Ano 12 | **Número 120** | Julho de 2015

Empresa Brasil

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

Novos hábitos do consumidor ajudam as franquias a espantar a crise

CACB FORMALIZA CONVÊNIO COM A CERTISIGN E SE TORNA UMA AUTORIDADE CERTIFICADORA

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

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 Paolilo

GERENTE ADMINSTRATIVO/FINANCEIRO
César Augusto Silva

COORDENADOR DO EMPREENDER
Carlos Alberto Rezende

COORDENADOR DA CBMAE
Eduardo Vieira

COORDENADOR DO PROGERECS
Luiz Antônio Bortolin

COORDENADORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Neusa Galli Fróes

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Neusa Galli Fróes
Cyntia Menezes
Maíra 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: Adem Araújo da Silva
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, 9° 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
SIA Quadra 5C, Lote 32, sala 101
Cidade: Brasília/DF CEP: 71200-051

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 – FACMAT
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: Alfredo Zamlutti Júnior
Rua Piratininga, 399 – Jardim dos Estados
Cidade: Campo Grande CEP: 79021-210

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 - 2º andar, bloco 203
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: Guido Bresolin
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: Jésus 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
Av. Presidente Dutra, 2821 – Sala 01 – Centro
Cidade: Porto Velho CEP: 76801-059

Roraima – Federação das Associações Comerciais e Industriais de Roraima – FACIR
Presidente: João Batista de Melo Mêne
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: Alencar Burti
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 – FACIASE
Presidente: Wladimir Alves Torres
Rua José 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 empresariado 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.

Superando as adversidades

Apesar da desaceleração da economia no Brasil, alguns segmentos estão demonstrando resiliência à crise. Essa capacidade de se recobrar ou se adaptar à má sorte ou às mudanças poderia ser um guia para esses tempos bicudos que ainda teremos pela frente, como demonstra a matéria de capa desta edição de Empresa Brasil.

Tome, por exemplo, o setor de franquias, que tem acumulado números positivos. No primeiro trimestre de 2015 não foi diferente, e o crescimento registrado atingiu 9,2% em relação ao mesmo período de 2014. Segundo pesquisa de desempenho apresentada pela Associação Brasileira de Franchising, no final de maio o faturamento global fechou com um total de cerca de R$ 31 bilhões. Em 2015, somente nos três primeiros meses do ano foram abertas mais lojas do que fechadas. A relação ficou em 3,7% novas para 1,1% das fechadas com um saldo positivo de 2,5%.

Quanto à geração de empregos diretos, o estudo da ABF aponta que o sistema de franquias aumentou em 6,5% o número de postos de trabalho gerados, passando de 1.029.681 para 1.096.859, em 2014. De acordo com o levantamento da ABF, a mortalidade de empresas no sistema de franquias foi de 3,7% em 2014.

Outro segmento que resiste à crise é o da alimentação saudável. Somente no ano passado, segundo dados da Euromonitor International, uma das principais empresas de pesquisa de mercado do mundo, o segmento de bebidas e alimentos com apelo à saúde e ao bem-estar movimentou quase R$ 80 bilhões.

De 2009 a 2014, esse mercado cresceu 95,6%, e deve movimentar R$ 108,5 bilhões em 2019, o que coloca o Brasil em 4º lugar no mundo nesse segmento, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão. E a tendência é expandir cada vez mais dada a elevação do grau de consciência das pessoas sobre as refeições que fazem mal à saúde.

Também importante é o registro sobre a perspectiva de o Rio de Janeiro vir a sediar a 11ª World Chamber Congress, em 2019. Esse caminho, que começou há seis anos na CACB, planejado por sua área internacional, alcançou o seu ponto máximo em junho, em Turim, na Itália, onde foi realizada a nona edição do evento.

Como patrocinadora Gold, a CACB marcou presença levando uma delegação de mais de 25 integrantes. Além de fortalecer a candidatura do Rio, divulgou também a sua marca e encaminhou negócios por meio da área comercial de nossa entidade. Com essas iniciativas, demonstrou como um comportamento proativo pode diferenciar uma organização em épocas de adversidade.

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

ÍNDICE

3 PALAVRA DO PRESIDENTE
A capacidade de se recobrar ou se adaptar à má sorte ou às mudanças demonstrada por alguns segmentos da microeconomia poderia ser um guia para esses tempos bicudos que ainda teremos pela frente.

5 PELO BRASIL
Número de Microempreendedores Individuais (MEIs) ultrapassa a marca de 5 milhões.

8 CAPA
Franquias resistem à crise e crescem 9,2% no primeiro trimestre do ano.

12 EMPREENDEDORISMO
Braço feminino da Facisc deu um salto de 25% no período de janeiro a maio deste ano.

14 FEDERAÇÕES
Federacre defende corte nos gastos públicos.

17 CONJUNTURA
Aumenta o calote nas contas de luz. Inadimplência média do consumidor avançou 6,7% em maio em comparação com o mesmo período de 2014.

18 AGRONEGÓCIO
Expectativa e cautela marcam os cenários do cooperativismo.

20 LEGISLAÇÃO
Na 1ª reunião do Comitê Jurídico da CACB de 2015, representantes de associações comerciais e assessores jurídicos das federações e da CACB divergiram sobre o texto aprovado na Câmara dos Deputados.

22 NEGÓCIOS
Brasil entra na disputa para sediar o 11º World Chambers Congress.

24 TECNOLOGIA
CACB formaliza convênio com a Certisign e se torna uma Autoridade Certificadora.

26 TRIBUTOS
Impostômetro, com nova metodologia, deve ultrapassar marca de R$ 2 trilhões neste ano.

28 SAÚDE
Mercado de alimentação saudável cresce, mesmo com o recuo da economia.

30 LIVROS
Relançado ao final de 2014, o livro a Ordem do Progresso é uma verdadeira enciclopédia da economia brasileira.

31 ARTIGO
Lazar Halfon escreve sobre a nova lei de recuperação judicial.

Empreender SUPLEMENTO ESPECIAL

Pequenos negócios superam a crise para continuar crescendo

SEBRAE

EXPEDIENTE

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: MaxRiesgo/fotolia.com
Revisão: Flávio Dotti Cesa
Colaboradores: Cyntia Menezes, Maíra Valério e Tagli Padilha.
Execução: Editora Matita Perê Ltda.
Comercialização: Fone: (61) 3321.1311 - comercial@cacb.org.br
Impressão: Arte Impressa Editora Gráfica Ltda. EPP

MEIs já são 5 milhões

O governo federal comemorou o marco de 5 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs), numa cerimônia no Palácio do Planalto. Junto com o presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairoli, participaram presidentes e representantes de Federações e Associações Comerciais de todo o país. "Esse marco de 5 milhões é um sinal do progresso proporcionado pela criação da lei do Microempreendedor Individual, que permitiu a formalização e inclusão econômica e social de pequenos empreendedores de maneira simplificada, descomplicada e com redução de carga tributária", disse Cairoli.

Para o ministro Guilherme Afif Domingos, a conquista sinaliza que é preciso criar mecanismos atrativos para que as pessoas saiam da informalidade. "Em cinco anos de trabalho, chegamos aos 5 milhões e vamos formalizar o restante [mais 5 milhões] nos próximos cinco anos", reforçou. Ele lembrou de outras medidas e legislações implantadas nos anos anteriores, que incentivaram a formalização e o desenvolvimento dos empreendedores de pequeno porte. O presidente do Sebrae, Luiz Barretto, lembrou a importância da capacitação para a evolução do MEI no Brasil. "O passo seguinte à formalização é o da capacitação, da qualificação. Quem não tem acesso à informação e ao conhecimento fica mais vulnerável. O Sebrae tem esse papel de melhorar a gestão, de dar acesso ao empreendedor a novos mercados. O MEI também precisa ser incentivado a inovar e a se desenvolver."

Barretto, Mercandante, Dilma e Afif, em cerimônia no Planalto

Seminário Internacional de Agronegócios promove troca de experiências entre SC e Alemanha

A Facisc (Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina) realiza, no mês de julho, um evento inédito para o agronegócio catarinense. O Seminário Internacional de Agronegócios reunirá empresários catarinenses e alemães no Estado da Baviera, de 11 a 19 de julho.

A missão levará os empresários do segmento à Alemanha para que conheçam toda a cadeia produtiva do setor de Agronegócios, e com isso oportunizar aos participantes aprimoramento técnico, informações para investimentos em novas áreas e estabelecimento de redes de contato para promoção de ações conjuntas. "Vamos ver de perto as mais novas tecnologias sobre produção e processamento de leite, carne, cereais, frutas, e como são realizadas a promoção e a comercialização dos produtos na Baviera", explica o coordenador da CEFEC (Centro de Formação e Educação Continuada) da Facisc, Marcos Fortunato.

Entidades fornecerão software gratuito para a NFC-e no Paraná

O governo do Paraná assinou, em 23 de junho, junto à Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná), o termo de cooperação que disponibilizará o software gratuito de emissão de Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica (NFC-e). Também participaram do acordo a ACP (Associação Comercial do Paraná) e a Microtiba (Associação das Micro e Pequenas Empresas de Curitiba).

A intenção é reduzir custos dos empresários e facilitar o acesso ao novo modelo que está sendo implantado no Estado. O governador Beto Richa destacou que a parceria com as entidades para a emissão da NFC-e faz parte de uma série de ações do governo para desburocratizar os processos junto ao setor produtivo. "É um importante avanço na desburocratização, agilidade, transparência e eficiência do poder público. A Nota Fiscal Eletrônica vai ajudar a combater a sonegação, a inadimplência e a concorrência desleal. É um processo em que todos saem ganhando", ressaltou.

Cerimônia foi realizada no Palácio Iguaçu, sede do governo estadual, em Curitiba

Jurista diz que o Brasil hoje só legisla com leis de ocasião

O ex-ministro do Superior Tribunal de Justiça (STJ), Gilson Dipp, realizou palestra sobre delação premiada e acordos de leniência, em 22 de junho, na Associação Comercial de São Paulo (ACSP). O evento, do Conselho Político e Social da ACSP, ocorreu em meio à polêmica das atuais delações e acordos da operação Lava-Jato, que têm suscitado debates entre advogados de defesa, acusação e especialistas.

Dipp falou sobre a Lei Anticorrupção, que entrou em vigor no ano passado e tem o objetivo de punir empresas em casos de corrupção. "A lei traz uma novidade grande para as pessoas jurídicas de direito privado: a responsabilidade objetiva pela prática de atos ilícitos contra a administração pública", explicou.

