

HISTÓRIAS DE SUCESSO



MAR-ABR 2025 ANO 4 Nº 016

INOVAÇÃO E EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

HORIZONTES AMPLIADOS

Programa de aceleração
leva *startups* mineiras
para missão internacional

sapiens
AGRO

Pedro Vilela

MUNICÍPIO DE NANUQUE INVESTE EM EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E COLHE RESULTADOS POSITIVOS

PROGRAMA INOVA CERRADO RECONHECE PROJETOS DE PROTEÇÃO E VALORIZAÇÃO DO BIOMA

BORA VER!



O **Sebrae Play** é a plataforma de conteúdos, cursos e séries de aprendizagem sobre empreendedorismo do Sebrae.

- Tem e-books, vídeos, cursos, ferramentas de gestão e muito mais.
- De tudo um pouco e nos mais diversos formatos.
- Se o negócio é apreender e empreender tem no Sebrae Play.

Conhecimento na ponta do dedo, quando e onde quiser.
Vai ficar de fora?

Bora ver você aprender.

Bora ver você conquistar cada um dos seus objetivos.

sebraeplay.com.br

sebrae



DESBRAVANDO MERCADOS INTERNACIONAIS



Operar em outros países é uma oportunidade para pequenos negócios de vários setores. E o Sebrae Minas tem atuado em diferentes frentes para apoiar empreendedores do estado a entenderem a dinâmica desses mercados e acessá-los de forma estratégica.

Nesta edição da revista Histórias de Sucesso, mostramos alguns exemplos de empresas que estão buscando internacionalizar suas operações, como é o caso das 15 *startups* que participaram do Programa de Aceleração & Internacionalização, realizado pelo Sebrae, em parceria com o Governo de Minas Gerais.

Além de receberem capacitações e mentorias individualizadas para a construção de seus planos de internacionalização, essas

startups participaram, no ano passado, de uma missão a Madrid e Lisboa, onde apresentaram suas soluções inovadoras e tiveram acesso a investidores. Os resultados dessa ação já podem ser conferidos nos relatos dos empreendedores ouvidos pela Histórias de Sucesso.

E tem muito mais inovação por aqui, a exemplo das soluções tecnológicas – inclusive de inteligência artificial – desenvolvidas por *startups* aceleradas pelo Sebrae Minas. São ferramentas customizadas que estão ajudando pequenas e grandes empresas a se tornarem mais ágeis, sustentáveis e competitivas.

Boa leitura!



Alessandro Canvalho

MARCELO DE SOUZA E SILVA

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

HISTÓRIAS DE
SUCESSO

SUMÁRIO



6

Programa de Educação Empreendedora transforma a vida de 8 mil alunos e 300 professores da rede municipal de ensino de Nanuque

Use o QR Code para assistir à videoreportagem



A INOVAÇÃO E A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA CAMINHAM JUNTAS PARA A TRANSFORMAÇÃO DO FUTURO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS E DOS TERRITÓRIOS. O SEBRAE MINAS FOMENTA INICIATIVAS NESSAS ÁREAS: NESTA EDIÇÃO, VEJA OS RESULTADOS DOS PROGRAMAS E PROJETOS

12

Sebrae Minas fomenta o desenvolvimento de *startups* e soluções em inteligência artificial

Projeto Mercado-Alvo apoiou cooperativas de mel e fabricantes de lingerie a ampliar mercados e aumentar faturamento

16



40

Em Pequenas Histórias de Grande Sucesso, conheça Yann Rodrigues, ex-aluno da Escola do Sebrae e criador de soluções para praticantes de corrida

42

Confira cinco tendências do Varejo para este ano apresentadas na NRF Retail's Big Show 2025

SET-OUT | 2024 | ANO 3 | Nº 013

EXPEDIENTE

Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

Banco do Brasil, BDMG, CDL-BH, Caixa, Ciemg, Faemg, Fapemig, Fecomércio, Federaminas, Fiemg, Indi, Ocemg, Sebrae NA, Seplag e Sedectes

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas
Marcelo de Souza e Silva

Superintendente: Afonso Maria Rocha
Diretor Técnico: Douglas Augusto Oliveira Cabido
Diretor de Operações: Marden Magalhães

Conselho Editorial:

Andreza Capelo, Bárbara de Paula Sarto, Bruno Ramos, Bruno Ventura, Célia Fontes, Danielle Fantini, Gustavo Moratori, Jamille Atizore, Jefferson Ferreira, Maria Teresa Freitas, José Márcio Martins, Karine Martínez, Loidiana Perazzo, Paulo César Veríssimo, Rachel Dornelas, Rafael Tunes, Rosely Maria Vaz, William Rocha

Gerente de Comunicação e Marketing: Leonardo Iglesias
Jornalista responsável: Aline Freitas – MTB 09007/MG
Periodicidade: Bimestral

Redação:

Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada – Belo Horizonte, Minas Gerais – CEP: 30.431-285 – 0800 570 0800
sebrae.com.br/minasgerais



Programa do Sebrae Minas em parceria com o Governo do Estado acelerou 15 *startups* mineiras.

22

Assista à videorreportagem na Revista Histórias de Sucesso digital. Use o QR Code para acessar.



Pedro Vilela

30

Programa Inova Cerrado premiou ideias inovadoras que visam à preservação e ao uso sustentável do bioma

36

As empresas devem sempre estar atentas às demandas do seu público. Confira a entrevista de Priscilla Seripieri sobre as mudanças no comportamento do consumidor



Arquivo pessoal

Use o QR Code para ouvir a versão em áudio da matéria



44

Sebrae Minas oferece trilha de aprendizagem gratuita para a evolução digital dos pequenos negócios

A analista Carla Gobb fala sobre a Jornada de Digitalização na entrevista em áudio. Acesse por meio do QR Code



46

CER Polo Sebrae lança série sobre IA e tecnologia para a educação

ACESSE TAMBÉM
A REVISTA HISTÓRIAS
DE SUCESSO DIGITAL



revistahistoriasdesucesso.sebraemg.com.br

Prefácio Comunicação

Editoras: Ana Luíza Purri e Cristina Mota

Reportagens: Cristina Mota, Josie Menezes,

Lucas Alvarenga e Thais Nascimento

Revisão: Luciana Oliveira

Projeto gráfico: Tércio Lemos

Design e diagramação: Rebeca Zocratto

Podcasts

Produção: Cristina Mota

Roteiro e apresentação: Bruno Assis

Edição: Domenica Mendes

Videorreportagens

Produção e roteiro: Cristina Mota

Apresentação: Cristina Mota

Edição: Lucas Bois

HISTÓRIAS DE
SUCESSO

SEBRAE

EMPREENDEDORISMO NAS ESCOLAS DE NANUQUE

Cultura empreendedora já alcançou mais de 8 mil alunos e 300 professores da rede municipal de ensino


JOSIE MENEZES



Pedro Vilela

Samira Silva é uma das professoras de Nanuque capacitadas com a metodologia da educação empreendedora

100% DA REDE MUNICIPAL DE ENSINO DE NANUQUE OFERECE A DISCIPLINA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Há dez anos, Gisele Bonifácio Silva, moradora de Nanuque, no Vale do Mucuri, começou a aliar a rotina de cuidados com a casa com a produção de laços, visando gerar renda a partir das próprias habilidades com trabalhos manuais. No entanto, entre 2021 e 2024, o pequeno negócio estacionou. Até que, no fim do ano passado, ela se sentiu motivada a retomá-lo, inspirada pela filha Cecília, de apenas 11 anos. “Ela estudou educação empreendedora na Escola Municipal Américo Machado e trouxe muitos aprendizados para compartilhar comigo, que me incentivaram a recomeçar”, relata.

Cecília Bonifácio se sentiu inspirada ao cursar Educação Empreendedora. “Aprendi noções de planejamento e responsabilidade financeira, algo que todo mundo precisa conhecer”, diz a menina. O próximo passo foi levar as ideias para a mãe, que ouvia atentamente, já pensando na possibilidade de inovar no negócio dos laços. “Até que decidi colocá-las em prática! A partir daí, implementei novos projetos de vendas e negociações, agregando outros tipos de mercadorias além dos laços”, conta Gisele.

Em poucos meses de retomada, os resultados são celebrados. Gisele ressalta os aprendizados sobre como lidar com o dinheiro, que lhe tem permitido poupar e reinvestir recursos. “O negócio tem trazido bons resultados financeiros, além de aumento no número de clientes. O próximo plano é incluir roupas infantis entre os produtos comercializados e montar um ateliê-loja com todos os acessórios”, sinaliza.

Cecília segue junto com a mãe? Sim, e vai além: Gisele diz que a filha já tem em mente outro projeto, para produção e venda de pizzas e pudins.

A FORÇA DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A estudante é uma entre os mais de 8 mil alunos alcançados pelas ações de educação empreendedora promovidas pelo Sebrae Minas em Nanuque há mais de uma década, por meio do Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE). Atualmente, 100% da rede municipal de ensino do município oferta a disciplina Educação Empreendedora.

A secretária municipal de Educação de Nanuque, Mônica Caldas, considera que a educação empreendedora tem contribuído para um ensino mais dinâmico e maior engajamento dos alunos. Segundo ela, os dados apontam melhoria nos índices de aprovação dos estudantes, aumento do número de matrículas e redução da evasão escolar, que passou de 2,1%, em 2021, para 1,8%, em 2023. “A capacitação dos alunos em educação empreendedora é um grande passo para transformar a realidade do município e possibilitar um futuro mais promissor para as próximas gerações”, ressalta.

Os projetos de empreendedorismo, como as feiras, são considerados os principais responsáveis por fomentar essa atmosfera, tornando o aprendizado mais prático e conectado à realidade local. “Ao longo dos

Gisele Bonifácio foi motivada pela filha, Cecília, a retomar seu pequeno negócio



anos, alunos e professores desenvolveram habilidades como criatividade, capacidade de resolução de problemas e colaboração. As feiras de empreendedorismo são eventos esperados, e os alunos se dedicam ao máximo para apresentar ideias inovadoras, explorando conceitos ligados a gestão e planejamento”, diz a secretária. Para ela, a comunidade escolar tem influenciado positivamente o seu entorno. “Os alunos levam para casa os conceitos de empreendedorismo e educação financeira, que contribuem para mudar hábitos de consumo e incentivar a busca por novas oportunidades”, diz.

