

Relatório especial

Fatores para o crescimento de pequenas empresas

Líderes de 3.800 pequenas empresas compartilham
insights sobre o sucesso do cliente



A Salesforce Research pesquisou mais de 3.800 líderes de vendas, atendimento ao cliente e marketing de pequenas empresas* em todo o mundo em 2015. Este relatório destaca seis fatores para o sucesso do cliente, reveladas em nossa pesquisa.

Neste relatório, os dados são frequentemente examinados em relação ao desempenho da empresa para identificar padrões para o sucesso geral. Equipes de alto desempenho em pequenas empresas são definidas como as que acompanham mais constantemente a evolução das expectativas dos clientes em relação a vendas e atendimento ao cliente.

As pesquisas combinadas geraram respostas de 3.812 líderes globais em tempo integral nas áreas de vendas, atendimento ao cliente e marketing (não limitados a clientes da Salesforce) nos seguintes países: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Alemanha, Japão, Austrália e Nova Zelândia. Entre os participantes, há palestrantes de terceiros. Devido ao arredondamento, nem todos os totais de porcentagens deste relatório são iguais a 100%. Todos os cálculos de comparação são feitos usando números totais (e não números arredondados).

* Pequenas empresas são as que tem entre um e 100 funcionários.



A Salesforce Research disponibiliza insights com base em dados para ajudar as empresas a transformarem a forma como promovem o sucesso dos clientes. Veja todos os relatórios em salesforce.com/research.



| | |
|---|----|
| Resumo rápido | 4 |
| Fator 1: Aplicativos móveis aumentam a produtividade | 6 |
| Fator 2: Dados e análises orientam decisões voltadas ao cliente | 9 |
| Fator 3: Automação, redes sociais e marketing móvel possibilitam equipes operando em grande escala | 12 |
| Fator 4: Empresas em crescimento priorizam a retenção de talentos | 15 |
| Fator 5: A rápida adoção de tecnologias oferece vantagem competitiva | 17 |
| Fator 6: A experiência do cliente é prioridade em toda a empresa | 19 |



Resumo rápido

Seis fatores para o crescimento

Grandes ideias e aspirações ainda maiores são a essência de todas as pequenas empresas. Essa motivação é alimentada pela inovação e pela capacidade de atender às novas demandas dos clientes com rapidez sem precedentes. No entanto, quais são os fatores que definem o crescimento contínuo?

Pesquisamos mais de 3.800 líderes de pequenas empresas e constatamos que os fatores a seguir indicam organizações destacadas de alto desempenho:

01 | **Aplicativos móveis aumentam a produtividade**

(consulte a página 6)

As principais equipes de vendas e atendimento ao cliente fazem uso intensivo de dispositivos móveis para aumentar a agilidade e a eficiência. Nos próximos dois anos, espera-se que as equipes de vendas e atendimento ao cliente das pequenas empresas apresentem um crescimento de três dígitos no uso de aplicativos móveis para ajudar seus funcionários a oferecerem uma melhor experiência do cliente.

02 | **Dados e análises orientam decisões voltadas ao cliente**

(consulte a página 9)

As pequenas empresas bem-sucedidas adotam dados e análises para compreender melhor os clientes e tomar decisões de negócios em tempo real. Cinquenta e um por cento dos profissionais de marketing de pequenas empresas classificaram a tecnologia de análise como absolutamente essencial ou muito importante na criação de uma jornada do cliente coesa. A maioria das equipes de vendas de pequenas empresas já alavanca análises para obter a perspectiva do cliente.

03 | **Automação, redes sociais e marketing móvel possibilitam equipes operando em grande escala**

(consulte a página 12)

Mesmo sem grandes orçamentos, os profissionais de marketing de pequenas empresas estão aprendendo a aumentar a escala de suas iniciativas com automação. Isso permite que eles assumam o controle em novos canais, como marketing móvel e redes sociais. O crescimento na automação de marketing entre as pequenas empresas está estimado em 143% nos próximos 12 meses.

04 | **Empresas em crescimento priorizam a retenção de talentos** (consulte a página 15)

Pequenas empresas são mais propensas a valorizar a retenção e a satisfação dos funcionários do que as empresas de maior porte. Na verdade, 42% das equipes de vendas de pequenas empresas relatam que a retenção e a satisfação dos funcionários são extremamente importantes, contra 35% nas empresas de grande porte.

05 | **A rápida adoção de tecnologias oferece vantagem competitiva** (consulte a página 17)

As principais pequenas empresas obtêm vantagem competitiva testando e adotando agilmente novos tipos de tecnologia. Nossa pesquisa mostra que as equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas são mais propensas ao uso intensivo de tecnologia. No entanto, são os profissionais de marketing que lideram a mudança, com 34% desses profissionais em pequenas empresas se identificando como usuários intensivos de tecnologia, em comparação a vendas (29%) e atendimento ao cliente (22%).

06 | **A experiência do cliente é prioridade em toda a empresa** (consulte a página 19)

A criação de uma ótima experiência do cliente é um diferencial importante usado como vantagem competitiva pelas pequenas empresas. As principais equipes de vendas e atendimento ao cliente estão adaptando sua abordagem para garantir a satisfação de clientes em uma grande variedade de pontos de contato.

01 | Aplicativos móveis aumentam a produtividade

A mobilidade não está mais restrita às grandes empresas. Ela passou a ser essencial para agentes de campo de vendas e atendimento ao cliente de pequenas empresas bem-sucedidas. As pequenas empresas de alto desempenho introduzem a mobilidade para criar experiências ágeis e transparentes, como esperado pelos clientes.

Nos próximos dois anos, espera-se que as equipes de vendas e atendimento ao cliente das pequenas empresas apresentem um crescimento de três dígitos no uso de aplicativos móveis para ajudar seus funcionários a oferecerem uma melhor experiência do cliente. A mobilidade ajuda as pequenas empresas a estabelecer relacionamentos com os clientes, reduzindo os atritos entre eles e a empresa e possibilitando o atendimento ao cliente em tempo real, ações rápidas e interações personalizadas.

