

Governo paulista lança programa para capacitar exportadores

O Governador João Doria lançou ontem (30) o Exporta SP – Programa Paulista de Capacitação para Exportações, que vai preparar empresas de micro, pequeno e médio portes para acessar o mercado internacional

A meta do projeto é qualificar 150 empresas este ano e chegar a 1.200 até 2023, fazendo com que um número maior de companhias passe a exportar os produtos de origem paulista.

“Os dados do Ipea demonstram que a economia de São Paulo cresceu mais de duas vezes e meia que a do país”, comentou Doria. “Uma visão liberal de governo, políticas públicas claras, programas de captação de investimentos externos, desenvolvimento econômico com políticas corretas, desoneração fiscal sem guerra fiscal”, listou Doria sobre medidas tomadas nessa gestão.



A meta do projeto é qualificar 150 empresas este ano e chegar a 1.200 até 2023.

O Exporta SP será o maior programa de capacitação para exportações já executado no Estado, incluindo pela primeira vez

startups e o setor de serviços em seu escopo de atuação. Poderão participar já executado no Estado, incluindo pela primeira vez

exportam ou que já atuam no comércio internacional e queiram expandir seus mercados.

“Das empresas que exportam hoje no Brasil, 45% delas são de São Paulo. E temos potencial para muito mais, 63% dos municípios paulistas possuem registro para exportação, contudo o volume de exportação está concentrado em 10% dos municípios”, comentou Patricia Ellen, Secretária de Desenvolvimento Econômico. Para participar, as empresas precisarão se cadastrar no site da InvestSP e passar por processo seletivo que avaliará o atual estágio para acesso ao mercado externo (AC/SDE).

IGP-M acumula taxa de 7,81% em 12 meses

O Índice Geral de Preços – Mercado (IGP-M), usado no reajuste dos contratos de aluguel, acumula taxa de inflação de 7,81% em 12 meses. Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a taxa é superior aos 6,74% registrados em janeiro do ano passado. O IGP-M teve inflação de 0,48% em janeiro deste ano, taxa inferior aos 2,09% em dezembro de 2019.

A queda da taxa de dezembro para janeiro foi puxada pelos preços no atacado e no varejo. A inflação Índice de Preços ao Produtor Amplo, que mede o atacado, caiu de 2,84% em dezembro para 0,50% em janeiro.

Já a taxa do Índice de Preços ao Consumidor, que mede o varejo, passou de 0,84% para 0,52% no período. Por outro lado, o Índice Nacional de Custo da Construção subiu de 0,14% em dezembro para 0,26% em janeiro (ABR).

Varejo alimentar fecha 2019 com maior geração de empregos

Em dezembro, o varejo alimentar paulista obteve o melhor resultado dos últimos 5 anos aponta pesquisa mensal da Associação Paulista de Supermercado (APAS). O setor supermercadista estadual fechou 2019 com 12,8 mil empregos formais criados, o número é 150% maior que 2018 quando registrou 5,1 mil. O Estado de São Paulo corresponde a 27% do faturamento do setor no Brasil (R\$ 98 bi).

Entre os canais, os hipermercados, supermercados tiveram saldo positivo com um resultado acima dos últimos 2 anos. Já os minimercados registraram o melhor resultado em 10 anos. Já para os atacados e atacarejos o total foi negativo e o maior desde 2012. Dados do CAGED/APAS apontam que o comércio



Os hipermercados e supermercados tiveram saldo positivo com um resultado acima dos últimos 2 anos.

varejista brasileiro fechou 2019 com 57,7 mil vagas criadas – número superior a criação dos últimos quatro anos somados.

No ranking por estados, o São Paulo liderou a criação de empregos com as 6,6 mil criadas seguido por Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Santa Catari-

na. Em 2019, a Grande São Paulo liderou o quadro de criação com 4823 empregos, seguido de Campinas com 2427 e Sorocaba com 1200 vagas, esta última beneficiada com a criação de novas lojas de grande porte. Atualmente o setor emprega 548,1 mil pessoas em todo estado (AI/APAS).

