são apresentados durante 24 horas de

O fator humano tem papel importante no processo de inovação e, no caso das Micro e Pequenas Empresas (MPE), o peso é ainda maior

curso, divididas em seis módulos, que abordam os seguintes temas: Mindset Empreendedor, Cliente e Mercado, Problema e Solução, Prototipagem e Mínimo Produto Viável, Canais, Vendas e Modelos Financeiros, Lean Canvas, Storytelling e Pitch.

A metodologia tornou-se a principal ferramenta de empreendedorismo e inovação na região Noroeste de Minas Gerais. Já foi ministrada para cerca de 50 turmas, que apresentaram evidências sobre a relevância do conteúdo e sua aplicabilidade, tornando-se uma solução estratégica para as MPE que desejam inovar. Mostrou-se ágil e alinhada às necessidades do território, com dados de pesquisa apontando que 85% dos gestores participantes conseguiram realizar alguma inovação após o curso e que 76% perceberam aumento na lucratividade.

Levando-se em consideração que a dimensão territorial, a complexidade e as características da região Noroeste, que não possui uma identidade única, levam as MPE a adotarem formas diferentes de gestão, o Bootcamp provou que, com ferramentas adequadas, elas conseguem inovar e serem competitivas.



Conheça o Bootcamp - Empreendedorismo e Ação. Saiba mais no nosso site: www.sebrae.com.br/minasgerais ou procure uma de nossas agências.

KATEMANGOSTAR/FREEPIK

*Lucas Jacob é analista do Sebrae Minas

CRÉDITO SIMPLIFICADO

Está mais fácil para o micro e pequeno empresário obter empréstimo para financiar seus negócios

[FERNANDA PEREIRA]

Em abril, foi sancionada pelo Governo Federal a Lei Complementar nº 167, que regulamenta as Empresas Simples de Crédito (ESC). As instituições oferecem financiamento e empréstimo exclusivamente para Microempreendedores Individuais (MEI), Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (MPE). A iniciativa é da Frente Parlamentar Mista das MPE, com o apoio do Sebrae.

De acordo com o analista do Sebrae Minas José Márcio Martins, a lei resultou da percepção de que os recursos destinados a empréstimos estavam concentrados nas mãos de poucas instituições, dificultando o investimento nos pequenos negócios. Um levantamento do Sebrae com 3.020 MPE mostrou que 20% já tiveram pedidos de empréstimo negados pelos bancos. Destas, 21% apontaram que a recusa ocorreu porque as instituições não tinham linhas específicas para atendê-las.

Até o final de outubro, foram criadas 404 ESC no país, que somam R\$ 201.251.845,48 em capital, superando as expectativas para este ano, sendo o aporte médio de R\$ 100 mil. Minas Gerais é o terceiro estado com o maior número de ESC, 40, com capital total de R\$ 16.209.225,48. A expectativa do governo é que as ESC disponibilizem R\$ 20 bilhões de crédito às MPE, considerando o surgimento de mil empresas desse segmento até o final de 2020.

BENEFÍCIOS PARA O PEQUENO
Além de facilitar e ampliar as operações de crédito e financiamento, as ESC possibilitam a negociação de juros menores junto aos credores. Para José Márcio, elas também contribuirão para aumentar a concorrência no mercado de crédito, pressionando os bancos a facilitarem a liberação de recursos. “Os pequenos empresários de localidades mais longínquas, que os bancos costumam ignorar, serão os mais beneficiados”, avalia o analista do Sebrae.

CUIDADOS AO CRIAR UMA ESC

Qualquer pessoa que disponha de capital próprio para emprestar pode abrir uma ESC. No entanto, como afirma José Márcio Martins, o volume de operações está limitado ao seu capital social. Ou seja, “não se pode captar recursos de outras fontes para emprestar. O lucro da empresa deverá ser oriundo exclusivamente dos juros das operações”, explica.

Como qualquer outra empresa, as ESC devem seguir algumas recomendações. Do ponto de vista do Sebrae, é preciso avaliar se o volume de operações irá compensar o investimento.

