#54 DEZEMBRO 2024 informativo empresarial FECOMERCIOSP

ExpressoMEI

VENDAS

Confira dicas para aumentar a segurança no Comércio

PROFISSÃO MEI

Oportunidades no segmento de produtos naturais

PERGUNTE AO CONSULTOR

Venda mais com 3 técnicas infalíveis

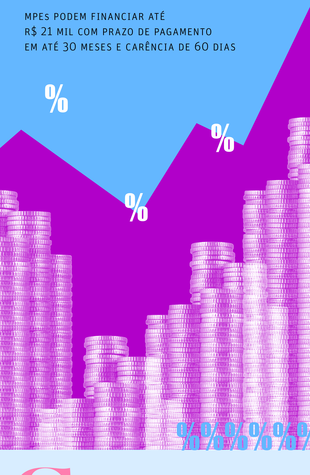
DESTAQUE

Banco do Povo Paulista: crédito sob medida para o MEI

CAPA

Nova linha de crédito do Banco do Povo Paulista

MPES PODEM FINANCIAR ATÉ
R$ 21 MIL COM PRAZO DE PAGAMENTO
EM ATÉ 30 MESES E CARÊNCIA DE 60 DIAS



Se você é micro ou pequeno empreendedor do Estado de São Paulo e busca formas acessíveis de alavancar o negócio, o Banco do Povo Paulista (BPP) pode ser a solução ideal. Com linhas de crédito de fácil acesso, juros baixos e prazos flexíveis, o programa busca estimular o empreendedorismo e fortalecer a economia local. Saiba como funciona e como utilizar essa oportunidade a seu favor.

Estão disponíveis linhas de crédito para diversos perfis, desde Microempreendedores Individuais (MEIs), Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs) até trabalhadores autônomos e cooperativas. O objetivo é claro: financiar projetos que ampliem operações, adquiram insumos ou até mesmo realizem reformas e investimentos coletivos.

Confira, a seguir, os detalhes sobre as linhas de crédito voltadas para pequenas empresas.

EMPREENDA RÁPIDO E EMPREENDA AFRO E MULHER

Pessoas físicas e produtores sem CNPJ: financiamento com prazos de até 24 meses e carência de 60 dias.

Empreendedores formais com CNPJ: prazos de até 30 meses, também com 60 dias de carência.

LIMITES E TAXAS

Primeiro crédito (até R$ 8 mil): juros de 0,8% ao mês (a.m.) + taxa de abertura de 1%.

CNPJ com mais de 1 ano: valores de até R$ 21 mil com juros reduzidos de 0,35% a 0,55% a.m.

Garantias simplificadas: empréstimos até R$ 3 mil, sem exigência de avalistas.

COMO SOLICITAR O CRÉDITO

Para acessar as linhas, é necessário:

- realizar um curso gratuito de capacitação pelo programa Qualifica SP;
- apresentar documentações pessoais e empresariais, como CNPJ, comprovantes de residência, certidões negativas e orçamentos detalhados dos bens e serviços a serem financiados;
- não ter restrições cadastrais na Serasa ou no Cadin estadual.

DICAS PARA UTILIZAR O CRÉDITO COM SUCESSO

O crédito do BPP pode ser um divisor de águas para o seu negócio, desde que utilizado de maneira estratégica. Veja algumas possibilidades para investir o montante.

Capital de giro: mantenha as operações em dia, garantindo estoque e pagamento de fornecedores.

Compra de equipamentos: modernize as ferramentas para aumentar a eficiência e a competitividade.

Expansão ou reformas: invista em melhorias para atrair mais clientes e ampliar a capacidade operacional.

A principal vantagem do programa é a combinação de juros baixos, prazos longos e acesso facilitado — uma realidade distante quando se trata de instituições financeiras tradicionais. Além disso, o projeto oferece apoio técnico, orientando empreendedores a utilizarem o crédito de forma inteligente e sustentável.

