

HISTÓRIAS DE SUCESSO



MAI-JUN 2025 ANO 4 Nº 017

INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

TURISMO NO VALE DO AÇO

Rota Vales dos Tropeiros cria novas
oportunidades para empreendedores da região

+ INDÚSTRIA IMPULSIONA A COMPETITIVIDADE DE PEQUENOS NEGÓCIOS DO SETOR

PROGRAMA PREPARA GASTRONOMIA: DE MINAS PARA TODO O BRASIL

Maratona da Indústria

Pequenos Negócios, Grandes Resultados

Você, empreendedor da indústria mineira, está pronto para dar o próximo passo?

A **Maratona da Indústria** é o programa do **Sebrae Minas** que vai transformar micro e pequenas indústrias em protagonistas do desenvolvimento competitivo e sustentável.



Com uma jornada completa de **qualificação em gestão, inovação, processos, estratégias, acesso a mercados e sustentabilidade**, sua pequena indústria estará preparada para crescer com eficiência e conquistar novos espaços na cadeia produtiva.

Conecte sua indústria ao futuro.
Participe da Maratona da Indústria.
Procure o Sebrae do seu município.

 **INDÚSTRIA**
SEBRAE

IMPULSO PARA O TURISMO EM MINAS GERAIS



O turismo representa quase 7% do Produto Interno Bruto (PIB) de Minas Gerais e movimenta uma cadeia produtiva robusta, gerando milhares de empregos diretos e indiretos. Em 2024, o estado liderou o ranking nacional de fluxo turístico pelo segundo ano consecutivo, com mais de 32 milhões de visitantes, um crescimento de 10,6% em relação ao ano anterior, segundo dados do IBGE e do Ministério do Turismo.

Tal crescimento abre um campo fértil para o empreendedorismo. Pequenos negócios voltados à hospitalidade, gastronomia, artesanato, ecoturismo e serviços digitais têm encontrado no turismo uma alternativa para ampliar sua atuação e conquistar novos mercados. Atento a esse potencial, o Sebrae Minas tem fomentado o surgimento de oportunidades de geração de trabalho e renda no setor. O programa

Check-in Turismo é o eixo estruturante das ações. Em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (Secult-MG), prefeituras, entidades locais e lideranças regionais, a instituição apoia municípios e pequenos negócios em todas as regiões mineiras, atuando na criação de rotas, estruturação de produtos turísticos, fortalecimento das instâncias de governança, qualificação empresarial e acesso a novos mercados.

Nesta edição da Histórias de Sucesso, destacamos algumas dessas iniciativas, como a Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo, no leste de Minas Gerais, a Rota Caminhos Franciscanos, no Vale do Jequitinhonha e Mucuri, e a Rota Caminho de Nossa Senhora da Lapa, no Noroeste mineiro.

Boa leitura!



Alessandro Carvalho

MARCELO DE SOUZA E SILVA

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

HISTÓRIAS DE
SUCESSO

SUMÁRIO

6

Lançado em 2024, o programa Maratona da Indústria oferece soluções focadas nos desafios do setor

OS SETORES DA INDÚSTRIA, DO COMÉRCIO E DE SERVIÇOS IMPULSIONAM A ECONOMIA MINEIRA, RECEBENDO O APOIO DO SEBRAE MINAS VIA PROGRAMAS E PROJETOS QUE VISAM AO APRIMORAMENTO E AO CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS. CONFIRA NESTA EDIÇÃO DA REVISTA OS RESULTADOS DE ALGUMAS DESSAS INICIATIVAS.

12

Leonardo Moraes



Sabia que que há mais de 300 municípios brasileiros com rituais e riquezas culturais e históricas? Em Minas, o Sebrae tem desenvolvido um trabalho para fortalecer o potencial do turismo religioso em rotas como a Caminhos Franciscanos e a Caminho de Nossa Senhora da Lapa

28



Consolidado em Minas, programa Prepara Gastronomia deve estar disponível para pequenos empreendimentos de todo o Brasil em 2026



Use o QR Code e assista à videoreportagem que mostra casos de sucesso.

42

Curso “Estratégias Comerciais Lucrativas Varejo Mais” ajuda varejistas a planejar as campanhas promocionais e a melhorar a experiência de compra do cliente na loja

O analista Victor Mota fala sobre a iniciativa na revista digital. Use o celular para ler o QR Code e ouvir o áudio.



MAI - JUN | 2025 | ANO 4 | Nº 017

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:

Bárbara Sarto, Bruno Ramos, Bruno Ventura, Danielle Fantini, Débora de Souza, Gustavo Moratori, Jamille Atizore, Jefferson Ferreira, Maria Teresa Freitas, Karine Martinez, Laurana Viana, Loidiana Perazzo, Paulo César Veríssimo, Rachel Dornelas, Rafael Tunes, Rosely Maria Vaz, Stella Maris de Paula, 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



Arquivo Sebrae Minas

20

Para fortalecer o turismo na região do Vale do Aço, o Sebrae Minas lançou a Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo. O percurso atravessa seis municípios, unindo história, paisagens deslumbrantes, preservação ambiental e a geração de novas oportunidades econômicas

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



Arquivo pessoal

36

Consultor do programa Prepara Gastronomia, Felipe Leroy percorre Minas Gerais ajudando pequenos empreendedores e se encantando pela riqueza da gastronomia do estado. Leia na Entrevista

40

Há 20 anos, Sônia Kohen escolheu Monte Verde para viver e desenvolver um negócio que valorizasse as pessoas e a gastronomia

Arquivo pessoal



44

Sebrae Play tem série para orientar empreendedores da área de Turismo na captação de negócios em eventos e feiras

No áudio da revista digital, Nadia Giannini explica que conteúdos os empreendedores podem acessar.



46

Novo programa capacita pequenos negócios da cadeia da construção



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 e Thais Nascimento

Revisão: Luciana Oliveira

Projeto gráfico: Tércio Lemos

Design e diagramação: Daniel Paiva

Podcasts

Produção: Thais Nascimento

Roteiro e apresentação: Bruno Assis

Edição: Domenica Mendes

Videoreportagens

Produção e roteiro: Cristina Mota

Apresentação: Cristina Mota

Edição: Dante Bragança

HISTÓRIAS DE
SUCESSO

SEBRAE

BÚSSOLA PARA A EVOLUÇÃO

+ Indústria contribui para ampliação de mercado, redução de custos, aumento de produtividade e sustentabilidade de negócios


JOSIE MENEZES

Dante Bragança



Mariana Tavares tem um plano para reduzir custos e desperdícios em 50%

A tradicional Goiabada Cascão Mineirão é um sucesso do Triângulo Mineiro que chega a todo o Brasil por meio da Minaly Alimentos. Além desse item, a fábrica em Uberaba comercializa outros doces em várias regiões do país: chutney de goiabada com pimenta, goiaba em calda, bananada, pé de moleque com rapadura e doce de queijo. Devido à alta qualidade dos produtos 100% naturais, a demanda é intensa e um grande desafio para a proprietária Mariana Tavares.

Foi com a participação no Maratona da Indústria Sebrae, em 2024, que a empreendedora conseguiu detectar gargalos no processo fabril. Por meio de medições e análises de indicadores, a necessidade de aumentar a capacidade produtiva ficou evidente. “Era preciso crescer em eficiência operacional, mas mantendo a qualidade dos doces, que é o grande diferencial Minaly”, explica Mariana.

Segundo ela, um plano de ação foi elaborado, visando reduzir custos e desperdícios em cerca de 50%. “Em um ano de consultoria, evoluímos muito na maturidade empresarial. Estamos contratando um gestor de produção e fazendo intervenções para colocar nosso plano de ação em prática”, comemora. Ganhos em otimização de processos e padronização foram algumas das conquistas da Minaly no trabalho.

**AÇÕES ATENDEM DESDE
O MEI ATÉ PEQUENAS
EMPRESAS EM BUSCA DE
UM NOVO POSICIONAMENTO
DE MERCADO**

PILOTO EM 2024

O Maratona da Indústria Sebrae foi lançado no ano passado como um projeto-piloto em Uberaba, no Triângulo Mineiro. Trata-se de uma jornada aprofundada para intervenção transversal e focada nos desafios da indústria. O objetivo é auxiliar empreendedores a identificar oportunidades de melhoria dos negócios, potencializar a atração e a retenção de clientes, aprimorar processos de gestão e operação, sustentabilidade, entre outros resultados.

A iniciativa faz parte do + Indústria, uma abordagem do Sebrae para impulsionar a competitividade dos pequenos negócios do setor. As ações atendem desde o MEI até pequenas empresas em busca de um novo posicionamento de mercado. O trabalho contempla estratégias de inteligência flexíveis e adaptáveis, oferecendo soluções que realmente atendam às necessidades específicas de empreendedores dos diversos segmentos da indústria. São quatro etapas, com ações práticas e complementares.

A fase inicial do + Indústria, de sensibilização, tem o evento Mind, com palestras, painéis e workshops sobre processos produtivos, sustentabilidade, mercado, gestão estratégica e resultados. Já a etapa de priorização está vinculada ao programa Brasil + Produtivo, por meio do qual são promovidos diagnósticos e consultorias in loco, de forma gratuita, para que se apresentem às empresas soluções de eficiência energética e *lean manufacturing*.

Para a fase de praticagem é realizado o programa Maratona da Indústria, com consultoria personalizada para cada negócio e um giro de 360º em todas as áreas

da empresa. Na etapa final, de evolução, é disponibilizado o acesso a linhas de crédito para inovação, sustentabilidade e expansão dos negócios.

O analista do Sebrae Minas Diogo Dias Lisboa avalia que, até o momento, a jornada do + Indústria sinaliza que a estratégia de intervenção vem cumprindo o papel de acelerar

e impulsionar a transformação nos pequenos negócios industriais. “No primeiro ano, foi desenvolvida toda a estratégia que orienta o trabalho atual. No segundo ano, realizamos ações-piloto importantes. Agora, o ano de 2025 marca a consolidação e afirmação da estratégia, com foco na expansão do + Indústria para outras regiões do estado”, explica.

