



REVISTA
EMPREENDER
UNIR PARA CRESCER



Edição Especial - 2016

Terceira Edição do Empreender Competitivo

UM GRANDE SUCESSO!



>>Resultado: Superação e Criatividade foram indispensáveis

Aqui, a ideia e a vontade de empreender ganham
direcionamento e claro, muito mais resultado



São mais de 400 entidades no estado de São Paulo

A FACESP, orgulha-se de liderar o movimento das Associações Comerciais do Estado de São Paulo em prol do empreendedor e da colaboração para o amadurecimento e a união do empresariado paulista, com inovação e criatividade.

Faça parte desse movimento:
amplie seus negócios e compartilhe experiências.

Editorial.....	04
Depoimentos Facesp.....	05
Depoimentos CACB.....	06
Depoimentos Sebrae.....	07
Bariri	
Setorial do Comércio Varejista.....	08
Birigui/Guararapes/Mirandópolis	
Setorial das Empresas de Reparação Automotiva.....	08
Fernandópolis/Votuporanga	
Setorial das Empresas de Reparação Automotiva.....	09
Franca	
Setorial das Mulheres Empresárias.....	09
Setorial de Materiais de Construção.....	10
Setorial de Tecnologia da Informação.....	10
Guarulhos	
Setorial das Empresas de Escolas Particulares.....	11
Setorial de Contabilidade.....	11
Setorial de Reparadores Automotivos.....	12
Itatiba	
Setorial Imobiliárias e Corretores.....	13
José Bonifácio	
Setorial das Indústrias da Cadeia do Setor Têxtil.....	14
José Bonifácio/Birigui	
Setorial das Empresas de Construção Civil.....	15
José Bonifácio/Buritama	
Setorial das Empresas de Reparação Automotiva.....	16
Marília	
Setorial das Empresas do Comércio Varejista de Vestuário.....	17
Pompéia	
Setorial Reparação Automotiva.....	18
Presidente Prudente	
Setorial Reparação Automotiva.....	19
Registro	
Setorial das Empresas Varejista de Confecções.....	20
Ribeirão Preto	
Setorial das Empresas de Reparação Automotiva.....	20
Setorial das Empresas do Comércio Varejista.....	21
Setorial de Materiais de Construção.....	21
Rio Claro	
Setorial do Setor Automecânica.....	22
Setorial do Setor Gastronomia.....	22
São José do Rio Preto	
Setorial das Empresas de Reparação Automotiva.....	23
São Paulo	
Setorial de Escolas Particulares.....	24
Socorro	
Setorial de Turismo, Aventura, Gastronomia e Turismo Rural.....	25
Resultado.....	26





Inovação é solução para enfrentar dificuldades

Vivemos um dos momentos mais desafiadores da economia brasileira, em que todos os setores do mercado de bens de consumo, fabricantes, varejista e o consumidor estão sendo impactados. O contexto incerto que esse consumidor vive faz com que sua confiança, que é moldada por expectativas do presente e do futuro, fique abalada.

Segundo a Nielsen, 9 a cada 10 brasileiros acreditam que o país se encontra em recessão econômica, 43% deles já estão endividados ou inadimplentes. E é diante desse novo comportamento, mais planejado e mais decidido a fazer escolhas para equilibrar seu orçamento, que a Nielsen, na nova edição da análise anual Mudanças do Mercado Brasileiro, estudou fatores essenciais sobre o consumidor, de curto, médio e longo prazo, para que os fabricantes e os varejistas se adaptem à dinâmica atual, saiam fortalecidos do cenário atual e vençam nos próximos anos.

Com um consumidor menos fiel, é imprescindível trabalhar 3 pilares para

chamar sua atenção e conquistá-lo: execução correta no ponto de venda, tanto em preço quanto em disponibilidade de produtos; focar em inovações que apresentem uma clara relação de custo/benefício, e manter aquecidos os investimentos de mídia, condicionando a lembrança para estabelecer vínculos com o consumidor.

Outra força de consumo que não deve sair do radar de fabricantes e varejistas, são os Millennials (geração de 21 a 34 anos). Os Millennials no Brasil já ultrapassa o total da população da Espanha, e deve atingir um potencial de consumo de mais de R\$ 75 bilhões até 2019. O comércio eletrônico vem ganhando aceitação no país e expandirá 43% em 4 anos.

A análise revela que 41% das marcas líderes retraíram volume de vendas em 2015, sendo que 6 das top 10 marcas líderes perderam lealdade. Dessa forma, nota-se uma movimentação de Trade Down cada vez mais forte entre os produtos.

Márcio Junior

Editor Revista Empreender



Endereço: Rua Boa Vista, 63, 3º andar
CEP 01014-001 - Tel.: (11) 3180-3380



Endereço: SCS Quadra 03, Bloco A, Edifício
CACB - Brasília, DFCEP: 70.313-916
Tel: (61) 3321-1311 / Fax: (61) 3224-0034



Serviço Brasileiro de Apoio às Micros
e Pequenas Empresas - Nacional
SGAS 604/605 - L2 Sul - CEP 70200-645
Brasília - DP / www.sebrae.com.br
Tel: 0800-570-0800

Coordenação: Equipe Empreender, **Editor:** Márcio Junior MTB 59904-SP, **Conselho Editorial:** FACESP, **Editoração e Impressão:** Cid Color, **Colaboradores:** Alencar Burti, Natanael Miranda dos Anjos, George Teixeira Pinheiro, Luiz Carlos Furtado, Guilherme Afif Domingos e Heloisa Regina Guimarães de Menezes.



Empreendedorismo e Competitividade

Fotos Divulgação



Alencar Burti, Presidente da Facesp

O empreendedor pode ser considerado o principal agente de mudanças da economia, ao responder pelas inovações, seja com o lançamento de novos produtos, ou com novas formas de comercialização, aumentando a produtividade e conduzindo ao progresso do País.

Com coragem e determinação, e mantendo sempre um otimismo prudente, o empreendedor enfrenta as dificuldades de criar ou administrar uma empresa, seja ela micro, pequena, média ou grande, ou mesmo um negócio individual, em uma economia instável como a brasileira. É evidente, contudo, que as dificuldades são maiores para os empreendimentos de menor porte, o que obriga seus dirigentes a esforços adicionais para assegurarem a sobrevivência de seu negócio.

A burocracia excessiva é agravada por uma tributação elevada e por taxas de juros que são altas de forma geral. Se em condições favoráveis do mercado já é difícil para os micro e pequenos empreendimentos competirem, quando a economia, como ocorre agora, se acha em recessão, as dificuldades são muito maiores. Assim, se é importante que as empresas meno-

res busquem normalmente apoio para se tornarem mais competitivas, em momentos de crise como o atual, essa necessidade se torna muito mais relevante, e pode ser determinante para garantir a sobrevivência do pequeno negócio.

A parceria da FACESP com o SEBRAE oferece uma importante ferramenta para os estabelecimentos de menor porte buscarem se tornar mais eficientes para poder enfrentar as agruras de um mercado em recessão e de uma concorrência mais agressiva das empresas de maior porte. Realizado com as Associações Comerciais do estado, esse programa tem apresentado resultados bastante positivos na capacitação de seus participantes, que conseguem aumentar a competitividade de suas empresas, assegurando não apenas sua sobrevivência, mas também aumentando a rentabilidade e a capacidade de se expandir.

Fazer diferente para prosperar

Fotos Divulgação



Natanael Miranda dos Anjos, Superintendente da FACESP

São fartos os conhecimentos na literatura brasileira que o empreendedorismo é uma importante ação para o desenvolvimento econômico do País. Nesse sentido fazer diferente para prosperar, é o que os empreendedores que participam do projeto empreender buscam

para aumentar a competitividade de suas empresas, e isto vem ocorrendo de uma forma crescente no Estado de São Paulo.

Seja qual for o segmento de atuação, o empreendedor encontrará dentro de uma associação comercial apoio e outros empreendedores dispostos a discutir ideias e buscar soluções em conjunto para fazer a diferença nesse mercado tão competitivo e cheio de surpresas.

Sozinhos os empreendedores demorariam mais para realizar e com custo maior, nessa ocasião os empreendedores já com uma visão de futuro definida e com o espírito associativista apurado, tomam a decisão de construir projetos com ações avançadas, para irem além.

O Empreender Competitivo, desenvolvido pela CACB em conjunto com

o Sebrae, FACESP e Associações Comerciais faz a diferença na hora da execução dos projetos, melhora o desempenho e aperfeiçoa os processos dos participantes. Tudo com o intuito de serem mais competitivos e garantir uma existência longa.

Os resultados observados demonstram que o Empreender Competitivo é um programa que traz melhorias importantes no desempenho das empresas. Estas melhorias são observadas nos resultados que foram mensurados no final dos projetos, o faturamento das empresas participantes teve um aumento médio de 17,6%, e com relação a postos de trabalho o aumento médio foi de 16,5%, esses indicadores balizam o elevado índice da satisfação geral na participação do Empreender Competitivo.