Quer estudar a distância para
se destacar no mundo do trabalho
e ser quem você quiser ser?

QUER SABER?
SENAC EAD!

PÓS-GRADUAÇÃO

VENDAS

Dicas para fortalecer a segurança do varejo

E-BOOKS DESTACAM AÇÕES COLABORATIVAS ENTRE SINDICATOS, EMPRESAS E ÓRGÃOS DE SEGURANÇA QUE PODEM REDUZIR RISCOS E CRIAR UM AMBIENTE SEGURO NO FIM DE ANO

Os preparativos para as vendas de fim de ano nas empresas do comércio varejista estão na fase final. Ainda que estratégias de promoções, precificação de produtos e abastecimento de estoques sejam fundamentais para almejar o sucesso no Natal, outro ponto é indispensável para garantir o bom andamento dos negócios: a segurança.

O acréscimo do movimento nos centros comerciais — aliado aos horários estendidos em muitas cidades — também estimula os casos de criminalidade, como furtos e roubos. Por isso, a **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)**, por meio do Conselho do Comércio Varejista, preparou um e-book para auxiliar as empresas do Comércio com ações preventivas, treinamentos e investimentos em tecnologia e monitoramento, com o objetivo de evitar ou reduzir incidentes.

Baixe gratuitamente o guia completo para reforçar a segurança no comércio

Funcionários bem treinados, clientes informados e órgãos de segurança pública em cooperação contribuem para um ambiente mais seguro a todos. A FecomercioSP espera que essas dicas sejam um recurso útil para um período de festas próspero e de muitas vendas para o varejo.

PROFISSÃO MEI

Loja de produtos naturais: oportunidades e propósito

AUMENTO NA DEMANDA DO PÚBLICO PELOS PRODUTOS QUE COMPÕEM UM CARDÁPIO MAIS SAUDÁVEL ABRE LEQUE DE OPÇÕES DE NEGÓCIOS

O mercado de produtos naturais tem se destacado como um dos mais promissores no Brasil, impulsionado pela busca crescente por alimentação saudável, sustentabilidade e bem-estar. Para os MEIs, essa é uma oportunidade de ouro para iniciar um negócio com potencial de crescimento, desde que bem planejado.

CNAES PARA ATUAÇÃO NO SEGMENTO

Ao abrir um MEI no ramo de produtos naturais, é fundamental escolher o Código Nacional de Atividade Econômica (CNAE) correto para a atividade pretendida. Algumas opções que se encaixam no setor incluem:

- **CNAE 4729-6/99** — comércio varejista de produtos alimentícios em geral, especializado ou não, como grãos, cereais e produtos a granel;
- **CNAE 4723-7/00** — comércio varejista de bebidas, ideal para quem pretende comercializar chás naturais e infusões;
- **CNAE 4712-1/00** — comércio varejista em minimercados, supermercados e mercearias, destinado a quem deseja operar em uma escala maior.

É essencial verificar se o CNAE escolhido permite as operações específicas do negócio, evitando problemas legais e fiscais.

INVESTIMENTO INICIAL

O valor inicial para abrir uma loja de produtos naturais varia conforme o formato da empresa (física ou online) e o porte da operação. Para uma loja básica, os custos incluem:

- **estoque inicial**: R$ 5 mil a R$ 10 mil, com produtos como grãos, sementes, suplementos e itens orgânicos;
- **estrutura**: caso seja loja física, a locação e a adaptação do espaço podem custar entre R$ 3 mil e R$ 10 mil. Já para lojas online, investir em uma boa plataforma pode custar entre R$ 1 mil e R$ 5 mil;
- **legalização e taxas**: o custo para formalizar o MEI é baixo, geralmente limitado ao pagamento mensal do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), que gira em torno de R$ 70.

Em média, o investimento inicial pode variar de R$ 8 mil a R$ 20 mil.