CACB e Federaminas discutem Novo Empreender Competitivo

Com o objetivo de avaliar e definir a implementação do novo projeto do Empreender Competitivo, o coordenador nacional Carlos Rezende, da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), reuniu-se em Belo Horizonte na sede da Federaminas, em 23 de junho, com os coordenadores estaduais do programa. Uma das mudanças discutidas foi a redução do tempo de existência dos núcleos setoriais.

Participaram do encontro com Rezende os coordenadores Cleide Bersani, da Federaminas, Andréa Monteiro e Fernanda Monteiro, da Faciap – Paraná, Glauciele Lerner, da Facisc – Santa Catarina, Nelson Andujar, da Facesp – São Paulo, além de Gabriele Cristina, Patrícia Rego e Renato Rossi, da CACB.

O encontro discutiu a redução do tempo de existência dos núcleos setoriais

Cláusula de arbitragem permite soluções de questões complexas

Na abertura da I Conferência Nacional de Arbitragem e Mediação, a professora e árbitra Selma Lemes falou da "Arbitragem no Tempo e o Tempo da Arbitragem na Administração Pública", mencionando o ponto de vista jurídico-financeiro do método extrajudicial de solução de conflitos. O evento foi realizado pela Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), por meio da Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial (CBMAE) e do Centro Brasil de Mediação e Arbitragem (Cebramar).

A doutora ressaltou a importância da vertente financeira da arbitragem e uso da cláusula compromissória. "A partir do momento em que eu sei que haverá a cláusula compromissória, eu tenho condições de oferecer um preço menor [no contrato]. Segundo meus estudos, com ajuda de técnicos, havendo a cláusula compromissória num contrato com a administração pública, equivale a economizar 58% dos custos do processo", explicou.

Evento foi realizado pela CACB, por meio da CBMAE

Segundo a palestrante, a arbitragem é uma cláusula que gera eficiência financeira. Entre outras vantagens, permite que questões complexas sejam resolvidas por especialistas, dinamiza a pacificação contratual e impõe uma mudança de comportamento do Administrador.

CACB participa da audiência pública "Crescer sem medo"

O presidente da CACB (Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil), José Paulo Dornelles Cairoli, compareceu à audiência pública, realizada na Câmara dos Deputados, em 17 de junho, sobre o Projeto de Lei Crescer sem Medo (PLP 448, de 2014).

O intuito do encontro foi debater o PLP que visa rever o modelo do Simples Nacional com a introdução de aprimoramentos necessários nas tabelas de tributação e limites para incentivar o desenvolvimento dos pequenos negócios. A proposição encaminha mudanças quanto aos limites de enquadramento no Simples, passando a microempresa de R$ 360 mil para R$ 900 mil, e as empresas de pequeno porte, de R$ 3,6 milhões para R$ 14,4 milhões. Outra novidade é a alteração do limite do microempreendedor de 60 mil para 120 mil.

O projeto busca também reduzir de seis para quatro o número de tabelas vigentes, reduzindo as faixas de tributação para que, entre as faixas remanescentes, seja criado um mecanismo de progressividade. De acordo com o ministro Afif, o legislativo brasileiro atravessa, atualmente, uma fase difícil, pois parte das matérias em tramitação não são consensuais. No entanto, ele espera que na questão do Simples as divergências sejam superadas em prol da aprovação.

Presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairoli (C), compareceu à audiência pública, realizada na Câmara dos Deputados

Alimentação foi um dos segmentos que mais cresceram no primeiro trimestre do ano

Mudanças comportamentais do consumidor ajudam **franquias a espantar a crise**

A necessidade de se alimentar fora do lar e a presença da mulher no mercado de trabalho são fatores que beneficiam o setor

Mesmo em meio à turbulência econômica do Brasil, o setor de franquias tem acumulado números positivos. O primeiro trimestre de 2015 não foi diferente, e o crescimento registrado atingiu 9,2%, em relação ao mesmo período de 2014. Segundo pesquisa de desempenho apresentada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), no final de maio, a queda do nível de atividades da economia ainda não respingou no segmento, que alcançou um faturamento de R$ 31 bilhões.

O saldo positivo amplia a atratividade dos negócios para aqueles que pretendem empreender. A comprovação está no indicador de crescimento dos últimos dez anos, que aponta para um aumento de 127% no número de franquias. Em 2015, somente nos três primeiros meses do ano, foram abertas mais lojas do que fechadas. A relação ficou em 3,7% novas para 1,1% das fechadas com um saldo positivo de

2,5%. No último dia 31 de março operavam no Brasil 128.809 unidades de franquias.

Cristina Franco, presidente da ABF, observa que o resultado é um forte indicativo da resiliência do setor. "Pela natureza em rede e de constante capacitação técnica e motivacional das franquias, conseguimos enfrentar melhor o atual cenário", destacou. Para ela, o primeiro trimestre costuma ser mais difícil. "Ao menos recuperamos a inflação e com alguma sobra", completou Cristina.

Segundo dados da ABF, existem no Brasil 2.942 redes que geram mais de 155 mil empregos diretos. A entidade não dispõe de dados exatos sobre o número de segmentos que comporta 20 áreas de atuação.

"Pela natureza de operar em rede e de constante capacitação técnica e motivacional das franquias, conseguimos enfrentar melhor o atual cenário"
Cristina Franco

SEGMENTOS MAIS RENTÁVEIS

Entre os fatores que contribuíram para o saldo positivo está a abertura de novas lojas, mesmo em ritmo menor, afirmou a presidente da ABF. Também ganham destaque a manutenção do emprego e renda e as mudanças comportamentais, como a busca por qualificação profissional, a necessidade de se alimentar fora do lar e a presença da mulher no mercado de trabalho.

Alimentação, esporte, saúde, beleza, lazer, comunicação, informática e eletrônicos são os segmentos que mais cresceram nos primeiros três meses de 2015.

PONTO DE VENDA E INTERNACIONALIZAÇÃO

A pesquisa apontou ainda que 8% das redes brasileiras contam com operações internacionais (unidade própria ou franqueada no exterior), com destaque para os segmentos de acessórios pessoais e calçados (16%) e comunicação, informática e eletrônicos (15%). Em relação ao ponto comercial, foi registrado que 50% das redes operam exclusivamente com lojas de rua e 11% com lojas de shoppings.

Claudio Tieghi, diretor de inteligência de mercado da ABF, explica que numericamente, embora o shopping seja fundamental para o mercado de franquias, as lojas de rua ganham importância. "Notamos também que há um grande espaço para o crescimento de operações de e-commerce e multicanal no mercado de franchising", projetou.

Todo esse conjunto de números levou o mercado de franquias do Brasil a ocupar a quarta posição no ranking internacional de marcas de franquia, perdendo apenas para os Estados Unidos, China e Coreia do Sul.

Sebrae incentiva interiorização

O potencial de consumo dos moradores das cidades fora das regiões metropolitanas tem acarretado a migração de franquias para o interior do país. Hoje, uma em cada quatro franquias brasileiras está fora das capitais e das regiões metropolitanas, conforme dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF).

Para incentivar o processo de interiorização de franquias e capacitar empreendedores fora das capitais, o Sebrae e a ABF firmaram um convênio que vai levar cursos sobre franchising para 120 cidades brasileiras em 2015 e 2016. Serão realizados 337 cursos em 19 estados.

O conteúdo inclui conceitos de franquia, vantagens e desvantagens do sistema, mitos e verdades e aspectos legais. O curso terá duração aproximada de oito horas.

Além dessa ação, o convênio também prevê a capacitação dos empreendedores por meio de seis cursos de Ensino a Distância (Gestão Financeira, Gestão de Pessoas, Atendimento a Cliente, Merchandising e Publicidade, Custos e Preço de Venda e Indicadores de Desempenho).

A meta é atender pelo menos 25 mil pessoas. Na avaliação do presidente do Sebrae, Luiz Barretto, a expansão dos cursos é uma oportunidade de capacitar quem tem interesse e quem já abriu uma franquia, mas ainda precisa de orientação, e empresários que têm um negócio e querem se transformar em franqueados.

Para a presidente da Associação Brasileira Franchising, Cristina Franco, o trabalho conjunto refletirá em avanços econômico-sociais relevantes para o país. "A interiorização e a educação são dois dos pilares da atuação da ABF", garantiu.

Barretto: "Antes de abrir uma franquia, empreendedor deve se capacitar e planejar"

PERFIL DO EMPREENDEDOR

O empreendedor que opta pelo sistema de franchising, de uma forma geral, busca começar o próprio negócio correndo menos riscos, embora não se possa afirmar a inexistência de risco. O franqueado entra no mercado contando com o conhecimento, experiência, orientação, treinamento e o suporte operacional de uma marca.

Para participar de uma rede de franquias, o empresário precisa estar disposto a abrir mão de parte de sua liberdade de atuação, uma vez que deverá seguir um padrão definido e permitir que seja verificado o seu cumprimento. Por outro lado, receberá suporte para a abertura da empresa, escolha do ponto e inauguração e será treinado para operar sua franquia.

O presidente do Sebrae, Luiz Barretto, orienta que antes de abrir um negócio, seja franquia ou não, o empreendedor deve se capacitar e planejar. A sugestão é que se estude o mercado, consulte especialistas, além de estreitar a relação com franqueados e ex-franqueados. "É importante pesquisar sobre as opções de franquias desejadas e buscar o máximo de informações possíveis antes de assumir qualquer compromisso", pontuou.

Outro conselho é conhecer o sistema de franquia e verificar se o negócio é compatível com o valor a ser investido. "O importante é o empreendedor escolher um setor com o qual mais se identifica e que tenha o melhor desempenho de rentabilidade, lucratividade e tempo de retorno do investimento", explicou Barretto.

Com sete marcas, grupo opera em 100 cidades

Pioneiro no setor de saúde e beleza, o Grupo Multifranquias ganhou o mercado brasileiro, ao longo de 21 anos de atuação, e hoje está presente em todos os estados com sete marcas: Emagrecentro, Emagrecentro Fitness, Walking Party, AutoSpa Express, Light Depil, Mundo das Pérolas e Miss Hollywood.

Já são 300 unidades espalhadas por cem cidades, número que permitiu à rede contabilizar um crescimento de 15% em 2014, segundo informa o presidente, Edson Ramuth, que prevê para 2015 um incremento mínimo de 10% nos negócios.

Nesse caso, para ser franqueado, o valor mínimo de investimento é de R$10 mil para aquele profissional que pretende desenvolver as atividades home base. Outra opção, a de maior investimento, é instalar uma unidade pelo custo de R$ 80 mil. "As franquias que oferecem serviços estão crescendo em ritmo acelerado", registrou o empresário.

Ramuth prevê para 2015 um incremento mínimo de 10% nos negócios

AutoSpa Express, uma franquia lava-jato com o charme dos negócios ecologicamente corretos

ABF mantém expectativa de crescimento para 2015

A ABF mantém a estimativa de crescimento do faturamento do setor em 2015 entre 7,5% e 9% em relação ao ano passado. Para a associação, o número de marcas deve aumentar 8% e o de novas unidades deve crescer entre 9% e 10%.

