

LOIRA GELADA NACIONAL

Brasileiros produzem de rótulos a growlers para vencer no mercado cervejeiro

SIMPLES E DIGITAL

Conheça aplicativos que podem facilitar a rotina e a gestão do seu pequeno negócio

FRANQUIAS PARA MEIS

Redes apostam em produtos exclusivos para microempreendedores individuais

GESTÃO &

PME

NEGÓCIOS

O GUIA DO PEQUENO E
MÉDIO EMPREENDEDOR

FINANÇAS

MARKETING

ADMINISTRAÇÃO

NEGÓCIO BLINDADO

Prepare sua PME para enfrentar qualquer tipo de instabilidade e desafio em diversas áreas!

DINHEIRO NA MÃO

Lei que cria as Empresas Simples de Crédito facilita o acesso ao crédito para MPes

SÍNDROME DE BURNOUT

Identifique os sintomas da doença relacionada ao esgotamento profissional na sua equipe (ou em você mesmo)

O SUCESSO DA SEGURALTA

Líder e pioneira no segmento de seguros, empresa familiar reúne 1.200 franqueados



EDIÇÃO 124 - PREÇO R\$ 17,00

ISSN 1808-4466

0 0 1 1 2 4

9 771818 410001



TESTE: SERÁ QUE VOCÊ ESTÁ PREPARADO PARA EMPREENDER E TEM HABILIDADE PARA ENCARAR O DESAFIO?



EMPRESA BLINDADA

Conheça os riscos em diferentes áreas e processos que podem acometer seu negócio e saiba como atuar antes mesmo de o problema surgir, assegurando seu sucesso e sustentabilidade

■ TEXTO DE CAROLINA TAVARES

Empreender é um exercício de paciência e cuidado com os detalhes. Você já leu por aqui algumas vezes sobre a importância de só começar um negócio com algo que se identifique e, principalmente, com muita organização e planejamento. Mas é possível se blindar completamente de quaisquer problemas que venham a surgir? Talvez você não possa prever todas instabilidades e desafios futuros, mas consegue ao menos estar bem protegido.

O primeiro passo é ter sempre um Plano de Negócios bem feito. Apesar de não ser a parte mais divertida do trabalho, é durante a criação desse plano que você vai entender exatamente o que quer, quando, como, onde, por que e para quem. Em seguida, é importante destrinchar esse plano, compreender os pontos fortes e mais sensíveis do trabalho, para então conseguir prever o máximo de circunstâncias sobre o que está por vir.

O diretor comercial do Grupo Bittencourt, João Brito, separou os principais focos de atenção quando você começa a sua empresa. Mas ele também ressalta um erro crucial e comum a uma grande parte dos novos empreendedores: acreditar que só um produto ou serviço de qualidade vão garantir o sucesso do negócio.

“Isso é o mínimo para se iniciar um empreendimento. Qualquer negócio que se deseje abrir precisa ter algum diferencial competitivo em face da concorrência, senão corre o risco de ser ‘só mais um’. Outro problema frequente é não deixar reservados recursos para o capital de giro. Às vezes, o empreendedor investe tudo que tem para abrir o negócio, esquecendo-se de que ele não vai faturar de imediato e que leva um certo tempo até a empresa chegar a seu ponto de equilíbrio. Sem esses recursos, ele está fadado a começar endividado e com problemas”, explica.



“Às vezes, o empreendedor investe tudo que tem para abrir o negócio, esquecendo-se de que ele não vai faturar de imediato e que leva um certo tempo até a empresa chegar a seu ponto de equilíbrio”

JOÃO BRITO, DIRETOR COMERCIAL DO GRUPO BITTENCOURT

Adriana Ruiz Alcazar é sócia da Seteco Consultoria Contábil e lembra ainda a importância de avaliar o mercado, os concorrentes, o local onde a empresa será instalada e sua atividade – principalmente se for uma atividade varejista. É preciso ter uma previsão de investimento inicial dos sócios (capital social da empresa), avaliar a participação societária e responsabilidade dos sócios, além de licenças específicas que estão atreladas à atividade da empresa.