José Márcio ainda ressalta que as ESC devem prestar informações ao Banco Central por meio de uma empresa registradora. “O problema é que só temos uma registradora homologada autorizada pelo Banco Central para fazer essa transação, e isso acaba impactando nos custos do negócio.” Uma empresa ESC pode seguir três tipos de modelo empresarial: Empresário Individual, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli) ou Sociedade Limitada. Além disso, a ESC não está enquadrada no Simples Nacional: deve ser tributada exclusivamente pelo Lucro Real ou Lucro Presumido.

Além de facilitar e ampliar as operações de crédito e financiamento, as ESC possibilitam a negociação de juros menores junto aos credores

REGRAS PARA AS ESC

- Não podem ser enquadradas no Simples; devem ser tributadas exclusivamente pelo Lucro Real ou Lucro Presumido;
- A remuneração da empresa só pode decorrer dos juros remuneratórios;
- A receita bruta anual deve respeitar o limite de R\$ 4,8 milhões;
- As ESC não podem emprestar para pessoas físicas. E na razão social da empresa deve constar a expressão “Empresa Simples de Crédito”;
- Cada pessoa pode participar apenas de uma ESC, e não são permitidas filiais;
- O valor total das operações não pode ser superior ao capital integralizado;
- Devem ser constituídas sob a forma de Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli); Empresário Individual; ou Sociedade Limitada;
- Destinam-se a realizar operações de empréstimo, financiamento e desconto exclusivamente com recursos próprios; não é permitida a captação de recursos de terceiros para empréstimo posterior;
- Devem ser constituídas exclusivamente por pessoas naturais, devendo o nome da sociedade conter a expressão “Empresa Simples de Crédito”;
- Devem atuar em âmbito municipal – no município-sede e nos limítrofes;
- Operações de crédito podem ser realizadas exclusivamente para MEI, ME e EPP.

QUANDO É PRECISO FAZER O DESENQUADRAMENTO

*Se o faturamento bruto anual ultrapassar R\$ 81 mil,
o processo é obrigatório*

[FERNANDA PEREIRA]

 número de Microempreendedores Individuais (MEI) no país já ultrapassa a marca dos 8 milhões, segundo dados do Portal do Empreendedor. A adesão à figura jurídica implica novas oportunidades de crescimento e expansão dos negócios, mas é importante ficar atento: para permanecer nessa categoria, é necessário que o faturamento não ultrapasse R\$ 81 mil ao ano. Além disso, o MEI não pode ser sócio, administrador ou titular de outra empresa, e a ele é permitido ter apenas um funcionário, que deverá receber o piso da categoria ou um salário mínimo.

Conforme explica a analista do Sebrae Minas Laurana Silva Viana, quando o microempreendedor deseja montar uma empresa, abrir uma filial, contratar novos funcionários ou ter sócios, ele também precisará realizar o desenquadramento. “Isso pode ser feito a qualquer momento pelo portal do Simples Nacional, com efeitos a partir do mês seguinte”, informa.

Já quando o MEI cresce e o faturamento bruto ultrapassa R\$ 81 mil, o desenquadramento é

obrigatório. Para isso, é preciso acessar o portal do Simples Nacional e efetuar a comunicação assim que ocorrer o aumento do rendimento.

[ATENÇÃO AOS DETALHES

Caso o valor tenha excedido até 20% do permitido, o cálculo dos impostos a serem recolhidos será feito apenas sobre o valor excedente, com base na tabela do Simples Nacional.

Além disso, o valor de R\$ 81 mil refere-se a MEI aberto de janeiro a dezembro. Aqueles que abriram de fevereiro a dezembro precisam fazer o cálculo proporcional (R\$ 6.750,00 x quantidade de meses em funcionamento) para saber o valor permitido de faturamento anual e, se o limite for superado, checar a diferença correspondente a até 20% do valor permitido. “Neste caso, ao ultrapassar o valor permitido a empresa deverá ser desenquadrada do regime do MEI no ano seguinte ao qual ocorreu o excesso”, enfatiza Laurana.