Apesar do crescimento do setor, nem tudo são flores. De acordo com o levantamento da ABF, a mortalidade de empresas no sistema de franquias foi de 3,7% em 2014. Quanto à geração de empregos diretos, o estudo da ABF aponta que o sistema de franquias aumentou em 6,5% o número de postos de trabalho gerados, passando de 1.029.681 para 1.096.859, em 2014.

Mulheres de negócios durante reunião em Palhoça (SC)

Braço feminino da Facisc **ganha cada vez mais adesões**

Encontro do Conselho Estadual da Mulher Empresária (CEME), em Santa Catarina, deu ênfase à capacitação de lideranças

O número de mulheres empresárias em Santa Catarina deu um salto de 25% no início de 2015, de acordo com dados do Ceme (Conselho Estadual da Mulher Empresária), órgão que orienta os trabalhos de Núcleos de Mulheres Empresárias vinculados às Associações Empresariais filiadas à Facisc (Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina). Os dados foram apresentados durante reunião do Conselho, que aconteceu na cidade de Palhoça, na Grande Florianópolis (SC). O encontro reuniu aproximadamente 45 representantes de núcleos de mulheres empresárias.

De janeiro a maio, cinco novos núcleos foram criados e passaram a integrar o movimento estadual. Com essa integração, houve um aumento considerável de participantes. "O Conselho reunia, até o final de 2014, 720 mulheres em 46 núcleos de mulheres empresárias em Santa Catarina. Com a criação dos núcleos de Biguaçu, Trombudo Central, Agrolândia, Correia Pinto e Braço do Norte, este número subiu para 892 mulheres", explica a vice-presidente do Ceme, Rita Vasconcelos. O aumento fez com que o número de núcleos e cidades participantes do Conselho Estadual também crescesse: o Ceme conta, até o momento, com um total de 51 núcleos em Santa Catarina.

“GESTÃO ESTRATÉGICA” E NOVO SITE

Durante o evento em Palhoça, aconteceu o curso “Gestão Estratégica”, focado na gestão dos núcleos. O treinamento, destinado às coordenadoras, sucessoras e consultoras dos núcleos, buscou capacitar líderes para que pudessem conduzir com competência ações que contribuam para o desenvolvimento das empresas nucleadas. A abertura do curso contou com a palestra “O cenário econômico nacional x Desenvolvimento gerencial e liderança”, ministrada por Silvana Ghisi, gestora da empresa Pensação RH Desenvolvimento de Habilidades. Em seguida, as participantes debateram os papéis dos envolvidos nos núcleos, o planejamento estratégico, as ferramentas de desenvolvimento, entre outros assuntos.

A capacitação ofereceu, ainda, informações sobre o associativismo no Brasil e sobre o Programa Empreender – que mantém os núcleos nas associações –, bem como apresentou, de forma detalhada, o Ceme às participantes. Depois das apresentações, as empresárias definiram como deve ser elaborado o planejamento estratégico dos núcleos.

A coordenadora do Nume (Núcleo da Mulher Empresária de Rio do Sul), Máira Daniela da Costa, e o empresário da Área Local, Sandro Alencar Fernandes, mostraram o novo site do conselho (ceme.org.br) e Máira foi convidada para dar orientações sobre como a comunicação dos núcleos pode ser melhorada. Uma das dicas dadas foi aproveitar a mídia espontânea para divulgação de atividades. A assessora de comunicação da Facisc, Graziella Itamaro, enfatizou a importância da comunicação para o desenvolvimento dos núcleos falando sobre as ferramentas tecnológicas disponíveis para disseminação de conteúdo online e as melhores formas de aproveitá-las na promoção das ações dos grupos.

COMO FUNCIONA

Os núcleos da Mulher Empresária atuam sob o guarda-chuva das associações empresariais de todo o estado de Santa Catarina. Eles têm como objetivo incentivar o empreendedorismo feminino por meio do desenvolvimento do potencial da mulher empresária e das suas empresas. O conselho e os núcleos realizam capacitações, eventos, treinamentos e incentivam a participação da mulher no associativismo voluntário nas associações empresariais, além de atuarem também na formação de lideranças femininas.

Fundado em 1997, o Ceme é o braço feminino da Facisc e atua de forma intensa em todas as regiões do estado, fomentando a geração de negócios entre os diversos setores representados pelas participantes de núcleos de mulheres.

COMO INTEGRAR O CEME?

Para fazer parte de um núcleo, a mulher empresária deve procurar a associação empresarial da sua cidade. Basta se associar e participar das reuniões que acontecem periodicamente. Podem participar mulheres empresárias, profissionais liberais, líderes de empresas e empreendedoras. Para mais informações: Ceme/Facisc: (48) 3952.8802 ou empreender1@facisc.org.br.

Conselho Estadual da Mulher Empresária atua de forma intensa em todas as regiões do estado, fomentando a geração de negócios entre os diversos setores

Prêmio Sebrae Mulher de Negócios

O encontro do Ceme terminou com um convite para participação no Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, feito por Ana Lídia de Souza, gestora do prêmio em Santa Catarina. A microempreendedora individual, Luciane Lemos, vencedora do prêmio em 2012, deu um depoimento sobre sua trajetória empresarial, inspirando as mulheres presentes. O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios reconhece e premia as melhores iniciativas do público feminino no empreendedorismo brasileiro. As candidatas concorrem a um troféu, ao selo de vencedora e a uma capacitação em território nacional, além de uma viagem internacional. O prazo final para inscrição é 31 de julho de 2015. Para mais informações: mulherdenegocios.sebrae.com.br.

Araújo: "O imediato corte nos gastos públicos seria uma maneira de o governo resgatar a sua credibilidade"

Federacre defende **corte nos gastos públicos**

Escassez de crédito, falta de infraestrutura e aumento constante dos juros e da inflação são os principais problemas do setor produtivo

O Brasil necessita de um conjunto de medidas, como uma política séria de redução dos juros, um plano eficaz de controle da inflação e o imediato corte nos gastos públicos, afirma Adem Araújo, presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Acre (Federacre). "Seriam maneiras de o governo federal começar a resgatar sua credibilidade com a classe empresarial. No caso do nosso Estado, a economia gira fortemente em torno dos gastos governamentais criando a dependência empresa-estado", completa.

Para Adem, os principais obstáculos enfrentados atualmente pelas micro e pequenas empresas são a falta de organização contábil e as falhas nas gestões dentro das empresas. O presidente explica que, diante disso, o posicionamento da Federação é de "defender, junto ao executivo, os interesses da classe, para assegurar seus direitos tributários".

Criada em 10 de junho de 1999, a entidade acaba de completar 16 anos. Nomeada inicialmente como Facisa – Federação das Associações Comerciais, Industriais, de Serviços e Agrícolas do Estado do Acre, somente em 2005 recebeu a nomenclatura atual. A seguir, acompanhe a entrevista de Adem à Empresa Brasil:

Como o contingenciamento do orçamento da União afeta o empresariado?

Após o término das eleições, a expectativa tanto da classe empresarial quanto da classe trabalhadora era de que a economia entrasse nos trilhos. O que acabou se transformando em frustração para todos. E com o anúncio de um bloqueio bilionário, é claro que a situação teria que se agravar. Pois esse tipo de medida, além de reduzir drasticamente os investimentos nos estados, também gera o recuo de investidores e abre margem para uma especulação mais predadora.

Santa Catarina vem desenvolvendo um modelo de desenvolvimento econômico focado na sustentabilidade. Existe no Acre algum tipo de ação que una o poder público e o privado com fins semelhantes?

No momento, não, mas conhecemos esse modelo já implantado e de sucesso em SC. Já conversamos algumas vezes com os técnicos e gestores do DEL e temos o interesse de implantá-lo em breve no nosso Estado. Devemos retomar as conversas com políticos e instituições no início do próximo ano.

A aprovação do Projeto de Lei 4.330 é uma pauta urgente?

É uma pauta importante para a classe trabalhadora e para o empresariado brasileiro, mas não acredito que seja das mais urgentes. Na lista das prioridades de votação e aprovação no Congresso acreditamos que as tão sonhadas reforma fiscal e tributária, assim como a trabalhista, sejam de maior importância para a sociedade como um todo.

O que é preciso para desacelerar o desemprego neste momento?

Abrir novas empresas e fortalecer e ampliar as que já existem para que possam oferecer mais frentes de trabalho. E como se faz isso? Empregos privados não são criados por Decreto Público, é preciso que se crie um ambiente favorável de incentivos ao setor produtivo, tendo linhas de crédito com juros atrativos para o setor privado ter acesso, investir, crescer e gerar essas vagas de trabalho.

Não existe milagre para o crescimento comercial, o que precisa existir é investimento e um trabalho sério de ambos os setores. Outra alternativa é o uso responsável nos gastos governamentais, para que este não vire motivo de novos impostos ou de aumento das alíquotas já existentes. Para melhorar a produtividade no país, o trabalho tem que ser planejado e executado de forma séria. O empresariado precisa voltar a confiar na política de crescimento do governo. E uma das medidas que o governo pode adotar, e que acreditamos seja uma demonstração de boa-fé e vontade, é a apresentação imediata dos cortes nos gastos públicos em todas as esferas.

O que o senhor aconselha a empresários inadimplentes?

Quando falo em trabalho sério e comprometimento me refiro também às ações por parte dos empresários. Não adianta cobrarmos do setor público e não darmos os exemplos positivos. Precisamos ter os pés no chão na hora de gastar ou investir. Cautela e planejamento sempre são bem-vindos em momentos de crise. O importante é equilibrar as contas sem se endividar ainda mais.

Perfil da Federação:

- Data de fundação: 10/6/1999
- Número de associações filiadas: 6
- Número de empresas associadas: 554
- Setor associado em maior peso: Comércio
- Palavra de ordem ou lema: "Federacre: ninguém é tão grande que não precise dela ou tão pequeno que não possa agregar valor a ela."
- Data da posse do presidente: 1º/2014

“Fala-se muito no meio político em reformular o financiamento de campanhas, rever o sistema eleitoral, acabar com o voto secreto, restringir ou limitar coligações partidárias e dar uma maior participação ao povo nas decisões. Mas antes de tudo isso deve ser feita uma reforma constitucional”

Quais as reformas políticas mais necessárias?

De uma maneira geral, creio que esteja na hora de realizarmos uma reforma constitucional ampla. Precisamos atualizar nossa Carta Magna. Fala-se muito no meio político em reformular o financiamento de campanhas, rever o sistema eleitoral, acabar com o voto secreto, restringir ou limitar coligações partidárias e dar uma maior participação ao povo nas decisões. Mas creio que, antes de tudo isso, deva ser feita essa Reforma Constitucional.