Modelo de Negócio Transparente



George Teixeira Pinheiro, Presidente CACB

A CACB lançou a primeira edição do Empreender Competitivo há oito anos. Apostamos no projeto, mesmo com as resistências externas e seguimos em frente porque acreditamos que a grande receita de sucesso do Com-

petitivo está no apoio às ações dos núcleos setoriais mediante propostas apresentadas e aprovadas pelas entidades que fazem parte de nosso universo (Associações Comerciais e Federações). Como não ser solidário e parceiro de projetos para desenvolver ações com planejamento de custo e prazo e alcançar resultados diretos sobre o aumento do faturamento, da produtividade e melhoria da qualidade dos produtos?

Com um modelo operacional transparente, o Empreender Competitivo utiliza a metodologia de dividir custos, parte entre a CACB/ Sebrae e a outra pelas Federações/ACEs com a participação dos empresários. E ainda que o modelo possa ter trazido alguns questionamentos, tudo ficou esclarecido. Estamos certos que, com

as parcerias estabelecidas, todas as dúvidas acabaram e o Competitivo vingou já mostrando resultados. Podemos afirmar que a grande receita de sua consolidação está num pequeno detalhe que fomenta o desenvolvimento das empresas: a valorização de toda a cadeia do sistema CACB.

Começa pelo empresário, que tem um importante instrumento para a melhoria da competitividade dos negócios. Passa pela Associação Comercial, que garante a permanência de seus associados e chega na Federação que estreita suas relações com as ACEs com mais um fator de utilidade.

Esta é a grande razão de acreditarmos e apostarmos no Empreender Competitivo desde seu início. Garanto que vamos continuar investindo na sua continuidade.

Um olho no mercado outro na empresa

Fotos Divulgação



Luiz Carlos Furtado, Vice-Presidente da Micro e Pequena Empresa da CACB

O Empreender Competitivo, em sua terceira edição, chegou ao seu término. Em São Paulo todos os projetos foram encerrados. É hora de avaliar os resultados, entender o que foi bem e o que pode ser melhorado. Foram 25 projetos, aproximadamente um quar-

to dos projetos apoiados nesta edição do EMPREENDER Competitivo. É possível destacar que muitos dos projetos alcançaram plenamente seus objetivos, cumprindo integralmente as metas previstas. Vale lembrar 2 aspectos: I - a escolha feita a partir de uma chamada de propostas; II - a participação dos empresários com recursos de contrapartida. Com isto foram apoiadas as melhores propostas, escolhidas por critérios técnicos e aquelas nas quais os empresários tinham tamanha expectativa e envolvimento dispondo-se a contribuir financeiramente com recursos para o desenvolvimento das ações.

Em São Paulo foram 140 ações, incluindo a realização de eventos, participação e visitas a feiras, missões empresariais, capacitação e consultorias, entre várias outras. **Um olho no mercado e outro**

nas próprias empresas. No decurso dos 24 meses de realização dos projetos apoiados, foi possível acompanhar o desenvolvimento das ações, remotamente e também por meio de visitas aos municípios, o que sempre oferece uma visão mais acurada da realidade. Estas visitas foram realizadas pelos técnicos da CACB sempre acompanhados de técnicos da FACESP e, em algumas ocasiões, por técnicos do SEBRAE. O contato com os empresários, consultores, coordenadores, ensinou à equipe da CACB e do SEBRAE uma visão do que efetivamente ocorre “na ponta”, como se diz.

Parabéns aos consultores do Empreender, consultores regionais, coordenadores e técnicos do SEBRAE do estado de São Paulo. Que a busca de melhorias para negócios em geral seja uma constante em suas ações.

Uma cadeia de sucesso

Fotos Divulgação



Guilherme Afif Domingos - Presidente do Sebrae

Os pequenos negócios estão encontrando na cooperação uma alternativa para aumentar o seu nível de competitividade e comprovam, na prática, que a união fortalece o segmento no mercado.

Pensando em estimular o crescimento das micro e pequenas empresas, o Sebrae e a Confederação das Associações Comerciais do Brasil (CACB) promovem o projeto Empreender Competitivo há 20 anos, a fim de levar capacitação em técnicas de gestão e associativismo aos empreendedores. Com o apoio de um consultor, cujo papel principal é moderar as reuniões nos núcleos setoriais, os empresários discutem problemas comuns e soluções conjuntas, de uma forma que dá a eles autonomia, liderança empresarial e um ambiente criativo para inovar.

Os resultados da terceira edição do Empreender Competitivo, ciclo de 2013-2015, atestam a eficácia dessa metodologia e mostra que estamos no cami-

nho certo. O projeto atendeu 124 núcleos setoriais em oito estados brasileiros, mais de 1,3 mil empresas multissetoriais foram capacitadas, por meio da implementação e melhoria de processos, manutenção e ampliação de mercados e qualificação de mão de obra. O aumento da carteira de clientes e de postos de trabalho, do faturamento e dos produtos ofertados foram alguns dos avanços.

Ideias e iniciativas que promovam mudanças dentro de uma empresa devem ser apoiadas pois a alma do Brasil é empreendedora e ainda temos um ambiente muito hostil para quem quer ser dono de seu próprio negócio. O Sebrae continuará ao lado do empreendedorismo brasileiro, da simplificação e do acesso à inovação.

Associativismo para crescer



*Heloisa Regina Guimarães de Menezes
Diretora Técnica do Sebrae*

Ter seu pequeno negócio, tornar-se senhor do próprio destino e buscar uma perspectiva mais promissora. Se sozinho é possível ter sucesso, em grupo, então, a força empreendedora tende a crescer, fortalecendo sua presença no mercado. O Programa Empreender Competitivo tem esse atributo: aumentar a

competitividade de microempresas e empresas de pequeno porte por meio do associativismo. Tem um diferencial importante: as soluções são apontadas e executadas pelos próprios empresários que participam dessa parceria bem-sucedida entre o Sebrae e a CACB. Nesses núcleos, os empresários discutem problemas comuns e buscam soluções conjuntas. As condições econômicas adversas favorecem a convergência de propósitos e as negociações com fornecedores, por exemplo. Os resultados espelham o quanto os núcleos setoriais evoluíram nesse período.

Cerca de 1,3 mil empresas foram capacitadas em melhoria de processos, manutenção e ampliação de mercados, e qualificação de mão de obra. Assim, o Empreendedor Competitivo atendeu 124 núcleos setoriais com cerca de 90 projetos

em oito estados. Os projetos, acompanhados e monitorados por meio de três pesquisas, foram avaliados em 216 indicadores.

O aumento de clientes e de postos de trabalho, do faturamento e dos produtos ofertados, além da melhoria de produtos e processos gerenciais foram os principais resultados do projeto. A conjuntura adversa também favorece o associativismo como estratégia para negociar preços, reduzir custos, otimizar recursos e racionalizar processos de modo a evitar desperdícios e, com isso, permanecer no mercado, cada dia mais exigente e competitivo.

Mais do que isso: para 67% dos participantes houve aumento de 16,3% do lucro, depois de participarem do projeto. As possibilidades, portanto, são muitas e as perspectivas para esses pequenos negócios são bem mais animadoras.

FOCO NO INCREMENTO DAS VENDAS

Contribuir para a melhoria geral das micro e pequenas empresas do comércio varejista, por meio de qualificação profissional, gestão empresarial, técnica e acesso a novos nichos de mercado, de forma a incrementar as vendas do segmento.

Várias ações tiveram resultados relevantes, podemos citar as consultorias de gestão, as capacitações técnicas e acesso a novos mercados. O projeto trouxe o crescimento aos participantes e com isso o resultado alcançado através da geração de receitas, renda e emprego.

O comprometimento dos empresários com o Projeto garantiu o sucesso



do Núcleo Setorial, que pode mostrar os inúmeros benefícios alcançados pelos próprios empresários, pela Associação Comercial, e também na economia da cidade.

Os empresários compreenderam a necessidade do associativismo, como elo de parceria, força e união, que os conduziram ao fortalecimento pessoal e profissional. Os resultados foram positivos, a

capacidade de somar habilidades, competências e inteligências são características dos verdadeiros empreendedores. Os empresários estão mais preparados para gerir seus negócios e crescer neste cenário cada vez mais competitivo. As empresas possuem colaboradores mais capacitados e comprometidos. A gestão está pautada em processos atuais e os *layouts* das lojas estão mais favoráveis as vendas.

Aumento do fluxo de empresários, maior utilização dos serviços e a fidelização dos associados permitiu a entidade conhecer melhor a realidade do seu associado e contribuir diretamente na necessidade dele. O principal resultado foi poder cumprir nossa missão enquanto entidade representativa de classe.