Luciano Firmino/ Túlio Kaule



A consultoria do cliente oculto ajudou Raquel Dias a identificar oportunidades de melhoria no seu restaurante

Além da Minaly, outras dez fábricas de Uberaba e de Araxá foram beneficiadas na edição-piloto: Minas Pão, Supremo Gelado, Doces Mineiros Caseiros, Padaria da Cris, Sorvete Sorriso, Lema Massas, Digiovanni Móveis, Biscoitos Sempri, Lanches Caseiros e Massas Botelho. O trabalho apresentou indicadores que permitiram mensurações objetivas em quatro áreas-chave: finanças, marketing/vendas, operações e sustentabilidade. Um dos principais gargalos identificados foi a falta de processos produtivos bem-definidos, o que levou o Sebrae Minas a intensificar consultorias técnicas e práticas para orientar os empresários na estruturação, padronização e otimização das operações.

Em 2025, a nova etapa do Maratona da Indústria em Uberaba visa consolidar o programa como referência regional em qualificação industrial. Para tanto, a iniciativa está dedicada ao desenvolvimento da gestão de pessoas, ao acesso a mercados, à melhoria de processos e ao aumento da competitividade.

SUL DE MINAS

Com o apoio da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), 117 pequenas indústrias do Sul do estado serão atendidas pelo programa Brasil + Produtivo, jornada de produtividade e transformação digital que também integra o + Indústria.

No ano passado, o Sebrae promoveu o Mind Indústrias de Minas em Itajubá,

com palestras e painéis sobre processos produtivos, sustentabilidade, mercado, gestão estratégica e resultados.

REVELAÇÕES DO CLIENTE OCULTO

Um dos beneficiados pelo Maratona da Indústria em Pouso Alegre, o Restaurante Catalina vivenciou a consultoria do cliente oculto. O estabelecimento atende a empresas com produção e entrega de marmitas, além de oferecer self-service diariamente. Uma das sócias-proprietárias do negócio, Raquel Brandão Dias, destaca que a consultoria apontou questões relevantes. “Podemos confirmar que nosso trabalho contempla toda a documentação exigida pela Vigilância Sanitária, incluindo alvará sanitário de transporte. O que nos surpreendeu com a consultoria foi a experiência em relação à equipe do salão, que nos trouxe informações importantes”, explica. Segundo ela, a partir da consultoria foi possível desenvolver ações para melhorar atendimento e vendas. “Estamos implantando um novo sistema com vários departamentos e conseguimos ter melhor controle de gastos e custos, como de estoque e perdas, além do gerenciamento da mão de obra”, conclui.

A proprietária da Minas Telas, Ana Beatriz Machado Pereira, também relata a experiência positiva de participar do Brasil + Produtivo com o *lean manufacturing*, em 2024. Após meses de consultoria, a fábrica de telas de alambrado investiu em atualização do maquinário para semiautomático e outras mudanças para otimizar o tempo de produção. “Tivemos todo tipo de suporte, inclusive com planilhas para implementar o novo controle”, afirma.

MIND TEM PROGRAMAÇÃO DIVERSIFICADA

Direcionado para micro e pequenas indústrias com faturamento de até R\$ 4,8 milhões anuais, a Maratona Mind é um evento com uma programação ampla e diversificada de palestras, painéis e workshops. A iniciativa visa sensibilizar, envolver e reunir pequenos e grandes negócios da cadeia da indústria mineira, além de discutir tendências, tecnologias e ferramentas e gerar negócios e relacionamentos.

O evento é realizado em parceria com sindicatos regionais, Fiemg, Senai

e prefeituras. “Buscamos aumentar a competitividade dos pequenos negócios, aproximar as instituições financeiras das micro e pequenas empresas da cadeia industrial e trabalhar interesses convergentes em prol do desenvolvimento econômico do setor industrial em Minas Gerais”, explica o analista do Sebrae Minas Diogo Lisboa.

Em 2025, o Mind está em três municípios: no mês de abril, houve o lançamento em Itaúna, Uberaba *(foto)*, e Pouso Alegre.

Arquivo Sebrae Minas



Em 2025 o Maratona Mind está em três municípios: Itaúna, Uberaba *(foto)*, e Pouso Alegre

PROGRAMA + INDÚSTRIA EM 2025

3 MUNICÍPIOS COM O MIND: UBERABA, POUSO
ALEGRE E ITAÚNA

5 CIDADES COM O MARATONA DA INDÚSTRIA: ITAÚNA,
UBERABA, CONTAGEM, TEÓFILO OTONI E RIO POMBA

65 INDÚSTRIAS QUALIFICADAS

+DE 10 MIL HORAS DE CONSULTORIAS



ETAPAS

Palestras, painéis e workshops sobre processos produtivos, sustentabilidade, mercado, gestão estratégica e resultados.

Diagnósticos e consultorias in loco.

Programa Maratona da Indústria, com consultoria personalizada para cada negócio.

Acesso a linhas de crédito para inovação, sustentabilidade e expansão dos negócios.

SAIBA MAIS

BUSQUE O SEBRAE MINAS PARA
TER MAIS INFORMAÇÕES SOBRE O
+ INDÚSTRIA E OUTRAS SOLUÇÕES.



Elza Soares recebe peregrinos em seu sítio, próximo de Teófilo Otoni, oferecendo pernoite com jantar e café da manhã

CONEXÃO COM O SAGRADO E A NATUREZA

Sebrae Minas trabalha para fortalecer iniciativas de turismo religioso no estado


JOSIE MENEZES

Aparecida, em São Paulo, Juazeiro do Norte, no Ceará, e Salvador, na Bahia, são alguns dos principais locais de turismo religioso no Brasil. Mas, há muitos outros destinos de norte a sul do país: o Ministério do Turismo elenca que há mais de 300 municípios com rituais e riquezas culturais e históricas, 96 deles com um calendário de eventos exclusivos. Segundo o órgão, cerca de 15 milhões de pessoas por ano viajam motivadas pela fé e devoção, movimentando quase R\$ 15 bilhões.

Desde 2017, o Sebrae Minas vem articulando com o poder público, associações, empresas, instituições religiosas e comunidades de diversas regiões do estado para mapear rotas e fomentar o turismo religioso em Minas Gerais. As iniciativas são promovidas por meio do programa **Check-in Turismo**.

A analista do Sebrae Minas Nathália Milagres explica que o objetivo é auxiliar os municípios para que a atividade turística seja menos sazonal. Para isso, é feito um trabalho junto às igrejas, às prefeituras e às entidades empresariais, visando criar produtos e eventos que englobem todo o recurso cultural e histórico daquela região. Nathália ressalta que é importante movimentar a economia local ao longo de todo o ano e não apenas nas datas em que há maior concentração de turistas atraídos pelas festas religiosas. “Te-

É UMA INICIATIVA DO SEBRAE MINAS PARA FOMENTAR O TURISMO EM MINAS GERAIS, PROMOVENDO E DIVULGANDO EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS DE DIFERENTES DESTINOS DO ESTADO. ATUA NA MELHORIA DA COMPETITIVIDADE DOS PEQUENOS NEGÓCIOS LOCAIS E NA ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS E DESTINOS TURÍSTICOS, QUALIFICANDO EMPREENDEDORES E FORTALECENDO AS CADEIAS RELACIONADAS AO TURISMO.

CERCA DE 15 MILHÕES DE PESSOAS POR ANO VIAJAM PELO BRASIL MOTIVADAS PELA FÉ E DEVOÇÃO, MOVIMENTANDO QUASE R\$ 15 BILHÕES

mos atuado na valorização e organização das rotas, sensibilizando os empresários sobre as possibilidades de impulsionar os negócios com o turismo”, pontua.

As ações do Check-in Turismo estão sendo desenvolvidas no Sul de Minas, com as rotas Caminho de Nhá Chica e Caminho da Agonia; no Vale do Jequitinhonha e Mucuri, com os Caminhos Franciscanos; no Noroeste, com o Caminho de Nossa Senhora da Lapa, além de um projeto com as diversas manifestações culturais e religiosas dentro do Quilombo São Domingos, em Paracatu, mais uma riqueza cultural incorporada ao turismo mineiro. No Triângulo, a história de Chico Xavier é destaque em Uberaba.

CAMINHOS FRANCISCANOS

Há 150 anos, os frades capuchinhos Frei Gaspar, Frei Ângelo, Frei Serafim e Frei Inocêncio chegaram à região do Vale do Mucuri com a meta de formar ali uma aldeia, uma freguesia e até uma cidade. No início do século XX, foi a vez das clarissas franciscanas. E os trajetos percorridos pelos religiosos tornaram-se a Rota Caminhos Franciscanos, buscada por milhares de peregrinos atualmente.

A rota foi mapeada com potencialidades turísticas identificadas em 25 municípios e conta com 30 empreendimentos capacitados e credenciados no guia turístico, tanto na área urbana quanto na zona rural. A analista do Sebrae Minas Déborah Constantino explica que o trabalho começou em 2017, absolutamente do zero, e que a região não tinha uma cultura voltada para o turismo “Tivemos de conscientizar as comunidades para que entendessem o próprio potencial em relação ao empreendedorismo”, recorda.

Déborah relata que foram ofertadas oficinas e consultorias de atendimento ao

cliente, gestão de marketing e finanças aos negócios mapeados. Além disso, também foram identificadas potencialidades para a criação de novos produtos turísticos, incluindo o Circuito Turístico das Pedras Preciosas. “Atualmente, a consultoria está voltada para o fortalecimento da governança que foi constituída para a rota, a Associação dos Caminhos Franciscanos (Acaf).”

E o que mudou na região? Quem responde à pergunta é o presidente da Acaf e diretor-presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Itambacuri, Paulo Sérgio Almeida Santos. Ele afirma que o turismo religioso deu novas perspectivas aos muni-

Arquivo Sebrae Minas



O Santuário de Nossa Senhora dos Anjos é um dos atrativos da Rota Caminhos Franciscanos



Leonardo Moraes

As Marias Artesãs, de Teófilo Otoni, fazem artesanato em bambu e palha há cerca de 45 anos

É UMA PEQUENA IGREJA LOCALIZADA DENTRO DA BASÍLICA DE SANTA MARIA DOS ANJOS, EM ASSIS, NA ITÁLIA. O LOCAL TEM GRANDE SIGNIFICADO PARA OS FRANCISCANOS, POIS FOI LÁ QUE SÃO FRANCISCO DE ASSIS TEVE EXPERIÊNCIAS MÍSTICAS E FUNDOU A ORDEM DOS FRADES MENORES.

cípios. “Os empreendedores da rota agora têm novos horizontes com a movimentação turística. São artesãos, quitandeiras e outras pessoas que antes tinham pouca ou nenhuma fonte de renda”, relata.

