

MÍDIA KIT

FAZ COMO NINGUÉM FAZ

FAZ COMO NINGUÉM FAZ

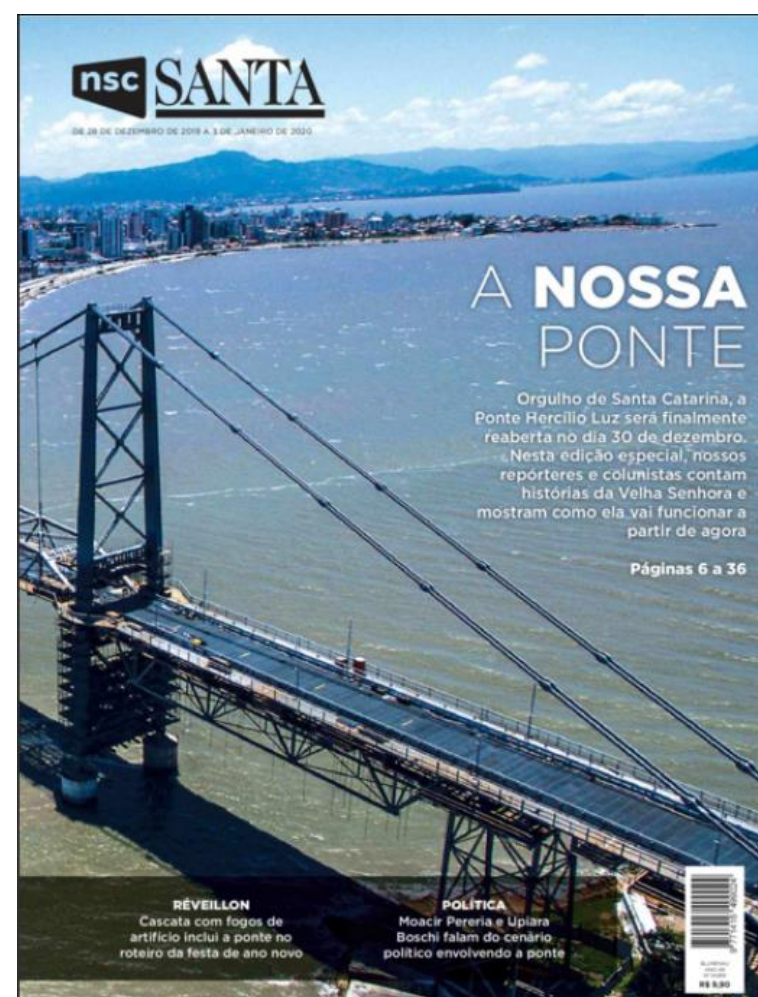
DC: AN SANTA

IMPRESSO



CONTEÚDO RELEVANTE

OPINIÃO E
INFORMAÇÃO
PARA
CONECTAR OS
CATARINENSES



LEITURA LEVE ***E PRAZEROSA***

UMA EDIÇÃO PARA SER CONSUMIDA PELO
LEITOR AO LONGO DA SEMANA

MAIOR VIEWABILITY

UM PRODUTO **PREMIUM**

EM ACABAMENTO

QUALITY PAPER
ALTA QUALIDADE DE IMPRESSÃO

Capa e Internas | papel jornal 45g
Impressão | heatset



EM CONTEÚDO

Em entrevista exclusiva, Guga Kuerten fala sobre o Brasil, o carinho dos fãs, a saudade das quadras, a paternidade e a missão de melhorar o tênis no país

“A VIDA SEMPRE FOI
MUITO GENEROSA COMIGO”

Ouvir atentamente as palavras de Guga, a poucos metros dele, é enxergar um ídolo que sorri fácil, se emociona com a mesma facilidade e que tenta fazer da vida, aposentado das quadras, mais leve, até porque ele tem uma missão. Descubra a seguir.

JORGE JR.
jorge.jr@somomac.com.br

Ficar frente a frente com Gustavo Kuerten, o ex-tenista tricampeão de Roland Garros, número 1 do mundo e um dos poucos ídolos incontestáveis da história do Brasil, é um carrossel de emoções. Tem tempo para perguntar e ouvir histórias e opiniões do Guga, em uma entrevista que teve direito a plateia absorvendo o que era

ninguém nasce campeão, não existe. É talentoso, o cara, e um gênio! São 50 mil horas de trabalho para chegar a algum lugar e um, aparentemente, jogar mais bonito, outros se esforçam mais, e é isso que faz o espírito campeão!"

porque ficou
chão que não
foi muito rei
em certos mo-
dos. Ao longo
dos dias das
nosso perder o
pai, cos não foz
para trazer
amendado e
se alguma es-
que esse cas-
e eterno. Sem
talvez vai-
doz e de-
deram condi-
ções. Todas
essa felici-
e já automa-
tizada. A his-
tória de Rol-
land e G-
tem tem o
seu. É ben-
alida mais
há tanto
primeiro
Rol-
as pessoas
a presença
natural e
amor e
nosso sal-
vamento

Aparição entre Gugu e Lari Paiva sem deixar a adolescência e o ex-feminista lembrou um parágrafo: "A88-102 ainda era vida e vida, volta e meia tinha que parar num posto policial para ligar lá para casa pra avisar que não viria".

usufruir disso, e só outro restinho de 21 que vai decolar numa aventura bem mais profunda nas quadras. Ao longo desse caminho a gente percebeu bem que o tênis como qualquer outro esporte, vai precisar desse suporte. As pessoas que passam, gostam, brincam, jogando uma, duas, três vezes, cinco por semana sem grandes pretensões, mas têm uma relação muito boa, que também é naturalmente, mesmo a ciclo, o

É o perder
É a vida
Boas, de que
não temos 9

O Brasil é um triturador de ídolos. Fala-se mal do Pelé e até do Ayrton Senna, mas nos Jogos Olímpicos você fez muita gente chorar ao entrar com a tocha. Como você se enxerga como um dos poucos ídolos intocáveis?

Não começo da carreira, sem assessor de imprensa. Você figura para o produtor e falava que tinha vontade, dada notícia. Você quis muito ser atleta. Hoje diria que emergir isso não faz futuro profissional?

Essa é o grande desafio da juventude atual. Não tem certeza de nada, falta fidelidade e retribuição porque é muito fácil desistir.

procar de direção. Quando temos 50 chances, pensa, até tu chegar na última tu podes ir trocando uma por uma a cada dia e não te aprofundando para saber se a dar certo a primeira. O processo de realização vai de encontro

vida, esta energia de estar junto, contribuir e fazer algo?

Vivemos num país polarizando, disputas de opinião e até brigas. Tem como o brasileiro ser um pouco mais humano?

Vejo que é um efeito mundial de divi-

são, de segregação que acontece também no Brasil, numa escala um pouco mais ampla, que vai essa amplitude de informação com uma maior quantidade de categorias. Quando você vai querer chegar a explicações, definições e palavras que significam algo também começam a ter separações. Por isso que volto para o canal do sentimento, quanto mais tudo isso valer menos e a gente ver que todos nós somos seres humanos, no frio dos ossos é todo igual, car-

Precisamos passar por isso e atravessar situações mais difíceis que eu vejo, que são essas de intolerância. Hoje falar alguma coisa? É melhor não falar nada, porque todo mundo está querendo mostrar ou defender algo, que seja um ponto de vista. O cara tá certo ou errado, vamos um pouco mais além e nos permitir mais. A internet hoje é uma fonte de desabafo gigantesca, se o cara pensar 30 segundos talvez minimize muito a potência.

E tem algo que possa melhorar?

Quem sabe a gente diferenciaria um pouco também nessas horas as pessoas que têm mais alcance, deferência a pessoa física da jurídica. O cara que tem 1 milhão ou 5 milhões de seguidores com a opinião dele é bacana, legal, mas o jeito que ele influencia aí é diferente. Isso que ocasiona também alguns questionamentos e brigas que não são de um contexto coletivo, mas é pessoal. Mas tá na internet, já virou do mundo e uma batalha que não vale a pena.