As principais equipes de vendas de pequenas empresas aceleram a adoção de aplicativos móveis

De forma geral, o uso de aplicativos móveis pelos vendedores de pequenas empresas crescerá 140% nos próximos dois anos.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



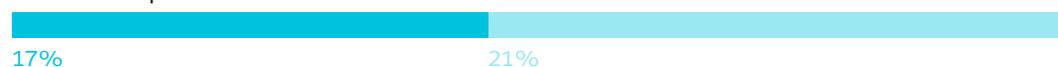
■ Já disponibiliza aplicativos móveis para vendedores

■ Planeja disponibilizar em dois anos

Os aplicativos móveis disponibilizam insights a qualquer momento para agentes de atendimento ao cliente

O uso de aplicativos móveis em pequenas empresas para auxiliar os papéis de atendimento ao cliente crescerá 219% nos próximos dois anos.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



■ Já disponibiliza aplicativos móveis para auxiliar o atendimento ao cliente

■ Planeja disponibilizar em dois anos

Os aplicativos móveis estão em ascensão para vendas e atendimento ao cliente em pequenas empresas

Os clientes esperam um atendimento em tempo real, a qualquer momento. Muitas pequenas empresas estão investindo em bate-papo móvel, que permite responder imediatamente no ambiente conveniente para o cliente.

52% As equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas planejam incrementar o uso de bate-papo móvel em mais de 52% nos próximos 12 a 18 meses.

No entanto, as pequenas empresas ainda não atingiram a maturidade de algumas empresas de maior porte em relação a uma atitude de priorização da mobilidade.

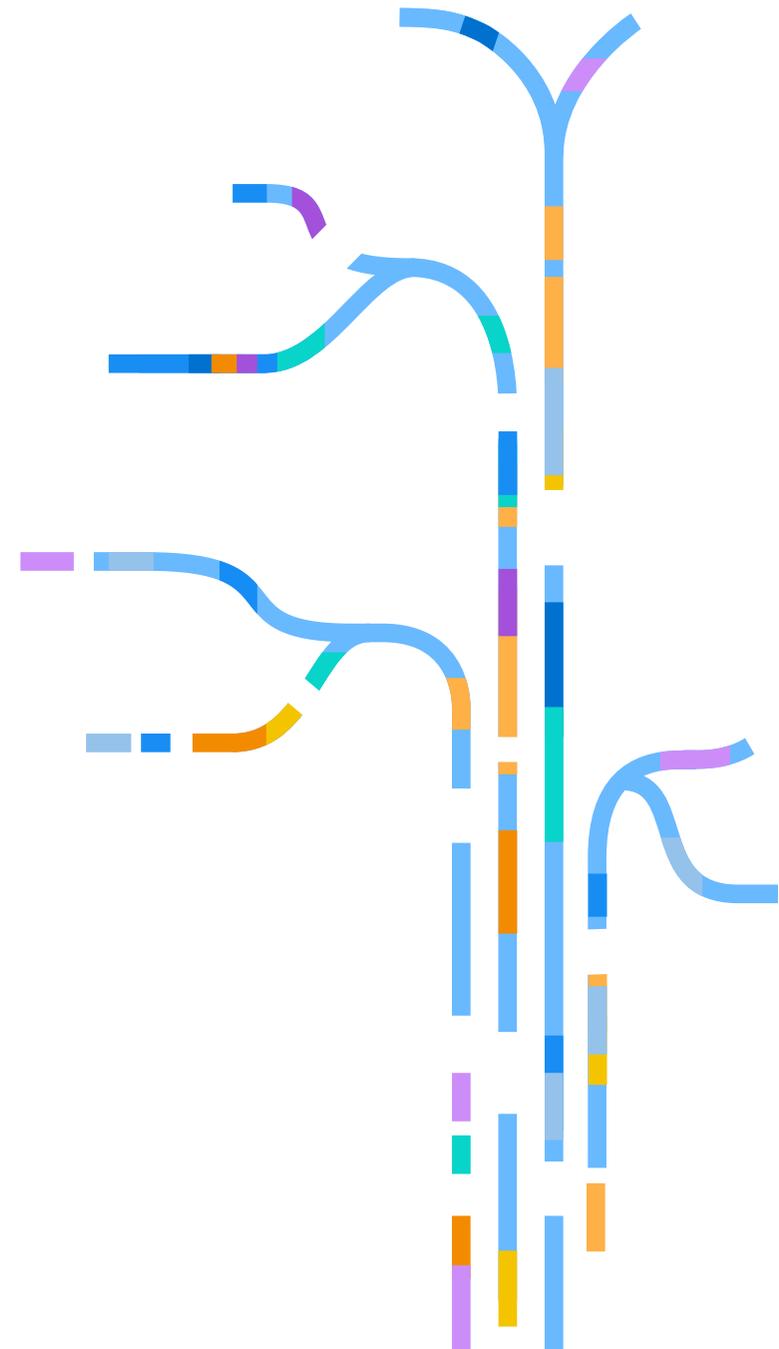
18% Apenas 18% das equipes de vendas e 13% das equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas informam dispor de aplicativos móveis para uso dos funcionários, contra 30% (vendas) e 32% (atendimento ao cliente) nas empresas de maior porte.

As equipes de vendas e atendimento ao cliente de alto desempenho em pequenas empresas aproveitam as inovações tecnológicas e estão começando a dominar a mobilidade.

2,9 vezes
VENDAS

3,5 vezes
ATENDIMENTO
AO CLIENTE

As principais equipes de vendas são 2,9 vezes mais propensas que as equipes com médio ou baixo desempenho a classificar os recursos móveis de vendas como excelentes. As principais equipes de atendimento ao cliente são 3,5 mais propensas que as demais.



As pequenas empresas adotam a mobilidade, embora mais lentamente que empresas maiores

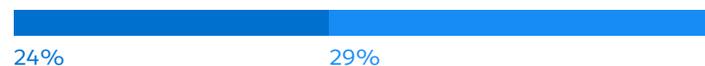
A porcentagem de pequenas empresas usando ou planejando usar aplicativos móveis para papéis de vendas e atendimento a clientes é um pouco menor que a das empresas de médio e grande porte.