O padre Honório José de Siqueira concorda que a rota resgatou a autoestima dos moradores do percurso, que, segundo ele, estavam bastante desacreditados. “Esse trabalho de orientação para o empreendedorismo tem feito um bem muito grande a todos que moram ali e se sentiam esquecidos”, diz. Atualmente, o religioso trabalha em um grande atrativo para os visitantes da Rota Caminhos Franciscanos: o local terá a réplica da **Porciúncula de Nossa Senhora dos Anjos**, que será idêntica à que está na Itália.

RECONHECIMENTO

As Marias Artesãs, de Teófilo Otoni, fazem artesanato em bambu e palha há cerca de 45 anos. Tudo começou com a Dona Lourdes, que repassou os conhecimentos às filhas e netas. Mas só recentemente o trabalho teve o merecido reconhecimento. Quem conta essa história é uma das artesãs do grupo, Cleonice de Souza Ferreira, da terceira geração das “Marias”. “No tempo das minhas antecessoras, era triste quando elas tentavam comercializar. Ninguém dava valor no mercado e, por uma questão de sobrevivência, as peças eram trocadas por mantimentos”, relembra.

Entre as peças produzidas estão cestas, luminárias e outros itens decorativos. Segundo Cleonice, o trabalho exige dedicação e superação de desafios constantes. “É preciso habilidade para preparar o bambu e confeccionar as peças, e o processo muitas vezes é dificultado pelo clima, pois a umidade pode danificar o produto.” Ao longo dos anos, as artesãs aprimoraram as técnicas,

SEBRAE MINAS AUXILIA OS MUNICÍPIOS PARA QUE A ATIVIDADE TURÍSTICA RELIGIOSA SEJA MENOS SAZONAL

conferindo melhor acabamento às peças, mas, ainda assim, não havia retorno financeiro. Foi com o projeto da Rota Caminhos Franciscanos e as capacitações que isso mudou. “A verdade é que nós mesmas não sabíamos que nosso trabalho tinha tanto valor. Foi com a rota que ganhamos reconhecimento. Hoje, outras cidades e estados fazem contato e encomendam nosso

artesanato pelo Instagram. Posso dizer que ficamos conhecidas até mundialmente, pois uma pessoa do exterior viu um vídeo nosso e adquiriu peças que já estavam há bastante tempo disponíveis”, revela Cleonice.

Quem também traçou nova rota de vida com os Caminhos Franciscanos foi Elza Maria Rodrigues Soares. Após perder o filho Thiago, ela se mudou de Teófilo Otoni para um sítio na Comunidade Brejaúba, em 2007. No local, passou a receber peregrinos, inicialmente na própria casa. Depois, ampliou o receptivo para pousada e fez uma homenagem ao filho falecido, dando o nome de Sítio Velho Thio.

Atualmente, Elza disponibiliza no local cinco chalés, área para pesca, deck, piscina e churrasqueira, oferecendo pernoite com jantar e café da manhã aos peregrinos. “A gente vivia

Arquivo Sebrae Minas



Em novembro de 2024, um grupo de peregrinos fez o percurso da Rota Caminho de Nossa Senhora da Lapa



A Gruta de Nossa Senhora da Lapa fica no município de Vazante

numa luta danada, e a rota melhorou muito as nossas condições”, conta a proprietária.

CICLISTAS E PEREGRINOS

Imagine pedalar por belas paisagens, morros e matas fechadas e ainda aproveitar para ter um tempo de reflexão. Essa mistura de ciclismo e peregrinação é a aposta da Rota Caminho de Nossa Senhora da Lapa, que está sendo preparada pelo Sebrae Minas desde 2023 na região de Vazante, no Noroeste do estado, com mapeamento e levantamento de informações do território. A analista Isabella Silva destaca que a região tem grutas com aspectos naturais que chamam a atenção dos peregrinos. Ela também revela uma curiosidade detectada durante a fase de mapeamento: “Há um registro de aparição mariana, a única em Minas Gerais”, conta.

O primeiro pedal foi lançado em novembro do ano passado, num percurso de 23 km até a Gruta de Nossa Senhora da Lapa, em Vazante. Em paralelo ao trajeto dos ciclistas, outro grupo de peregrinos fez o percurso a pé. A rota prevê, ainda, atrativos religiosos, artesanato e café da manhã, lanche e almoço oferecidos por empreendedores locais.

A analista do Sebrae Minas relata que, após vários workshops para mostrar o potencial turístico aos empreendedores locais, a governança está sendo implementada com a criação do Núcleo do Caminho de Nossa Senhora da Lapa na Agência para o Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável de Vazante-MG e Região (Advaz), a implementação da Pastoral do Turismo de Vazante e a inserção de representantes do Conselho Municipal de Turismo (Comtur),



Leila e Almir Ribeiro estão inseridos na rota em Claro de Minas, distrito de Vazante

Dante Bragança

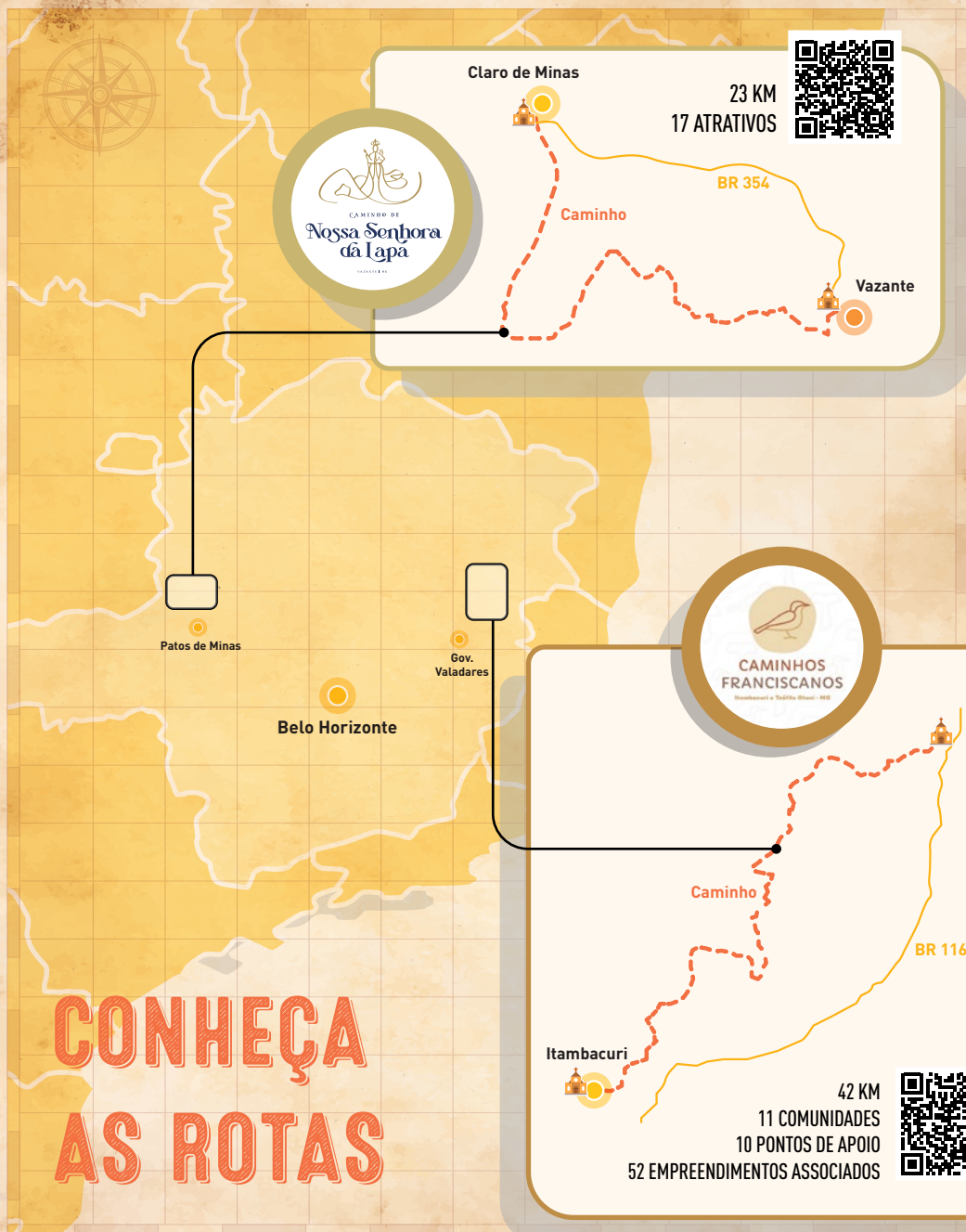
responsável pela atualização do plano turístico. A ideia é mapear um segundo ramal, que irá de Claro de Minas até Guarda-Mor, acrescentando um percurso de mais 40 km. “O município de Guarda-Mor tem veneração por Santa Rita de Cássia e possui um pequeno fragmento dela, mais uma relíquia da região”, afirma Isabella.

Leila e Almir Ribeiro, proprietários do Bar 3 Corações, estão inseridos na rota em Claro de Minas, distrito de Vazante. No local é servido o café da manhã da rota. Muito envolvidos no projeto, o casal apresentou ideias para incrementar atrativos ao percurso. “Os peregrinos percorrem uma distância bem longa, e consideramos importante pensar em acrescentar trechos da estrada antiga, onde aconteceu o primeiro milagre de Nossa Senhora da Lapa em Vazante”, diz Almir. Leila está feliz por participar da iniciativa, pois considera que o casal está adquirindo

novos conhecimentos e fazendo amizades. “Ficamos muito felizes com o convite para participar desta caminhada de fé”, diz

A agente de desenvolvimento da Advaz, Ubirana Magela, acredita que a rota vai transformar uma celebração pontual em uma vivência contínua na região de Vazante, “Seremos capazes de atrair visitantes de todos os cantos, assim como já acontece com outros caminhos consagrados no mundo. É uma experiência que todos deveriam ter”, pontua.

Padre Marcos Antônio da Silva ressalta que a paróquia local sozinha não teria condições de consumir um projeto como o Caminho de Nossa Senhora da Lapa. “Agora, para que o turismo religioso continue a crescer aqui, em Vazante e região, tudo vai depender de uma construção coletiva entre as paróquias, as instituições e a comunidade. Os benefícios são para todos”, planeja.





RESUMO

O Sebrae Minas lançou a Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo, que contempla seis municípios do Vale do Aço. A iniciativa tem como objetivo apoiar o turismo sustentável e a preservação ambiental e contribuir para o desenvolvimento econômico da região.