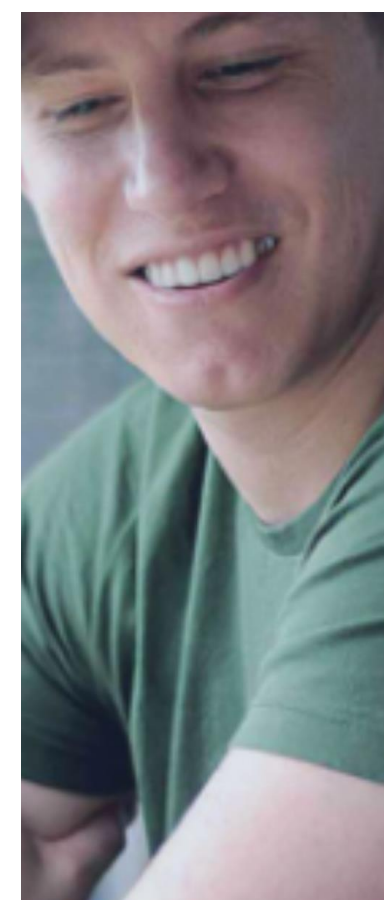
E ao mesmo tempo tem coisas que são fundamentais, diretos e conquistas que acontecem de raça, de gênios de diversas situações que precisam avançar. Essa balança e o efeito da internet que a gente não sabe lidar, nós precisamos aprender, suportar e passar por isso e fazer melhor. E vai ser melhor, né? (Risos). Difícil ser pior do que hoje, que está explodindo para tudo quanto é lado.

Como os três filhos te veem e como
você se vê como pai?

Eu gosto de falar o que é e mais fácil perguntar para o Luis Felipe, para a Mariana Augusta e para a minha esposa, e é a forma mais sincera de responder. Gosto de ser muito sincero com eles, brinco. Ao longo desses sete anos com a Mariana Augusta, que está nos acompanhando, a mais velha, ou as diversas mudanças. Acho que a convivência é importante nas nossas vidas, eu tava convicto que estava fazendo o melhor, e hoje também estou, mas fazendo bem diferente e o contrário do que era anos atrás. Escutando bastante, muito atento a cada momento, objetivamente o desafio é ficar um pouco a presença do celular, da mecânica da informação e diminuir essa interferência para ter uma vivência mais agradável, para ter um ponto de equilíbrio certo.

SUPER ENTREVISTAS

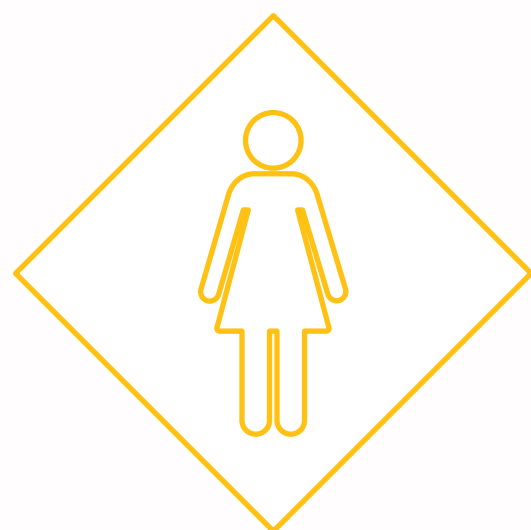
***EXCLUSIVAS
COM OS MAIORES NOMES
DE SANTA CATARINA
DO BRASIL
DO MUNDO***



*A EDIÇÃO IMPRESSA
REFORÇA A RELEVÂNCIA
EDITORIAL CONQUISTADA
EM MAIS DE 40 ANOS DE
JORNALISMO.*

PERFIL DECISOR

91% DOS LEITORES COM 40 ANOS OU +



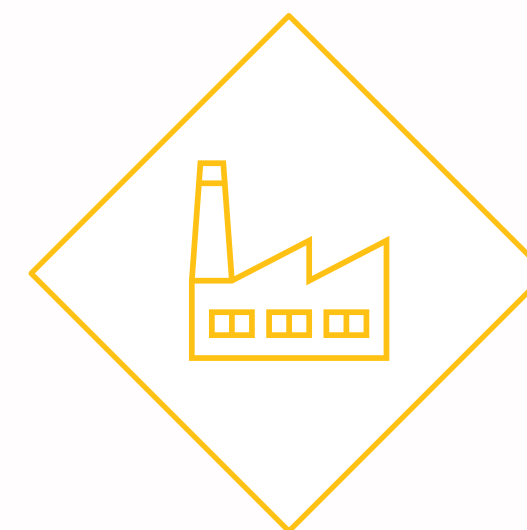
28%

MULHERES



49%

HOMENS



23%

EMPRESAS



A MAIOR ABRANGÊNCIA DO ESTADO

OS 3 TÍTULOS JUNTOS
SOMAM UMA TIRAGEM MÉDIA

DE 5.000 EXEMPLARES

+15,7 MIL IMPACTOS POR EDIÇÃO

+62,8 MIL IMPACTOS
POR MÊS

TIRAGEM MÉDIA

DC: 2.900 | SANTA: 1.000 | AN: 1.100

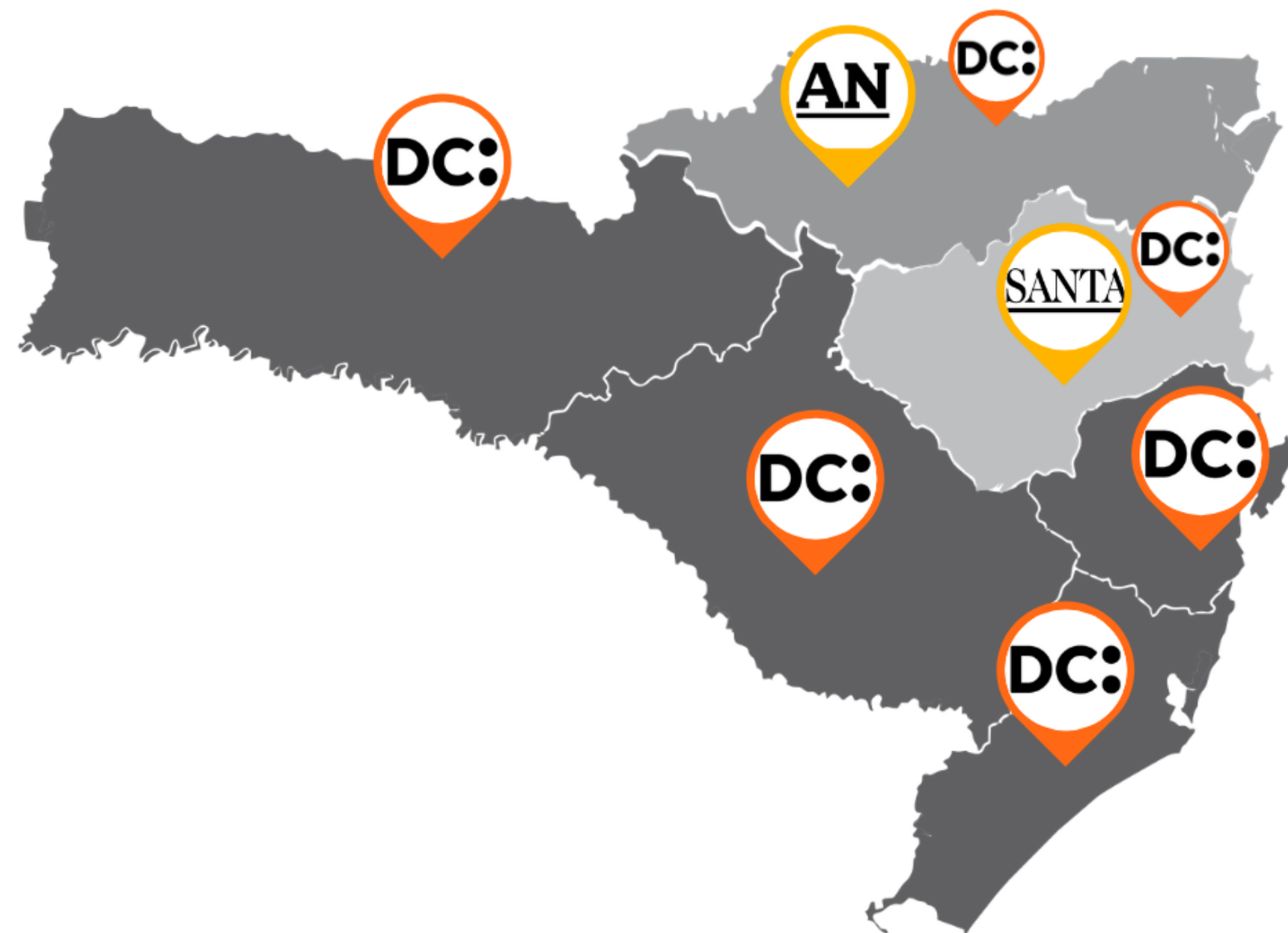
Dados de Dez/2023.

