

## PONTOS CRUCIAIS

## QUATORZE DICAS PRÁTICAS SOBRE COMO ORGANIZAR UM VAREJO PARA VENDER MELHOR

▶▶ Leia na página 6

## Empreender em 2021: cinco dicas para transformar a sua ideia em produto

Boas ideias costumam aparecer sempre, seja por meio de um insight pessoal, um brainstorm em equipe ou alguma inspiração vinda de algo já existente.

No entanto, transformar a ideia em produto é uma das etapas mais delicadas de um negócio. "Muita gente falha nesse momento, o que acaba se transformando no vale da morte do empreendedorismo", define Tallis Gomes, co-fundador do Gestão 4.0 e CEO da Singu.

Por conta desta dificuldade que acontece, na maioria das vezes, por falta de orientação, o empreendedor mostra cinco dicas para quem quer tirar do papel uma boa ideia em 2021. Confira:

**1. - Crie o seu MVP** - Para começar, em vez de focar no produto final em si, pense em qual é o valor entregue e qual é o problema resolvido por ele. Com isso em mente, construa o seu Produto Mínimo Viável - ou Minimum Viable Product (MVP) -, um protótipo do seu negócio que deve entregar o centro do seu valor para o cliente e não uma versão inacabada.

Por conta disso, o MVP deve ser construído da maneira mais simples, rápida e demandar o menor investimento possível para validar se a sua solução é viável ou não. "A rapidez para lançar este produto é essencial para o empreendedor receber logo o feedback necessário e fazer os ajustes dentro de um processo contínuo de evolução", explica Gomes.

**2. - Cobrar ou não cobrar?** - A decisão de cobrar ou não pelo serviço/produto que será lançado é um dos pontos mais polêmicos quando estamos no estágio do MVP. Alguns negócios dependem mais da criação de uma massa de usuários para decolar e conseguir um investimento do que do pagamento de cada usuário, como acontece no Facebook, por exemplo.

De qualquer forma, o importante nesta etapa é observar como os usuários se com-

Foto de David McBebe no Pexels



portam e o que realmente poderia gerar valor. Portanto, antes de pensar em cobrar, avalie o que você quer com o produto e de onde virá o dinheiro.

**3. - Foco nos nichos** - A solução em desenvolvimento deve ser direcionada para um nicho específico de mercado, já que é muito mais eficiente atender bem um grupo delimitado de pessoas do que atender um grande número de clientes.

Para fazer isso, entenda a fundo o problema dos seus usuários e teste incansavelmente a sua solução para que ela se desenvolva da melhor maneira possível e, assim, comece a alcançar mais pessoas naturalmente.

**4. - Meça o nível de satisfação dos usuários** - Já com os primeiros usuários utilizando o produto, uma metodologia eficiente para avaliar o nível de satisfação ou insatisfação dos clientes é o Net Promoter Score (NPS), criada pela Brain & Company, uma consultoria de negócios norte-americana. A ferramenta quantifica, de zero a dez, se os clientes recomendariam a solução para outras pessoas.

As avaliações determinam três grupos de clientes: promotores, aqueles que deram nove ou dez para a companhia e que são defensores naturais da empresa; neutros, aqueles que avaliaram com uma nota de sete

ou oito e que não ajudam e nem atrapalham a marca; e detratores, que representam os que deram uma nota entre zero e seis e que falam mal da empresa por não terem tido uma boa experiência.

"Além de utilizar o NPS, recomendo perguntar para o usuário o que a empresa deve fazer para merecer um dez. Com isso, surgem insights muito interessantes e um feedback sincero, tanto de quem ama a marca, quanto do lado de quem odeia", revela o co-fundador do Gestão 4.0

**5. - Adequação do produto ao mercado** - Product Market Fit é o termo utilizado para avaliar o desempenho de um produto dentro de um determinado mercado. A ferramenta possibilita o mapeamento da sua posição entre os consumidores, direcionando a empresa para o caminho certo, além de proporcionar alterações em caso de resultados ruins.

"É só colocando a solução em prática que o empreendedor conseguirá desenvolver o melhor produto para o seu nicho. Um produto ou serviço não nasce verticalmente da cabeça de um empreendedor e é aceito pelos consumidores sem nenhuma crítica. Uma boa solução surge de uma construção coletiva constante", completa Gomes.

Fonte e outras informações: ([www.gestaoquatroponzero.com](http://www.gestaoquatroponzero.com)).