Vendas

Pequena (1 a 100 funcionários)



Média (101 a 3.500 funcionários)



Grande (mais de 3.500 funcionários)



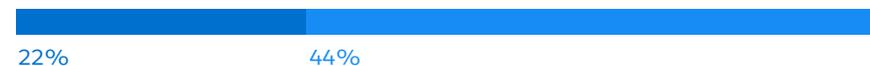
■ Já disponibiliza aplicativos para vendedores ■ Planeja disponibilizar

Atendimento ao cliente

Pequena



Média



Grande



■ Já disponibiliza aplicativos para agentes de campo de atendimento ao cliente ■ Planeja disponibilizar

Destaque de pequena empresa com uma grande visão: Belly



"A mobilidade alterou completamente a forma como nossas equipes externas de vendas interagem com os novos negócios da Belly. Nossos agentes de campo podem fechar negócios facilmente com poucos cliques, eliminando 15 horas de entrada de dados manual por semana. Como organização, estamos trabalhando com mais inteligência e eficiência, o que nos permite buscar nossa visão de fazer negócios de forma pessoal sem deixar de ser o maior programa de recompensa de fidelidade do mundo." – Logan LaHive, diretor executivo

02 | Dados e análises orientam decisões voltadas ao cliente

As empresas mais inteligentes já sabem que confiar no instinto para tomar decisões de negócios não é uma abordagem sustentável. Com o surgimento de novas ferramentas de análise, a tomada de decisões com base em dados fica acessível a todos os níveis de habilidade e a empresas de todos os portes. Com dados à sua disposição, as empresas pequenas podem trabalhar de forma inteligente, acessando relatórios e painéis que oferecem insights em tempo real e úteis para a empresa.

As equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas estão integrando dados e análises às operações para aprimorar a avaliação do andamento, compreender os clientes em potencial e aumentar a eficiência dos processos. No momento, cinquenta e três por cento das principais equipes de pequenas empresas usam análises.

Equipes de vendas de pequenas já alavancam análises

As equipes de vendas de alto desempenho que usam análises são mais numerosas do que as equipes de médio ou baixo desempenho.

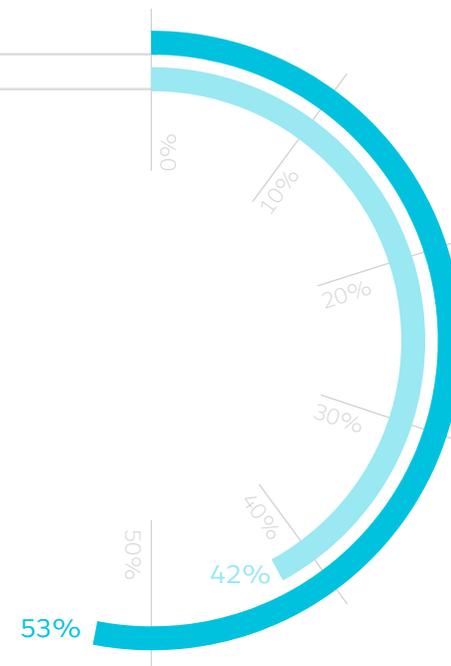
Alto desempenho

Médio e baixo desempenho

Alto desempenho vs. médio e baixo desempenho

1,3 vezes

Mais propensos a usar análises de vendas



Destaque de pequena empresa com uma grande visão: DonorsChoose.org



"Nossa organização passou a ser orientada a dados, aprimorando as conexões com doadores e oferecendo a eles oportunidades exclusivas de filantropia. Usando dados e análises, podemos enviar aos doadores comunicações relevantes e personalizadas de acordo com sua localização, interesses, paixões e outros fatores específicos. Como resultado, aumentamos nossa taxa de conversão de doadores em 300%." – Katie Bisbee, diretora de marketing

As equipes de vendas e atendimento ao cliente em pequenas empresas estão usando análises para captar insights durante todo o ciclo de vida do cliente, desde a compreensão do que funciona na ativação de novos clientes até o ajuste de táticas para novos envolvimento. No momento, entre as equipes de vendas de pequenas empresas, 53% usam análises de alguma forma.

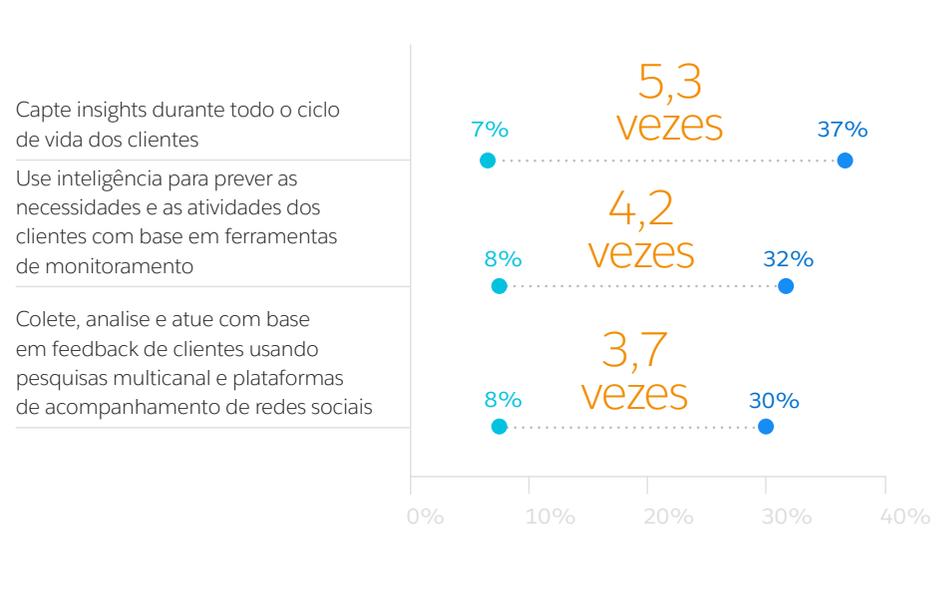
As principais equipes de vendas usam análises para entender os clientes

As equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas são mais propensas a classificar os recursos como excelentes em uma grande variedade de funções analíticas.



As melhores equipes de atendimento ao cliente começam a dominar o uso de análises

As principais equipes de atendimento ao cliente em pequenas empresas são mais propensas a classificar os recursos como excelentes em uma grande variedade de funções analíticas.



