**Moacir Drska**
mdrska@brasileconomico.com.br
**São Paulo**

# Google e Sebrae visam pequeno empreendedor

## Parceiros lançam nova etapa do programa "Conecte seu Negócio", com vídeos que reúnem casos de sucesso de PMEs na web e tutoriais para o uso de novas ferramentas

Murillo Constantino

**Alessandro Andrade, diretor de pequenas e médias empresas do Google, destaca que o ambiente virtual é democrático para as companhias**

Fruto de uma parceria entre o Google e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o programa "Conecte seu Negócio" nasceu com o objetivo de estimular pequenos e médios empreendedores a criar sites próprios para impulsionar seus negócios. Dois anos depois, o projeto chega agora a uma nova etapa, com o lançamento de vídeos que reúnem casos de sucesso do programa e tutoriais. A ideia é fornecer meios para que as pequenas e médias empresas possam sofisticar suas estratégias na internet. O pacote inclui desde dicas de como destacar essas companhias em um ranking de buscas até como usar as redes sociais para gerar receitas. A nova ação mescla aplicações do Google com as orientações de consultores do Sebrae e da empresa de internet.

"Dentro de uma tela de um computador ou de um celular, a pequena e a grande empresa têm o mesmo centímetro quadrado e competem de igual para igual. Nossa ideia é disseminar essa visão, para que esses empreendedores despertem para a importância do mundo on-line", diz Alessandro Andrade, diretor de pequenas e médias empresas do Google.

O negócio de bolos e doces modelados de Dora Carvalho integra o grupo de 60 mil micro e pequenos empresas que fazem parte do "Conecte seu Negócio". A cake designer é tema de um dos vídeos. Depois de largar o último ano do curso de Direito, Dora passou a se dedicar à decoração de bolos e doces, mas se sentia frustrada por não conseguir romper a barreira das entregas restritas ao seu bairro. Ela decidiu então criar seu site por meio do programa, e já está colhendo os resultados de sua incursão digital. "Hoje, tenho clientes em lugares como Aracaju, Vitória, Recife e Porto Alegre. Antes, tinha uma renda média mensal de R$ 1,5 mil. Com a internet, dobrei minha produção e chego a faturar três vezes mais", conta a empresária, que já planeja dobrar sua estrutura em função do volume de pedidos. Em curto prazo, a receita de Dora passará a incluir também ações de publicidade na web.

Instalado em um sobrado no bairro do Ipiranga, em São Paulo, o restaurante Paellas Pepe é mais um exemplo do potencial da internet para pequenos empreendedores. Criado há 15 anos, o negócio nasceu modesto e abria suas portas apenas nas noites de sexta-feira, com acesso restrito a convidados. Hoje, o Paellas Pepe funciona de terça a domingo e grande parte da alta frequência da casa passa por estratégias na web. "A internet é sempre nossa primeira opção para divulgar qualquer ação do restaurante. Hoje em dia, a web é o nosso boca a boca", diz Fabio Benedetti, um dos sócios.

Um dos participantes do programa, o Paellas Pepe adota diversas ferramentas do Google e também do Facebook. Um dos principais focos atuais dessa estratégia digital é ampliar a frequência durante os dias da semana, tradicionalmente mais fracos. "Não consigo mensurar em números, mas consigo ter respostas imediatas. Se invisto em alguma ação específica na internet, imediatamente fecho reservas para toda a semana", observa Benedetti.

Hoje, o Paellas Pepe recebe clientes de diversas regiões. "É difícil ser conhecido em uma cidade como São Paulo. Com um custo baixo, a internet permitiu que a gente alcançasse esse estágio".

> *"Hoje, tenho clientes em Aracaju, Vitória, Recife e Porto Alegre. Antes, tinha uma renda média mensal de R$ 1,5 mil. Com a internet, dobrei minha produção e chego a faturar três vezes mais"*
>
> **Dora Carvalho**
> Cake Designer

## Facebook também mira PMEs

O Facebook é mais um gigante da internet que está investindo em ações para estimular o desenvolvimento das pequenas e médias empresas na web. O programa "Rota do Sucesso" é uma dessas iniciativas. Disponível no Brasil desde maio do ano passado, o projeto assessora pequenos e médios empreendedores em suas estratégias de publicidade no Facebook, o que inclui a criação de páginas próprias dessas marcas na rede social e orientações específicas para cada segmento de negócio. Para ter acesso ao programa, as PMEs se comprometem a investir R$ 50 por dia em anúncios no Facebook, durante um mês. Em troca, recebem atendimento exclusivo de um time de consultores da companhia. "O objetivo é fazer com que esse empresário saiba maximizar o retorno dessas ações e depois desse período, consiga seguir por conta própria", diz Patrick Hruby, diretor de negócios do Facebook para PMES na América Latina. Desde o lançamento, mais de 2 mil empresas já passaram pelo programa na região. "Essa é a área que mais cresce hoje na operação brasileira do Facebook", afirma Hruby.

**Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 4, 5 e 6 out. 2013, Empresas, p. 11.**