Comércio Varejista
Empreendedores: 15

Associação Comercial e Industrial de Bariri - (14) 3662-9400

BIRIGUI/GUARARAPES/MIRANDÓPOLIS

PIT STOP AUTOMOTIVO É REFERÊNCIA NA CIDADE

O Projeto teve como principal objetivo, promover o desenvolvimento das empresas por meio da capacitação técnica e gerencial, ampliação do acesso ao mercado e alianças estratégicas com fornecedores, preparando-os para atender as novas demandas do mercado, tais como: *reparação e manutenção em transmissão automática, automatizada, sistema de freios ABS, sistema de AIR BAG e aumentar a participação do mercado (PIT STOP) local e regional, através da divulgação das empresas e os serviços prestados*. Por meio de capacitações técnicas, da divulgação e dos novos serviços prestados houve um incremento nas ven-



das das empresas participantes na ordem de 20%. Houve também ampliação da carteira dos clientes ativos principalmente proprietários de veículos seminovos, cuja garantia da fábrica já foi expirada e os altos valores cobrados pelas revendedoras para realizar a manutenção afastam os proprietários deste tipo de veículo.

Os participantes do projeto atri-

moraram seus conhecimentos técnicos, melhoraram a gestão, ampliaram a visão empresarial e conquistaram novos mercados, principalmente o de veículos seminovos. **Hoje, o núcleo é referência na cidade e região.** Sua maior característica é o atendimento a clientes de veículos seminovos e serviços especializados.

A divulgação do núcleo se faz através da prestação de serviços especializados que atraem clientes de outras cidades da região. Dessa forma, os clientes de passa a conhecer e utilizar seus serviços, passa a consumir não só nas oficinas, mas em outros locais, como loja de roupas, supermercados, farmácias, etc.

Reparação Automotiva
Empreendedores: 13

Associação Comercial e Industrial de Birigui - (18) 3649-4222
Associação Comercial e Empresarial de Guararapes - (18) 3606-8600
Associação Comercial e Industrial de Mirandópolis - (18) 3701-6791

PIT STOP CONQUISTA A PREFERÊNCIA DO PÚBLICO

Fotos Divulgação



Por meio das capacitações técnicas realizadas, a divulgação das empresas e dos novos serviços prestados houve um incremento nas vendas das empresas participantes do projeto de aproximadamente 15%. Houve ampliação

Reparação Automotiva
Empreendedores: 10

da carteira de clientes ativos, principalmente proprietários de veículos seminovos cuja garantia da fábrica já expirou e os altos valores cobrados pelas revendedoras para realizar a manutenção ou reparação inviabiliza. O núcleo obteve treinamentos especializados, em reuniões com prestadores de serviços e patrocinadores, utilizou a estrutura da ACIF e o consultor técnico para orientá-los. Com a APTTA BRASIL e a SCOPINO, empresas especializadas em treinamentos técnicos. Através da orientação de um consultor que prospectou parceiros para realização dos PIT STOPS, com essas parcerias o núcleo atingiu seu objetivo principal: **Aumentar as vendas e**

ampliação e manutenção da carteira de clientes ativos.

Com realização dos PIT STOPS, o núcleo e suas empresas são conhecidos não apenas no município, mas em toda região, sendo referência em reparação de veículos seminovos.

Para os clientes atendidos nos PITs STOPS, houve sorteio de peças de reposição e serviços de troca de óleo. Foi realizada, ainda, uma pesquisa de atendimento com os clientes, cujo resultado foi muito satisfatório. A divulgação foi através de panfletos com promoção duas vezes ao ano e divulgação por meio de rádios e jornais locais.

Associação Comercial e Industrial de Fernandópolis - (17) 3465-3555
Associação Comercial de Votuporanga - (17) 3426-4044

PÓLO FRANCANO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Buscar a excelência nos processos de produção de software, com foco na melhoria da gestão administrativa e de recursos humanos. Consolidar parcerias estratégicas para a busca de novas tecnologias. Integração entre empresas do Núcleo e Instituições de Ensino. Uma ação que tem resultado relevante que merece ser destacado foi a Parcerias Estratégicas com Universidades para fortalecer a transferência de conhecimento e o aprimoramento tecnológico da região e benefícios para os alunos que estão entrando no mercado de trabalho.

O SEBRAE-SP cedeu uma bolsa do Empretec para o primeiro lugar do

Prêmio e participação nas missões e feiras. Reuniões semanais, divisão de comissões organizadoras do evento. Força tarefa com o intuito de conseguir patrocínio. Também foi desenvolvido um edital para inscrições, acompanhamento, classificação e votação dos projetos.

Alguns empresários do Núcleo foram visitar o Centro de Estudos e Siste-

mas Avançados do Recife (Centro privado de inovação) que utiliza engenharia avançada em TICs, o Porto Digital e a Incubadora Tecnológica de Maceió. O Núcleo visitou também o Parqtec e Incubadora Tecnológica de São Carlos. O grupo participou do Congresso da Acif com stand e folder para divulgação do Pólo e das Rodadas organizadas pelo Sebrae.



Tecnologia da Informação
Empreendedores: 13

CONSELHO DA MULHER EMPREENDEDORA

Implicar ferramentas de gestão, com foco na melhoria contínua na administração. Consolidar e ampliar o mercado de atuação das empresas.

O objetivo específico da ação foi promover um fórum de discussão com a realidade e os desafios das mulheres empresárias no mundo moderno. O fórum tem por objetivo proporcionar maior integração entre as empresárias e promover um intercâmbio de conhecimento, experiências e oportunidades de negócios para o desenvolvimento empresarial.

Os recursos utilizados para realizar as ações foram missões, publicidade, outdoor, folder, panfletos promocionais e crachás. Contratamos uma agência de publicidade para profissionalizar as ações de

Mulheres Empresárias
Empreendedoras: 18



Fotos Divulgação

marketing para o evento. Com estas ações, o Conselho da Mulher Empreendedora tem ganhado espaço e notoriedade.

SEBRAE-SP, ACIF, FACESP, Universidade e grandes empresas como AVON e CIELO tem patrocinado o evento com aporte em dinheiro.

O 3º e 4º Encontros da Mulher Empreendedora é um evento de grande repercussão Regional e Estadual, abrangendo até mesmo outros Estados. O Fórum tem por objetivo proporcionar maior integração entre as empresárias e promo-

ver o intercâmbio de conhecimento, experiências e oportunidades de negócios para o desenvolvimento empresarial. O nº de participantes tem crescido a cada ano. O Fórum de 2015 teve a participação de 600 empresárias. Durante o processo, o Grupo visitou o Centro de Distribuição do Magazine Luiza em São Paulo, para conhecer a estrutura e participar de uma palestra com Luiza Helena Trajano que é madrinha do Conselho da Mulher Empreendedora da ACIF. Com a organização, as empresárias tem se tornado cada dia mais fortes.

CENTRAL DE COMPRAS É UM SUCESSO

O objetivo específico da ação foi a construção de parcerias estratégicas com fornecedores, reduzindo o custo da compra em razão da quantidade de empresas envolvidas na negociação, conseguir melhores preços e prazos nas compras.

Após a consultoria, implantou-se a central de compras que foi inaugurada nas dependências da ACIF, com cerimônia para os fornecedores e convidados; participaram 126 pessoas entre empresários, fornecedores e convidados; foi elabora-

do todo um procedimento para a gestora, que recebe diariamente os fornecedores, negocia a quantidade e valores; a central de compras já está trazendo grandes benefícios para o núcleo; a estrutura funciona dentro das instalações da entidade ACIF e material de escritório, equipamentos, foi cedido pela ACIF, como cortesia pelo período de 12 meses; foi a forma que a entidade encontrou para fortalecer a ação.

O registro da marca foi aprovado. O objetivo do Grupo Construfan é de abrir novos mercados, fornecendo para ci-



dades vizinhas e futuramente fazer parcerias estratégicas, como por exemplo, com a Caixa Econômica Federal; fazer uma parceria com a SICOOB CREDI para negociar tarifas, linha de crédito e compras conjuntas. Já em andamento: a gestora da Central de Compras está em negociação com fornecedores e já efetivando as referidas compras. O grupo participa das feiras REVESTIR e FEICON todos os anos.

Materiais de Construção
Empreendedoras: 21

Associação do Comércio e Indústria de Franca - (16) 3711-1700

INVESTIR NA INFRAESTRUTURA DAS OFICINAS

Promover o aumento da competitividade das empresas do núcleo GRAG – Grupo de Reparadores Automotivos de Guarulhos por meio da capacitação em Gestão Técnica e estabelecer estratégias operacionais que permitam maior controle e melhoraria no acompanhamento. Além de possibilitar avanços no atendimento ao cliente.

Material de Construção
 Empreendedores: 17



O objetivo foi investir na atualização técnica, melhorar o desempenho e elevar a produtividade. O segmento recebe constantes atualizações técnicas e novas tecnologias na área mecânica e os treinamentos são fundamentais.