Após o uso de análises pelas equipes de vendas e atendimento ao cliente, a próxima onda é a tendência de uso de análises preditivas, ou seja, o uso de dados existentes para prever comportamentos ou resultados futuros. As pequenas empresas estão começando a testar como as tecnologias preditivas podem aprimorar a forma como fazem negócios.

As principais equipes de vendas de pequenas empresas são 2,2 vezes mais propensas a usar análises preditivas de vendas para promover o sucesso da empresa e esperam um crescimento de dois dígitos nos próximos 18 meses. De forma semelhante, as principais equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas são 2,2 vezes mais propensas a usar análises preditivas para promover o sucesso da empresa.

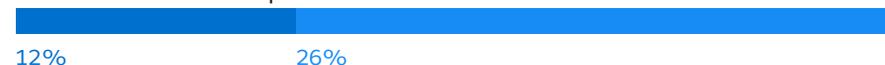
As principais equipes de vendas começam a aproveitar os recursos de tecnologias preditivas

As equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas são mais propensas a usar análises preditivas. As pequenas empresas esperam um crescimento de 181% nas equipes de vendas que usam análises preditivas durante os próximos 12 a 18 meses.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



As principais equipes de atendimento ao cliente experimentam análises preditivas

De forma geral, esperamos um crescimento de 139% no uso de análises preditivas entre as equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas em todos os níveis de desempenho.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



■ Já usa

■ Pretende usar em 12 a 18 meses

03 | Automação, redes sociais e marketing móvel possibilitam equipes operando em grande escala

Os profissionais de marketing de pequenas empresas não contam com o luxo de grandes orçamentos de marketing. Portanto, é essencial agir estrategicamente ao escolher as ferramentas e tendências que merecem investimento. A automação de marketing, embora não usada amplamente por pequenas empresas no momento, é considerada altamente eficaz pelos profissionais de marketing que a usam. Sessenta e sete por cento dos profissionais de marketing de pequenas empresas que usam automação de marketing a classificam como altamente eficaz ou eficaz.

143%

Embora apenas 20% dos profissionais de marketing de pequenas empresas usem automação de marketing no momento, outros 29% planejam usá-lo nos próximos 12 meses, o que representa um crescimento de 143%.

62%

Sessenta e dois por cento dos profissionais de marketing de pequenas empresas planejam investimentos substanciais ou normais na automação de marketing.

A automação pode ajudar pequenas equipes de marketing a operar em grande escala, aumentando o seu alcance em canais de marketing como redes sociais e dispositivos móveis.

As empresas de pequeno porte inovadoras entendem o potencial de impacto do marketing móvel e das redes sociais e estão concentrando suas iniciativas e recursos financeiros nesses canais.



Destaque de pequena empresa com uma grande visão: New York Racing Association



"Temos uma equipe pequena, mas ágil, que atua como gerente de nossas comunidades na Web e na mídia social. Os clientes esperam ter um relacionamento pessoal e obter respostas. Adoramos tudo o que poupe o nosso tempo e nos permita operar com maior eficiência e eficácia."

– Jason Brown, estrategista digital

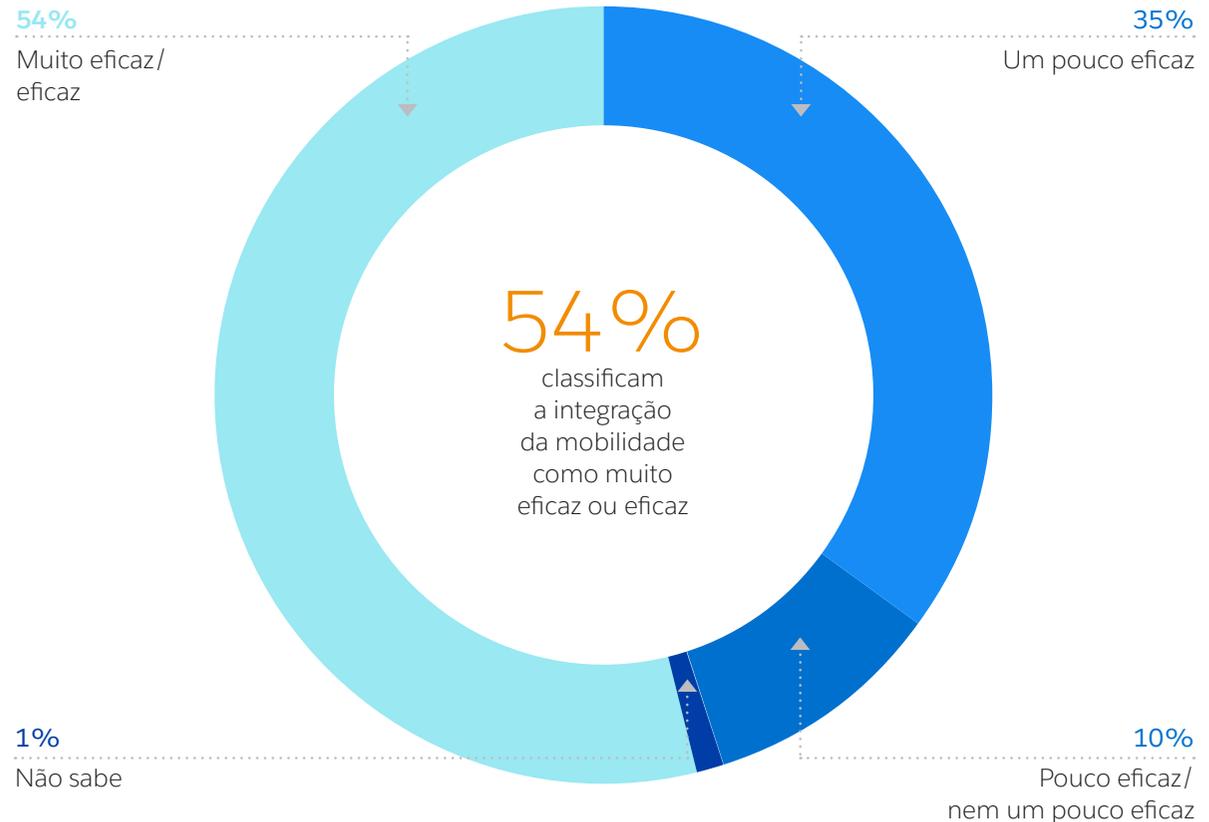
03 | Automação, redes sociais e marketing móvel possibilitam equipes operando em grande escala

O contato com clientes em tempo real é uma prioridade para os profissionais de marketing de pequenas empresas. O crescimento das táticas de mobilidade e a alta porcentagem de profissionais de marketing que defende os benefícios da integração dessa mobilidade demonstram a necessidade de comunicação em tempo real entre os profissionais de marketing de pequenas empresas e seus clientes-alvo.

