

Ano 11 | Número 113 | Dezembro de 2014

Empresa Brasil



Orgânicos se consolidam como alternativa para o empreendedorismo

PARA CAIROLI, AJUSTE FISCAL PODE RESGATAR CONFIANÇA DO MERCADO NO GOVERNO



DIRETORIA DA CACB

TRIÊNIO 2013/2015

PRESIDENTE

José Paulo Dornelles Cairoli (RS)

1º VICE-PRESIDENTE

Rogério Pinto Coelho Amato (SP)

VICE-PRESIDENTES

Antônio Freire (MS)
Djalma Farias Cintra Junior (PE)
Jésus Mendes Costa (RJ)
Jonas Alves de Souza (MT)
José Sobrinho Barros (DF)
Rainer Zielasko (PR)
Reginaldo Ferreira (PA)
Sérgio Roberto de Medeiros Freire (RN)
Wander Luis Silva (MG)

VICE-PRESIDENTE DE ASSUNTOS INTERNACIONAIS

Sérgio Papini de Mendonça Uchoa (AL)

VICE-PRESIDENTE DE COMUNICAÇÃO

Alexandre Santana Porto (SE)

VICE-PRESIDENTE DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Luiz Carlos Furtado Neves (SC)

VICE-PRESIDENTE DE SERVIÇOS

Pedro José Ferreira (TO)

DIRETOR-SECRETÁRIO

Jarbas Luis Meurer (TO)

DIRETOR-FINANCEIRO

George Teixeira Pinheiro (AC)

CONSELHO FISCAL TITULARES

Jadir Correa da Costa (RR)
Ubiratan da Silva Lopes (GO)
Valdemar Pinheiro (AM)

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

Alaor Francisco Tissot (SC)
Itamar Manso Maciel (RN)
Kennedy Davison Pinaud Calheiros (AL)

CONSELHO NACIONAL DA MULHER EMPRESÁRIA

Avani Slomp Rodrigues (PR)

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO JOVEM EMPRESÁRIO

Rodrigo Paolillo

GERENTE ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO

César Augusto Silva

COORDENADOR DO EMPREENDEUR

Carlos Alberto Rezende

COORDENADOR DO CBMAE

Eduardo Vieira

COORDENADOR DO PROGEREC

Luiz Antônio Bortolin

COORDENADORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Neusa Galli Fróes

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Neusa Galli Fróes
Cyntia Menezes
Maira Valério

SCS Quadra 3 Bloco A
Lote 126
Edifício CACB
61 3321-1311
61 3224-0034
70.313-916 Brasília - DF

Site: www.cacb.org.br

Federações CACB

Acre – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Acre – FEDERACRE

Presidente: George Teixeira Pinheiro
Avenida Ceará, 2351 Bairro: Centro
Cidade: Rio Branco CEP: 69909-460

Alagoas – Federação das Associações Comerciais do Estado de Alagoas – FEDERALAGOAS

Presidente: Kennedy Davidson Pinaud Calheiros
Rua Sá e Albuquerque, 302 Bairro: Jaraguá
Cidade: Maceió CEP: 57.020-050

Amapá – Associação Comercial e Industrial do Amapá – ACIA

Presidente: Nonato Altair Marques Pereira
Rua General Rondon, 1385 Bairro: Centro
Cidade: Macapá CEP: 68.900-182

Amazonas – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Amazonas – FACEA

Presidente: Valdemar Pinheiro
Rua Guilherme Moreira, 281
Bairro: Centro Cidade: Manaus CEP: 69.005-300

Bahia – Federação das Associações Comerciais do Estado da Bahia – FACEB

Presidente: Clóves Lopes Cedraz
Rua Conselheiro Dantas, 5. Edifício Pernambuco, 9º andar
Bairro: Comércio Cidade: Salvador CEP: 40.015-070

Ceará – Federação das Associações Comerciais do Ceará – FACC

Presidente: João Porto Guimarães
Rua Doutor João Moreira, 207 Bairro: Centro
Cidade: Fortaleza CEP: 60.030-000

Distrito Federal – Federação das Associações Comerciais e

Industriais do Distrito Federal e Entorno – FACIDF

Presidente: Francisco de Assis Silva
SAI Quadra 5C, Lote 32, sala 101
Cidade: Brasília CEP: 71.200-055

Espírito Santo – Federação das Associações Comerciais, Industriais e

Agropastoris do Espírito Santo – FACIAPES
Presidente: Amarildo Selva Lovato
Rua Henrique Rosetti, 140 - Bairro Bento Ferreira
Vitória ES - CEP 29.050-700

Goiás – Federação das Associações Comerciais, Industriais e

Agropecuárias do Estado de Goiás – FACIEG
Presidente: Ubiratan da Silva Lopes
Rua 143 - A - Esquina com rua 148, Quadra 66 Lote 01
Bairro: Setor Marista Cidade: Goiânia CEP: 74.170-110

Maranhão – Federação das Associações Empresariais do

Maranhão – FAEM
Presidente: Domingos Sousa Silva Júnior
Rua Inácio Xavier de Carvalho, 161, sala 05, Edifício Sant Louis.
Bairro: São Francisco- São Luís- Maranhão
CEP: 65.076-360

Mato Grosso – Federação das Associações Comerciais e

Empresariais do Estado do Mato Grosso – FACIMAT
Presidente: Jonas Alves de Souza
Rua Galdino Pimentel, 14 - Edifício Palácio do Comércio
2º Sobreloja – Bairro: Centro Norte Cidade: Cuiabá CEP: 78.005-020

Mato Grosso do Sul – Federação das Associações Empresariais do

Mato Grosso do Sul – FAEMS
Presidente: Antônio Freire
Rua Quinze de Novembro, 390
Bairro: Centro Cidade: Campo Grande CEP: 79.002-917

Minas Gerais – Federação das Associações Comerciais e Empresariais de

Minas Gerais – FEDERAMINAS
Presidente: Emílio César Ribeiro Parolini
Avenida Afonso Pena, 726, 15º andar
Bairro: Centro Cidade: Belo Horizonte CEP: 30.130-002

Pará – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do

Pará – FACIAPA
Presidente: Olavo Rogério Bastos das Neves
Avenida Presidente Vargas, 158 - 5º andar
Bairro: Campina Cidade: Belém CEP: 66.010-000

Paraíba – Federação das Associações Comerciais e Empresariais da

Paraíba – FACEPB
Presidente: Alexandre José Beltrão Moura
Avenida Marechal Floriano Peixoto, 715, 3º andar
Bairro: Bodocongo Cidade: Campina Grande CEP: 58.100-001

Paraná – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do

Paraná – FACIAP
Presidente: Rainer Zielasko
Rua: Heitor Stockler de Franca, 356
Bairro: Centro Cidade: Curitiba CEP: 80.030-030

Pernambuco – Federação das Associações Comerciais e

Empresariais de Pernambuco – FACEP
Presidente: Jussara Pereira Barbosa
Rua do Bom Jesus, 215 – 1º andar
Bairro: Recife Cidade: Recife CEP: 50.030-170

Piauí – Associação Comercial Piauiense - ACP

Presidente: José Elias Tajra
Rua Senador Teodoro Pacheco, 988, sala 207.
Ed. Palácio do Comércio 2º andar - Bairro: Centro
Cidade: Teresina CEP: 64.001-060

Rio de Janeiro – Federação das Associações Comerciais e Empresariais

do Estado do Rio de Janeiro – FACERJ
Presidente: Jesus Mendes Costa
Rua do Ouvidor, 63, 6º andar - Bairro: Centro
Cidade: Rio de Janeiro CEP: 20.040-030

Rio Grande do Norte – Federação das Associações Comerciais do Rio

Grande do Norte – FACERN
Presidente: Itamar Manso Maciel Júnior
Avenida Duque de Caxias, 191 Bairro: Ribeira
Cidade: Natal CEP: 59.012-200

Rio Grande do Sul – Federação das Associações Comerciais e de

Serviços do Rio Grande do Sul - FEDERASUL
Presidente: Ricardo Russowsky
Rua Largo Visconde do Cairu, 17, 6º andar
Palácio do Comércio - Bairro: Centro
Cidade: Porto Alegre CEP: 90.030-110

Rondônia – Federação das Associações Comerciais

e Industriais do Estado de Rondônia – FACER
Presidente: Gerçon Szezerbatz Zanatto
Rua Dom Pedro II, 637 – Bairro: Caiari
Cidade: Porto Velho CEP: 76.801-151

Roraima – Federação das Associações Comerciais e Industriais de

Roraima – FACIR
Presidente: Jadir Correa da Costa
Avenida Jaime Brasil, 223, 1º andar
Bairro: Centro Cidade: Boa Vista CEP: 69.301-350

Santa Catarina – Federação das Associações Empresariais de Santa

Catarina – FACISC
Presidente: Ernesto João Reck
Rua Crispim Mira, 319 - Bairro: Centro
Cidade: Florianópolis - CEP: 88.020-540

São Paulo – Federação das Associações Comerciais do Estado de

São Paulo – FACESP
Presidente: Rogério Pinto Coelho Amato
Rua Boa Vista, 63, 3º andar Bairro: Centro
Cidade: São Paulo CEP: 01.014-001

Sergipe – Federação das Associações Comerciais, Industriais e

Agropastoris do Estado de Sergipe – FACIASSE
Presidente: Alexandre Santana Porto
Rua Jose do Prado Franco, 557 Bairro: Centro
Cidade: Aracaju CEP: 49.010-110

Tocantins – Federação das Associações Comerciais e Industriais

do Estado de Tocantins – FACIET
Presidente: Pedro José Ferreira
103 Norte Av. LO 2 - 01 - Conj. Lote 22 Prédio da ACIPA -
Bairro: Centro Cidade: Palmas CEP: 77.001-022

- O conteúdo desta publicação representa o melhor esforço da CACB no sentido de informar aos seus associados sobre suas atividades, bem como fornecer informações relativas a assuntos de interesse do empresário brasileiro em geral. Contudo, em decorrência da grande dinâmica das informações, bem como sua origem diversificada, a CACB não assume qualquer tipo de responsabilidade relativa às informações aqui divulgadas. Os textos assinados publicados são de inteira responsabilidade de seus respectivos autores.

Um novato na política

Sem dúvida, para mim, as eleições de 2014 tiveram um sabor diferente. Foi a primeira vez que me envolvi, de corpo e alma, numa campanha que, antes de ser vencedora, necessitou de coragem e uma certa ousadia. A experiência, no entanto, foi gratificante. Não só pelo resultado que nos deu exatos 61,21% dos votos no segundo turno, como pelo tamanho do desafio que temos pela frente. Um novato na política é o novo vice-governador do Rio Grande do Sul. Esta é a verdade posta.

É preciso esclarecer: novato, sim, mas longe de ser ingênuo. Deixar a zona de conforto da vida com regras privadas, onde a maioria absoluta das decisões são cumpridas e tomadas com facilidade, é apenas o primeiro passo para chegar até aqui. O segundo passo está junto com o desejo de mudar, a possibilidade de realizações, ajudando a melhorar a vida das pessoas.

Mas neste texto, em que agradeço ao nosso vice-presidente, Rogério Amato, por ter assumido interinamente nossa entidade e a conduzido de forma exemplar, vou aproveitar para dizer que, mesmo não sendo eletiva, a gente nem se dá conta, mas sempre se faz política. Embora

numa medida muito pequena. Por que afirmo isto?

Porque nós, empresários, não podemos mais terceirizar nossos pleitos, nossas necessidades e nosso futuro. Não tenho dúvidas de que é preciso entrar no processo, para conhecer a realidade e, com nossa experiência, tentar fazer melhor.