ATLAS DE COBERTURA

40 PÁGINAS ESTADO

8 PÁGINAS LOCAL

*Com possibilidade de anúncios
segmentados por veículo*



ÁREA DE COBERTURA

ARAQUARI
ARARANGUA
ASCURRA
BALNEARIO CAMBORIU
BALNEARIO PICARRAS
BARRA VELHA
BLUMENAU
BOMBINHAS
BRUSQUE
CACADOR
CAMBORIU
CAMPOS NOVOS
CANOINHAS
CATANDUVAS
CHAPECO
COCAL DO SUL
CONCORDIA
CRICIUMA
CURITIBANOS
FAXINAL DOS GUEDES
FLORIANOPOLIS
GASPAR
GUARAMIRIM

HERVAL D'OESTE
IBIRAMA
IMBITUBA
INDAIAL
ITAJAI
ITAPEMA
ITAPOA
ITUPORANGA
JARAGUA DO SUL
JOACABA
JOINVILLE
LAGES
LAGUNA
LUZERNA
MAFRA
NAVEGANTES
NOVA TRENTO
OURO
PALHOCA
PENHA
POMERODE
PONTE SERRADA
PORTO BELO

PRESIDENTE GETULIO
RIO DO SUL
RIO NEGRINHO
RODEIO
SANTO AMARO DA IMPERATRIZ
SAO BENTO DO SUL
SAO FRANCISCO DO SUL
SAO JOAO BATISTA
SAO JOAQUIM
SAO JOSE
SCHROEDER
SEARA
SIDEROPOLIS
TANGARA
TIJUCAS
TIMBO
TUBARAO
URUSSANGA
VIDEIRA
XANXERE
XAXIM

CONTEÚDO

MULTIPLATAFORMA

GANHA O LEITOR E O ANUNCIANTE.

Conteúdo sai da edição impressa e ganha vida na internet com QR Codes que direcionam para mais informações e detalhes no NSC TOTAL



INTEGRAÇÃO COM O DIGITAL

Jornal Digital:

A versão impressa na íntegra no NSC Total



*OS COLUNISTAS MAIS
LIDOS DO NSC TOTAL
ESTÃO TAMBÉM NAS
PÁGINAS DO IMPRESSO.*

DAGMARA SPAUTZ

O que acontece de mais relevante em boa parte do litoral catarinense, especialmente Itajaí e Balneário Camboriú. Fontes exclusivas e informações de credibilidade nas áreas de política, economia, cotidiano e segurança.



**DAGMARA SPAUTZ**

A lista de pedidos da CPI da Covid

A CPI da Covid já enviou 19 pedidos de informações à Santa Catarina desde que o conteúdo foi instalado, em abril. A lista inclui requerimentos que foram apresentados por diferentes membros da CPI, aprovados pelo conselho dos senadores, e encaminhados a todos os estados e o Distrito Federal.

Em Santa Catarina, a maioria dos requerimentos foi enviada diretamente ao governo do Estado e à Secretaria de Estado de Saúde. Há outros, por exemplo, solicitações a respeito dos direitos de cidadania pública que foram enviados ao longo da pandemia, e sobre a inspeção que eles tiveram na falta de pagamento.

Segundo o governo, pedidos de informações sobre intenção de negociação de compra de vacinas, quantitativo de leitos de UTI disponíveis para pacientes com Covid-19, e dados sobre medicamentos de "tratamento precoce". A CPI quer também o Estado, e todos os dados com mais de 500 mil habitantes, quanto duas vezes adquiridos, distribuídos, e quanto foi o preço de aquisição como clonagem e transmissões.

Outros pedidos de informações foram encaminhados ao Tribunal de Contas do Estado (TCE-SC) e à Procuradoria-Geral do Estado (PGE). Os senadores questionam se Santa Catarina recebeu de forma adequada, e como foram aplicadas a CPI também enviou à Polícia Civil, para que informe se há investigações em curso a respeito do uso de testes falsos na pandemia.

O pedido de informação mais recente é do dia 17 de junho e questiona sobre a contratação de serviços para limpeza e funcionamento de EPIs para os profissionais de saúde. O governo não informou, mas o fechamento de uma edição, se já emite medidas ou dados solicitados à CPI.

A comissão deve se apresentar ao Senado em julho. A CPI ainda não definiu se chamará automaticamente o governador Carlos Minetti (PSB).



O DRILHE DA PEC

Ministro cumprirá a promessa feita à Educação ao enviar um Mandado de Segurança para garantir o salário mínimo de R\$ 5 mil aos professores. A PEC, entregue em 1º de maio, foi o primeiro que o governo enviou para o Congresso Nacional.

CURTA

As discussões da Reforma da Previdência em 2019, com o objetivo de garantir a sustentabilidade da Previdência Social, foram o ponto de partida para a criação da PEC 207, de 2019, que prevê a redução da idade mínima para a aposentadoria.

O VICE

Enquanto uma parte do PSD está de olho na carreira de chefe para as eleições de 2022, outros partidos também estão disputando a vaga. O PSB, por exemplo, tem o nome de "Cassiano", que teria um mandato como vice. Nos bastidores da Câmara, o nome que ganha força é o do secretário da Casa Civil, José Cândido. Respeitado pelos deputados de todos os bandos, ele é o principal candidato a suceder o atual titular político. Entre os nomes em disputa, há também o do deputado federal Carlos Minetti (PSB).

Luciano Hang compra briga pela volta do horário de verão abolido por Bolsonaro



Projeto de lei libera maconha medicinal em Florianópolis; entenda



Escândalo das vacinas mostra que corrupção é doença crônica



Vacina para os privilegiados:

Colunista

Dagmara Spautz

O que acontece de mais relevante em boa parte do litoral catarinense, especialmente Itajaí e Balneário Camboriú. Fontes exclusivas e informações de credibilidade nas áreas de política, economia, cotidiano e segurança.

Siga Dagmara Spautz

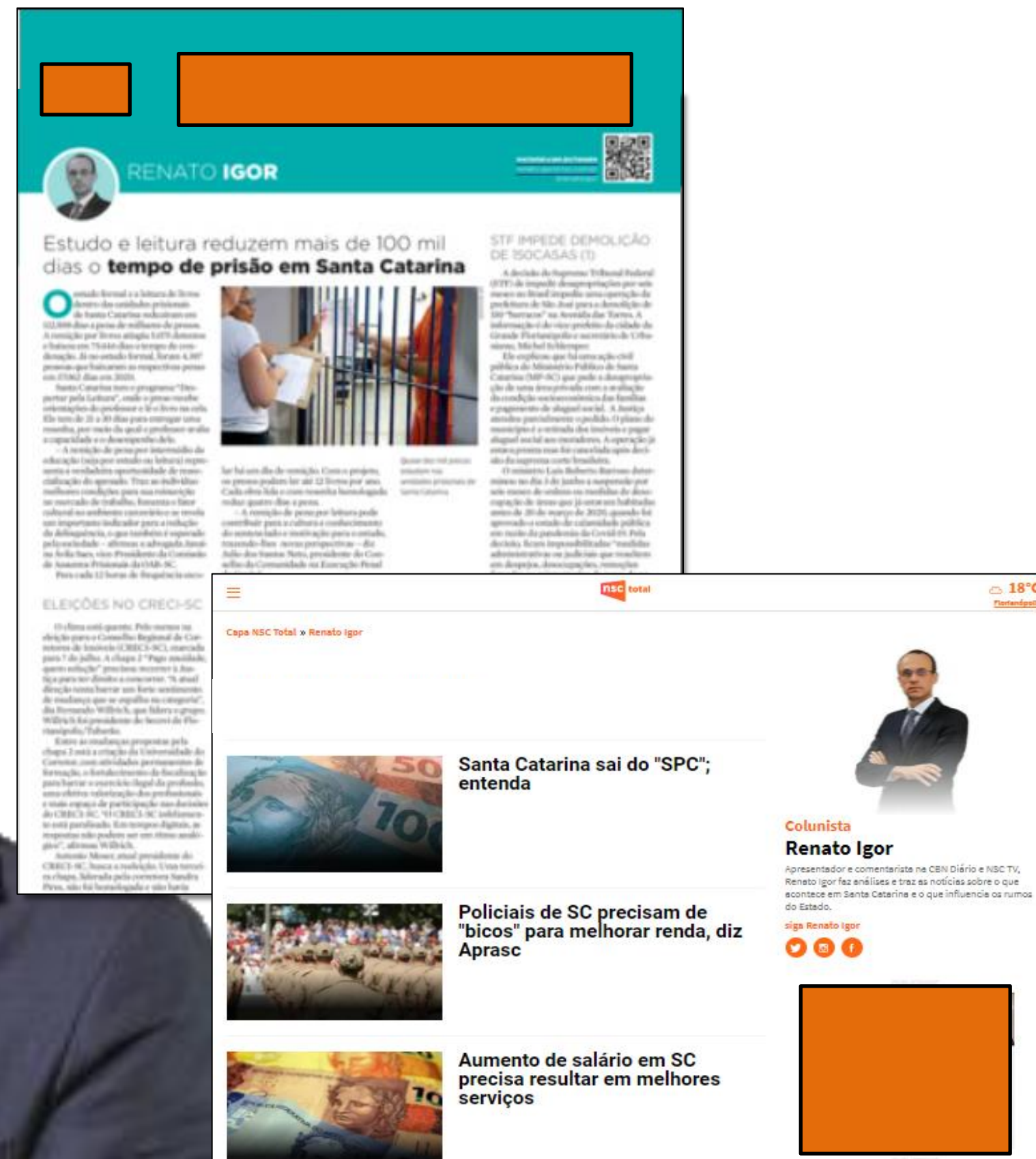
nsctotal

Florianópolis

18°C

RENATO IGOR

*Apresentador e comentarista na CBN
Diário e NSC TV, Renato Igor faz
análises e traz as notícias sobre o que
acontece em Santa Catarina e o que
influencia os rumos do Estado.*