No quesito financeiro, ela ainda esclarece outros tópicos. “Hoje, com a nossa instabilidade econômica, é importante ter bons controles, de forma que o negócio, mesmo que pequeno, seja avaliado constantemente quanto aos seus resultados, para que os rumos tomados a partir daí possam ser corrigidos e melhorados. Importante contar com a

TIROS CERTEIROS: COMECE DA FORMA CERTA!

- Pesquisar o mercado e avaliar atratividade do negócio e a concorrência.
- Escolher um bom ponto comercial.
- Ter investimento disponível para o capital de giro. Isso vai garantir que a operação continue até que o estabelecimento comece a dar lucro.
- Investir em treinamento da equipe e contratar as pessoas certas. Uma boa experiência no começo é o que vai fazer o negócio ser recomendado e a compra ser recorrente.
- Garantir excelência na experiência do cliente no ponto de venda.
- Investir em *marketing* – quem não é visto não é lembrado. Então, quando se está iniciando do zero, é importante fazer o negócio ser conhecido pelo público e com isso ir construindo a imagem da marca.

ajuda de um profissional contábil que possa direcionar todos os trâmites e dúvidas iniciais, como também executar a contabilidade independentemente da tributação que a empresa tenha, pois ele auxiliará na avaliação dos resultados da empresa. Outro fator importante é distinguir a Pessoa Física do sócio da Pessoa Jurídica que se forma, e estas devem ser independentes”, completa Adriana.

A verdade é que, no momento da contabilidade, não avaliar corretamente o negócio, perder o controle dos números e não atentar para a desorganização dos fluxos de caixa são uma receita certa ao fracasso. A sócia da Seteco Consultoria Contábil destaca que é importante

entender muito bem o tipo de negócio e escolher com cuidado o local do empreendimento pensando nisso. Afinal, um bom local pode ser um salto para alavancar vendas, assim como um ponto ruim pode ser um tiro no pé. Para atividades como serviços, ela lembra que sempre será levada em consideração a equipe qualificada para que o empreendimento seja realmente eficiente e ágil.

SOB O OLHAR DA JUSTIÇA

Não basta que as contas fechem no fim do mês e que o trabalho entregue seja de qualidade. É preciso estar respaldado juridicamente em relação a diferentes pontos, desde o nome da marca até possíveis desafios que possam vir a surgir. No quesito digital e de concorrência, a advogada e sócia do Kasznar Leonardos, Flávia Tremura, dá dicas importantes.

“No que diz respeito a direitos relacionados à propriedade intelectual e propriedade digital, de forma geral, é importante que o empresário planeje com antecedência sua estratégia, escolhendo marcas fortes, distintivas, que não violem direitos de terceiros e que tenham o nome de domínio disponível. Registrar o nome de domínio o quanto antes é muito importante. Também deve estar preparado para o lançamento da marca após ter se resguardado de que não está violando direitos de terceiros”, aconselha Flávia.

No Brasil, quem cuida dos domínios *.com.br* é o Nic.br, por meio do braço Registro.br. Mesmo assim, o domínio estar disponível não significa que você não esteja violando uma propriedade intelectual. Se você registra, por exemplo, o domínio *www.ascasabahia.com.br*, pode estar violando a propriedade da marca Casas Bahia e o fato de ter a palavra “as” antes do nome pode não ser o suficiente. Por isso, sempre se informe antes com seu setor jurídico.

Quando houver questões relativas a esse tema, certifique-se de que seus bens de propriedade intelectual não violam direitos anteriores de terceiros, adote práticas de boa concorrência, crie ter-

© EDU MENEZES



“Importante contar com a ajuda de um profissional contábil que possa direcionar todos os trâmites e dúvidas iniciais, como também executar a contabilidade independentemente da tributação que a empresa tenha, pois ele auxiliará na avaliação dos resultados da empresa”

ADRIANA RUIZ ALCAZAR, SÓCIA DA SETECO CONSULTORIA CONTÁBIL

mos de uso e política de privacidade de seu *website*, efetue o registro de seu *software* – inclusive para aplicativos – e providencie os respectivos registros nos órgãos competentes.

É essencial o empresário tomar o cuidado de declarar seus bens de propriedade intelectual como ativos intangíveis, bem como as operações de pagamento e recebimento de *royalties* decorrentes da exploração de seus bens intelectuais.