Por esta razão, acredito que a representação empresarial, como já praticamos, é o primeiro passo para a representação política, e estar no poder executivo é uma fórmula certa de ajudar nas mudanças que tanto pedimos, que tanto buscamos. É preciso dar um basta na atitude de só reclamar para verificar o que pode e o que não pode ser feito em benefício de todos.

Em outras palavras, digo que esta é minha motivação e esta será a linha que vou seguir no meu novo cargo, legitimado pela chancela de quase 4 milhões de votos, que fizeram nossa aliança, "O Novo Caminho para o Rio Grande", liderada por José Ivo Sartori, vencer em 92,7% dos municípios gaúchos.

Diante deste cenário, nossa responsabilidade fica maior, mas estamos dispostos a enfrentar os desafios. Quanto à CACB, a história é outra, e nossas metas para 2015 serão amplamente debatidas em breve. Até lá!



*José Paulo Dornelles Cairoli,
presidente da Confederação
das Associações Comerciais
e Empresariais do Brasil*



12 CASE DE SUCESSO



17 CONJUNTURA



20 AGRONEGÓCIO

Coordenação Editorial: Neusa Galli Fróes
fróes, berlato associadas
escritório de comunicação
Edição: Milton Wells - mwells@terra.com.br
Projeto gráfico: Vinícius Kraskin
Diagramação: Kraskin Comunicação
Foto da capa: Whitestorm/fotolia.com
Revisão: Flávio Dotti Cesa
Colaboradores: Cyntia Menezes e Maira Valério
Execução: Editora Matita Perê Ltda.
Comercialização: Fone: (61) 3321.1311 - comercial@cacb.org.br
Impressão: Arte Impressa Editora Gráfica Ltda. EPP

3 PALAVRA DO PRESIDENTE

Sem dúvida, para mim, as eleições de 2014 tiveram um sabor diferente. Foi a primeira vez que me envolvi de corpo e alma numa campanha.

5 PELO BRASIL

Guido Bresolin Júnior, de Cascavel, é o novo presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná.

8 CAPA

Inovador e sustentável, o segmento de orgânicos pode representar um caminho seguro para o empreendedorismo.

12 CASE DE SUCESSO

Núcleo de vinicultura de Quilombo (SC) contrata enólogos para crescer.

14 FEDERAÇÕES

"Atitude, agir para crescer!" foi o tema do 17º Congresso das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais.

17 CONJUNTURA

As vendas de Natal deste ano devem praticamente repetir as de 2013.

18 DESTAQUE CACB

Para reconquistar a confiança do mercado, o governo precisa fazer o ajuste fiscal, diz José Paulo Dornelles Cairolí.

20 EMPREENDEDORISMO

CACB retomará Empreender Convencional em todo o Brasil.

22 PROGERECS

Autoridade de Registro da Faciap expande rede de pontos de atendimento.

24 CBMAE

Prêmio Conde dos Arcos destaca alternativas de solução de conflitos.

26 LEGISLAÇÃO

Projeto de Lei 437 do senador José Agripino (DEM-RN) disciplina a criação de empresas juniores.

28 AGRONEGÓCIO

Com margem menor, produtor terá de enfrentar aumento do custo logístico.

30 LIVROS

Piratas no Brasil narra as aventuras de corsários ingleses e franceses.

31 ARTIGO

José Renato de Miranda escreve sobre o excesso de trabalho.

Empreender SUPLEMENTO ESPECIAL

Sebrae e Aurora ampliam atendimento em Santa Catarina



Guido Bresolin Júnior é o novo presidente da Faciap

Kiko Sierich/divulgação



*Bresolin sucede
Rainer Zielasko, que
cumpru quatro
anos de gestão*

O empresário Guido Bresolin Júnior, de Cascavel, foi eleito o novo presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná. A única chapa inscrita, Líderes Sincronizados, foi eleita por aclamação durante o último dia das atividades do programa oficial da XXIV Convenção Anual da entidade. A nova diretoria começará a trabalhar em 1º de janeiro de 2015 e a posse festiva será em 2 de março, em Curitiba.

Brasil perde R\$ 100 bilhões por ano com corrupção

Segundo dados da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), o Brasil perde, todos os anos, em razão da corrupção, 2,3% do Produto Interno Bruto (PIB), algo em torno de R\$ 100 bilhões por ano. Quatro vezes mais do que todos os recursos públicos direcionados ao programa Bolsa-Família, que já beneficia mais de 15 milhões de famílias no País. Os impactos econômicos e sociais da corrupção no Brasil foram abordados pelo conselheiro do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), Fábio George Cruz da Nóbrega, na abertura do Encontro Nacional: Combate à Corrupção e Transparência de Estados e Municípios.

Acim conquista prêmio "AC Mais", pela segunda vez

A Associação Comercial e Industrial de Marília (Acim) conquistou pela segunda vez o prêmio "AC Mais", criado pela Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), entre as mais de 400 entidades associativas paulistas. "É o mais importante prêmio existente que reconhece o trabalho desenvolvido entre as associações comerciais", disse o presidente da Facesp, Rogério Amato, no encerramento da 15ª Edição do Congresso da Facesp, realizado de 18 a 20 de novembro no Hotel Monte Real Resort, em Águas de Lindóia.

O prêmio recebido pela Acim é na categoria de médio porte do Estado de São Paulo no quesito "Gestão".



Libânio Víctor Nunes de Oliveira, presidente da Acim, recebe o prêmio de melhor associação comercial paulista

CACB elege a reforma política como bandeira para 2015

A reforma política e a importância da participação dos empresários neste processo que terá mobilização nacional será uma das principais bandeiras da CACB para 2015. “A integração empresarial na reforma é uma questão importante a ser defendida pela CACB, pois vamos participar deste processo utilizando toda nossa pulverização”, disse o presidente José Paulo Dornelles Cairoli, na 3ª Reunião do Conselho Deliberativo da CACB, realizada em 5 de dezembro, em Porto Alegre.

Com a presença importante da diretoria e de presidentes de Federações, a reunião encerra o ano com o saldo positivo de realizações, informou o presidente da entidade. Os projetos avançaram, as metas foram cumpridas e as propostas para 2015 estão sendo elaboradas.

Com uma pauta de oito itens, que durou toda tarde, a reunião do Conselho definiu novo encontro para março, também em Porto Alegre, desta vez na sede da Federasul, para consolidar a estratégia de ação na questão da reforma

Itamar Aguiar



Conselho Deliberativo da CACB debateu a agenda da entidade para 2015

política e para tratar da realização do Congresso da CACB.

Nos itens da pauta, a situação da certificação digital do Brasil, a apresentação do projeto do Banco de Dados, o ECO CACB (fechamento 2014 e planejamento 2015), a situação atual da área internacional e projetos CACB (Empreender, Progerecs, CBMAE) e assuntos diversos.

CACB realiza 5º Encontro de Gestores dos PACEs

A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) realizou, nos dias 5 e 6 de novembro, o 5º Encontro de Gestores dos Postos Avançados de Conciliação Extraprocessual (PACEs) da rede CBMAE. O evento ocorreu durante o XVII Congresso das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais, promovido anualmente pela Federaminas.

O diretor financeiro da CACB, George Teixeira, deu as boas-vindas aos participantes e ressaltou a importância do encontro. Na pa-

lestra de abertura, o coordenador da CBMAE, Eduardo Vieira, falou sobre a sustentabilidade dos PACEs. Em seguida, Daniel Resende, coordenador dos PACEs de MG, mediou o debate para troca de experiências e a apresentação de casos de sucesso. Resende também realizou uma apresentação sobre o papel dos PACEs na implantação dos Centro Judiciários.

Participaram, ainda, como palestrantes o desembargador Raimundo Messias Junior, que abordou a conciliação sem

judicialização, e o coordenador do PACE de São Paulo, Guilherme Giussane, que apresentou o caso de sucesso do PACE.

Daniel Resende, coordenador dos PACEs de MG, foi mediador do debate e da apresentação de casos de sucesso





Prêmio Vencedores do Agronegócio fez parte da programação

Empresa transparente gera colaboradores engajados

Despertar o sentimento de “orgulho em pertencer ao grupo de trabalho” motivou os dirigentes da General Motors do Brasil, localizada em Gravataí (RS), a criar um programa para ampliar o envolvimento dos trabalhadores com a rotina da indústria. O case intitulado “Engajar para Vencer” foi apresentado pelo diretor de pessoal, Ricardo Sacchi, no “Bom dia Associado”, promovido pela Federação das Associações Comerciais e de Serviço do Rio Grande do Sul (Federasul), em 4 de novembro. Ele ressaltou que a união entre os profissionais deve ser considerada a base do sucesso.

A preocupação em elevar os níveis de engajamento no parque industrial surgiu após uma pesquisa interna que revelou que apenas 54% dos trabalhadores estavam envolvidos com a cultura empresarial. “O ideal era que esse número estivesse na marca de 65%”, explicou. A empresa reuniu todas as áreas e desenvolveu um estudo para atingir a meta. A metodologia definida teve como objetivo ampliar a participação dos trabalhadores de todos os níveis, um maior investimento em comunicação e em técnicas de motivação.

Federasul comemora 87 anos

Com o objetivo de destacar iniciativas vencedoras para valorizar a força empreendedora de um dos setores mais importantes para a economia do Rio Grande do Sul e do país, a Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul (Federasul) decidiu integrar às comemorações de seus 87 anos a cerimônia de entrega do prêmio “Vencedores do Agronegócio”.

O troféu “Três Porteiros” foi distribuído às sete categorias dos vencedores e a outros três destaques especiais, durante o Tá na Mesa ocorrido em 29 de outubro. Convidado para ser o palestrante do dia, o presidente executivo da Associação Brasileira de Proteína Animal, Francisco Turra, falou sobre “Parcerias

estratégicas para o desenvolvimento do agronegócio”.

O presidente da Federasul, Ricardo Russowsky, disse que o Prêmio é um reconhecimento ao mérito de uma relevante atividade econômica considerada a âncora-verde da economia e que dá ao Brasil a estratégica posição de celeiro mundial.

Ex-ministro da Agricultura, Turra defendeu a abertura dos mercados com crescimento dos negócios internacionais. “O setor agropecuário vive uma nova fase com a agregação de valor e inovação tecnológica”, afirmou, ao completar que é necessário o Rio Grande do Sul assumir a liderança e o protagonismo no setor. “Espero que o governo Sartori valorize bastante o setor adotando medidas de incentivo ao seu crescimento.”

Criada a TV Federaminas

Com o objetivo principal de disseminar conhecimento para capacitar dirigentes e profissionais das associações comerciais mineiras, foi criada a TV Federaminas. Lançada oficialmente durante o XVII Congresso das ACEs de Minas Gerais, realizado em Araxá, a nova mídia da Federaminas se enquadra no tripé base da gestão do presidente Emílio Parolini: sustentabilidade, capacitação e resultados. Acesse a TV Federaminas pelo site www.federaminas.com.br/tvfederaminas



CAPA

Orgânicos,

um novo caminho para o empreendedor

Apesar de representar um mercado ainda modesto, o setor de orgânicos do Brasil detém um imenso potencial a ser desenvolvido devido à diversidade de matérias-primas sustentáveis do país e a riqueza de sua agricultura

Em 2007, a empresa Ateliê Especiarias inaugurou a primeira loja de biojoias e de perfumes, em São Paulo, no mercado municipal de Tucuruvi. Em 2009, foi pioneira na criação de perfumes de ambientes orgânicos certificados no Brasil. Atualmente a grife possui 14 lojas em nove cidades espalhadas pelo Brasil e uma em Santiago, Chile.

