**2015**



**Finalistas**

**Comissão Julgadora**

**Ciclo 2015**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **SUMÁRIO** |  | | |
|  |  | | |
| 1. **O QUE É O PRÊMIO** | | **03** |
| 1. **ETAPAS E ATORES DO PRÊMIO** | | **03** |
| 1. **A QUEM É DIRIGIDO O PRÊMIO** | | **04** |
| 1. **CATEGORIAS DE RECONHECIMENTO** | | **04** |
| 1. **GOVERNANÇA** | | **05** |
| 1. **EVOLUÇÃO HISTÓRICA** | | **05** |
| 1. **CICLO 2015** | | **06** |
| 1. **FINALISTAS - PEQUENOS NEGÓCIOS** | |  |
| 8.1. – PN 1 – **Um sonho, uma vida** | |  |
| 8.2. – PN 2 – **Lições de quem recomeçou do zero** | |  |
| 8.3. – PN 3 – **Empreendedorismo por amor** | |  |
| 1. **FINALISTAS – PRODUTORAS RURAIS** | |  |
| 9.1. – PR 1 – | |  |
| 9.2. – PR 2 – | |  |
| 9.3. – PR 3 – | |  |
| 1. **FINALISTAS – MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS** | |  |
| 10.1. - MI 1 – | |  |
| 10.2. - MI 2 – | |  |
| 10.3. - MI 3 – | |  |
| **ANEXO – TERMO DE COMPROMISSO E ADESÃO** | |  |

**1. O QUE É O PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS**

O Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios tem como objetivo identificar, selecionar e premiar os relatos de vida de mulheres empreendedoras que estão espalhadas pelo Brasil, as quaistransformaram seus sonhos em realidade e cuja estória de vida hoje é exemplo para outras que também querem realizar seu próprio sonho de empreendedora.

O Prêmio é uma iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, com o apoio da Secretaria de Políticas para as Mulheres - SPM, Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil - BPW, e da Fundação Nacional da Qualidade – FNQ.

**2. ETAPAS E ATORES DO PRÊMIO**

A realização do ciclo anual do PSMN pressupõe várias etapas e atores. O diagrama abaixo ilustra as principais etapas do Prêmio: mulheres proprietárias de microempresas e empresas de pequeno porte e que estejam estabelecidas formalmente há pelo menos um ano (data de abertura anterior a 01/03/2014, conforme consta no CNPJ)

**2.1 Etapa Estadual -** Reconhecimento **estadual** concedido anualmente às candidatas que se destacam em suas categorias, em seus estados. Nesta fase são selecionadas até 3 (três) empreendedoras de cada estado e 3 (três) do Distrito Federal, totalizando o máximo de 81 (oitenta e um) empreendedoras no país.

**3. A QUEM É DIRIGIDO O PRÊMIO**

O prêmio é dirigido às mulheres empreendedoras, com mais de 18 anos, cujos relatos de vida sejam exemplos para outras empreendedoras.

Conforme estabelece o Regulamento do Prêmio, o faturamento anual não pode ultrapassar a   
**R$ 3.600.000,00** (três milhões e seiscentos mil reais) - segundo o Estatuto Nacional das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte; e que também, não será permitida a participação de ONGs, sindicatos, associações filantrópicas e outros de caráter semelhante, assim como empresas cujas proprietárias ou sócias sejam empregadas ou prestadoras de serviço das entidades promotoras do prêmio com acesso a informações privilegiadas do processo de avaliação.

**Todas as candidatas apresentadas neste documento tiveram sua documentação conferida e se enquadram no Regulamento do Prêmio.**

**4. CATEGORIAS DE RECONHECIMENTO**

As categorias de reconhecimento são conforme abaixo:

4.1 – **Pequenos Negócios**, para proprietárias de microempresas e empresas de pequeno porte e que estejam estabelecidas formalmente há pelo menos um ano;

4.2 – **Produtoras Rurais**, mulheres que explorem atividades agrícolas, pecuárias e/ou pesqueiras nas quais não sejam alteradas a composição e as características do produto in natura, e que estejam estabelecidas formalmente há, no mínimo, um ano. (Data de abertura anterior a 01/03/2014 conforme documento de registro legal pertinente: Inscrição Estadual de Produtor, ou Declaração de Aptidão ao PRONAF, (DAP) ou CNPJ, ou Registro no Ministério da Pesca).

4.3 - **Microempreendedoras Individuais**, mulheres que trabalhem por conta própria, tenham seu empreendimento legalizado, com faturamento máximo anual de até R$ 60.000,00 por ano, e não tenham participação em outra empresa como sócias ou titulares, e tenham até um(a) empregado(a) contratado(a) que receba o salário mínimo, ou o piso da categoria. (Data de abertura anterior a 01/03/2014, conforme consta no CNPJ)

A avaliação do relato das candidatas considera os seguintes fatores:

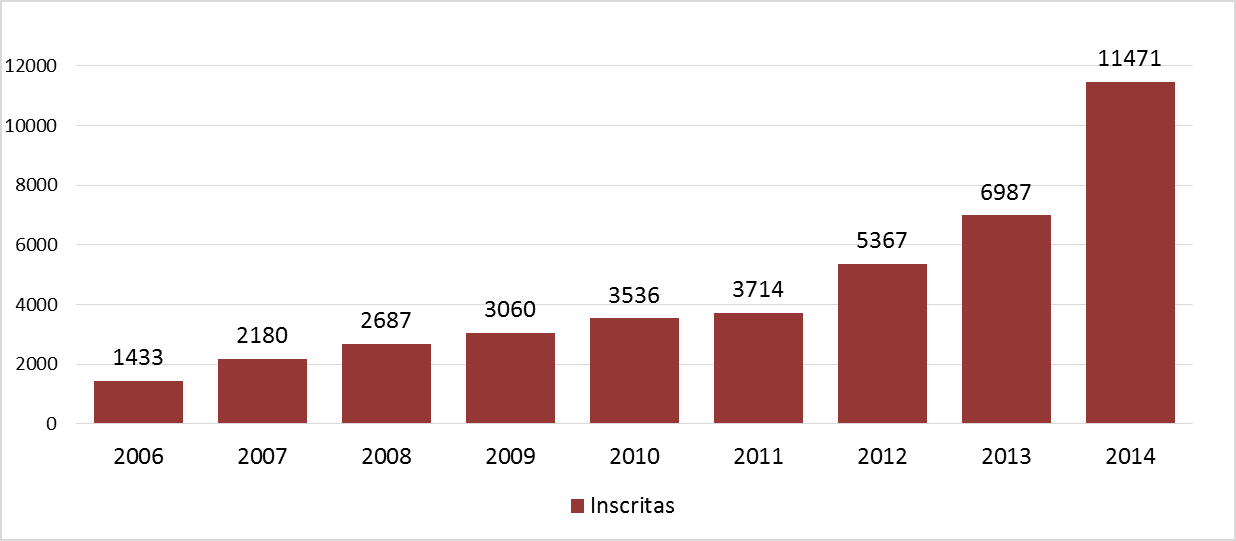
1. Superação da mulher;
2. Visão de Futuro;
3. Ideias inovadoras e adaptação às novas tendências;
4. Atuação democrática, transparente, inspiradora e motivadora;
5. Participação ativa nos negócios, perseverança e superação dos desafios;
6. Ambiente participativo e agradável para quem trabalha no seu negócio;
7. Estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes;
8. Preocupação com a preservação do meio ambiente e da cultura da sua região;
9. Estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento das atividades;
10. Lições aprendidas (por meio de experimentações, erros cometidos ou compartilhamento de informações);
11. Crescimento dos resultados obtidos;
12. Contribuição para o desenvolvimento de outras empreendedoras.

**5. GOVERNANÇA**

O Comitê Executivo, responsável pelo planejamento e condução do Prêmio, é formado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), pela Federação das Associações das Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil (BPW) e pela Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). O Comitê Executivo conta ainda com o apoio do Comitê Gestor do Prêmio, composto pelo Comitê Executivo e por 7 gestores estaduais, representando cada uma das 5 regiões do país (as regiões norte e nordeste têm 2 representantes cada). Os comitês têm o papel de padronizar nacionalmente o processo de avaliação e reconhecimento às vencedoras do ciclo, bem como o de repassar orientações aos demais gestores, além de analisar e consolidar as sugestões de melhorias recebidas sobre os processos do Prêmio, e de assegurar que todos cumpram seus papeis nas etapas no Prêmio.

**6. EVOLUÇÃO HISTÓRICA**

O quadro abaixo ilustra a evolução do número de Inscritas por categoria no Brasil.



**Nota: A categoria Microempreendedora Individual foi inserida a partir do ciclo 2013, substituindo a Categoria Empreendedora Individual. A Categoria Produtura Rural foi inserida a partir do 2013, substituindo a Categoria Negócios Coletivos.**

**7. CICLO 2015**

No ciclo de 2015 tivemos a participação de candidatas de **XX cidades,** com um total de XX **inscrições** no prêmio, o que representa um crescimento de **cerca de XX%** em relação ao ciclo de 2014, e foi o ciclo com o maior número de participações desde sua criação. Após validação da documentação, avaliação e visita às candidatas temos **9(nove) candidatas** – 3 (três) de Pequenos Negócios, 3 (três) Produtoras Rurais e 3 (três) Microempreendedoras Individuais estão sendo encaminhadas para análise pela Banca de Juízes.