Outro ponto de atenção é que, logo após a migração, é obrigatória a contratação de um contador para assinar a documentação fiscal e realizar o acompanhamento tributário da empresa.



ALERTA MÁXIMO

Segundo Laurana, a dor de cabeça maior fica para o MEI cujo excesso de faturamento anual ultrapassa o limite em mais de 20%. “Nesse caso, a penalidade é mais puxada, porque o cálculo do imposto incidirá sobre o valor total faturado ao longo de um ano. Dessa forma, a empresa será desenquadrada retroativamente”, explica. Ou seja, a base de cálculo dos impostos será o valor total faturado ao longo de todo o ano, com base na tabela do Simples Nacional. Nesse cenário, a empresa não conseguirá enviar a DASN como MEI – ou seja, terá que fazer a declaração de faturamento como microempresa (Defis).

Caso a empresa perceba o excesso somente no final do ano, terá grande prejuízo financeiro. Isso porque, além de ter que arcar com o custo dos impostos, não poderá pleitear a restituição dos valores de DAS pagos durante o ano como MEI, nem deduzir esse valor das guias a serem pagas depois da migração.

O desenquadramento pode ser feito a qualquer momento pelo portal do Simples Nacional, com efeitos a partir do mês seguinte

Também será preciso cumprir as obrigações como microempresa. Assim, benefícios facultados ao MEI, como isenções de taxas e redução da cota de contribuição ao INSS no caso de ter empregado, deixarão de existir. “Por isso, sempre reforçamos a importância de preencher o Relatório Mensal de Receitas Brutas, cujo modelo é disponibilizado no Portal do Empreendedor, para acompanhar o faturamento mensal da empresa. Assim é possível evitar essa situação e proceder à migração tão logo se observe crescimento/evolução da empresa”, destaca Laurana.

ETAPA ESSENCIAL

Quatro passos para elaborar o planejamento estratégico da sua empresa



“Se eu tivesse oito horas para cortar uma árvore, passaria seis afiando o machado.” Essa frase foi dita por Abraham Lincoln, um dos mais conhecidos ex-presidentes dos Estados Unidos, que usa da analogia para enfatizar a importância de planejar antes de executar uma tarefa.

De fato, um bom planejamento é essencial para que a empresa atinja seus objetivos de maneira mais disciplinada e, em consonância com suas estratégias, consiga lidar melhor com os imprevistos. Quando falamos em negócio, planejar de forma eficiente se torna fundamental.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae aponta

que a principal causa de fechamento de empresas é a falta de planejamento. Planejar permite que se conheça melhor o mercado, o que tende a aumentar as chances de sucesso e auxilia a se prevenir dos imprevistos que surgem pelo caminho.

Ao contrário do que muitos empresários pensam, planejamento estratégico não é coisa para grande empresa e nem é um bicho de sete cabeças. Os benefícios, vale sublinhar, são muitos, mas as etapas para realizá-lo são poucas. De forma simplificada, pode-se dizer que o planejamento busca responder a algumas questões sobre a empresa, como: onde estamos hoje? Para onde queremos ir? Como chegaremos lá?

CAMINHOS POSSÍVEIS

Para responder às várias questões, existem diversas ferramentas. Apresentaremos aqui quatro passos que auxiliam na elaboração de um planejamento eficaz:

1 FAÇA UM DIAGNÓSTICO DO CENÁRIO ATUAL

Para elaborar um bom planejamento, é importante entender a situação atual da empresa. Por isso a pergunta: “onde estamos hoje?” Antes de responder a ela, é necessário analisar o ambiente interno para identificar os pontos fortes e fracos, as deficiências e qualidades. É preciso avaliar também o ambiente externo, para saber quais são as ameaças e oportunidades que poderão impactar a empresa no futuro.