Os profissionais de marketing de pequenas empresas afirmam que os aplicativos móveis desempenham o papel mais importante na criação de uma jornada do cliente personalizada. Mais da metade (54%) dos profissionais de marketing de pequenas empresas afirmam que os aplicativos móveis são uma tecnologia absolutamente essencial ou muito importante na criação de uma jornada do cliente coesa.

Pequenas empresas obtêm resultados com a mobilidade

Cinquenta e quatro por cento dos profissionais de marketing de pequenas empresas afirmam que a integração do marketing móvel com sua estratégia geral de marketing é muito eficaz ou eficaz. O marketing móvel, em nosso estudo, é definido como SMS, notificações por push, aplicativos móveis e marketing com base em local.



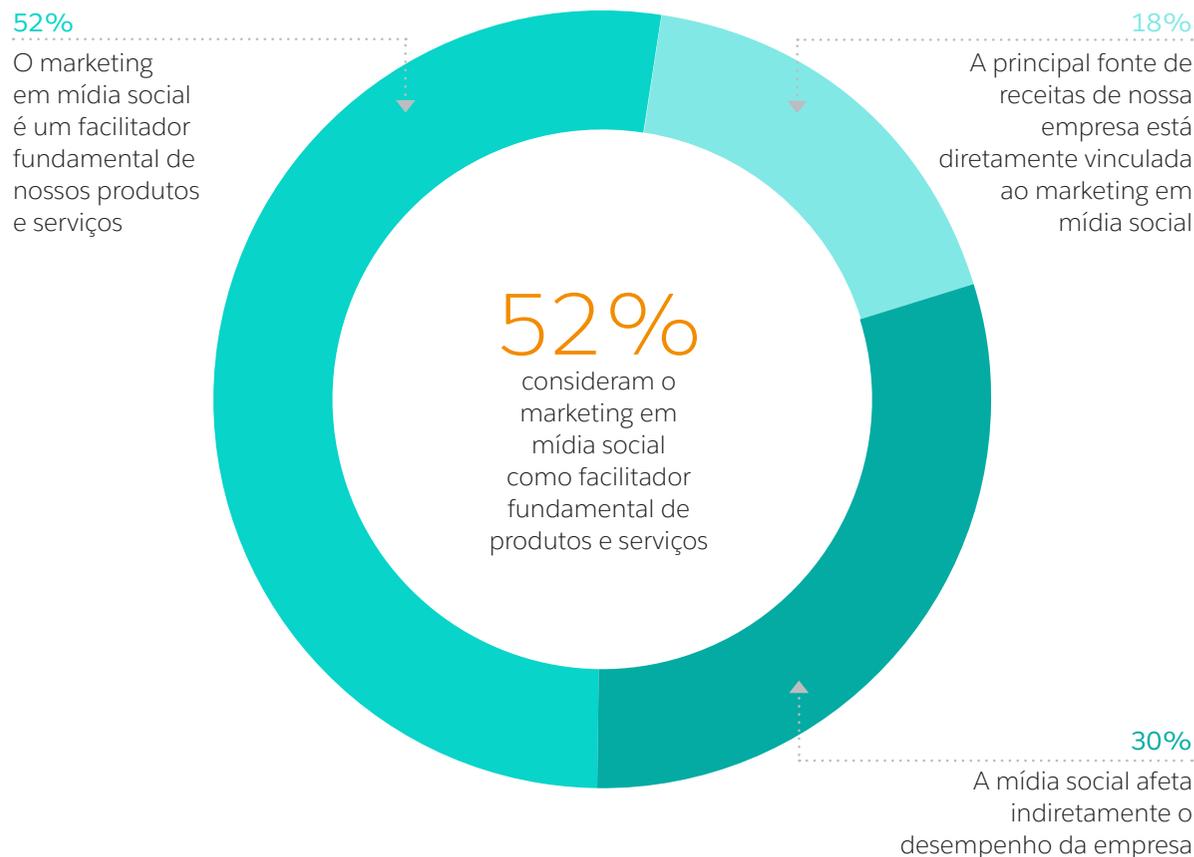
03 | Automação, redes sociais e marketing móvel possibilitam equipes operando em grande escala

Os profissionais de marketing de pequenas empresas não usam as redes sociais apenas para conscientização da marca, elas estão se tornando essenciais para a empresa. Entre as pequenas empresas que exploram as redes sociais, 18% já afirmam que a fonte de receitas principal da empresa está diretamente vinculada ao marketing em mídia social.

Sessenta por cento dos profissionais de marketing de pequenas empresas classificam a publicidade em mídia social como muito eficaz ou eficaz, e 65% estão aumentando o investimento nessa área de forma substancial ou normal.

Redes sociais passam a ser o foco das pequenas empresas

Dos profissionais de marketing de pequenas empresas que usam marketing em mídia social, mais da metade (52%) o consideram como facilitador fundamental de seus produtos e serviços.