As empresas investiram na revitalização da imagem visual de seus materiais impressos e de comunicação com o cliente, estabelecendo padrão visual e identificação da marca. Participa dirigentes das



empresas e colaboradores, foram mais de 105 pessoas e 90 horas de capacitações. Com todo esse empenho e dedicação foram obtidos resultados diretos no aumento da produtividade, mais confiança na execução das tarefas, elevação do relacionamento interpessoal com os clientes.

Houve investimento e melhoria na infraestrutura das Oficinas. Foi realizado dois *Pits Stops*. Boa parte do grupo participou de Feiras ligadas a atividade e ao setor de serviços em busca de tecnologia e atualização.



Fotos Divulgação

FEIRA ESCOLAR MOVIMENTOU SEGMENTO

Fortalecer o segmento das escolas particulares de Guarulhos, por meio da qualificação de seus dirigentes, corpo administrativo e docentes; identificação de diferenciais competitivos e implementação de técnica de gestão.

As empresas investiram na revitalização da imagem visual de seus materiais impressos e de comunicação com o cliente estabelecendo padrão visual e identificação da marca. Os dirigentes das empresas e os colaboradores participaram de todas as ações, no total foram mais de 120 pessoas e mais de 200 horas de capacitação. Com

todo esse empenho e dedicação foram obtidos resultados diretos no aumento da produtividade, mais confiança na execução das tarefas, elevação do relacionamento



interpessoal com os clientes.

ACE-Guarulhos divulgou, a AEG - Associação das Escolas Particulares de Guarulhos apoiou o grupo na realização das ações e identificou vários parceiros e fornecedores para facilitar a realização dos trabalhos no dia a dia das escolas. O SIEE-ESP - Sindicato Patronal das Escolas Particulares também colaborou através de sua Diretoria Local, oferecendo espaço para reuniões, treinamentos e palestras técnicas de gestão com conteúdo e assuntos específicos para o segmento.

Foi realizada a primeira Feira Escolar de Guarulhos, atraindo fornecedores, gestores e colaboradores, com a participação de mais de 1.500 pessoas.

Escolas Particulares
 Empreendedores: 12

PARCERIAS POSSIBILITAM GRANDES RESULTADOS

O segmento recebe constantes alterações da legislação e exigências técnicas dos órgãos de controle e fiscalização dos governos municipais, estaduais e federais. Treinamentos Gerenciais tais como: Melhorar as técnicas de controle e monitoramento da produção e entrega dos serviços. Possibilitar a utilização das diversas técnicas de liderança e potencialização do capital humano.

As empresas investiram na revitalização da imagem visual de seus materiais impressos e de comunicação com o cliente estabelecendo padrão visual e identificação da marca.

Os dirigentes das empresas e os colaboradores obtiveram mais de 200 horas de capacitações. Com todo esse empenho e dedicação foram obtidos resultados diretos de aumento de produtividade, mais confiança na execução das tarefas, elevação do relacionamento interpessoal com os clientes.

A ACE-Guarulhos disponibilizou sua estrutura, elaborou artes para divulgação do grupo. A prefeitura através da secretaria de finanças oferece palestras técnicas em relação as obrigações assessorias das empresas para com o governo local. Facilitou também o relacionamento com as empresas e as diversas soluções técnicas. O SESCON - SP estabeleceu parceria com o grupo para a realização de treinamentos técnicos com valores subsidiados e disponibilizando sua estrutura local para o grupo.



Fotos Divulgação



Contabilidade
 Empreendedores: 15

**Associação Comercial e Empresarial
 de Guarulhos - (11) 2137-9300**

NICI PARTICIPA DO EMPREENDER COMPETITIVO

O Núcleo de Imobiliárias e Corretores de Itatiba (NICI), da Associação Industrial e Comercial de Itatiba (AICITA), concluiu com sucesso sua participação no Empreender Competitivo, com ações que envolvem a melhoria contínua das imobiliárias participantes, sendo elas: *D&A Consultoria Imobiliária*, *Edwal Penteado Negócios Imobiliários*, *Evolução Negócios Imobiliários*, *Gildo Milanez*, *Imobiliária Assahi*, *Nallin*, *Reinaldo Imóveis*, *RGR*, *Samira Imóveis*, *Terracima Negócios Imobiliários*, *Unika Imóveis* e *Viana Imóveis*.

Este projeto teve como objetivo principal desenvolver e qualificar o trabalho dos corretores, ampliando a participação efetiva nos negócios imobiliários da cidade, buscando a integração dos membros e a sustentabilidade das empresas, agilizando principalmente os processos.

Ainda segundo o balanço, o grupo apresentou, além da contrapartida obrigatória para este projeto, um incremento de 6,5%, indicando a confiança nas ações.

“Temos que continuar, pois os cursos são muito proveitosos e, em termos de divulgação da marca NICI, houve maior fidelização. Pretendemos agora expandir aos nossos colaboradores todos os cursos”, comentou Débora.

As quatro ações iniciais envolvem a estruturação do projeto, a gestão, o monitoramento, o acompanhamento da execução das mensurações e a execução das avaliações.

Confira as demais ações realizadas durante os dois anos de execução do Empreender Competitivo:



Fotos Divulgação

O **Curso de Capacitação em Direito Imobiliário** foi realizado em Campinas no primeiro semestre de 2015. “Os professores foram excelentes. Tiramos muitas dúvidas principalmente das coisas que vivenciamos, além da possibilidade de termos contatos com outros núcleos e outras imobiliárias. A linguagem utilizada também foi de fácil entendimento e o curso foi repleto de exemplos”, avaliou Samira Borella Baessa.

Em 2013, foi realizado o **Curso de Design Gráfico na Anglodata**, constituído exclusivamente para 22 membros do NICI, divididos em duas turmas.

No segundo semestre de 2014,



houve a participação no **Curso de Vendas com Programação Neurolinguística (PNL)**. “Este curso foi muito proveitoso. Voltado ao nosso auto conhecimento”, declarou Cabral, da Assahi.

Também em 2014, os membros **receberam tablets** para a melhoria contínua no processo de comunicação. “A ferramenta é ótima para usarmos com os clientes. Facilita o dia a dia, opinou Samira Baessa. “É importante trabalharmos com tecnologias mais modernas”, completou Benedito Justino.

Já neste ano, houve a **instalação de câmeras de segurança e monitoramento em todas as imobiliárias participantes do Núcleo**. “A câmera inibe a entrada dos ladrões”, alertou Viviane, da Gildo Milanez. “Tenho acesso 24h ao que acontece na minha imobiliária, por meio do tablet”, informou Samira Baessa.

Em julho de 2015, houve a entrega material do NICI. “A divulgação institucional foi muito interessante”, declarou Edwal Penteado. “É muito importante para a exposição dos membros do NICI a novos investidores”, disse Reinaldo Albino, sobre o livro editado pelo núcleo.

CAPACITAÇÃO E CERTIFICAÇÃO EM FOCO

Fotos Divulgação



Promover o desenvolvimento e aumentar a competitividade das empresas através de melhorias da produtividade, qualificação de mão de obra, aprimoramento das técnicas de gestão e acesso a novos mercados.

A Implantação do PPCP nas indústrias e o envolvimento dos colaboradores nas ações contribuíram para a profissionalização dos setores e para o desenvolvimento humano do empresários e das equipes.

O grupo criou e desenvolveu o material de marketing, logo no núcleo, materiais para mídia local e regional. Pu-

blicação em revistas, publicação em jornal local, divulgação em rádios local e regional e na TV Band fez com que o Grupo conseguisse ter um aumento de 15% na captação de novos clientes.

A parceria com a Megatech Consultoria, que desenvolveu com o grupo treinamentos e técnicas de implantação e aprimoramento das técnicas dentro da empresa, desta ação foi desenvolvido um diagnóstico e um plano de ação criado dentro da realidade de cada empresa.

Com a melhoria no sistema de gestão e produtividades, as empresas tiveram um desenvolvimento interno que pos-

sibilitou maior produção podendo captar novos clientes, além de aumentar a demanda e gerar mais empregos no município. O fortalecimento do grupo contribui para troca de informações. Reuniões, treinamentos e participações em missões possibilitam a aquisição de informações precisas.

As empresas tiveram aumento de produtividade, podendo captar novos clientes, aumento do faturamento e participação no mercado.

Com reuniões mensais, e muita troca de informação sobre o segmento pode-se alinhar ações e criações de novas estratégias, sempre exercendo a cultura associativista.

Missões, capacitações, treinamentos para os empresários e seus colaboradores. Contratação de uma agência de publicidade para desenvolvimento da divulgação das empresas participantes nas mídias, jornal, rádio, revista e tv foi fundamental, com isso os resultados foram: aumento de empresas associadas, maior utilização dos serviços da ACE e claro maior proximidade ACE junto aos empresários. O Núcleo é reconhecido no município pelo excelente nível de seus produtos, o que torna as empresas participantes mais competitivas no mercado através de uma divulgação realizada com inserções nas rádios da região e veiculação na TV Band. Os empresários e colaboradores participaram de vários cursos no decorrer do projeto e do congresso da FACESP.