AVENTURA SOBRE DUAS RODAS

Projeto de cicloturismo resgata a história e cria novas oportunidades de negócios no Vale do Aço

THAÍS NASCIMENTO

longe do litoral, em meio às serras e montanhas, Minas Gerais teve que desenvolver um meio de conectar, por terra, o estado com os polos econômicos do Brasil Colônia. Foi nesse cenário que, no século XVIII, surgiram os tropeiros – homens que faziam longas viagens montados no lombo de mulas para levar mercadorias importadas e alimentos ao interior do país, desbravando matas fechadas e abrindo trilhas em lugares desconhecidos.

O tropeirismo foi uma das primeiras atividades econômicas do Vale do Aço, e esses homens seguiam rumo a Ouro Preto, capital do estado na época, Mariana, Sabará e Santa Bárbara. Três séculos depois, os caminhos mudaram. As mulas deram lugar aos veículos motorizados, as trilhas se tornaram estradas asfaltadas e a mineração assumiu protagonismo na região. O tropeirismo, antes essencial, ficou para trás. Mas o seu legado permanece vivo, agora sobre duas rodas.

Em 2024, como forma de fortalecer o turismo na região do Vale do Aço, o Sebrae Minas lançou a Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo. Com 210 km de extensão, o percurso atravessa seis municípios: Timóteo, Marliéria, Dionísio, São Domingos do Prata, Antônio Dias e Jaguaráçu. A rota une história, paisagens deslumbrantes, preservação ambiental e a criação de novas oportunidades econômicas para uma região predominantemente voltada à indústria do aço.

“Percebemos a necessidade de diminuir a dependência das grandes empresas aqui instaladas. Então, o turismo vem para contribuir para diversificar a economia, trazendo uma opção de trabalho e renda para os moradores”, afirma o analista do Sebrae Minas Alessandro Challub.

CICLOTURISMO NO VALE

A Rota Vales dos Tropeiros começou a ser elaborada em 2019, após estudos do Sebrae



Com 210 km de extensão, a rota é uma oportunidade para uma nova economia na região

Minas apontarem o potencial da locomoção por bicicleta na região. De lá para cá, foram feitos o mapeamento dos trechos da rota, a criação de logomarca e a mobilização da comunidade.

Entre as ações já realizadas estão a sinalização de 80% da rota, a criação de um vídeo e do site do projeto com informações e mapas, além do lançamento de um catálogo de produtos, serviços e experiências com 22 empreendimentos do trecho. Junto com os empreendedores foram feitas as marcas, redes sociais das empresas e consultoria financeira. Também foi solicitada a instalação de vagões com adaptação para bicicletas na próxima licitação do trem de passageiros da Estrada de Ferro Vitória-Minas, possibilitando o acesso dos turistas ciclistas à região também por essa via.

Os próximos passos do projeto envolvem a capacitação dos empreendedores em ges-

ASSISTA

VEJA A VÍDEOREPORTAGEM
SOBRE A ROTA NA REVISTA
DIGITAL



tão, finanças, vendas, marketing digital e atendimento; criação de ciclovias até o Parque Estadual do Vale do Rio Doce; e ações de governança e promoção do percurso.

Com o objetivo de fomentar o turismo sustentável e a preservação ambiental e contribuir para o desenvolvimento econômico do Vale do Aço, muitos moradores passaram a empreender. “A rota é composta por municípios menores, que têm economias muito dependentes das cidades maiores e sem grandes empresas gerando emprego e renda. Vários negócios nasceram dessa discussão sobre o potencial do turismo”, comemora Challub.

DE HOBBY A NEGÓCIO

Eridany Bittencourt atuava na área de Tecnologia da Informação e praticava o ciclismo como *hobby* nas horas vagas. Entre um pedal e outro, se tornou amigo de Marcos Monteiro, com quem passou a dividir não apenas trilhas, mas também sonhos e planos para transformar a paixão em negócio. Após Eridany deixar o último emprego formal, em 2016, a dupla criou a Pedivela 175, em Timóteo.

No início, a loja funcionava em uma garagem nos fundos da casa dos pais de Eridany, mas, como um bom pedal, o negócio ganhou fôlego e se mudou para um espaço maior. Denominada como uma garagem *studio bike*, a Pedivela comercializa bicicletas para diversos públicos, além de peças e vestuário. Há, também, serviço de oficina especializada e um espaço de convivência para que ciclistas possam trocar experiências. “Como já praticávamos o ciclismo, percebemos a necessidade desse tipo de

NO PERCURSO O CICLOTURISTA ENCONTRA HISTÓRIA, PAISAGENS DESLUMBRANTES, PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E NOVAS OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

ambiente, pois o pessoal da *bike* sempre tem amizade entre si e muita história para contar”, conta Eridany.

Tendo como público principal os ciclistas da região, Eridany vê uma oportunidade para o seu negócio com a chegada da rota. Inclusive, os sócios auxiliaram o Sebrae Minas na construção do percurso. “Chegamos até a fazer a rota em nossas *bikes* em dois dias, para trazer informações das necessidades e adaptações

Eridany Bittencourt praticava o ciclismo como *hobby* e, agora, tem uma loja dedicada à atividade



Cata Caldera

que poderiam ser feitas para uma melhor vivência do cicloturista”, relembra.

Com o apoio do Sebrae Minas, os sócios passaram por oficinas de qualificação, redesenharam o layout da loja, aprimoraram o marketing e o atendimento ao cliente. Agora, Eridany aposta em um novo momento para a Pedivela e para o turismo local. “A rota vai contribuir muito para o crescimento do negócio e do ciclismo na cidade. Com o lançamento do catálogo, esperamos ter mais procura e ampliar o turismo na nossa região”, afirma.

AMOR PELO TERRITÓRIO

“Marliéria, eu te quero sempre assim, quase que uma só rua: manhã de sol, noite de lua.” O verso é de Carmem Quintão de Castro, natural do município de quase 4,5 mil habitantes. As palavras foram inspiração para Denise de Castro, ex-professora universitária que, em 2020, decidiu voltar para a cidade natal, depois de 40 anos em Belo Horizonte.

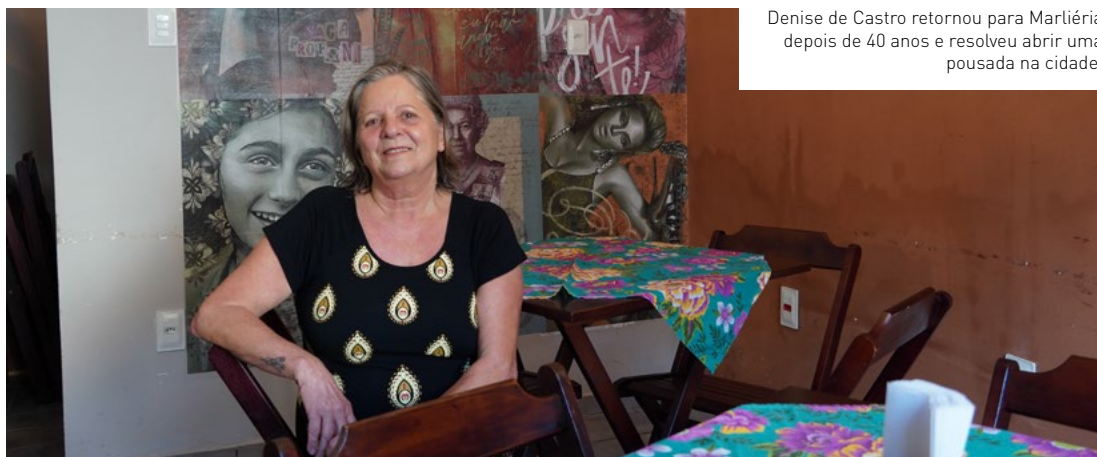
Com a pandemia de Covid-19, Denise decidiu que não queria envelhecer sozinha

COM A CRIAÇÃO DA ROTA, FOI PRODUZIDO UM CATÁLOGO DE SERVIÇOS COM 22 EMPREENDEIMENTOS PARTICIPANTES

e pensou em uma proposta de moradia coletiva. “Pensei nas pessoas que moram sozinhas nas cidades grandes e, às vezes, querem passear, viajar ou ficar uns dias em uma cidade pequena. A ideia foi amadurecendo, e surgiu uma pousada”, afirma.

Em 2020, ela abriu o Canto Dadê, caracterizada por Denise como uma pousada simples, aconchegante, afetuosa, com um pouco de história, um pouco de poesia, cercada pelas paisagens do Parque Estadual do Rio Doce e localizada no encontro de dois ribeirões da cidade. No mesmo lugar, comanda um pequeno bistrô, onde serve uma comida afetiva, mineira e autoral.

Cata Caldeira



Denise de Castro retornou para Marliéria depois de 40 anos e resolveu abrir uma pousada na cidade.

VALE A PENA

CONHEÇA A ROTA VALES DOS
TROPEIROS DE CICLOTURISMO.

VALE A PENA PERCORRER A ROTA VALES DOS TROPEIROS DE CICLOTURISMO:



Ao saber do projeto de cicloturismo na região, Denise viu uma oportunidade de crescimento e buscou apoio do Sebrae Minas para capacitações. Inclusive, ela é a representante dos empreendedores no projeto da rota. “O Sebrae é uma opção de apoio inequívoco. Com a consultoria consegui redesenhar o meu negócio. Uma coisa muito difícil é conseguirmos ter capital de giro e, para isso, precisamos ter coragem

e orientação para fazer determinado tipo de investimento”, destaca.

Assim como os bons ventos que sopram na tranquila Marliéria, Denise acredita que a rota de cicloturismo vai agregar muito para a cidade. E, para receber os turistas, ela tem muitos planos. “Quero remodelar o cardápio do bistrô e formar uma equipe para atender à demanda que está por vir”, ressalta.



Arquivo Sebrae Minas

RESGATE DE TRADIÇÕES

Filha e neta de tropeiros, Edilma Martins encontrou no turismo rural um caminho para honrar o passado e construir o futuro de seu território, em Dionísio. Durante 30 anos, foi professora de Geografia e, ao se aposentar, em 2019, fez o curso de agente rural de turismo, encontrando ali uma paixão.

Foi nesse cenário que surgiu, em 2020, a Trem de Minas Uai Turismo, empresa que reúne experiências que conectam o turismo com as histórias do território e o amor por Minas Gerais. Uma delas é a Casa de Memórias Stella Pimentel, onde estão reunidas peças utilizadas pelos tropeiros, itens da coleção da família de Edilma ou doados por fazendeiros

Arquivo Sebrae Minas



Ciclistas podem conferir casarões históricos ao longo do percurso

da região. No local, também fica a Venda Du Zé, onde a empreendedora comercializa queijos, canecas esmaltadas e azulejos feitos por ela mesma, além de produtos artesanais dos empreendedores locais, como mel, rapadura e doce de leite, entre outros.