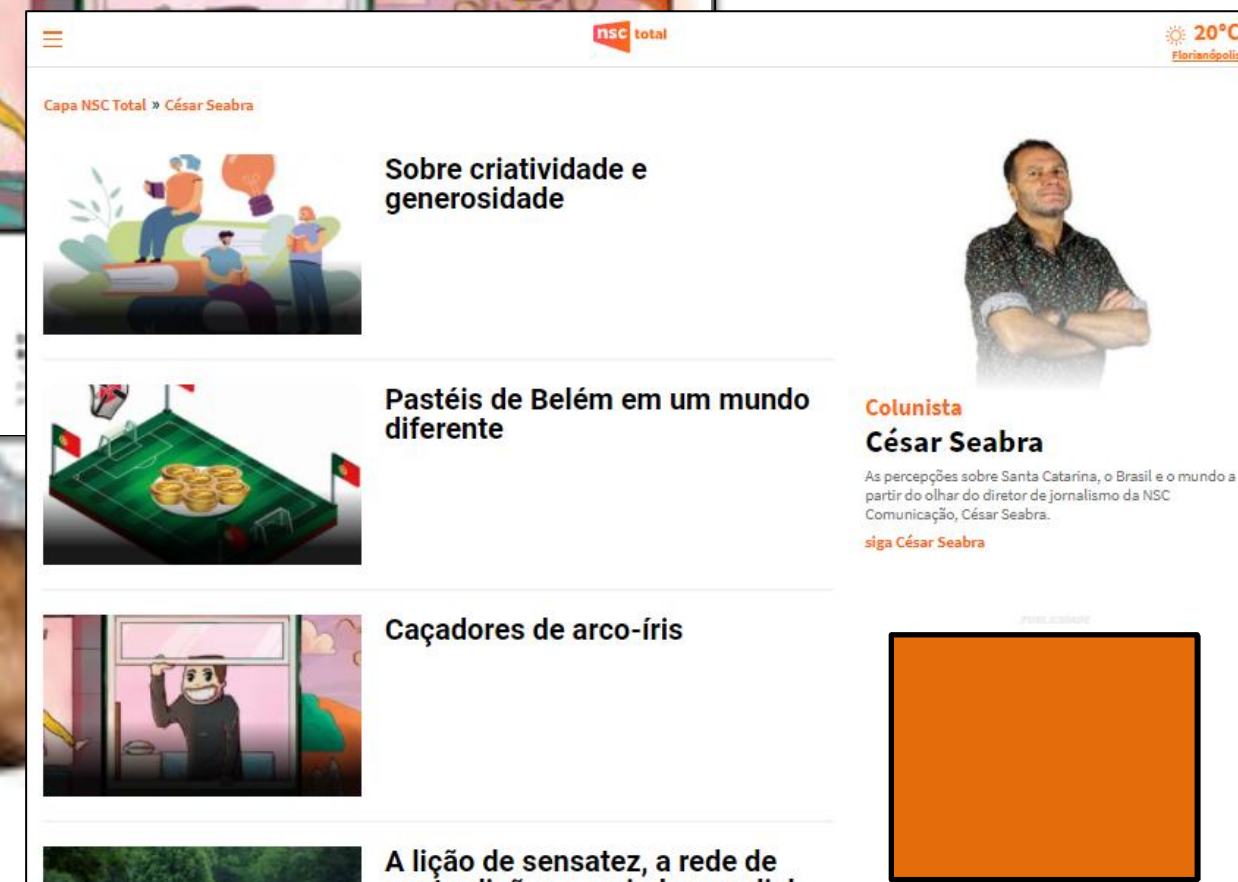
ESTELA BENETTI

Especialista na economia de Santa Catarina, traduz as decisões mais relevantes do mercado, faz análises e antecipa tendências que afetam a vida de empresários, governos e consumidores.



CÉSAR SEABRA

Percepções sobre Santa Catarina
a partir do olhar do diretor de
jornalismo da NSC Comunicação