CAPACITAÇÃO ROBUSTA

Os números mostram que a cultura empreendedora está incorporada de maneira ampla e consistente à rede de ensino municipal de Nanuque: além dos milhares de alunos, mais de 300 professores foram

beneficiados por cursos e outras ações. Um dos educadores contemplados é a professora Samira Silva, que comemora a possibilidade de levar para a sala de aula temas como autorresponsabilidade, gestão do tempo e definição de sonhos. “O corpo docente passou a utilizar metodologias mais ativas, promovendo projetos interdisciplinares, desenvolvendo o pensamento crítico e estimulando a criatividade dos alunos, algo muito rico para a formação.”

Para Samira, é notório o quanto o ambiente escolar se tornou mais dinâmico e participativo, a partir do momento em que os estudantes se tornaram protagonistas

**A EVASÃO ESCOLAR EM
NANUQUE FOI REDUZIDA EM
14% ENTRE 2021 E 2023**

do próprio aprendizado. “Nossos alunos automaticamente começaram a desenvolver habilidades e competências para serem bem-sucedidos em qualquer área,

“O empreendedorismo é para a vida”, afirma Viviane Arcanjo Silva, diretora da Escola Municipal Zuleide Macieira

não somente para abrir uma empresa. É um marco, pois hoje eles conseguem propor soluções inovadoras para problemas reais de nossa comunidade”, avalia.

IMPACTOS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA EM NANUQUE

Em mais de uma década de atividades, vários resultados podem ser observados:

- Integração das secretarias municipais;
- Maior interação entre as redes municipal e estadual de ensino;
- Realização anual da Feira de Educação Empreendedora, desde 2021;
- Implantação da disciplina Educação Empreendedora em 100% da rede municipal de ensino;
- Preparação de mais de 300 professores das escolas municipais e de mais de 200 das escolas estaduais para multiplicar a temática em sala de aula;
- Envolvimento de mais de 8 mil alunos da rede municipal e de mais de 10 mil da rede estadual;
- Capacitação de 99% das escolas da rede estadual de ensino via ALI Educação Empreendedora.



Pedro Vilela

Na Escola Municipal Zuleide Macieira, a diretora Viviane Arcanjo Silva se emociona ao relatar a transformação por que passaram alunos e professores. “Vivenciar uma comunidade escolar empenhada para desenvolver algo grandioso é emocionante. No início, gerou medo e frio na barriga, mas depois compreendemos que o empreendedorismo é para a vida”, afirma. Viviane relata que acompanhou de perto a determinação de cada aluno e de cada professor, que trouxe resultados extraordinários. “Há famílias que investiram em *delivery* e em lojas virtuais, tudo isso para impulsionar ideias que os filhos levaram para casa”, vibra a diretora.

FOMENTO À MENTALIDADE EMPREENDEDORA

Para fomentar a mentalidade empreendedora na comunidade escolar e alcançar os resultados apontados pelos moradores de Nanuque, várias ações foram desenvolvidas. O ponto de partida foi a aplicação da metodologia Excelência na Gestão da Educação Municipal (EGEM), direcionada aos gestores da Secretaria Municipal de Educação. O objetivo foi apoiar o desenvolvimento de um plano de ação estratégico que compreendesse aspectos internos da gestão educacional e criasse indicadores de desenvolvimento. A implantação da disciplina Educação

Pedro Vilela



Para a secretária de Educação, Mônica Caldas, a educação empreendedora tem contribuído para maior engajamento dos alunos

Empreendedora na rede municipal de ensino foi uma das diretrizes.

A analista do Sebrae Bahia e ex-analista do Sebrae Minas Renata Carvalho acompanhou todo o processo. Segundo ela, o Sebrae Minas esteve presente nas articulações com o governo, na capacitação da equipe e no monitoramento dos indicadores. Com isso, a Secretaria

Municipal de Educação despontou como uma liderança no município. “Houve impacto direto na educação formal, percebemos uma maior interação entre as redes municipal e estadual de ensino, além do protagonismo da secretaria municipal dentro do governo, ampliando as parcerias e conectando a educação com o ambiente empresarial do município”, ilustra.

ESCOLA DO SEBRAE EM EXPANSÃO

Com quatro unidades de ensino privado e 18 unidades do projeto social Núcleo de Empreendedorismo Juvenil (NEJ) em Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Rio Grande do Norte e Distrito Federal, a Escola do Sebrae é uma experiência de sucesso. Em 31 anos, a metodologia alcançou mais de 15 mil alunos e, agora, pode chegar a outros locais por meio do seu licenciamento.

É possível licenciar os cursos para modelos privados, com o curso médio integrado ao técnico em Administração ou Marketing, e para modelos públicos,

via curso técnico em Administração ou Marketing e itinerários formativos. “Em todos os formatos, conectamos o ensino empreendedor às diretrizes da educação básica, preparando todos os envolvidos e dando suporte para a aplicação da metodologia”, pontua a gerente da Unidade de Educação Empreendedora do Sebrae Minas, Fabiana Pinho.

SAIBA MAIS

FICOU INTERESSADO? ENTRE EM CONTATO COM A ESCOLA DO SEBRAE USANDO O QR CODE.



Pedro Vilela

EM BUSCA DE NOVOS PADRÕES

Sebrae Minas investe em iniciativas para estimular desenvolvimento de soluções de inteligência artificial por meio de *startups*

LUCAS ALVARENGA

Cada vez mais presente no dia a dia, a inteligência artificial (IA) segue desbravando novos segmentos de negócios. E, com o apoio do Sebrae Minas, a tecnologia amplia as oportunidades de inovação entre as pequenas empresas.

Em busca de mais competitividade, as organizações têm acelerado a transformação di-

gital em suas operações. De acordo com uma pesquisa global da consultoria McKinsey, até julho do ano passado, 78% das empresas haviam utilizado IA em pelo menos uma de suas funções. O percentual representa um avanço significativo se comparado aos 55% registrados no início de 2023. Os entrevistados relataram que o uso mais frequente ocorre nas áre-

Pedro Vitela



Kildare Morato criou tecnologia para oficinas mecânicas lembrarem clientes das manutenções preventivas

as de tecnologia da informação, marketing e vendas, seguidas pelas operações de serviço.

Embora as *big techs* já ofereçam recursos diversos às empresas, inúmeros segmentos precisam de ferramentas customizadas. Assim, o Sebrae Minas ampliou seu portfólio para fortalecer os ecossistemas de inovação e atender diretamente os negócios com os quais se relaciona. “Há dez anos, não possuíamos soluções robustas como o Sebrae para Startups. O programa permite que empresas de base tecnológica se tornem mais eficientes e rentáveis por meio de uma ampla trilha de capacitação”, ressalta a analista do Sebrae Minas Daniela Ferreira.

Entre julho de 2024 e fevereiro de 2025, 12 empresas de base tecnológica incubadas no Centro Regional de Inovação e Transferência de Tecnologia (CRITT) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) foram atendidas. O programa mostrou o quão preparadas essas *startups* estão frente aos desafios recorrentes de inovação. Não por acaso, quatro delas passaram da fase de ideação para a etapa de operação, conquistando seus primeiros clientes, enquanto três delas já estão tracionando seus negócios.

Com a aceleração da IA generativa nos negócios, a incubadora da UFJF tem recebido uma grande demanda de *startups* interessadas em desenvolver soluções de aprendizado de máquina combinadas com processamento da linguagem natural. “A IA impulsionou a rodada de negócios promovida pelo programa Sebrae para Startups na Zona da Mata Mineira. A iniciativa reuniu empresas-âncora da região, como ArcelorMittal, Becton Dickinson, MRS Logística, Natura e Unimed, além do Instituto Energisa, movimentando R\$ 6 milhões”, exemplifica Daniela.

ECOSSISTEMA EMERGENTE

Inova Novo Oeste é considerado um dos dez ambientes de inovação mais promissores do país

70 atores, de 16 municípios

29 eventos e projetos em sua trilha de apoio ao empreendedor

Em 2024, o ecossistema saltou do nível de maturidade “inicial” para “em estruturação”

O resultado rendeu a indicação ao Programa de Aceleração de Ecossistemas do Sebrae

Fonte: Sebrae Minas



Uma das soluções mais promissoras de IA desenvolvidas no CRITT/UFJF surgiu da inquietação dos engenheiros de controle e automação Mathaus Ferreira e Juliano Masson, respectivamente, CEO e CTO da Robotictech. “Temos em nosso portfólio uma tecnologia chamada IRT3D, que cria modelos 3D em escala, a partir de imagens de drone. O *software* monitora as áreas onde não pode haver vegetação, permitindo que as concessionárias de energia ajam de forma preventiva para evitar perdas por danos às torres e condutores da rede elétrica”, explica Mathaus.

Fundada em 2019, a Robotictech atua na pesquisa e desenvolvimento (P&D) de soluções para o mercado de energia. Selecionada pelo Prêmio Sebrae Startups 2024, a empresa foi convidada a participar do Summit Startup, em Florianópolis (SC), onde apresentou seus produtos ao setor elétrico. “O Sebrae Minas não só ampliou nossa rede de contatos, como nos abriu horizontes. Conhecemos os desafios do mercado europeu em missão para Portugal e Espanha e também aprendemos a estruturar processos mais eficientes por meio do **Empretec**”, relata o CEO.

Os números traduzem a excelência do trabalho de P&D da Robotictech. Recentemente, a *startup* alcançou 100% de taxa de conversão de projetos em produtos. “Entregamos ao mercado aquilo que ele precisa, como soluções preventivas contra apagões”, diz Mathaus. Assim nasceu o StreetSensors, uma tecnologia que escaneia os ativos de distribuição de energia, iluminação pública e vegetação com uso de uma câmera 360° acoplada a um veículo. Outra solução criada é o FlightSensors, que identifica a potência da iluminação pública por meio de drones.