Qual deve ser a principal pauta do empresário nacional?

As reformas fiscais, tributárias e trabalhistas.

Quais as prioridades em sua gestão como presidente da Federacre?

Fui Presidente da Acisa [Associação Comercial, Industrial, de Serviços e Agrícola do Acre] por dois mandatos – quatro anos – e, nesse período, sempre busquei estar atento ao mercado através de feiras e reuniões setoriais, além de pautas governamentais ligadas aos interesses em comum da nossa classe. E agora, como presidente da Federacre, não poderia ser diferente. É claro que os desafios são maiores por se tratar de uma Federação, mas busco estar sempre atuante junto aos poderes públicos em prol da classe empresarial, com o objetivo de atender e integrar os empresários do estado, para que tenhamos também Associações Comerciais bem representadas nos municípios.

Que medidas o senhor pretende adotar no sentido de aumentar as receitas da entidade por meio da prestação de serviços?

Um dos nossos objetivos para os próximos anos é dar início ao Programa de Desenvolvimento Local, pois sabemos que os diagnósticos levantados sobre a economia e o potencial de cada município pelos agentes desse Programa nos darão uma base mais sólida e confiável sobre as áreas que precisamos dar mais atenção. Creio que com os relatórios em mãos, fornecidos pelo Programa, e com as parcerias certas começaremos a reorganizar e reestruturar nossos municípios através de nossas Associações Comerciais. Além de levar à classe empresarial os produtos e serviços que a CACB nos oferece através do Progerecs [Programa de Geração de Receitas e Serviços]. Nosso objetivo é trabalhar e atender nossos sócios com mais excelência no próximo ano.

E no sentido de incentivar o empreendedorismo?

Precisamos identificar e apoiar potenciais empreendedores. E esse é um trabalho que, com certeza, irá contar com a parceria do Sebrae, com quem sempre tivemos ótima relação institucional e que hoje, graças a um reconhecimento do trabalho da nossa Diretoria, temos o nosso Presidente da Acisa, Jurilande Aragão, como também Presidente do Conselho Deliberativo desta nossa instituição irmã chamada Sebrae. Portanto, a partir deste ponto inicial iremos buscar outras parcerias duradouras e produtivas para que possamos ajudar esses empreendedores a crescer em seus negócios, para que sirvam de modelo e incentivo a outros empreendedores.

JULHO/2015 – SEBRAE.COM.BR – 0800 570 0800

Empreender

INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Pequenos negócios superam a crise para continuar crescendo

Foto: Pedro Vilela

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEBRAE PREMIA PEQUENOS NEGÓCIOS

Os interessados devem se inscrever por meio dos sites dos prêmios até o final do mês de julho

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS
COM COLABORAÇÃO DE MÁRCIA LOPES

Com a intenção de reconhecer os conceitos inovadores e as boas práticas de gestão nos pequenos negócios, bem como compartilhar histórias e inspirar práticas empreendedoras, o Sebrae vai premiar micro e pequenas empresas e mulheres de negócios. As inscrições para as edições de 2015 dos prêmios ficam abertas até o final de julho.

Mulheres de negócios

Empreendedoras de todo o país que querem dividir experiências e inspirar outras mulheres podem se inscrever gratuitamente no Prêmio Sebrae Mulher de Negócios até o dia 31 de julho. As candidatas concorrem a troféu, selo de vencedora e capacitação em território nacional, além de uma viagem internacional.

A ficha de inscrição, o relato escrito e a autoavaliação sobre o negócio estão disponíveis no site www.mulherdenegocios.sebrae.com.br. A premiação é dividida em três categorias: Pequenos Negócios, Produtora Rural e Microempreendedora Individual (MEI). Na 1ª etapa vencem até três empreendedoras de cada Estado e do Distrito Federal. Estas passam para a 2ª fase, que é nacional e premia o 1º, 2º e 3º lugares em cada categoria.

MPE Brasil

O Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas também está com inscrições abertas até o dia 31 de julho pelo site www.premiompe.sebrae.com.br, onde também estão disponíveis os requisitos para participar. A inscrição é gratuita e as empresas são avaliadas pela qualidade da gestão e a capacidade inovadora, por meio de um questionário de autoavaliação, tendo como base o Modelo de Excelência da Gestão (MEG).

Promovida pelo Sebrae, Movimento Brasil Competitivo (MBC) e pelo Grupo Gerdau, com apoio da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), a iniciativa indica o amadurecimento dos negócios, incentiva a prática de análise de mercado. E

EMPRESAS DRIBLAM AJUSTES ECONÔMICOS E FATURAM

Pequenos negócios buscam ajuda do Sebrae e investem na gestão e no atendimento para lucrarem mais

SIMONE GUEDES
AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS

As micro e pequenas empresas estão se planejando melhor para enfrentar os ajustes econômicos e buscando diferencial para se destacar no mercado. O bom desempenho aparece no faturamento, que não para de crescer em diversos negócios mineiros.

Superar crises

Henrique Baldini e Marcelo Abreu abriram uma franquia de fotodepilação em Passos, no Sul de Minas, em 2012. Os sócios encontraram dificuldades na gestão do negócio e resolveram mudar alguns quesitos. Eles procuraram o curso Estratégias Empresariais do Sebrae em Minas Gerais e, após pesquisa de mercado, investiram em um novo negócio: a Academia Club21, inaugurada em março deste ano.

"Compramos equipamentos novos e reformamos o espaço. Também disponibilizamos para o aluno um aplicativo que informa todos os exercícios", diz Baldini. A academia acompanha os resultados e entra em contato no caso de faltas e estimula o aluno a continuar. Em dois meses, a quantidade de alunos era três vezes mais que a esperada. "A crise é para quem fica parado", relata o empresário.

Energia renovável

A Seltec, de Teófilo Otoni, no Vale do Mucuri, também aumentou as vendas. O empresário Jomar Britto de Oliveira, que participou do Empretec, percebeu o momento ideal para ampliar os negócios. Nos cinco primeiros meses deste ano, em relação a 2014, houve aumento de 103% com o comércio de usinas solares fotovoltaicas, sistema de geração de energia elétrica a partir da luz solar. "Com a conta de energia mais cara, as pessoas buscam mais alternativas e contribuem para o crescimento do mercado", justifica.

As vendas regionais já são realizadas para o Espírito Santo, Bahia e Rio de Janeiro. O sistema custa a partir de R$ 15 mil, incluindo o projeto e a instalação. Segundo Oliveira, a economia é de 95% na conta de luz. O sistema de aquecimento térmico por placas solares também aumentou o faturamento, cujo investimento necessário é a partir de R$ 5 mil, com equipamentos e mão de obra. E

Foto: Pedro Vilela

Empresário Jomar Britto de Oliveira com sua equipe

VALORIZAR O MEIO AMBIENTE É UM BOM NEGÓCIO

Curso de empreendedorismo incentiva criatividade e pensamento crítico de crianças em relação à sustentabilidade

DÉBORA CRONEMBERGER
AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS

Aulas de empreendedorismo podem ensinar às crianças muito mais do que uma alternativa de profissão no futuro. Ao estudar competências empreendedoras, há aprendizado da importância da sustentabilidade – requisito cada vez mais exigido para a sobrevivência no mundo dos negócios – tema abordado, a partir de cursos disponibilizados pelo Sebrae, em instituições educacionais de todos os níveis de ensino do país.

A partir dos cinco anos de idade, jovens já podem aprender a desenvolver habilidades empreendedoras por meio de didática específica para as faixas etárias. "Entre janeiro e abril de 2015, capacitamos 2.844 professores sobre empreendedorismo, conteúdo já repassado a cerca de 45 mil jovens do Brasil", afirma Luiz Barretto, presidente do Sebrae Nacional.

Os estudantes que participaram do JEPP na Escola Municipal de Ensino Fundamental Maria Aparecida Nelli, em Itajobi (SP), criaram a campanha Recicla Brasil. Em 2014, arrecadaram uma tonelada de papel descartado. Conseguiram quase R$ 150 com a venda do material para um reciclador – dinheiro que ajudou na compra de bolo nos aniversários celebrados na escola. Em 2015, já reuniram 750 kg de papel.

"A ação conscientizou os alunos a usar o papel de forma mais responsável e a deixar as salas de aula mais limpas", afirma o diretor da escola, Valério Barcelar. A campanha vai se desdobrar, com o engajamento do grêmio estudantil pela reciclagem de óleo de cozinha.

No colégio SESI de educação infantil e Ensino Fundamental, em Londrina (PR), as 24 turmas do 1º ao 9º ano foram conscientizadas sobre o descarte correto do lixo. Em feiras empreendedoras, os estudantes venderam produtos que eles mesmos produziram, como porta-velas a partir de pote de geleia, de materiais que haviam sido descartados como vidro, metal e plástico.

"Eu quero ser médico e ter o meu negócio no futuro, uma clínica. O cliente repara no desperdício e no descarte errado do lixo. O que eu aprendi com essas aulas vai me dar uma base para crescer e virar um grande empresário", afirma Luiz Henrique Melo Ferreira, estudante do 7º ano. E

> "O QUE EU APRENDI VAI ME DAR UMA BASE PARA CRESCER E VIRAR UM GRANDE EMPRESÁRIO", AFIRMA ALUNO

PASTELARIA EM ARACAJU INVESTE EM TECNOLOGIA E MELHORA ATENDIMENTO

Empresa participa dos programas Agentes Locais de Inovação (ALI) e Sebraetec, do Sebrae

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS NO SERGIPE

A pastelaria da empresária Maria Jane da Silva, localizada na beira da praia de Atalaia, em Aracaju (SE), recebe aproximadamente 7 mil clientes a cada mês. O empreendimento teve início em 2008, em uma barraca na feirinha de artesanato e alimentos típicos da cidade com um estabelecimento de pequeno porte. O negócio cresceu e, atualmente, a empresa produz 30 sabores diferentes e chega vender mais de 14 mil pastéis por mês.

Desde 2009, a empresária recebe o apoio do Sebrae, por meio das consultorias e dos cursos de capacitação oferecidos. No momento, Maria Jane faz parte dos Agentes Locais de Inovação (ALI). O programa oferece auxílio aos empreendedores e, por meio dele, o estabelecimento recebe visitas de um especialista que analisa o negócio. O objetivo desta iniciativa é encontrar oportunidades de inovação no mercado. Este acompanhamento é gratuito e pode ter duração de até dois anos.