Caiu a confiança do empresário de serviços

O Índice de Confiança de Serviços, medido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), teve queda de 0,1 ponto de dezembro de 2019 para janeiro deste ano e recuou para 96,1 pontos, em uma escala de zero a 200. A queda veio depois de duas altas consecutivas. A queda da con-

fiança atingiu empresários de seis das 13 principais atividades pesquisadas.

O resultado foi puxado pelo Índice da Situação Atual, que mede a confiança no momento presente e que recuou 1,4 ponto, passando para 91,5 pontos. Por outro lado, o Índice de Expectativas,

que mede a confiança em relação aos próximos meses, subiu 1,2 ponto, para 100,9. O Nível de Utilização da Capacidade Instalada do setor de serviços aumentou 0,4 ponto percentual em janeiro, para 82,3%, o maior nível desde abril de 2018 (ABR).

Conheça sete vantagens de uma operação omnichannel

Eduardo Fregonesi (*)

Não é de hoje que a expressão omnichannel está presente no universo do comércio eletrônico

A possibilidade de integrar canais on-line e off-line é um dos maiores desejos dos lojistas. A questão é que, finalmente, o conceito começa a trazer vantagens reais e palpáveis aos empreendedores. Por exemplo, na Black Friday de 2019, estratégias desse tipo representaram forte conversão de vendas.

Quem quiser adotar essa prática em sua operação deve, primeiro, planejar todas as demandas que surgem com o serviço. Depois, é necessário investir forte em três pilares - tecnologia, operação logística e marketing - para que tudo funcione perfeitamente e o resultado seja recompensador. Confira sete vantagens que a omnicanalidade traz para as lojas:

1) Fidelização do cliente - Um dos principais pilares da operação omnichannel é justamente a fidelização e retenção de clientes à marca. Afinal, uma vez que ele pode transitar entre os canais e fazer a melhor jornada de acordo com seu perfil, a experiência de compra tende a ser muito melhor do que nas concorrentes. Logo, ele tende a retornar sempre que possível.

2) Novas oportunidades de venda - Esqueça aquela divisão em que lojas físicas vendem apenas no off-line e virtuais vendem apenas no on-line. Com o trânsito cada vez maior entre um meio e outro, o varejista pode elaborar estratégias diferenciadas para atrair consumidores, possibilitando aumentar suas vendas e, consequentemente, sua rentabilidade.

3) Aumento do ticket médio - O ticket médio nada mais é do que a divisão entre o faturamento da loja e o total de pedidos. Quanto maior o indicador, mais dinheiro entra no caixa da empresa. Uma operação omnichannel facilita o processo de compra, estimulando novos pedidos

dos consumidores. Além disso, possibilita o contato com outros itens da marca enquanto se navega entre os canais.

4) Ampla estratégia de marketing - Um dos grandes desafios de um eletrônico, seja ele físico ou eletrônico, é conseguir monitorar, acompanhar e avaliar o desempenho das ações de marketing. Mesmo com toda a quantidade de dados, muitas campanhas não conseguem mostrar o caminho completo feito pelo consumidor. Mas com o omnichannel fica mais fácil perceber quais são os canais preferidos do seu público-alvo, permitindo traçar melhores estratégias.

5) Comodidade ao consumidor - No ponto de venda ou no site, o lojista sabe que precisa oferecer muito mais do que bom preço para atrair clientes. Hoje o que o consumidor busca na hora de comprar é comodidade. Assim, a integração entre os diferentes canais permite que ela possa, por exemplo, comprar no e-commerce e retirar na loja física ou vice-versa.

6) Estoque integrado - Uma das principais vantagens de lojas que operam tanto no mundo off-line quanto no on-line é garantir a integração de todo o estoque. Dessa forma, é possível checar a disponibilidade de um produto no ponto de venda físico por meio de um aplicativo ou site. Em suma: mesmo que uma loja não tenha determinado produto quando um consumidor estiver procurando, ela ainda assim pode concretizar a venda e entregar na casa da pessoa.