NOVO OESTE

Cada vez mais acessível, a IA se expande por segmentos tão diversos quanto in-comuns. Em Divinópolis, no Centro-Oeste do estado, o empreendedor Kildare Morato criou uma tecnologia que auxilia oficinas mecânicas a lembrar seus clientes da necessidade de manutenções preventivas. “Com o nome, modelo e quilometragem do veículo, o SmartZap gera mensagens automáticas no WhatsApp alertando o condutor sobre os próximos itens e datas de revisão. A solução ajuda a oficina a fidelizar o cliente, mantendo a conservação do veículo em dia.”

A inovação de Kildare faz parte do Programa Líder, uma iniciativa do Sebrae para a construção de uma agenda regional de desenvolvimento econômico sustentável. “O programa responde à carência de uma atuação mais integrada entre as lideranças públicas, privadas e da sociedade civil. Atualmente, 16 dos 87 municípios do Centro-Oeste e Sudoeste de Minas participam. Juntos, eles reúnem 60 mil empresas, a maioria MPES do setor de serviços”, observa o gerente da Regional Centro-Oeste e Sudoeste do Sebrae Minas, Leonardo Mól.

A expansão dessa cadeia produtiva, no entanto, esbarra nas dificuldades de contratação de mão de obra. “As empresas precisam cada vez mais automatizar seus processos para melhorar a produtividade, customizar o atendimento e fidelizar clien-

O EMPRETEC TEM ATIVIDADES QUE
POTENCIALIZAM AS CARACTERÍSTICAS
EMPREENDEDORAS.



tes”, ressalta Mól. Diante disso, o Sebrae iniciou um projeto-piloto para incentivar o uso da inteligência artificial nos segmentos de moda, alimentação e varejo, acelerando projetos por meio da Câmara Temática de Inovação da Agência de Desenvolvimento Econômico Novo Oeste (Inova Novo Oeste).

Presente na trajetória de Kildare há duas décadas, o Sebrae despertou no bacharel de Sistemas da Informação o anseio por inovar. “Desde o Empretec 2004, queria abrir um negócio escalável, mas enxergava o ambiente de *startups* como algo complexo. O Startup Summit 2023 me provou o contrário. Logo após o evento, desenvolvi um produto mínimo viável (MPV), que se tornaria a SmartZap.” O *feedback* de João Kepler, um dos maiores investidores em *startups* da América Latina, também foi fundamental para a empresa: “Ele nos mostrou que nossa versão *desktop* tinha falhas no envio das mensagens e limitações tecnológicas. Só assim pudemos evoluir”.

O empresário não só resolveu os problemas da ferramenta, como conseguiu tornar a proposta de valor mais clara para os clientes. Agora, com o apoio do Sebrae, Kildare trabalha para estruturar uma trilha de capacitação para os donos de oficinas, que combinará consultoria e mentoria. “Quero que o SmartZap ajude o empresário a desenvolver estratégias mais eficazes para a venda ativa de serviços mecânicos, pós-venda e sucesso do cliente”, antecipa.

Esperançoso, Mól acredita que, em breve, a inteligência artificial também impulsionará a criação de produtos para os mercados calçadista e de confecções da região. “Há *startups* mundo afora que já oferecem soluções de IA para o desenvolvimento de novos modelos de calçados e roupas, fazendo desenhos a partir de especificações do consumidor. A inteligência artificial diminuiu a fronteira entre o presente e o futuro. Cabe a nós utilizá-la com sabedoria”, finaliza.



Empresa de Mathaus Ferreira tem tecnologia que cria modelos 3D em escala, a partir de imagens de drone

ESTRATÉGIAS MAIS EFICAZES

Projeto Mercado-Alvo atua para expandir clientela e elevar vendas de grupos setoriais de uma mesma localidade

THAÍS NASCIMENTO



Pedro Vilela

Herme Siqueira conta que o Mercado-Alvo ajudou a entender as fraquezas e as oportunidades de seu negócio

Todo empreendedor tem o desafio diário de atrair e fidelizar clientes. Concorrência acirrada, mudanças no comportamento do consumidor e necessidade de se destacar são alguns dos elementos que integram e, muitas vezes, dificultam a jornada rumo à sustentabilidade.

Nesse contexto, ter poucas informações e disponibilidade limitada de ferramentas adequadas para potencializar as vendas pode atrapalhar o desenvolvimento dos negócios. Além disso, as múltiplas funções que o pequeno empreendedor precisa cumprir contribuem para dificultar o acesso a tais insumos.

Como forma de auxiliar os pequenos empreendedores a adotar estratégias eficazes, no ano passado, o Sebrae Minas criou o projeto Mercado-Alvo, que visa expandir mercado e alavancar vendas de grupos setoriais de uma mesma localidade. A primeira edição apoiou produtores de mel em Turmalina, no Vale do Jequitinhonha, e fabricantes de lingerie em São João do Manteninha, no Vale do Rio Doce.

PLANEJAR E EXECUTAR

A grande meta do Mercado-Alvo é contribuir para a distribuição dos produtos e serviços, a fim de ampliar as vendas. “A maior dificuldade do empreendedor brasileiro é aumentar suas vendas, pois, em geral, ele não tem em mãos números que permitam saber em qual direção ir e tomar decisões acertadas. Daí a importância do Mercado-Alvo, projeto que subsidia o empreendedor de dados e informações para que ele possa prospectar mercados e clientes”, explica Vanessa Visacro, analista do Sebrae Minas.

A iniciativa compreende duas fases, realizadas em sete meses. Nos primeiros quatro meses, os empreendedores fazem um autodiagnóstico do mercado e têm acesso a instrutoria e consultoria especializada para a elaboração de um plano estratégico. Nos demais, há um acompanhamento da execução das iniciativas previstas. Temas como canais de venda e distribuição, portfólio de produtos, análise de clientes, cobertura de mercado e possibilidades no mercado local são analisados. “Começamos pela estruturação da gestão comercial. Em seguida, fazemos uma análise de atratividade de mercado para buscar potenciais compradores”, diz a analista.

Os objetivos do projeto são alcançados por meio da melhoria dos processos e rotinas de inteligência de vendas; análise de dados relevantes para o negócio e para o setor atendido; levantamento das principais dores e oportunidades para os melhores resultados; além da implantação e do acompanhamento de um plano de ação.



Arquivo pessoal



César Oliveira está estruturando as estratégias de médio e longo prazo da Coopivaje

RECONSTRUÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA

Até a década de 1990, a apicultura no Vale do Jequitinhonha era considerada atividade meramente extrativista. De lá para cá, trabalhadores rurais se organizaram para que a atuação tivesse viés sustentável e econômico, criando uma associação para produção e comercialização de mel, própolis e outros derivados da cera das abelhas. O trabalho levou à criação da marca Mel Jequitinhonha, atualmente gerida pela Cooperativa dos Apicultores do Vale do Jequitinhonha (Coopivaje), que reúne 44 cooperados, de 12 cidades: Turmalina, Araçuaí, Berilo, Virgem da Lapa, Francisco Badaró, Chapada, Carbonita, Diamantina, Itamarandiba, Minas Novas, Novo Cruzeiro e Chapada do Norte.

“Nossa cooperativa é composta basicamente por pequenos apicultores familiares, vários deles, integrantes de comunidades tradicionais e quilombolas. E temos trabalhado bastante para fazer com que ela possa entregar ao Vale do Jequitinhonha aquilo que se propõe: gerar renda, qualidade de vida e sustentabilidade”, relata o gestor da Coopivaje, César Oliveira. Quando ele

CADEIA PRODUTIVA DE LINGERIE EM SÃO JOÃO DO MANTENINHA TEVE FATURAMENTO ELEVADO EM 80%, E OS PRODUTORES DE MEL DO VALE DO JEQUITINHONHA, EM 112%

assumiu a gestão, em 2022, a cooperativa enfrentava dificuldades financeiras devido à queda das vendas durante a pandemia da Covid-19. Além disso, a unidade de beneficiamento estava desativada. A partir de então, teve início uma retomada do trabalho cooperado, por meio da revisão dos processos de vendas, gestão, prospecção de clientes e ampliação de mercado. No entanto, os impactos da pandemia continuavam latentes.

Daí o fato de o Mercado-Alvo ter sido tão importante para a reconstrução da cadeia produtiva do mel do Jequitinhonha. A partir do projeto, os produtores de mel passaram a conduzir ações de forma planejada e estruturada, estabelecidas de acordo com prioridades e mercados específicos. “A iniciativa auxiliou na expan-

são da cooperativa. Sabíamos o que precisava ser feito, mas não exatamente como alcançar nossos objetivos. Passamos a nos organizar, ter um planejamento, definir aquilo que era prioritário e, então, descobrimos os melhores canais de venda, definimos nosso mercado e as estratégias corretas”, lembra Oliveira.

Ainda segundo o gestor, dez produtores de Turmalina foram atendidos pelo Mercado-Alvo, e o grupo registrou elevação de 112% no faturamento após a implementação dos planos de ação. “A partir de agora, estamos estruturando as estratégias de médio e longo prazo, para seguir adiante.”

AUMENTO NO FATURAMENTO

Já em São João do Manteninha, 12 empresas de confecção de lingerie foram atendidas pelo Mercado-Alvo. O faturamento do grupo registrou cerca de 80% de evolução após as atividades.

Um case de sucesso é da Sunshine Moda Íntima, que, desde 2016, fornece peças para lojas situadas em Minas Gerais, Espírito Santo e Bahia. Atualmente, a empresa tem 25 funcionários, conta com 25 produtos no portfólio e fabrica 400 mil peças por ano – algo entre 30 mil e 35 mil peças mensais.