O Ateliê Especiarias trabalha com descarte zero e só usa produtos que podem ser absorvidos pela natureza. Por isso aborta a resina, o plástico e outros itens frequentemente adota-

dos por joalherias e outros fabricantes de semijoias.

O sucesso da marca Ateliê Especiarias é apenas uma das referências do mercado de produtos orgânicos no Brasil, que nos últimos vem mantendo uma média de crescimento anual de 35%.

Inovador, competitivo e sustentável, o segmento – recomendado por chefs, artistas, personal trainers, nutricionistas, médicos e uma variedade de formadores de opinião – pode representar um caminho seguro para o empreendedorismo. Apesar de um

faturamento ainda modesto, de cerca de R\$ 2 bilhões por ano, a expectativa dos especialistas é de dobrar esse número até 2017, podendo triplicar nos anos seguintes.

A meta é considerada factível, em vista do mercado dos Estados Unidos, que em 2005 era estimado em US\$ 2,5 bilhões e hoje representa perto de US\$ 34 bilhões. “Hoje as empresas são globais. Por isso, acredito que seja uma questão de tempo a presença delas no país com linhas de produtos nesse segmento orgânico”, diz Ming Chao Liu, coordenador executivo do Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD) do programa Organics Brasil, fomentado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

EMOÇÃO

Atualmente os segmentos de frutas e legumes continuam sendo o carro-chefe do consumidor. Além de serem a porta de entrada para a inicialização nesse mercado, é onde existe maior oferta e maior facilidade de se estruturar a logística do produtor ao consumidor, relata Liu.

“No caso dos produtos industrializados, não basta apenas ter o produto, é preciso ainda ajustar a questão de logística, preços e educar o consumidor para os benefícios. O grande desafio é imputar a emoção e o conceito no produto, devido ao fato de que o consumidor, atualmente, está condicionado a ver somente o preço”, diz Liu.

De acordo com o especialista, o segmento de produtos cosméticos também começa a aparecer, porém, no Brasil, não há uma regulamentação e os parâmetros são todos pri-

vados, assim como em outras partes do mundo. “Como o mercado cresce como um todo, nos próximos dois ou três anos todos os segmentos tendem a crescer, principalmente a cadeia de produtos industrializados voltados a atender aos atributos da boa saúde e conveniência do consumidor. Neste caso, os produtos industrializados prontos para consumir com ingredientes funcionais e nutritivos serão os de maior desenvolvimento”, complementa Liu. Sobre os segmentos de laticínios e carnes, que hoje são praticamente inexistentes, Liu acredita que também deverão crescer devido aos investimentos que estão sendo feitos pelas empresas ligadas a esses produtos.

Entre os lançamentos, o especialista lembra que existem investimentos em inovação não apenas em pesquisas e desenvolvimento de produtos, mas também em embalagens. Há referência e lançamentos de linhas de produtos que já vêm sendo comercializados no exterior, a partir de extratos secos e líquidos de frutas, com desenvolvimento de produtos adequados ao mercado nacional. Barras de cereais, frutas, papinhas, produtos liofilizados, misturas de shakes, chás com infusões de sabores são alguns exemplos de produtos que vêm sendo trabalhados.

SUCESSO

Mas qual o segredo do sucesso? Para Liu, adicionar valor pode ser uma medida importante. Entretanto, ele argumenta que não é possível dar esse passo e esperar que o consumidor se identifique com o produto. “Entendo que falta uma campanha



Liu: “Como o mercado cresce como um todo, nos próximos dois ou três anos todos os segmentos tendem a crescer, principalmente a cadeia de produtos industrializados voltados a atender aos atributos da boa saúde e conveniência do consumidor”



de educação e de sensibilização ao consumidor em cima dos conceitos de sustentabilidade, dos aspectos da origem dos produtos e dos benefícios ao meio e à comunidade onde se produz. Hoje se fala muito apenas no aspecto de segurança alimentar (menos uso de produtos químicos e agrotóxicos), mas é preciso aprofundar essa conscientização”, pondera.

Outra carência do produto nacional, segundo ele, é a falta de investimentos em design de embalagem, focando o consumidor e na sua marca. “Hoje o consumidor tem menos de 0,4 segundo para bater o olho numa prateleira e ter ‘chamada a atenção’. Por isso, é preciso adicionar valor não apenas ao processo, mas também na emoção e na história do produto.”



*Francisco França
exibe, orgulhoso, as
mudas cultivadas no
próprio viveiro*



Preço ainda inibe consumidor

Para Ming Chao Liu, o importante no segmento de orgânicos é o consumidor conseguir enxergar no preço que se paga o valor justo que quem produz estará recebendo. “Temos que esquecer a lógica convencional de como o mercado trabalha a questão preço. Hoje, a estratégia de qualquer produto, quando se trata de preço, é sempre focada nos requisitos de volume, na concentração e no giro. Quem entrar no segmento de orgânicos e só olhar esse lado, certamente irá se frustrar. Não que não deva se pensar nisso, pois em qualquer mercado tem que se trabalhar com lotes mínimos e ter

resultados positivos para crescer. Porém, o consumidor merece respeito e deve ser informado de forma eticamente correta e moralmente verdadeira”, diz. “Se as empresas focarem não apenas no produto, mas na educação de seus consumidores, no relacionamento, e se identificarem com os valores que querem passar ao consumidor, com certeza, terão êxito. Pode ser que seja mais demorado e mais trabalhoso, mas sempre haverá um consumidor que se fidelizará com os valores da empresa, a qual não correrá o risco de ter, a cada mês, que pensar apenas em aumentar volumes e diminuir margens.”

Fred Veras/ASN



Lógica convencional do mercado na questão preço não é compatível com orgânicos, em que a saúde é o fundamental

Bio Brazil é a mais tradicional feira do setor

A Bio Brazil Fair | Biofach America Latina chega em 2015 à sua 11ª edição. Um dos mais tradicionais eventos de orgânicos no país, a feira reúne 90 empresas expositoras em uma área de 7 mil m². Entre os segmentos do setor, marcam presença: alimentos orgânicos in natura e congelados, frutas e verduras, mel e derivados, carnes, sucos e bebidas, leite e laticínios, pães, bolos e massas, cosméticos (aromas e essências, cremes, xampus e sabonetes), moda (joias, confecção, tecidos e acessórios) e suporte à produção (insumos, fertilizantes, equipamentos, certificadoras, consultorias). No ano passado, o evento reuniu mais de 15.437 visitantes do Brasil e 102 do exterior.

Desde a primeira edição, a feira é aberta e gratuita ao público final como forma de gerar conhecimento e hábitos de consumo, o que, no final, vai ampliar o número de consumidores e estimular a venda, o que por sua vez incrementa a produção.

A feira também abriga o Fórum Internacional de Agricultura Orgânica e Sustentável para discutir os principais temas ligados à produção orgânica. Entre os palestrantes estão expoentes do setor no Brasil e no exterior, como representantes dos ministérios de Agricultura e do Desenvolvimento Social, secretários estaduais de Agricultura e Meio Ambiente e entidades de reconhecimento mundial, como IFOAM, COTA, Natrue e Japan Organic & Natural Food Association.

“A expectativa para a feira de 2015 é de aumento da visitação do público de negócios: farmácias, supermercados, restaurantes, spas, entre outros que estão em busca de novidades e fornecedores dos mais diversos segmentos”, diz Valeska de Oliveira, gerente de negócios da Bio Brazil Fair.



Desde a primeira edição, a feira é aberta e gratuita ao público final como forma de gerar conhecimento e hábitos de consumo



Empreender Competitivo fomenta produção de uva e vinho de Quilombo (SC)

Com a contratação de profissionais da área da vitivinicultura, produtores da região começam a ganhar novos mercados

Situado na microrregião do oeste catarinense, o município de Quilombo guarda uma tradição de imigrantes italianos afeiçoados à viticultura. Ao longo do tempo, em sua maior parte as famílias cultivavam a uva e produziam vinho apenas para o seu consumo. O interesse na comercialização e expansão dos negócios, entretanto, acabou estimulando-os a aperfeiçoar seus processos por meio de consultorias de enólogos e concursos de vinhos, entre outras ações.

Um exemplo de sucesso é o trabalho do Núcleo Setorial de Vitivinicultores da Associação Empresarial de Quilombo (Aciqu). A partir de observações dos enólogos e de constantes visitas às propriedades para análises técnicas, os produtores puderam aprimorar o seu trabalho. “Em cada etapa da consultoria individual, o produtor torna-se apto ao identificar a sua maior dificuldade no processo de produção, dentro do objetivo de qualificar o produto final”, relata a analista técnica do Programa Empreender da CACB, Anelise Rambo. “Primeiro padronizou-se a elaboração e depois o curso de degustação de vinho, pro-



Núcleo de Vitivinicultores de Quilombo (SC): meta é vender os produtos em restaurantes, supermercados e também em outros municípios

duzido e aperfeiçoado pelos produtores”, explica.

Para Ivone Milani Signore, consultora local do Empreender e gestora do Empreender Competitivo, as vantagens dessas ações são inúmeras. “Com a contratação de um profissional da área da vitivinicultura para instruir e orientar sobre procedimentos corretos, desde a preparação do solo até ao engarrafamento dos vinhos, quem ganha é o produtor”, detalha.

De acordo com Ivone, os produtores são instruídos também sobre

como efetuar o registro dos vinhos artesanais, para que possam comercializá-los. Vinho sem registro pode ser vendido somente dentro da propriedade em que é produzido. “A meta é inserir o produto no mercado. Primeiramente, é necessário qualificar e padronizar o vinho de Quilombo. Antes não tínhamos cantina e o vinho era produzido no porão de casa. Hoje, por meio do Empreender Competitivo, o produtor Danilo Busnello, por exemplo, investiu em uma cantina construída em

sua residência, dentro das normas do Ministério da Agricultura, pronta para ser registrada. Sozinho, ele certamente não alcançaria tal resultado”, enfatiza a consultora.

Foco na qualidade

Em atividade desde 2009, o Núcleo Setorial de Vitivinicultores contribuiu para uma significativa evolução dos produtores locais, relata Gilson Panceri Junior, técnico do Sebrae/SC. “Antes a produção local nem tinha registro. Hoje, Quilombo já é o décimo maior produtor de uva de Santa Catarina”, acrescenta. “Eles são de uma região tradicionalmente colonizada por italianos que não consideram o vinho como um produto, mas uma cultura, uma forma de viver. Havia uma cultura de família, mas não existia acompanhamento técnico. Os produ-

tores conseguiram absorver e colocar em prática o conhecimento passado durante as consultorias.”

No início, de acordo com Panceri, foi preciso trabalhar qualidade e não volume, além de aperfeiçoar questões de higiene e manipulação. Hoje, o projeto está voltado para a parte da legalização, para que os produtores possam vender seus produtos em restaurantes, supermercados e também em outros municípios. Além do retorno direto da venda de uva, as melhorias incrementam o turismo e contribuem para uma maior visibilidade da região.

“Os produtores possuem conhecimento bem amplo sobre a qualidade e produção. Alguns participam de todo o processo, desde o plantio de uvas viníferas. Os mais avançados já estão com o registro encaminhado”, informa Panceri.

Antes da criação do Núcleo Setorial de Vitivinicultores, a produção local nem tinha registro. Hoje, Quilombo já é o décimo maior produtor de uva de Santa Catarina

Concurso de vinho e jantar com degustação

Em junho deste ano, no V Concurso do Vinho Municipal de Quilombo e o primeiro concurso regional dos vinhos artesanais, foram analisadas 80 amostras de vinho nas categorias: bordeaux, tinto, branco e fino. Como em todas as outras ações, o objetivo dos concursos é melhorar a qualidade dos vinhos e avaliar a produção dos vitivinicultores participantes do núcleo. Os critérios de seleção se baseiam em análise visual, olfativa, gustativa e apreciação global do produto.