## Negócios em Pauta

Foto: administradores.com/reprodução



## Ideias Úteis

A Associação Nacional dos Inventores está comemorando 35 anos de existência dedicados a assessorar inventores brasileiros independentes, gerando grandes oportunidades de negócios para eles. Além disso, presta suporte a inventores e empresários quanto à legislação que rege a propriedade industrial (marcas, patentes, direitos autorais, copyrights e registros de softwares) e no lançamento de produtos para diversas áreas da atividade industrial e comercial. A associação já elaborou mais de 25 mil relatórios de patentes e auxiliou mais de 50 mil inventores. O sucesso reflete em suas redes sociais, com 11 mil inscritos no YouTube e mais de 3 milhões de visualizações de seus vídeos na Internet ([www.inventores.com.br](http://www.inventores.com.br)). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

Divulgação



### Competição virtual incentiva o aprendizado sobre tecnologia de forma lúdica

@Teve início ontem (26), uma caça ao tesouro diferente. Em vez de mapas antigos e ilhas desertas, a busca vai ser virtual e envolvendo desafios relacionados a novas tecnologias. A iniciativa é promovida pela plataforma Brincando com ideias, em seu canal de Youtube. Com patrocínio da Petrobras, o projeto Caça ao Tesouro Tecnológico funciona como uma gincaana virtual, em 42 vídeos com linguagem fácil sobre temas atuais em tecnologia. Em cada vídeo haverá um código escondido para os internautas anotarem. Entre os assuntos selecionados estão softwares de códigos, linguagens de programação, robótica, internet das coisas (IoT), blockchain, drones, realidade virtual e aumentada, entre outros ([https://www.youtube.com/channel/UCGk83PAQ5aGR7IVID\\_cBaw](https://www.youtube.com/channel/UCGk83PAQ5aGR7IVID_cBaw)). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### Gestão na pandemia: liderança deve se antecipar para garantir produtividade

Em abril de 2020, muitas empresas não tiveram escolha a não ser instaurar o modelo de trabalho remoto para atender às orientações no combate à pandemia. Apesar dos desafios e incertezas, a adaptação de boa parte dos trabalhadores foi positiva. Segundo uma pesquisa feita pelo Instituto DataSenado, 41% dos 5 mil entrevistados, entre os dias 11 e 18 de setembro, relataram aumento da produtividade com a adesão ao home office. ▶▶

### Inovação a favor de um ambiente seguro na indústria de manufatura

Já passamos daquela fase em que as organizações solicitaram o retorno dos seus colaboradores ao local de trabalho. A saída do isolamento social e regresso às atividades presenciais foi feito de forma gradual em muitas indústrias e agora estamos presenciando um número cada vez maior de funcionários regressando aos postos de trabalho. E à medida que mais trabalhadores retornam, maior é a procura das empresas do setor por tecnologias que possam apoiá-las na construção de protocolos seguros de retorno ao ambiente de trabalho para garantir a saúde e segurança de seus funcionários. ▶▶

### Sonho Empreendedor: como montar um escritório de consultoria

Em momentos de crise, como o que vivenciamos agora, muitas empresas buscam serviços de escritórios de consultoria para salvar os negócios da falência, criar estratégias para a manter a competitividade ou mesmo alavancar a atividade com novas formas de gestão. Tal cenário tem contribuído para o crescimento do número de escritórios de consultoria no Brasil. ▶▶

Para informações sobre o

### MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



## Política

### A verdade acima de tudo

Por Gaudêncio Torquato



▶▶ Leia na página 2





# É possível acompanhar todo o mundo na mídia em qualquer lugar

Nunca foi tão fácil se comunicar. Afinal, a internet possibilita que um comunicador possa estar em um país e publicar o seu trabalho em um local totalmente diferente

Especialista em comunicação mostra como a imprensa se rende às boas histórias de todo o mundo e não apenas destacando os fatores daquele lugar em específico.

Cada mercado (e dentro de cada país, podem existir vários mercados), tem as suas especificidades em termos de temas e até formatos de mídia.

Por exemplo, em Portugal, os textos dos profissionais de imprensa costumam ser mais curtos e diretos do que aqueles que se vê no país ao lado, a Espanha. Logicamente os temas que interessam aos portugueses nos veículos de comunicação podem não ser os mesmos que despertam a atenção de outros públicos, sejam eles espanhóis, poloneses ou brasileiros, por exemplo. Mas o mundo está mudando, e a comunicação está ficando cada vez mais globalizada.