Igor Emanuel, gestor do negócio, afirma que o Mercado-Alvo contribuiu para uma análise do mercado mais assertiva, além de ações para fidelizar clientes. “Passamos a explorar o potencial de compra de cada cliente, ampliando as nossas vendas para um mesmo cliente”, relata. Como resultado, a Sunshine Moda Íntima encerrou 2024 com um aumento de 18% no faturamento. “Os bons resultados nos motivaram a planejar uma expansão para o sul do Brasil e São Paulo”, destaca.

CONHEÇA

USE O QR CODE PARA
ACOMPANHAR A COOPIVAJE



MERCADO

Outra participante do Mercado-Alvo em Mantenhina, a Karícia Íntima foi criada no ano de 1997. Em 28 anos de atuação no atacado e no varejo, o negócio apre-

sentou crescimento expressivo, que levou à ampliação do galpão de produção. A empresa emprega, atualmente, seis funcionários e produziu no ano passado 25,3



Igor Emanuel, gestor da Sunshine Moda Íntima: empresa encerrou 2024 com aumento de 18% no faturamento

Pedro Vieira



Adobe Stock

O Mercado-Alvo será realizado com empresários do setor da moda de Divinópolis

mil peças – ao todo, 70 produtos compõem o portfólio.

Herme Siqueira, sócio-fundador e administrador, relata que, com a participação no Mercado-Alvo, pôde entender as fraquezas e oportunidades a que se encontrava exposto e planejar melhor o seu portfólio. “Identificamos com mais clareza quais eram os produtos de maior giro e qual a participação de cada um nas vendas. Isso viabilizou um planejamento mais adequado do mix de produtos”, afirma.

PROJETO AMPLIADO

Diante dos resultados, o projeto Mercado-Alvo foi ampliado em abril de 2025, contemplando novas cadeias produtivas no estado. A expectativa é iniciar o atendimento a um grupo de empresários do setor da moda na cidade de Divinópolis, Centro-Oeste do estado, reunindo entre 15 e 20 empresas.

“Neste ano, a solução Mercado-Alvo tem a expectativa de apoiar um maior nú-

mero de empresas na expansão de mercado e no fortalecimento das vendas, para que elas cresçam de forma estruturada e sustentável”, pontua a analista do Sebrae Minas Eliane Alves. Ainda segundo ela, o projeto vai priorizar ações práticas para que os participantes possam aplicar a metodologia em seus empreendimentos. “Com essa abordagem, esperamos contribuir significativamente para a consolidação e o crescimento das empresas atendidas”, reforça.

SAIBA MAIS

FICOU INTERESSADO NO MERCADO-ALVO? PROCURE O SEBRAE MINAS!
ACESSE O QR CODE PARA IDENTIFICAR
A UNIDADE MAIS PRÓXIMA





RESUMO

Em 2024, o Sebrae Minas promoveu o Programa de Aceleração & Internacionalização em parceria com o Governo do Estado. A iniciativa selecionou 15 *startups* para um processo de capacitação com mentorias, treinamentos e encontros estratégicos, que culminou numa missão internacional.

HOLOFOTE INTERNACIONAL

Quinze *startups* mineiras apresentam o potencial de Minas Gerais em Portugal e na Espanha

JOSIE MENEZES

Minas Gerais já é reconhecida como um polo de inovação e tecnologia, com diversos ecossistemas em atividade. Mas esse potencial pode ser ampliado, e há todas as condições para isso. Exatamente para elevar a percepção internacional do estado como um destino atrativo para investimentos tecnológicos e inovadores é que foi realizado o Programa de Aceleração & Internacionalização, promovido pelo Sebrae Minas em parceria com o Governo do Estado em 2024. A iniciativa teve grande participação, resultando na presença de 15 *startups* mineiras em uma missão internacional em Portugal e na Espanha.

A seleção para o programa foi feita por meio de chamada pública, na qual 147 *startups* se inscreveram. Dessas, 25 participaram da primeira fase, culminando nas 15 finalistas. “Nosso intuito foi o de

MATCHMAKING REMETE AO PAREAMENTO DE ELEMENTOS SIMILARES; JÁ BENCHMARKING OBJETIVA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MELHORIA E ADOTAR AS MELHORES PRÁTICAS.

aprimorar a capacidade dessas *startups* mineiras para o acesso aos mercados internacionais, aumentando sua competitividade”, ressalta a analista do Sebrae Minas Carla Batista. Para tanto, a missão internacional propiciou encontros de **matchmaking e benchmarking**, oportunidades de somar a força dessas empresas e conectá-las aos investidores, gerando parcerias, negócios e evolução dos serviços.

ASSISTA

USE O QR CODE PARA ACESSAR A VERSÃO DIGITAL DA REVISTA E VER A REPORTAGEM EM VÍDEO



Antes da viagem, as empresas passaram por um longo processo de capacitação junto ao Sebrae Minas. Foram realizadas mentorias para a construção de planos de internacionalização e treinamentos em *pitch* (“apresentação rápida”, traduzido do inglês). A instituição também organizou as agendas de *matchmaking* com potenciais clientes e viabilizou reuniões com instituições locais de **softlanding** e parceiros estratégicos, como investidores e câmaras de comércio dos países presentes.

SOFTLANDING REFERE-SE A PROGRAMAS DE IMERSÃO PARA EMPRESAS QUE DESEJAM ENTRAR OU EXPANDIR SUAS OPERAÇÕES EM NOVOS MERCADOS.



PARCERIA BEM-SUCEDIDA

“No Sebrae Minas, entendemos que cada mercado traz desafios únicos e oportunidades imensuráveis. Nosso compromisso é fornecer as ferramentas, o conhecimento e a rede de contatos necessários para que os pequenos negócios possam se posicionar de forma competitiva e sustentável no cenário internacional. Esse trabalho é resultado de uma visão compartilhada: construir um ecossistema que transcenda fronteiras, promovendo o crescimento econômico, a inovação e a colaboração.”

Marcelo de Souza e Silva

Presidente do Conselho
Deliberativo do Sebrae Minas

“Minas Gerais ter um estande no Web Summit, o maior evento de tecnologia e inovação do mundo, por meio da parceria com o Sebrae Minas, foi estratégico. Conseguimos conversar com diversas empresas, instituições e governos sobre as oportunidades do nosso estado em tecnologia e deixamos claro que Minas é o melhor lugar para inovar.”

Bruno Araújo Oliveira

Secretário-executivo de Estado
de Desenvolvimento Econômico de
Minas Gerais

“A parceria entre o Sebrae Minas e a Invest Minas na missão ao Web Summit foi um marco na promoção de Minas Gerais como um destino estratégico para inovação e negócios. O estande atraiu a atenção de centenas de participantes, que tiveram a oportunidade de conhecer mais sobre as vantagens competitivas do estado, como a forte rede de inovação, os incentivos fiscais e a infraestrutura estratégica.”

Gustavo Garcia

Diretor de Gestão e Novos
Negócios na Invest Minas



Maurício Lemos e Gustavo Carvalho estão à frente da Sapiens Agro

Complementando os encontros de negócios realizados nos dois países, as *startups* mineiras puderam participar do Web Summit Lisboa, a maior conferência de tecnologia da Europa. Lá, elas apresentaram suas soluções para mais de mil investidores, de 170 países.

INTENSA PREPARAÇÃO

Os CEOs das empresas contaram com a assessoria do Sebrae Minas para potencializar a agenda de negócios e tirar dúvi-

das relativas à precificação e aos modelos de internacionalização. Uma curadoria das principais tendências apresentadas no Web Summit também foi disponibilizada, para facilitar a absorção dos conteúdos.

Entre as selecionadas para a missão estava a Sapiens Agro, *startup* de Uberlândia, no Triângulo Mineiro. Há cinco anos, a empresa faz análise do mercado de agro-negócio via modelos matemáticos que permitem prever movimentos de preços. Para a participação na missão europeia, o CEO

STARTUPS PARTICIPANTES

Aignosi

Soluções para indústrias de ativos pesados

beNuvem

Softwares de segurança eletrônica

BigLink

Dashboards customizados e marketing e publicidade

Coodesh

Otimização de recrutamento e treinamentos

Datta Büsiness

Análise de dados e marketing digital

Fluxo

Análise de dados e pesquisas por meio de inteligência artificial para auxiliar empresas no desenvolvimento de estratégia

H3aven

Soluções de *blockchain* B2B

Ingagge

Inteligência em engajamento e retenção de clientes

Liteleds

Soluções inteligentes nas áreas de iluminação e telegestão

Metaprise

Desenvolvimento de tecnologias de realidade virtual

Robotictech

Soluções em reconstrução 3D, sensoramento a laser e robótica

Sapiens Agro

Consultoria para previsões de preços de *commodities* e logística no mercado agro

Solver

Soluções de monitoramento autônomo aplicado a estruturas

TCX

Soluções diversas para segmento industrial

Wonder Data Labs

Soluções personalizadas em inteligência artificial e análise de dados para otimizar a eficiência, segurança e sustentabilidade das operações industriais



AS MISSÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS REFORÇAM O CARÁTER PRÁTICO DO MODELO DE ENSINO

Maurício Lemos destaca que cada etapa de preparação foi desenhada passo a passo. “Foram inúmeras reuniões semanais via Sebrae Minas, nos permitindo estruturar a estratégia de internacionalização da Sapiens para participar da missão com segurança”, diz. Maurício voltou da viagem com cinco contratos fechados na Europa, tendo uma empresa multinacional entre os novos clientes. Outro dado positivo foi a ampliação da rede de contatos. “Fizemos mais de 170 atendimentos e trouxemos 25 *leads* bem qualificados”, acrescenta o CEO.

O bom resultado é atribuído ao preparo prévio viabilizado pelo Sebrae Minas. Segundo Maurício, a instituição ajudou a Sapiens a conhecer a organização do evento, aprender sobre como se comportar nas negociações e saber que tipo de pessoa contatar. “Tínhamos somente uma ideia na cabeça, e o programa descortinou tudo. A cada semana íamos ampliando a visão e nos estruturando, até que materializamos a internacionalização”, recorda.