O produtor Ivo de Cezaro, atual coordenador do Núcleo de Vitivinicultores de Quilombo, com histórico de mais de 20 anos na área de vinhos artesanais, foi o vencedor municipal da categoria vinho branco. Em sua opinião, o concurso é uma etapa muito importante do processo de melhoria do produto. “Com o desafio do concurso, sempre tentamos caprichar mais”, diz.



União e atitude fazem a força dos empresários

Com o lema “Atitude, agir para crescer!”, 17ª edição do Congresso das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais envolveu o público nas palestras e premiações

Na abertura solene do evento, o presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Minas Gerais (Federaminas), Emílio Parolini, falou sobre a importância da ação e união dos empresários. O 17º Congresso das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais foi realizado no Tauá Grande Hotel e Termas de Araxá, de 5 a 8 de novembro.

Em referência ao lema do Congresso – “Atitude, agir para crescer!” –, Parolini deu como exemplo a iniciativa de lideranças empreendedoras de Medellín, na Colômbia, que se uniram e cobraram do poder público mudanças profundas na cidade, exigindo prioridade para a educação. De centro urbano dominado pelo narcotráfico, Medellín tornou-se um modelo para o mundo. “Este exemplo prova o quanto os empresários e as associações comerciais são fortes”, enfatizou o presidente.

MANIFESTAÇÃO

O presidente agradeceu a expressiva presença de empresários, traduzindo-a como “manifestação de apoio ao trabalho da nossa gestão”. Com mais de 500 participantes, o maior público já registrado no evento, a 17ª edição do Con-



gresso das ACEs mineiras foi considerada um sucesso por motivar a presença de empresários de todas as regiões do Estado e pela qualidade de seu conteúdo, com palestrantes de renome.

Também falaram na solenidade de abertura o diretor financeiro da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), George Teixeira; o presidente da Associação Comercial de Araxá, Márcio Farid; o desembargador Raimundo Messias Jr.; o superintendente comercial do Banco Santander, Fabiano Junior; a representante da Boa Vista Serviços, Rosely Garcia, e o prefeito interino de Araxá, Miguel Junior.

Em seu discurso, o presidente da Federaminas, Emílio Parolini, defendeu maior engajamento do setor empresarial

Especialistas abordaram empreendedorismo, inovação e casos de sucesso

Sobre o tema “Inovação e marketing”, o especialista Fernando Kimura comentou a evolução dos meios de comunicação e mudanças de comportamento de consumidores ao longo dos anos. Mostrou exemplos de inovação e experiências na indução das vendas, destacando a importância das marcas na comercialização de produtos.

Em palestra sobre franchising, o vice-presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Gustavo Schifino, destacou o crescimento do setor, previsto para mais de 5% em 2014, superior ao do PIB, estimado em 0,9%, e com faturamento da ordem de R\$130 bilhões. Para ele, franchising é o mais inteligente modo de negócio.

Segundo Schifino, a rede de franquias cresceu 299%, e o número de lojas franqueadas no Brasil passou de 120 mil neste ano. São 164 redes, das quais 6,1% em Minas Gerais, que detém 8% das unidades no País, sendo 21% delas na área de alimentação.

A vice-presidente regional da ABF, Danielle Van Straten, anunciou a realização de diversos cursos de capacitação em franchising em convênio com o Sebrae. Após a palestra dedicada ao tema de franquias, foi realizada uma mostra com 13 marcas.

A Rede de Comércio Protegido foi apresentada pelo comandante da Polícia Militar em Ponte Nova (MG), Luiz Faustino. O major mostrou o sucesso do projeto, que possibilitou a redução

de 40% no número de crimes violentos nesse município.

Na palestra “Atitudes vencedoras”, o especialista Carlos Hillsdorf destacou a importância do associativismo e cooperativismo para a construção do sonho coletivo. Falou sobre incoerências do ser humano e apontou como imperativas as ideias diferentes.

SIMPLIFICAÇÃO TRIBUTÁRIA

A simplificação tributária, segundo Hillsdorf, pode ser alcançada vencendo as incoerências e com representatividade empresarial. “O crescimento de uma associação comercial vem dessa força coletiva”, acrescentou. O palestrante recomendou transformar dificuldades em oportunidades e ensinou o segredo da felicidade: o amor.

A experiência da Azul Linhas Aéreas foi exposta pelo presidente do seu conselho de administração, Pedro Janot, ex-executivo de grandes empresas nacionais e estrangeiras. Lembrou que a companhia aérea nasceu em 2007, em um mercado difícil que era dominado – 98% – pela Gol. A Azul, então, teve que inovar muito em preço, qualidade de serviço e, principalmente, tratamento aos clientes. No mundo moderno, a liderança não é mais conquistada. “Queremos nossos colaboradores vestindo a camisa da empresa”, disse. Em 2008 a Azul detinha 0,8% do mercado, e agora mais de 20%.



Fernando Kimura



Gustavo Schifino



Pedro Janot



Cerca de cem empresários de destaque em seus municípios foram indicados para receber o Mérito Empresarial

Federaminas homenageia empresários e autoridades que se destacaram em 2014

Mais de mil pessoas prestigiaram o Mérito Empresarial 2014, que a Federaminas realizou, durante o Congresso, para homenagear autoridades e dirigentes de empresas que se destacam em suas áreas de atuação. No evento, ocorrido em 7 de novembro, o presidente da entidade, Emílio Parolini, afirmou que os mais de cem empresários do ano indicados pelas ACEs são verdadeiros guerreiros, pois atuam como agentes do desenvolvimento ao gerar empregos e produzir riquezas.

“Agem, assim, como eficientes promotores do progresso, oferecendo a sua contribuição para edificar um país economicamente sustentável e socialmente justo. São, portan-

to, merecedores dos nossos aplausos e do reconhecimento da Federaminas”, enfatizou.

Além dos empresários, foram homenageados o superintendente do Sebrae-Minas, Afonso Rocha, o presidente da Junta Comercial de Minas Gerais (Jucemg), José Donald Bittencourt Júnior, e o Banco Santander, como destaques de honra nas categorias Ação Associativista, Inovação Tecnológica e Incentivo à Educação Superior e à Micro e Pequena Empresa, respectivamente. Também foi homenageada a Associação Comercial de Nova Lima, por participar do XVII Congresso das ACEs mineiras com a mais ampla delegação.

O Mérito Empresarial é o evento de maior público do Sistema Federaminas e reúne cerca de 1,3 mil pessoas em cada edição, entre empresários, homenageados e seus convidados de todas as regiões do estado

Empreender

ENCADEAMENTO PRODUTIVO

Qualificação das micro e pequenas empresas fornecedoras de empresas âncoras é um dos fatores principais para a maior competitividade da indústria nacional

SEBRAE E AURORA AMPLIAM ATENDIMENTO EM SANTA CATARINA

Mercado de alimentos é bastante competitivo, o que implica inovação e a criação de condições para o desenvolvimento das empresas de menor porte

REDAÇÃO DO SEBRAE EM SANTA CATARINA

Produtores de suínos, aves e de gado leiteiro de Santa Catarina e seus fornecedores passam a ser atendidos pelo Programa Nacional de Encadeamento Produtivo do Sebrae, ainda inédito, até outubro deste ano, na área do agronegócio. Para isso, a instituição firmou parceria com a Cooperativa Aurora Alimentos, envolvendo investimento de R\$ 12 milhões com objetivo de melhorar o desempenho desses segmentos, por meio de consultorias técnicas com foco na maior eficiência e produtividade.

Dos 2.900 estabelecimentos atendidos, 2.500 são rurais e 400 micro e pequenas empresas urbanas

fornecedoras de insumos. “O cenário do mercado de alimentos é bastante competitivo, o que implica inovação e a criação de condições para o desenvolvimento das empresas de menor porte. No encadeamento produtivo, a grande empresa ganha ao ter fornecedores melhor qualificados e produtos com alto índice de conformidade. Já os pequenos ampliam suas oportunidades de negócios, por meio do aprimoramento de processos e produtos”, enfatiza o diretor-técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos.

Para o presidente da Aurora, Mário Lanznaster, é preciso disseminar o conhecimento sobre encadeamento produtivo. “Esse é um dos mecanismos mais efetivos para incrementar

a competitividade de cadeias de valor e de países”, resumiu. Sebrae e Aurora trabalham juntos em Santa Catarina há 15 anos. Nesse período, mais de 23 mil produtores filiados a 12 cooperativas foram atendidos pelos programas “De olho” e “QT Rural”, que organizaram e sistematizaram a gestão das propriedades.

A partir de 2007, foi possível implementar o sistema de rastreabilidade nas cadeias produtivas de suínos, aves e leite, visando a atender às exigências legais e do mercado quanto ao cumprimento de normas reguladoras, baseadas na aplicação da legislação nacional e internacional, unificando e padronizando os sistemas de produção. **E**

SEBRAE E AURORA TRABALHAM EM SANTA CATARINA HÁ 15 ANOS. NESSE PERÍODO, MAIS DE 23 MIL PRODUTORES FORAM ATENDIDOS PELOS PROGRAMAS “DE OLHO” E “QT RURAL”, QUE ORGANIZARAM A GESTÃO DAS PROPRIEDADES

ENCADEAMENTO PRODUTIVO ELEVA COMPETITIVIDADE

Tema foi debatido no Encontro Nacional da Indústria, evento da CNI com apoio do Sebrae

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS

A qualificação das micro e pequenas empresas fornecedoras de empresas âncoras é um dos fatores principais para o aumento da produtividade e da competitividade da indústria nacional. Por meio do Programa Encadeamento Produtivo, que busca a integração de empresas dos mais variados portes, o Sebrae contribui para a maior inserção do Brasil no mercado global.

“A economia é uma só, nenhuma empresa é competitiva sozinha. Temos mais de cem parcerias com grandes empresas no âmbito do encadeamento produtivo para aumentar a competitividade dos pequenos negócios do setor industrial”, ressaltou o diretor-técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos, ao participar do painel A Produtividade nas Empresas: os Desafios para a Gestão, durante o 9º Encontro Nacional da Indústria (ENAI), que reuniu mais de 1,8 mil em-

presários de todo o país, na primeira semana de novembro, em Brasília, para discussão dos desafios da indústria nos próximos quatro anos.

Segundo ele, a qualificação profissional, a ampliação do teto para o novo tratamento tributário de empresas no Supersimples e a revisão da legislação trabalhista são medidas que poderão aumentar a produtividade e a competitividade das empresas.

“Precisamos romper também este círculo vicioso envolvendo baixa qualificação, baixa produtividade e as questões trabalhistas”, ponderou Carlos Alberto, ao defender a elevação do teto das empresas do setor industrial para enquadramento no Supersimples para R\$ 14 milhões anuais.

De acordo com o diretor-superintendente da Brasilata S/A, Antônio Carlos Teixeira Alvares, a competitividade das empresas deve ser medida da porteira para dentro, sem levar em consideração questões cambiais e tributárias. **E**

Foto: Tereza Cristina



Diretor-técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos

NOVAS MEDIDAS DE ESTÍMULO AOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Proposta dobra limite de enquadramento no Supersimples, reduz prazo para abrir e fechar empresas e cria o Pronatec Aprendiz

SEBRAE NA BAHIA

O limite de faturamento para efeito de enquadramento da pequena empresa no Simples Nacional – regime tributário que concede tratamento diferenciado aos pequenos negócios – poderá chegar a R\$ 7,2 milhões, duplicando o teto vigente. A proposta de ampliação do limite faz parte de estudo que a Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República apresentará, em breve, à presidente Dilma Rousseff, como parte do processo de aperfeiçoamento do Simples Nacional, e inclui várias outras medidas para desburocratizar, simplificar e favorecer os empreendimentos de pequeno porte.