O investimento de Maria Jane para montar a pastelaria à beira-mar foi de R$ 140 mil. O novo espaço do restaurante passou a ser mais amplo e, agora, acomoda cerca de 140 clientes. Com o empreendimento, a empresária consegue gerar emprego direto para mais de 30 funcionários. Com o investimento nas instalações e após o apoio do Sebrae, ela conseguiu, inclusive, aprender a melhorar a manipulação e a refrigeração dos alimentos utilizando os instrumentos adequados. E, com o programa ALI, a empresa também investiu em equipamentos modernos para agilizar o atendimento aos clientes.

Além disso, foram incluídos no cardápio outros pratos típicos do Nordeste, que são muito procurados pelos turistas. Após essas mudanças, a empresária investiu ainda mais em inovação, com a participação no programa Sebraetec. Foram criados o design da marca e um software para controle de vendas e estoque de mercadoria. Daqui para a frente, a empresária planeja ampliar o negócio e aumentar o faturamento. E

Foto: Reprodução

A EMPRESA PRODUZ 30 SABORES DIFERENTES E VENDE MAIS DE 14 MIL PASTÉIS POR MÊS

MATERIAL ORIENTA PEQUENOS NEGÓCIOS DO RAMO ALIMENTAR

Cartilha do Sebrae contém dicas de práticas sustentáveis e ações de gerenciamento para mercados de vizinhança

GIZELLA RODRIGUES
AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS

A pouca disponibilidade de tempo fez o consumidor passar a buscar comodidade, proximidade e praticidade na hora de fazer as compras do mês. Esses novos hábitos de consumo do brasileiro favorecem os minimercados ou mercadinhos que ficam mais próximos dos clientes. Cada vez mais as pessoas preferem os pequenos estabelecimentos do bairro para comprar algum item em falta na dispensa.

Pensando nos donos dos 400 mil pequenos negócios brasileiros do varejo alimentar, o Sebrae lançou uma série de cartilhas que orientam um método de gestão eficaz. O material foi lançado em maio, durante a 31ª edição da Feira APAS, em São Paulo, a maior feira de supermercados do mundo, e estará disponível no portal Sebrae em breve.

A primeira cartilha apresenta sugestões que auxiliam o pequeno varejista na adoção de práticas mais sustentáveis no minimercado, economizando energia, água, anergia elétrica e outros insumos, além de reduzir as perdas de alimentos e demais produtos. Ações positivas na redução das despesas da empresa e que a tornam mais eficiente e competitiva.

A segunda cartilha é um guia que auxilia os varejistas no planejamento e na avaliação de ações promocionais para os minimercados. Esta traz um calendário sazonal com dicas para aproveitar cada datas comemorativas como Natal, Dia das Mães, Dias dos Pais e Dia das Crianças, além de datas regionais (ocasiões de maior venda segundo entidades representativas do varejo).

Na terceira cartilha há uma metodologia do gerenciamento por categorias, que pode ser aplicada por minimercados e mercearias – estratégia que potencializa as vendas e aumenta a lucratividade do varejo por meio da oferta de produtos dispostos de forma organizada e atraente aos olhos do consumidor. "Se o consumidor vai às compras por produtos para um churrasco: carne, espetos, sal grosso, farofa e bebidas e esses produtos não estiverem localizados próximos e de forma organizada, o cliente perderá tempo para e poderá esquecer-se de algum item", afima Juarez de Paula. E

Foto: Chico Ferreira Luz

Gerente de Atendimento Setorial – Comércio do Sebrae, Juarez de Paula, durante entrega das cartilhas

INFORME SEBRAE. Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Robson Braga de Andrade. Diretor-Presidente: Luiz Barretto. Diretora-Técnica: Heloisa Guimarães de Menezes. Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos. Gerente de Comunicação: Cândida Bittencourt. Edição: Ana Canêdo, Antônio Viegas. Fone: (61) 3348-7494

Aumenta o calote nas contas de luz

Inadimplência média do consumidor avançou 6,7% em maio em comparação com o mesmo período de 2014; esta foi a maior marca desde dezembro de 2012

A edição da Medida Provisória 579, anunciada em 11 de setembro de 2012, teria sido, segundo Adriano Pires, diretor do Centro Brasileiro de Infra Estrutura (CBIE), o estopim para a série de erros que culminaram com o aumento das tarifas de energia. A MP obrigou as empresas a renovarem as concessões desde que aceitassem a redução das tarifas de energia. Isso gerou grande incremento no consumo enquanto a geração caía, os reservatórios se esvaziavam e as térmicas eram acionadas. Esses fatores criaram um rombo bilionário, pois foi preciso comprar energia mais cara para dar conta da demanda. O resultado foi o endividamento das concessionárias.

Para contrapor esse déficit, o governo lançou mão de um tarifaço. No ano passado, as tarifas cresceram 18% e neste ano subirão cerca de 40%.

Como consequência, em maio o calote nas contas de luz aumentou 13,94% em número de pessoas em comparação com igual período do ano passado. A inadimplência média do consumidor avançou 6,7% no mesmo período e foi a maior marca desde dezembro de 2012. A região Centro-Oeste registrou a maior alta na inadimplência das contas de luz, com 34,4%.

De acordo com Cláudio Sales, presidente do Instituto Acende Brasil, os reajustes nas tarifas de energia deste ano não podem ser justificados apenas pelo baixo índice de chuvas. São divididos em 54% para a combinação da estiagem com os atrasos das obras nas usinas hidrelétricas, 11% para os erros de gestão do governo federal e 35% relativos aos custos da Conta de Desenvolvimento Energético, que era subsidiada pelo Tesouro Nacional, e que a partir deste ano passou a ser cobrada integralmente do consumidor.

Operador Nacional do Sistema (ONS) admite que planejamento não ocorreu como deveria

O diretor-geral do Operador Nacional do Sistema, Hermes Chipp, apesar de atribuir os problemas da crise à falta de chuvas, admite que o planejamento não ocorreu como deveria. Ele defende maiores investimentos na geração de energia por meio de termoelétricas para complementar o fornecimento das hidrelétricas e que haja compra de energia elétrica de países vizinhos como Argentina e Uruguai.

Para o diretor-geral da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), Romeu Rufino, as tarifas de energia elétrica no Brasil atingiram, em 2015, um valor excessivamente alto em função da necessidade do uso da capacidade total do país das termelétricas disponíveis, que geram energia mais cara do que as hidrelétricas.

Sales adverte que as principais causas do aumento na conta de energia vão permanecer até 2016 e que não haverá alívio para o consumidor. "O Tesouro Nacional não vai mais fazer aportes para o setor", alertou. Ele acredita ainda que o racionamento de energia não está descartado e que o país deveria se preparar para ele.

Em 2014, setor teve incremento de 10% em comparação ao ano anterior

Expectativa e cautela marcam **os cenários do cooperativismo**

Principal entidade do setor no Brasil, a OCB ainda não concluiu estudos para projetar o ano de 2015

Dono de uma fatia equivalente a 10% do PIB brasileiro, o cooperativismo tende a passar por um período de cautela e incertezas, o que não difere até mesmo do agronegócio, setor que vem sustentando a economia do país nos últimos anos.

Esse quadro, segundo a gerência técnica e econômica do Sistema da Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), leva em conta que a inflação não deve ceder devido ao represamento dos preços controlados dos combustíveis e da tarifa da energia nos últimos anos. Existe ainda uma desconfiança gerada pela perspectiva negativa no mercado interno, aliada às expectativas de elevação dos juros também nos EUA, indicando que a tendência de enfraquecimento do real contra o dólar deve continuar.

"Apesar da divulgação de um aumento no volume global de recursos anunciado no último Plano Agrícola e Pecuário, safra 2015/2016, o aumento geral nas taxas de juros para o acesso a esses recursos não foi uma notícia bem-vinda pelo setor", diz a OCB em entrevista por e-mail a Empresa Brasil.

EXPORTAÇÕES

Em 2014, segundo a OCB, o setor teve um crescimento médio de 10%, em comparação a igual período do ano anterior. As exportações de cooperativas apresentaram queda de 13% sobre 2013, alcançando US$ 5,2 milhões.

As maiores quedas ocorreram no complexo sucroalcooleiro (41,4%), seguidas pelo da soja (9,3%). Os de carnes e de café apresentaram um bom desempenho, com acréscimos mais que proporcionais em relação ao ano anterior, de 19,8% e 18,6, respectivamente. Esses dados alteraram o ranking das exportações, fazendo com que o complexo soja subisse uma posição, passando a figurar como o primeiro colocado na pauta das exportações das cooperativas agropecuárias.

O complexo de carnes assumiu a segunda posição e o de sucroalcooleiro caiu duas posições. Atualmente ele é o terceiro na pauta de exportações, mas mantém uma participação expressiva de 22,5%.

No agronegócio brasileiro, o valor total das exportações também apresentou queda. A retração foi consequência direta dos reduzidos valores obtidos pelos principais complexos exportadores, a exemplo da soja e do sucroalcooleiro, confirmando a retração do desempenho desses dois complexos no ano de 2014.

ATUAÇÃO

As cooperativas agropecuárias brasileiras atuam nos mais variados elos das diferentes cadeias produtivas do agronegócio, sendo grandes responsáveis pela inclusão do produtor no mercado. Essas cooperativas participam com um percentual em torno de 10% do PIB do agronegócio nacional. Diferentemente dos modelos de investimentos comuns, que predominantemente buscam retorno em curto prazo em mercados extremamente voláteis e instáveis, como o mercado de commodities agropecuárias, as cooperativas buscam perpetuarem-se em suas regiões de atuação, com visões estratégias de longo prazo, buscando retorno e benefícios contínuos para os produtores associados.

Cooperativas do Sistema OCB e seus números:

RAMO DE ATIVIDADE	COOPERATIVAS	ASSOCIADOS	EMPREGADOS
Agropecuário	1.597	1.015.956	164.320
Consumo	122	2.841.666	13.820
Crédito	1.034	5.725.580	39.396
Educacional	300	61.659	4.286
Especial	6	247	7
Habitacional	220	120.980	1.038
Infraestrutura	130	934.892	6.496
Mineral	86	87.190	187
Produção	253	11.600	3.387
Saúde	849	264.597	92.139
Trabalho	977	226.848	1.929
Transporte	1.228	140.151	11.862
Turismo e Lazer	25	1.696	18
TOTAIS	**6.827**	**11.563.427**	**337.793**

Para o ramo agropecuário temos a seguinte estratificação:

TOTAL	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE	SUL	SUDESTE
1.597 Cooperativas	13%	24%	19%	18%	27%
1.007.675 Associados	6%	5%	2%	49%	38%
161.701 Empregos	8%	2%	1%	69%	20%

Produção

Dados referentes ao levantamento realizado pelo IBGE em 2006 apontaram que os estabelecimentos associados às cooperativas representavam:

- 74% da produção de trigo;
- 57% da produção de soja;
- 48% da produção de café;
- 43% da produção de milho;
- 35% da produção de arroz;
- 18% da produção de feijão.