**ESTATÍSTICAS DO CICLO**

**Por Negócio:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Contagem de CPF** | **Percentual** |
| Microempreendedora Individual |  |  |
| Pequenos Negócios |  |  |
| Produtora Rural |  |  |
| **Total Geral** |  |  |

**Por Setor:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rótulos de Linha** | **Contagem de CPF** | **Percentual** |
| Agronegócio |  |  |
| Comércio |  |  |
| Indústria |  |  |
| Serviços |  |  |
| **Total Geral** |  |  |

**Por Escolaridade:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rótulos de Linha** | **Contagem de CPF** | **Percentual** |
| Doutorado |  |  |
| Especialização |  |  |
| Fundamental Completo |  |  |
| Fundamental Incompleto |  |  |
| Médio Completo |  |  |
| Médio Incompleto |  |  |
| Mestrado |  |  |
| Pós-Graduação |  |  |
| Sem escolaridade |  |  |
| Superior Completo |  |  |
| Superior Incompleto |  |  |
| **Total Geral** |  |  |

**Por Idade:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faixa** | **Qtd** | **Percentual** |
| Acima 55 anos |  |  |
| Entre 35 a 54 anos |  |  |
| Entre 25 a 34 anos |  |  |
| Entre 18 a 24 anos |  |  |
| **Total** |  |  |

**PAPEL DA COMISSÃO JULGADORA ESTADUAL (Banca de Juízes)**

1. Analisar os relatos, as pontuações e os comentários dos verificadores das finalistas de cada categoria. A decisão é uma combinação da média de pontuações com os fatores de avaliação considerados no Prêmio, e listados acima, no item 4. Os fatores devem ser levados em consideração durante a leitura dos relatos deste manual.
2. Selecionar os melhores relatos de cada categoria, independentemente da região;
3. Definir os 3(três) melhores relatos de cada categoria classificando-os em Ouro, Prata e Bronze.
4. Garantir a integridade do Processo de Avaliação;
5. Julgar os casos de conflitos de interesse reais, ou potenciais, que envolvam os padrões éticos do processo.

**REQUISITOS PARA UMA JUIZ(A)**

1. Entender e aderir ao código de ética adotado pelo Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios.
2. Entender o Instrumento de Avaliação e o Processo de Avaliação, consoante às diretrizes descritas nos diversos documentos do Prêmio e apresentadas pelo Gestor Estadual do Prêmio.
3. Estar pronto e apto para aplicar essas diretrizes no processo de julgamento.
4. Estar disponível em todas as datas programadas para a reunião da comissão, concordando em comparecer no horário ou, em caso negativo, notificar previamente o Interlocutor do Prêmio.
5. Concordar com a política de confidencialidade, não divulgando ou comentando sobre as candidatas e sobre os detalhes das histórias fora das discussões necessárias ao Processo de Julgamento.
6. Possuir renomada reputação no seu mercado de atuação.
7. Pertencer à organização parceira do Prêmio ou a organização idônea de credibilidade inabalável.

**PROGRAMAÇÃO DA REUNIÃO DA COMISSÃO JULGADORA NACIONAL**

1. Recebimento das histórias finalistas por e-mail ou impressas para leitura prévia, encaminhado pela Coordenação Nacional do Prêmio, mínimo de 3 (três) dias antes da reunião agendada Programa da reunião:

* Abertura – Coordenação Nacional do Prêmio;
* Apresentação dos participantes;
* Apresentação do processo de avaliação;
* Apresentação das histórias;
* Validação do critério de decisão;
* Decisão das candidatas a serem reconhecidas com o troféu ouro, prata e bronze de cada categoria;
* Descrição das justificativas (que devem ser anotadas pelo Coordenador para inserção no sistema);

1. Papel do Coordenador: na reunião o coordenador deve atuar como moderador e não participar do processo de decisão.

**PROCESSO DE JULGAMENTO**

**PRINCÍPIOS**

1. Utilizar ao máximo o debate e o consenso;
2. Eliminar o conflito de interesse e as aparências de conflito de interesse;
3. Um Juiz(a) só poderá decidir sobre a situação de uma candidata se estiver presente durante todo o debate;
4. Todas as providências necessárias serão tomadas pelo SEBRAE para preservar a confidencialidade das informações sobre as candidatas;
5. A decisão deverá ser de consenso do grupo.

**CÓDIGO DE ÉTICA DO PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS**

Todas as pessoas envolvidas diretamente com o Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios estão regidas por este CÓDIGO DE ÉTICA, definido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pela Fundação Nacional da Qualidade (FNQ).

**DECLARAÇÃO DE PRINCÍPIOS**

Os membros do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios - Gestores, Avaliadores, Verificadores, Comissão Julgadora e Juízas -, se comprometem a manter princípios éticos no cumprimento de suas atribuições, a prestar serviços de elevado padrão profissional, levando em consideração a honestidade, a dignidade, a veracidade, a exatidão, a imparcialidade e a responsabilidade perante a sociedade, bem como se empenhar no aperfeiçoamento de suas habilidades e competências, colaborando para o aumento de prestígio e da credibilidade do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios.

**REGRAS DE CONFIDENCIALIDADE**

Os membros do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios se obrigam a tomar as seguintes precauções com o objetivo de manter a confidencialidade de todas as informações obtidas durante o processo de avaliação.

**REGRAS SOBRE CONFLITO DE INTERESSES**

Os membros do Prêmio se obrigam a manifestar a condição de conflito de interesses sempre que fatores objetivos ou subjetivos (estreito relacionamento, experiências passadas ou preconceitos em relação à candidata) os impedirem de avaliar ou julgar de maneira independente e imparcial ou puderem prejudicar a imagem dos realizadores do Prêmio, ou do processo de premiação. Dentre os fatores objetivos são claramente definidos três níveis de conflito de interesses no processo de avaliação e julgamento:

1. Relacionamento Direto, quando o Gestor, Avaliador, Verificador ou integrante da Comissão Julgadora possui um vínculo empregatício ou profissional com a candidata ou com um fornecedor ou cliente importante para a candidata. Inclui-se neste nível a existência de relacionamento familiar (parentes de primeiro grau), pessoal e social com funcionários da candidata;

2. Propriedade Significativa, quando uma parte importante dos bens pessoais do Gestor, Avaliador, Verificador ou integrante da Comissão Julgadora é, ou possa vir a ser, influenciada pela candidata, incluindo-se neste nível a participação acionária;

3. Concorrência, quando o Gestor, Avaliador, Verificador ou integrante da Comissão Julgadora está diretamente envolvido com concorrentes da candidata, através de relações de trabalho, de posse de ações ou de outros interesses.