“A reforma tributária vem acontecendo de baixo para cima”, assinalou o ministro da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Guilherme Afif Domingos, na abertura da 14ª Convenção Nacional ABF Franchising, e prosseguirá com uma série de medidas para facilitar ainda mais os pequenos

negócios. Ele enfatizou que as empresas têm direito constitucional de tratamento diferenciado, simplificado e favorecido, ao falar para cerca de 550 franqueados e franqueadores, além de representantes do Legislativo e do Judiciário, na Ilha de Comandatuba (BA).

Outras medidas que podem ser propostas são a unificação das obrigações e da data de recolhimento dos tributos e menor prazo para abrir ou fechar empresas. Segundo o ministro, atualmente 23% das empresas – cerca de 1,3 milhão, exceto os microempreendedores individuais – são CNPJ inativos. “Estamos testando em Brasília um novo sistema que vai possibilitar o fechamento de uma empresa sem a exigência de certidão negativa de débito. A ideia é que até o final deste ano o sistema seja disponibilizado para todo o país”, informou.

As medidas abrangem, também, a criação do Pronatec Aprendiz, para que os pequenos negócios possam contratar menores. **E**

Foto: Keiny Andrade/ABF



Ministro da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Guilherme Afif Domingos

SEBRAE LANÇA PLATAFORMA COPYME

Plataforma promoverá a competitividade dos pequenos negócios na América Latina, Caribe e África lusófona

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS

O Sebrae lançou a Copyme, plataforma online de compartilhamento de soluções empresariais para pequenos negócios voltada aos parceiros internacionais. A Copyme reúne a expertise do Sebrae no atendimento aos empreendedores brasileiros, de forma simples e direta. O lançamento ocorreu, na primeira semana de novembro, em Guayaquil, no Equador, durante o Fórum Interamericano da Pequena Empresa (Foromic).

A Copyme surgiu a partir da necessidade de promover a competitividade dos pequenos negócios na América Latina, Caribe e África lusófona para alavancar o desenvolvimento regional. “Na era do conhecimento, o mais importante é compartilhar informações, e é isso que a plataforma faz”, ressaltou a gerente da Assessoria Internacional do Sebrae, Fernanda Maciel Carneiro. A plataforma está disponível em três idiomas (português, inglês e espanhol) e é fruto de parceria entre o Sebrae, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI).

Durante o lançamento, parceiros da Copyme tiveram a oportunidade de tirar dúvidas sobre a plataforma e sugerir novas oportunidades de cooperação. “Para nós, o site é como uma caixa de ferramentas. Agora nossa maior responsabilidade é difundir essas informações e triplicar o número de parceiros”, afirmou Liliana Monteiro, do Centro para a Promoção da Micro e Pequena Empresa na América Central (Cenpromype).

Juan Merino, do Ministério da Produção do Peru, informou que o governo de seu país trabalha para a construção de um marco legal que favoreça o desenvolvimento dos pequenos negócios. “Este é um bom momento para coletarmos boas práticas nessa área”, disse ele, em referência à experiência do Sebrae na elaboração da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa – uma atuação descrita na Copyme.

As informações contidas na plataforma destinam-se tanto aos empresários quanto às instituições de fomento aos pequenos negócios. As entidades que formalizarem a parceria com a Copyme terão acesso a conteúdos exclusivos. **E**

“NA ERA DO CONHECIMENTO, O MAIS IMPORTANTE É COMPARTILHAR INFORMAÇÕES, E É ISSO QUE A PLATAFORMA FAZ.”
FERNANDA MACIEL CARNEIRO, GERENTE DA ASSESSORIA INTERNACIONAL DO SEBRAE



APRENDIZADO DE TÉCNICAS EMPREENDEDORAS GARANTE INOVAÇÃO

Evento foi voltado aos produtores rurais, técnicos de ciências agrárias e empresários

ISABELLE BENTO
SEBRAE EM TOCANTINS

Multiplicar o potencial empreendedor e aumentar as chances de sucesso foram alguns dos objetivos do Seminário Empretec. O diferencial do evento que aconteceu, na terceira semana de novembro, em Araguaína, Tocantins, é que foi voltado aos produtores rurais, técnicos de ciências agrárias e empresários do ramo do agronegócio.

O seminário aconteceu em novembro, quando foram trabalhadas as dez características empreendedoras: busca de oportunidade e iniciativa; persistência, riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento, persuasão e rede de contatos, além de independência e autoconfiança.

Para o gerente do Sebrae, Francisco Ramos, o seminário auxiliou não

só quem deseja abrir um negócio. “Ser empreendedor não significa ser empresário, e sim, ter atitudes que possam contribuir para desenvolver a empresa onde trabalhamos. Empreender é buscar novas experiências, assumir mais riscos, pensar de forma diferente, ter coragem de expor e valorizar novas ideias, buscar alternativas e correr atrás da realização.”

Saiba mais

Empretec Rural – programa para Empresários e Futuros Empreendedores do Agronegócio, executado no Brasil pelo Sebrae em parceria com o PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento e a ABC/MRE – Agência Brasileira de Cooperação, do Ministério das Relações Exteriores. Trata-se de mais uma iniciativa que se soma ao universo dos instrumentos de apoio colocados à disposição dos empresários do setor. **E**

“SER EMPREENDEDOR NÃO SIGNIFICA SER EMPRESÁRIO, E SIM, TER ATITUDES QUE POSSAM CONTRIBUIR PARA DESENVOLVER A EMPRESA ONDE TRABALHAMOS.”
FRANCISCO RAMOS,
GERENTE DO SEBRAE

Inflação pesa no bolso do consumidor e prejudica vendas de Natal

Entidades ligadas ao setor projetam que o comércio deve apresentar um incremento de 3%, no Natal deste ano, em comparação com 2013

As vendas de Natal deste ano devem praticamente repetir as de 2013. Pelo menos essa é a previsão de grande parte dos representantes de entidades do comércio varejista. Para a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o comércio deve movimentar R\$ 31,7 bilhões – 2,6% a mais do que no Natal de 2013.

No Rio, segundo pesquisa da Fecomércio-RJ, mais da metade dos lojistas (54,3%) espera que as vendas fiquem estagnadas ou que sejam piores do que em 2013. Ainda de acordo com o estudo, 61,4% afirmaram que fizeram ou ainda farão encomendas aos fornecedores iguais ou menores que as do ano passado.

Para Fábio Bentes, economista da CNC, o cenário econômico, de inflação alta e aperto nos juros, deve fazer com que as empresas adotem mais promoções neste ano. Estender o prazo para pagamento deve ser uma das práticas adotadas pelo setor nos próximos meses, afirma o especialista.

A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) projetam que as vendas a prazo no período do Natal de 2014 devem crescer 3% na comparação com 2013. Se as expectativas dos lojistas se confirmarem, as vendas devem praticamente



Ramo de vestuário mantém demanda aquecida

repetir o crescimento do ano passado, quando a alta verificada foi de 2,97%. Nos anos anteriores, as expansões foram de 2,37% (2012 ante 2011), de 2,33% (2011 ante 2010) e de 10,89% (2010 ante 2009).

CNDL e SPC apontam que o varejo apresentou desempenho modesto na maior parte das datas comemorativas de 2014 e sofreu com as vendas no período da Copa do Mundo, e os lojistas esperam alavancar as vendas no Natal para recuperar o prejuízo. “A inflação tem pesado no bolso dos consumidores. Os juros se encontram num patamar elevado e a massa salarial já não cresce com tanto vigor como nos últimos anos, o que desaquece as vendas”, afirma Bentes.

Juros em patamar elevado e a massa salarial com pouco vigor como nos últimos anos desaquecem as vendas. Ainda assim, com as tradicionais compras de última hora, as vendas para o fim do ano devem ser melhores do que nas demais datas festivas de 2014

ENTREVISTA COM JOSÉ PAULO DORNELLES CAIROLI, PRESIDENTE DA CACB



“Empresário
precisa participar
com propostas de
políticas públicas
a favor do
bem comum”

Em 2015, a agenda da CACB deverá incluir também a defesa da reforma política, mais incentivo à inovação e a adição de valor aos produtos nacionais

Eleito vice-governador do Rio Grande do Sul pela aliança “O Novo Caminho para o Rio Grande”, encabeçada por José Ivo Sartori, do PMDB, o presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairolí – que também atua como presidente regional do PSD –, defende a participação política do empresário na vida nacional. Nesta entrevista a Empresa Brasil, afirma que o único caminho para vencer o ciclo vicioso atual é romper com a prática de terceirização da representação parlamentar. “É preciso participar com propostas de políticas públicas a favor do bem comum e também com

críticas a eventuais malfeitos e projetos equivocados que, de uma forma ou de outra, possam representar o interesses corporativos de segmentos incrustados no poder, ou o comprometimento da capacidade de pagamento do governo.” Acompanhe a seguir:

Quais devem ser as prioridades do governo a fim de recolocar o país na trilha do crescimento?

O governo, para reconquistar a confiança do mercado, precisará mostrar antes de tudo medidas concretas de ajuste fiscal. O desafio ao longo dos próximos quatro anos é

aumentar o esforço fiscal entre 3 a 4 pontos do PIB. Será necessário ainda ampliar o programa de concessões e promover investimentos em tecnologia. Na esfera social, é necessário ampliar gastos com saúde, educação, transporte urbano.

Quanto ao setor de MPes, qual deve ser a agenda da CACB daqui para a frente?

Em 2014, o setor comemorou grandes vitórias como a ampliação do Simples. Agora, temos de resolver a questão do desenquadramento abrupto. Além dessa agenda, a CACB continuará a defender mais incentivo à inovação, a busca de maneira mais agressiva de mercados no país e no exterior, a agregação de valor aos produtos de nossa base econômica tradicional. Defenderemos ainda a participação política do empresariado na vida nacional, de maneira autêntica, autônoma, ativa. O único caminho para vencer o ciclo contaminado atual é romper com a prática de terceirização da nossa representação, com o acomodamento, no qual o país muitas vezes parece mergulhado. Vamos aprofundar essa prática. É necessário participar com propostas de políticas públicas a favor do bem comum e também – por que não? – com críticas a eventuais malfeitos, à corrupção, a ideias e projetos equivocados que, de uma forma ou de outra, possam representar o interesses corporativos de segmentos incrustados no poder, ou o comprometimento da capacidade de pagamento do governo. Tudo o que for contra a capacidade de gerenciamento do Estado de curto, médio e longo prazos estaremos vigilantes. Os governantes

precisam pensar como estadistas e não com interesses eleitoreiros. O futuro da Nação está em jogo.

Qual a sua expectativa em relação à reforma tributária? Desta vez sai? Ou ficou mais difícil devido à crise fiscal?

Como diria Everardo Maciel, a tributação no Brasil padece, principalmente, da falta de coordenação. Os governos federal, estaduais e municipais têm poderes para criar e cobrar tributos, entre impostos, contribuições e taxas. Falta uma política fiscal unificada no Brasil. A verdadeira reforma tributária consiste em fazer com que os governos coloquem os interesses da sociedade acima da sua própria conveniência.

Quais as suas expectativas em relação à reforma política e ao combate à burocracia?