Exemplo disso é destacado pelo partner da Guess What, empresa de comunicação portuguesa, Francisco Chaveiro Reis. “É verdade que há temas que despertam o interesse em todo o mundo, ou pelo menos, em casos específicos, onde antes não havia a mesma atenção do público”. “Até há pouco tempo, os portugueses não tinham muito interesse pela Copa Libertadores da América e não assistiam aos jogos ou aos resumos. Mas quando Jorge Jesus foi para o Flamengo, a prova passou a ser seguida em Portugal, mesmo em horas em que devíamos estar a dormir.

Este ano, temos o sucesso, até agora semelhante, de Abel Ferreira, no Palmeiras. Para o ano, mesmo que não tenha treinadores portugueses, a Copa



Partner da Guess What, empresa de comunicação portuguesa, Francisco Chaveiro Reis.

vai continuar a ser seguida por cá”, conta entusiasmado. No entanto, há temas que interessam ao mundo todo, independente de onde o jornalista está trabalhando. “O caso atual mais óbvio é o da pandemia. Todos queremos saber como é a situação no mundo.

Desejamos também saber de histórias positivas e que nos tragam esperança e saber dos números e métodos utilizados em cada país. Claro que aqui vamos sempre olhar para o exemplo internacional, como base para comparar com o nosso país”, detalha o jornalista português. Outro tema destacado diante desta globalização da comunicação é a presidência norte-americana.

“Os EUA são vistos ainda como líderes do mundo livre e o seu presidente é qualificado como o homem mais poderoso do mundo. Mas, sabemos

que o último presidente não foi consensual e que a polarização do mundo faz com que Joe Biden também não o seja. Vêm aí muitos capítulos e todo o mundo quer assistir”, explica Francisco Reis. Outros tipos de notícias, não tão impactantes assim, ainda despertam o interesse do público, mesmo que sejam de localidades diferentes.

“Há sempre histórias que interessam ao mundo inteiro: o cachorro perdido que volta a casa muitos meses e quilômetros depois; a senhora que faz mais de 100 anos ou uma história de amor que parece saída de filme. No fundo, tudo o que é tragédia ou que nos faz sorrir ou rir, tem interesse global. Só queremos da comunicação, o mesmo que da vida: emoção”, completa o especialista. Fonte: MF Press Global.

# A importância de escolher os parceiros certos na hora de mudar de rota

Conceição Montserrat (\*)

Muitas vezes nos deparamos com situações que nos fazem abrir novas frentes de negócios ou mudar totalmente a direção e o formato

Como fazer isto, não tendo muito conhecimento da área? Existem duas formas de condução, selecionando pessoas/empresários que atuam no setor ou na área desejada. Ou contratar empresas especializadas em gestão de negócios para conduzir sua empresa no formato escolhido. Farei algumas observações que valem muito a pena refletir em sua tomada de decisão.

Sócios ou parceiros: esta é uma decisão muito delicada, pois envolve a questão humana no relacionamento. Já é muito difícil manter uma parceria ou sociedade quando se conhece muito bem a pessoa, imagine quando não se tem relacionamento ou intimidade com o empresário e trazer para dentro de seu negócio uma proposta totalmente inovadora e desconhecida a você em todos os aspectos.

Quando temos a oportunidade de abrir um novo negócio e para isto precisamos fazer parceria com alguém que já domina o mercado ou o negócio em si, fica muito sensível a questão do ponto de vista dos interesses, pois, o parceiro estará sempre um passo à frente nos negócios e nas tratativas comerciais por já dominar o setor. Seja no formato de sociedade, parceria ou contratação na prestação de serviços estes detalhes ficam evidentes.

Com o passar do tempo, você consegue entender o negócio e passa a ter uma visão clara das necessidades da empresa, podendo ocorrer um conflito de interesses na expansão do negócio, pois há a possibilidade de ter visões diferentes sobre o mesmo assunto, fazendo com que haja uma disputa de ego sobre os conhecimentos de ambos. Poucos são os casos em que a parceria se mantém sólida e crescente, mantendo o equilíbrio entre as partes, focando somente o negócio, afinal, a empresa é a “pessoa” mais importante nesta relação comercial.

Por esse motivo é importante fazer um planejamento real e ter um apoio jurídico muito forte e competente para agir de forma imparcial na defesa dos interesses da empresa e não dos envolvidos. A empresa tem um papel de crescimento no mercado e ter alguém que defenda

seus interesses é fundamental, neste caso um bom jurídico atende bem estas necessidades.

