SEBRAE 2014

São Paulo

Nº 06
Setembro 2012

ARTIGOS PARA TORCIDA

Quando a seleção brasileira entra em campo o setor de varejo se aquece, sendo que as lojas de artigos de torcida são umas das mais beneficiadas. Com a realização da Copa do Mundo FIFA 2014, as perspectivas para os donos dessas lojas são muitos positivas. Por isso, o investimento no e-commerce e outros canais de venda são alternativas para quem quer aproveitar para expandir os negócios

No dia que essa matéria foi escrita faltavam 604 dias para o inicio da Copa do Mundo 2014 no Brasil. Para alguns pode parecer que ainda há muito tempo para se preparar para aproveitar as oportunidades que o mundial de futebol traz para o mundo dos negócios brasileiros, mas alguns empresários paulistas mostram que a Copa já começou para os empreendedores atentos às oportunidades para o setor de varejo.

Proprietários de lojas de tracionais, polos comerciais de São Paulo, como a 25 de março, que é procurada por pessoas do Brasil inteiro, já oferecem em suas lojas virtuais variedades de artigos para torcida. Além dos tradicionais artigos verde e amarelo, algumas opções para os turistas estrangeiros, como o chapéu representando a polícia inglesa ou o chapéu chinês, também já estão disponíveis assim como alguns artigos inspirados nas Olimpíadas de 2016.

Os sites comercializando artigos de torcida indicam desde já que aqueles empresários que desejarem ter uma boa participação nas vendas

de artigos de torcida terão de investir em outros canais de venda, além das lojas físicas. A comercialização via internet é um caminho sem volta e quem ficar de fora do ambiente virtual perderá espaço para a concorrência, além disso, é possível usar a criatividade e a pró-atividade para garantir seu espaço no mercado.

SEBRAE

CRIATIVIDADE E PRÓ-ATIVIDADE NAS VENDAS

Os donos de lojas de artigos de torcida ou os fabricantes dos mesmos já têm no período pré Copa do Mundo FIFA 2014 muitas oportunidades de negócios, basta usar a criatividade e a pró-atividade. Ao invés de esperarem os clientes chegarem às lojas, eles podem, por exemplo, investir no período pré-Copa na venda de kits para empresas ou meios de hospedagem dentre outro locais que serão frequentados pelos turistas.

A venda de kits de torcida para empresas tem sido uma estratégia adotada por fabricantes de produtos personalizados desde outros mundiais. Como faz parte da tradição brasileira dispensar os funcionários para acompanhar os jogos, a ideia é presentear os mesmos com kits de torcedor que tenham o logo da empresa, assim enquanto torcem pelo Brasil também divulgam a marca de onde trabalham. Empresários do trade turístico também são um público-alvo de kits de torcedor. Imagine que surpresa agradável seria para os hospedes de um hotel chegar ao quarto e já encontrar bandeiras, chocalhos e outras artigos para torcerem pelo Brasil.

Outra dica é acompanhar a tabela de jogos da Copa para avaliar quais seleções jogarão em cada cidade-sede. Dessa forma, é possível planejar algumas cores e tipos de artigos que serão mais procurados pelos torcedores, principalmente os estrangeiros, e direcionar o que deverá ser oferecido nas lojas ou outros locais a serem frequentados pelos turistas.

PRIMEIRO E-COMMERCE

Os custos para criar uma loja virtual ou então a falta de conhecimento sobre e-commerce, não são mais desculpas válidas para os empresários de médio e pequeno porte não adentrarem no mundo virtual. Dado o crescimento do comércio eletrônico no Brasil o Sebrae em parceria com o MercadoLivre (líder em comércio eletrônico na América Latina) lançaram em agosto de 2012 o projeto Primeiro E-commerce.

O projeto Primeiro E-commerce é resultado de uma parceria entre o Sebrae e o MercadoLivre para lançar uma nova ferramenta de apoio aos pequenos negócios. É uma plataforma tecnológica que permite a criação simples e gratuita de uma loja virtual para micro e pequenas empresas. Com a iniciativa, o empresário terá a oportunidade de inserir seus produtos no maior site de compras do país e de ampliar seu negócio em âmbito nacional.