IMPACTOS

Ao se inscrever para participar da missão do Sebrae Minas, a Wonder DataLabs mirava os Estados Unidos, mas acabou descobrindo um caminho no mercado europeu. Atuando com análise de dados para o setor de petróleo e gás, a *startup* de Itajubá conseguiu migrar de uma simples ideia para um produto viável e lucrativo em menos de dois anos.

Para o CEO Diego Mercadal, o valor da missão superou muito os *leads* comerciais: “O trabalho gerou parcerias que já estão abrindo os caminhos para a DataLabs na Europa, graças aos contatos mantidos com a consultoria internacional PwC, a empresa

norueguesa NORTECH.AI e a Unicorn Factory, uma das maiores aceleradoras de *startups* europeias”.

Alfredo Vespa, cofundador da Wonder DataLabs, afirma que a preparação ofertada pelo Sebrae Minas foi essencial. “Somos engenheiros, ou seja, temos um olhar muito técnico. Por isso, precisávamos das táticas aplicadas pelo Sebrae para nos posicionarmos de forma estratégica no evento”, diz. Ele relata que houve vários meses de reuniões semanais junto a outras empresas no Brasil. “Nós gostávamos muito do conceito de Roundtable que o Sebrae nos trouxe, colocando várias *startups* reunidas, na qual debatíamos sobre uma situação comum para todas. Depois, em Madrid, nos reunimos novamente para ajustar o *pitch* para os encontros que aconteceriam. Foi tudo muito profissional, colaborativo e assertivo”, recorda.

QUER PARTICIPAR
DA JORNADA DE
INTERNACIONALIZAÇÃO?

ACESSE O QR CODE E PROCURE O SEBRAE MINAS.



MERCADO INTERNACIONAL ACESSÍVEL A PEQUENAS EMPRESAS

Foi-se o tempo em que o mercado internacional era uma alternativa acessível somente a grandes empresas. Com as tecnologias e ferramentas atuais, um pequeno negócio no Brasil pode, sim, levar seu produto ou serviço a várias partes do mundo – e vice-versa. O Sebrae Minas promove missões internacionais justamente para desmitificar a internacionalização entre os pequenos negócios mineiros, de vários setores produtivos.

Em 2024, 26 missões foram realizadas e 208 empreendedores puderam ampliar sua visão sobre o mercado externo. Participaram negócios dos setores de moda e queijo Canastra, no Centro-Oeste; mel de aroeira e beleza, no Norte; leite, no Sul; e educação, gastronomia e *startups*, em diversas regiões do estado. “Ir a uma missão internacional é como prever o futuro, pois o empresário consegue antever o que virá para o Brasil nos próximos anos. Assim, ele se antecipa e implementa boas práticas previamente, a partir do aprendizado obtido”, explica o analista do Sebrae Minas Jefferson Dias Santos.

A empresária Kescia Silvia Dourado Madureira foi uma das selecionadas pelo programa Prepara Gastronomia para participar da missão empresarial do Sebrae Minas, que visitou Lima e Arequipa,

no Peru. E voltou com uma ideia para implementar na Pousada e Restaurante Recanto das Pedras, localizada em Januária, no Norte de Minas. “Lá, todos os negócios ofereciam um coquetel típico aos visitantes, o Pisco Sour. Ao retornar, eu peguei a minha cachaça e elaborei um drink, o Pêsko Peruaçu, que passei a oferecer aos meus clientes”, conta.

Para ela, a missão possibilitou compreender que a gastronomia é um ponto forte para desenvolver qualquer ponto turístico. “Foram dez dias visitando vários estabelecimentos em Lima e Arequipa, entendendo a gastronomia local. É perceptível que quem viaja está em busca de comer e ter experiências”, avalia. Agora, a empresária planeja melhorar o espaço do seu negócio e valorizar o diferencial da culinária “do interior”. “Quero propor a experiência de estar num lugar lindo, no meio do mato, numa pousada que te oferece a comidinha mineira, com tempero da roça e com gosto de comida de mãe e de vó.”

Outro participante da missão ao Peru foi Fernando Abdallah, proprietário da Fornaça Pizzaria, em Uberaba. A experiência de visitar locais renomados, como o restaurante da escola francesa Le Cordon Bleu, a escola de gastronomia do Centro de Fomento ao Turismo no Peru e o restaurante

do chef Palmiro Ocampo Grey, mostrou ao empresário o quanto o êxito de uma cidade turística está relacionado à gastronomia. “Foi uma experiência completa. Pudemos conhecer a cultura e a história, interagir com os proprietários, entender parte técnica e teórica, para, depois, visitar vários estabelecimentos, degustar e experimentar na prática”, relata.

Abdallah destaca, sobretudo, a possibilidade de mesclar o requinte de locais de renome com a tradição local. “Conhecemos chefs famosos na maior escola de gastronomia do mundo, em Lima, que atende a 1.200 estudantes, ao mesmo tempo em que estivemos nas picanterias de Arequipa, com as ‘cozinheiras raiz’, que plantam seus próprios alimentos e mantêm técnicas tradicionais muito antigas”, lembra.

Hoje, o empresário diz estar muito mais aberto a inovações. A ideia é seguir valorizando a cultura regional por meio de releituras, sem deixar de lado as tradições e as raízes.



Arquivo pessoal



Programa Prepara Gastronomia realizou uma missão empresarial a Lima e Arequipa, no Peru

O FUTURO DO CERRADO

Sebrae fomenta proteção e conservação do bioma

THAÍS NASCIMENTO



O Cerrado ocupa cerca de 54% do território de Minas Gerais

Adobe Stock

Por definição, biomas são conjuntos de ecossistemas (vegetal e animal) com diversidade biológica própria e, por isso, cumprem papel importante na manutenção do equilíbrio ecológico global. No Brasil, há seis biomas, entre os quais o Cerrado, que cobre 25% do território nacional, de acordo com o Ministério do Meio Ambiente, e abriga mais de 6 mil espécies de árvores e 800 aves catalogadas. Em Minas, o bioma ocupa cerca de 54% da extensão do estado, abrangendo 55 municípios do Triângulo, Alto Paranaíba, parte do Alto São Francisco e Noroeste, incluindo áreas de grande representatividade econômica.

Especialistas apontam que ações como a exploração desenfreada dos recursos naturais, as queimadas e o desmatamento, somados aos efeitos das mudanças climáticas, têm colocado a sobrevivência do Cerrado em risco. Nesse contexto, incentivar soluções inovadoras, que aliam sustentabilidade ambiental, social e econômica, é essencial para garantir a conservação do bioma.

Com o propósito de fomentar iniciativas empreendedoras que contribuam para o futuro desse patrimônio natural, o Sebrae promoveu o Inova Cerrado. Realizado em âmbito nacional, o programa apoia o desenvolvimento de empreendimentos e ideias inovadoras que visam à preservação e ao uso sustentável do bioma. No ano passado, 270 ideias foram contempladas em nove estados: Bahia, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Piauí e Tocantins.

FASES

A metodologia do Inova Cerrado compreende dois módulos. O primeiro é o de Ideação, que contempla o estágio inicial da ideia ou

NOVA ECONOMIA PARA TERRITÓRIOS

O Inova Cerrado faz parte do Inova Biomas, iniciativa do Sebrae para impulsionar o ecossistema empreendedor nas mais diversas regiões do país. O precursor foi o Inova Amazônia, em 2022, seguido pelas versões para Cerrado e Pantanal. “Com o Inova Biomas, objetivamos criar uma nova economia para esses territórios, de forma que tenhamos uma alternativa inteligente, responsável e rentável, por meio da inovação”, aponta Philippe Figueiredo, analista de inovação do Sebrae Nacional.

produto. Durante três meses, capacitações e mentorias são realizadas para validar a ideia perante o mercado. E a conclusão se dá por meio de um *demoday*, um grande evento de apresentação dos projetos, com premiação das três ideias vencedoras.

Já o segundo módulo é denominado Tração com um trabalho personalizado para propor soluções para as necessidades das participantes, visando fortalecer sua presença no mercado. Sua duração é de seis meses, período em que o participante recebe uma bolsa-sócio-empresário, para que possa se dedicar integralmente ao projeto.

Em Minas Gerais, a fase de Ideação ocorreu no segundo semestre de 2024. De um total

Pedro Tomaz é diretor-executivo da Predativa, empresa que produz insumos para a criação de insetos usados no controle de pragas em plantações



Pedro Vieira

de 92 inscrições, foram selecionados 30 empreendimentos e ideias. Os critérios utilizados envolveram desde potencial para atender a determinada demanda do mercado, diferencial em relação aos concorrentes e impacto socioambiental, até capacidade técnica da equipe envolvida em torno da ideia.

O evento de encerramento da Ideação ocorreu em 30 e 31 de janeiro de 2025, em Uberaba. Dezenove participantes apresentaram suas ideias, e os três vencedores foram anunciados: Predativa, Smart Timber e Chama Segura. “O Cerrado é essencial ao equilíbrio ambiental do Brasil, gerando recursos valiosos e abrigando uma rica biodiversidade. Assim, concluímos o módulo de ideação com projetos promissores, que contribuem diretamente para a preservação

desse bioma”, ressalta a analista do Sebrae Minas Luisa Vidigal.

Ainda não há previsão para a segunda edição do Inova Cerrado Ideação, com o módulo Tração sendo realizado ao longo de 2025.

INSETOS DO BEM

Uma das vencedoras foi a Predativa, de Patos de Minas, Noroeste do estado. A empresa desenvolve equipamentos, *software* e automação industrial para a criação de insetos predadores usados no controle de pragas em plantações. “O uso de insetos é estudado em todo o mundo por sua eficácia e sustentabilidade no controle de pragas agrícolas”, ressalta Pedro Tomaz, diretor-executivo da Predativa. Ele observa que a tecnologia permite reduzir de forma significativa a utilização

de pesticidas químicos e, em consequência, os impactos negativos causados aos recursos naturais e à saúde humana.