**8. FINALISTAS – PEQUENOS NEGÓCIOS**

|  |
| --- |
| **8.1 - PN 1**  **Pontos Geral:** 78,5%  **Pontuação de Gestão:** 69,0%  **Principais lacunas:** Divulgação dos produtos e serviços e Expansão das vendas para novas áreas ou lançamento de novos produtos (ou serviços)  **Média Relato:** 73,1  Avaliador Estadual: Maria da Conceição **-** Pontos: 67,5 pts.  Observação: A história de Fernanda como tantas outras é fantástica inspiradora porém eu não identifiquei a parte de conhecimento de mercado e também a parte de valorização de pessoas sobre tipos de incentivo.  Natália **–** 78,2 pts.  Relato bem elaborado com critérios bem definidos, verifica-se que poderia ter contado mais sobre o negócio.  Graciele **–** 80,5 pts.  O relato da empreendedora demonstra força e superação para concretização do sonho que a acompanha por toda uma vida!  **Verificador Estadual: Jader - Bônus: 20%**  **Pontuação Verificador:** 82,5  **Comentários gerais:** Empresa com organização orientada para resultados, possui um controle e planejamento de suas ações sendo que estas características estão disseminadas entre seus colaboradores. Sendo recomendada para continuar no processo de premiação. Comentários **Criação do Negócio - Pensamento Sistêmico**  A empresaria percebeu uma carência no mercado em relação aos produtos que iria produzir comercializar, verificou a possibilidade de suprir esta necessidade, começou produzindo as próprias roupas e assim que percebeu a aceitação de seu produto começou a expandir a produção de forma ordenada e planejada.  **Criação do Negócio - Cultura da Inovação**  Houve a percepção da necessidade do mercado de roupas personalizadas e percebeu que o mercado de Brasília ainda estava carente desse tipo de produção. Não foi verificado que preconceito de gênero foi empecilho para o desenvolvimento das atividades.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Liderança e Constância de Propósitos**  A empresária possui valores pessoais que são refletidos em sua postura profissional que é a vontade de vencer. Esses valores são frequentemente passados para os colaboradores em suas reuniões periódicas. Nessas reuniões ela possibilita e incentiva a participação de todos os colaboradores com suas contribuições.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Orientação por Processos e Informações**  Possui uma definição de cargos e atividades sendo que todos os envolvidos estão cientes de quais atividades devem exercer e cumprir. Também foi apresentado uma planilha de controles financeiros que cotiam o acompanhamento de receitas e despesas e de caixa futuro.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Valorização das Pessoas**  A empresaria realizou a reforma de uma área dentro da empresa para que os colaboradores pudessem realizar as refeições de forma confortável e também promove uma confraternização entre os colaboradores quando as metas são cumpridas ou quando algum deles estão de aniversário. Também promove a disseminação do conhecimento permitindo que os colaboradores progridam profissionalmente dentro da empresa.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Conhecimento sobre o Cliente e o Mercado**  A empresária realiza o acompanhamento das necessidades dos clientes por meio dos pedidos e de contatos presenciais ou telefônicos a cada 6 meses para definir os próximos pedidos.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Responsabilidade Social**  A empresa realiza a doação de retalhos para instituições que trabalham com artesanato para que estes possam gerar rendas para os artesões. Por estar em uma localidade que não havia pavimentação, mobilizou seus vizinhos a reivindicarem ao administrador de sua região administrativa que realizasse a pavimentação asfáltica em sua rua conseguindo assim que a administração o fizesse.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Desenvolvimento de Parcerias**  A empresária desenvolveu parceria com lojistas em Brasília-DF e em Belo Horizonte - MG para realizar o escoamento de sua produção.  **Resultados - Visão de Futuro**  Existe o planejamento de construção de uma loja própria e o desenvolvimento de site e investimento em mídias sociais.  **Resultados - Aprendizado Organizacional**  A empresária dissemina e incentiva a formação de novas mulheres empreendedoras, pois muitas de suas ex-funcionárias saíram de sua empresa para montar seu negócio próprio.  **Resultados - Geração de Valor**  A empresaria realiza o acompanhamento da satisfação dos clientes por indicadores de satisfação e de acompanhamentos de pedidos.  **Verificação**  Superação da mulher - Oportunidade de melhoria  Visão de Futuro - Ponto forte  Ideias inovadoras e adaptação às novas tendências - Ponto forte  Atuações democráticas, transparente, inspiradora e motivadora - Ponto forte  Participação ativa nos negócios, perseverança e superação dos desafios - Ponto forte  Ambiente participativo e agradável para quem trabalha no seu negócio - Ponto forte  Estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes - Ponto forte  Preocupação com a preservação do meio ambiente e da cultura da sua região - Ponto forte  Estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento das atividades - Ponto forte  Lições aprendidas (por meio de experimentações, erros cometidos ou compartilhamento de informações) - Ponto forte  Crescimento dos resultados obtidos - Ponto forte  Contribuição para o desenvolvimento de outras empreendedoras - Ponto forte  **RELATO**  **Um sonho, uma vida**  Minha primeira professora revelou minha vocação ao me ver desenhar vários croquis de roupas: Sei o que vai ser quando crescer: estilista de moda. Ao entender no que consistia aquela profissão, respondi: sim! Serei estilista e terei minha própria marca. Hoje, depois de planejá-la e almejá-la por quase 25 anos, ou seja, por toda a minha vida, ela existe e se chama Difuzi, está no mercado da moda há quase cinco anos e já se encontra em um lugar de destaque na região do Distrito Federal, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Porém, como em quase todo caso de sucesso, a Difuzi também trilhou um caminho bastante árduo. No momento em que este sonho nasceu na minha infância, as coisas não eram nada favoráveis, pois eu morava no interior onde o acesso à informação de moda era quase nulo e a estrutura familiar não existia em meu lar. Meu pai era extremamente machista e minha mãe submissa. Ela era mantida em cativeiro juntamente com suas filhas, no caso; eu e minha irmã, criadas para serem mulheres “amélias” ou então como minha mãe, um zero a esquerda na vida de um homem. Mesmo diante desta criação machista, tinha um sonho que me fazia ter esperanças de que um dia eu poderia ser feliz, longe daquele mundo onde só os homens podiam sonhar, caminhar e vencer... Consegui superar estes obstáculos: rompi com minha família, saí da casa, consegui libertar também minha mãe, e juntas construímos uma nova vida. Dei continuidade aos estudos, pois até o ensino médio eu fui proibida de fazer, dos 10 anos de idade aos 12 eu permanecia apenas em casa. E diante de tantas dificuldades era o meu sonho que me mantinha viva, que me fazia acreditar em um futuro melhor para mim, minha mãe e minha irmã. Iniciei o curso superior de moda e saí do interior para morar em Belo Horizonte, sem nunca ter ido lá anteriormente. Fui morar com o dinheiro das economias do meu primeiro trabalho, paguei minha 1º matricula da faculdade, o 1º aluguel e logo acabaram minhas economias. Com ajuda de uma amiga, consegui um emprego para pagar minhas despesas (casa de bingo, à noite). Trabalhava das 20hs até amanhecer o dia, todas as noites. Dormia algumas horas e estudava moda à tarde. Após dois anos de curso decidi me casar e me mudar para Brasília. E já no período da faculdade meu plano de negócios foi elaborado, neste período fiz o Empretec, defini meu público alvo, pesquisei fornecedores, colaboradores, possíveis pontos de vendas e então já estava com todo o escopo de minha empresa montado. Com ideias inovadoras, tracei o conceito de minha empresa, que além do valor estético da moda, era o de passar também informação de moda, de arte e cultura. Os temas de cada coleção são trabalhados em cima destes preceitos. Através de tags pendurados nas roupas, informações são expostas no site e em e-mails enviados para clientes, de forma que todo o conceito da marca é repassado aos clientes.  Como em quase todas as empresas, hoje, um dos maiores obstáculos é a mão de obra qualificada. Uma forma que conseguimos para captar novos colaboradores, são parcerias com associações culturais de comunidades vizinhas. São Sebastião, por exemplo, através do ponto cultural, grupo que nasceu na comunidade há 10 anos, nos manda, frequentemente mulheres recém-formadas dos cursos oferecidos pela associação, para serem submetidas às testes para possíveis vagas. Em contrapartida colaboramos com doações de retalhos e informações variadas sobre tudo o que se relaciona à produção de moda, para os mais variados eventos da associação. Tecidos auto-sustentáveis frequentemente são utilizados nas coleções. Temos parceria com a tecelagem artesanal de Unaí, onde as mulheres da comunidade local, tecem o algodão cru e o transformam em um lindo tecido, que é feito totalmente manual, resgatando e valorizando métodos até mesmo ancestrais, de fazer tecidos e em consequência disso, modelos exclusivos de roupas são produzidos. Aliado a isso, existe também a linha ateliê; que foge totalmente do conceito fast fashion adotado pela grande maioria das marcas de roupas. Nesta linha, são confeccionadas peças exclusivas, e outras com detalhes artesanais, que as tornam quase impossíveis de serem produzidas repetidamente. Neste ano, foi também firmada uma parceria com a artista plástica e mosaicista Cida Carvalho, que resultou em belíssimas estampas exclusivas da marca, inspiradas no trabalho da artista, que por sua vez, inspira-se nas obras de Brasília. E como resultado desta parceria, a Difuzi já foi convidada para apresentar sua coleção em dois desfiles; o primeiro no Estádio Nacional e o segundo no CCBB, no Capital Fashion Week. Reuniões semanais são realizadas com toda a equipe, para troca de informações, ideias, sugestões, críticas construtivas e analises de possíveis falhas, a fim de minimizar erros e até mesmo evitar que eles aconteçam. Em clima de harmonia e descontração a equipe trabalha, pois um dos valores da empresa é o bem estar e paz de espírito de todos na empresa. Clientes com a equipe, fornecedores com a equipe, sócios fundadores com a equipe, com os clientes, com os colaboradores, todos se interagem perfeitamente, como uma perfeita engrenagem onde um movimenta o outro. A Difuzi conta com um sistema computadorizado de gestão, que nos garante um eficaz controle de estoque, desde aos aviamentos, até a peça pronta. Informações comerciais com as de produção, por exemplo, podem ser cruzadas, gerando os mais diferenciados relatórios, que nos auxiliam em diversas tomadas de decisões.  