Com a união, o núcleo abriu novos mercados, aumentando assim o faturamento das empresas, sua competitividade e produtividade. Vale ressaltar que os membros passaram por treinamentos para se capacitarem e melhorarem seus desempenhos nas empresas.



Setor Têxtil
Empreendedores: 10

Associação Comercial e Empresarial de José Bonifácio - (17) 3265-9600

GESTÃO EFICIENTE TRAZ NOVOS CLIENTES



O objetivo do Projeto é treinar e qualificar os colaboradores da empresa para melhor atendimento e satisfação dos clientes. Divulgar as empresas do projeto de forma a aumentar sua participação no mercado.

Os membros passaram por treinamentos a fim de se capacitarem. Há uma hierarquia na rede, tendo o seu presidente, vice-presidente, diretor financeiro, diretor de compras e diretor de marketing, sendo os cargos de mais competência dentro da rede. O projeto deu início com o desenvolvimento do material de marketing, logotipo no núcleo e materiais para mídia.

Publicação em revistas, jornal local, rádios e TV Band foram de extrema importância. Através destas as ações as empresas tiveram aumento de média de 15% na captação de novos clientes.

A parceria com a Gasparini Con-



sultoria, RM Consultoria, onde os empresários e colaboradores receberam capacitação e treinamentos de forma a tornar a empresa mais competitiva, adequar preço e beneficiar a comunidade em geral. As empresas utilizaram a infraestrutura da ACE-JB para reuniões e treinamentos.

Reuniões mensais fortalecem a cultura associativista, onde todos opinam e tomam as decisões em conjunto. Esse gesto fortalece o relacionamento da associação com o empresário.

O grupo participou das rodadas de negócio do SEBRAE, da Feicon - Feira da Construção realizada em São Paulo, buscando sempre a inovação. Com a união das empresas e ações de marketing conseguiram ampliar sua carteira de clientes, e do ticket médio. Essa melhoria deve-se também a Gestão de Negócios que o grupo aprendeu nas consultorias.

Com a participação em eventos e a ampla divulgação das empresas do núcleo se tornaram conhecidas.

O grupo vem se promovendo com panfletos todos os meses, duas vezes ao mês, divulgação, por meio de outdoor, rádios e folhetos (cada mês uma mídia direcionada é utilizada).

Negociação conjunta com fornecedores, quinzenais, e com a presença de um representante nas reuniões na sede da Rede Clima.

Com a organização dos pequenos, formando uma rede, caracterizando-se por estarem em bairros, desenvolve-se a economia dos bairros. A divulgação que a rede faz, e suas promoções atraem clientes de outras cidades da região, desta forma o cliente de outra cidade passa a conhecê-la e compra não só nas lojas mas em outros estabelecimentos da cidade.



Construção Civil
Empreendedores: 12

Associação Comercial e Industrial
de Birigui - (18) 3649-4222

NAB É REFERENCIA NA CIDADE E REGIÃO

Aprimorar o desenvolvimento das empresas através de implantação do software de gerenciamento, melhorias das práticas de gestão, qualificação profissional e ampliação do acesso ao mercado.

Capacitações e treinamentos realizados com especialistas em serviços específicos como Air Bag, Freio ABS, Injeção Eletrônica, Câmbio Automático e Automatizado as empresas puderam se atualizar suprimindo a necessidade de seus clientes, e até implantar novos serviços, aumentando assim a carteira de clientes com carros semi novos, aumento da demanda em 50%, aumento do faturamento.

Desenvolvimento do material de marketing, logo no núcleo, materiais para mídia. Publicação em revistas, jornal, divulgação em rádio e TV. Através destas ações houve um aumento de 15% na captação de novos clientes.

Uma parceria com a Scopino Treinamentos e a Aptta Brasil, para desen-



Fotos Divulgação

volver treinamentos técnicos especializados com novidades da atualidade tornando as empresas mais preparadas e qualificadas no mercado. Para as reuniões, treinamentos, palestras utilizou-se a estrutura da ACEJB com consultores especializados para orientação aos empresários.

Os resultados para a comunidade

de foram a melhoria na qualificação e no segmento, onde as empresas estão aptas a atender seus clientes não tendo mais a necessidade de se deslocar para maiores centros. Com isso o grupo se fortalece, aumenta sua produtividade, apta a captar novos clientes, aumentando seu faturamento e sua participação no mercado.

O NAB é referência na região e conta com oficinas especializadas em serviços e atendimentos de qualidade. Os empresários e colaboradores participaram de vários cursos no decorrer do projeto, além de palestras e o congresso da FACESP.

Com a união através do NAB, as empresas abriram novos mercados e clientes. A divulgação realizada no plano de marketing com inserções nas rádios da região e veiculação na TV Band. Divulgação das empresas em jornais, revistas, rádios e tv aumentou a competitividade e produtividade das empresas gerando assim faturamento e lucros maiores.

Os membros passaram por treinamentos para se capacitarem e melhorarem seus desempenhos constantemente.

Reparação Automotiva
Empreendedores: 14

Associação Comercial e Industrial de Buritama - (18) 3691-2022



DESFILES FORAM UM SUCESSO DE PÚBLICO

Promover a qualificação das pessoas, modernização da gestão e implementação de estratégias para ampliação dos negócios.

O marketing atingiu o objetivo do projeto pois foram realizados, desfile de moda, participação e divulgação em tv, divulgação através de encartes distribuídos na cidade de Marília, padronização de cartões e sacolas, adequação das lojas realizadas após o curso de vitrinismo, com mudanças no layout e no atendimento.

As empresárias tiveram a oportunidade de participarem da rodada de negócios em Salvador na Bahia em parceria com o Sebrae-BA, onde fomentaram novos fornecedores.

A parceria com a Faculdade de Moda de Marília deu condições de realizar o primeiro Desfile de Modas, utilizando as dependências que a faculdade possui para esse fim. O segundo desfile uma parceria com a Associação Comercial que cedeu a dependências do auditório para a gravação da tv local.

As empresas passaram a oferecer produtos de maior qualidade e proporcionar atendimento diferenciado a seus clientes gerando necessidades de contatar mais funcionários, gerando emprego e renda para a empresa e para o município. Tornaram-se profissionalizadas, com empresários e colaboradores capacitados, com consultorias individuais e coletivas, tanto na gestão empresarial como na área técnica enfatizando sempre o aumento do faturamento e a quantidade de clientes.

Através de reuniões periódicas, para compreenderem a importância da união, jornadas de capacitação, intercâmbio com outros núcleos setoriais, treinamentos direcionados aos empresários e co-



Fotos Divulgação

laboradores, as empresas se tornaram mais conhecidas no mercado oferecendo produtos de qualidade e conforto para os clientes. Outro diferencial foi a contratação de uma agência de publicidade para profissionalizar as ações de marketing.

Hoje as empresas estão aptas a oferecer atendimento diferenciado e produtos de qualidade.

Existe no grupo uma rotatividade de seus membros na participação, de

maneira que todos têm a possibilidade de participarem. O comprometimento destas empresárias em se profissionalizarem e focarem na divulgação de suas empresas foi unânime. Por se tratar de um segmento da moda não havia compra em conjunto, hoje essa realidade é diferente pois elas se reuniram para adquirir produtos como, cartões de visitas, sacolas, material de propaganda, produtos em promoção e sorteio de prêmios em datas comemorativas.

Com. Varejista de Vestuário
 Empreendedores: 10

Associação Comercial e Industrial de Marília - (14) 3402-3300



3º PIT STOP AUTOMOTIVO GRAP POMPÉIA



Promover a melhoria das empresas, por meio de modernas ferramentas gerenciais, qualificação técnica e estratégias diferenciadas, que possibilitem a ampliação dos negócios.

As reuniões auxiliam na compreensão e no desenvolvimento do espírito de união. As missões, jornadas de capacita-

ção, treinamentos focados aos empresários e seus colaboradores também colaboram para esta cultura empresarial.

O objetivo específico da ação em destaque é que o empresário adquira conhecimento necessário para melhorar a gestão de sua empresa.

A Prefeitura Municipal de Pom-

Reparação Automotiva
Empreendedores: 16

Associação Comercial e Empresarial
de Pompéia - (14) 3452-4752



Fotos Divulgação



peia ajudou na realização do Pit Stop, que funciona quase como um programa de fidelidade para com os clientes, fornecendo toda infraestrutura para realização do evento e contribuiu para a realização dos cursos de Gestão Empresarial.

A divulgação foi através de cartão de visitas, jornal, banners e rádio.

O empresário contribui disponibilizando sua empresa para a realização do curso técnico com a utilização de veículos e equipamentos. Muitos fornecedores contribuíram na participação das missões e das feiras.