04 | Empresas em crescimento priorizam a retenção de talentos

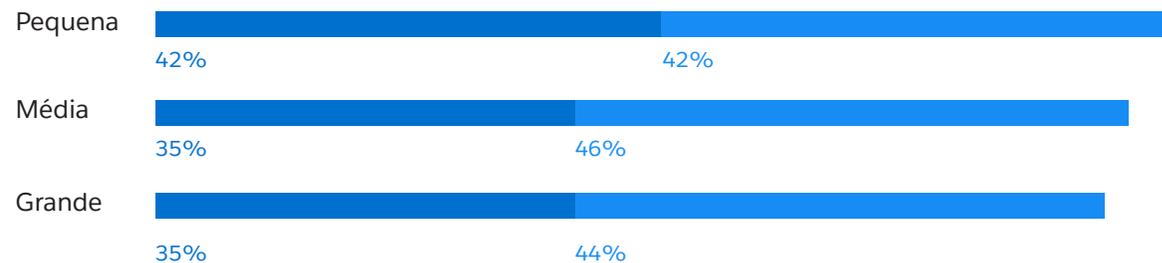
Para empresas em crescimento, a contratação de grandes talentos e a oferta da melhor experiência de funcionário para retê-los é uma prioridade. As principais pequenas empresas tomam medidas adicionais para garantir o apoio e o envolvimento de seus talentos, particularmente os que atuam na linha de frente da comunicação com os clientes.

As equipes de pequenas empresas são mais propensas a valorizar a retenção e a satisfação dos funcionários do que as empresas de maior porte. Na verdade, 42% das equipes de vendas de pequenas empresas relatam que a retenção e a satisfação dos funcionários são extremamente importantes, contra 35% nas empresas de grande porte. E 49% das equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas relatam o mesmo, contra 38% nas empresas de grande porte.

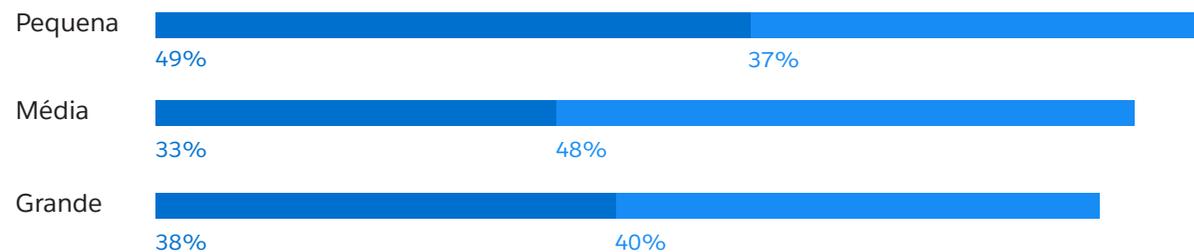
As pequenas empresas valorizam mais a satisfação da força de trabalho

As equipes de vendas e atendimento ao cliente de pequenas empresas valorizam a satisfação dos funcionários mais do que as empresas de maior porte. Nas equipes pequenas e em crescimento, a atração e a retenção dos melhores talentos oferecem grandes benefícios, particularmente em papéis voltados ao cliente em que os funcionários são a face da marca.

Vendas



Atendimento ao cliente



■ Extremamente importante

■ Muito importante

04 | Empresas em crescimento priorizam a retenção de talentos

As pequenas empresas acreditam que disponibilizar as ferramentas corretas a seus funcionários é um investimento inteligente. Isso é particularmente evidente no setor de desenvolvimento de aplicativos. Quarenta e três por cento dos aplicativos desenvolvidos por pequenas empresas são projetados para aumentar a produtividade dos funcionários.*

Além disso, 52% das pequenas empresas aumentarão seus orçamentos para aplicativos de produtividade nos próximos dois anos. Outros 43% planejam manter o orçamento atual.

Pequenas equipes investem em aplicativos internos para aumentar a produtividade

As pequenas empresas valorizam muito aplicativos voltados ao público interno que facilitam o trabalho dos funcionários, gerando, em última análise, uma experiência melhor para o cliente.

Aplicativos de produtividade voltados ao público interno



Aplicativos comerciais voltados aos clientes



Aplicativos de produtividade voltados aos parceiros



* Os pontos de dados desta página representam resultados preliminares do futuro relatório sobre TI de 2016 da Salesforce Research.

Destaque de pequena empresa com uma grande visão: MaidPro



"Na MaidPro, a eliminação das entradas de dados desnecessárias e a criação de interfaces esteticamente agradáveis aumentam substancialmente a produtividade e a satisfação dos funcionários no trabalho. Nossa constatação é de que funcionários satisfeitos prestam um ótimo atendimento ao cliente."

– Mark Kushinsky, diretor executivo

05 | A rápida adoção de tecnologias oferece vantagem competitiva

As pequenas empresas podem usar seu tamanho enxuto como vantagem para testar rapidamente novas tecnologias sem se preocupar com integrações de grande porte. Nossa pesquisa mostra que as equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas são mais propensas ao uso intensivo de tecnologia. A adoção de tecnologia pode ajudar as pequenas empresas a promover a eficiência e a tomar decisões mais fundamentadas.

Trinta e quatro por cento dos profissionais de marketing que se identificam como usuários intensivos de tecnologia, contra 29% em vendas e 22% no atendimento ao cliente. Enquanto isso, 34% dos profissionais de marketing de pequenas empresas concordam que o uso de análises preditivas por funcionários é absolutamente essencial ou muito importante na criação de uma jornada do cliente coesa.

Os profissionais de marketing lideram a adoção de tecnologia nas pequenas empresas

Aqui, comparamos as taxas de adoção de tecnologia pelas equipes de marketing, vendas e atendimento ao cliente de pequenas empresas. Os profissionais de marketing de pequenas empresas são mais propensos ao uso intensivo de tecnologia do que seus colegas de vendas ou atendimento ao cliente.

Marketing



Vendas



Atendimento ao cliente



■ Uso intensivo de tecnologia ■ Uso moderado de tecnologia ■ Uso mínimo de tecnologia

Destaque de pequena empresa com uma grande visão: Xtreme Lashes



"Desde seu início como empresa familiar, a Xtreme Lashes operava com base em diversos aplicativos e sistemas desenvolvidos internamente. Percebemos rapidamente que era necessário adotar uma plataforma avançada consolidada e totalmente baseada em nuvem para apoiar o crescimento da empresa e oferecer recursos a estilistas em todo o mundo. Nosso foco em tecnologia inovadora nos permitiu crescer, aumentar a escala e oferecer aos nossos clientes o atendimento requintado que merecem." – Jo Mousselli, enfermeira, graduada em enfermagem, cofundadora, presidente e diretora executiva

As equipes de vendas e atendimento ao cliente de alto desempenho em pequenas empresas estão se distanciando de sistemas obsoletos e adotando tecnologias mais modernas para poder atender com mais precisão às necessidades de clientes e clientes em potencial. Quarenta e um por cento das equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas relatam o uso intensivo de tecnologia, contra apenas 26% das equipes com médio ou baixo desempenho. As equipes de atendimento ao cliente de alto desempenho de pequenas empresas são 1,7 vezes mais propensas ao uso intensivo de tecnologia do que as equipes com médio ou baixo desempenho.