Hoje, a Difuzi já veste atrizes globais, vestiu todo um figurino feminino de um filme que será apresentado no próximo ano, participa de eventos de moda, como Fashion Rio e São Paulo Fashion Week, com o apoio do Sebrae. Comercializa seu produto para todo o Distrito Federal, Minas Gerais, Rio de Janeiro, com pontos fixos de venda e já vislumbra para este ano vendas para o exterior, através de um representante comercial que estamos em contato lá fora, através do apoio recebido pela Apiex. Fomos também vencedores do prêmio MPE Brasil 2011, nos garantindo uma maior credibilidade de mercado e maiores apoios de entidades como o SEBRAE, por exemplo. Por fim, como uma lição desta história que gira em torno da realização de um grande sonho, permanece a vontade de continuar lutando, dando um passo de cada vez, para chegar mais longe do que já cheguei hoje. Já vislumbramos a abertura da primeira loja para 2015, idealizando-a como loja-piloto para a venda de franquias, afim da tão almejada conquista de mercado nacional e internacional.  Parte inferior do formulário  **8.2 - PN 2**  **Pontos Geral:** 74,7%  **Pontuação da Gestão:** 76,0%  **Principais lacunas**: Gestão de Fornecedores  **Média Relato:** 68,4  Avaliador Estadual: Adair Christina **-** Pontos: 675,0 pts.  Observação: Vejo que esta candidata é perseverante.  Andrea: 72,0 pts.  Celso Orlando: 65,7 pts.  Relato muito bem explanado, apesar de não haver evidências de alguns relatos, implicitamente sabemos que existe. A sugestão é que se coloque num planejamento de médio e longo prazo  **Verificador Estadual: Isabel Cristina - Bônus: 20%**  **Pontuação Verificador:** 75,5  **Comentários gerais:** Sua última frase: "Sou pequena, mas me sobressaio pela qualidade". Comentários **Criação do Negócio - Pensamento Sistêmico**  A empresária iniciou seu negócio após uma experiência mal sucedida. Era um sonho ter sua escola. No início montou uma cooperativa com diversos professores, mas a ânsia de alguns em ganhar dinheiro rápido e o ganhar sem trabalhar, fez com que o negócio não desse certo. Além de pedagoga é administradora, vê isso como uma diferencial, pois sabe administrar o negócio. Por ser uma escola e ter diferenciais que o mercado não oferece, sabe que é importante para a sociedade. Atende todas as faixas etárias, desde crianças até idosos. Tem uma preocupação constante em trazer cursos novos. Com os alunos hiperativos tem dedicação especial, busca aprender para trabalhar com eles. Por conhecer a sociedade e o bem que faz à ela, vai abrir filiais, em 2015 em Erechim e em 2016 em Chapecó, sabe que há mercado. Os planos de negócios para estas futuras filiais estão sendo feitos. Faz todos os cursos do Sebrae, internet, tem pós em RH e Gestão Empresarial. Está fazendo pós em Administração Escolar. Já venceu o Prêmio MPE Brasil no Estado e foi visitada nacional, tem o maior orgulho disto. Implantou na escola a Avaliação por Competências (com os alunos), pensa que assim, os prepara melhor para o mercado de trabalho.  **Criação do Negócio - Cultura da Inovação**  A inspiração era o sonho de ter sua escola. E além, de ter escola, que esta não fosse uma escola comum, mas que oferecesse muitas opções de cursos para a comunidade. Alguns cursos só ela oferece na região, tem alunos de municípios vizinhos. Enfrentou preconceitos, numa cidade pequena, por ser mulher. Mas não se abateu. Viu isso como uma oportunidade e procurou ganhar a confiança das mães, em colocarem seus filhos na sua escola. Em 2012, iniciei o trabalho de implantação do sistema 10S como sistema de qualidade, cujo objetivo era agregar valor e se diferenciar dos demais. Sempre se perguntou porque fazer igual, se pode fazer melhor. Buscou inspiração no concorrente e até em áreas que não têm nada a ver com a sua. A metodologia 10S é um exemplo disso. Não existe muito material a respeito e teve que adaptá-lo à sua realidade. Todos os públicos envolvidos têm que fazer o treinamento dos 10S, pois faz parte das estratégias e planos que todos conheçam seu conceito e aplicação, sendo orientados a aplicá-los dentro e fora da instituição. Os 10 S são: 1 - Senso de Utilização 2 - Senso de Ordenação 3 - Senso de Limpeza 4 - Senso de Saúde e Higiene 5 - Senso de Autodisciplina 6 - Senso de Determinação e União 7 - Senso de Treinamento 8 - Senso de Economia e Combate aos Desperdícios 9 - Senso de Princípios Morais e Éticos 10 - Senso de Responsabilidade Social  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Liderança e Constância de Propósitos**  Seu desafio inicial foi montar a cooperativa com s amigas, e que não deu certo, algo totalmente novo na cidade. Se levantou, sacudiu a poeira e partiu para montar a sua escola, num imóvel alugado, comprando móveis aos poucos e a prestação. Outra grande batalha foi implantar estágio nos cursos acima de 150 horas, a Prefeitura não aprovava. Lutou, foi nas entidades superiores, MEC etc., e conseguiu. Enfrentou muitas resistências. Após isto a Prefeitura ciou um Decreto autorizando os estágios, hoje seus alunos podem fazer estágio em diversas empresas e entidades. Tem um excelente relacionamento com seus fornecedores, alunos, colaboradores. Faz avaliações periodicamente com todos. Por ter os processos definidos, fica fácil. Bonifica professores que apresentam ideias. Avalia todos os cursos. Faz três grandes reuniões com toda a equipe no ano, início, meio e fim. Depois são reuniões de acordo coma necessidade e por setores, além, de urgências a serem resolvidas.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Orientação por Processos e Informações**  Tem todos os processos definidos, como ela mesma diz, se não tivesse, não teria ganho o Prêmio MPE. Por ter cursado Administração, julga ser este um dos seus diferenciais perante a concorrência. Vai abrir as filiais com recursos próprios. Contas em dia, controles implantados.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Valorização das Pessoas**  Ela mesma faz a seleção dos profissionais, quando a vaga é para professor, este precisa, além de comprovar os conhecimentos e formação, faz uma entrevista e ele tem que dar uma aula prá ela. Definiu padrões de exigências. Gosta de dar oportunidades, tem Plano de Cargos e Salários, que foi desenvolvido por uma aluna do curso de RH. Tem professores contratados e professores horistas. Sugestões são sempre bem vindas e implantadas quando possível. O clima é muito bom, fazem confraternizações frequentes. Rotatividade de funcionários baixíssima.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Conhecimento sobre o Cliente e o Mercado**  Tem clientes pessoa física e pessoa jurídica, pois além dos cursos abertos, oferece cursos fechados para empresas. Os alunos, em média 50%, retornam para fazerem outros cursos, e com isso ganham desconto. Existe uma caixa de sugestões na escola, para alunos e para funcionários. Faz avaliações direção x secretaria, secretaria x alunos. Avalia a qualidade de ensino, qualidade dos materiais, instalações, etc. Utiliza demais a internet para "ver" o que a concorrência está fazendo. NO site há o espaço do aluno, onde podem deixar suas sugestões, reclamações, comentários gerais. Está, no momento, fazendo a campanha da escola, para 2015. Vai fazer dois vídeos, segundo ela, um normal e um outro diferente, inovador, com a participação dos professores, bem dinâmico.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Responsabilidade Social**  Através do último S trabalha a Responsabilidade Social. Faz uma gincana para arrecadar roupa, calçados, livros e a equipe que mais arrecadar ganha descontos nas mensalidades. Faz coleta seletiva, campanhas de economia de água e energia.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Desenvolvimento de Parcerias**  Faz parcerias com diversas empresas não só no seu município, como em outros, para a realização dos estágios pelos alunos.  **Resultados - Visão de Futuro**  O futuro são as duas filiais. Também vai criar cursos a distância "mais personalizados" para empresas. Vê este universo empresarial como uma grande demanda a ser explorada, principalmente na sua região. Vai poder abrir os cursos a distância para outros estados, assim também divulgará a escola.  **Resultados - Aprendizado Organizacional**  Procura aprender com os erros. Sua conquista, ter a escola, é a sua referência, a sua vitória. Se não sabe, vai buscar, pesquisar, perguntar, é rata da internet. Força de vontade, determinação. Procurou mudar, acertar, rever. Correu atrás e fez acontecer. Tem alunos de toda a região, é uma referência em educação. O MPE há fez crescer, se organizar, buscar conhecimento, parcerias, assim conseguiu atingir seus sonhos......em apenas 4 anos.  **Resultados - Geração de Valor**  Tem todos estes indicadores registrados. Índice de satisfação de clientes, aumento o número de clientes, receita, faturamento, capacitações.  **Verificação**  Superação da mulher - Ponto forte  Visão de Futuro - Ponto forte  Ideias inovadoras e adaptação às novas tendências - Ponto forte  Atuações democráticas, transparente, inspiradora e motivadora - Ponto forte  Participação ativa nos negócios, perseverança e superação dos desafios - Ponto forte  Ambiente participativo e agradável para quem trabalha no seu negócio - Ponto forte  Estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes - Ponto forte  Preocupação com a preservação do meio ambiente e da cultura da sua região - Ponto forte  Estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento das atividades - Ponto forte  Lições aprendidas (por meio de experimentações, erros cometidos ou compartilhamento de informações) - Ponto forte  Crescimento dos resultados obtidos - Ponto forte  Contribuição para o desenvolvimento de outras empreendedoras - Ponto forte  **RELATO**  **Lições de quem recomeçou do zero**  Um sonho! Assim posso definir o que me trouxe até aqui. Tudo começou com uma conversa informal entre amigas. Ambas trabalhávamos na área educacional e tínhamos aspirações e o forte desejo de mudar. Fazer a diferença, não só para nós mas para quem passasse por nosso caminho. Em 2005, criamos uma cooperativa de educação que integrava diversas áreas e atendia a todos os tipos de públicos. A ideia inicial era muito boa, mas o resultado foi um desastre, principalmente pela falta de comprometimento das pessoas. Mantivemos a empresa durante quatro anos, que em vez de crescimento trouxeram aborrecimento e frustração culminando no fechamento da empresa. Sempre fui uma pessoa batalhadora e corri atrás do que me fazia feliz e importava. Nunca passou pela minha cabeça desistir, nem mesmo perante as dificuldades que foram muitas. Afinal, mergulhei de cabeça nesse empreendimento e dediquei cada segundo do meu tempo para que desse certo.  