Comitê Jurídico debate **sobre PL da terceirização**

Na primeira reunião do Comitê Jurídico da CACB de 2015, representantes de associações comerciais e assessores jurídicos das federações e da CACB divergiram sobre o texto aprovado na Câmara dos Deputados

"Sou radicalmente favorável à terceirização", afirmou Carlúcio Coelho, durante a 1ª reunião do Comitê Jurídico da CACB (Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil), realizada em Brasília, em 9 de junho. No entanto, o presidente da Associação dos Advogados Trabalhistas do Distrito Federal (AAT/DF) fez críticas ao PL nº 4.330, que trata da terceirização. Compareceram ao encontro representantes de associações comerciais e assessores jurídicos das Federações e da CACB.

Coelho fez críticas ao PL nº 4.330

A oposição do advogado é decorrente do fato de o PL estabelecer a responsabilidade solidária entre a fornecedora de mão de obra terceirizada e a empresa contratante, no que diz respeito às obrigações trabalhistas. "Se antes qualquer empresa terceirizada quebrasse, em princípio, a responsável seria ela mesma. No máximo, haveria uma responsabilidade subsidiária do tomador de serviços. Agora o devedor é tanto o tomador de serviços quanto o prestador", esclareceu. Em outras palavras, ambos, contratante e fornecedor de mão de obra, respondem judicialmente por direitos trabalhistas não honrados.

Na responsabilidade subsidiária, o tomador de serviços é obrigado a complementar o que o causador do dano ou débito não foi capaz de arcar sozinho. Ou seja, o subsidiário só responde pela dívida depois que os bens do terceirizado não forem suficientes para a satisfação do débito. Já a responsabilidade solidária possibilita que o trabalhador cobre o pagamento de direitos trabalhistas tanto da empresa terceirizada quanto da contratante.

Murilo Gouvêa dos Reis, assessor jurídico da Facisc (Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina), acredita que, além da questão da responsabilidade solidária, o PL nº 4.330 precisa sofrer outras alterações. "A terceirização precisa ser ampla e irrestrita. O ponto principal é poder terceirizar atividade-fim. É fundamental que isso esteja na lei quando o projeto for aprovado", afirma.

Oshiro: "Estabelecimento da responsabilidade solidária viabilizará a terceirização no Brasil"

Roberto Oshiro, advogado tributarista e diretor da ACICG (Associação Comercial e Industrial de Campo Grande), discorda da visão de Carlúcio. Para Oshiro, o estabelecimento da responsabilidade solidária é um "meio-termo" que permitirá a terceirização no Brasil e, ao mesmo tempo, assegurará os direitos dos trabalhadores. "É importante a regulamentação da terceirização, porque ela é permitida. Nesse aspecto, [o PL] é um avanço, pois coloca parâmetros para o Judiciário para haver a terceirização. Ao mesmo tempo, garante direitos, que é a preocupação do trabalhador", declara.

Oshiro acredita que "se a preocupação do trabalhador é a garantia dos direitos, agora ele não vai ter só uma, mas duas empresas para garantirem esses direitos, então não há por que o trabalhador ser contra".

No entanto, o diretor da ACICG reclama que a justiça trabalhista comete alguns excessos. Para exemplificar, o advogado cita uma decisão judicial, ocorrida no âmbito da justiça de Mato Grosso, em que o juiz responsabilizou uma empresa fornecedora de colchões, que não possuía qualquer vínculo empregatício com o reclamante, pelo não cumprimento de obrigações trabalhistas para com um empregado vendedor de colchões. "O fornecedor vende colchão para a empresa. Ele não tem nada a ver com contratação de funcionário. É a indústria vendendo para a loja vender colchão. Aí você tem uma ação trabalhista do vendedor da empresa contra a empresa que vende o colchão. Nesse caso, o juiz achou que havia motivo para fazer penhora online dos bens da indústria, sendo que ela não possuía qualquer vínculo com o empregado."

O problema não se restringe ao estado do Mato Grosso. Segundo Jubevan Caldas, assessor jurídico da ACCG (Associação Comercial de Campina Grande) e da Facepb (Federação das Associações Comerciais da Paraíba), empresários que tinham um projeto de instalação no estado da Paraíba estão sendo desestimulados "em razão da crescente e devastadora demanda trabalhista que existe contra as empresas. Existe uma verdadeira indústria de ações trabalhistas, um aparelhamento do Poder Judiciário, que tem feito crescer muito as demandas contra as empresas".

NCPC traz a concepção do direito anglo-saxão

Advogado da União e professor de Processo Civil, Rodrigo Becker afirma que o Novo Código de Processo Civil (NCPC) trará muitas mudanças. Sancionado este ano, o texto entra em vigor em 17 de março de 2016. Na primeira reunião do Comitê Jurídico, ocorrida em 9 de junho, em Brasília, Becker fez críticas à lei.

"Uma nova mentalidade está sendo inserida no Brasil de forma forçada. O Processo Civil Brasileiro é inspirado no direito português, na Civil Law, isto é, você tem que se adequar às leis, quem manda é a lei. O NCPC quer trazer a concepção do Commom Law, do direito anglo-saxão, de modo que nós precisaremos nos adaptar a uma nova cultura", explica o professor.

A principal diferença entre os dois sistemas mencionados pelo palestrante é que, em países onde impera o Common Law, predomina a jurisprudência, isto é, o conjunto de interpretações das normas do direito proferidas pelo Poder Judiciário. Já nos países que seguem o sistema do Civil Law, a lei é a principal fonte do Direito.

"Essa adaptação não se dará do dia para a noite. Não sei se estamos preparados para isso, porque o Novo CPC está baseado na ideia de precedentes, isto é, acima da lei estarão os precedentes", afirma. Precedente é uma decisão anterior considerada como fonte do direito em um caso posterior.

Becker: "Uma nova mentalidade está sendo inserida no Brasil de maneira forçada"

Neves (E), Meurer, Consentino e Papini, na estande da CACB, em Turim

Brasil na briga para sediar o **11º World Chambers Congress**

Concorrem com o Rio de Janeiro: Montreal, Orlando e Buenos Aires

Qual é a melhor maneira para ser escolhido como sede de um grande evento de economia que envolve membros de todos os continentes e mais de cem países? A CACB, membro da Câmara Internacional de Comércio – ICC – no Brasil, cumpriu todas as etapas desta competitiva conquista para mostrar que o Rio de Janeiro tem condições de sediar a 11ª World Chamber Congress, em 2019. O próximo encontro acontecerá em 2017, em Sydney, na Austrália.

Este caminho, que começou há seis anos na CACB e que foi planejado por sua área internacional, alcançou seu ponto máximo neste mês, em Turim, na Itália, onde foi realizada, nos dias 10 a 12 de junho, a nona edição do Congresso, que teve Comunidade, Identidade e Visão como temas principais.

Como patrocinadora Gold do evento, a CACB marcou presença levando uma delegação de mais de 25 participantes, informou Sérgio Papini, da área internacional da entidade. Além disto, divulgou sua marca e apresentou o Brasil num espaçoso estande de 36 m², com distribuição de material promocional, e divulgou a cidade do Rio de Janeiro como possível sede do Congresso de 2019.

Para complementar, indicou e levou ao evento o presidente da Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABES), Dante Regazzli Pauli, que falou sobre recursos hídricos na seção plenária do 9º Congresso. Papini lembrou ainda que a CACB foi moderadora no painel Chambers On Line e atuou como juíza no julgamento da competição entre as Câmaras de Comércio.

O evento turbinou também a área comercial da CACB. Várias reuniões de trabalho e de negócios foram re-

alizadas. Uma delas, no entanto, mereceu destaque, conforme enfatizou o diretor financeiro George Teixeira. Trata-se do encontro com o diretor do Santander onde foi discutida a possibilidade de uma parceria entre CACB/CBMAE e a instituição financeira para treinamento de conciliadores para o banco e até mesmo implantação, pela CACB, de Câmaras de Conciliação em diversas cidades brasileiras. "Esta possibilidade nos agradou muito, pois esta é a nossa expertise em função de sermos uma entidade com grande capilaridade", disse.

Num estande bem brasileiro, a CACB traçou um perfil de seu trabalho e mostrou as potencialidades do Brasil através de material informativo. "Além de sermos fortes candidatos, nossa posição foi reforçada pela rede de relacionamento e pela nossa participação em vários painéis de discussão", lembrou Luiz Carlos Furtado Neves, da diretoria da CACB, presente em Turim.

O Congresso Mundial de Câmaras de Comércio – World Chambers Congress é organizado pela Federação Mundial de Câmaras (World Chambers Federation – WCF) e pela Câmara Internacional de Comércio (International Chamber of Commerce – ICC). É realizado a cada dois anos em uma região diferente do mundo.

Trata-se de um evento robusto, que reúne mais de 1.000 participantes, e abrangente, porque envolve uma comunidade de mais de 12 mil Câmaras de Comércio. A CACB teve como parceiros, em Turim, a Certisign, a Associação Comercial do Rio de Janeiro e Rio Convention & Visitors Bureau.

Em Turim, a CACB filiou-se à Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), com sede no México, para promover cooperação internacional, e aderiu ao serviço Chambers Trust da World Chambers Network/ICC

Encontros e reuniões resultam em negócios

Ao longo dos três dias do encontro, em Turim, a CACB realizou reuniões com empresas e Câmaras de Comércio presentes no Congresso. Além de divulgar suas atividades e as Federações e Associações Comerciais associadas, trocou experiência com diversas Câmaras como do Qatar, Sydney, Dubai, Liverpool, Israel, e realizou reuniões com o presidente da Câmara de Comércio de Turim, Vicenzo Ilote e com a diretoria da International Chamber of Commerce – ICC, Banco Santander, Qatar Financial Center, International Training Center – ITC, International Festival for Business, Mesap e com as Nações Unidas.

Em Turim, a CACB definiu sua filiação à Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), com sede no México, para promover cooperação internacional. Aderiu ao serviço Chambers Trust da World Chambers Network/ICC (serviço que vai promover, identificar e verificar as empresas brasileiras garantindo sua credibilidade junto a parceiros internacionais). Foi definida também a abertura do comitê de Economia Digital da ICC Brasil liderados pela CACB e seus parceiros, entre eles, a Certisign, que apresentou o Portal de Assinaturas CACB. "Este evento nos mostrou que estamos no caminho certo e que temos tecnologia e mercado para avançar com o nosso produto", disse Julio Cosentino, vice-presidente da Certisign.