Já no âmbito da proteção de dados, Flávia Tremura explica que sempre que a empresa prestar serviços de tratamento de dados de terceiros, deve se preocupar com a conformidade à legislação em vigor – o Marco Civil



TODO CUIDADO É POUCO

A propriedade intelectual não diz respeito apenas a um nome de empresa. Ela pode estar ligada a conceitos, termos e ideias intangíveis. Um meme, por exemplo, é propriedade intelectual de quem o criou, e uma marca que utiliza o conceito para criar sua própria publicidade sem autorização do idealizador do meme pode estar violando essa propriedade e ter problemas por isso.

da Internet – e com a que entrará em vigor no próximo ano – a Lei Geral de Proteção de Dados.

“Os dados de terceiros devem ser solicitados sempre dentro do escopo da prestação de serviços, devendo ser dada a respectiva confidencialidade, tomando cuidado com vazamento de tais informações. Se o compartilhamento desses dados for inerente à prestação do serviço, é imprescindível obter o consentimento da pessoa a quem o dado se refere e se assegurar de que a empresa ou pessoa com quem o dado for compartilhado adote práticas semelhantes”, adverte. Além disso, nesse sentido é importante resguardar-se contratualmente com os próprios empregados e com terceiros que tenham acesso aos dados.

Quanto ao conceito de concorrência desleal, ele é amplo e subjetivo. Assim, para evitar que isso ocorra, o empresário deve se inteirar sobre as melhores práticas de mercado dentro do seu setor de atuação, ter política de conformidade (*compliance*) e reprimir condutas que firam as práticas da empresa. Além disso, jamais deve praticar atos em relação à concorrência. “Em todos esses aspectos, a assessoria jurídica é importante para que essas questões sejam analisadas sempre em relação à situação da empresa”, finaliza a advogada.

NEGÓCIO EM FAMÍLIA

A GoNext é uma companhia especializada em sucessão de empresas familiares e traz algumas dicas nesse sentido. Um fato de destaque é que, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), do estudo sobre Governança em Empresas Familiares de 2019, apenas 27,6% das empresas têm plano de sucessão para cargos-chave. Quando considerado o plano para o presidente do conselho de administração, o percentual é ainda menor, de 19,6%.

O líder Eduardo Valério explica que há vários aspectos importantes a serem considerados no tema sucessão. Entretanto, três pontos são primordiais:

1. **Correlacionar a sucessão com a estratégia da Companhia. Esse aspecto contribui decisivamente para a determinação de quais são as competências essenciais que a administração da companhia deve ter e, então, avaliar e preparar os sucessores.**
2. **Preparação do sucedido. “Costumo dizer que o empreendedor fundador da empresa sempre será empreendedor. Portanto, no processo sucessório deve constar o projeto para o sucedido”, afirma Valério.**
3. **Preparar a família e a companhia: “estamos lidando com um novo processo que transformará a cultura da empresa, além das próprias relações familiares, portanto também deverão estar previstas no projeto sucessório essas dimensões”.**

Os erros mais comuns são ignorar a definição das competências essenciais, não realizar o plano conforme desenhado e não haver um fórum apropriado para mediar as divergências. “O empreendedor deve estar focado no seu projeto de forma mais ampla. A governança



© DIVULGAÇÃO / WEBER SHANDWICK

MARCO CIVIL DA INTERNET

A Lei nº 12.965/2014, que surgiu em 2009 e foi aprovada em 2014, regula o uso da *internet* no Brasil a partir de direitos e deveres que garantem neutralidade, privacidade e questões relacionadas à retenção de dados.

“No que diz respeito a direitos relacionados à propriedade intelectual e propriedade digital, de forma geral, é importante que o empresário planeje com antecedência sua estratégia, escolhendo marcas fortes, distintivas, que não violem direitos de terceiros e que tenham o nome de domínio disponível”

FLÁVIA TREMURA,
ADVOGADA E
SÓCIA DO KASZNAR
LEONARDOS

do seu negócio deverá respeitar o tamanho e a complexidade do seu negócio. Desenhar o seu planejamento estratégico e a forma rigorosa de acompanhamento dos resultados é fundamental”, completa Valério.