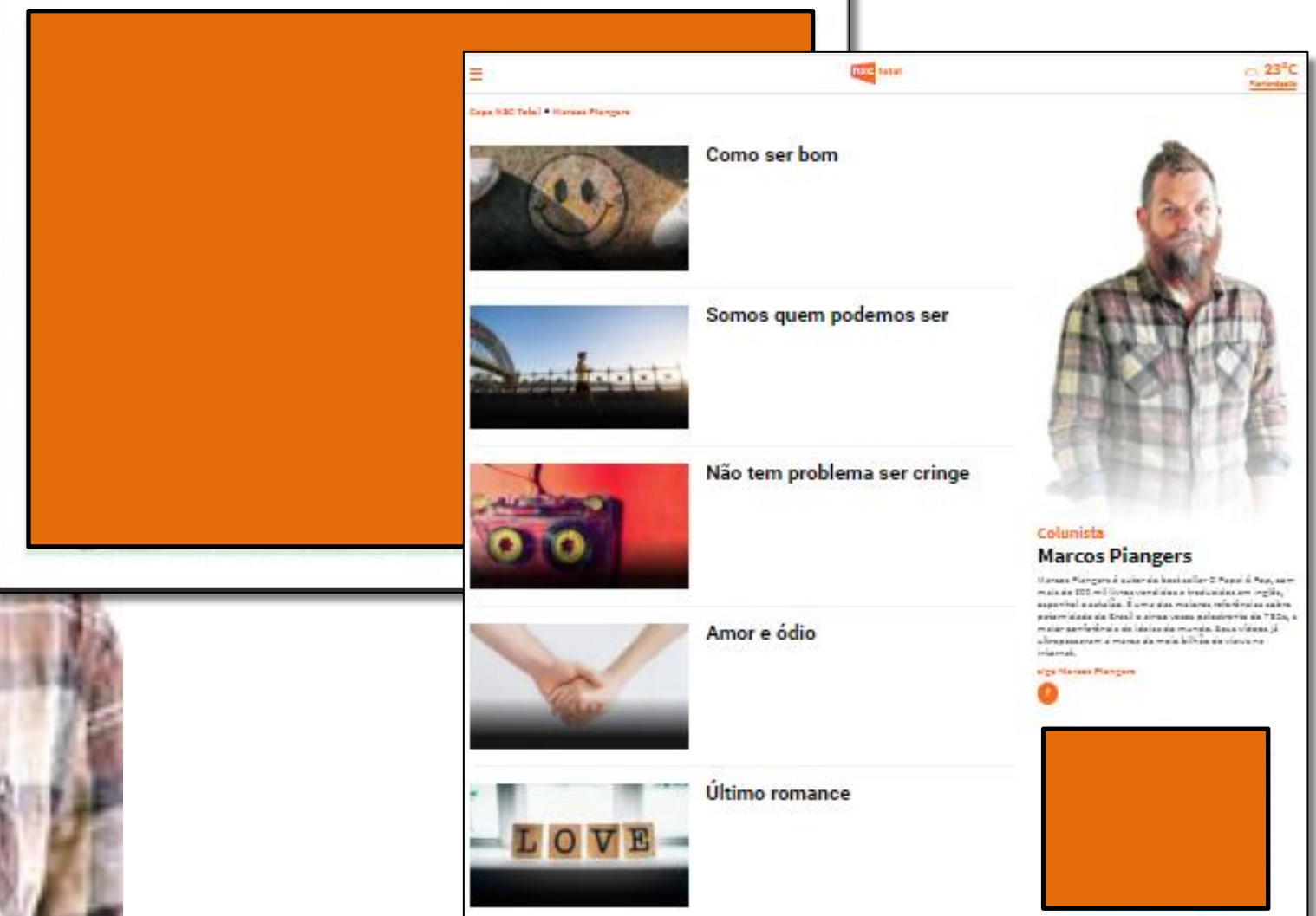




*OS MELHORES
CRONISTAS DO BRASIL
FALAM SOBRE
COMPORTAMENTO
E COTIDIADO.*

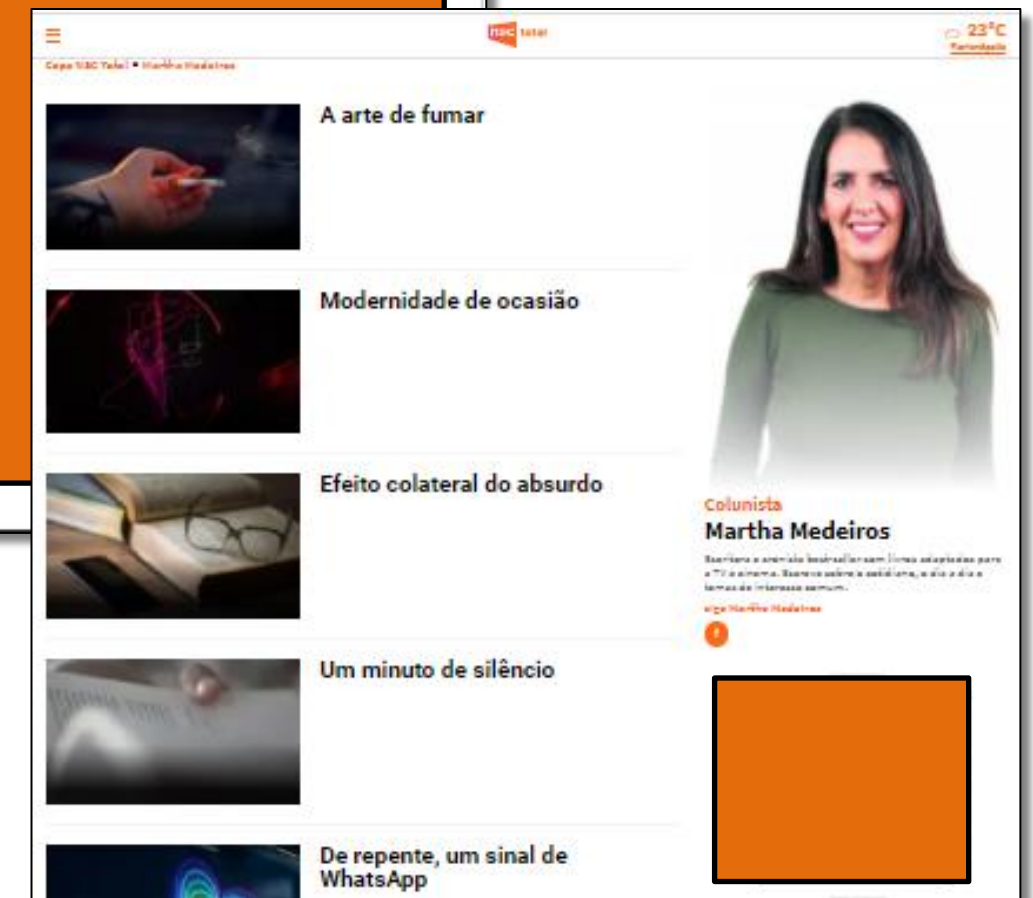
MARCOS PIANGERS

O catarinense, escreve sobre comportamento com foco na paternidade e as mudanças que essa realidade impacta na vida do casal.



MARTHA MEDEIROS

Martha é escritora e cronista
best-seller com livros adaptados
para a TV e cinema. Escreve
sobre o cotidiano, o dia a dia e
temas de interesse comum.



O OLHAR PARA AS PARTICULARIDADES

DC:



ÂNDERSON SILVA

Colunista da NSC Comunicação, publica diariamente informações relevantes sobre as decisões que impactam o catarinense, sem esquecer dos bastidores dos poderes. A rotina de Florianópolis em texto e imagens também está no radar da coluna.



LEO COELHO

Espaço será voltado à interação com o público e à divulgação de material multimídia sobre a cidade com um viés positivo. Serão vídeos, fotos, áudios, textos e artes, repercutindo as conquistas de quem movimenta a sociedade local, com uma linguagem acessível para todas as gerações.

SANTA



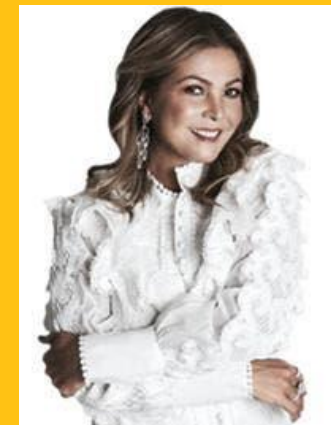
PEDRO MACHADO

Um olhar especializado na economia e nos negócios dos setores pulsantes de Blumenau e região.



EVANDRO DE ASSIS

Notícias e comentários exclusivos sobre o cotidiano de Blumenau e do Vale do Itajaí.



FERNANDA NASSER

A vida da sociedade catarinense, especialmente do Vale do Itajaí. Fotos e informações das melhores e mais glamourosas festas e de quem é destaque.

AN



SAAVEDRA

Jefferson Saavedra traz análises e notícias exclusivas dos assuntos mais relevantes do Norte catarinense, com foco nos bastidores de todos os temas que envolvem especialmente Joinville e região, como política, segurança, mobilidade, saúde e educação.

UM TEMA E DUAS OPINIÕES

*Os assuntos mais importantes da semana
apresentados sob dois pontos de vista diferentes.*





***DIVERSAS FORMAS
PARA A
PUBLICIDADE***



PA TRO cí NIOS

Estratégia de associação direta da marca com um colunista ou tema.

A frequência gera uma maior visibilidade, criando reconhecimento para as empresas patrocinadoras.

Exemplo:

ESPAÇO PARA
POSICIONAMENTO DE
MARCA

ESPAÇO PARA
OFERTAS /CAMPANHAS

The example banner is divided into two main horizontal sections. The top section has a teal background. On the left, it features the 'itapema' logo (a stylized person in a circle) and the word 'APRESENTA' below it. To the right of the logo is a large orange rectangular box. Below the teal section is a white section. On the left of this white section is a circular profile picture of a woman, followed by the name 'DAGMARA SPAUTZ' in bold. To the right of the name is contact information: 'anderson.silva@somosnsc.com.br', '(47) XXXXX-XXXX', and '@andersilvajor'. Further right is a QR code. Below the white section is a large grey rectangular area. On the far right, there is a small teal square icon and a block of Latin text: 'Um qui con reiumquant et faccum et aut molupta vid quunt perferibus sustiiscid'.

MAIOR VIEWABILITY

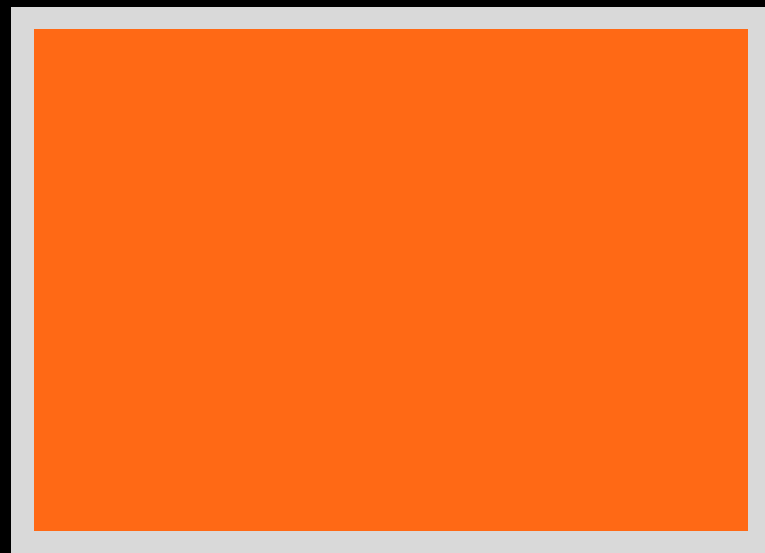
Topo da página com maior oportunidade de ser visto

OFERTAS OFERTAS

Estratégia de comunicação
de ofertas programadas.