Além disso, dois terços (65%) dos líderes de TI de pequenas empresas afirmam que capacitam usuários de negócios a resolver problemas usando ferramentas de tecnologia.

As equipes de vendas de alto desempenho aproveitam a tecnologia ao máximo

As principais equipes de vendas de pequenas empresas de alto desempenho são mais propensas ao uso intensivo de tecnologia.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



As principais equipes de atendimento ao cliente de pequenas empresas também estão mais habituadas com a tecnologia

As equipes de atendimento ao cliente de alto desempenho em pequenas empresas adotam mais a tecnologia que seus colegas com desempenho inferior.

Alto desempenho



Médio e baixo desempenho



■ Uso intensivo de tecnologia ■ Uso moderado de tecnologia ■ Uso mínimo de tecnologia

06 | A experiência do cliente é prioridade em toda a empresa

O refinamento e a evolução da experiência do cliente não são uma meta exclusiva das pequenas empresas. Empresas bem-sucedidas de todos os portes se esforçam para manter os clientes satisfeitos com uma experiência unificada em uma grande variedade de pontos de contato. A criação de uma ótima experiência do cliente é uma vantagem competitiva para as pequenas empresas que enfrentam desafios de conscientização da marca e restrições de orçamento. À medida que essas empresas crescem, é essencial manter esse nível de atendimento ao cliente e personalização.

Em nossa pesquisa, constatamos como as melhores pequenas empresas estão ajustando sua abordagem para que as equipes de vendas e atendimento ao cliente trabalhem em conjunto na criação de uma melhor experiência para o cliente.

As principais equipes capacitam os agentes de campo de atendimento ao cliente para garantir o sucesso do cliente

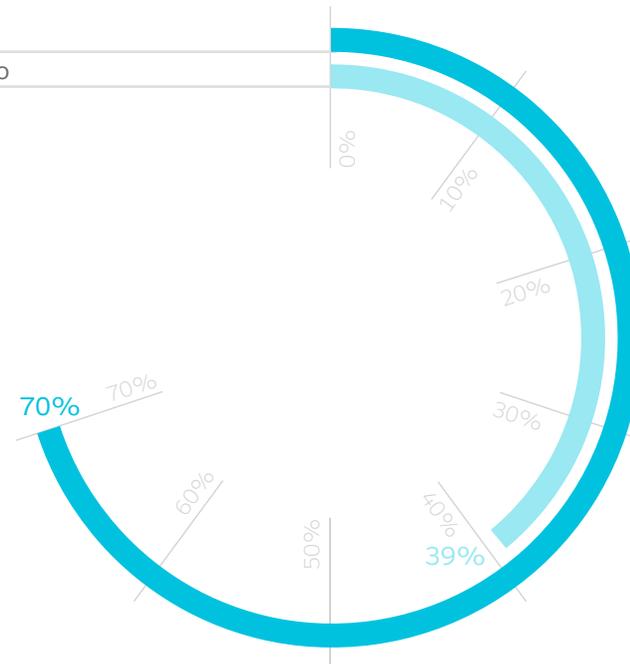
Setenta por cento das equipes de atendimento ao cliente de alto desempenho em pequenas empresas sentem-se perfeitamente capacitadas a satisfazer os clientes. A possibilidade de examinar casos, visualizar histórico do cliente e encontrar respostas com facilidade pode capacitar os agentes de campo de atendimento ao cliente ao mesmo tempo que atende às necessidades dos clientes.