O empreendedor conta que a ideia surgiu em um trabalho com o Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), no qual foi observada a eficácia do uso de insetos predadores no controle biológico de pragas agrícolas. No entanto, era necessário criar soluções para produzi-los. Isso foi viabilizado por meio de editais de fomento, tendo como resultado o desenvolvimento de equipamentos inéditos no mercado, que apresentaram grande facilidade de manuseio.

A tecnologia desenvolvida e premiada no Inova Cerrado foi a biounidade automatizada *on farm*, que é instalada diretamente nas áreas de plantações e pode ser operada pelo próprio produtor rural. Ela é composta por uma estufa que garante o controle climático para a reprodução de insetos predadores de pragas. A temperatura é controlada por meio de um sistema atrelado, que mantém o ambiente adequado à reposição de alimentos e à limpeza dos equipamentos. Além disso, a tecnologia é capaz de substituir boa parte da mão de obra necessária à reprodução dos insetos.

Para melhor manuseio da biounidade, a *startup* oferece os insumos necessários à criação dos insetos, consultoria para o entendimento da tecnologia e um *software* de operação da estufa. A novidade está em fase de validação, com testes em campo na cultura de café na Fazenda Estrela Carvalho, em Coromandel, no Triângulo Mineiro.

O TERMO **GREENTECH** DENOMINA EMPRESAS DE TECNOLOGIA COM ATIVIDADES VOLTADAS PARA A SUSTENTABILIDADE, A PRESERVAÇÃO DE RECURSOS NATURAIS E A CONSERVAÇÃO AMBIENTAL.

A participação da empresa no Inova Cerrado contribuiu para o alinhamento do modelo de negócio, definição do público-alvo e *networking* com atores estratégicos. Após os testes em campo, a *startup* pretende oferecer mais biounidades ao mercado e alavancar mais recursos para investir em uma maior capacidade produtiva, que será viabilizada com a premiação no programa. “A premiação será de grande importância para a produção de mais equipamentos e a oferta da tecnologia sustentável para cada vez mais produtores”, comemora Tomaz.

MADEIRA LEGAL

Outra ideia vencedora no Inova Cerrado foi a da **greentech** Smart Timber, localizada em Lavras, no Sul de Minas. A empresa criou uma plataforma que utiliza inteligência artificial para a rastreabilidade da madeira utilizada na fabricação de móveis, de forma a possibilitar a identificação de sua origem.

Seu fundador, Paulo Duarte, é engenheiro ambiental e teve a ideia durante o mestrado e o doutorado em Ciência e Tecnologia da Madeira na Universidade Federal de Lavras (UFLA). Em 2020, ele criou uma conta no Instagram, de forma despretensiosa, para compartilhar seus estudos. A partir daí, portas se abriram.

No Inova Cerrado, em conjunto com um desenvolvedor de *software*, que é seu sócio, Duarte encontrou um caminho para combater a comercialização de madeira de origem ilegal, para prevenir impactos de ordem financeira, social e ambiental.

A ideia consistia na criação de um sistema operado por inteligência artificial, para reunir informações sobre cerca de 20 espécies de madeira nativa. O empresário explica que a solução se baseia em gêmeos digitais, ou seja, a representação virtual de processos, objetos

ou sistemas físicos. “Então, trabalhamos para digitalizar a operação de logística e de gestão simplificada da madeira. Há um sistema, e nós conseguimos fazer algumas automações por inteligência artificial para garantir a procedência da madeira”, explica.

A ferramenta funciona da seguinte forma: o usuário acopla à câmera do celular uma lupa específica para análise da madeira. Ao gerar a imagem para o módulo de identificação do *software*, a madeira é reconhecida e são informadas suas principais características, como espécie, localização, acabamento.

O DOCUMENTO DE ORIGEM FLORESTAL (DOF) É OBRIGATÓRIO PARA TRANSPORTE DOS PRODUTOS FLORESTAIS NO BRASIL E COMPROVA SUA PROCEDÊNCIA.

Os dados informados no módulo de identificação são incluídos pelo gestor do sistema, no caso, a empresa fornecedora da madeira. As informações podem ser preenchidas por meio do **Documento de Origem Florestal (DOF)** ou de forma manual.

A ideia encontra-se em processo de validação por dois clientes e, a partir dos *feedbacks*, a expectativa é aprimorar cada vez mais as funcionalidades da plataforma e aumentar a base de clientes.

Duarte ainda observa que o produto florestal pode ter duas origens: legal, quando é conectado ao meio ambiente e a práticas sustentáveis, ou a rastros de ilegalidade, como desmatamento não consentido e comércio proibido. “Logo, a pergunta que fazemos é: em qual dos dois lados o cliente quer estar?”

Paulo Duarte, fundador da Smart Timber, criou uma plataforma para rastrear a procedência da madeira



Arquivo pessoal

A Chama foi idealizada por dois brigadistas florestais voluntários de Belo Horizonte, Adualdo Rodrigues e Lucas Leal *(na foto)*



Pedro Vilela

COMBATE A INCÊNDIOS

A criação do aplicativo Chama foi mais uma iniciativa premiada. O objetivo da plataforma é organizar as informações das brigadas voluntárias de incêndio de todo o mundo em uma só ferramenta, contribuindo para a agilidade no atendimento de ocorrências. O *app* reúne informações como localização das brigadas, escalas, acionamento para atendimento, acesso a satélites, dados de incêndios em tempo real e informações específicas sobre os brigadistas, como tipo sanguíneo, comorbidades, entre outras.

A ferramenta será lançada ainda no primeiro semestre nas lojas de aplicativos, e a prioridade dos criadores é assegurar seu pleno funcionamento para atender às necessidades das brigadas e auxiliar o atendimento de ocorrências. Após o lançamento, a expectativa é

disponibilizar as mesmas informações em um site acessível por qualquer dispositivo, com o objetivo de democratizar o acesso aos dados.

O Chama foi idealizado por dois brigadistas florestais voluntários de Belo Horizonte, Adualdo Rodrigues e Lucas Leal. "As informações existiam, mas de forma dispersa. E quando estamos em uma ocorrência, precisamos de dados referentes aos brigadistas e contatos de forma muito ágil", relata Rodrigues. Ou seja, o *app* visa subsidiar os setores público e privado de informações sobre as brigadas de incêndio, conferir reconhecimento a grupos que trabalham em campo e contribuir para uma ação ainda mais eficaz nas ocorrências. "Quando fornecemos recursos para empresas e governos, temos a possibilidade de que o trabalho seja reconhecido e que novos grupos sejam criados para combater incêndios", acrescenta Leal.

ACOMPANHE AS TENDÊNCIAS

Independentemente do porte, negócios precisam estar atentos às mudanças no padrão de consumo do seu público


CRISTINA MOTA



Uma peça que há dois anos era considerada essencial ao guarda-roupa feminino pode, atualmente, ser tida como inadequada pelo mesmo grupo que a havia adotado. Ritmo musical, preferências gastronômicas e opções de entretenimento também podem estar sujeitos ao mesmo movimento, assim como outras tendências. Isso ocorre porque mudanças em estilos de vida e de valores e necessidades são uma constante na sociedade – e impactam diretamente o padrão de consumo das pessoas.

Por isso, as empresas precisam não só conhecer o seu público, mas estar constantemente atentas às transformações que podem alterar suas preferências. Só assim conseguem antecipar-se no momento certo e otimizar resultados.

Nesta edição, a Revista Histórias de Sucesso ouviu Priscilla Seripieri, Head of Business & Operations Mindset LATAM da WGSN, que atua globalmente na previsão de tendências. Ela compartilhou algumas perspectivas traçadas pela empresa para o momento atual e os próximos dois anos.



**A PRINCIPAL
ESTRATÉGIA É
SEMPRE PRIORIZAR
E OBSERVAR O
CONSUMIDOR**



QUAIS SÃO AS TENDÊNCIAS DE CONSUMO QUE DEVEM PREDOMINAR NESTE E NO PRÓXIMO ANO, DE FORMA GERAL?

São inúmeras as tendências mapeadas na WGSN para os próximos anos, mas destaque algumas identificadas em um *report* que fizemos sobre os compradores de 2025. A primeira refere-se aos gastos emocionais: os compradores buscarão experiências sensoriais e inspiradoras, que refletirão uma busca mais profunda por significado e estabilidade em meio à volatilidade econômica global. Há também o que chamamos de “bem-estar sobrecarregado”, que fará com que os compradores se sintam pressionados a agir de forma a sentir-se saudáveis. Outra tendência é a busca da transparência: os consumidores questionarão a validade das alegações relacionadas à sustentabilidade e buscarão tomar decisões de compra mais informadas.

COMO AS MARCAS E NEGÓCIOS, INCLUSIVE OS PEQUENOS, DEVEM SE PREPARAR PARA PENSAR AS ESTRATÉGIAS BASEADAS NESSAS TENDÊNCIAS?

É importante que marcas e negócios entendam como podem atuar como catalisadores, de forma a ajudar o consumidor a enfrentar esse novo cenário. Pequenos negócios costumam ser mais ágeis e autônomos e podem lançar mão de estratégias que ajudem o consumidor que busca transparência, por exemplo.

COMO A WGSN PREVÊ TENDÊNCIAS?

Trabalhamos por meio de nossa metodologia exclusiva, combinando dados quantitativos e qualitativos com conhecimento global, especializado, que envolve todas as indústrias. Além disso, dispomos de uma variedade de metodologias de pesquisa para prever o futuro de curto e longo prazo, de 3 a 5 anos.

PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS, QUE, EM GERAL, NÃO CONTAM COM EQUIPES ESPECIALIZADAS OU RECURSOS PARA INVESTIR, QUAIS SÃO OS CAMINHOS PARA SE MANTER EM DIA COM AS TENDÊNCIAS DE CONSUMO?

A principal estratégia é sempre priorizar e observar o consumidor. Ele é o ponto central e comanda toda a jornada de consumo. Portanto, entender o que o consumidor quer e o que está por trás de suas demandas ajuda os empreendedores a acompanhar os movimentos que estão surgindo e ganharão força com o passar do tempo.