Empresa de gestão de negócios: quando se contrata uma empresa especializada em gestão de negócios, todos os detalhes são levados em consideração, desde o perfil do proprietário até o crescimento da empresa dentro do interesse do empresário, quanto ele quer crescer e quais as regiões que terá abrangência. É feito um planejamento e a empresa contratada passa a fazer a gestão do novo negócio, permitindo que se tenha um olhar profissional e imparcial dentro do negócio focando apenas em seu crescimento de forma sólida e consistente.

Todas as etapas são acompanhadas pelo proprietário, permitindo que ele acompanhe todos os processos, participando de todas as tomadas de decisão baseadas em situações reais de mercado, apresentando todas as opções dentro de um parâmetro de progressão de risco e sucesso. Permitindo que o proprietário tome decisões com o menor impacto possível dentro das variáveis.

Desde o detalhe da criação da marca e sua forma e força dentro do mercado de atuação, criando campanhas e oportunidades até a apresentação de resultados planejados com relatórios e acompanhamentos em situações reais através de softwares de vendas e estoque, todos os detalhes que compõem a administração de sua empresa é oferecido por uma empresa de gestão séria e competente.

Isto permite que o empresário tenha ciência total de cada detalhe de seu negócio sem o risco de conflitos entre as relações pessoais/empresariais. Impedindo que as emoções participem das tomadas de decisões e foque somente no negócio e seu crescimento. Com o passar do tempo a junção entre proprietário e empresa gestora se torna uma só, abrindo novas frentes para outros negócios através de oportunidades que surgem no decorrer dos trabalhos.

Estes são alguns dos pontos importantes na tomada de decisão ao mudar de rota em seu negócio. Vale a pena consultar um especialista e tirar as dúvidas e tomar a decisão que mais lhe favoreça. Pense na forma de mudar de rota e invista em sua nova rota!

(\*) - É CEO da Montserrat Consultoria, empresa especializada em gestão e desenvolvimento de negócios (www.montserratconsultoria.com.br).

Financial statement for MARTINS & GAGLIOTTI PROCEDIMENTOS CIRÚRGICOS S.A. showing Balance Sheet, Income Statement, and Cash Flow Statement for 2020 and 2019.

8ª Vara Cível do Fórum de Guarulhos/SP. Edital de Intimação - Prazo de 20 dias. Processo Nº 0024316-89/2020.8.26.02240(A) MM. Juiz de Direito da 8ªVC, do Foro de Guarulhos, Estado de São Paulo, Dr. Luiz Gustavo de Oliveira Martins Pereira, na forma da Lei, etc. Faz Saber ao(a) Maurício Azevedo Santana e Márcia Aparecida Azevedo Santana que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por Cleber Dahir. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua INTIMAÇÃO POR EDITAL, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, que fluir após o decurso do prazo do presente edital, pague a quantia de R\$ 52.080,78 (Ate 10/2020), devidamente atualizada, sob pena de multa de 10% sobre o valor do débito e honorários advocatícios de 10% (artigo 523 e parágrafos do Código de Processo Civil). Fica ciente, ainda, que nos termos do artigo 525 do Código de Processo Civil, transcorrido o período acima indicado sem o pagamento voluntário, inicia-se o prazo de 15 (quinze) dias úteis para que o executado, independentemente de penhora ou nova intimação, apresente, nos próprios autos, sua impugnação. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado na cidade de Guarulhos



Freepik

PONTOS CRUCIAIS

## QUATORZE DICAS PRÁTICAS SOBRE COMO ORGANIZAR UM VAREJO PARA VENDER MELHOR

O sucesso de uma empresa de varejo depende muito das vendas, e para que essas sejam adequadas, são vários cuidados que devem ser tomados pelos empresários. O problema é que em muitos casos os estabelecimentos acreditam que apenas bons preços, uma boa localização ou outro fator isolado são suficientes, deixando de lado pontos cruciais.

Um ponto muito pouco pensado pelos empresários é a experiência que o consumidor experimenta ao entrar em um estabelecimento, o que envolve pontos importantes como ter uma boa organização de produtos, além de uma padronização para expor os itens no ponto de venda. Para o diretor de comunicação e operações da administradora de redes associativistas de farmácias Farmarcas, Ângelo Vieira, existem situações preocupantes.