2 TRACE SEUS OBJETIVOS

Com o diagnóstico realizado, você agora poderá projetar o futuro. É hora, portanto, de responder à seguinte pergunta: “para onde queremos ir?” Estabeleça os objetivos que pretende alcançar e suas prioridades. Uma dica valiosa é definir metas quantificáveis. Pode ser um aumento de 10% no ticket médio, a abertura de uma filial ou a redução do endividamento. Esses objetivos devem estar de acordo com a missão, a visão e os valores da empresa. Se seu negócio ainda não possui esses norteadores, não demore a criá-los!

3 DEFINA AS ESTRATÉGIAS

As estratégias estão intimamente ligadas aos objetivos e devem responder a um questionamento: “como chegaremos lá?” Só a partir daí serão definidas as tarefas e apontados os recursos e prazos necessários para alcançar os objetivos. Nesse momento, deverá ser elaborado um plano de ação que deverá separar em etapas as atividades destinadas a atingir determinada meta. Com ele, também será mais fácil monitorar o andamento do projeto e definir os responsáveis pela execução de cada tarefa.

4 ACOMPANHE E FAÇA AJUSTES

Uma falha comum que deve ser evitada é não acompanhar a execução do plano de ação. Fique atento às ações implementadas e avalie a necessidade de ajustar e rever a estratégia. O mercado passa por constantes oscilações, e as empresas devem se adequar para acompanhá-lo. O planejamento é um processo contínuo de criação e pode – aliás, deve – ser alterado. O importante é acompanhar e monitorar o plano que foi desenhado e ter clareza de onde se quer chegar.

Fonte: Erika Becari Vianna é analista do Sebrae Minas

DE ATENDIMENTO PARA RELACIONAMENTO

A lógica para fidelizar clientes mudou; agora é preciso encantá-los

 mundo mudou, o cliente mudou, e a forma de fazer negócios mudou. É preciso cada vez mais velocidade, eficiência e visão de mercado. Sob a nova lógica, o empresário deve entender profundamente qual a oferta de valor do seu negócio e quem é o público interessado no que ele tem a oferecer. É surpreendente observar a quantidade daqueles que, ao se verem diante dessas perguntas, não têm certeza de suas respostas.

Em um contexto de concorrência acirrada e de mudanças no comportamento do consumidor, é possível perceber que se tornou muito mais difícil fidelizar o cliente como antigamente. Por isso, é importante saber como inovar para encantá-lo e manter-se competitivo. É necessário conhecer o seu cliente e o problema que ele quer resolver, apresentando uma solução – e não apenas um produto ou serviço. É o que torna possível realizar entregas mais assertivas.

Uma regrinha muito simples vale ouro, mas nem sempre é posta em prática: ouça seu cliente. Pessoas têm necessidades diferentes. Um atendimento personalizado certamente será o seu diferencial e o tornará mais competitivo frente aos concorrentes. Portanto, cuidado ao considerar que, independentemente do cliente, o atendimento pode ser o mesmo.

Atualmente, as empresas disponibilizam vários canais de comunicação e vendas. Como a maioria está voltada para o cliente e para a criação de uma percepção positiva de sua experiência de compra, a integração entre os canais é fundamen-

tal para alcançar maior eficiência e agilidade em todo o ciclo de venda e pós-venda.

Entretanto, muitas empresas atuantes nos meios digitais (site e mídias sociais) não estão se planejando para alinhar esses canais. Um exemplo: se alguém quer fazer uma reserva em um hotel na Região dos Lagos e recebe algumas indicações de conhecidos, é provável que pesquise o site de cada hotel. É muito comum que lá haja um número de telefone ou aplicativo de mensagem para informar sobre disponibilidade e preços, levando o cliente a outro canal, o que não é aconselhável. Muitos sites já oferecem o recurso de bate-papo, que possibilita iniciar o atendimento naquele ambiente, para torná-lo mais ágil e reduzir as chances de visitas a sites de concorrentes.

É claro que oferecer um produto ou serviço de qualidade é essencial e decisivo para a fidelização do cliente, assim como ter um posicionamento de mercado. Mas, ao adotar estratégias de relacionamento, a empresa tornará seus resultados muito melhores.