TEMOS NOVOS PERFIS DE CONSUMIDORES? QUAIS SÃO ELES?

Anualmente, a WGSN lança um report sobre o consumidor do futuro e, em 2025, já temos mapeados quatro perfis para

2027: guardiões da privacidade, convencionais, neoindependentes e energizadores.

Os guardiões da privacidade incluem aqueles que estão resistindo a estilos de vida sempre ativos, motivados pelo ceticismo tecnológico e pelo desejo de proteger seus dados, sua herança cultural e sua saúde mental e recuperar o controle e a alegria. Os convencionais reúnem os que estão trocando a cultura da agitação pelo descanso, criatividade e conforto, redefinindo o sucesso na era digital enquanto buscam experiências e produtos que gerem conexões na vida real.

Já os neoindependentes são os que, em uma era de desconfiança, na qual a opinião supera a experiência, combaterão a desinformação com uma abordagem rebelde e vigilante e esperarão mais responsabilidade das marcas. Por fim, o grupo dos energizadores abraçará o humor e brincará em um mundo sério, tratando a diversão como um direito fundamental. Rejeitando a IA, eles usarão a imaginação para definir a “fun-tilidade” como sua nova medida de sucesso.



**OS COMPRADORES
BUSCARÃO EXPERIÊNCIAS
SENSORIAIS E
INSPIRADORAS, QUE
REFLETIRÃO UMA
BUSCA MAIS PROFUNDA
POR SIGNIFICADO E
ESTABILIDADE**



AS REDES SOCIAIS E OS MEIOS *ON-LINE* CONTINUAM FORTES PARA COMUNICAÇÃO E VENDAS?

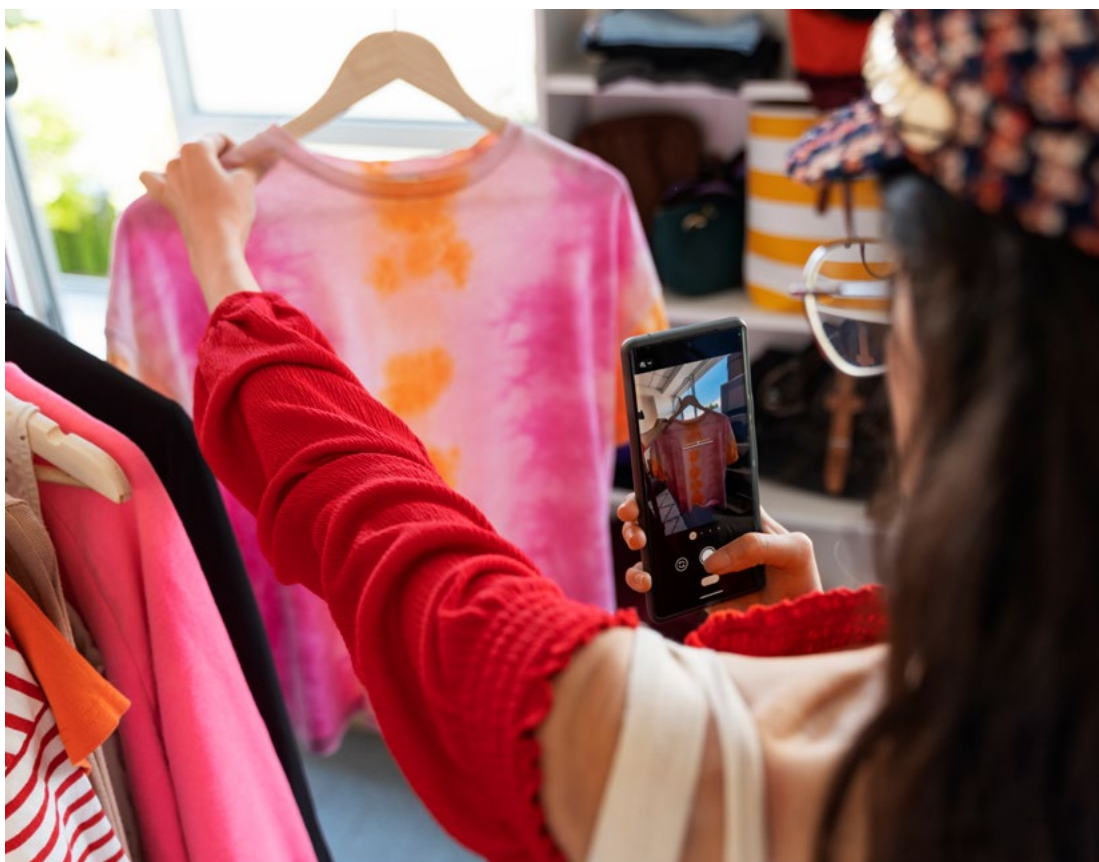
Segundo um report da WGSN, com mais pessoas priorizando a saúde mental, a internet vai atravessar um processo de “encolhimento” nos próximos anos, à medida que o nicho passa a ser a norma e mais usuários optam por plataformas baseadas em interesses e menos limitadas pelos algoritmos. Preservar a internet para as gerações futuras, promovendo momentos de contentamento e microalegrias, será fundamental para conquistar o público das redes sociais em 2026.

A SUSTENTABILIDADE, POR MEIO DO CONSUMO COLABORATIVO, OS PRODUTOS *ECO-FRIENDLY* E A ESCOLHA DE ITENS ARTESANAIS, QUE VALORIZAM COMUNIDADES, TÊM SIDO CRESCENTES NOS ÚLTIMOS ANOS. ISSO DEVE PROSSEGUIR?

Sem dúvida! A fadiga das tendências está fazendo com que os consumidores reavaliem seus padrões de consumo. Produzir sob demanda é uma forma de desacelerar esse ciclo de consumo desenfreado. Além disso, investir em serviços de reparo customizados também é uma excelente aposta, uma vez que as marcas têm a oportunidade de oferecer um tipo de luxo mais individualizado ao seu público.



A FADIGA DAS TENDÊNCIAS ESTÁ FAZENDO COM QUE OS CONSUMIDORES REAVALIEM SEUS PADRÕES DE CONSUMO



Freepik

EMPREENDEDOR NATO

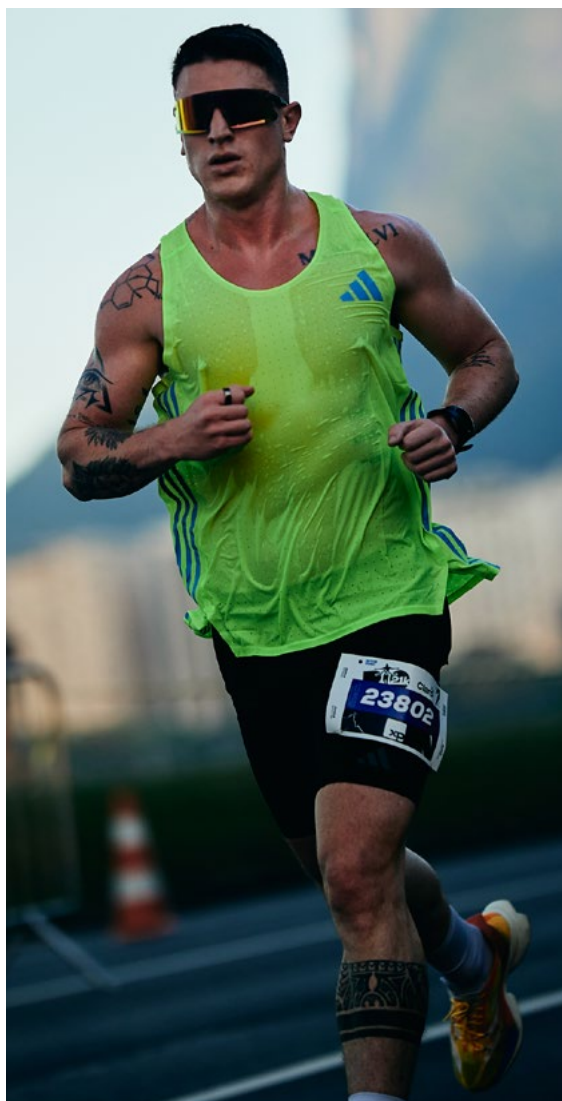
Ex-aluno da Escola do Sebrae, Yann Rodrigues está à frente de negócios para praticantes de corrida

Tenho 28 anos e sou empreendedor e influenciador digital na área do bem-estar: tenho seis empresas que solucionam as dores de quem pratica exercícios físicos, sobretudo a corrida.

Minha trajetória começou na Escola do Sebrae, onde cursei o ensino médio e me formei, em 2014. Essa vivência foi fundamental, pois o método de ensino é diferente do tradicional, permitindo que eu expandisse ainda mais a mente e validasse o meu desejo de construir uma carreira no empreendedorismo. Aos 16 anos, já fui emancipado para empreender em uma produtora de eventos de Belo Horizonte.

Quando saí da Escola do Sebrae, ganhei uma bolsa para estudar *business* na Lindenwood University, em Illinois, nos Estados Unidos. Lá tive a primeira experiência como influenciador, ao criar um canal no YouTube para mostrar a vida como estudante fora do Brasil. Foi quando percebi que poderia empreender na área de influência.

Meu pai é ultramaratonista e corre por longas distâncias. Quando eu estava no último ano de faculdade, ele foi desligado da



Arquivo pessoal

CONTE SUA HISTÓRIA!

VOCÊ É MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL OU TEM UM PEQUENO NEGÓCIO DE SUCESSO E GOSTARIA DE COMPARTILHAR SUA HISTÓRIA INSPIRADORA COM OUTROS EMPREENDEDORES? ENTÃO, MANDA PRA GENTE! ACESSE O QR CODE E PREENCHA O FORMULÁRIO!



empresa onde trabalhava e, juntos, tivemos a ideia de criar um negócio atrelado à corrida. O Além da Corrida surgiu em 2018 como um curso digital de *mindset* para corredores e, depois, tornou-se uma assessoria 100% *on-line*. Muita gente duvidou da ideia, mas saímos de “malucos” para “gênios”, pois, com a pandemia da Covid-19, as pessoas precisaram treinar *on-line* e ficamos muito bem posicionados.