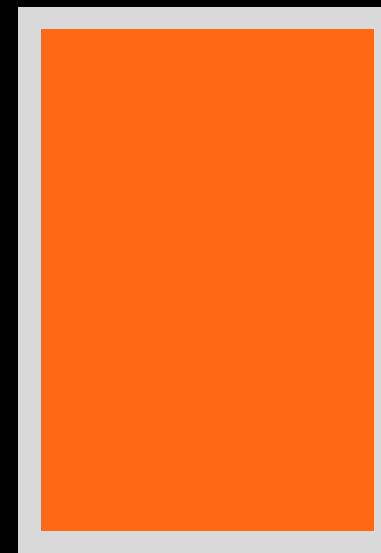
FORMATOS *PADRÃO*



Anúncio
Página Dupla
51,4cm x 34cm



Anúncio
½ Página Dupla
51,4cm x 17cm



Anúncio
Página
24,7cm x 34cm



Anúncio
1/2 Página
24,7cm x 17cm

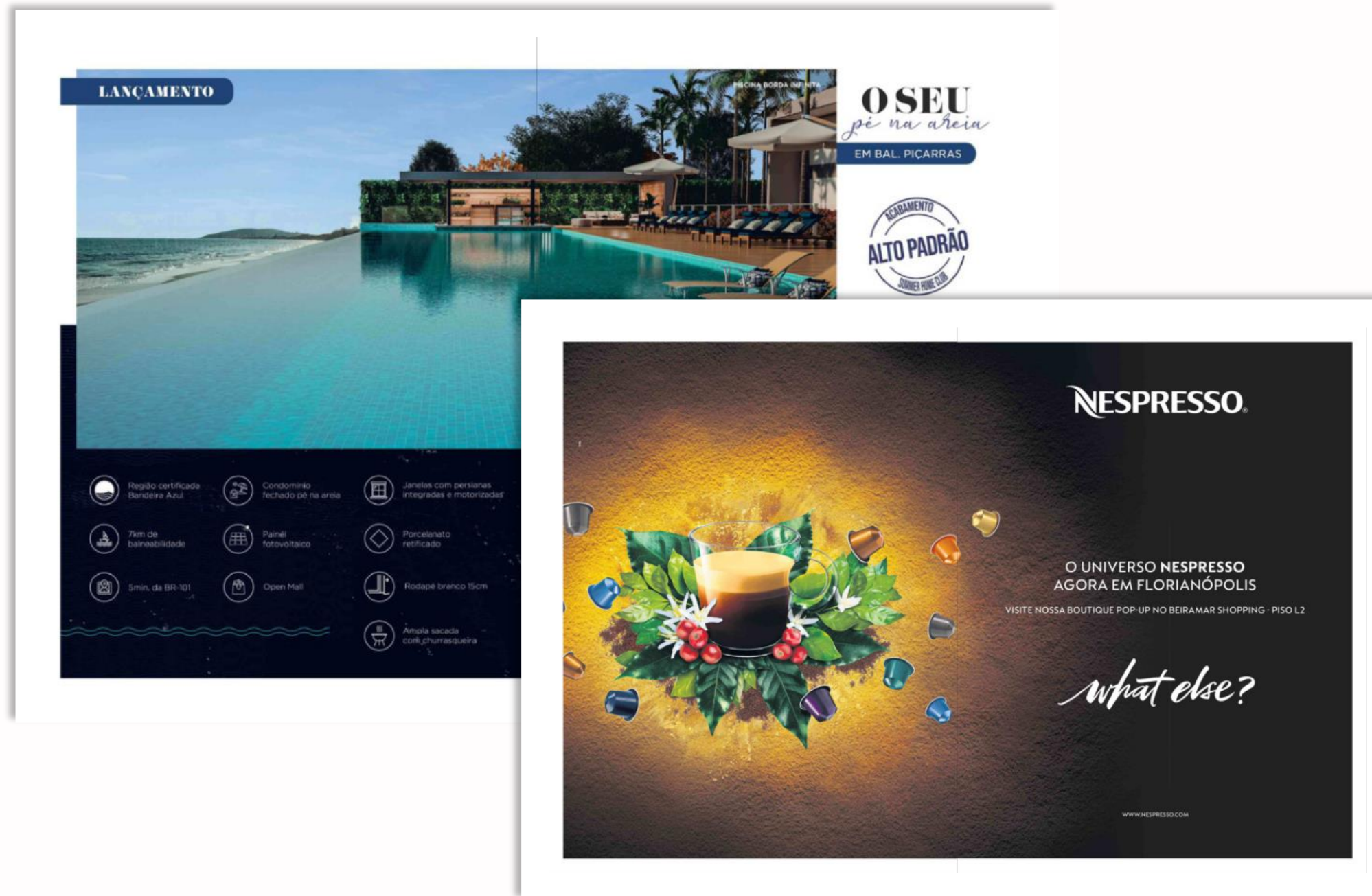


Anúncio
Rodapé Alto
24,7cm X 8,5cm

FORMATOS *DE IMPACTO*

PÁGINA 2 E 3

*Determinação de Anúncio
Página dupla, nas páginas 2 e 3
que antecedem os conteúdos
editoriais.*



FORMATOS DE IMPACTO



POP-UP

O anúncio cobre parte do conteúdo ganhando destaque em uma área editorial.



MERCHAN

O anúncio interage com a matéria dando uma nova forma para o cm/col.



RODAPÉ NA CAPA

Anúncio localizado na capa da Edição Impressa.



*Ideal para campanhas temáticas!
O cliente se apropria de páginas e
coloca sua cor na edição.*

Paleta de cores marca d'agua

A fonte do texto deve se destacar em preto

FORMATOS ESPECIAIS

ENCARTE ESPECIAL

Um material de 8 páginas (23cm x 31cm) impressas em couché e grampeado na nossa Edição Impressa.

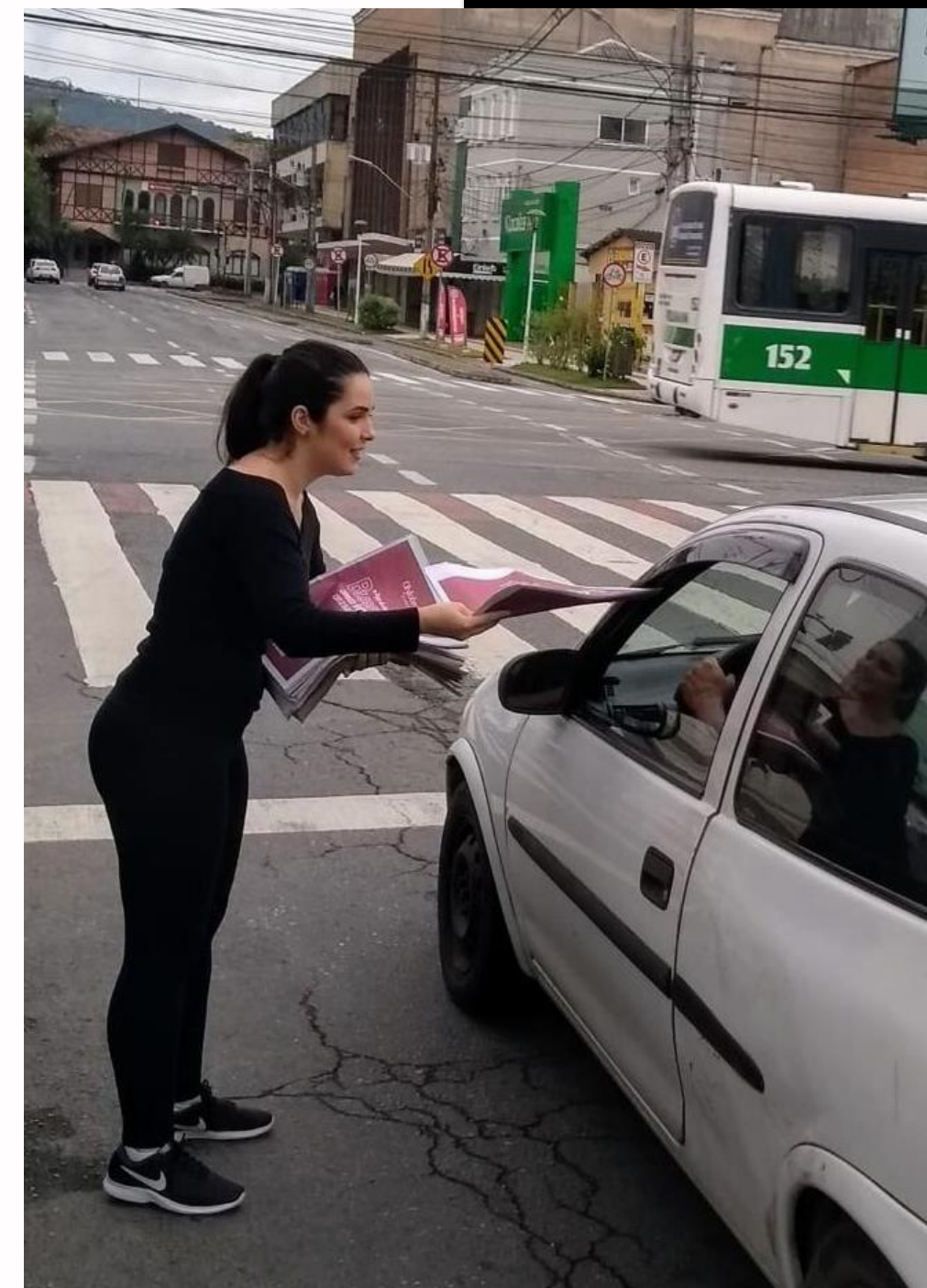


FORMATOS **ESPECIAIS**

AÇÃO “ACEITE UM IMPRESSO”

Exemplares distribuídos em forma de cortesia, em uma ação simpáticas em locais de fluxo no fim de semana.