Alto desempenho
Médio e baixo desempenho

Alto desempenho
vs. médio e baixo
desempenho

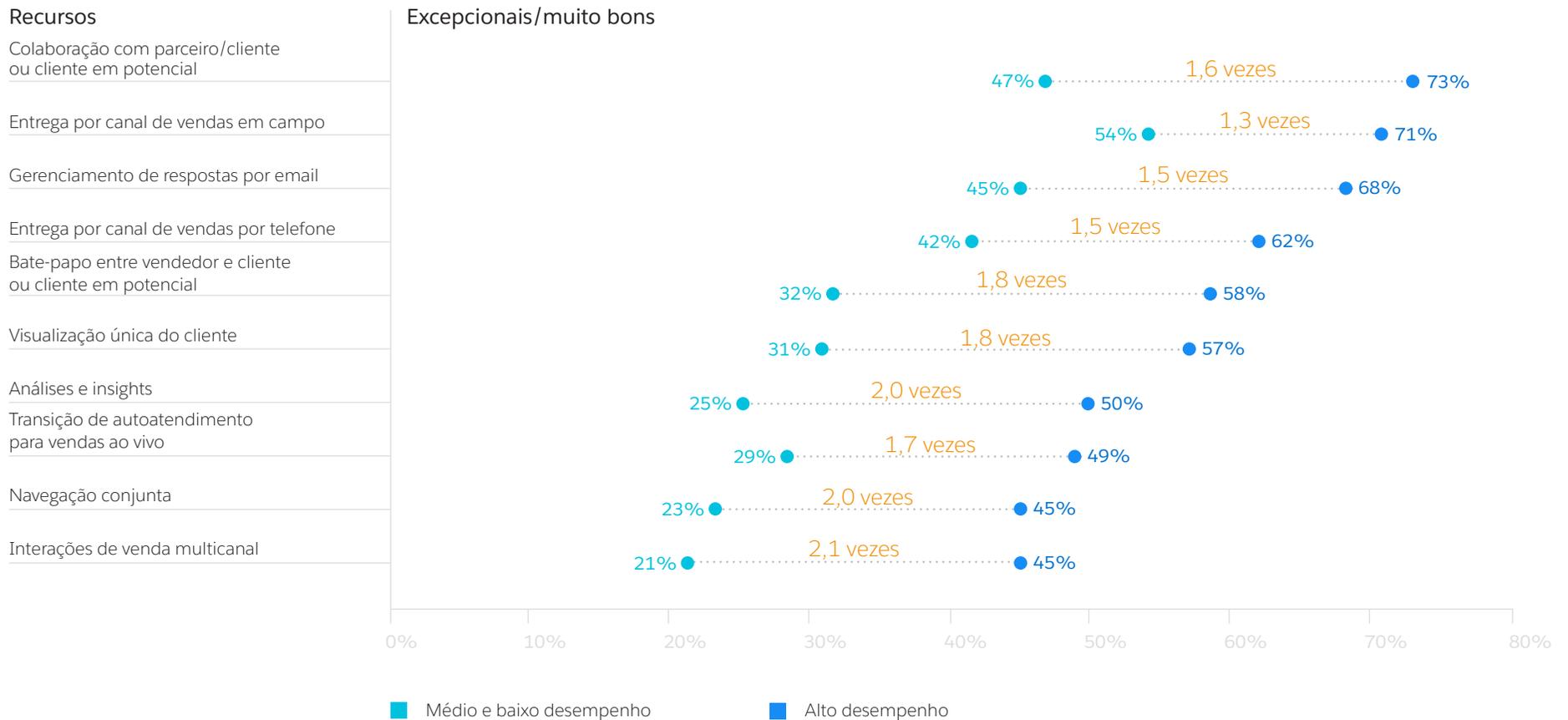
1,8
vezes

Mais propensos
a afirmar que os
agentes de campo
estão totalmente
capacitados

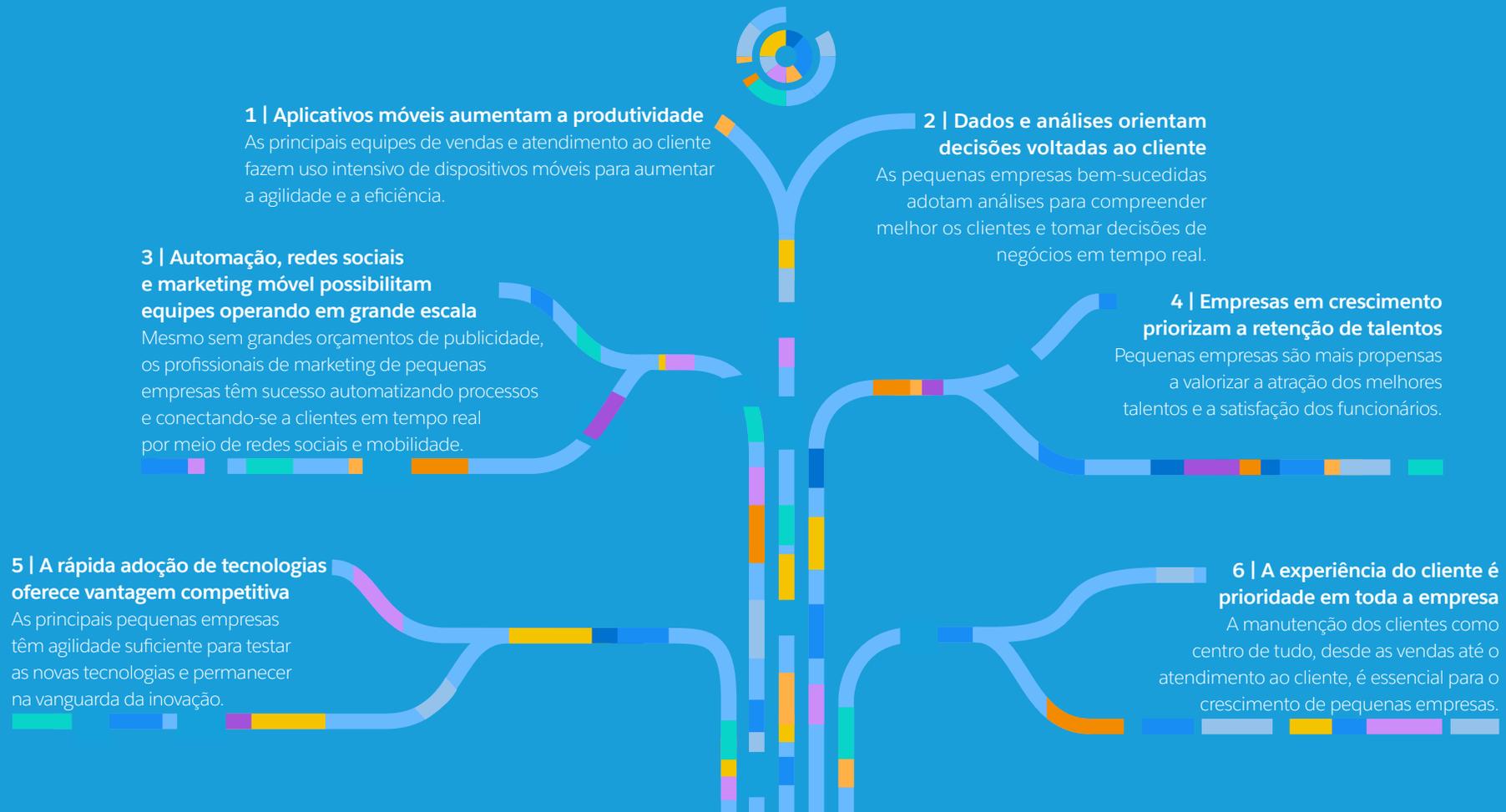


As principais equipes de vendas sempre encontram novas formas de conexão com os clientes

As equipes de vendas de alto desempenho em pequenas empresas são mais propensas a criar ativamente experiências do cliente em uma grande variedade de pontos de contato.



Resumo final | Seis fatores para o crescimento de pequenas empresas



Você obteve uma visão de bastidores sobre como pequenas empresas de alto desempenho fazem mais com menos, aproveitando ao máximo suas equipes pequenas e valorizadas e escolhendo os recursos certos para investir. Mantenha esta página como referência rápida às seis referências que afetam profundamente as pequenas empresas.