Participação em cursos técnicos (Injeção Eletrônica, ABS, Air Bag e Câmbio Automático e Gerenciais) além de outro focado no fluxo de caixa, formação de preço de venda, estoque e liderança.

Todos participaram de palestras do setor, seminários, feiras e congressos: Participaram também dos congressos da FACESP.

Esse desenvolvimento econômico contribui com geração de emprego e renda para o município. Com a organização dos pequenos, formando uma rede, caracterizando-se por estarem em bairros, desenvolve-se a economia dos bairros.

A divulgação que a rede faz, e suas promoções atraem clientes de outras cidades da região, desta forma o cliente de outra cidade passa a conhecê-la e consumir em outros estabelecimentos do município.

O resultado foi o aumento de clientes seguido de um crescimento do faturamento de 20%, com isso os empresários geram renda e emprego.

Hoje o grupo é referência na cidade e região. Sua maior característica é estar presente em todos os bairros da cidade.

NARP É EXEMPLO DE EMPREENDEDORISMO



O Pit-Stop é um evento de credibilidade, que reúne profissionais responsáveis e que orientam motoristas sobre a importância da manutenção preventiva dos veículos, além da segurança no trânsito, já que o cuidado antecipado também ajuda a evitar acidentes, a prevenção fica mais econômica que o conserto de diversos problemas no automóvel. Já na capacitação técnica o objetivo: se profissionalizarem cada vez mais tornando-se aptos a acompanhar

a evolução das técnicas de manutenção de veículos.

A Prefeitura Municipal de Presidente Prudente através de parceria com o núcleo cedeu o espaço para a realização dos dois PIT-STOP.

A sobrevivência da micro e pequena empresa, a iniciativa impede o isolamento e favorece a troca de experiência entre os empresários, além de incentivar o desenvolvimento organizacional das associações comerciais, desta forma estimula programas de treinamento para qualificação dos colaboradores, melhorando a qualidade das empresas, e gerando mais emprego e renda.

As reuniões periódicas, para compreenderem a importância da união, Missões, consultoria de capacitação, treinamentos focados aos empresários e seus colaboradores. Contratação de uma agência de publicidade visando a profissionalização das ações de marketing e gerando melhor atendimento em cada empresa.



O NARP é um grande exemplo de que a união faz a força, e mostra que unidos podemos fazer mais e melhor, para a associação comercial é muito importante fazer parte desta história, que incentiva e apoia o desenvolvimento sustentável das empresas, e o NARP tem cumprido de forma brilhante, seu papel de empreendedor e com isso ganhou nossa admiração e confiança, além da AC ter conquistado novos associados.

Participação em cursos técnicos injeção eletrônica, ABS, Airbag, câmbio automático modulo I e II, alinhamento e balanceamento, gerenciais, fluxo de caixa, estoque, liderança e motivação.

Aumento de faturamento em torno de 20%, houve a implantação de novos sistemas gerenciais para aprimorar a gestão das empresas e o atendimento.

Participação em feiras: Automec e visitas técnicas com as empresas fornecedoras. Programas de fidelidade e relação com os clientes: através do Pit-Stop e Manutenção Preventiva que é realizada gratuitamente a cada 2 meses em todas as empresas do núcleo. Panfletos foram usados na divulgação, outdoor, rádios, cartão de visita personalizados, jornal, tv e sacolinhas. Com a organização das empresas, aumento de faturamento e de clientes proporcionou ao município uma demanda para geração de renda e emprego.

Reparação Automotiva
Empreendedores: 16

Associação Comercial e Empresarial
de Presidente Prudente - (18) 2101-1500

Fotos Divulgação



FEIRINHA POP FOMENTOU MUITOS NEGÓCIOS

O projeto proporcionou resultados positivos diretos e indiretos à comunidade. Algumas lojas alcançaram significativo aumento de faturamento, contribuindo para a melhoria da arrecadação do município, e também realizaram novas admissões, criando novos postos de trabalho. Através da realização do evento Feirinha POP, foram criados novos postos de trabalho temporários, empresas convidadas também puderam expor e comercializar seus produtos.

A Feirinha POP além de contribuir para o fomento da economia local, também proporcionou um momento de di-



versão e lazer para toda a comunidade.

Os resultados obtidos foram positivos não apenas para as empresas, que tiveram melhorias na gestão, aumento

de faturamento e ampliaram a carteira de clientes, como também fortaleceram a imagem coletiva do núcleo setorial, o que representa um diferencial perante as demais empresas do mercado. As empresas obtiveram aumentos significativos em seus faturamentos e algumas investiram em aumento da estrutura.

Além da realização da Feirinha POP, também é realizada pelo núcleo a Feira Liquida Estoque, atualmente em 14ª edição, contribui para que as empresas eliminem o estoque parado. Na Feirinha POP o Núcleo resolveu reunir em um único espaço produtos de várias lojas com um único caixa. A experiência foi interessante pois permitiu visualizar os mecanismos que serão utilizados em outlet conjunto.

Comércio Varejista Confecção
Empreendedores: 12

Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Registro - (13) 3828-6800

RIBEIRÃO PRETO

AÇÕES PROMOCIONAIS PARA OS CLIENTES

Ação de maior destaque no projeto foi a atividade de marketing em conjunto onde as empresas tiveram a oportunidade de divulgar seus produtos e serviços afim de obter mais clientes e consequentemente aumentar a lucratividade.

Os principais objetivos foram a criação do site e a fanpage no facebook, com posts diários de folder eletrônico com produtos, serviços e comunicação institucional das empresas.

Criação de folder's, panfletos promocionais, distribuídos para seu público-alvo, contratação de um consultor de marketing para profissionalizar suas

ações de marketing. Com estas ações as empresas tiveram um aumento de 20% no faturamento. Com a maior divulgação das empresas houve o aumento do número de clientes, havendo a necessidade de contratar funcionários, que foram capacitados para prestar um atendimento de qualidade, o layout das lojas foram modernizados, com o projeto todos ganharam pois houve o desenvolvimento econômico local, geral de emprego e rentabilidade das empresas participantes do projeto.

As empresas participantes do projeto melhoraram a gestão dos seus negócios, controle do estoque, melhoraram a negociação de compras, capacitaram os

funcionários para atender com mais qualidade, foi criada logo marca, uniformes, reestruturaram o layout, fachada das lojas, tudo isso contribuiu muito para o desenvolvimento das empresas.

Com a criação da Coopertintas, houve um aumento no mix de produtos, os fornecedores procuram a rede para oferecer produtos com preços diferenciados para a rede. Houve a contratação de um gestor de compras, que faz reuniões quinzenais na sede da ACIRP, às quartas-feiras, para realizar as compras conjuntas.

São realizadas ações de promoções para os clientes, sorteio de prêmios em datas comemorativa, como o Dia do Pintor, são feitos brindes que são distribuídos para os clientes, tais como: calendários, canetas e vinhos.

Comércio Varejista
Empreendedores: 14

Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto - (16) 3512-8000

GESTÃO E TREINAMENTO INCREMENTA AS VENDAS

São dois segmentos o de óticas e o de farmácias de manipulação. O objetivo da ação da preparar as empresas para a realizar ações coletivas de acesso a mercado, podendo assim aumentar o faturamento.

Feiras, contratação de um consultor especializado em marketing e contratação de uma agência com especialidade em mídias digitais.

Devido as consultorias e treinamentos que as empresas e seus colaboradores receberam, ocorreu uma melhoria no atendimento ao cliente, maior conhecimento técnico e realizações de promoções, com isso, a comunidade se beneficiou com

Comércio Varejista
 Empreendedores: 12



o atendimento especializado e também com as promoções realizada pelo grupo. As empresas obtiveram melhorias da gestão administrativa, financeira e de recursos humanos tornando assim empresas profissionalizadas e colaboradores capacitados. Houve aumentos do número de clientes devido as ações de Marketing e de Acesso a Mercado, onde os empresários partici-

pantes puderam realizar a divulgação das empresas conquistando assim novos clientes e o aumento do faturamento.

Reuniões periódicas, para compreenderem a importância da cultura associativista. Missões, treinamentos focados aos empresários e seus colaboradores. Contratação de consultores e a divulgação de suas promoções atraem novos clientes que passam a conhecê-los e comprar na maioria das empresas participantes.



Fotos Divulgação

BUSCA CONSTANTE POR ATUALIZAÇÃO É DIFERENCIAL

O objetivo do Projeto foi promover o desenvolvimento empresarial por meio da melhoria nos processos de gestão e busca de novas soluções tecnológicas, para elevar o grau de conhecimento técnico dos empresários e colaboradores.

Todas as reuniões do grupo, palestras e treinamentos, foram realizadas na ACIRP. Os parceiros NGK NTK, Hipper Freios, Cofap Magnetti Marelli e Dayco patrocinaram o evento **Inspeção Veicular**, além de realizar palestras técnicas.