A mãe das reformas, sem dúvida, é a política. Tudo começa por ela, que deve conter os principais adjetivos de uma política limpa, isenta e que corresponda a eleições com igualdade para todos os partidos. Os detalhes, como voto distrital e financiamento da campanha, ainda precisam de uma discussão séria e responsável com a sociedade. Descarto qualquer hipótese de plebiscito ou referendos. Quanto à desburocratização, o governo precisa fazer algo urgente, para que nossas empresas e nossa vida se tornem mais leves e sem tanto custo. Algumas medidas de desburocratização, como a unificação das Juntas Comerciais, já estão sendo tomadas, mas ainda precisamos de menos burocracia para reduzir nosso custo e ganharmos tempo.

Cairolí: “A mãe das reformas, sem dúvida, é a política. Tudo começa por ela, que deve conter os principais adjetivos de uma política limpa, isenta e que corresponda a eleições com igualdade para todos os partidos”

CACB retomará Empreender Convencional em todo o Brasil

Programa prevê beneficiar cerca de três mil empreendimentos por meio de 60 ACEs

Após receber aprovação do Sebrae, a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) poderá retomar o Empreender Convencional, que havia sido descontinuado em 2005. Neste primeiro momento, buscará contemplar os estados que não recebem apoio do Sebrae e que possuem o maior número de Associações Comerciais filiadas ao Sistema CACB em condições de implementar o projeto. O projeto prevê beneficiar 3 mil empreendimentos por meio das 60 Associações Comerciais (ACEs).

A retomada do Empreender se justifica por uma grande razão, segundo Carlos Rezende, coordenador do projeto. “Tem-se como marco a descentralização do programa. Os estados passaram a desenvolver as ações diretamente, seja de forma conjunta com o Sistema CACB e o Sebrae, seja por iniciativa da Federação, seja por iniciativa do Sebrae do estado ou até mesmo de uma Associação Comercial”, explica.

O resultado disso é que, sem o amparo ou uma diretriz nacional, cada estado começou a desenvolver os trabalhos à sua maneira, dando início à descaracterização da metodologia. “Mesmo com essa descaracterização, pode-se observar uma evolução, principalmente na região sul. No Paraná, por exemplo, o projeto Obra Nota 10 usa a metodologia do Empreender



Carlos Alberto dos Santos:
“Os núcleos formados pelo projeto têm se constituído em um dos mais eficientes mecanismos de organização e estruturação da demanda ao Sebrae”

para trabalhar a cadeia da construção civil com o desenvolvimento de empreendimentos à montante e jusante vinculadas a matérias-primas, lojas de material de construção, construtoras, corretores, pintores, eletricistas e imobiliárias”, relata.

De acordo com Luiz Carlos Neves, Vice-Presidente da CACB, o projeto é fruto do esforço e da credibilidade alcançada pela CACB ao longo dos últimos anos. As Federações e ACEs terão agora um instrumento renovado e re-

estilizado para promover o crescimento dos pequenos negócios. A retomada do projeto se dará por etapas até alcançar todas as unidades federativas e Associações Comerciais e Empresariais. O projeto prevê o desenvolvimento de ações voltadas para a formação de consultores, atendimento aos empresários e a atualização da metodologia. O êxito do projeto, no alcance dos resultados, na aplicação dos recursos e na gestão, será decisivo na abertura de novas etapas.

Entrevista com o diretor técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos

Empresa Brasil: Que características tornam o Empreender um instrumento importante para o desenvolvimento dos pequenos negócios?

Carlos Alberto dos Santos: Diversos fatores justificam a importância do projeto Empreender para os pequenos negócios. Uma característica que se destaca é o associativismo, que é a essência da metodologia adotada no projeto. A experiência de atendimento do Sebrae mostra que, nesse concorrido mercado, o associativismo é uma ferramenta fundamental, e por vezes até mesmo indispensável, para o aumento de competitividade dos pequenos negócios.

Qual o papel das ACE para melhor conduzir os empreendimentos ao alcance dos resultados?

A importância das associações comerciais é verificada ainda antes do início dos projetos, na fase de mobilização. São elas, na maior parte dos casos, que provocam o primeiro contato dos empresários com informações sobre o potencial do Empreender e os resultados que podem ser obtidos, o que será determinante na participação de cada um. Já ao longo do projeto, as ACEs têm o papel importantíssimo de monitorar o desenvolvimento e apoiar os grupos em eventuais dificuldades, atuando como mediadoras e identificando os auxílios necessários.

Quais resultados a micro e a pequena empresa podem esperar com o Empreender?

Primeiramente, respostas para os muitos problemas e inquietações que o empresário enfrenta e, sozinho, não consegue solucionar. Em seguida, oportunidade e apoio para

investir na resolução dessas questões. Por fim, temos como resultado empresas diferenciadas, oferecendo melhores produtos e serviços e com competitividade elevada.

O que as empresas podem esperar do Sebrae?

O Sebrae mantém seu esforço de buscar mudanças no ambiente legal que facilitem a atuação dos pequenos negócios. Enquanto não se consegue junto ao poder público a implementação do modelo ideal, o Sebrae oferece consultoria e orientação para que essas empresas encontrem, entre os diversos formatos permitidos por lei, aquele que melhor atende às suas características e aos objetivos pretendidos pelo grupo. É importante que essa decisão seja acompanhada por um especialista para ajudar a encontrar, por exemplo, o formato que acarretará em menor tributação para as operações que o grupo pretende realizar. Uma metodologia do Sebrae que atende a essa questão é a de Centrais de Negócios, que muitas vezes tem sido aplicada a núcleos mais maduros e estruturados do projeto Empreender.

Quais características fazem do sistema CACB um importante aliado do Sebrae?

O Sistema CACB é um dos que melhor representam o público-alvo do Sebrae. As associações comerciais de cada município são, para os pequenos negócios de todo o Brasil, um importante canal para atuar em defesa de seus interesses e realizar ações coletivas. Isso faz do Sistema CACB um aliado natural do Sebrae, pelo seu poder de aproximar os pequenos negócios das soluções que podemos oferecer.

Evolução do Empreender

Por cerca de 15 anos, o Empreender se desenvolveu no país em etapas sucessivas cujo desenvolvimento cronológico ocorreu da seguinte forma:

• **A partir de 1991:** inicialmente, o programa se instalou no estado de Santa Catarina, nas Associações Comerciais (ACEs) de Brusque, Blumenau e Joinville, com o apoio técnico e financeiro da Alemanha. O Sebrae de Santa Catarina passou a apoiar o projeto permitindo a sua expansão para mais de 30 ACEs.

• **A partir de 1999:** a cargo da CACB e com apoio do Sebrae, deu-se a primeira iniciativa no sentido de disseminar o programa em maior escala, contando com a participação de sete estados brasileiros, além do estado de Santa Catarina: na região sul, Paraná; na região sudeste, Minas Gerais; e na região nordeste, Alagoas, Bahia, Maranhão, Pernambuco e Sergipe. Em cada um desses estados, o projeto foi implementado em cerca de dez municípios.

• **De 2001 a 2005:** estimulados pelos resultados da etapa anterior, a CACB e o Sebrae implementaram o Empreender em todo o Brasil. Estados com até 20 ACEs tiveram todos os municípios atendidos. Acima de 20, foram adotados outros critérios, o que permitiu atender mais de cem ACEs em São Paulo e mais de 50 em Minas Gerais e no Rio Grande do Sul. Nesta etapa, o projeto chegou a alcançar 800 municípios.



Reunião em Santarém (PA) formalizou a parceria entre a Faciap e a ACE local

Autoridade de Registro da Faciap **expande rede de atendimento**

Liderando o ranking do Sistema CACB de emissão de certificados digitais, a Autoridade de Registro já se faz presente em mais quatro estados

A Autoridade de Registro (AR) Faciap – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná está expandindo sua rede de Pontos de Atendimento para além de seu estado de origem, fazendo-se presente no Pará, Piauí, Santa Catarina e São Paulo. No Distrito Federal e no Amazonas, a AR já está em tratativas para averiguar a possibilidade de abrir mais dez unidades.

Novos Pontos de Atendimento foram instalados nas Associações Comerciais (ACEs) dos municípios de Novo Progresso, Rondon e Santarém,

no Pará, além da ACE Piauiense em Teresina, e das ACEs de Cantagalo e Guaraniaçu, no Paraná. Também contam com unidades da AR as cidades de Curitiba (PR), Ribeirão Preto e Grande São Paulo (SP), bem como a Câmara de Dirigentes Lojistas de Joinville, em Santa Catarina. Somente no Paraná, a AR Faciap está presente em 240 municípios por meio dos agentes itinerantes, que não ficam adstritos ao ponto de atendimento.

Segundo o gestor da AR Faciap, Paulo Henrique Batista, a Federação está aberta para atuar em qualquer estado, funcionando nas associações

comerciais sempre com a anuência da Federação local ou em pontos de atendimento fora de associações por iniciativa própria. “No momento estamos focando no estado de São Paulo, através da iniciativa privada. Estamos de braços abertos para acolher qualquer associação comercial paulista para ter de volta a melhor certificação digital e com resultados expressivos, com o fim de fortalecer as ACEs independentemente do estado”, ressalta.

De acordo com Paulo Henrique, o sucesso é fruto da boa qualidade do serviço e de um modelo de negócio único, que visa fortalecer financeiramente as associações comerciais. “O segredo foi repassar ao ponto de atendimento a maior parte possível do repasse mensal para que eles possam continuar a levar a importância do associativismo à classe empresarial”, avalia.

Atualmente, a AR Faciap conta com 97 Pontos de Atendimento no país, sendo 91 unidades pertencentes ao estado do Paraná. Até o final de 2014, devem ser instalados mais três pontos. São emitidos em média 3,5 mil certificados por mês.

PRIMEIRO LUGAR NO RANKING

Dentro do Sistema CACB, a AR Faciap está em primeiro lugar no ranking nacional de emissão de certificados. “Já somos também a quinta maior AR Certisign e estamos andando a passos largos para sermos em breve a quarta maior. A grande maioria dos nossos pontos tem a certificação digital como seu principal produto e fonte de receita, o que os motiva, pois

além da receita com a certificação digital, usam o momento da validação presencial para aumentar seu quadro de associados e divulgar todos os seus produtos”, argumenta Paulo Henrique.

Implementada desde outubro de 2011, a AR Faciap, integrante da Rede CACB/Certisign de Certificação Digital, é um dos mais expressivos cases de sucesso. Em 2013, foram emitidos 34 mil certificados, e de janeiro a setembro de 2014, o número fechou em 30 mil. “Até o final do ano, estimamos a emissão de mais 15 mil”, complementa o gestor.

O modelo de negócio oferecido pela Autoridade de Registro é único. A federação arca com os custos de verificação do certificado e, desta forma, permite o aumento do lucro das associações comerciais. “Verificamos nossos certificados em no máximo 15 minutos. Instruímos nossos pontos de atendimento a criar parcerias com escritórios contábeis, associações médicas, sindicatos e a atender cidades vizinhas onde a ACE local não comporta um ponto de atendimento”, esclarece Paulo Henrique.

Entenda a AR Faciap

Autoridade de registro

A AR Faciap é responsável pela interface entre o usuário e a Autoridade Certificadora (AC). Vinculada a uma AC, o ponto de atendimento recebe, valida, encaminha solicitações de emissão ou revogação de certificados digitais e identifica, de forma presencial, de seus solicitantes.

Certificado Digital

O certificado digital é uma identidade virtual que permite a identificação segura e inequívoca do autor de uma mensagem ou transação feita em meios eletrônicos, como a web. É como uma carteira de identidade virtual que permite a identificação de uma pessoa física ou jurídica no meio digital ou eletrônico.