Como forma de fortalecer o empreendedorismo entre as mulheres da zona rural, Edilma também ministra palestras sobre o poder econômico do turismo rural. “Eu me apaixonei pelo turismo, por proporcionar possibilidades de melhorias econômicas para as localidades e trabalho para que outras mulheres acreditem nesse potencial”, afirma.

Ao conhecer a proposta da Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo, Edilma viu uma nova chance de fortalecer seus negócios. Ela passou a participar de consultorias do Sebrae Minas em temas como gestão financeira, mídias digitais e produção associada ao turismo. “Foram atividades essenciais para entender a precificação dos produtos e ampliar meu olhar para empreender no turismo”, conta.



Edilma Martins encontrou no turismo rural uma oportunidade de honrar seus antepassados tropeiros

Cata Caldera

Os empreendimentos de Edilma agora estão em fase de estruturação para atender à demanda da rota. E ela sonha com um futuro de desenvolvimento do turismo na região. “Nós temos muita coisa bonita para ser mostrada e muita história para ser contada”, frisa.

O VALE ALÉM DO AÇO

Desde 2011, o Sebrae Minas atua no fortalecimento do turismo no Vale do Aço por meio do Projeto Turismo no Vale e do apoio ao plano de ação do Circuito Turístico Mata Atlântica de Minas. Em 2015, foi feito um trabalho com os empreendedores locais por meio de capacitações, além de estudos para diagnosticar o potencial turístico do Vale do Aço.

Os resultados deram origem a quatro iniciativas estruturadas: os roteiros

turísticos Serra dos Cocais, em Coronel Fabriciano, e Ipatinga Rural; e as rotas do Mutum, em Ipaba, e, mais recentemente, a Rota Vales dos Tropeiros de Cicloturismo.

CONHEÇA

SAIBA MAIS SOBRE O
PROJETO TURISMO DO VALE.





Feijão tropeiro, frango com quiabo, torresmo, tutu de feijão... A culinária mineira é diversa e é reconhecida nacionalmente como uma das mais saborosas e aconchegantes. E são justamente os bares e restaurantes que ajudam a propagar essa identidade gastronômica. De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Minas Gerais (Abrasel-MG), o estado conta com cerca de 160 mil estabelecimentos, geradores de 501 mil empregos.

Para que esses empreendimentos – a maioria de pequeno porte – possam ser competitivos, o Sebrae Minas realiza o programa Prepara Gastronomia, que tem como objetivo impulsionar os negócios de alimentação fora do lar. Por meio da iniciativa, os proprietários recebem capaci-

tações, consultorias e visita de um *chef* de cozinha para melhoria da gestão do estabelecimento e modernização dos cardápios. Na prática, o impacto é direto: os bares e restaurantes se preparam para saborear os melhores resultados.

Graças ao sucesso, em 2025 a estratégia será ampliada em nível nacional pelo Sebrae. Em um primeiro momento, cem empresas serão atendidas nos estados do Espírito Santo, São Paulo e Pará e no Distrito Federal. “Nesses locais, a metodologia está sendo aplicada com foco em pequenos empreendimentos de alimentação, seguindo os mesmos critérios de profundidade e personalização que vêm sendo utilizados em Minas Gerais”, explica Simone Lopes, analista do Sebrae Minas e coordenadora estadual do programa.

A previsão é que a metodologia esteja disponível para todo o sistema Sebrae no país em 2026. Além da metodologia de gestão, será oferecido nacionalmente o Projeto de Identidade Gastronômica, que visa mapear a cultura alimentar e a construção de estratégias de desenvolvimento territorial.

MOMENTO DE CRISE

Criado em 2020, o Prepara Gastronomia foi elaborado para atender aos estabelecimentos que tiveram de fechar as portas durante a pandemia da Covid-19 e se reinventar em meio às restrições estabelecidas. “Inicialmente, foi uma resposta à crise provocada pela pandemia. Mas a proposta inovadora fez com que se consolidasse como um dos principais programas de apoio à gastronomia em Minas Gerais”, afirma Simone Lopes.

As ações ocorrem de forma estratégica e integram os três pilares da gestão empresarial: financeiro, operacional e comercial. Entre elas estão o diagnóstico e o plano de ação personalizado para o cenário de cada negócio; as consultorias práticas em atendimento, cardápio e marketing, com foco na redução de custos; o desenvolvimento de pratos e cardápios, de acordo com a identidade regional; o apoio na participação em eventos; e o networking com fornecedores, chefs e demais redes de apoio regional. “Essas ações contribuem diretamente para o aumento da rentabili-

VENÇA OS DESAFIOS

CONHEÇA O PREPARA GASTRONOMIA
E FAÇA O SEU NEGÓCIO GERAR
MELHORES RESULTADOS.



Dante Bragança



Uma das ações do Prepara Gastronomia é o desenvolvimento de cardápios com ingredientes regionais



Thonnely aposta na criatividade para chamar a atenção do público

dade e do reconhecimento dos negócios”, pontua Simone.

Durante os cinco anos do Prepara Gastronomia em Minas Gerais, já foram realizados mais de 10 mil atendimentos, e os bares e restaurantes atendidos registraram um aumento médio de 8% no faturamento já no primeiro ano de participação. Para 2025, a expectativa é atender cerca de 3 mil empreendimentos, em aproximadamente 150 municípios mineiros.

BAR RAIZ

Montes Claros, no Norte de Minas, recebe o Prepara Gastronomia desde 2023. Vinte estabelecimentos, entre bares, restaurantes, churrascarias, hamburguerias e docerias, já participaram das consultorias do programa e de eventos nacionais. No município, a iniciativa visa consolidar a cultura gastronômica local, com a inserção de elementos regionais nos pratos servidos pelos estabelecimentos, como frutos do Cerrado, temperos e variedades de carnes.

Um exemplo dos bons resultados do Prepara Gastronomia na cidade é de Thonnely Mendes da Silva, proprietário do Bar

do Thom. Até 2008, o empreendedor atuava como mecânico industrial. Porém, um grave acidente o afastou da profissão, o que motivou Thonnely e os pais, que eram aposentados, a abrir uma espeteria na porta de casa. Em meio às invenções na cozinha, surgiu uma costelinha de porco com goiabada que caiu nas graças do público. O sucesso foi tanto que a espeteria, que tinha apenas duas mesas, se transformou num bar em 2011.

Como o próprio Thonnely diz: “Nós somos um bar com variedade de tira-gostos, mas sem perder a tradição do bar raiz”. Desde 2012, o estabelecimento participa do festival Comida di Buteco, tendo conquistado o primeiro lugar em três edições. Atualmente, o bar tem 35 mesas, que sempre estão ocupadas nos fins de semana. E Thonnely aposta na criatividade para chamar a atenção do público. O lugar tem uma denominada “barmácia”, onde são encontrados 60 tipos de cachaça com raízes de diversas plantas, além de um relógio de ponto de 1929, em que o cliente fiel ganha um cartão e “bate o ponto”.

Antes do Prepara Gastronomia, Thonnely participou de algumas capacitações do Sebrae Minas. Mas ele considera que o progra-

IDENTIDADE GASTRONÔMICA NOS TERRITÓRIOS

Uma das ramificações do Prepara Gastronomia é o projeto de Identidade Gastronômica, desenvolvido pelo Sebrae Minas em 15 territórios mineiros desde 2022. A metodologia visa mapear e planejar a gastronomia em localidades específicas, por meio de um diagnóstico da cultura alimentar que embasa a construção de um plano de desenvolvimento. “A partir desse levantamento, é construído um plano de futuro para o desenvolvimento da gastronomia no território, em conjunto com a governança e os empreendedores locais”, afirma Simone Lopes.

A iniciativa disponibiliza aos empreendedores do ramo alimentício capacitações de aprimoramento da gestão dos

negócios e de redução dos custos de produção, de forma a melhorar a eficiência operacional. Além disso, o Identidade Gastronômica oferece consultorias personalizadas, com a visita de um *chef* de cozinha na adaptação dos cardápios de acordo com os ingredientes regionais.

E essa iniciativa também será ampliada para todo o Brasil. A versão piloto para a nacionalização da metodologia está sendo conduzida desde 2024 nas cidades de Diamantina, no Vale do Jequitinhonha, e em Alter do Chão, no Pará. Em ambos os locais, estão sendo identificados os ingredientes regionais, personagens, modos de preparo e tradições locais que se tornarão oportunidades de negócios.



Arquivo Sebrae Minas

Versão piloto para a nacionalização do Prepara Gastronomia está sendo conduzida desde 2024 em Diamantina

UM GEOPARQUE É UMA ÁREA COM LIMITES BEM-DEFINIDOS, QUE PROTEGE UM PATRIMÔNIO GEOLÓGICO DE GRANDE RELEVÂNCIA E PROMOVE O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA REGIÃO. OS TERRITÓRIOS SÃO CRIADOS PARA PRESERVAR E VALORIZAR OS ELEMENTOS NATURAIS E CULTURAIS, COMBINANDO CIÊNCIA, EDUCAÇÃO E TURISMO DE FORMA INTEGRADA E RESPONSÁVEL. O GEOPARQUE UBERABA FOI RECONHECIDO PELA UNESCO EM 2024 E É O SEXTO GEOPARQUE DO BRASIL.

ma foi um divisor de águas, contribuindo para que ele pudesse fazer uma melhor gestão do negócio. “Antes, o bar já tinha crescido, mas eu não tinha a experiência de empreendedorismo de fato. O dinheiro entrava, e estava bom. Depois do Prepara, eu vejo que toda economia dentro da cozinha conta muito para obter ainda melhores resultados.”

Depois da participação no programa, Thonnely registrou um aumento de cerca de 40% no faturamento e percebeu melhoria na satisfação dos clientes quanto ao atendimento. Para o futuro, o empreendedor sonha

em abrir franquias Brasil afora. Mas, antes de realizar esse desejo, ele quer organizar a gestão do estabelecimento, por levar a sério “a magia do buteco”. “Muita gente pensa que bar é simplesmente abrir, servir uma cerveja gelada e uma carne com mandioca. Mas bar é uma empresa, um empreendimento, que você tem que abraçar e olhar todos os detalhes. Pretendo deixar tudo organizado para depois expandir”, afirma.