Um atendimento personalizado certamente será o seu diferencial e o tornará mais competitivo frente aos concorrentes

Fonte: Daniela Fabri Ferreira é analista do Sebrae Minas

Minas Gerais vai receber R\$ 2,6 milhões do Programa Investe Turismo

Nove cidades mineiras estão entre as 30 rotas turísticas estratégicas do Brasil beneficiadas com o Projeto Investe Turismo. O estado receberá R\$ 2,6 milhões em recursos para ações de aceleração do desenvolvimento dos destinos, gerando emprego e ampliando a qualidade e a competitividade das rotas. O lançamento do programa em Minas Gerais foi realizado em 30 de outubro.

Os seguintes destinos serão beneficiados: Trilha do Ouro (Mariana, Ouro Preto, Sabará e Congonhas), Rota dos

Diamantes (Diamantina), Trilha dos Inconfidentes (Tiradentes e São João del-Rei), Veredas do Paraopeba (Bumadinho) e Belo Horizonte. O Investe Turismo pretende ainda fortalecer a governança dos locais, fazendo com que o governo e as empresas trabalhem juntos em grandes projetos de estímulo ao setor. O programa também irá possibilitar a troca de experiências entre os empresários mineiros, apresentando as melhores práticas nacionais e internacionais dos destinos estratégicos.

Sucesso na 2ª edição do Crie o Impossível

A ONG Embaixadores da Educação, o Sebrae e o Mineirão realizaram, em 25 de outubro, a 2ª edição do Crie o Impossível, o maior evento de empreendedorismo a céu aberto para estudantes da rede pública. Cerca de 10 mil jovens lotaram as arquibancadas do estádio.

O evento foi criado com o intuito de proporcionar uma experiência de alto impacto inspiracional, despertando sonhos e abrindo novas perspectivas. A programação contou com um time de palestrantes que, por meio de relatos inspiradores, mostrou que é possível vencer barreiras e mudar os destinos da própria história. Entre eles, estavam Renê Silva, empreendedor do Complexo do Alemão; Leo Farah, capitão do Corpo de Bombeiros; Kdu dos Anjos, fundador



GUILLERME BEZERRA

do centro cultural Lá da Favelinha; Dandara Elias, fundadora do Todo Black é Power; Wagner Espescht, médico cirurgião e empreendedor; e Guilherme Menezes, cofundador do Embaixadores da Educação.

Sebrae Minas inaugura nova sede em Capelinha

No dia 12 de novembro, o Sebrae Minas inaugurou em Capelinha, no Vale do Jequitinhonha, a nova sede da Microrregião Chapada de Minas, que abrange 13 municípios (Água Boa, Angelândia, Aricanduva, Capelinha, Carbonita, Chapada do Norte, Itamarandiba, José Gonçalves de Minas, Leme do Prado, Minas Novas, Setubinha, Turmalina e Veredinha).

Os empreendedores terão acesso a orientações sobre negócios, consultorias, cursos, palestras e oficinas, entre outros serviços. A nova agência de atendimento está em funcionamento na rua Rio Branco, nº 629, Centro, em local de fácil acesso, que dispõe de estacionamento próprio. O telefone continua o mesmo: (33)3516-3636.

DIVULGAÇÃO SEBRAE



Em busca de **mais criatividade**

Conhecida nacionalmente como Vale da Eletrônica, Santa Rita do Sapucaí, no Sul de Minas, está em busca de uma segunda vocação: o município também quer ser reconhecido como “Cidade Criativa”. Por isso, além dos famosos eventos que atraem estudantes e profissionais em busca de novidades de tecnologia e inovação, o calendário municipal passou a contar com a Feira de Economia Criativa de

Santa Rita do Sapucaí – Vale Criativo. A primeira edição do evento foi realizada no dia 19 de outubro, com o apoio do Sebrae Minas.

Uma grande tenda foi montada para exposição das empresas que participaram do Projeto de Economia Criativa e de seus produtos e serviços relacionados a gastronomia, música, artesanato, eventos, cafés, educação, teatro, cerveja artesanal e comunicação.