Foram dias, noites, domingos e feriados incansáveis, trabalhando, planejando cada detalhe com amor e transformando cada realização em um degrau que me fazia maior e mais forte. Montei o plano de negócios, calculei a viabilidade, estudei o mercado, identifiquei um diferencial, busquei por uma marca que ficasse na cabeça e no coração das pessoas. Que identificasse o negócio e tivesse significado.  Em 2010, nasceu o Saber Centro de Educação Profissional com o intuito de oferecer soluções para a educação básica, pessoal e profissional. Iniciamos as atividades trabalhando com cursos de qualificação na área administrativa e reforço escolar e hoje contamos com um catálogo de mais de cem cursos com carga horária, valores, duração e horários diferenciados. O nome SABER representa o incentivo à educação pessoal e profissional e a Fênix, pássaro mitológico que compreende a logomarca da instituição representa inteligência e têm em seu perfil as cores do arco íris que significam a diversidade e as inúmeras possibilidades. O objetivo é contribuir para a formação integral do aluno. Dispomos de opções de aprendizado para todas as etapas da vida. Nossa missão é capacitar com qualidade no ensino e prática na rotina profissional, visualizando nos tornar referência para a vida e o trabalho e desenvolver conhecimentos, experiências e comportamentos éticos, socialmente responsáveis e comprometimento à todos os públicos envolvidos. Minhas experiências possibilitaram o entendimento do que é importante para minha empresa e para o meu público. Tenho uma convivência pessoal com meus clientes e acompanho de perto suas necessidades pessoais e profissionais. Pensando nisso, criamos uma metodologia de educação à distância que permite ao aluno estudar em casa, vir para a escola uma vez por semana e ter momentos de troca com colegas e professores. O cliente tem acesso à loja virtual por onde pode fazer inscrições, emitir boletos para pagamento, facilitando sua vida e economizando tempo.  Os alunos interessados em realizar o estágio podem usá-lo como experiência prática. Embora os estágios só sejam aplicados a níveis técnicos e graduações, conseguimos encontrar uma brecha na legislação que nos permitisse implantá-los nos cursos com duração superior à 150 h/a, permitindo que nosso aluno tivesse conhecimento e experiência.  Em 2012, iniciei o trabalho de implantação do sistema 10S como sistema de qualidade, cujo objetivo era agregar valor e me diferenciar dos demais. Todas as empresas que conheço têm os 5S implantados. Sempre me perguntei porque fazer igual, se posso fazer melhor.  Busco em meu concorrente inspiração e até em áreas que não tem nada a ver com a minha. A metodologia 10S é um exemplo disso. Não existe muito material a respeito e tive que adaptá-lo à minha realidade. Todos os públicos envolvidos têm que fazer o treinamento dos 10S, pois faz parte das estratégias e planos que todos conheçam seu conceito e aplicação, sendo orientados a aplicá-los dentro e fora da instituição. Hoje, possuímos em torno de quinze profissionais atuantes. Fizemos parcerias importantes com salões de beleza e estética, a fim de promover treinamentos direcionados para estas áreas. Também temos os professores parceiros que atuam com reforço escolar e cursos para concursos. Todos são incentivados a dar ideias e sugestões de melhorias. Realizamos avaliação com todos os públicos com o objetivo de identificar os pontos negativos para poder melhorar e manter os positivos.  Realizamos campanhas de apoio a comunidades e instituições carentes com envolvimento de todos.  Além de atuar em sala de aula, tenho participação ativa em todas as atividades da instituição e acompanho e oriento todas elas. Realizamos reuniões a cada seis meses para repasse de informações, feedback e tomada de decisões em equipe e atividades de lazer e integração. Estamos implantando o plano de cargos e salários onde cada colaborador receberá incentivos por participação, tempo de serviço e formação. Também temos planos para abrir uma filial na cidade de Erechim em 2015. Já desenvolvi o plano de negócios e calculei a viabilidade de implantação. Vejo meu negócio como modelo para outras empresas, pois atuamos dentro de padrões éticos e que nos permitem ter credibilidade no município e fora dele. Por este motivo temos parcerias duradouras e o retorno garantido dos nossos alunos. Temos controles financeiros, pedagógicos e administrativos que possibilitam relatórios e gráficos para analisar os resultados e poder melhorar o atingimento das metas estabelecidas, onde podemos constatar o aumento do faturamento, das matrículas, diminuição das desistências e inadimplência. Em 2012, fiz o diagnóstico da FNQ e no mesmo ano inscrevi a empresa no prêmio MPE Brasil, por experiência para identificar os pontos que poderíamos melhorar. Nunca imaginei que chegaríamos tão longe, o que me deixou extremamente feliz e confiante, pois ficamos em segundo lugar na categoria no estado. Em 2013, mudei o que precisava mudar e melhorei o que precisava melhorar, resultando no prêmio de vencedora da categoria educação no estado de Santa Catarina e ficando entre as quarenta empresas finalistas em nível nacional.  Recomeçar do zero não é fácil, mas oportuniza aprender, pois pude selecionar o que agregava valor e descartar o que não servia mais. Estou sempre desenvolvendo estratégias, fazendo cursos, buscando material na internet, lendo a respeito e buscando soluções. O que posso dizer é que caí, levantei, cresci, tentei de novo, conquistei o meu espaço e alcancei meus objetivos.  O segredo é colocar amor em tudo o que se faz. Mudar, melhorar, recriar, adaptar e desenvolver são palavras de impacto e que estão presentes nas ações do dia a dia da minha empresa.  Acredito que eu seja referência porque não tenho medo de ousar e tentar. Se cair, levanto de novo e recomeço. O importante é não desistir, não cometer os mesmos erros, ouvir o cliente e inovar sempre. Penso que tudo o que existe pode ser transformado ou melhorado. Tudo pode ser diferente. Então, recomeçar a cada etapa do caminho nos torna mais fortes, mais confiantes e mais preparados. Cada mudança é um recomeço.  Parte inferior do formulário  **8.3 - PN 3**  **Pontos Geral:** 72,8%  **Pontuação da Gestão:** 81,0%  **Principais lacunas:** Conhecimento sobre os concorrentes  **Média Relato:** 68,0  Avaliador Estadual: Veronica – Pontos: 64,2 pts.  Ana: 71,7 pts.  Pontos relevantes: a narrativa foi clara e abordou o Critério 1, o Critério 2 e também o Critério 3. Demonstrou a evolução do negócio juntamente com o crescimento da empreendedora. Pontos de dúvida: evidência leve nos itens B e C em relação ao 2.4 - Conhecimento sobre o cliente.  **Verificador Estadual: Ana Maria - Bônus: 20%**  **Pontuação Verificador:** 72,0  **Comentários gerais:** A Mulher de Negócios é um exemplo de empreendedorismo em um polinômio desafiador da Arte, da Cultura, da Decoração, do Empreendedorismo e da Mulher de origem humilde que supera barreiras sociais. Hoje seu exemplo se abre para o mundo, com exemplaridade ou ineditismo: • ao superar as barreiras de empreender buscando equilibrar o negócio de arte e decoração, que ama; • ao conseguir finalizar, esse ano, seu curso superior de administração, primando pela aplicação de ferramentas que estudou em cursos e pelo SEBRAE, que demonstra em gráficos, planilhas, mapas, fluxogramas, e controles de gestão, todos em rápido acesso e com avanços da internet; • ao participar do aconselhamento e de influir na tomada de decisão, na cidade, relativos à arte e cultura, sendo ainda uma jovem empreendedora, originária de família humilde. Os fatores que influíram na criação do negócio como a necessidade de mudar sua vida difícil de uma forma que exercesse sua vocação, a sua determinação, a crença em seu potencial e intuição da potencialidade do mercado de decoração e arte, hoje são tratados de forma objetiva, com profissionalismo e utilização de informações válidas, atualizadas e seguras. Reconhece nisso a principal lição aprendida, que divulga em suas entrevistas, valorizando o conhecimento do cliente e do mercado para os novos empreendedores. A Empreendedora desenvolveu a gestão de seu negócio e a melhoria do mesmo à medida que foi estudando a aplicando soluções técnicas; ao mesmo tempo trabalha a exposição e visibilidade de sua condição de empreendedora orientada por um propósito, que denomina legado, que deixará para a sociedade. As práticas e controles apresentados como exemplos, que caracterizam organizações em estados avançados de gestão, aqui se apresentam como um diferencial por se aplicar a uma organização da categoria de Pequenos Negócios, e, especialmente no segmento de decoração e arte. Sob o ponto de vista do cliente da loja ele percebe o valor agregado da orientação de uso de objetos, de decoração e das tendências, mantidas atualizadas, feitas por artista conhecida e em ascensão. Os preconceitos e dificuldades pelas quais passou representaram grandes oportunidades, desde sua vontade de desenhar e pintar, de ter o sonho de ser empresária no segmento de decoração identificado no tempo de menor aprendiz, e de vencer a barreira social de se posicionar na cidade conquistando o respeito por seu trabalho. Já alcançou estágio bem mais elevado de lidar com diferentes públicos, comunidades e grupos, estimulando-o para empreender e sonhar, baseado em seu exemplo. Associa a visão de futura com visão inovadora: faz o que muitos não fazem: mergulhar no oceano azul. Tem coragem e gosta do desafio de criar diferenciais competitivos, de sair do fluxo normal em que as pessoas andam, pensa aberto na arte e na vida. Hoje a Mulher de Negócios já serve de inspiração por ser artista empreendedora. É muito difícil empreender com arte e decoração, sendo inspiração para jovens, mulheres, artistas, por ser artista que tem empreendimento. Adquiriu respeito perante as organizações de comércio e de ensino por seu caráter diferenciado e motivador. Sua atividade em arte contribui para a imagem e representação regional com alcance muito