Para montar a loja virtual o empresário encontrará um ambiente de fácil acesso e tão amigável quanto as redes sociais. O uso da plataforma para criar a loja virtual é gratuito, o empresário só terá que pagar um percentual de 4,99% sobre o valor pago pelo cliente final a cada venda que for realizada na loja virtual.

Maiores informações sobre o programa Primeiro E-commerce, assim como dicas do mundo do e-commerce poderão ser acessadas no link: www.primeiroecommerce.com.br/sobre.php.

Para saber mais sobre outras ações do Sebrae para apoiar as micros e pequenas empresas acesse o site do Sebrae em São Paulo: www.sebraesp.com.br ou ligue para 0800 570 0800.

INOVAÇÃO NA PEQUENA INDÚSTRIA DESTACA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS

A ecomoda, baseada na confecção de roupa orgânica, é uma das tendências para conquistar turistas em 2014. A associação de insumos recicláveis ao algodão do jeans já está rendendo bons negócios para pequena indústria brasileira. Há oportunidades também no aproveitamento dos resíduos têxteis, conforme mostra projeto da Abit e CNI

Entre as "10 tendências de negócios para conquistar turistas em 2014" publicadas em www.sebraemercados.com.br/?p=18168 está o segmento do vestuário, com destaque para o uso de Tecidos e Fios Orgânicos.

O texto esclarece que a "ecomoda" está baseada na confecção de roupa orgânica, ou seja, roupas elaboradas com materiais cuja produção dispensa o uso de fertilizantes, inseticidas ou demais produtos químicos. Assim, a sustentabilidade tem agregado o valor aos produtos, pois suscita o orgulho pelo uso de uma "marca verde", comportamento semelhante ao do uso das megamarcas.

Há pouco tempo, o g1.globo.com/economia trouxe a história de uma pequena empresa de Maringá no Paraná que uniu o luxo da seda com a sustentabilidade do pet e o tradicional jeans e criou um produto inovador: um jeans que, além de ecológico, é de luxo.

Em uma composição de 50% do material de fios de seda e de outros 50% de garrafa pet e de algodão, o metro custa R$ 80 – ante aproximadamente R$ 10 a R$ 12 de "um bom jeans tradicional". Segundo o empreendedor, a estratégia do negócio não é vender o tecido em larga escala, mas o mesmo já está sendo adquirido por seus clientes para confecção da calça jeans convencional ao paletó e blazer.

Um exemplo de grande marca vem da Levi's, que já anunciou o lançamento da coleção de jeans WasteTM incorporando materiais de descarte pós-consumo, como garrafas de plástico e bandejas de alimentos recicladas. Cada jeans inclui, pelo menos, 20% de conteúdo reciclado pós-consumo ou, em média, oito garrafas de 350 a 590ml por jeans.

A coleção utilizou mais de 3,5 milhões de garrafas recicladas nas quase 400 mil peças produzidas. Por intermédio de parceiros da companhia, materiais feitos de plástico PET – incluindo garrafas marrons de cerveja, garrafas verdes de refrigerantes, garrafas transparentes de água e bandejas de alimento pretas – são coletadas através de programas municipais de reciclagem em vários locais nos Estados Unidos.

As garrafas e bandejas de alimentos são ordenadas por cor, comprimidas em flocos e transformadas em fibra de poliéster. Em seguida, a fibra de poliéster é misturada com fibra de algodão. A cor das garrafas usadas adiciona um tom suave ao tecido denim, criando um acabamento exclusivo no produto final.

RETALHO FASHION

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit) e a Confederação Nacional da Indústria divulgaram no relatório "Têxtil e Confecção: Inovar, Desenvolver e Sustentar - Encontro da Indústria para a Sustentabilidade" que o Sinditêxtil/SP, com o apoio da ABIT, instituiu na entidade um comitê para coordenar projetos relacionados à responsabilidade social na indústria têxtil paulista.