- *A partir de 2.000 exemplares.*
- *Sobrecapa especial com conteúdo exclusivo do cliente.*
- *Promotoras uniformizadas.*



Valores sob consulta. Informações técnicas sob consulta. Fechamento sujeito a antecedência de 15 dias.

BRANDED CONTENT **BRANDED CONTENT**

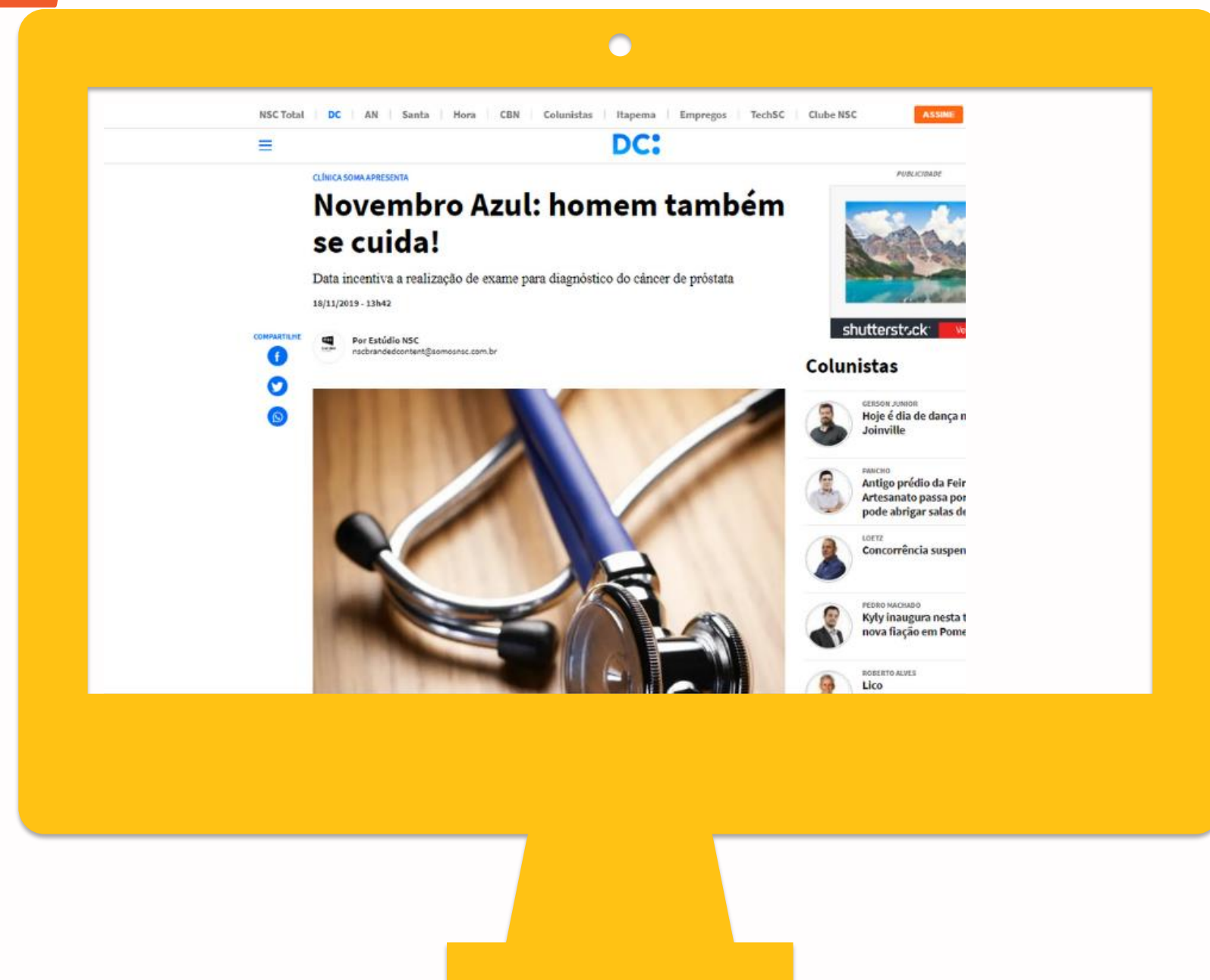
**SOLUÇÕES COM O
MESMO NÍVEL DE
ENGAJAMENTO
DOS MAIORES
JORNAIS DE SC**

Por meio do conteúdo criado exclusivamente para a marca, é possível engajar o público desde o início da jornada de compra, que acontece muito antes do consumidor decidir entrar em contato com o anunciante.

*O Estúdio NSC **Branded Content** conta com profissionais experientes e qualificados para produzir conteúdo personalizado para atender os objetivos de cada marca. Todos os projetos são especiais, planejados para suprir as necessidades de cada empresa e potencializar a comunicação das marcas.*

BRANDED CONTENT IMPRESSO +DIGITAL +PUBLICIDADE

*Uma entrega que
une matérias
publicitárias no
impresso e no
digital e anúncios
padrão.*



BRANDED CONTENT COM MARCADOR

O conteúdo do cliente ganha
destaque através do encarte
de um marcador de página.



APRESENTA



Hoje a cafeteria é referência em doces e bolachinhas

“PENSEI MIL VEZES EM FECHAR”, DIZ EMPREENDEDOR QUE HOJE COMEMORA SUCESSO

Casal trocou padaria por cafeteria que se tornou referência em Joinville

O local se chama Amigo Paul, e o nome traz consigo tudo que o empreendimento representa: um ambiente cujo objetivo é ser acolhedor, construído graças ao esforço dos donos, o casal Kristhian Lencz e Eliana Gabriela Perez Alvarez, mas também de amigos, vizinhos e cujo lema é “bem-vindo à nostalgia”. O motivo está na decoração, que remete aos anos 60, 70 e 80, dos quadros aos jogos de tabuleiro, e nas receitas, que nos levam à infância e ao interior. Hoje o casal comemora o sucesso, mas nem sempre foi assim.

Antes de se transformar em realidade, o sonho de empreender virou pesadelo. Kristhian conta que desde criança precisou ser criativo. A mãe, professora, não conseguia comprar todos os brinquedos que ele e os irmãos desejavam. Com isso, passou a inventar os próprios: de carrinhos de rolina à árvore que virava uma espiganteira. Já adulto, passou 12 anos trabalhando como modelo, e na viagem conheceu diferentes restaurantes e cafeterias, que fizeram surgir um vontade de empreender nessa área.

Quando se mudou para Joinville, colabou com outros empreendedores até que ele e a esposa, Eliana Gabriela Perez Alvarez, formada em administração, decidiram investir no próprio negócio. Já haviam decidido que seria na área de alimentação quando encontraram uma padaria já consolidada, e visualizaram ali a perspectiva de crescimento. Tudo parecia bem: a padaria estava sempre lotada. Porém, as contas não estavam fechando. Começaram então a servir almôço. Depois, abriram começaram a vender também cachorro-quente. Tudo continuava parecendo muito bem: fila de clientes. Mas, apesar de avaliarem toda a gestão, os próprios não eram bons. Muitas vendas, mas também muitos gastos. O volume de clientes e vendas não garantia retorno financeiro. Na casa da padaria, não era suficiente para manter a estrutura do negócio saudável.

“Ficamos dois anos gostando dessas economias. Vendemos carne. Cheguei ao ponto de ter que vender um violão para encher a geladeira da padaria”, comenta o empreendedor.

Se depararam com o drama, precisavam encontrar uma solução ou fechar as portas. Se pensou em fechar? “Umus mil vezes! Gosto de comemorar isso, porque é o que pensam muitos que estão na mesma situação. Mas é possível mudar”, encoraja Kristhian, que começou a avaliar as opções.