TRADIÇÃO FAMILIAR

Iniciado em 2020, em Uberaba, no Triângulo Mineiro, o Prepara Gastronomia deu origem ao Festival Gastronômico e Cultural que hoje faz parte do calendário anual da cidade. Para 2025, o programa vai focar no planejamento estratégico e reposicionamento de marca para bares e restaurantes, contribuindo para consolidar a cidade como um polo gastronômico regional, especialmente diante da presença do **Geoparque de Uberaba**.

INOVAÇÃO E NEGÓCIOS PARA BARES E RESTAURANTES

Em maio, Belo Horizonte sediou o evento Prepara Gastronomia: Inovação e Negócios 2025. Seis espaços ofereceram aos proprietários de empreendimentos de alimentação fora do lar palestras e debates sobre gestão, finanças, inovação, marketing, vendas e redes sociais, entre outros temas importantes para o segmento. Mais de 900 pessoas participaram das atividades.

Um dos destaques do evento foi a Rodada de Negócios, em que os empreendedores puderam conhecer e negociar com 30 fornecedores de insumos, equipamentos e soluções digitais. A ação gerou 446 agendas e uma expectativa de R\$ 11,7 milhões em negócios futuros.



José Eduardo Macedo é proprietário da Esquina do Pato e do Pato BBQ e participa do Prepara desde a sua primeira edição. Atuando no ramo alimentício desde os 14 anos, quando começou a trabalhar em um antigo estabelecimento da família, ele espera que a atividade integrada com o Geoparque atraia novos clientes.

Em 2001, José Eduardo abriu um bufê de eventos corporativos. No entanto, a demanda diminuiu ao longo do tempo e, em 2013, ele criou a Esquina do Pato, dedicada a carnes assadas no forno. No início, os sócios eram a esposa, Eni, e Airys, amigo de longa data.

TIPO DE CHURRASQUEIRA OU DEFUMADOR UTILIZADO PARA PREPARAR CARNES LENTAMENTE, EM BAIXAS TEMPERATURAS, UTILIZANDO CALOR INDIRETO E FUMAÇA DE LENHA.

A virada de chave veio em 2020. Com a pandemia, o negócio teve que ser remodelado, e surgiu o Pato BBQ, estabelecimento que trabalha com carnes defumadas por longas horas em um **pit smoker**. A filha de José Eduardo, Nathalia, é a sócia do negócio. Nesse mesmo período é que o Prepara Gastronomia “entrou” na vida da família Macedo, viabilizando conhecimentos para a

José Eduardo e Nathália Macedo participam do Prepara Gastronomia desde a primeira edição



Dante Bragança

PREPARA GASTRONOMIA EM NÚMEROS

+DE 10 MIL

atendimentos desde 2020;

8%

de aumento do faturamento
médio dos negócios;

EM 2025:

- Expectativa de 3 mil atendimentos apenas em Minas Gerais;
- 10 mil horas de consultoria em 150 municípios mineiros;
- Projeto de nacionalização: atendimento a cem empresas em quatro estados



O PROGRAMA CONTRIBUIU
PARA UM SALTO EM TODA A
NOSSA COMUNIDADE



JOSÉ EDUARDO MACEDO

melhor gestão dos negócios e a conquista de maior visibilidade. “Hoje temos o Sebrae Minas como nosso maior parceiro, aquele que sempre nos coloca no melhor caminho a seguir. As consultorias abriram nossos olhos para detalhes no dia a dia do negócio. Além disso, o programa contribuiu para um salto em toda a nossa comunidade”, comemora José Eduardo.

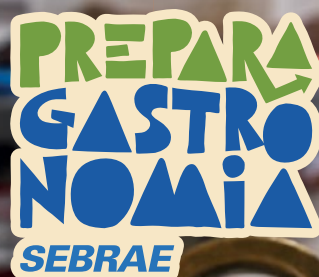
Após o Prepara Gastronomia, a receita da empresa aumentou 80%, o que possibilitou a compra de um *pit smoker* maior e a implantação de melhorias para o negócio. Visando ao futuro promissor com os visitantes do Geoparque, a família Macedo agora deseja investir em equipamentos modernos e no ramo de carnes embaladas a vácuo.

O proprietário dos estabelecimentos aponta como diferencial dos locais o atendimento acolhedor ao cliente, sempre feito por algum membro da família e motivo de orgulho. “Ter um negócio em família é muito bom, pois isso nos aproxima, mostra para os nossos clientes que gostamos de trabalhar e que eles podem se sentir em casa”, afirma.

ASSISTA

CONFIRA A
VIDEOREPORTAGEM NA
REVISTA DIGITAL.





Impulsione seu negócio com o **Prepara Gastronomia!**

O Prepara Gastronomia é uma iniciativa do Sebrae Minas criada especialmente para quem atua no setor de alimentação fora do lar. Em um momento de grandes transformações no mercado, sua empresa precisa estar preparada para inovar, crescer e se destacar.

Com consultorias personalizadas, cursos, oficinas práticas e conteúdo técnico de qualidade, você terá acesso às ferramentas certas para reinventar seu negócio.



Saiba mais no
código ao lado

Tendências da Gastronomia 🍷 Novos formatos de venda: apps, delivery e muito mais 🍷 Gestão Financeira eficiente
Marketing e relacionamento com clientes 🍷 Criação de conteúdo para divulgar seu negócio



“EU GOSTO DE SERVIR AS PESSOAS”

Felipe Leroy é um dos consultores do programa Prepara Gastronomia

CRISTINA MOTA

“Uns me chamam de mentor, outros, de *chef*.” Assim Felipe Leroy se apresenta, ressaltando que “nasceu para servir e se realiza se interessando quando consegue ajudar pessoas que têm interesse na alimentação”. No início dos anos 2000, ele deixou uma carreira no mercado financeiro para tornar-se cozinheiro profissional. Depois de se capacitar, inclusive no exterior, criou seus negócios: a Cozinha Vitrine e a Zedek Alimentos de Raiz. Desde 2020 é também um dos consultores do

programa **Prepara Gastronomia**, percorrendo Minas Gerais, ajudando pequenos negócios e se encantando pela riqueza da gastro-



É UM PROGRAMA DO SEBRAE MINAS QUE IMPULSIONA E AUXILIA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR. SÃO OFERECIDAS CAPACITAÇÕES, CONSULTORIAS E A VISITA DE UM *CHEF* DE COZINHA PARA MELHORIA DA GESTÃO E MODERNIZAÇÃO DOS CARDÁPIOS. ACESSE O QR CODE E CONHEÇA.

nomia do estado. Em conversa com a Revista Histórias de Sucesso, Felipe relembra sua trajetória, fala sobre tendências e destaca a relevância do Prepara Gastronomia.

A FORMAÇÃO COMO CHEF NÃO FOI A SUA PRIMEIRA OPÇÃO?

Minha primeira formação foi em Ciências Contábeis, especificamente em Finanças e ainda em uma era analógica, no final da década de 1990. Trabalhei em bancos, fazendo uma ponte entre o empreendedor e o agente financeiro. E eu sempre cozinhei, desde moleque. Sou de Esmeraldas e sempre tive uma proximidade muito grande com a cozinha, com as coisas de quintal.

Um belo dia, tive um *insight* muito forte sobre a relação de desperdício com a nossa cultura de generosidade. Eu entendi que cada fração de alimento é uma fração financeira e tive uma visão de negócios. Percebi que, pelo fato de o desperdício se dar em pequenas frações, ele passa despercebido. Mas, quando a gente soma o coletivo disso, o impacto é gigante: é econômico, financeiro, ambiental, logístico.

Então, comecei a entender os processos para as cozinhas, com o intuito de mitigar perdas e mostrar o quão relevante isso é em cada estrutura. Para isso, eu precisei me transformar em cozinheiro profissional. Fiz cursos durante um ano no Senac, depois fui para a Espanha, onde cursei uma pós-graduação na área de hospitalidade e outra em eficiência energética.

COMO VOCÊ ATUOU A PARTIR DAÍ?

Pode parecer que não tem nada a ver, mas, na minha cabeça, eu conectei tudo isso e criei o meu negócio, uma consultoria com três linhas de treinamento. Há uma vertente opera-

cional, que envolve elaboração de cardápios, desenvolvimento de fichas técnicas e treinamento de equipes. Há uma linha tática, que é um trabalho de mentoria para donos e donas do negócio, envolvendo estratégias de curto e médio prazo para melhorar operações, reduzir desperdícios e maximizar a rentabilidade, mantendo o foco na qualidade e na experiência do cliente. E ofereço treinamentos práticos para liderança, visando desenvolver habilidades de comunicação, colaboração e resolução de problemas, fundamentais para o sucesso em qualquer empreendimento, gastronômico ou não. São workshops interativos de culinária criativa e inovadora, em que os participantes exploram novas técnicas e ingredientes, aprendendo a se conectar emocionalmente com os clientes e a trazer suas histórias para a mesa. Criamos menus de acordo com cada temática de evento, sempre alinhando aos valores, princípios e missão das empresas.



**HOJE, VIVEMOS BRINCANDO
COM CORES, COM
TEXTURAS, COM SABORES.
VEMOS ISSO NOS QUEIJOS,
NA CACHAÇA, NOS DOÇES.
ENTÃO, MINAS GERAIS É
UM ESTADO MUITO DIVERSO**



QUE TENDÊNCIAS VOCÊ IDENTIFICA NA GASTRONOMIA ATUALMENTE?

Eu vejo uma tendência direcionada para hospitalidade, atendimento humanizado, muito relacionamento. Há uma tendência a menores volumes, ou seja, de comida direcionada, menores porções. E há a tendência de empresas mais enxutas, com grande investimento em tecnologia e equipamentos.

MINAS É CONHECIDA POR SUA GASTRONOMIA. COMO ESTÁ O CENÁRIO DO ESTADO NESSE SETOR?

Minas são muitas, como já dizem. Isso vem da história do estado, com regiões que ficaram isoladas por muito tempo pelas barreiras naturais. E foi esse aspecto que fez com que a gastronomia mineira se tornasse tão múltipla, criativa. As raízes da atividade vêm da escassez, não da abundância. Aquelas pessoas e lugares tinham determinada cultura e se desdobravam com o que estava disponível. Se o lugar plantava abóbora, lá tudo era feito a partir de abóbora, por exemplo. Quando

as estradas começaram a conectar locais e pessoas, as trocas começaram a acontecer, assim como as muitas invenções culinárias. Hoje, vivemos brincando com cores, com texturas, com sabores. Vemos isso nos queijos, na cachaça, nos doces. Então, Minas Gerais é um estado muito diverso, e a atualização da culinária não se dá da mesma forma, vemos muita desigualdade entre os locais, em termos de desenvolvimento dessa atividade.