O comitê é coordenado por membros diretores e colaboradores do Sinditêxtil/SP e de instituições parceiras, como o Sindicato das Indústrias de Vestuário do Estado de São Paulo (Sindivest), a Prefeitura Municipal de São Paulo, a Câmara dos Dirigentes Lojistas do Bom Retiro (CDL) e instituições de ensino e desenvolvimento, como o Senai Têxtil de São

Paulo e a Universidade Presbiteriana Mackenzie. O projeto está fundamentado em quatro pilares:

- Responsabilidade ambiental;
- Responsabilidade social;
- Agregação de valor para a indústria têxtil e de confecção;
- Política Nacional dos Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305, de 02/08/2010).

De acordo com a publicação, atualmente, a coleta de resíduos têxteis no bairro Bom Retiro é realizada de maneira pouco estruturada. A região conta com 1.200 confecções instaladas, e estimativas indicam a geração de cerca de 12 toneladas por dia de resíduo têxtil, de acordo com a CDL. Conforme estabelecido na Lei nº 13.478/02, os grandes geradores de resíduos, estimados em 60% das empresas da região, devem contratar empresa especializada em coleta de lixo para dar um destino aos rejeitos.

Foi constatado que as empresas que realizam a coleta nessa região encaminham os resíduos têxteis para os aterros sanitários. A implantação do projeto tem como objetivo formalizar o trabalho dos catadores e encaminhar os resíduos coletados, tanto por eles, como pelas empresas responsáveis pela coleta dos resíduos dos grandes geradores, para uma cooperativa que ficará responsável por gerenciar os catadores, separar os resíduos e preparar a matéria-prima para ser vendida às empresas recicladoras, evitando que toneladas de resíduos têxteis sejam descartadas em aterros sanitários ou nas ruas, bem como os impactos sociais e ambientais decorrentes do descarte irregular.

A iniciativa acende a luz para oportunidades na ecomoda. Moderna e alternativa, essa tendência utiliza também material reciclado na fabricação de peças fashion, não só para proteger o meio ambiente, mas visando inclusive para a economia na produção destes produtos.

Além de tudo isso, a moda ecologicamente correta tem tudo a ver com as passarelas e ruas das cidades do mundo inteiro. Independentemente de Copa do Mundo. Porém, a Copa de 2014 é uma grande vitrine para o setor e está na hora aproveitar este momento.

INOVAÇÃO É UMA ATITUDE NOVA PARA O NEGÓCIO

Para conhecer melhor sobre o tema inovação, recomenda-se a leitura da cartilha, cujo título está em destaque a seguir. O link para fazer o download é: www.biblioteca.sebrae.com.br/.

- Inovação como estratégia competitiva na micro e pequena empresa

O Sebrae-SP preparou um Quiz especialmente para empresários que querem saber se sua empresa é inovadora. Para realizar o Teste da sua Empresa, é necessário que você tenha um cadastro no portal do Sebrae-SP.

www.voceeodono.sebraesp.com.br.

O Sebrae-SP tem uma equipe de gestores e consultores especializados para apoiar as empresas interessadas na gestão da inovação.

SEBRAE SÃO PAULO
www.sebraesp.com.br
0800-570 0800

BOLETIM SEBRAE 2014
Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros – UAMSF
Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: **Roberto Simões** | Diretor-Presidente: **Luiz Barretto** | Diretor-Técnico: **Carlos Alberto dos Santos** | Diretor de Administração e Finanças: **José Claudio dos Santos** | Coordenação Nacional do Programa Sebrae 2014: **Dival Schmidt, Ivan Tonet, Rafael Castro** | Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros: **Paulo Alvim** | Planejamento e Execução: **Lucio Pires, Patrícia Mayana, Fabiana Castro e Ana Paula Capparelli**

SGAS Quadra 605, Conjunto A. | CEP: 70.200-645 – Brasília.DF | Telefone: (61) 3348 7203