7) Ampliação da marca - Por fim, mas não menos importante, adotar uma operação omnichannel traz uma percepção positiva para a marca. A lógica é simples: se a empresa passa a transitar em diferentes canais, amplia-se sua exposição, aumentando a visibilidade de seus produtos e, em alguns casos, até a credibilidade perante o mercado.

(*) - É CEO da Synpacom, empresa que oferece gestão personalizada para e-commerces com soluções em operação, pagamentos, tecnologia e marketing (www.synpacom.com.br).



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A – Área Comercial

A Minuto Seguros, uma das maiores corretoras do Brasil e líder no segmento online, abre 2020 com a perspectiva de realizar cerca de 100 contratações até junho. Com indicadores que mostram uma retomada na economia, a empresa segue investindo para o crescimento e deve expandir o quadro de colaboradores com a entrada de 20 pessoas por mês até o final do primeiro semestre. De acordo com a Diretora de Recursos Humanos da empresa, Adriana Blay, as vagas serão abertas majoritariamente para a área Comercial. Profissionais interessados em trabalhar na corretora podem cadastrar seu currículo e verificar as vagas disponíveis acessando: (https://www.minutoseguros.com.br/quem-somos/trabalhe-conosco).

B – Liberdade nos Looks

As altas temperaturas, a evolução constante do mundo da moda e as novas tendências do ambiente corporativo alteraram o office look da equipe da Leão Alimentos e Bebidas – empresa líder no segmento de chás, néctares e bebidas mistas. A presença de terno e gravata já não é mais regra e a companhia incentiva que seus colaboradores trabalhem seguindo o estilo que se identificam. Ele pode vir de forma mais casual ao trabalho e deixar uma calça ou blazer no carro, caso um imprevisto surja. A empresa promoveu, em 2015 e 2016 o movimento Bermude-se, que permitia que os homens trabalhassem de bermuda nas sextas feiras. Hoje a empresa dá mais liberdade para office look durante todos os dias da semana.

C – Compra Personalizada

A italiana Fila tem aberto lojas próprias pelo País com o objetivo de consolidar ainda mais seu posicionamento de marca. Só no ano passado foram cinco inaugurações, e logo no início de 2020 há a abertura da filial no primeiro shopping outlet do Brasil, o Outlet Premium SP localizado em Itupeva, que contará com todas as categorias de produtos: training, running, tênis e lifestyle, além de acessórios e coleções exclusivas. Através das lojas próprias, a marca crê ser possível oferecer uma experiência de compra personalizada, ambientação e produtos exclusivos, além de melhores preços, que ajudam a reforçar a percepção do consumidor em relação à identidade e posicionamento da marca. Saiba mais: (www.fila.com.br).

D – Programa C-Level

A FGV inicia as inscrições para o Programa C-Level FGV, voltado para a Alta Gestão, que visa preparar líderes empresariais para enfrentarem os desafios atuais e futuros de suas organizações e, sobretudo, para alcançar excelência no papel de executivo em organizações de médio e grande portes. Neste ano, a novidade será o módulo de Gestão e Liderança com Abílio Diniz, presidente do Conselho de Administração da Península Participações e membro dos Conselhos de Administração do Carrefour Global e do Carrefour Brasil. São 3 eixos temáticos: Módulo Liderança e Inovação; Módulo Estratégia Corporativa e Módulo Competências Funcionais. Mais informações: (fgv.br/c-level) ou entrar em contato pelo e-mail (c-levelsp@fgv.br) ou tel. (11) 3799-3828.