maior. Seu profissionalismo contribui para o conhecimento da importância da gestão dos negócios inspirando a aplicação das práticas e ferramentas em setores que tradicionalmente não o fazem, como o de arte e decoração. Para isso reforça sua visibilidade em entrevistas na TV, entrevistas feitas por crianças e adolescentes, e há casos de artigos feitos por pessoas da faculdade, que escreveram sobre seu case. Comentários **Criação do Negócio - Pensamento Sistêmico**  A Empreendedora revela a consciência da interdependência entre os componentes do negócio expondo com clareza e objetividade como atende a todos os requisitos abordados nos Critérios e como suas atividades, desenvolvidas com amor e dedicação contribuem para o bem estar das pessoas e de seus clientes. Isso surpreende por demonstrar o conteúdo técnico e atualizado das soluções que aplica, associado à ousadia de empreender em um mundo complexo da decoração, arte e cultura, como, também, pela utilização de ferramentas de gestão que incorporou ao aprender com esforço em tantos cursos. Soma-se a isso a compreensão do seu papel social que desenvolve na construção do seu legado de inspirar e motivar pessoas à realização pessoal e profissional, acreditando ser possível empreender no ambiente de arte e cultura. Isso a faz reviver em seu amor pelo desenho e pela cor, desde criança, bem como a fortalece na lembrança das barreiras que superou. Ter todos pontos assinalados ao final deste relatório como destaques é também uma das formas de demonstrar o pensamento sistêmico identificado nesta visita de avaliação. Sua relação com o governo local é ativa, tendo participado do CASF como membro - Comissão de Avaliação e Fiscalização do Financiarte da PM de Caxias do Sul, participa do Conselho de Serviços Comunitários do Sindilojas, e é Conselheira do Conselho Social da Prefeitura Municipal de Caxias do Sul atuando como voluntária na análise de projetos culturais das artes visuais. Promove ou participa de eventos, mostras, exposições de arte, dentre outras formas de expressão da arte e cultura fortalecendo a sociedade local e regional. A evolução como empreendedora e gestora trouxe um grande crescimento profissional que traduz para todos como estímulo, destacando, para os novos, a importância do conhecimento do cliente e do mercado, passo inicial para o empreendedor. Em seu espaço de loja e Galeria, desenvolve o negócio de vendas e de decoração, está no formato de consultoria. Demonstra que há espaço para explorar nesse mercado que vai além da cidade de Caxias. A loja atua em Flores da Cunha, Antonio Prado, Farroupilha, Carlos Barbosa, Bento Gonçalves, Gramado, porto Alegre, Novo Hamburgo, Canoas, dentre outras localidades. Tanto o mercado de decoração como o de arte, como seu foco caminha para a região de Camboriú e do mercado internacional como artista, tendo tido negócios em Miami, Califórnia, África, Itália e Canadá, e no Brasil em estados do nordeste, de São Paulo e de Santa Catarina. Acompanha as tendências de mercado de forma regular, frequentando duas vezes por ano, as principais feiras de designers e decoração do Brasil, onde são lançadas as tendências, e assim mantém-se sempre atualizada. Além disso, participa da CasaCor de Porto Alegre, Casa &Cia, da Sala de arquitetos (Caxias do Sul) e acompanha sites e revistas especializadas e participa de eventos e palestras. O crescimento do mercado é acompanhado por meio de estudos de entidades como Sindilojas -Sindicatos do Comercio, CDL Camara de Dirigentes Lojistas e CIC Camara da Industria e Comércio. Essas informações projetam, com base em dados econômicos, um crescimento devido ao aumento do poder aquisitivo que permitiu à população a compra do imóvel próprio e na evolução fazerem investimentos na decoração e melhoria do ambiente interno. Outras fontes seguras são as informações do SEBRAE de Caxias (participa das convenções dos Lojistas) e através do ALI Agentes Locais da Inovação SEBRAE Nacional, dispondo assim das informações que precisa. Frequenta essas fontes em reuniões semanais ou quinzenais e assim acompanha a evolução dos negócios similares no mercado de Cax como pesquisa os preços praticados em produtos onde cabe concorrência. Seu perfil de negócio de Loja e Galeria, comercializando produtos de decoração e consultorias em arte, é único na região. A sazonalidade dos dois mercados de arte e de decoração, bem como a abertura que é proporcionada pela Internet são fatores de equilíbrio, quando localmente há impacto no volume de vendas de um deles. Alcança o público por meio do relacionamento que tem com arquitetos, por meio de sua loja virtual/ecommerce “Cristianemarcante.com.br, por meio das redes sociais (Instagran e Facebook) e pelo meio que considera o mais relevante que é o de indicações de clientes. Os clientes são seus propagadores.  **Criação do Negócio - Cultura da Inovação**  Ser uma loja de decoração associada a uma galeria de arte é inovador em Caxias, não havendo similar no comércio. Há, em separado ambos os negócios. A reunião dos dois que completam as vocações da Empreendedora é uma forma de equilibrar a sazonalidade desses mercados e dar sustentação financeira. Portanto, superadas as barreiras e dificuldades a Empreendedora trouxe ao ambiente de comércio um negócio híbrido de decoração e arte, com contribuição ao ambiente cultural, e tornando-se gradativamente um ser social referência em empreendedorismo. Esse diferencial é reforçado pelo fato de ter gradativamente estruturado seu negócio com profissionalismo inserindo todas as ferramentas de gestão aplicáveis que são apresentadas em seu curso superior e em seu relacionamento com o SEBRAE. Passou muito sofrimento, desde o atual “bulling “em criança, quando só dispunham, ela e o irmão, de saquinho plástico com toquinhos de lápis para escrever, ao trabalho de baby-sitter aos dez anos, à conquista de vaga de menor aprendiz na fábrica de móveis Florense, ao trabalho nos Correios, cujo vale Alimentação representou um novo tempo para a família, até seu casamento, a pintura de carrocerias de caminhões, sua separação e decisão de ser empresária do ramo de decoração em Caxias. Sem ser conhecida, e desconhecendo a cultura e costumes locais, investiu na sua autodisciplina, determinação e foi buscar conhecimento, acompanhando tendências em revistas, em sites especializados encontro com arquitetos e demais formas de superar sua principal dificuldade, de adquirir um negócio sem conhecer as sutilezas do mercado Caxiense. Usou sua criatividade na divulgação do negócio, fazendo pessoalmente panfletagem, serviço de entrega e instalação de obras de arte, sendo vítima de preconceitos locais. Passou a produzir muito e, em 2011 foi convidada a participar como única artista gaúcha da Bienal da Itália, com três obras, para o que teve patrocínio da Florense, da TAM, da Milletur (estadia) e Dolaines (participação no catálogo), constando uma de suas obras do Catálogo Oficial da Florence Biennale de 2011. Em 2011 repaginou a loja, mudando o nome de Decor e Arte para “Cristiane Marcante Decoração” inovando ao deslocar o foco de loja de decoração para o nome artístico, pois hoje muitos clientes a procuram, e o fazem pelo reconhecimento do nome. Promove sua visibilidade por meio de eventos, Mostras, Exposições, trazendo-o assim o cliente para o ambiente da loja, bem como informando-lhe com recursos de mídia e informática. Por meio de seu portfólio controla a mídia espontânea e as diferentes matérias relacionadas ao seu negócio. Como exemplos de melhorias internas, faz planejamento estratégico, tem mapa estratégico, indicadores para todas suas perspectivas e associados aos Critérios de Excelência do Meg, tem cadastros, sistemas e planilhas de controles, inclusive financeiros, atualizados, protegidos com backup, arquivos de arte digitalizados, portfólio original e backup digitalizados, fluxogramas de processos, pesquisas de satisfação e dispõe de ferramentas estruturadas de pesquisas, de divulgação e comunicação, em ambiente de internet, além de loja virtual e-commerce. Entende que a arte proporciona bem estar para as pessoas e a decoração também humaniza, melhorando a qualidade de vida através do bem estar em seu ambiente. A Missão da loja é proporcionar bem estar e oferecer soluções em decoração. Reconhece a capacidade que vem conquistando de empreender com e na arte, o que é difícil nesse mundo, nas suas várias formas de expressão e isso a torna profissionalmente mais completa. O conhecimento adquirido no curso superior aplica-o inteiramente no negócio e isso vem trazendo-lhe visibilidade no mundo acadêmico.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Liderança e Constância de Propósitos**  O maior exemplo de um valor pessoal que influenciou a sobrevivência do negócio foi persistência na manutenção da loja em 2009, quando, sem ter como financiar ou ter outro apoio, contou com sua criatividade e saiu a vender nas ruas as obras nas cidades da região. Foi buscar oportunidades e conseguiu sobreviver. Outros exemplos de persistência foram citados, que se alinham ao seu amor pela arte, cor e desenho, no caminho da construção do legado. É dinâmica, posiciona-se em vários ambientes e para isso tem uma agenda ocupada e bem planejada. Conta com uma funcionária, conscientizada e alinhada à cultura e ao ambiente no qual convivem. Foram apresentados exemplos de sugestões trazidas e implantadas por contribuição da funcionária (Suzana). Por exercer muitas funções precisa de organização e o curso de administração, que “suga” ao máximo, tem contribuído para orientar o seu profissionalismo. Ouve e contribui para as decisões técnicas que toma, não só em seu negócio, mas nos conselhos e grupos dos quais participa. Relaciona-se com importantes partes interessadas do mundo de arte e decoração como artistas (Mostras, Exposições, Palestras, Eventos), designers (principais feiras e eventos do país), decoradores, fornecedores brasileiros e importadores, arquitetos, clientes, gestores públicos, dentre outros, estando sempre presente perante os mesmos, evidenciando sua liderança e reforçando sua visibilidade. Todos constam de cadastros mantidos atualizados e de pronto acesso.