DEFINIR O PÚBLICO-ALVO

Para se destacar no mercado de produtos naturais, é importante compreender os clientes e as suas necessidades. Algumas perguntas-chave podem ajudar, como:

- **quem é seu cliente?** Jovens adultos, esportistas, pessoas com restrições alimentares ou interessados em sustentabilidade são públicos comuns;
- **o que ele busca?** Produtos veganos, sem glúten, orgânicos ou a granel são muito procurados;
- **onde ele está?** Identificar a região de atuação e os hábitos de compra do público (físico, online ou marketplace) é fundamental.

Realizar pesquisas de mercado e utilizar ferramentas gratuitas, como Google Trends e redes sociais, pode auxiliar na definição desse público.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING EFICIENTES

No setor, a comunicação é um diferencial. Confira, a seguir, algumas dicas para criar uma estratégia de marketing sólida.

- **Invista em redes sociais**: publique conteúdos informativos sobre benefícios dos produtos, receitas saudáveis e histórias de sustentabilidade.
- **Parcerias com influenciadores**: criadores de conteúdo fitness ou de bem-estar podem ajudar a divulgar a marca.
- **Programas de fidelidade**: ofereça descontos ou benefícios para clientes recorrentes.
- **Aposte no marketing local**: para lojas físicas, distribua panfletos em academias, consultórios de nutrição ou feiras de saúde.
- **Venda online**: ter uma loja virtual ou presença em marketplaces amplia a visibilidade e as vendas.

OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO

Frente a uma maior conscientização acerca de hábitos saudáveis, o mercado de produtos naturais continua em expansão. Ser um MEI nesse segmento é uma chance de unir empreendedorismo e propósito, atendendo a uma demanda crescente e criando impacto positivo à saúde dos consumidores e ao meio ambiente.

PERGUNTE AO CONSULTOR

Venda mais com gerenciamento de categorias, 'cross-selling' e 'upselling'

Melhorar a organização de produtos e a experiência de compra dos clientes é uma maneira efetiva de elevar as vendas do MEI. O gerenciamento de categorias, que organiza produtos em grupos específicos para atrair o consumidor, e as técnicas de *cross-selling* (venda cruzada) e *upselling* (venda adicional), que incentivam o cliente a comprar mais ou a optar por produtos de maior valor, são algumas das estratégias que podem ser úteis para esse objetivo.

ORGANIZANDO PARA VENDER MAIS

O gerenciamento de categorias agrupa produtos similares, facilitando a experiência de compra do cliente e ajudando o MEI a estruturar melhor o estoque. Em vez de tratar cada item isoladamente, o método os organiza em unidades de negócios independentes. Por exemplo, uma loja de artigos para a cozinha pode organizar produtos como panelas, eletrodomésticos e acessórios em uma mesma seção. Isso ajuda o cliente a visualizar melhor as opções e incentiva compras adicionais de itens que ele talvez não considerasse inicialmente.

Além de facilitar a vida do consumidor, o gerenciamento por categorias ajuda o MEI a manter o estoque em equilíbrio, evitando tanto excesso quanto falta de mercadorias, o que é essencial para controlar custos e melhorar a rentabilidade do negócio.

O processo é composto por oito etapas fundamentais, que vão desde a definição das categorias até a execução e a revisão do plano, permitindo ao empreendedor avaliar o desempenho de cada grupo de produtos e ajustar os planos quando necessário.

'CROSS-SELLING' E 'UPSELLING'

Duas táticas bastante proveitosas para os MEIs aumentarem o valor das vendas são o *cross-selling* e o *upselling*. No primeiro caso, o objetivo é oferecer produtos complementares ao que o cliente já está comprando. Por exemplo, ao adquirir um celular, ele pode ser incentivado a comprar capa, fones de ouvido ou uma película de proteção. Essas sugestões fazem sentido, porque os itens são úteis para quem já comprou o celular.