Ele ainda pede uma reflexão geral: sua empresa está preparada para o rápido avanço das tecnologias que estão no entorno do seu negócio? Quais são as competências que realmente diferem você dos concorrentes? Quais são os seus mecanismos para identificar oportunidades e ameaças do negócio? Responda a essas perguntas e você já terá o caminho de blindagem de boa parte do seu empreendimento.

MUNDO AFORA

Acaba de ser aprovado no Senado o PDL 98/2019, que formaliza a adesão do Brasil ao Protocolo de Madrid para deixar o registro internacional de marcas menos burocrático. O acordo já tem 97 países signatários, que são responsáveis por mais de 80% do comércio mundial. O protocolo permite que empresas e pessoas físicas de países-membros solicitem, pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI (ligada à ONU), o registro de uma marca já habilitada no país de origem, garantindo assim prioridade da marca e simplificando o registro em todas as nações que fazem parte do acordo.

“Em princípio, nenhum pedido ou registro de marca já existente será afetado. O Protocolo de Madrid não cria ou modifica direitos das empresas, ele apenas altera procedimentos que facilitam a obtenção de registros internacionais, simplificando-os e tornando-os menos custosos às empresas”, explica Flávia Tremura. Ela conta ainda que o custo-benefício do pedido e do registro internacionais é bem melhor, sendo desnecessária, em um primeiro momento, a contratação de agentes locais em cada um dos países de interesse para a execução do serviço. Por fim, como uma única linguagem é adotada para todos



© DIVULGAÇÃO / GONEXT

“A governança do seu negócio deverá respeitar o tamanho e a complexidade do seu negócio. Desenhar o seu planejamento estratégico e a forma rigorosa de acompanhamento dos resultados são fundamentais”

EDUARDO VALÉRIO,
LÍDER DA GONEXT

os pedidos (inglês ou espanhol para os brasileiros), dependendo dos países a serem designados, haverá uma economia com custos de tradução.

Portanto, se você está começando um negócio e busca a sua internacionalização, saiba que o processo ficou mais fácil e ágil. Mesmo assim, o planejamento estratégico durante o processo da empresa é muito importante, inclusive quanto à definição de possíveis mercados no exterior, para que se investigue a possibilidade de obtenção do registro desde logo.

“Dentre os erros mais comuns, que também são pontos de atenção, pode-se citar a escolha da marca sem a prévia busca de anterioridade em todos os mercados de interes-

se e o uso da marca sem o seu registro, seja no INPI brasileiro, seja em outros países”, ressalta a advogada do Kasznar Leonardos.

Levando em consideração que cada país tem uma legislação específica e diferente dos demais, é imprescindível que o empreendedor tenha assessoria jurídica no país de interesse. No campo da propriedade intelectual, de acordo com Flávia, se a marca ou outro bem (patente, desenho industrial, direito autoral) for explorado naquele país, deve tomar o cuidado de obter as respectivas licenças e, caso haja remessa ou recebimento de *royalties*, verificar a necessidade de registro desses contratos junto aos órgãos competentes.

Por fim, mas não menos importante,



DICAS INFALÍVEIS

- A marca é a representação da empresa, de um produto ou serviço que oferece. É o nome que será fixado na mente do consumidor, do mercado em geral e mesmo dos concorrentes. Ela possui uma reputação que acaba sendo associada à reputação da própria empresa. Reservar uma parte do orçamento anual para investimento em sua marca é uma estratégia inteligente.
- No momento da sua criação, mesmo que o empresário contrate uma agência de publicidade para auxiliá-lo, é importante que também consulte um escritório especializado em propriedade intelectual.
- As buscas de anterioridades feitas por escritórios especializados - em todos os países de interesse - são de grande importância para saber se aquela marca poderá ser apropriada com exclusividade ou se o empresário terá que tolerar o uso da mesma marca (com logo distinto) por concorrentes, além de apontar os riscos de a marca escolhida violar direitos de terceiros.
- Após a escolha e divulgação da marca, é importante vigiar o mercado e a concorrência, atacando terceiros que decidam usar marca idêntica ou semelhante.
- O empresário não deve ver a proteção da marca como um custo, mas sim como um investimento, evitando que, em casos mais extremos, acabe perdendo a marca ou mesmo tendo que pagar indenizações por uso indevido.