Área comercial da CACB comandou reuniões de trabalho e de negócios

Confederação é oficializada **como Autoridade Certificadora**

Parceria da entidade com a Certisign favorecerá a implantação do certificado digital no país em benefício dos empresários

Em encontros realizados no Rio de Janeiro e em Brasília, nos dias 2 e 3 de junho, respectivamente, foi assinado documento que oficializou a CACB (Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil) como Autoridade Certificadora (AC). Além de dirigentes da entidade, participaram das reuniões os auditores da Receita Federal, Certisign e Serpro (Serviço Federal de Processamento de Dados). "A partir de agora, os nossos pontos de atendimento nos estados terão uma certificação com a nossa marca", comemorou o diretor financeiro da CACB, George Teixeira. "Isso faz com que a gente viva um novo momento na entidade. Nós teremos serviços muito mais ágeis e com muito mais vinculação à CACB, às Federações e às Associações Comerciais e Empresariais", acrescentou.

George Teixeira: "A partir de agora, os nossos pontos de atendimento nos estados terão uma certificação com a nossa marca"

De acordo com Teixeira, com mais esse passo a entidade facilita o acesso de diferentes classes profissionais ao Certificado Digital, o qual garante a identificação de usuários na rede e permite a realização de diversos serviços na esfera eletrônica com segurança e agilidade.

O Certificado Digital é uma identidade eletrônica que carrega os dados de identificação da empresa ou pessoa que representa. Trata-se de um documento eletrônico que valida ações juridicamente. A cada uso é gerada uma assinatura digital com valor legal, garantido pela legislação brasileira, semelhante ao da assinatura manuscrita. Uma das aplicações do Certificado Digital é a assinatura de documento, sem o uso do papel e sem a necessidade de autenticação adicional, e com valor legal.

As empresas que emitem nota fiscal eletrônica (NF-e) e as que estão nos regimes tributários de lucro presumido e lucro real podem escolher Certificação com validade de um ou de até três anos. Há também a opção de escolher o tipo de Certificado, A1 ou A3. O A1 é armazenado no computador, tem validade máxima de um ano e custa cerca de R$ 100,00. O A3 é armazenado no Cartão Inteligente ou Token, tem validade de três anos e o custo varia de R$ 300,00 a R$ 500,00.

O que é uma AC

Autoridade Certificadora (AC) é uma entidade, pública ou privada, subordinada à hierarquia da ICP-Brasil, responsável por emitir, distribuir, renovar, revogar e gerenciar certificados digitais. Tem a responsabilidade de verificar se o titular do certificado possui a chave privada que corresponde à chave pública que faz parte do certificado. Cria e assina digitalmente o certificado do assinante, onde o certificado emitido pela AC representa a declaração da identidade do titular, que possui um par único de chaves (pública/privada).

Cabe também à AC emitir listas de certificados revogados (LCR) e manter registros de suas operações, sempre obedecendo às práticas definidas na Declaração de Práticas de Certificação (DPC). Além de estabelecer e fazer cumprir, pelas Autoridades Registradoras (ARs) a ela vinculadas, as políticas de segurança necessárias para garantir a autenticidade da identificação realizada.

O Certificado Digital é uma identidade eletrônica que carrega os dados de identificação da empresa ou pessoa que representa. Trata-se de um documento eletrônico que valida ações juridicamente

Modelo

O modelo de certificação digital brasileiro é considerado um dos mais avançados e seguros do mundo. No país, a regulamentação é feita pelo Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI), órgão ligado diretamente ao Ministério da Casa Civil. Dentre os principais benefícios estão a garantia de autenticação, veracidade e inviolabilidade das informações que trafegam via Internet, bem como o respaldo jurídico vigente na legislação brasileira. Ou seja, neste último caso, se houver necessidade de recorrer à Justiça por algum motivo, o empresário pode utilizar seu e-mail, ou documento que tenha sido assinado digitalmente, como ferramenta de defesa.

Sobre a Certisign (www.certisign.com.br)

Com foco exclusivo em soluções que contemplam a certificação digital, a Certisign é uma das três primeiras autoridades certificadoras do mundo e a primeira da América Latina. A empresa, sediada em São Paulo, possui mais de 500 pontos de atendimento distribuídos pelo país e já alcançou mais de 2,3 milhões de emissões de certificados.

Carga está subindo com mais força em 2015 por conta de medidas que têm onerado o bolso da população

Impostômetro, com nova metodologia, deve ultrapassar **marca de R$ 2 trilhões neste ano**

Em 29 de maio o total dos tributos somou R$ 1 trilhão, 11 dias antes do que em 2014

As comparações entre os números de 2015 e do ano passado do Impostômetro já contemplam uma nova metodologia. Em maio, a ferramenta mudou a forma de medição, em função da metodologia do cálculo do PIB definida em março pelo IBGE.

Com isso, os valores exibidos pelo painel passaram a considerar novos dados de arrecadação de Imposto de Renda Retido dos funcionários públicos estaduais e municipais e novas taxas e contribuições federais determinadas pela Lei nº 13.080/2015 (arrecadações de entidades e fundos como contribuições para o Sistema S, FNDE, Incra, DPC, Apex e Abdi). Também foram incluídas arrecadações de municípios que não estavam sendo informadas à Secretaria do Tesouro Nacional.

De acordo com nota da ACSP, a carga está subindo com mais força em 2015 por conta de medidas que têm onerado o bolso da população. Em 29

de maio o total dos tributos somou R$ 1 trilhão, 11 dias antes do que em 2014. A expectativa da ACSP é de que no fim do ano o Impostômetro ultrapasse a marca de R$ 2 trilhões.

BRASIL TEM O PIOR RETORNO À POPULAÇÃO

A entidade adverte que não adianta aumentar a arrecadação se não houver retorno para os contribuintes. "O mais grave de tudo é que, além de ter uma carga tributária altíssima, o Brasil não investe em infraestrutura, saúde, educação e outras áreas importantes para os seus cidadãos", diz a ACSP.

Entre os 30 países que possuem as maiores cargas tributárias do mundo, o Brasil é o que proporciona o pior retorno à população pelos tributos arrecadados nas esferas federal, estadual e municipal. A constatação, pelo quinto ano consecutivo, está no estudo "Carga Tributária/PIB x IDH", criado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT). "Mesmo com os sucessivos recordes de arrecadação tributária, o Brasil continua oferecendo péssimo retorno aos contribuintes, no que se refere à qualidade do ensino, atendimento de saúde pública, segurança, saneamento básico, entre outros serviços. Pior, fica atrás de outros países da América do Sul, como Uruguai e Argentina, que ocupam, respectivamente, a 11ª e 19ª colocações no ranking", alerta o presidente do IBPT, João Elói Olenike.

Líder do ranking, a Austrália é o país que proporcionou melhor qualidade de vida à população; seguida da Coreia do Sul e dos Estados Unidos.

PERFUME IMPORTADO TEM O MAIOR IMPOSTO

O estudo aponta que, apesar de terem carga tributária muito próxima à do Brasil – que em 2013 foi de 35,04% do PIB –, a Islândia (35,50%), Alemanha (36,70%) e Noruega (40,80%) estão muito à frente no que se refere à aplicação dos recursos em benefício da população, ocupando a 14ª, 15ª e 18ª posições, respectivamente.

O Dia dos Namorados, por exemplo, serviu para mostrar o exagero na política tributária brasileira. De acordo com levantamento do IBPT, a carga de alguns itens chegou a quase 80%, como de perfumes importados, tributados em 78,99%.

Outros produtos também chamaram a atenção, como champagne (59,49%), maquiagem importada (69,53%), maquiagem nacional (51,41%), óculos de sol (44,18%), relógio (53,14%) e perfume nacional (69,13%).

Entre os 30 países que possuem as maiores cargas tributárias do mundo, o Brasil é o que proporciona o pior retorno à população pelos tributos arrecadados nas esferas federal, estadual e municipal

Carga tributária / Dia dos Namorados

Produto	Carga tributária	Produto	Carga tributária
Aparelho MP3 ou iPOD	49,45%	Jantar em restaurante	32,31%
Bicho de Pelúcia	29,92%	Joias	50,44%
Bota	36,17%	Livros	15,52%
Buquê (flores)	17,71%	Malha	34,13%
Calça Jeans	38,53%	Maquiagem nacional	51,41%
Câmera fotográfica	44,75%	Maquiagem importada	69,53%
Camisa	34,67%	Óculos de sol	44,18%
Canivete	43,47%	Pacote de viagem	29,56%
Champagne	59,49%	Perfume importado	78,99%
Fondue de Chocolate	38,51%	Perfume nacional	69,13%
Fondue de Queijo	36,54%	Porta-retrato	43,47%
Hospedagem em hotel	29,56%	Telefone celular	33,08%
i pad - TABLET	39,12%	Vinho	54,73%

Fonte: Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação - IBPT

Demanda por alimentação saudável prospera mesmo com **o declínio da economia**

De 2009 a 2014, esse mercado cresceu 95,6%, e deve movimentar R$ 108,5 bilhões em 2019, o que coloca o Brasil em 4º lugar no mundo

De acordo com pesquisa do Ibope, 56% dos brasileiros afirmam ter uma alimentação saudável

Se você observar a hora do almoço de um shopping center, por exemplo, onde existem várias ofertas de comida, certamente ficará surpreso com o número daqueles que preferem uma alimentação saudável. Graças ao volume de informações sobre o assunto, é cada vez maior o grau de consciência sobre as refeições que fazem mal à saúde. Resultado: seguindo a tendência mundial, esse nicho tornou-se um dos segmentos que mais crescem no Brasil.

Somente no ano passado, segundo dados da Euromonitor International, uma das principais empresas de pesquisa de mercado do mundo, o segmento de bebidas e alimentos com apelo à saúde e ao bem-estar, movimentou quase R$ 80 bilhões. De 2009 a 2014, esse mercado cresceu 95,6%, e deve movimentar R$ 108,5 bilhões em 2019, o que coloca o Brasil em 4º lugar no mundo neste segmento, atrás apenas de Estados Unidos, China e Japão.

De acordo com pesquisa feita pelo Ibope, 56% dos brasileiros afirmam ter uma alimentação saudável. Quando questionados sobre suas escolhas na hora de comer, 70% afirmam buscar um prato equilibrado com legumes, verduras, proteína e carboidratos. Entre as mulheres, essa preocupação é maior – 75% delas buscam essa proporção, contra 68% dos homens.

Para Luis Felipe Campos, idealizador e fundador do Seletti Culinária Saudável, franquia número 1 em fast food saudável, o fato de comer fora de casa já não é mais desculpa para não seguir uma boa alimentação. "É imprescindível saber distinguir a qualidade dos alimentos especialmente pela forma de preparo. Nossas lojas, por exemplo, não servem frituras. A prioridade sempre é uma combinação com percentuais ideais de fibras, proteínas, carboidratos", explica.