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Orientação por Processos e Informações**  Já foram estabelecidos os fluxogramas dos três principais processos: Atendimento e vendas, Compras e o Financeiro. No caso da Consultoria a utiliza-se “A Flor do Serviço” que contempla, em suas oito pétalas as orientações sobre Informações, Consultoria, Tomada de pedido, Hospitalidade, Proteção (do produto), Exceções, Faturamento e Pagamento. No caso de Atendimento é usado usa o Momento da Verdade, também customizado. Todos esses recursos, técnicas e ferramentas da gestão têm sido aplicados com base em conhecimento adquirido e em modelos ministrados na faculdade de administração, colocados em prática, de forma customizada por ela mesma. Tem software de planejamento estratégico, SCOPI, onde são lançados a matriz SWOT, o mapa estratégico (com estratégias, missão, visão, valores nas perspectivas do PDCA Aprendizado, Processos internos, Clientes e Financeira. Fez isso com ajuda do SEBRAE Caxias e do Q Comércio (FDCL-RS e SEBRAE). A loja recebeu o reconhecimento bronze em 2013 e Prata em 2014 (premiação será no final de outubro). O planejamento que antes era feito de forma Manual, hoje no SCOPI pode ser acessado de qualquer lugar, possibilitando demonstrar indicadores e Valores a clientes em diferentes locais, no ambiente da internet. O SCOPI atende os 8 critérios de excelência da gestão do MEG. Para o gerenciamento dos recursos financeiros, além de emitir relatórios de vendas, de comissões, de faturamento, de contas a receber e a pagar, através do sistema de gestão, possui um controle financeiro em planilhas Excel, desenvolvido por experiência da Faculdade. Esse controle financeiro é o DRE demonstrativo de resultados onde estão os custos fixos (água, aluguel, contabilidade, depreciação, encargos de salário, pró-labore, sistema, seguros, e elétrica, site, telefone, tarifas de cartão e vale transporte) e os custos variáveis (pagamento de fornecedores, impostos, custo de mercadorias, comissões, marketing e propaganda e despesas de viagens), e também Receitas financeiras (de vendas à vista e a prazo). Por meio do DRE acompanha a realização do orçamento. Tem controle da loja em planilhas: como exemplo de sua utilização, acompanha os últimos pedidos de clientes, retorna a ele, e assim estimula a compra informando e lembrando, quando pertinente, sobre a continuidade do projeto de decoração, quando esse é feito em etapas. Seus fornecedores constam de um sistema de cadastro de fornecedores, estruturado de forma a ter pronta informação de cada um seja por meio das notas fiscais, última compra ou penúltima, ou todos seus fornecimentos. Da mesma forma, o cadastro de clientes abre e emite relatórios sobre todas as suas compras. São principais fornecedores as importadoras, artistas, designers, e fabricantes brasileiros; analisa os mesmos com relatório de curva ABC (para fornecedores e clientes).  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Valorização das Pessoas**  Para a seleção de colaboradores, conta com a descrição do cargo de Vendedor, com habilidades e competências especificadas. Não faz distinção, baseando-se nessa descrição. Incentiva o funcionário oferecendo-lhe um salário acima da média do comercio, comissão de vendas, vale transporte e participação em cursos. Como exemplo de sugestões implantadas de funcionários, recebe o pessoal do curso de decoração para fazer visita técnica à loja e galeria, conta sua história, apresenta tendências de decoração para a composição de ambientes, e responde às perguntas e dúvidas. Outro exemplo é a oferta de comissão sobre vendas para arquitetos e decoradores. Além disso, ajuda nas campanhas, dando ideias e desenvolvendo materiais. Percebe-se colaboração, disposição em ajudar, antecipação, educação na forma de falar mesclando respeito e segurança por ser respeitada. Todos esses aspectos contribuem para que o ambiente de trabalho seja agradável, organizado, profissionalmente estruturado, e, com todas essas características, aberto aos clientes dos mais variados perfis.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Conhecimento sobre o Cliente e o Mercado**  Além de buscar necessidades de cliente orientada pela Flor de Serviço e no caso do Atendimento ser orientada pelos Momentos da Verdade, complementa a obtenção de informações por meio de recursos da internet, Whatsapp, da pesquisa de Conhecendo o Cliente. Os clientes trazem fotos, mandam imagens (Whatsapp) e usam recursos que auxiliam a identificação de suas necessidades, minimizando tempos e custos de deslocamento em muitos casos. Em geral, hoje os deslocamentos são viáveis nos casos de grandes projetos, quando sempre vai ao local. Aplica a pesquisa quando o cliente novo permite e aplica a pesquisa de satisfação ao final de vendas ou consultoria, com espaço aberto para sugestões e críticas. Através de perguntas informais cadastradas no software de gestão atualiza informações e insere no campo de perfil. Seus clientes são fiéis e controla essa fidelidade por meio do sistema de gestão, emitindo o Relatório de Compras. Clientes de decoração, em sua maioria, hoje, diz “posso gastar dez mil e a prioridade é a sala”. Depois de 6 meses, por exemplo, dará continuidade ao projeto, o que é controlado por ela. O índice de reclamação é pequeno, e todas são registradas no Scopi, que associa os indicadores de Satisfação e de Reclamação à perspectiva de Clientes. Resolve de imediato, como o caso de uma cliente que reclamou de uma plantinha que soltou os galinhos, que foi substituído de imediato com ajuda do fornecedor, com o qual tem uma relação ótima. Como a moda, a decoração acompanha tendências e, por meio do uso de tecnologia, trabalha com designers e decoradores, que devem estar à frente do arquiteto. O Facebook tem sido forte ferramenta. Tem aumentado todos os dias o número de curtidas, antes controladas por semana e hoje diariamente. A informatização da loja permite a utilização rápida de ferramentas, como a de pesquisas de satisfação de clientes, disponível em um formulário. Contem quesitos que considera importantes para pontuação na escala de Zero a Dez, de insatisfeito a muito satisfeito, abrangendo: - satisfação com o atendimento - ambiente da loja quanto á localização, organização e disposição das mercadorias - avaliação do produto que adquiriu - satisfação global -abertura para sugestão ou crítica ou qualquer manifestação (foram apresentados exemplos). A pesquisa é feita por telefone e faz três tentativas de entrevistas, demonstrando claramente o padrão de serviço e de processo de pesquisa.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Responsabilidade Social**  Suas atividades têm baixo impacto ambiental. A geração de lixo é pequena e o lixo gerado é separado, como prática básica, em lixo seco (papéis em pequena quantidade) e lixo orgânico (do café e frutas). Faz reaproveitamento de embalagens vindas de mercadorias que chegam e utiliza sacolas produzidas com materiais reciclados. Os móveis, alguns são de madeira de demolição, partem, portanto de insumos reciclados. Sua funcionária, Suzana foi também treinada e conscientizada por ela. Os produtos que vende são de grande durabilidade e pelo valor, conservados pelos clientes. Traduz seu senso de responsabilidade social na forma de trabalhar para deixar um legado para as pessoas. Por ter um dom quer repassá-lo, entendendo que ensinar e falar sobre o que faz e como fez seja uma forma de inclusão para a arte e cultura. Isso independe do poder aquisitivo e sim da educação. Esse ensinamento fará as pessoas mais humanas. A motivação e inspiração para o empreendedorismo é também uma forma de inclusão e quando aplicado à arte e decoração, embora, com algum ineditismo é possível. Outro exemplo de sua atuação social é a participação como painelista, contando sua história, no Projeto “O Comércio nas escolas” (hoje em sua segunda edição), que estimula os jovens a escolherem uma profissão. Foi detectado pelo Sindilojas a carência de formação de profissionais na área do comercio de Caxias. Demonstra a eles que é possível ter um negócio e trabalhar no comercio.  **Desenvolvimento (Condução) do Negócio - Desenvolvimento de Parcerias**  São principiais parceiros: - os arquitetos, estimulados por comissão e por participação nas Mostras e exposições, das quais participa ou promove; - decoradores e galerias, beneficiados e interessados em vendas conjuntas e comissão; - as lojas parceiras da cidade, reunidas em um programa criado de passaporte que beneficiam os clientes e a rede de lojas; - designers que recebem comissão. São também parceiros de negócio os artistas da região e de fora que deixam obras consignadas na galeria. As parceiras, como no caso do passaporte entre lojas, foram obtidas por um programa do Sindilojas, do qual contribuiu como associada e membro do grupo. As demais vêm construindo por meio de trabalhos realizados em conjunto e da rede de relacionamento ampla, que conscientemente mantém e amplia, o que também contribui para o aumento de sua visibilidade, importante no mundo da arte.  **Resultados - Visão de Futuro**  Tem como visão, ser reconhecida como a melhor loja de decoração da Serra (de três a cinco aos). Os caminhos estão traçados no mapa estratégico com planos de temporalidade de 1 a cinco anos, compostos em alguns projetos de curto e outros de longo prazo. Detalha os caminhos a seguir, selecionados e alavancados pela segurança adquirida no curso de administração que se encerra agora em 2014. Demonstra a sustentação financeira atual e a pretendida, e os vários componentes de planejamento, válidos e coerentes com requisitos de excelência em gestão.  **Resultados - Aprendizado Organizacional**  Uma importante e talvez a principal lição aprendida é conhecer o cliente e o mercado ao iniciar o negócio. E prosseguir com isso, tendo informações precisas e assertivas, suas tendências e entender o mercado local e regional, principalmente nos dias de hoje e devido à sazonalidade do negócio de arte e decoração. Destaca também a importância de ter processos de negócio e de gestão estruturados e bem definidos. Ao descrever os seus processos teve ganhos em enxergar melhor seu negócio e medir resultados. Hoje, se adoecer, ter esses processos ajuda a funcionalidade de negócio e o faz independer ou depender menos dela. Atua no estímulo e motivação levando seu case a diferentes públicos em muitas oportunidades. As colegas de faculdade perguntam o tempo todo como fez, como se faz, pedem opinião e para esse público de universitários também se posiciona, com orgulho, como empreendedora. Sua loja já foi objeto de projeto polito de gestão e inovação, em estudo da faculdade. Tem segurança de que o caminho escolhido por meio de um negócio de Loja e Galeria, comercializando produtos de decoração e realizando consultorias em decoração e arte é um negócio de futuro e estimulante para um público crescente tanto de clientes como de profissionais, fornecedores e artista, que desconhecem soluções de empreender em arte. Nesse mundo prioritariamente feminino, percebe a importância e o estímulo que inspira.  **Resultados - Geração de Valor**  Por meio do SCOPI demonstra o conjunto de indicadores selecionados relacionados aos oito critérios do MEG Modelo de Excelência da Gestão (que estudou na faculdade) A todos os seus processos principais (Atendimento e vendas, Compras e o Financeiro) tem planilhas de controles bem detalhadas com alimentação atualizada a cada transação. Conforme citado em 2.2 Orientação por Processos e Informações, além de emitir relatórios de vendas, de comissões, de faturamento, de contas a receber e a pagar, através do sistema de gestão, possui um controle financeiro em planilhas Excel, desenvolvido por experiência da Faculdade. Calcula, por meio dos controles realizados, os resultados de rentabilidade (Retorno, Lucro), bem como de realização de investimentos e de provisões. Alguns dos controles (já citados em 2.2) incluem os custos fixos (água, aluguel, contabilidade, depreciação, encargos de salário, pró-labore, sistema, seguros, e elétrica, site, telefone, tarifas de cartão e vale transporte) e os custos variáveis (pagamento de fornecedores, impostos, custo de mercadorias, comissões, marketing e propaganda e despesas de viagens), e, também, Receitas financeiras (de vendas à vista e a prazo). Os controles operacionais abrangem demais processos de apoio, como de recursos humanos, fornecedores, dentre outros, o que demonstra a orientação para resultados consistentes com as técnicas que vem aprendendo e aplicando.  **Verificação**  Superação da mulher - Ponto forte  Visão de Futuro - Ponto forte  Ideias inovadoras e adaptação às novas tendências - Ponto forte  Atuações democráticas, transparente, inspiradora e motivadora - Ponto forte  Participação ativa nos negócios, perseverança e superação dos desafios - Ponto forte  Ambiente participativo e agradável para quem trabalha no seu negócio - Ponto forte  Estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes - Ponto forte  Preocupação com a preservação do meio ambiente e da cultura da sua região - Ponto forte  Estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento das atividades - Ponto forte  Lições aprendidas (por meio de experimentações, erros cometidos ou compartilhamento de informações) - Ponto forte  Crescimento dos resultados obtidos - Ponto forte  Contribuição para o desenvolvimento de outras empreendedoras - Ponto forte  **RELATO**  **Empreendedorismo por amor**  Nasci em Nova Pádua, no interior do Estado. De família humilde, desde os dez anos trabalhava como baby-sitter, colaborando nas despesas da casa. Órfã de pai aos 17 anos, adiei projetos para colaborar na educação dos irmãos e na complementação do sustento familiar, encontrando na minha mãe a maior inspiração para meus futuros desafios. Frequentei cursos gratuitos até conquistar a vaga de menor aprendiz na fábrica de Móveis Florense sempre com o objetivo de me tornar empresária no segmento de decoração, sonho acalentado desde criança. Persegui meu sonho até inaugurar, em 2005, em Nova Pádua, um ponto comercial tipo bazar, tendo como diferencial a comercialização de obras de arte. O início, difícil e modesto, não me desestimulou a focar no crescimento e expandir os horizontes.  Em 2007, já em Caxias do Sul, instalei uma loja de decoração na Via Decoratta, mais ampla que a anterior. Sem carteira de clientes e capital de giro insuficiente, desconhecendo a cultura e costumes locais, iniciei oferecendo aos clientes uma mescla limitada de objetos, com ênfase em obras de arte que eram o diferencial do meu negócio. Certamente, o fato de ser mulher e viver sozinha, dificultou os trâmites necessários para a implantação do negócio, mas sempre acreditei no meu potencial e nas minhas habilidades. Foquei na autodisciplina e parti em busca do conhecimento. Procurei informações acompanhando as tendências mundiais em revistas, sites especializados, viagens, cursos, feiras, encontros com arquitetos e programas específicos. A maior dificuldade que encontrei foi adquirir um negócio sem antes conhecer melhor o mercado caxiense e suas sutilezas. Não era conhecida na cidade e isso dificultou a expansão nos primeiros anos, mas acreditava no meu sonho. Sem recursos para contratar agências de comunicação, a criatividade foi essencial para a divulgação do negócio: foi feita pessoalmente, boca a boca e panfletando em prédios da cidade, fui vítima de preconceitos, já que saia de porta em porta vendendo, fazendo entregas e instalando nas residências e ambientes comerciais as obras de arte. A crise de 2009 quase me fez desistir do negócio. Participando de reuniões em entidades alinhavei parcerias de trocas com lojistas de segmentos diferenciados, arquitetos e decoradores. Sempre tentando inovar e atenta ao cenário externo, mudei a estratégia trazendo o cliente para dentro da loja, promovendo exposições na loja/galeria, divulgando artistas. O atendimento personalizado passou a se destacar e os clientes se tornaram divulgadores. Com o tempo, diversifiquei e ampliei o mix de produtos, à voz do cliente tem sido parâmetro para tal desempenho. Em 2011 informatizei o negócio, qualifiquei e investi na equipe, mantendo o diferencial da consultoria em decoração. A essência do negócio é entender os desejos e sonhos dos clientes transformando-os em realidade, proporcionando bem estar e qualidade de vida. Esse envolvimento também é determinante para a fidelização e indicação.  A necessidade de conhecimentos mais profundos me levou a cursar Administração de Empresas, pela visão abrangente e, ao mesmo tempo, focada nos objetivos da empresa. Acompanho diariamente gráficos e planilhas que mostram a evolução do meu negócio, desde faturamento até satisfação de novos e fiéis clientes. Fazer com que a equipe se sinta bem no ambiente de trabalho é questão de honra. Conto com o apoio de uma funcionária, que dá suporte ao atendimento e à manutenção e atualização do site e das páginas de relacionamento. Incentivo a reciclagem e a atualização em cursos na área de atendimento e vendas. A própria colaboradora se disponibiliza para tarefas diferenciadas sem exigências ou imposições. Essas questões facilitam a administração do negócio, deixando-me mais livre para outras tarefas. Delego atividades com facilidade, reconheço habilidades individuais, fazendo com que a convivência e o clima organizacional sejam motivadores. Nos processos internos são feitas reuniões periódicas com cafés da manhã para criar um ambiente acolhedor, onde discutimos, e planejamos ações em conjunto e acompanhamos, e avaliamos o faturamento semanalmente para atingir a meta proposta. Além do patrocínio de cursos, disponibilizo percentual sobre as vendas mensais, vale transporte e temos uma biblioteca interna com livros e revistas de decoração, arte e arquitetura, para que a equipe fique por dentro das tendências. Este ano foi formalizado todos processos internos com fluxogramas e manual interno. Além de empresária sempre que possível colaboro com entidades assistenciais e participo de eventos comunitários oferecendo meus trabalhos como artista plástica. Atuo desde 2009 até os dias de hoje como membro da Comissão de Avaliação Seleção e Fiscalização do Financiarte (CASF), no setor de artes visuais. Faço parte da equipe do Sindilojas Jovem, no setor financeiro. Este ano fui empossada como conselheira de Serviços comunitários e sociais do Sindilojas Master. Estou à frente de grandes projetos, como o Projeto Circulação da Arte, que idealizei em 2010. Este nasceu com o intuito de aproximar arte à comunidade, tentando atingir o máximo de pessoas possíveis. O projeto está na 3ª edição e foram 50 ônibus circulando em vários bairros da cidade com as reproduções das obras em forma de adesivos colados nos vidros traseiros. Quatro espaços culturais receberam as obras originais em exposição tradicional, mais de 3000 mil reproduções das obras em formato A3 foram distribuídas nas escolas públicas e particulares para os professores trabalharem em sala de aula com os alunos. Como empresária, tenho orgulho de incentivar, promover e divulgar trabalhos de escultores, artistas, designs de Caxias e região, deixando legados. Ministro palestras em entidades de classe e instituições educacionais, servindo de inspiração para jovens que estão ingressando no mercado. Os erros e dificuldades trouxeram aprendizado. Analisei os cenários, selecionei com mais critério os fornecedores, optando pela qualidade, agilidade na entrega e facilidade de negociação. Para expandir e assegurar um futuro promissor implantei mais tecnologia e inovação, com ajuda do SEBRAE, e recentemente investi na reformulação do site, buscando crescimento e agilidade na navegação, incluindo e-commerce, além de implantação de programas de qualidade na gestão como comércio e software de planejamento estratégico SCOPI, com base no BSC, PDCA e MEG, gerenciamento de projetos, processos e indicadores para medir os resultados e ter mais precisão e agilidade na tomada de decisões. Já está prevista para este ano a ampliação física da loja, e o registro da marca, dentro dos projetos.  Finalizo dizendo que não existe fórmula para o sucesso, cada pessoa é única e tem uma trajetória de vida. Erros fazem parte, são necessários para o aprendizado, mas alerto às que pretendem ingressar no mundo dos negócios: jamais desistam de seus sonhos. Tudo é possível em qualquer idade ou fase da vida. Basta querer, ter persistência e acreditar no seu potencial. Quando você tem um empreendimento que ama, você nunca terá que trabalhar um dia sequer.  Parte inferior do formulário |

|  |
| --- |
| **9. FINALISTAS – PRODUTORAS RURAIS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **10. FINALISTAS – MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS** |  |

**ANEXO**

**TERMO DE COMPROMISSO E ADESÃO AO PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS, CICLO 2015**

Declaro, pelo presente Termo de Compromisso e Adesão, em concordar na realização do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios, ciclo 2015, de acordo com todos os procedimentos estabelecidos no regulamento, manuais e regras vigentes, disponível para consulta no site www.mulherdenegocios.sebrae.com.br.

Declaro ainda a inexistência de conflitos de interesse e que respeitarei o Código de Ética definido pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e pela FNQ - Fundação Nacional da Qualidade.

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nome:

CPF:

( ) Gestor Sebrae

( ) Instrutor

( ) avaliador ou verificar

( ) Comissão técnica

( ) Juiz