FONTE: FLÁVIA TREMURA, ADVOGADA E SÓCIA DO KASZNER LEONARDOS.



© DIVULGAÇÃO / IMPRENSA BIZ

ela lembra de manter-se informado sobre os impostos incidentes em cada uma dessas operações, efetuando os respectivos recolhimentos.

EDUCAÇÃO EM PRIMEIRO LUGAR

Bernardo de Pádua, CEO da Quero Educação, fala um pouco sobre os desafios do setor. Alguns acabam sendo inerentes a quase todo tipo de empreendimento. “Os pontos de maior atenção na hora de abrir um negócio são muitos, entre eles, saber selecionar bem as pessoas que serão suas sócias e ter muita determinação na hora de tocar a empresa: temos que escolher empreender em algo que faça sentido para nós, com propósito, e não somente pelo dinheiro. O grande diferencial da Quero Educação é ser uma empresa de tecnologia que dá ao aluno um papel protagonista, valor que se reflete tanto no relacionamento quanto na usabilidade da plataforma”, explica.

Pensando que qualquer trabalho relacionado à área precisa de alunos

“Tem que se educar, aprender com o erro de outros empreendedores, tentar trazer um time que se complemente e que possa gerar inovação ao negócio. Contratar pessoas com expertise no nicho que escolheu empreender”

BERNARDO DE PÁDUA,
CEO DA QUERO EDUCAÇÃO

para funcionar, ele destaca que um erro comum é não começar as vendas o mais cedo possível, antes mesmo de ter o produto pronto. Para ele, é preciso ter cuidado para não ficar estagnado nos códigos e planilhas de Excel, sem prospectar o usuário final de verdade.

“Tem que se educar, aprender com o erro de outros empreendedores, tentar trazer um time que se complemente e que possa gerar inovação ao negócio. Deve-se contratar pessoas com *expertise* no nicho que escolheu empreender. A característica mais importante para os empreendedores é a resiliência, acrescida da determinação. Qualquer empreendedor que deseja fazer algo novo deve ter muita certeza do que quer e tem que estar disposto a passar bastante ‘perrengue’. Precisa ser flexível e determinado para não desistir na primeira vez. Tivemos que pivotar três vezes antes de chegar ao produto que temos hoje. Existem dois tipos de empreendedores: aqueles que desistem e aqueles que ficam ricos. Se não desistir, certamente uma hora dará certo”, finaliza.

Para ele, tem dado realmente certo. A plataforma recém-lançada Inteligência Educacional é uma ferramenta B2B inédita no Brasil e focada em inteligência de mercado e gestão educacional. Ela aproveita o grande volume de dados gerados pelas outras frentes de negócio da empresa, como o Quero Bolsa e o Quero Pago, e transforma todos em *insights* valiosos para a gestão comercial e operacional da IES.

O projeto Quero Educação é uma *edtech* que oferece uma gama de soluções educacionais para os alunos e instituições de ensino. Fundada em 2012, já matriculou mais de 500 mil estudantes por meio do portal Quero Bolsa e conta com mais de 1.300 instituições de ensino parceiras em todo o território nacional. Foi a primeira *startup* de educação brasileira acelerada pela Y Combinator, por onde já passaram empresas como Airbnb, Reddit e Dropbox.

“Muitas vezes, ao colocar um negócio *on-line*, você deixará em um servidor ou na nuvem todos os dados do seu negócio - como a base de dados de clientes, por exemplo. Escolher um provedor que garanta a segurança desses dados e a estabilidade é fundamental”

LUIS CARLOS DOS ANJOS,
GERENTE DE MARKETING
DA LOCAWEB

DO ADMINISTRATIVO AO MARKETING

“Quando uma pessoa vai abrir o seu negócio, por menor que ele seja, algumas ferramentas são essenciais para garantir a credibilidade da empresa, as quais têm ligação direta com as vendas. Afinal, o consumidor só compra quando se sente seguro”, diz o gerente de *Marketing* da Locaweb, Luis Carlos dos Anjos. Ele destaca que, para começar a empresa, é preciso entender a imagem que ela quer transmitir e, para transmitir essa imagem, ele vai precisar estar na *internet* - pode ser com *site*, redes sociais e *e-mail* corporativo.