Feira do Empreendedor

capacita mais de 8 mil pessoas

PAULO MARCIO



O maior evento de empreendedorismo de Minas Gerais, a Feira do Empreendedor reuniu mais de 8 mil pessoas, de 16 a 19 de outubro, em Belo Horizonte. Mais de 400 capacitações gratuitas foram oferecidas para quem queria abrir, expandir ou melhorar a gestão do negócio. A próxima edição será em 2021, também na capital mineira.

As arenas de Marketing Digital e Inovação ficaram lotadas. Os assuntos de maior repercussão foram: como impulsionar as vendas, a criatividade e as conexões do negócio pelo Facebook, ferramentas de inovação, realidade aumentada e realidade virtual, transformação digital, características do profissional do futuro, entre outros. Os espaços Moda e Beleza – Conexa, Cafeteria Conceito e Conecta Pet atraíram a atenção de centenas de empreendedores interessados em informações para abrir um salão de beleza, loja de roupa, cafeteria e pet shop. Na Agência de Atendimento Sebrae, 1,3 mil pessoas receberam orientações individuais e personalizadas.

Na área de expositores, os visitantes conheceram novas empresas de representação, revenda, distribuidores e franquias, além de fornecedores de produtos e serviços de marketing digital, sistemas de gestão, automação de vendas, meios de pagamento, simuladores, games, soluções de realidade virtual e aumentada. Também tiveram acesso a novos fornecedores de máquinas e equipamentos para iniciar um empreendimento ou para melhorar a produtividade do negócio.

Esta edição da Feira do Empreendedor foi também a mais inclusiva. Cento e vinte e sete atividades, entre palestras, debates e workshop, tiveram tradução simultânea na Língua Brasileira de Sinais (Libras) para os empreendedores surdos ou com alguma deficiência auditiva. E quem não pôde participar das atividades presenciais teve a oportunidade de assistir a 20 palestras transmitidas ao vivo pela internet, com 2,6 mil visualizações. Um material exclusivo foi disponibilizado no Youtube, Instagram e Facebook.

Marca coletiva garante a origem do café da Chapada de Minas

NITRO



O Sebrae Minas, em parceria com o Instituto do Café da Chapada de Minas (ICCM), lançou oficialmente, no dia 12 de novembro, em Capelinha, a marca coletiva Região Chapada de Minas. Realizado no Sicoob Credijequitinhonha, o evento foi prestigiado por autoridades e representantes de entidades ligadas ao setor do agronegócio.

A iniciativa dará aos produtores acesso a mercados que valorizam cafés com origem controlada e qualidade comprovada. Para o gerente da Regional Jequitinhonha e Mucuri do Sebrae Minas, Rogério Nunes Fernandes, a conquista da marca representa um divisor de águas para os produtores da região. “Coloca no mapa do mundo uma região já reconhecida pela qualidade do café”, afirma.

Em ano de alta bienalidade (produtividade elevada por safra), a produção no território de Chapada de Minas alcança algo em torno 560 mil sacas de café do tipo arábica. Ações para ativação da marca serão realizadas com foco na comercialização do produto com Origem e Qualidade Garantida já em 2020.



FUTURA EMPREENDEDORA DA SUA PRÓPRIA VIDA

Escola do Sebrae:

**Ensino Médio
+ Técnico em
Administração**



A Escola do Sebrae possui uma metodologia inovadora. Desenvolvemos comportamentos empreendedores nos estudantes, formando jovens capazes de vencer desafios e liderar as mudanças que o mundo precisa.

O aluno da Escola do Sebrae se forma com um pé à frente e o olho no futuro. São 25 anos de excelência na construção de uma atitude empreendedora que transforma não só o estudante, mas o mundo.

#EmpreendedorismoQueTransforma

Agende sua visita:
escoladosebrae.com.br
3379-9536



**Precisando de cursos,
palestras ou consultorias
para empreender?**



**RELAXA
AÊ, VAI!
AQUI =
= TEM
SEBRAE**

**Para quem quer abrir,
melhorar ou expandir
seu negócio.**



0800 570 0800
sebrae.com.br/minasgerais

SEBRAE