Paulo Henrique:
“Federação está aberta para
atuar em qualquer estado”



Prêmio Conde dos Arcos destaca alternativas de solução de conflitos

Experiências positivas de câmaras de conciliação, mediação e arbitragem e postos de conciliação receberam homenagem da CBMAE durante o 17º Congresso das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais

A Eletropaulo constatou dificuldades internas para atender a demandas administrativas com as partes em débito. Em uma parceria com o PACE-SP, as pessoas jurídicas inadimplentes passaram a ser encaminhadas ao posto de conciliação para realizar atendimento e agendamento de audiências conciliadoras em um prazo máximo de dez dias, o que garantiu melhores condições nos acordos firmados e segurança jurídica por conta da homologação judicial. Foram mais de 180 procedimentos que negociaram quase R\$ 5 milhões. O índice de comparecimen-

to das audiências foi de 98%, e o de audiências frutíferas foi de 97%.

A parceria entre o PACE-SP e a Eletropaulo foi a grande vencedora do Prêmio Conde dos Arcos – Acesso à Justiça, na categoria Experiência de Sucesso, que engloba aspectos diferenciais do funcionamento das Câmaras de Conciliação, Mediação e Arbitragem e de Postos Avançados de Conciliação Extraprocessual.

“Todo o trabalho dos PACEs reflete-se para o consumidor final, de maneira digna e facilitada, na restauração desse serviço de primeira necessidade, contribuindo diretamente para a manutenção dos postos de

trabalhos e para a saúde financeira das empresas”, explica o coordenador do PACE-SP, Guilherme Giussani. “A resolução de conflitos pelos métodos extraprocessuais tem crescido e se difundido em todo o mundo com grande credibilidade, por conta da segurança e vantagens que oferece às partes envolvidas no conflito”, acrescenta.

O segundo lugar ficou com a CBMAE/ACIG (Associação Comercial e Industrial de Campo Grande), Mato Grosso do Sul, com a campanha de recuperação de crédito intitulada “Nome Limpo”.

A premiação reconhece boas práticas das ACEs em formas alternativas de resolução de conflitos empresariais, em três categorias: Experiências de sucesso, Mutirão da conciliação empresarial – PACE e Mutirão da conciliação empresarial – Câmara.

A campanha “Nome Limpo”, da CBMAE Campo Grande, está em sua 8ª edição. “O prêmio é muito importante para a entidade porque fortalece ainda mais nossa credibilidade e demonstra que estamos no caminho certo”, afirma Roberto Oshiro, presidente da CBMAE Campo Grande.

Em 2013, a iniciativa, que oferece aos clientes inadimplentes a oportunidade de regularização de débitos por meio da negociação direta com a empresa, passou a inserir no contrato de adesão um diferencial: as empresas participantes poderiam optar pela participação em audiências de conciliação quando a negociação direta não fosse possível. “A solução dos problemas fora do âmbito do judi-

ciário sempre tem um clima mais amistoso e ajuda a retomar o relacionamento entre as partes. Entre empresa e consumidor isso é ainda mais importante. Outra vantagem de se apostar na conciliação é que ela é uma forma de solução rápida, eficiente e econômica, pois acontece sem a necessidade de advogados”, diz Oshiro.

Na categoria Mutirão da Conciliação Empresarial – Câmara, Campo Grande (MS) foi vencedora, e o segundo lugar ficou com Cachoeiro de Itapemirim (ES).

Na categoria Mutirão da Conciliação Empresarial – PACE, Três Marias (MG) ficou em primeiro lugar e Uberaba (MG) em segundo. Ambas as categorias referem-se ao desempenho registrado pelas Câmaras e PACEs em relação à participação e êxito no Mutirão da Conciliação Empresarial, que foi realizado entre 4 e 9 de novembro de 2013. Os critérios de avaliação das vencedoras consistiram em uma análise que mesclou os números de empresas participantes, de demandas captadas e de audiências realizadas e o percentual de audiências frutíferas.

Neste ano, a premiação aconteceu no Tauá Grande Hotel Termas Araxá, na cidade de Araxá (MG), como parte da programação do evento Federaminas – XVII Congresso das Associações Comerciais e Empresarias de Minas Gerais. O primeiro lugar de cada categoria ganhará viagem técnica para dois representantes, com o intuito de intercambiar conhecimentos com outros locais e trazer novos exemplos e experiências aos vencedores.

O prêmio Conde dos Arcos – Acesso à Justiça, concedido pela CACB por meio da CBMAE, foi criado para homenagear os PACEs e Câmaras que se destacam em todos os anos

Prêmio Conde dos Arcos – Acesso à Justiça

Categoria:
Experiência de Sucesso

- 1º lugar: São Paulo (SP) – PACE
- 2º lugar: Campo Grande (MS) – Câmara

Categoria:
Mutirão da Conciliação Empresarial – Câmara

- 1º lugar: Campo Grande (MS)
- 2º lugar: Cachoeiro de Itapemirim (ES)

Categoria:
Mutirão da Conciliação Empresarial – PACE

- 1º lugar: Três Marias (MG)
- 2º lugar: Uberaba (MG)

Empresa Júnior ganha força como caminho do empreendedorismo

Projeto de Lei 437 do senador José Agripino (DEM-RN) disciplina a criação e a organização dessas associações formadas por estudantes de graduação ligados a instituições de ensino superior



Maia: "Jovens precisam de oportunidades de educação e incentivo para vencer, para que o Brasil possa dar um salto no empreendedorismo"



Rezende: "Principal aspecto do projeto de lei é a retirada de uma eventual insegurança jurídica na contratação dessas associações"

Pouco conhecidas pelo mercado, as empresas juniores recentemente ganharam visibilidade nos meios de comunicação graças à aprovação pelo Senado, em outubro, do Projeto de Lei 437 do senador José Agripino (DEM-RN), que disciplina a criação e a organização desse modelo de empreendedorismo formado por estudantes de graduação ligados a instituições de ensino superior.

De acordo com a iniciativa do parlamentar, as empresas juniores serão organizadas sob a forma de associação civil sem fins lucrativos, integradas por estudantes voluntários para prestar serviços e desenvolver projetos na sociedade. O principal objetivo do projeto, que depois de aprovado pela Câmara dos Deputados deve ir à sanção presidencial, é a garantia jurídica de que as EJs precisam para que se multipliquem e continuem a desempenhar o papel relevante que lhes cabe na formação de profissionais de nível superior, disse o senador.

Além de uma série de garantias para estimular a atividade dessas empresas, a redação do projeto também contempla a primazia educacional das empresas, garantindo amparo fiscal, acrescentou.

"O Brasil é ainda um terreno muito difícil para quem quer trabalhar e ven-

cer. Sempre batalhei por mais apoio à inovação e ao empreendedorismo. Porque esse é um caminho seguro para o crescimento do país e para o sucesso dos brasileiros. Especialmente para os jovens que precisam de oportunidades de educação e incentivo para vencer, que podem contribuir para que o Brasil possa dar um salto na área do empreendedorismo”, diz o senador.

O trabalho da empresa júnior envolve diversas áreas, como engenharia, administração, economia, agronomia, ciência e computação, entre outras. Um de seus principais objetivos é o de oferecer consultoria a pequenas e microempresas que não têm condições de contratar esses serviços.

Para Carlos Rezende, coordenador executivo do Programa Empreender da CACB, o principal aspecto do projeto de lei aprovado pelo Senado é a retirada de uma eventual insegurança jurídica na contratação dessas associações. A lei também deixa claro que os alunos irão exercer um trabalho voluntário. Na prática, isto acaba desestimulando aqueles que necessitam dos recursos de uma bolsa para complementar as despesas

decorrentes de um curso de graduação, tornando-se mais atrativo para os alunos em melhores condições socioeconômicas, diz Rezende.

A lei, de acordo com o executivo, também determina que todo recurso recebido seja reinvestido na atividade educacional de associação, o que se subentende por cursos de interesse para os consultores vinculados e da diretoria da empresa júnior. Apesar de definir a necessidade de supervisão e orientação dos professores e profissionais especializados, isso dificilmente ocorre. Porque os alunos, baseados nos seus conhecimentos adquiridos, traçam as estratégias e definem de que forma irão atuar. “Na prática, é raro um professor visitar uma empresa onde os alunos estagiam; e um supervisor da iniciativa privada montar um programa de estágio segundo o que é ensinado na escola. Essa postura ainda mantém na retaguarda algumas empresas da iniciativa privada quando o assunto é contratar uma empresa júnior”, ressalta. “Como a publicidade da empresa júnior é limitada, as pessoas tomam conhecimento pela propaganda boca a boca.”

Movimento surgiu na França

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) surgiu na França, em 1967, possuindo como principal objetivo complementar a formação acadêmica de seus participantes fornecendo experiências práticas. Na década de 80, o modelo francês consolidou-se e começou a se difundir internacionalmente, chegando a Suíça, Bélgica, Espanha, EUA e também Brasil.

No Brasil, o movimento surgiu em 1988, por meio da Câmara de Comércio Franco-Brasileira. As empresas juniores pioneiras no Brasil foram as da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em pouco tempo o Movimento se espalhou por todo o país de forma expressiva, devido aos preços acessíveis, à qualidade dos serviços prestados e à oportunidade de desenvolvimento pessoal que as empresas juniores proporcionam.

Em termos quantitativos, o movimento brasileiro expandiu-se tanto que de 1988 a 1995, em sete anos, portanto, surgiram cem empresas, número que foi atingido no país de origem somente em 19 anos, entre 1967 e 1986. Atualmente, depois de 21 anos no país, o MEJ cresceu, profissionalizou-se e amadureceu. Hoje, são mais de 27 mil universitários espalhados em cerca de 1.200 empresas juniores e realizando mais de 2 mil projetos por ano.

O que é Empresa Júnior

Empresa Júnior é uma associação civil, sem fins econômicos, constituída e gerida exclusivamente por alunos de graduação de estabelecimentos de ensino superior. Que presta serviços e desenvolve projetos para empresas, entidades e sociedade em geral, nas suas áreas de atuação, sob a orientação de professores e profissionais especializados.



*PIB do agronegócio
acumulou alta de
1,9% nos primeiros
sete meses de 2014*



Margem menor e custo logístico desafiam fôlego do produtor

De qualquer forma, segundo especialistas, o agronegócio deve seguir líder em competitividade e produtividade em relação aos outros setores da economia brasileira

O ano de 2015 será de margens mais apertadas para o setor agrícola, devido à queda nos preços de algumas commodities agrícolas e ao crescimento nos custos de produção. Entretanto, não haverá impactos negativos porque uma boa parte dos produtores rurais se capitalizou nos últimos três a quatro anos, preveem especialistas do setor.

Além do setor sucroenergético altamente prejudicado nos últimos anos pelo controle inflacionário praticado

pelo governo devido ao controle de preços da gasolina, o setor da laranja também deve ter queda na produção, uma vez que os reflexos da estiagem podem se estender até o período de 2015/2016. O produto mais prejudicado será o milho, devido à redução de área plantada.

Um dado comum que afetará quase todos os produtos da fronteira agrícola é o custo logístico, que saltou de US\$ 20 para US\$ 100, no período de 2003 a 2014, ou seja, 400%, em comparação a uma elevação de 50%, no

mesmo período, nos Estados Unidos.

De qualquer forma, o agronegócio deve seguir líder em competitividade e produtividade em relação aos outros setores da economia brasileira. A renda (do produtor) cairá, mas o PIB do agronegócio não necessariamente recuará, porque a variação de quantidade (produzida) será maior em 2015 e isso influencia muito. E o agronegócio ainda continua sendo muito bom (em termos de competitividade) comparativamente com o resto, disse Amaryllis

Romano, sócia da Tendências Consultoria em entrevista ao Estado de S. Paulo.