Para o grupo houve um aumento do faturamento devido a divulgação e pelos cursos técnicos realizados. Com isso a população recebeu atendimento qualificado. A população de Ribeirão Preto tam-



bém se beneficiou com a inspeção veicular gratuita nos principais item de segurança do veículos, na qual o proprietário de cada veículo foi informado sobre a importância da inspeção veicular.

Houve melhoria no processo gestão, aumento do desenvolvimento técnico dos empresários e seus colaboradores,

aumento do faturamento e melhoraria no atendimento ao cliente.

As reuniões despertaram a importância da cultura associativista. As missões, feiras, capacitações técnicas, realização de eventos, treinamentos focados aos empresários e seus colaboradores. Os empresários passaram por treinamentos, contrataram consultores especializados nas áreas de Marketing, Administrativa e Financeira. E também participou de vários cursos técnicos. A divulgação de suas promoções atrai clientes que passam a conhecê-los e comprar na maioria das empresas participantes.

Reparos Automotivos
 Empreendedores: 15

Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto - (16) 3512-8000

BLITZ ECOLÓGICA VERIFICA EMISSÃO DE GASES

Ao longo do projeto foi realizado vários treinamentos podemos destacar: DUALOGIC/IMOTION, linha Francesa, Diagnostico Automotivo Inteligente, Diagnóstico em Eletrônica Embarcada Automotivo entre outros. Através de consultorias especializadas, melhoria dos equipamentos e uma grade de capacitação técnica para colaboradores e empresários, com ênfase na melhoria dos processos.

Durante o projeto o grupo realizou a Blitz Ecológica no evento puderam ser verificados a emissão de gases poluentes dos veículos. “A emissão de gases por



carros desregulados é uma das maiores causas da poluição”, A iniciativa ajuda os motoristas a saber se a poluição emitida pelo veículo está dentro dos limites aceitáveis. “Além da causa ecológica, é feita a orientação para as pessoas sobre a importância da revisão periódica e preventiva, contribuindo para sua maior segurança e de seus familiares e também para a redu-

ção do consumo de combustível”.

A continuidade e fortalecimento do Núcleo Nar que iniciou suas atividades em 2004 se mantém atuante em busca de aprimoramento da mão de obra e excelência nos serviços prestados.

Os empresários puderam vivenciar a cooperação e comprometimento da entidade para atingir os objetivos do grupo. As empresas participantes do projeto são conhecidas por fazerem parte do núcleo. O grupo é participativo, propõe ações e as executa. Participaram de 2 Congressos durante a execução do projeto e estão em constante busca de capacitação e reciclagem. Após o término do projeto executaram um treinamento de fluxo de caixa e formação do preço de venda.

Automotivo
 Empreendedores: 12

FESTIVAL GASTRONÔMICO TEM GRANDE REPERCUSSÃO

O projeto tinha como objetivo fortalecer o segmento através da melhoria da qualidade dos serviços prestados e ampliação do acesso a mercados. Merece destaque O Festival Gastronômico, durante 15 dias houve divulgação das empresas participantes do projeto e puderam sentir a diferença na frequência de clientes.

A marca Amigos da Boa Mesa e as empresas nucleadas fortalece o evento como uma iniciativa de sucesso que pretende perpetuar-se no município, tornando-se referência no interior do estado.

Dentre os recursos utilizados para realizar as ações podemos citar: jornal,

revista, flyers, guia gastronômico e rádio, visando a comunicação com o público alvo. Houve também a contratação de uma agência de publicidade que ficou responsável pela criação das artes publicada nas ações de marketing e durante o festival gastronômico.

O relacionamento dos empresários do grupo Amigos da Boa Mesa, possibilitou que empresas de outras áreas patrocinassem o Festival Gastronômico 2015, sendo elas: Cooperativa de Economia e Crédito Mútuo dos Empresários de Rio Claro –SICOOB CREDIACIRC, Cachaça Fuzuê, Revista Amora, Opção FM, Caramelo & Cia e Totem Interativa, com esse



patrocínio o grupo realizou o Coquetel de abertura do Festival. Os empresários realizaram vários treinamentos, estes voltados não apenas para seus colaboradores mas também para a comunidade Rioclarense.

O resultado foi positivo, houve a adesão de uma nova empresa ao grupo e receberam convites para participar de eventos na cidade, para promover o setor gastronômico.

Gastronômico
 Empreendedores: 19

Associação Comercial e Industrial de Rio Claro - (19) 3526-5000

CERTIFICAÇÃO E PIT STOP COMO DIFERENCIAL



Fotos Divulgação

Ações do Projeto visaram o Programa de Certificação e Recertificação, Selo de qualidade - IQA Instituto da Qualidade Automotiva. Com estas ações a rede teve um aumento de 80% no lucro e passou a ter um de seus componentes, Sr. Faria, como membro da APAS. A CEDEN prestou consultorias para a orientação e implantação do Programa 5S e consultorias Administrativo e Financeiro. A BPIX desenvolveu o site do grupo.

O grupo teve reuniões com fornecedores utilizavam a estrutura da ACIRP e o consultor jurídico para orientá-los. Com essas parcerias o núcleo pôde atingir seu objetivo maior: **AUMENTO NAS VENDAS e no NÚMERO DE ATENDIMENTOS.**

Com a certificação a comunidade conta com um serviço de maior qualidade e confiabilidade uma vez que são certificadas por um órgão como Instituto IQA.

Outra ação que traz benefício de sustentabilidade para a comunidade local é o evento intitulado PIT STOP que foi realidade onde foi realizado análise de gás, freios, escapamentos, garantindo a segurança da população e qualidade de gases emitidos pelos veículos. Com o aumento da clientela houve a necessidade de investir na estrutura das lojas (visual e atendimento). O grupo capacitou seus colaboradores e admitiu mais, com isto a distribuição de renda chegou a um número maior de pessoas, fomentando a economia local.

Conseguimos, também, melhorias nos Processos e Organização Interna com a Implantação da filosofia 5S. Foram realizadas mais de 200 horas de consultorias in loco para a adequação e organização dos processos internos, de acordo com os conceitos de qualidade dos cinco *Sensos* 5S. Através destas consultorias, foi possível elencar as melhorias, criando, assim, um Plano de Trabalho e Controle das

Ações.

No já mencionado PIT STOP, as ações de Marketing foram decisivas para o sucesso desta ação que contou com elementos de Marketing Digital para divulgação dos serviços oferecidos pela empresa, Google Adwords, Rede de Pesquisa e Rede de Display. Os nucleados ainda passaram pelo Programa de Certificação e Recertificação, onde obtiveram a certificação de gestão de qualidade que traz, por sua vez, benefícios como redução de custos (através da diminuição de desperdícios); melhoria contínua dos processos; aumento da satisfação do cliente, maior interação e comprometimento da equipe.

A Certificação como ferramenta de gestão empresarial, torna-se um diferencial de mercado além do melhor controle de seu negócio em gestão de estoque, vendas e do marketing.

Missões, jornadas de capacitação, com Palestras e cursos oferecidos pelo Sebrae e pelos fornecedores como Magnetti Marelli e Bosch. O Programa 5S, Foi elaborado o Cronograma de Visitas e Ações por Senso, com as datas e atividades a serem desenvolvidas nas Oficinas. O Projeto tinha 5 meses para ser desenvolvido, sendo que a cada 4 semanas seria aplicado um Senso.

Desenvolver campanhas promocionais de produtos e serviços com intuito de melhorar a divulgação e notoriedade das empresas no mercado local e regional. Foram realizados eventos como PIT STOP, Contratação de uma agência de publicidade visando a profissionalização das ações de MKT, Campanha de busca no google, matérias em revistas e entrevista na TV Acirp em Ação.

FOCO NO INCREMENTO DAS VENDAS

O Programa de Qualidade Total Educacional foi criado a partir da necessidade dos empresários participantes do NEP – Núcleo de Escolas Particulares, identificada na aplicação do método METAPLAN. O resultado dessa aplicação foi o conhecimento sobre as principais dificuldades do “Núcleo”, como falta de mão de obra qualificada, gerando com isso uma alta rotatividade dos colaboradores; outra grande dificuldade das empresas era padronizar os procedimentos de suas empresas, pois a cada troca de funcionário tinha que ser passado novamente todas as rotinas, sem a padronização necessária para a manutenção da boa qualidade dos serviços.

A partir do diagnóstico, foi concluído que as empresas necessitavam de algo que qualificasse e capacitasse seus colaboradores. Também criou-se um plano de carreira dentro da instituição agregando uma carga de valor motivacional para os mesmos. Ao longo do projeto foram aplicadas 26 (entre workshops, treinamentos e palestras) capacitações para uma média de 230 colaboradores das escolas participantes. Durante o projeto o grupo implantou as técnicas dos 5’S, dentro das escolas, visando uma prática pedagógica e educacional mais eficiente possível, elevando a



qualidade de vida de todos os envolvidos.