No trabalho que desenvolvo, encontro pessoas sedentas por aprender. Ao mesmo tempo, encontro pessoas que desconfiam de toda novidade. Assim, eu preciso me calibrar, e só consigo fazer isso porque eu tenho a minha própria empresa, conheço as rotinas de uma cozinha e o padrão que é necessário para que elas funcionem bem.

A QUE ASPECTOS UM EMPREENDEDOR DO SETOR DE GASTRONOMIA PRECISA ESTAR ATENTO?

Os empreendedores mineiros precisam receber conhecimentos, e isso não pode ser de forma pontual. Deve ser um aprendizado contínuo. Quem trabalha com cozinha tem uma rotina operacional exaustiva e uma tendência de trabalhar com a cabeça inclinada para baixo, não se abre para coisas novas. As pessoas estão cansadas de administrar as pessoas, mas são elas mesmas que alimentam a informalidade na empresa, o amadorismo. O empreendedor precisa estar atento a regras, a padrões. Precisa tratar sua empresa como uma multinacional, mesmo que ela seja pequena. Horários para equipe, tabelas para controle, uniformes, regras para pagamento de salários, sobre uso de celular: isso precisa existir e ser seguido. O negócio precisa ser humanizado, mas não pode ser pessoal.



OS EMPREENDEDORES MINEIROS PRECISAM RECEBER CONHECIMENTOS, E ISSO NÃO PODE SER DE FORMA PONTUAL. DEVE SER UM APRENDIZADO CONTÍNUO



COMO VOCÊ AVALIA O PREPARA GASTRONOMIA?

Eu gosto da metodologia do Prepara Gastronomia. Ela é um *refresh* importantíssimo para o momento cultural que a sociedade vive, é para a gente aprender a olhar para dentro. Porque o Prepara Gastronomia traz essa preservação da cultura alimentar de cada ambiente, de cada município. O programa identifica as vocações naturais da região e contribui para fortalecer esse potencial. Eu aprendo em todas as ações e compartilho com a minha equipe. Apresento os ingredientes da região em que estive, o preparo. Conto sobre as curiosidades daquela cultura. Por exemplo, por que se come muito pato na região do município de Piranga? Porque ali, muitos anos atrás, quando ali era uma vila, havia três famílias vindas da França que ensinaram como cozinhar o pato. E muitos locais produzem alimentos nos seus quintais, ressaltamos isso, mostramos o quanto é importante que eles usem esses insumos. Além disso, há várias pessoas atuando no Prepara Gastronomia, agregando visões diferentes, ressaltando informações sobre riscos sanitários, regras a serem seguidas, pontos de atenção.

NAS CONSULTORIAS DO PREPARA GASTRONOMIA, ENCONTROU ALGUMA HISTÓRIA QUE MARCOU VOCÊ?

Ah, tem várias. Por exemplo, um empreendedor tinha um *delivery* de sanduíche e pizza, sempre enviando quatro sachês de ketchup, maionese e mostarda para todos os pedidos, sem saber se o cliente queria ou não. Orientei a perguntar. Dois meses depois, já na etapa de manutenção, ele disse que estava economizando uma quantia significativa no envio dos sachês, pois realmente a maioria das pessoas não queria receber esses produtos, já tinham os itens em casa.



Arquivo pessoal

Outro *case* muito bacana é o de uma senhora salgadeira, que sempre teve a sua mão como balança e, com isso, recebia muitas reclamações sobre a falta de padronização dos produtos. Eles mudavam de tamanho, não havia um controle. Aí, foi feito um trabalho de conscientização muito legal com ela sobre padronização.

É um caso muito emblemático ocorreu em Santa Rita do Sapucaí. Estávamos com um evento do Prepara Gastronomia, e a matriarca de uma família que vendia espetinhos faleceu no primeiro dia. Controlamos a situação, acolhemos as pessoas e vimos que elas tinham um estoque imenso... Dependiam daquela venda para gerar renda, ainda mais em um momento tão delicado. Nós nos organizamos, assumimos a barraca, e houve uma comoção: vendemos todo o estoque no segundo dia do evento. Foi muito legal.

GASTRONOMIA COM AFETO

Sônia Kohen, proprietária do bistrô Villa Donna, preza a gestão das pessoas e mobiliza a comunidade em Monte Verde

“Minha história com a gastronomia começa lá na infância, com a minha família se reunindo para comer. Digo que minhas maiores inspirações da gastronomia são a minha tia, uma grande cozinheira que nos ensinava a fazer capeletti, e a minha mãe, que com 90 anos ainda cozinha todos os dias. Sou descendente de italianos, então para mim a comida agrega as pessoas.

Morei em São Paulo e trabalhei durante 14 anos com consultoria em fábricas para eliminação de perdas nos processos, mas ainda era vivo meu amor pela gastronomia. Nas viagens a trabalho, frequentava restaurantes e gostava de estar em contato com as comidas regionais.

Em 2005, a síndrome do pânico me paralisou. Eu era uma pessoa destemida e passei a ter medo de tudo. Junto ao meu marido, sempre tive o plano de envelhecer fora de São Paulo. Nesse mesmo período, visitamos Monte Verde e foi lá que decidimos ‘amarrar o nosso bote’.

Quando me mudei, abri uma loja de bijoias feitas a partir de sementes do marfim vegetal e do **tucumã** enviados por povos indígenas da Amazônia. A proposta era muito bacana, pois tinha história e cuidado com a natureza. Também tive uma chocolateria durante três anos, em que conheci fábricas de chocolate, fornecedores, receitas e o comércio do turismo. O turista é uma pessoa totalmente diferente do



Arquivo pessoal

CONTE A 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!



É O FRUTO DE UMA PALMEIRA AMAZÔNICA, DE POLPA ALARANJADA E SABOR MARCANTE, MUITO USADO EM RECEITAS TÍPICAS DA REGIÃO NORTE DO BRASIL.

dia a dia, pois ele quer conhecer a história do território. E, para saber contar história, tive que estudar sobre Monte Verde, o que ajudou a me conectar mais com a comunidade.

Mas meu grande sonho ainda era montar um pequeno bistrô no meu quintal, onde as pessoas pudessem comer sem a pressa da cidade grande. E, em 2009, nasceu o Villa Donna: um restaurante ítalo-mineiro que proporciona uma culinária afetiva e com identidade.

A proposta do bistrô é juntar a culinária italiana, que aprendi com a minha família, com elementos da culinária mineira. Alguns dos pratos que criei são o nhoque de mandioca com porco atolado, o risoto de rabada e o sorvete de pão de queijo. Para isso, estudei muito sobre a gastronomia e a química dos alimentos. Os produtos que utilizo são da horta que tenho no próprio quintal e de produtores e comerciantes do território. Acredito muito no comércio local, e o mínimo que devo fazer é investir na comunidade.

Em São Paulo, participei de cursos em vendas e marketing do Sebrae. Como já conhecia a qualidade das capacitações, mobilizei para que houvesse alguma iniciativa da instituição em Monte Verde. Em 2024, recebemos a primeira edição do Prepara Gastronomia. O resultado foi lindo!

Após o Prepara, consegui otimizar os preços praticados no Villa Donna e reduzi as perdas em 30%. Para os demais empreendedores da região, foi um grande aprendizado em gestão, tudo está sendo aplicado nos estabelecimentos. No festival do Prepara, a própria comunidade participou massivamente. O sucesso foi tão grande que, em 2025, os empreendedores já se inscreveram no programa, e quero que minha equipe desenvolva um prato junto com o Sebrae Minas.

Atualmente, o Villa Donna tem 70 lugares, constantemente ocupados. Para o bistrô seguir funcionando, conto com 18 funcionários. O slogan do Villa Donna é: 'Por trás do fogão, tem gente. Por trás de cada bandeja, tem gente. E por trás de todo Villa, tem gente'. Às vezes, o colaborador não está bem, porque está com uma dívida ou não consegue comprar uma comida para o filho, e a qualidade de vida dessas pessoas está sob minha responsabilidade. Quando me perguntam sobre o futuro, digo que meu único plano é ter condições de distribuir participações nos lucros do Villa Donna para os meus funcionários.

E, como forma de retribuir o acolhimento que recebi em Monte Verde, constantemente realizo ações com a comunidade, como a realização de cursos de atendimento ao cliente e de culinária, além de doações para os asilos da região. Em datas comemorativas, outros *chefs* da região e eu promovemos um almoço para os idosos. É o dia em que todo mundo junta as suas panelas em prol de quem precisa. Não dá para você trabalhar na gastronomia e ver pessoas passando fome.

Para todo cliente que passa pelo Villa Donna, eu digo: vai ser um prazer cozinhar para você hoje. E cozinhar é o maior ato de amor que podemos fazer para outra pessoa. Se há essa possibilidade, agradeço ao Sebrae Minas por ter me ajudado a viabilizá-la”.

MAMMA MIA!

CONHEÇA O TRABALHO DO
BISTRÔ VILLA DONNA:



PARA VENDER MAIS E MELHOR

Estratégias são necessárias para que negócios varejistas obtenham melhor performance

CRISTINA MOTA

Por definição, varejo refere-se à venda de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final. Ou seja, a gestão comercial é o “coração” do negócio varejista, certo? No entanto, uma pesquisa qualitativa feita pelo Sebrae indicou a inexistência de um processo estruturado de gestão comercial em 94% das micro e pequenas empresas do varejo. Outro levantamento da instituição identificou que apenas 6% das empresas mensuram os indicadores comerciais, como a taxa de conversão, o tíquete médio por cliente ou o número médio de itens comprados por cliente.

“Essa ausência de processos estruturados dificulta a construção de estratégias efetivas para atrair, converter e otimizar as vendas, como promoções para serem percebidas como oportunidades de compras pelos clientes e sem comprometer a lucratividade do negócio”, explica Victor Mota, analista do Sebrae Minas. Para auxiliar os empreendedores varejistas nessa dinâmica é que foi lançado o curso presencial com consultoria “Estratégias Comerciais Lucrativas Varejo Mais”, em abril. “A iniciativa ajuda o varejista a elaborar suas promoções, planejar as campanhas promocionais e melhorar a experiência de compra do cliente na loja”, ressalta Victor.