"Muitas vezes entro em estabelecimentos variados, muito bem localizados e com uma proposta teoricamente interessante, contudo, me espanto com uma realidade de total desorganização de produtos, comunicação falha e atendimento inadequado. É importante ter em mente que isso impactará diretamente nos resultados de vendas", explica, acrescentando que uma boa exposição e organização de produtos em um estabelecimento, de forma ordenada e com fácil identificação das categorias, conquista os consumidores e ajuda na fidelização.

"São muitos os detalhes que devem ser pontos de atenção, é preciso conhecimento, que vai desde a disposição de produtos, até mesmo a legislação relacionada ao tipo de estabelecimento. Nas farmácias, por exemplo, existe uma série de limitações", alerta o diretor da Farmarcas. Veja algumas orientações de Ângelo Vieira sobre o tema, para as farmácias venderem mais:

**Posicionamento estratégico de produtos foco** – os produtos que levam os consumidores ao estabelecimento devem geralmente ser expostos no final dos corredores e em locais distantes da entrada da loja. Isso estimula o cliente a circular e conhecer outros itens ofertados no caminho.

**Visibilidade às embalagens e preços** – organize a exposição de produtos de forma padronizada, com o melhor lado da embalagem para frente, ou seja, voltado para a visão do cliente. Com os nomes e as marcas bem visíveis. Também é importante checar se os preços estão posicionados abaixo dos produtos corretos.



**Organização por demanda e tamanho de embalagem** – agrupe as subcategorias e os sabores em ordem crescente de demanda, ou seja, coloque primeiro na visão do cliente os itens que vendem mais. Além disso, uma dica é posicionar as embalagens menores nas prateleiras que estão na altura do quadril e as maiores nos expositores mais baixos.

**Produtos da mesma categoria sempre juntos** – evite o vai-e-vem do consumidor, com os itens da mesma categoria separados em diferentes prateleiras. Coloque esses produtos juntos para que se possa optar pelo que melhor atende à necessidade naquele momento.

**Alto e baixo giro** – expor os produtos de alto giro em uma altura abaixo do joelho do cliente ou atrás de balcões de vidro pode desestimular a compra pelo consumidor. Dar destaque para esses produtos é fundamental para o resultado das vendas. Evite reservar grandes espaços nas gôndolas para os produtos de baixo giro.

**Boa sinalização** – se preocupe com a facilidade para o consumidor encontrar um produto, certifique-se que a sinalização está clara para facilitar a procura do produto na loja pelo cliente. E treine a equipe para sempre orientar de forma correta.

**Quantidade insuficiente de itens** – evite deixar apenas uma embalagem de cada produto exposto na gôndola. Isso dá a impressão que o produto está acabando ou saindo de linha. Manter o mobiliário da loja bem abastecido é fundamental.

**Promoções sem exageros** – é sempre bom evitar o excesso de ilhas promocionais. Use a estratégia de forma objetiva. É imprescindível ter clareza na estratégia de PDV. Certamente é mais assertivo investir em uma ação bem desenhada do que fazer várias para tentar acertar o que pode dar certo. Isso gera certa confusão na cabeça do consumidor, que não sabe no que realmente deve prestar atenção.

**Precificação nas ofertas** – as promoções e ofertas precisam estar precificadas com todas as informações visíveis ao consumidor.

**Limpeza e higiene dos produtos** – cuidar da limpeza das embalagens e mobiliário, assim como da frente da loja, balcões e do chão é fundamental para garantir um visual agradável no ponto de venda.

**Escolha dos produtos para ponta de gôndola e vitrines** – as vitrines e pontas de gôndola são os locais mais atrativos para exposição de produtos. Uma dica é utilizar esse espaço para colocar lançamentos e ofertas sazonais relacionadas com as datas comemorativas.

**Luminação adequada** – instale luminárias de qualidade que valorizem a exposição dos produtos na prateleira e melhore a experiência de compra do consumidor. Se quiser chamar a atenção da população que circula pela calçada, uma loja escura certamente terá o efeito contrário.

**Treinamento da equipe** – a capacitação de colaboradores é fundamental para manter a organização e abastecimento da loja. É papel da equipe arrumar as prateleiras e sempre repor os produtos quando necessário. Isso ajuda a evitar que o produto não esteja na prateleira quando o consumidor procurar.

**Treinamento da equipe deve proporcionar conhecimento e motivação** – Muitos gestores se preocupam apenas com as estratégias de preços, mas uma equipe motivada e preparada também são fundamentais para garantir a prosperidade do negócio.



Foto de freestocks.org no Pexels