Um dos mais favorecidos com essa tendência, o mercado brasileiro de orgânicos cresce acima da média mundial. Segundo o Organics Brasil, em 2014 o segmento cresceu 25% e registrou faturamento de US$ 750 milhões. De acordo com relatório da consultoria Nielsen publicado em janeiro, 33% dos consumidores declaram que dão preferência a alimentos orgânicos e estão dispostos a pagar mais caro por esses produtos. Nos últimos dois anos, a venda de orgânicos aumentou 28% no mundo.

Os alimentos funcionais também ganham cada vez mais espaço nas prateleiras. São aqueles alimentos ou

ingredientes que, além das funções nutricionais básicas, produzem efeitos benéficos à saúde quando passam a fazer parte da dieta habitual.

Outros segmentos de grande evolução nos últimos anos são os produtos sem glúten e sem lactose. Nos Estados Unidos, por exemplo, a previsão é de que o consumo de produtos sem glúten salte de US$ 2,6 bilhões, em 2010, para US$ 5 bilhões em 2015. No Brasil, segundo a Federação Nacional das Associações Celíacos do Brasil (Fenacelbra), 2 milhões de brasileiros são celíacos, ou intolerantes a glúten – uma proteína encontrada junto ao amido, em cereais como trigo, centeio, cevada, triticale e malte.

A reboque dessa onda, os produtos sem lactose, o açúcar do leite, é outro nicho em expansão. Segundo o médico Dráuzio Varela, pesquisas mostram que 70% dos brasileiros apresentam algum grau de intolerância à lactose, que pode ser leve, moderado ou grave, segundo o tipo de deficiência apresentada. Esta fatia dá uma ideia do potencial a ser explorado por empresas que apostem em produtos sem lactose.

Graças ao volume de informações sobre o assunto, é cada vez maior o grau de consciência sobre as refeições que fazem mal à saúde

Potencial do mercado comporta várias categorias de consumidores

Se depender das estatísticas do Ministério da Saúde sobre a população com necessidade de reduzir o peso, o mercado de alimentação saudável do Brasil dispõe de um imenso potencial. Os últimos dados indicam que o índice de brasileiros acima do peso segue em crescimento no país – mais da metade da população está nesta categoria (52,5%), e destes, 17,9% são obesos, fatia que se manteve estável nos últimos anos. Outras doenças associadas à má alimentação, como colesterol, tensão alta, diabetes, embora sem referências de pesquisas recentes, também estão em evolução, sem mencionar o mercado representado pelos idosos com mais de 60 anos. O IBGE prevê que em 2030 a população brasileira, hoje estimada em 196,9 milhões, começará a encolher. Segundo projeções do instituto, então o país terá uma proporção de 13,3% de idosos em relação.

Segundo Renata Benites Martins, analista de pesquisa da Euromonitor International, o segmento de alimentação saudável no Brasil tende a continuar se expandindo no país, apesar da desaceleração econômica e da alta da inflação. "A presença cada vez maior de produtos de saúde e bem-estar em lares da classe média mostra que os consumidores nesta faixa de renda estão dispostos a manter o consumo de certos produtos de saúde e bem-estar, principalmente aqueles direcionados a alguma necessidade específica de saúde", diz. "Entre os principais impulsionadores desta tendência estão o aumento nos níveis de ensino e ao acesso fácil à informação médica e nutricional através de artigos, imprensa e mídias sociais, que ajudam os consumidores a compreender melhor a relação entre alimentação e saúde."

Renata: "Segmento tende a continuar se expandindo no país, apesar da desaceleração da economia e da inflação"

A enciclopédia da economia brasileira

Uma espécie de enciclopédia da economia brasileira, no período que vai desde a Proclamação da República até 2010. É como se pode definir o livro A Ordem do Progresso (Editora Campus), organizado pelo professor titular do Departamento de Economia da PUC-Rio, doutor em Economia pela Universidade de Cambridge, Marcelo de Paiva Abreu. Lançada em 1989, a obra foi relançada em 2014, com vários capítulos que não constavam na edição anterior, além daqueles que cobrem o período 1990-2010. Os demais foram revistos e o anexo estatístico modernizado.

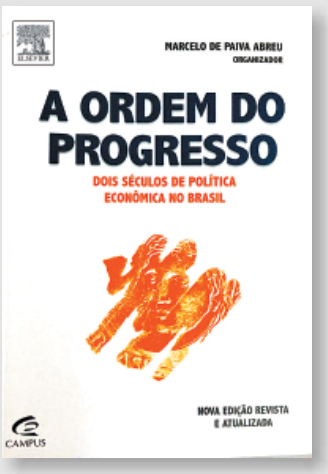
Com uma coletânea de artigos de ex-alunos e ex-professores do curso de economia da PUC-RJ, que tiveram papel decisivo na história recente do país, a obra oferece massa crítica para a compreensão das origens dos principais problemas enfrentados pelo país. E das reviravoltas das políticas que haviam sido estabelecidas na década de 1990, quanto à abertura comercial e ao papel do Estado na economia.

Segundo seu organizador, ao final de 1989 não se imaginava o que a história poderia reservar, embora não houvesse otimismo nas análises contidas no livro. Seguiram-se três anos quase anárquicos, segundo Paiva, antes que o Plano Real vingasse, sobrevindo um crescimento medíocre até a virada do século. Entretanto, a crítica à estratégia baseada em proteção alta e forte presença do Estado, que havia ganhado força nos anos 1980, redundou nas reformas da década de 1990 relativas à abertura comercial e à privatização.

Dizem os autores que com a vitória da oposição, a transição em 2002-2003 revelou-se menos problemática do que se temia dado "ao abandono às pressas dos excessos impetuosos orquestrados pelo Partido dos Trabalhadores, como repúdio das dívidas interna e externa". Parecia, então, que o Brasil assistia ao fim de ideias equivocadas em matéria de política econômica. Infelizmente, segundo os autores não foi assim. Entusiasmada com a política macroeconômica do segundo mandato do governo Lula, a presidente Dilma Rousseff aprofundou a "opção desenvolvimentista" e continuou insistindo em políticas de expansão de demanda e nas possibilidades de afrouxamento fiscal. O desenlace, o país já conhece.

Para os autores, continua válida, portanto, a tese de que o Brasil precisa abandonar a sua juventude como país e articular um projeto sério que o livre do subdesenvolvimento e da mediocridade. Entre os autores, figuram nomes como Gustavo Franco, Wiinston Fritsch, André Lara Rezende, Sérgio Besserman Vianna, Rogério Ladeira Furquim Werneck e outros. A obra é dedicada ao economista Dionísio Dias Carneiro Netto (1945-2010), que assina o texto Crise e esperança, 1974-1980.

Para os autores, continua válida a tese de que o Brasil precisa abandonar a sua juventude como país e articular um projeto sério que o livre do subdesenvolvimento e da mediocridade



A ORDEM DO PROGRESSO
Autor: Marcelo de Paiva Abreu
Gênero: Economia
Páginas: 472
Formato: 17 x 24 cm
Editora: Campus Elsevier
Preço: R$ 99,90

Reflexão sobre a lei de **recuperação judicial**

Por Lazar Halfon*

No Brasil, as estatísticas recentes mostram que mais de 95% das empresas em recuperação judicial vão à falência.

Uma avaliação de casos de recuperação judicial americanos, publicada pela Harvard Business Review em 2015, em que foram analisados 350 casos protocolados entre 2002 e 2011, mostra que 89% das empresas continuaram em operação após concluir os procedimentos legais previstos no Capítulo 11.

Passados mais de dez anos da lei de recuperação judicial, vale a pena uma reflexão sobre sua eficácia.

A diferença conceitual básica entre a antiga lei das falências de 1945 e a atual lei de recuperação judicial, é que na antiga lei a "recuperação" ou falência da empresa era regulada unicamente pelo Judiciário, que fixava os prazos de pagamento (40% no primeiro ano e 60% no segundo ano), os juros e as demais condições para a liquidação dos débitos.

Na nova lei, o conceito básico é que as formas de recuperação são, ou deveriam ser, negociadas livremente entre os credores e a empresa a ser recuperada, com algumas limitações e regulações do Judiciário, mas sempre visando à continuidade das operações da companhia. Só em caso de falência o Judiciário tomaria as rédeas do processo, já que a atividade empresarial não mais pode ser preservada.

Mas a verdade é outra, como se vê no artigo 49 da lei, apesar de, no seu preâmbulo, destacar que "Estão sujeitos à recuperação judicial todos os créditos existentes na data do pedido, ainda que não vencidos", nos seus parágrafos ressalta que "todos os créditos" não são todos os créditos, e exclui, além das operações de câmbio, também o proprietário fiduciário de bens móveis ou imóveis; o arrendador mercantil; o proprietário ou promitente vendedor de imóvel cujos respectivos contratos contenham cláusula de irrevogabilidade ou irretratabilidade; o proprietário em contrato de venda com reserva de domínio; e o crédito garantido por penhor sobre títulos de crédito, direitos creditórios, aplicações financeiras ou valores mobiliários, além dos créditos de natureza trabalhista, que deverão ser pagos no máximo em 12 meses.

Na prática, quase todas as operações bancárias estão excluídas dos efeitos da lei, e é isso que inviabiliza a efetiva recuperação das empresas.

*CEO da HSA Soluções em Finanças

A nova lei determina que as formas de recuperação são, ou deveriam ser, negociadas livremente entre os credores e a empresa a ser recuperada, com algumas limitações e regulações do Judiciário, mas sempre visando à continuidade das operações da companhia

Hambúrguer

INOVAÇÃO, O
INGREDIENTE QUE O
SEU NEGÓCIO PRECISA
PARA ESTAR SEMPRE
EM MOVIMENTO.
É da porta para dentro que a gestão,
inovação e produtividade fazem a diferença.
É aí que entra a mão do Sebrae para ajudar
a fazer o seu negócio ser cada vez melhor.
SUA VIDA É SE SUPERAR A
CADA DIA? ESTAMOS JUNTOS.
0800 570 0800 SEBRAE.COM.BR
ESPECIALISTAS EM PEQUENOS NEGÓCIOS
SEBRAE

VOCÊ QUER MAIS
PARA O SEU NEGÓCIO?
O SEBRAE QUER MAIS É
ESTAR AO SEU LADO.
É da porta para dentro que a gestão, inovação e produtividade fazem a diferença. É aí que entra a mão do Sebrae para ajudar a fazer o seu negócio ser cada vez melhor.
SUA VIDA É SE SUPERAR A CADA DIA? ESTAMOS JUNTOS.
0800 570 0800 SEBRAE.COM.BR
ESPECIALISTAS EM PEQUENOS NEGÓCIOS
SEBRAE
/sebrae
@sebrae
/tvsebrae