Logo, com apenas 23 anos já era sócio de uma empresa que estava crescendo bem. No entanto, eu sabia que podia fazer muito mais. Estudava *marketing* digital e percebia que o brasileiro tem preferência por conteúdos de humor mais leve e, por isso, em abril de 2021, criei um perfil no Instagram sobre corrida, com humor e alto-astral.

A partir daí, conquistei muita audiência de forma rápida e, em apenas quatro meses, minha conta atingiu 100 mil seguidores. Foi um marco que destacou a responsabilidade de gerar valor para essa audiência, ajudando o público interessado no tema a resolver suas dores. Mais ainda, confirmou que essa área é um bom nicho para empreender.

Nesse caminho, criei várias soluções voltadas para *wellness*. Fundei uma agência que só trabalhava com influenciadores de corrida, da qual fui sócio até o fim de 2023. Também tenho participação em uma clínica dermatológica e de estética com soluções para corrido-

res e pessoas que praticam exercícios. Outro negócio é a Bora, assessoria de corrida que, no fim de 2024, tinha 2,8 mil alunos e pontos físicos em Belo Horizonte, Contagem, Lagoa Santa, Natal, Balneário Camboriú, Itajaí, Rio de Janeiro e São Paulo.

Em 2024, criamos o Let’z Gum, o primeiro chiclete energético do país, com o apoio de um grande amigo e sócio, o Fernando Costa. Criamos a marca e o produto ouvindo nossa audiência, que sugeriu a cor, o sabor, o nome e o tipo de produto. Registramos a criação nas redes desde o dia “zero”, o público pôde acompanhar tudo, e isso fez a marca crescer muito. Em apenas três meses, a Let’z faturou R\$ 600 mil.

Atualmente, tenho 70 funcionários em todas as empresas do grupo e a parceria de 200 influenciadores que divulgam a Let’z. O faturamento em 2024 foi de mais de R\$ 15 milhões. No planejamento de 2025, a meta é bater os R\$ 20 milhões. Para a Bora, queremos chegar a outras dez cidades; e para a Let’z, queremos faturar R\$ 1 milhão, além de lançar dois novos sabores.

Empreender é isto: você resolver o problema dos outros, gerar valor e, consequentemente, retornar para você na forma de resultados, lucros e faturamento. E sou muito grato à Escola do Sebrae, que me apresentou o caminho do empreendedorismo.



**SOU MUITO GRATO À
ESCOLA DO SEBRAE,
QUE ME APRESENTOU
O CAMINHO DO
EMPREENDEDORISMO**



CONHEÇA O EMPREENDEDOR

E SEUS NEGÓCIOS ACESSANDO OS QR CODES



YANN RODRIGUES



BORA ASSESSORIA



LET'Z GUM

O QUE VEM POR AÍ

NRF Retail's Big Show apresenta temas e movimentos previstos para o mercado varejista

CRISTINA MOTA



Freepik

“Quem chega primeiro bebe água limpa.” O ditado popular faz muito sentido quando aplicado ao contexto das empresas, especialmente do varejo: elas precisam conhecer as novidades e os rumos do mercado, além das mudanças no comportamento do consumidor,

a fim de preparar o negócio e buscar melhores resultados. Nesse sentido, um dos principais norteadores de informações é a feira NRF Retail's Big Show, organizada pela National Retail Federation, dos Estados Unidos, elencada entre os maiores eventos mundiais do setor.

A feira é realizada anualmente em Nova York, nos Estados Unidos, e, em 2025, ocorreu em janeiro, apresentando temas e movimentos que o mercado varejista pode esperar para os próximos meses.

Felipe Leal, sócio da plataforma de conhecimentos StartSe, participou do NRF. Ele afirma que a feira é “um ponto de encontro obrigatório da indústria, pois também propicia momentos de networking entre os principais *players*.” O especialista lembra que temas como IA, *Retail Media*, prevenção de fraudes e previsão do

comportamento do consumidor foram tendências apontadas na NRF de 2024, cenário que se confirmou, com os temas seguindo em alta. “IA continua como uma das principais pautas não só do varejo, mas de gestão e tecnologia como um todo. Os demais temas também, com destaque para fraudes e cybersegurança, que são correlatos.”

Para 2025, Felipe selecionou cinco entre as diversas tendências destacadas na NRF e que devem estar no radar do varejo. Confira na arte abaixo:



JORNADA RUMO À EVOLUÇÃO DIGITAL

Trilha de aprendizagem gratuita auxilia pequenos negócios no
uso da tecnologia para impulsionar resultados

THAÍS NASCIMENTO



Muito mais do que a presença de um negócio nas redes sociais, a transformação digital envolve diversas questões, como, por exemplo, o aprimoramento das estratégias e dos processos de produção e de gerenciamento de vendas com o uso de sistemas,

automação, entre outras possibilidades. “A transformação digital já faz parte da vida das empresas, é um caminho sem volta. Muitos empreendedores cuidam de tudo – marketing, contabilidade, gestão de equipe – e a digitalização os ajuda a otimizar processos

DIGITALIZAÇÃO NOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Seis em cada dez empreendedores mineiros pretendem investir na digitalização de seus negócios nos próximos 12 meses. É o que apontou pesquisa “Digitalização nos Pequenos Negócios”, realizada em fevereiro de 2025 pelo Sebrae Minas. O estudo trouxe informações diversas, como áreas de atuação, principais desafios enfrentados na Jornada de Digitalização e visão dos empreendedores sobre o processo, entre outras.



ACESSE

CONFIRA A PESQUISA
COMPLETA USANDO O QR CODE

e aumentar a produtividade”, destaca Carla Gobb, analista do Sebrae Minas.

Ou seja, a transformação digital envolve o uso da tecnologia como ferramenta para impulsionar o crescimento sustentável de uma empresa. E para ajudar os pequenos negócios a entender como deve se dar o percurso e levar adiante a evolução digital dos empreendimentos, o Sebrae Minas desenvolveu a Jornada de Digitalização, uma trilha de aprendizagem gratuita, que está disponível na plataforma Sebrae Play.

COMO FUNCIONA

A Jornada de Digitalização é estruturada em etapas, que começam por um diagnóstico digital da empresa, o chamado Índice de Maturidade Digital. Por meio de um questionário, avalia-se o nível de evolução tecnológica da empresa, a partir de cinco eixos temáticos: presença digital, comunicação e branding, vendas e atendimento, finanças e pagamento e processos de gestão.

Com base nas respostas, o empreendedor é classificado em um dos quatro níveis de maturidade digital: iniciante, aprendiz, empreendedor e inovador. E para cada um dos estágios há uma trilha a ser percorrida na Jornada de Digitalização. As videoaulas são apresentadas em formato de pílulas, e cada módulo segue uma sequência estruturada, com objetivos específicos e aplicações práticas. “O modelo parte de conhecimentos básicos e propõe que os empreendedores progridam até alcancem estratégias de alta complexidade para transformar digitalmente seus negócios”, pontua Carla Gobb.

Ao fim da jornada, o empreendedor recebe um certificado e a indicação de outros cursos e soluções disponíveis no Sebrae Play e no portfólio do Sebrae Minas. “Nosso objetivo é estimular a continuidade das capacitações, para possibilitar a evolução do negócio”, frisa a analista.

VALE A PENA

COMECE SUA JORNADA AGORA
MESMO USANDO O QR CODE



FERRAMENTAS DE IA NA EDUCAÇÃO

CER Polo Sebrae lança série para educadores, com vídeos e *e-book*

A inteligência artificial é um dos assuntos mais discutidos dos últimos tempos e, assim, não poderia ficar fora do conteúdo do CER Polo Sebrae de Educação Empreendedora. Recentemente, a plataforma lançou a série “Educação do Futuro - IA e Novas Tecnologias”, produzida com Tony Ventura, um dos principais palestrantes de IA e tecnologia para educação do mundo.

Com acesso totalmente gratuito via canal do CER no YouTube, a série tem diversos vídeos que demonstram como utilizar as ferramentas de IA de forma prática. Há, também, um e-book exclusivo sobre o tema. Os educadores poderão conhecer ferramentas de transcrição de áudio, geração instantânea de imagens, uso da inteligência artificial na preparação, planejamento de projetos e aulas.

O Polo CER Sebrae de Educação Empreendedora visa produzir e compartilhar conhecimento, elaborar estudos,

pesquisas e ferramentas com foco no desenvolvimento e fomento da educação empreendedora. Um dos seus objetivos é ser uma ponte entre o universo acadêmico e o mercado.

EDUCADOR, ATUALIZE-SE



ASSISTA À
SÉRIE NO
YOUTUBE, USE
O QR CODE



FAÇA O
DOWNLOAD
DO E-BOOK
EXCLUSIVO COM
O QR CODE



Divulgação

**TÁ NA HORA
DE VENDER MAIS.
E COM O SEBRAETEC,
TÁ NA MÃO!**



O programa **Sebraetec** é uma consultoria de inovação que oferece:

- **Atendimento personalizado.**
- **Especialistas de mercado.**
- **Soluções sob medida.**
- **Tecnologias e serviços diferenciados.**

São mais de **80 produtos** disponíveis
para a sua empresa.

VOCÊ ESCOLHE O QUE PRECISA E O
SEBRAE PAGA ATÉ 70% DA CONTA.



ACESSE O SITE E ENCONTRE O SEU PRODUTO
sebraetec.sebraemg.com.br

Para mais informações,
procure o Sebrae
da sua cidade.





Na hora de cuidar do seu negócio, é melhor consultar quem entende. O Sebrae oferece consultorias sob medida para pequenos negócios em todas as fases, da ideia ao mercado.

Descubra todas as possibilidades das consultorias do Sebrae para melhorar sua empresa.

Acesse sebraemg.com.br.



0800 570 0800