E – Home Equity

O Santander Brasil anunciou redução, de 0,99% para 0,94% ao mês, da taxa de juros da sua linha de crédito pessoal que permite utilizar o imóvel quitado como garantia (home equity), o Usecasa. A linha, amplamente usada nos Estados Unidos e Europa e com grande potencial de crescimento no Brasil, permite ao consumidor levantar recursos para organizar suas finanças – por exemplo, ao quitar dívidas de taxas mais altas -, para empreender ou ainda para usar como capital de giro para empresas. Para o financiamento, o cliente tem que utilizar como garantia um imóvel, residencial ou comercial, com valor a partir de R\$ 70 mil. A linha de crédito pode ficar entre R\$ 30 mil e R\$ 2 milhões, limitada a 60% da cotação de avaliação do imóvel. O prazo de pagamento é de 1 ano a 20 anos, em parcelas fixas.

F – Educação Bilíngue

Com origem em North Vancouver, British Columbia, Canadá, e com mais de 450 escolas em 20 países, atendendo mais de 45.000 crianças e adolescentes, a Maple Bear Canadian School é uma das líderes mundiais em educação bilíngue, oferecendo ensino Infantil, Fundamental e Médio de alta qualidade, fundamentado nas melhores práticas que posicionam a educação canadense entre as melhores do mundo. As escolas Maple Bear proporcionam um sistema de aprendizagem centrado no aluno, em um ambiente seguro e estimulante, despertando a paixão por aprender ao longo de toda a vida. No Brasil, a Maple Bear Canadian School está presente em todas as regiões do país com mais de 140 escolas. Mais informações, acesse (www.maplebear.com.br).

G – Espaços para Eventos

A Atlantica Hotels lança seu site de MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) em: (www.atlantichotels.com.br/eventos/), voltado aos profissionais do setor de turismo, eventos e viagens. A plataforma tem como objetivo se tornar um buscador de espaços para eventos nos 135 hotéis da rede, cujo portfólio agrega mais de 500 tipos diferentes de ambientes, aptos a receber reuniões, convenções, exposições, congressos e eventos sociais de portes pequeno, médio, grande e especial. A página permite busca por região ou cidade por meio da geolocalização, por categoria e tamanho de evento.

H – Alliance for Women

Recentemente o Itaú Mulher Empreendedora (IME) participou no Equador da edição 2020 de um fórum promovido pelo Financial Alliance for Women, uma aliança global de empresas do sistema financeiro em prol do empoderamento feminino. Neste ano, foram chamados 300 participantes de diversos países ligados ao tema. Desde 2013, o Itaú Unibanco é o único banco brasileiro a integrar essa aliança, por meio do IME, programa que visa proporcionar melhores condições para que mulheres consigam alavancar seus negócios e conta com mais de 23 mil mulheres participantes. O Brasil tem 24 milhões de mulheres empreendedoras e é o 7º país com mais empreendedores em estágio inicial, em 49 países.

I – 1 bilhão de corridas

A 99, uma das principais empresas de mobilidade do Brasil, acaba de alcançar o seu primeiro bilhão de corridas. O marco acontece dois anos após a companhia se tornar o primeiro unicórnio brasileiro, quando foi comprada pela chinesa Didi Chuxing e avaliada em US\$ 1 bilhão. Somando todas as distâncias percorridas por usuários da 99 desde janeiro de 2017 até hoje, seria possível dar mais de 150 mil voltas ao redor da Terra. Outros números também impressionam: hoje já são 600 mil motoristas parceiros, 18 milhões de passageiros e mais de 1.600 cidades atendidas. A maioria está em São Paulo. A capital paulista é seguida por Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba.

J – Luxo Compartilhado

De olho no público interessado em embarcações de alto padrão, a Prime You acaba de investir R\$ 6,8 milhões na aquisição da embarcação de luxo Sedna 78, o novo e maior ativo da divisão de embarcações da empresa de propriedade compartilhada de bens de luxo. A ampliação da frota de embarcações objetiva acompanhar a demanda desse mercado, que cresce à média 10% ao ano. Com 78 pés de comprimento, a embarcação conta com cinco cabines e capacidade para acomodar 20 pessoas, totalizando dez leitos. Cada cota dá direito de utilizar o barco por até 10 semanas ao ano. Saiba mais em: (https://primeyou.com.br/).