O curso “Estratégias Comerciais Lucrativas Varejo Mais” é composto por três encontros coletivos e três consultorias es-

pecializadas, de duas horas cada uma, para ajudar individualmente os participantes a aplicar os conceitos aprendidos. “São 12 horas de instrutoria e seis horas de consultoria por cada empresa participante”, ressalta o analista. A ação integra a metodologia do Varejo Mais, criada pelo Sebrae para capacitar, aumentar as vendas e melhorar os resultados dos pequenos negócios do varejo.

CONHECIMENTO PARA A ESTRATÉGIA

Victor Mota ressalta que os empreendedores precisam compreender a relevância da estratégia comercial e todas as informações que ela demanda. “A estratégia comercial envolve a definição de metas, a identificação de oportunidades e desafios e a elaboração de táticas específicas para que a empresa seja percebida como a melhor opção para os clientes, levando ao aumento da receita, à melhoria do lucro e à expansão da participação de mercado”, ressalta.

Nesse processo, é determinante diferenciar os conceitos de preço e valor, entendendo a percepção dos clientes sobre

SAIBA MAIS

VEJA SOLUÇÕES DO
VAREJO MAIS E CONTRATE A
QUE MAIS SE ADEQUA À
SUA NECESSIDADE.



produtos e serviços e criando estratégias de precificação eficazes para agregar valor a eles. “Preço é a quantia monetária que um cliente paga por um produto ou serviço. Valor é a percepção subjetiva do cliente sobre os benefícios e a utilidade que ele recebe ao adquirir um produto ou serviço”, esclarece.

E, antes de colocar em prática as técnicas para elaborar campanhas promocionais e para comunicá-las de forma efetiva para os clientes, há a necessidade de conhecer e avaliar KPIs (Key Performance Indicators). Victor explica que os indicadores fornecem dados valiosos para a tomada de decisões e para o aprimoramento contínuo das estratégias de vendas. “O número de clientes atendidos avalia a eficiência e a capacidade de atendimento da empresa, medindo quantos clientes foram atendidos em determinado período. Há também o custo de aquisição de cliente, que mede o custo total para adquirir um novo cliente, incluindo despesas de marketing e vendas”, exemplifica o analista.

No curso, as atividades são direcionadas para o melhor entendimento de alguns indicadores. Um deles é a taxa de conversão, que indica a porcentagem de leads que se transformam em clientes efetivos. Outro é o tíquete médio, que representa o valor médio gasto por cliente em cada compra. E há o preço médio por itens por cliente, uma métrica que indica o valor médio pago por cada produto vendido em de-

terminado período. “Há atividades teóricas e exercícios práticos para que os participantes consigam entender os conceitos e aplicá-los de fato após o fim do treinamento”, diz Victor.

Outros conteúdos essenciais trabalhados no curso referem-se à identificação das personalidades e temperamentos distintos de cada cliente, que influenciam diretamente suas preferências e comportamentos durante o processo de compra. E há destaque para a relevância do papel do vendedor, que vai muito além de recepcionar o cliente e registrar pedidos. “O vendedor é estratégico no sucesso do negócio, atuando diretamente na atração de clientes, no aumento da conversão de vendas e na elevação do tíquete médio. Mostramos como o vendedor pode contribuir de forma prática e eficaz para alcançar esses resultados”, explica Victor.



NOVAS OPORTUNIDADES PARA O TURISMO

Série disponível no Sebrae
Play orienta empreendedores
na captação de negócios em
eventos e feiras

THAÍS NASCIMENTO



O turismo é um setor com grande potencial econômico, e os dados apontam uma crescente na atividade, tanto no Brasil quanto na América Latina. De acordo com o Banco Central, turistas estrangeiros injetaram US\$ 3,01 bilhões no país no primeiro

quadrimestre de 2025, o que representa um aumento de 20% em relação ao mesmo período em 2024. Segundo relatório do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, sigla em inglês), a projeção é que o turismo contribuirá com US\$ 616 bilhões

para a economia da América Latina e com a geração de cerca de 25,61 milhões de empregos até 2034.

E para que os empreendedores do setor possam se preparar para a demanda que está por vir e gerar novos negócios, o Sebrae Minas desenvolveu a série de conteúdos “Eventos de Turismo: planeje, participe e prospere”, disponível no Sebrae Play. Dividido em quatro temporadas, entre vídeos, e-books e atividades práticas, o material tem como objetivo ensinar técnicas de captação de leads em feiras e eventos, além de ampliar o networking para alavancar os resultados comerciais. “Às vezes levamos os empreendedores para as feiras, e eles não entendem como funciona a estratégia para participação. Então, a série tem o objetivo de ajudar os empreendedores da cadeia de turismo a participar dos eventos de mercado e levar a eles como funcionam esses eventos”, afirma Nadia Giannini, analista do Sebrae Minas.

A SÉRIE

Considerada um guia essencial para empreendedores que desejam se destacar no setor de turismo, a série apresenta fundamentos do mercado do turismo; estratégias eficazes para divulgação e captação de *leads*; técnicas e planejamento

SISTEMA QUE AUXILIA OS NEGÓCIOS A GERENCIAR E ANALISAR INTERAÇÕES COM CLIENTES, AO LONGO DE SEU CICLO, COM O OBJETIVO DE APRIMORAR O RELACIONAMENTO.

O TURISMO CONTRIBUIRÁ COM US\$ 616 BILHÕES PARA A ECONOMIA DA AMÉRICA LATINA E CERCA DE 25,61 MILHÕES DE EMPREGOS ATÉ 2034

para participação em eventos e feiras; boas práticas para otimização de resultados; e técnicas para os negócios se diferenciarem da concorrência.

Ao longo da capacitação, o empreendedor aprenderá como divulgar seu produto e serviço, captar novos clientes, construir parcerias, além de analisar o mercado e a concorrência. Alguns dos diferenciais são as atividades por meio de ferramentas, como a Inteligência Artificial (IA) e **Customer Relationship Management (CRM)**, em que o empreendedor poderá, de forma prática, monitorar os resultados e planejar as estratégias futuras.

Ao fim da série, um certificado de conclusão é emitido, e há a indicação de outros conteúdos disponíveis no Sebrae Play, como forma de aprimorar o conhecimento na área.

APROVEITE!

ACESSE A SÉRIE NO SEBRAE PLAY, USANDO O QR CODE.



CAPACITAÇÃO PARA NEGÓCIOS DA CADEIA DE CONSTRUÇÃO

Iniciativa é parceria entre o Sebrae Minas e a Direcional Engenharia



Arquivo Sebrae Minas

Para gerar novas oportunidades de negócios e crescimento para potenciais fornecedores do segmento de casa e construção, o Sebrae Minas lançou o **Programa de Encadeamento Produtivo**, em parceria com o Grupo Direcional Engenharia. A iniciativa vai capacitar 20 micro e pequenas empresas da RMBH, por meio da integração com grandes empresas.

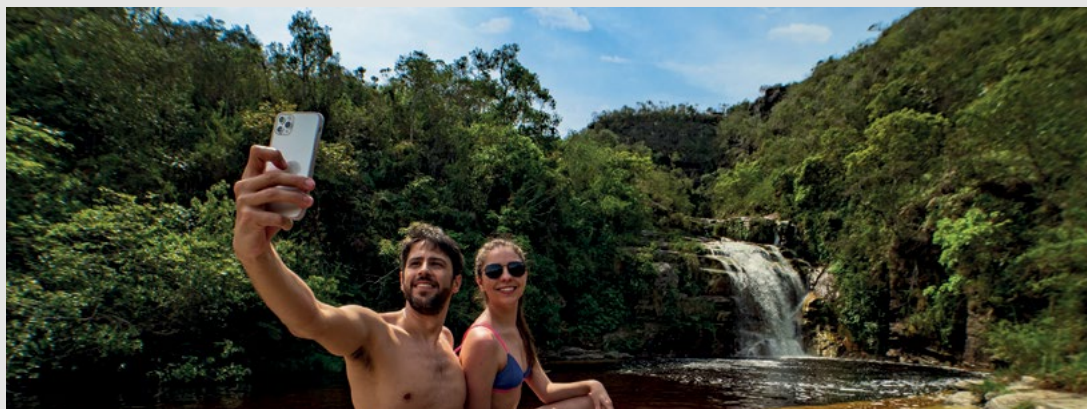
O programa vai atender potenciais e/ou atuais fornecedores da construtora Direcional nas temáticas de ESG e competitividade. Após a adesão da empresa,

será realizado um diagnóstico inicial para avaliação da maturidade da gestão do negócio. Ao longo do programa, haverá ações como consultorias de gestão de indicadores, workshop de políticas corporativas, como ESG, LGPD, compliance e processo de vendas para a Direcional, Rodada de Negócios, consultoria exclusiva para implementação dos Requisitos de Conformidade dos Empreiteiros de Obras, e diagnóstico empresarial final. O programa de Encadeamento Produtivo será desenvolvido em até 18 meses.

O PROGRAMA ATUA NA MELHORIA DO DESEMPENHO DA REDE DE FORNECEDORES, DISTRIBUIDORES E PRESTADORES DE SERVIÇO DAS GRANDES EMPRESAS. A PARTIR DE PARCERIAS, O SEBRAE MINAS IDENTIFICA OS DESAFIOS, MAPEIA A CADEIA PRODUTIVA – FORMADA POR PEQUENOS NEGÓCIOS – E DESENVOLVE AS AÇÕES PARA OTIMIZAR E INOVAR NAS OPERAÇÕES DAS GRANDES EMPRESAS.

ACESSE O QR CODE PARA SABER MAIS SOBRE O PROGRAMA





Check-In Turismo
SEBRAE

**O Futuro do
Turismo em
Minas Gerais!**



**O Programa Check-In
Turismo do Sebrae é a
chave para transformar
essa visão em realidade!**

Com foco na estruturação de destinos e no fortalecimento das parcerias locais, o programa capacita os pequenos negócios turísticos e suas cadeias correlatas.

O Programa é destinado a todos, desde empreendedores até gestores locais. Juntos temos um papel fundamental nesse processo de transformação.

Vem com a gente! Faça parte dessa revolução no turismo mineiro e ajude a construir um futuro mais promissor para todos. O Check-In Turismo espera por você!



**Descubra,
aprenda e
faça parte
da mudança!**

**QUER FAZER SUA EMPRESA
CRESCER COM SEGURANÇA?**



CHAME QUEM ENTENDE DE ORGANIZAÇÃO E
CONTROLE FINANCEIRO.

CHAME UM CONSULTOR DO SEBRAE.

0800 570 0800 • sebraemg.com.br