Ofereciam o que todas as padarias oferecem: pão quente, doces, café. Mas perceberam que os clientes, pessoas apressadas que passavam comprar pão e leite para o café ou janta, antes ou depois do trabalho, não estavam sendo suficientes para sustentar o empreendimento. Também não os satisfiziam como empreendedores. “Estávamos exaustos, trabalhando muito, mas na zona de conforto. Percebemos que aquilo não era o que gostávamos”, explica.

Foi então que veio a nostalgia: lembrou do menino criativo que fazia os próprios brinquedos. Que inventava. Foi então que a transformação começou.



A TRANSFORMAÇÃO

A produção da padaria foi encerrada em 2015. Começou então a história do Amigo Paul Café. Hoje, o espaço já conta com uma cozinha profissionalizada, e encontraram o que buscavam no Sebrae. Aderiram ao Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), uma parceria do Sebrae com o CNPq, segundo o casal, a ajuda foi essencial para mudanças importantes, como dar foco à cafeteria, e nas inovações. “Pra você ter uma ideia, quando disse aos meus funcionários que fecharia a padaria para abrir um café, quatro pediram demissão e me chamaram de louco. Havia o medo, embora minha esposa sempre tenha incentivado e confiado. Tinha muitas ideias, mas precisava de ajuda para saber se eram viáveis. Voltei à nostalgia do menino que inventava os próprios brinquedos e decidi apostar nas minhas ideias”, afirma.

Com o programa do Sebrae, foram realizados diagnósticos que apontaram pontos a serem melhorados e com isso foram definidas ações para conseguirem inovar. “A consultoria do Sebrae que chegou aqui

exposu eu um desses pontos em um Instagram de Nova York, aí comemoramos mais ainda”, conta. Era retrô, mas ao mesmo tempo mais moderno do que nunca.

A continuidade dessa história ainda passou por diversas mudanças, como a percepção de que oferecer o almôço demandaria mais funcionários e tempo dedicado ao espaço. Foi assim que deram prioridade à cafeteria.

Foi nesse momento que sentiram a necessidade de buscar uma consultoria especializada, e encontraram o que buscavam no Sebrae. Aderiram ao Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), uma parceria do Sebrae com o CNPq, segundo o casal, a ajuda foi essencial para mudanças importantes, como dar foco à cafeteria, e nas inovações. “Pra você ter uma ideia, quando disse aos meus funcionários que fecharia a padaria para abrir um café, quatro pediram demissão e me chamaram de louco. Havia o medo, embora minha esposa sempre tenha incentivado e confiado. Tinha muitas ideias, mas precisava de ajuda para saber se eram viáveis. Voltei à nostalgia do menino que inventava os próprios brinquedos e decidi apostar nas minhas ideias”, afirma.

Com o programa do Sebrae, foram realizados diagnósticos que apontaram pontos a serem melhorados e com isso foram definidas ações para conseguirem inovar. “A consultoria do Sebrae que chegou aqui

adotou completamente nossa ideia. Parecia nossa ideia, dando sugestões, trazendo empolgação e energia. Mais do que nunca, ela nos deu confiança de apostarmos no que amamos, nas ideias que para alguns parecia loucura, mas que era nosso sentido”, conta.

O segundo passo foi tornar a empresa conhecida. Buscaram então um segundo programa do Sebrae, o Sebraetec, programa de soluções subsidiada para registro da marca. Conseguiram expandir e se tornaram conhecidos na cidade, mas muito mais atualmente: tem seguidores até na China, e constantemente recebem mensagens de outras cafeterias que se inspiram nelas. Obtemos, além de café e bolos, uma experiência de consumo. O sucesso da empresa fica evidenciado nos pedidos deixados pelos clientes em post-its colados na casa toda. “Hoje nos sentimos totalmente realizados. Trabalhamos muito, naquilo que amamos, e com um retorno muito maior. Não podemos ter medo de apostar naquilo que amamos”, finaliza.



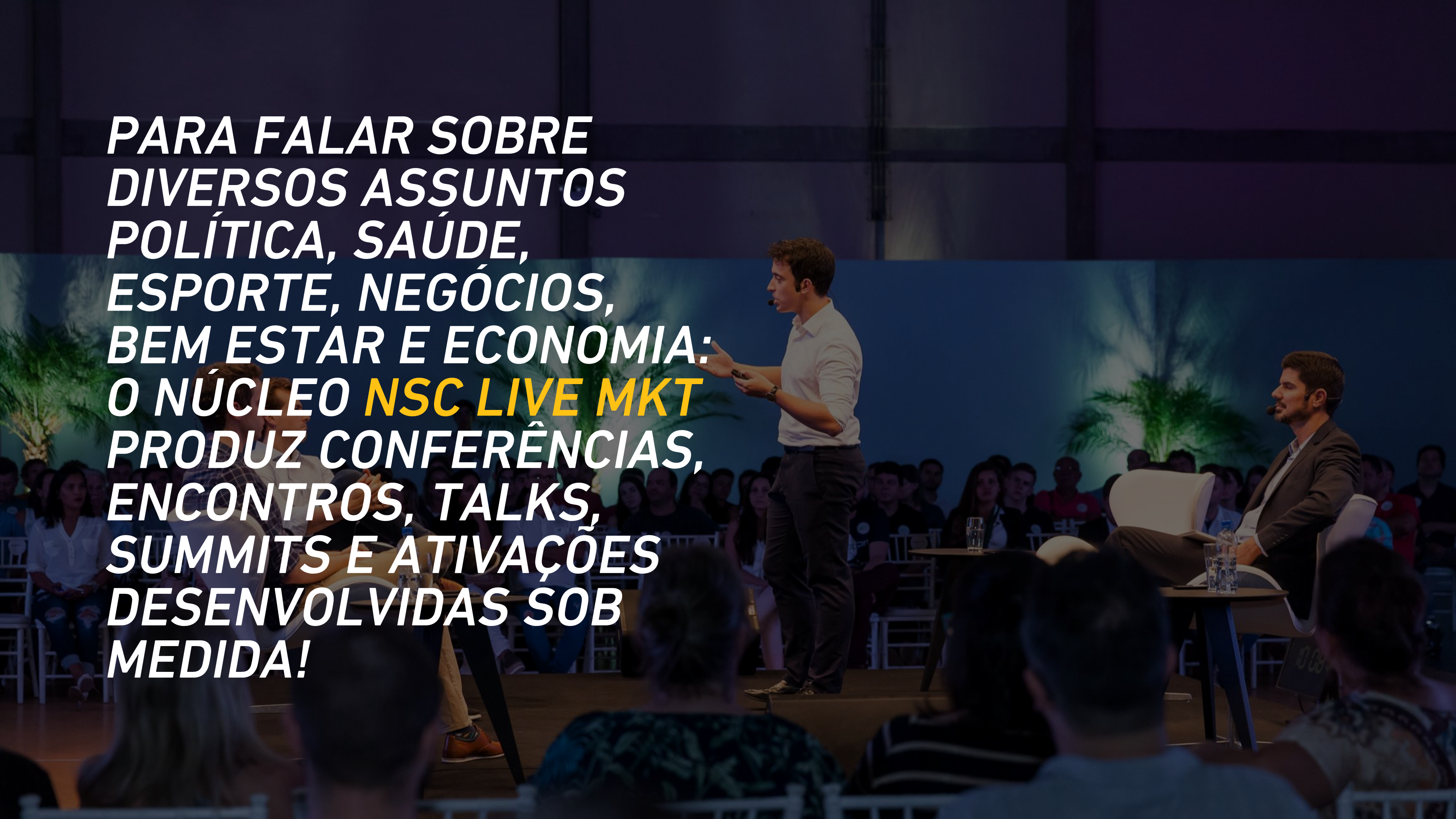
Assista e conheça mais sobre a solução que fez o casal empreendedor encontrar o caminho do sucesso.

Conteúdo produzido por **INSC** **BRANDED CONTENT**



EVENTOS *& ATIVAÇÕES* *ATIVAÇÕES*

**PARA FALAR SOBRE
DIVERSOS ASSUNTOS
POLÍTICA, SAÚDE,
ESPORTE, NEGÓCIOS,
BEM ESTAR E ECONOMIA:
O NÚCLEO **NSC LIVE MKT**
PRODUZ CONFERÊNCIAS,
ENCONTROS, TALKS,
SUMMITS E ATIVAÇÕES
DESENVOLVIDAS SOB
MEDIDA!**





**FAZ
COMO
NINGUÉM
FAZ.**