No decorrer do projeto, esta sendo implantada a padronização dos principais itens para o bom funcionamento de uma unidade educacional, através do manual de procedimentos, uniformizando as áreas: de atendimento, secretaria e o projeto pedagógico, com isto garantindo e elevando a excelência dos serviços prestados.

Para a realização desse trabalho todas as escolas foram visitadas individualmente, passando por diagnóstico com retorno individual para as devidas adequações, além dos workshops com as lideranças, para a multiplicação com todas as equipes, paralelamente a esta atividade,

foi trabalhado a gestão de pessoas com um coach, para o desenvolvimento de novas lideranças e a área motivacional, para a evolução do projeto.

Ficou notório o impacto do projeto: em reunião de pais, em que dizia que o seu filho quis implantar os 5’S no seu quarto; na “Feira Reflexos” pela observação dos trabalhos expostos e produzidos pelos alunos e ainda pela contagiante alegria desses alunos ao mostrarem o resultado de seu trabalho aos familiares, nas visitas às tendas, nas apresentações no palco durante o evento. O resultado final desta ação foi a certificação das escolas com um Selo de Excelência nos Serviços Prestados.

Escolas Particulares
 Empreendedores: 16

Associação Comercial de São Paulo
 ACSP: (11) 3180-3737



FOCO NO INCREMENTO DAS VENDAS

Ação do Guia Turístico de Socorro proporcionou a realização de ações de extrema importância e de impacto positivo para os empresários pois, divulgaram o destino numa revista específica da região que foi distribuída no período da Copa do Mundo, trabalharam a questão da conscientização turística das crianças da cidade e de turistas da mesma idade com a Revista “Terrinha da Gente - edição especial de Socorro” e fora confeccionado o Guia Turístico de Socorro aproveitando e integrando à nova linguagem de identidade visual do município.

Também foram realizados oito treinamentos de capacitação específica de mão de obra, como também de empresários e gerentes do setor turístico. Houve duas participações em feiras com stands patrocinados pelo projeto e parceiros entre outras ações.

Muitas empresas e instituições se envolveram, dentre elas: SENAI, JBS Treinamentos, SEBRAE e outras instituições que aplicaram cursos e treinamentos aos colaboradores e aos gestores das empresas. Também, com uma relação muito estreita com o COMTUR - Conselho Municipal de



Fotos Divulgação

Turismo e Prefeitura Municipal, a ACES cumpriu com as metas de participação nas feiras: Adventure Sports Fair em 2014 e a Salão SP de Turismo em 2015, investindo em recursos materiais, de colaboradores e também financeiros nas ações.

O trabalho em conjunto fortalece o segmento e a representatividade do mesmo no município. Atuando em conjunto, muitas ações podem ser realizadas com custo menor para cada investidor, como por exemplo, os cursos e treinamentos re-

alizados, assim como a participação nas feiras. Neste ano do Projeto, os empresários conseguiram trabalhar a questão do endomarketing, possibilitando às crianças e adultos, munícipes ou turistas, o conhecimento dos produtos turísticos existentes na cidade.

O projeto deixa esse legado muito importante. A revista “Terrinha da gente” muito bem distribuída e crianças com o conhecimento sobre o turismo na cidade.

Os empreendimentos participantes, puderam profissionalizar seus colaboradores com cursos de extrema importância: Primeiros Socorros, Boas Práticas na manipulação de Alimentos, Check-in, check-out etc. Participaram de ações de acesso a novos mercados através das feiras e eventos.

Com a exposição do destino Socorro e das empresas do Projeto em feiras e eventos houve o aumento da visibilidade, a credibilidade em relação ao mercado e o reconhecimento como um destino turístico de referência, facilitando futuras negociações.

Gastronômico
 Empreendedores: 19

Associação Comercial e Empresarial de Socorro - (19) 3895-2019



Superação e Criatividade foram indispensáveis

Em São Paulo, das 431 empresas/empreendedores que participaram do Programa Empreender Competitivo, 370 responderam à pesquisa de avaliação do impacto nos resultados finalísticos. Estas empresas foram agrupadas em 25 núcleos setoriais entre os quais 10 atingiram todas as metas estabelecidas.

• Buritama - Automecânica
• Fernandópolis - Automecânica
• Franca - Material Construção
• Franca - Mulheres Empresárias
• Marília - Confeccões
• Pompéia - Mecânico
• Presidente Prudente - Mecânico
• Ribeirão Preto - Material Construção
• Rio Claro - Mecânico
• Socorro - Turismo

O número de funcionários subiu de 10,3 para 12 proporcionando um aumento de 16,5% no número de postos de trabalho.

Dos resultados observados nas questões de impacto do programa, percebe-se que o Empreender Competitivo traz melhorias importantes no desempenho das empresas. Estas melhorias são observadas nos resultados que se seguem e impactam positivamente na satisfação geral, que foi de 9 em uma escala de 0 a 10.

• Para 68% das empresas participantes houve lucro após a participação no Empreender Competitivo. Em média, este aumento foi de 14,6%.

• Melhorias na produtividade também foram observadas por 68% dos

pesquisados, que afirmaram que em média, houve aumento no desempenho do indicador da ordem de 17,2%.

• Quanto aos produtos e/ou serviços ofertados, quase 99% dos pesquisados relataram ter havido melhorias qualitativas no decorrer da participação no Projeto.

• 81% registraram aumento no número de clientes em decorrência das ações promovidas pelo Programa Empreender Competitivo.

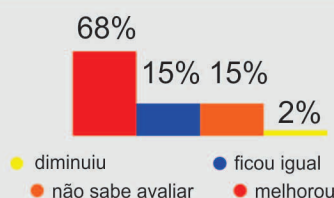
• 57% dos participantes afirmaram ter ampliado seu mercado de atuação,

sendo o mercado local com maior expressividade (84%).

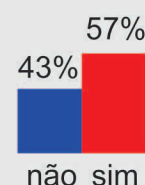
• Quase 49% dos pesquisados atribuíram nota 10 à questão que mede o grau de satisfação, produzindo um índice médio de 9, em uma escala de 0 a 10.

• Além da alta satisfação, o nível de recomendação do programa é alto. Questionados sobre o quão motivados os participantes estariam em recomendar o Empreender Competitivo para pessoas e empresas do círculo de relacionamento, quase 70% atribuíram nota 10 à questão, o que proporcionou uma nota média de 9,4.

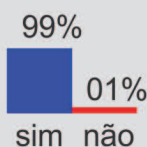
Distribuição dos entrevistados segundo a produtividade da empresa após a participação no Programa Empreender



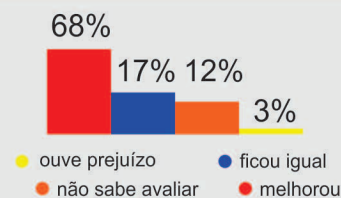
Distribuição dos entrevistados segundo a ampliação de mercados em decorrência das ações promovidas pelo Programa



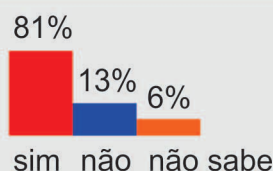
Distribuição dos entrevistados segundo a proporção de empresas quanto a ocorrência de melhorias na qualidade dos produtos ou serviços ofertados



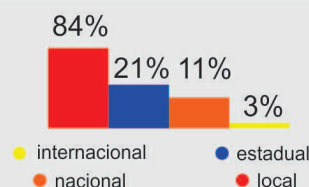
Distribuição dos entrevistados segundo o resultado financeiro da empresa após a participação no Programa Empreender



Distribuição dos entrevistados segundo o impacto no número de clientes em decorrência das ações promovidas pelo Programa



Distribuição dos entrevistados que ampliaram seus mercados em função do nível de ampliação





CACB: O guarda-chuva que abriga os pequenos,
luta por eles e funciona como uma voz coletiva para
defender o crescimento e os empregos no Brasil.



A CACB é formada por:

- 27 federações
- 2.300 associações comerciais e empresariais
- Mais de 2 milhões de empresários

**Representa e expressa a opinião
independente de empreendedores do:**

- Comércio
- Indústria
- Agropecuária
- Serviços
- Finanças
- Profissionais liberais

**INOVAÇÃO, O
INGREDIENTE QUE O
SEU NEGÓCIO PRECISA
PARA ESTAR SEMPRE
EM MOVIMENTO.**

É da porta para dentro
que a gestão, inovação e
produtividade fazem a diferença.
É aí que entra a mão do Sebrae
para ajudar a fazer o seu
negócio ser cada vez melhor.

**SUA VIDA É SE SUPERAR A
CADA DIA? ESTAMOS JUNTOS.**

0800 570 0800 SEBRAE.COM.BR

ESPECIALISTAS EM PEQUENOS NEGÓCIOS

SEBRAE