CLIMA

Para a economista, o clima pode trazer o impacto negativo, mas o câmbio, com a alta do dólar, deve ampliar a já elevada competitividade do país. O coordenador do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) e professor da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP), Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros, segue a mesma linha de Amaryllis e avalia que o PIB do agronegócio deverá contribuir positivamente para o crescimento da economia do País em 2015, na esteira de um crescimento menor dos demais setores econômicos.

A safra de 2015 deve ser 2,5% maior do que a produção agrícola esperada para 2014. A estimativa é do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), conforme o Levantamento Sistemático da Produção Agrícola + Safra 2015. A previsão para o próximo ano é de uma produção de 198,3 milhões de toneladas de cereais, leguminosas e oleaginosas.

Entre as principais lavouras da próxima safra de verão, a expectativa é de que haja crescimento da soja (9%), do arroz em casca (1,4%) e milho primeira safra (0,3%). Também é esperado crescimento nas primeiras safras de feijão (11%) e de amendoim em casca (10,7%).

Dessas primeiras lavouras, apenas o algodão herbáceo deverá ter queda na produção (-8%). O aumento de 2,5% esperado para 2015 deve-se, segundo o IBGE, aos aumentos de 1,5% na área plantada de soja e de 7,2% no rendimento médio esperado para a safra do grão, totalizando 7,7 milhões de toneladas a mais que na safra de 2014. Já a safra deste ano deve fechar com aumento de 2,8% em relação à produção de 2013, de acordo com o levantamento de outubro do IBGE.

Setor deve repetir índice de crescimento

Levantamento do Cepea/Esalq e da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) divulgado em outubro apontou que o PIB do agronegócio acumulou alta de 1,9% nos primeiros sete meses de 2014, enquanto o PIB brasileiro está próximo a zero. A alta acumulada foi puxada pela produção agropecuária, com aumento de 4,23%, pelos insumos, com 1,78%, e pela distribuição, com crescimento de 1,56% entre janeiro e julho de 2014. O aumento só não foi maior por conta justamente da agroindústria, que recuou 0,02% no período. Entidade supõe que o setor “siga crescendo a uma taxa anual média de 3,5% ao ano, que é o valor esperado para 2015”. Já a agropecuária, considerada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na apuração do PIB, deve avançar 4%, desde que ponderadas as incertezas climáticas.

Índice de Confiança acumula queda

O Índice de Confiança do Agronegócio (ICAgro), elaborado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), acumula queda de 13,4 pontos ao longo do ano. O resultado para o terceiro trimestre de 2014, 89,3 pontos, é o menor da série histórica, iniciada no quarto trimestre de 2013. Segundo a metodologia do estudo, leituras acima de 100 pontos indicam otimismo, e abaixo, pessimismo. Nesse período, a confiança dos produtores agrícolas caiu 2,2 pontos, parando em 90 pontos. A preocupação com a “situação da economia brasileira” foi, novamente, o item que mais puxou o resultado para baixo, principalmente para os produtores de laranja e cana-de-açúcar, que apresentaram, pela primeira vez, uma avaliação sobre a “situação atual” abaixo de 30 pontos.

O produtor pecuário, por sua vez, foi o único, entre todos os elos pesquisados, que mostrou melhora consistente na confiança, fechando o período em 103 pontos. O aumento foi de 4,8 pontos em relação à pesquisa anterior. A redução dos custos de produção e a recuperação dos preços foram os responsáveis por essa condição “otimista”, a qual só não foi maior devido à avaliação do item “economia brasileira”, que seguiu a mesma tendência negativa apresentada pelos demais elos da cadeia.

Piratas saquearam o Brasil

Elas chegavam ao Brasil em seus galeões quase sempre famintos, desesperados por água fresca e comida, cheios de ilusão de enriquecimento fácil. Em média, essas embarcações eram equipadas com até 27 canhões e uma tripulação que poderia chegar a 200 homens. Em pleno século 16, os piratas, em muitas vezes, usavam o Brasil como uma espécie de escala, quase obrigatória, antes da difícil e perigosa travessia do Estreito de Magalhães.

A tarefa de achar um bom porto para ancorar e abastecer os navios com água e mantimentos não era das mais fáceis. Alguns felizardos encontravam belos rios de água potável e eram bem recebidos por índios ou colonos amistosos, que lhes forneciam frutas, raízes comestíveis e animais. Outros eram rapidamente expulsos da terra por tribos de canibais, precisando ir de ilha em ilha em busca de alimentos. Praticamente ignorada na historiografia brasileira, a presença de piratas de várias nacionalidades que navegavam pela costa brasileira e assaltavam as naus espanholas carregadas de riquezas ganha agora uma obra totalmente dedicada a esses homens do mar, muitos deles escravos fugitivos ou aventureiros em busca de riquezas.

Jean Marcel Carvalho França, professor da Unesp de Franca, e Sheila Hue, do Real Gabinete Português de Leitura, acabam de lançar o livro *Piratas no Brasil - As incríveis histórias dos ladrões dos mares que pilharam nosso litoral*. A obra narra os mais importantes ataques piratas à costa brasileira.

Os autores contam com detalhes as aventuras dos principais corsários

ingleses e franceses que saquearam o litoral de São Paulo, de Pernambuco e do Rio de Janeiro. O livro é baseado em uma cuidadosa pesquisa histórica, escrito de forma leve e envolvente, como um romance de capa e espada.

Cada capítulo é dedicado à viagem de um corsário. Com o apoio da coroa britânica, Thomas Cavendish desembarcou em Santos, em 1591, e anos depois, James Lancaster saqueou a capitania de Pernambuco em uma operação bem planejada que lhe rendeu muitas riquezas. Mais de um século depois, foi a vez dos franceses Jean-François Du Clerc, que insistiu em invadir o Rio de Janeiro por terra, e de René Duguay-Trouin, que aproveitou um denso nevoeiro para invadir a Baía de Guanabara.

Os alimentos eram disputados avidamente por todos os piratas, como aconteceu com a tripulação do corsário Thomas Cavendish (1560-1592), em 1592, que pretendia, pela segunda vez, dar a volta ao mundo.

Em Santos, os ingleses se fartaram de comida. Confortavelmente instalados no mosteiro dos jesuítas e com alimentos em abundância, os piratas ficaram por dois meses, o que provocou o fracasso da viagem, pois acabaram perdendo a temporada correta para fazer a travessia do Estreito de Magalhães. No estreito, enfrentando frio extremo e fortes tempestades, quase toda a tripulação sucumbiu, e o explorador foi forçado a voltar para a Inglaterra. Sem a farinha de mandioca, os pães, os doces e as carnes de Santos talvez a história de Cavendish tivesse tido um desfecho diferente. O conhecido *bon vivant* talvez tenha sido derrotado pela gula.

Calcado em uma cuidadosa pesquisa histórica, o livro narra as aventuras dos principais corsários ingleses e franceses que saquearam o litoral de São Paulo, de Pernambuco e do Rio de Janeiro



PIRATAS NO BRASIL

Autor: Jean Marcel Carvalho

França e Sheila Moura Hue

Gênero: História do Brasil

Páginas: 224

Formato: 16 x 23 cm

Editora: Globo Livros

Preço: R\$ 34,90

Sinais que a vida pessoal pode dar pelo excesso de trabalho

Os efeitos do excesso de trabalho devem ser observados a partir do eixo da existência humana: mente e corpo

José Renato de Miranda*

Em condições normais, a sobrecarga traz desgastes físicos e psicológicos pelo fato de a pessoa não respeitar as limitações impostas pela sua natureza. O funcionamento do organismo humano no eixo mente-corpo está baseado em processos que precisam do cumprimento das etapas com início-meio-fim, exatamente conforme o fluxo de qualquer outro organismo ou, até mesmo, de uma máquina. Um órgão está direta ou indiretamente ligado ao outro, os processos são integrados.

Na prática, no dia a dia, o eixo mente-corpo pode ser mais bem identificado a partir do que dizia o pai da Psicanálise, Sigmund Freud, em seus estudos sobre a condição humana:

– Desde a Pré-História, amor e trabalho movem o homem, todos os acontecimentos têm origem nestes dois ambientes.

O amor é o afeto (emoção), a maior riqueza humana; o trabalho é a conquista pessoal e social que será a essência para a sustentação da sua maior riqueza. No dia a dia, tem-se o reflexo: a rotina dos humanos é, basicamente, casa-trabalho e vice-versa.

Se o homem sempre teve dificuldade para manter o funcionamento equilibrado do eixo mente-corpo,



hoje ele encontra barreiras muito mais complexas por causa da pressão da Era Digital, que criou uma sociedade extremamente competitiva com velocidade de respostas que exigem atalhos, que impedem o fluxo início-meio-fim: não mastigamos, engolimos; não permitimos a química do sexo, ficamos; não abraçamos filhos, damos presentes; e assim, sucessivamente, cada atalho gera sinais que irão abalar a vida pessoal.

É a fase em que os filhos reclamam ausência dos pais e apresentam distúrbios no colégio; é quando férias não mais acontecem ou ficam ligadas em celulares e tablets; é quando se começa a ter ao lado da cama remédios para sono, dor de cabeça e estô-

mago; é quando o fim de semana tem início com a cabeça na segunda-feira; é quando o esporte fica em segundo... terceiro plano...; é quando não se dá mais atenção aos amigos do peito.

A rearmagem da vida pessoal deve começar por um tranco na correria a partir do resgate do diálogo: di de dividir, logo de conhecimento. Dividir ideias, tendências, situações, planos. Recolocar o cotidiano no início-meio-fim do entendimento com as pessoas. Especialmente, dialogar sobre as influências e reflexos dos fatos no amor (afeto e emoção) e no trabalho (realização pessoal e social). Este resgate do diálogo deve ser iniciado por um mergulho dentro de si, não apenas uma “reflexão” ou “rever prioridades”.

O mergulho deve ser profundo, ousado, corajoso: “O que me move?”. Ir no reino abissal do que você quer como combustível para o seu amor e o seu trabalho. Faça o mergulho com a vontade de continuar a ter desejos e realizações e, então, sem dúvida, o filho sentirá a energia do abraço, haverá a felicidade das férias em família, a profissão terá alta queda de retrabalhos e frustrações, os remédios continuarão nas... farmácias.

**Consultor de gestão e equipes para empresas*

A man with a beard and short hair, wearing a light blue button-down shirt over a white t-shirt, is looking intently at a bicycle. He is in a bicycle shop, with many other bicycles visible in the background. The lighting is warm and focused on the man and the bicycle he is looking at.

Melhorar os resultados

dos seus negócios
está nos seus planos?

Dê um Sebrae
nos seus planos.
Dê um Sebrae nos
seus resultados.

Quem tem seu próprio negócio e quer melhores resultados tem um bom motivo para procurar o Sebrae. E quem tem planos de abrir sua empresa também. É sempre bom contar com especialistas na hora de empreender, inovar e crescer.

Procure o Sebrae, especialistas em pequenos negócios.
0800 570 0800 – www.sebrae.com.br #tanosmeusplanos



SEBRAE

Montar um negócio que
dê resultados está nos seus

planos?

Dê um Sebrae
nos seus planos.
Dê um Sebrae nos
seus resultados.

Quem tem seu próprio negócio e quer melhores resultados tem um bom motivo para procurar o Sebrae. E quem tem planos de abrir sua empresa também.

É sempre bom contar com especialistas na hora de empreender, inovar e crescer.

Procure o Sebrae, especialistas em pequenos negócios.

0800 570 0800 – www.sebrae.com.br #tanosmeusplanos