O segundo caso, por outro lado, sugere ao cliente uma versão mais avançada ou de maior valor do produto que ele escolheu inicialmente. Por exemplo, se uma pessoa se interessa por um notebook mais básico, o empreendedor pode sugerir um modelo com mais funcionalidades por um valor um pouco superior, destacando benefícios como durabilidade ou mais memória.

Para o MEI, essas técnicas podem ser aplicadas tanto em lojas físicas quanto virtuais. Nas vendas digitais, sistemas automáticos de recomendação ajudam a sugerir produtos com base nas preferências do consumidor, maximizando ambas as estratégias.

TÉCNICAS NAS LOJAS FÍSICAS E ONLINE

No ambiente físico, o MEI pode organizar os produtos de forma a facilitar o *cross-selling* e o *upselling*. Em uma loja de conveniência, por exemplo, o empreendedor pode posicionar snacks e bebidas perto do caixa, incentivando o cliente a adquirir itens adicionais enquanto finaliza a compra. Exibir produtos mais caros em locais de destaque também é uma estratégia efetiva para incentivar o *upselling*, especialmente se esses itens são mais procurados pelos clientes.

No e-commerce, o empreendedor pode criar pacotes com temas específicos que incentivem a compra de múltiplos itens. Um "kit de home office", por exemplo, pode combinar uma mesa de escritório, cadeira e itens de papelaria com um desconto especial, o que atrai o cliente pela praticidade e pela relação entre custo e benefício.

FACILITANDO AS VENDAS

No mundo digital, o uso de ferramentas de Customer Relationship Management (CRM) e análise de dados é um grande aliado. Esses sistemas permitem ao MEI compreender melhor o comportamento do cliente e personalizar as ofertas de *cross-selling* e *upselling*. Ao identificar padrões de compra e preferências, é possível sugerir produtos que realmente atendam às necessidades do consumidor, aumentando as chances de sucesso na venda adicional.

GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS E VENDA ADICIONAL

Ao aplicar o gerenciamento de categorias, o MEI ganha em organização, facilitando o processo de compra e reduzindo custos com estoque. Além disso, o uso dessas práticas contribui para que o cliente perceba mais valor na compra, ao ser incentivado a adquirir itens relacionados ou de maior qualidade. Quando bem aplicadas, essas técnicas fortalecem a marca do empreendedor, elevam a satisfação dos clientes e maximizam as vendas. Assim, a empresa pode, além de aumentar o valor médio das compras, fidelizar os consumidores, oferecendo uma experiência de compra completa e agradável.

THIAGO FREITAS,
assessor técnico da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)

FECOMERCIOSP | Sesc Senac

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PRESIDENTE
ABRAM SZAJMAN
PRESIDENTE EM EXERCÍCIO
IVO DALL'ACQUA JÚNIOR
SUPERINTENDENTE
ANTONIO CARLOS BORGES
ASSESSORIA TÉCNICA
ALBERTO BORGES DE CARVALHO JÚNIOR, EDUARDO PASTORE, REINALDO MENDES E SARINA SASAKI MANATA

COORDENAÇÃO EDITORIAL E PRODUÇÃO TUTU

DIRETOR DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DEMIAN RUSSO
DIRETORES CRIATIVOS CLARA VOEGELI E DEMIAN RUSSO
EDITOR LUCAS MOTA
TEXTO CAMILA SILVEIRA E FILIPE LOPES
REVISÃO FLÁVIA MARQUES
DIRETORA DE ARTE CAROLINA LUSSER
EDITORES DE ARTE DÉBORA FARIA, JOÉLSON BUGGILLA E PAULA SECO
DESIGNERS JÔNIA CAON, MARIA FERNANDA GAMA, ANNIMA DE MATTOS E ALBERTO LINS

FALE COM A GENTE
PUBLICACOES@FECOMERCIO.COM.BR
WWW.FECOMERCIO.COM.BR