Se o foco ainda for venda de produtos *on-line*, é importante ter uma ferramenta adequada para o seu tamanho e objetivo. “Parece detalhe, mas se o consumidor recebe um *e-mail* de uma empresa que utiliza um provedor gratuito (Gmail, Hotmail, outros), ele vai ficar inseguro sobre a sua credibilidade e isso pode interferir na compra. Se alguém



© DIVULGAÇÃO / IHERT / COMUNICAÇÃO



Ponto de virada

“Sempre me considerei empreendedor, mesmo atuando para outros proprietários. A criação da minha empresa foi consequência desse caminho, bem como o fundamental incentivo dos meus clientes.”

Eduardo Valério,
líder na GoNext

“O maior ponto de virada na minha vida como empreendedor foi quando chegamos ao *break-even*: ponto a partir do qual a empresa deixa de perder dinheiro e passa a ganhar e equilibrar o capital investido. Isso aconteceu no começo de 2013 – a partir daí a gente não dependia mais de investimento externo e controlávamos o nosso próprio destino. Conseguimos chegar a este momento fazendo um produto que as pessoas precisavam e cobrávamos por isso – execução é a palavra-chave. Além disso, fomos a primeira empresa brasileira acelerada duas vezes pela Y Combinator, por onde já passaram empresas como Airbnb, Stripe e Dropbox. De 2018 até aqui, dobramos de tamanho em número de funcionários e prevemos fechar 2019 com mais de 700 colaboradores.”

Bernardo de Pádua,
CEO da Quero Educação

fala de uma loja e ela não possui um *site*, outra bandeira vermelha é levantada. Além disso, as pessoas estão cada vez mais comprando *on-line*. Então, é de extrema importância estar nesse meio”, explica.

Hoje, a Locaweb Serviços de Internet possui um portfólio de 21 produtos que ajudam na construção e desenvolvimento de todos os tipos e tamanhos de negócios, como hospedagem, criador de *sites*, *e-mail marketing*, lojas virtuais, *e-mails* corporativos, domínio e muitos outros. Em relação à perspectiva do empreendedor, ele precisa contar com suporte no começo dessa jornada para garantir a estabilidade do negócio. Por isso, um diferencial da marca é um atendimento personalizado em português, 24 horas e sete dias por semana. Se houver qualquer problema ou surgir dúvidas sobre as ferramentas, ele pode contar com um parceiro para ajudá-lo a qualquer hora do dia, evitando também uma diminuição nas vendas devido a uma dificuldade técnica.

“Escolher o parceiro certo é fundamental. Ter a sua empresa *on-line* é de extrema importância, pois vai ampliar as possibilidades de negócios. Muitas vezes, ao colocar um negócio *on-line*, você deixará em um servidor ou na nuvem todos os dados do seu negócio – como a base de dados de clientes, por exemplo. Escolher um provedor que vai garantir a segurança desses dados e a estabilidade são itens fundamentais”, completa.

Além de ter todos os cuidados jurídicos em relação ao domínio do seu *site*, é preciso uma boa presença em redes sociais. Ele também alerta para escolher um parceiro que cobre em reais, para que não haja surpresas na hora de pagar impostos e variações cambiais.



PRESTE ATENÇÃO!

- Uso de dados dos clientes. É preciso se preocupar com as regras da Lei Geral de Proteção de Dados.
- Uso de informações não verdadeiras
- Renovação do domínio. Apesar de ser o menor custo envolvido para transformar a sua empresa em digital, muitas pessoas esquecem de pagar a renovação do domínio e acabam perdendo o nome.
- Cuidado na escolha do parceiro que vai desenvolver o seu *site*, aplicação etc. É preciso alinhar muito bem com ele as responsabilidades, entregas, entre outros. Sempre tenha os cadastros em provedores e no registro do domínio em seu nome. Coloque esse parceiro que vai desenvolver o projeto para você apenas como responsável técnico.

“Outro ponto importante, principalmente no caso de pequenas e médias empresas, é contratar um serviço que você tenha previsibilidade e controle de quanto vai gastar. Algumas ferramentas oferecem pagamento sob demanda e podem trazer surpresas desagradáveis na fatura. Ter esse tipo de serviço não é ruim, mas requer um controle e acompanhamento maior”, define Luis Carlos dos Anjos. **CON**