empresa BRASIL
ANO 9 | Nº 78 | JANEIRO DE 2012
CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

2012
UM ANO PARA REPENSAR O ESTADO

Segundo os analistas, apesar das incertezas do front externo, o Brasil tem condições de alcançar, neste ano, um crescimento do PIB entre 3,2% e 4%. Entretanto, alertam para os perigos de um eventual atraso nas reformas estruturais

O RISCO DE FICAR FORA DOS NEGÓCIOS A SEREM GERADOS PELOS EVENTOS ESPORTIVOS

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

DIRETORIA DA CACB
BIÊNIO 2011/2013

PRESIDENTE
José Paulo Dornelles Cairoli - RS

Iº VICE-PRESIDENTE
Sérgio Papini de Mendonça Uchoa - AL

VICE-PRESIDENTES
Djalma Farias Cintra Junior - PE
Jésus Mendes Costa - RJ
José Sobrinho Barros - DF
Luiz Carlos Furtado Neves - SC
Rainer Zielasko - PR
Reginaldo Ferreira - PA
Rogério Pinto Coelho Amato - SP
Sérgio Roberto de Medeiros Freire - RN
Wander Luis Silva - MG

VICE-PRESIDENTE DE ASSUNTOS INTERNACIONAIS
Sérgio Papini de Mendonça Uchoa - AL

VICE-PRESIDENTE ESTRATÉGIGO
Edson José Ramon - PR

DIRETOR-SECRETÁRIO
Jarbas Luis Meurer - TO

DIRETOR-FINANCEIRO
George Teixeira Pinheiro - AC

CONSELHO FISCAL TITULARES
Jonas Alves de Souza - MS
Marcito Aparecido Pinto - RO
Pedro José Ferreira - TO

CONSELHO FISCAL SUPLENTES
Alexandre Santana Porto - SE
Leocir Paulo Montagna - MS
Valdemar Pinheiro - AM

CONSELHO NACIONAL DA MULHER EMPRESÁRIA
Avani Slomp Rodrigues

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO JOVEM EMPRESÁRIO
Marduk Duarte

COORDENADORA DE ASSUNTOS INSTITUCIONAIS
Luzinete Marques

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
fróes, berlato associadas

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Neusa Galli Fróes
Laila Muniz

COORDENADOR DO EMPREENDER
Carlos Alberto Rezende

COORDENADOR NACIONAL DA CBMAE
Valério Figueiredo

COORDENADOR DO PROGERECS
Luiz Antonio Bortolin

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

Site: www.cacb.org.br

Federações CACB

Acre – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Acre – FEDERACRE
Presidente: George Teixeira Pinheiro
Avenida Ceará, 2351 Bairro: Centro
Cidade: Rio Branco CEP: 69909-460

Alagoas – Federação das Associações Comerciais do Estado de Alagoas – FEDERALAGOAS
Presidente: José Geminiano Acioli Jurema
Rua Sá e Albuquerque, 302 Bairro: Jaraguá
Cidade: Maceió CEP: 57.020-050

Amapá – Associação Comercial e Industrial do Amapá – ACIA
Presidente: José Arimáteia Araújo Silva
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: José Sobrinho Barros
SAI Quadra 5C, Lote 32, sala 101
Cidade: Brasília CEP: 71200-055

Espírito Santo – Federação das Associações Comerciais, Industriais e Agropastoris do Espírito Santo – FACIAPES
Presidente: Arthur Avellar
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: Marcos Alberto Luiz de Campos
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: Júlio César Teixeira Noronha
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
2° Sobreloja – Bairro: Centro Norte Cidade: Cuiabá CEP: 78.005-020

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

Minas Gerais – Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais – FEDERAMINAS
Presidente: Wander Luís Silva
Avenida Afonso Pena, 726, 15° andar
Bairro: Centro Cidade: Belo Horizonte CEP: 30.130-002

Pará – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Pará – FACIAPA
Presidente: Reginaldo Ferreira
Avenida Presidente Vargas, 158 - 5° andar
Bairro: Campina Cidade: Belém CEP: 66.010-000

Paraíba – Federação das Associações Comerciais e Empresariais da Paraíba – FACEPB
Presidente: Alexandre José Beltrão Moura
Avenida Marechal Floriano Peixoto, 715, 3° andar
Bairro: Bodocongo Cidade: Campina Grande CEP: 58.100-001

Paraná – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná – FACIAP
Presidente: Rainer Zielasko
Rua: Heitor Stockler de Franca, 356
Bairro: Centro Cidade: Curitiba CEP: 80.030-030

Pernambuco – Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Pernambuco – FACEP
Presidente: Djalma Farias Cintra Junior
Rua do Bom Jesus, 215 – 1° 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 2° 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, 6° 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: Sérgio Roberto de Medeiros Freire
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: José Paulo Dornelles Cairoli
Rua Largo Visconde do Cairu, 17, 6° 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: Marcito Pinto
Rua Dom Pedro II, 637 – Bairro: Caiari
Cidade: Porto Velho CEP: 76.801-151

Roraima – Federação das Associações Comerciais e Industriais de Roraima – FACIR
Presidente: Jadir Correa da Costa
Avenida Jaime Brasil, 223, 1° andar
Bairro: Centro Cidade: Boa Vista CEP: 69.301-350

Santa Catarina – Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina – FACISC
Presidente: Alaor Francisco Tissot
Rua Crispim Mira, 319 - Bairro: Centro
Cidade: Florianópolis - CEP: 88.020-540

São Paulo – Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo – FACESP
Presidente: Rogério Pinto Coelho Amato
Rua Boa Vista, 63, 3° andar Bairro: Centro
Cidade: São Paulo CEP: 01.014-001

Sergipe – Federação das Associações Comerciais, Industriais e Agropastoris do Estado de Sergipe – FACIASE
Presidente: Alexandre Santana Porto
Rua Jose do Prado Franco, 557 Bairro: Centro
Cidade: Aracaju CEP: 49.010-110

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

• O conteúdo desta publicação representa o melhor esforço da CACB no sentido de informar aos seus associados sobre suas atividades, bem como fornecer informações relativas a assuntos de interesse do 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.

Tempo de **renovar e refletir**

2011 nasceu robusto em indicadores e repleto de quebras de paradigmas que, ao longo de seus 365 dias, reafirmaram as dificuldades deste imenso país que tem ainda muito para fazer. Foi um ano tenso. A corrupção afetou o governo da presidente Dilma Rousseff, que revelou ao país o seu jeito de agir, com firmeza. Tivemos, na verdade, grandes avanços que beneficiaram as micro e pequenas empresas, nossa principal bandeira de luta. Mas perdemos o manto da euforia quando a crise se instalou e contaminou o mercado internacional, derrubando as economias de grandes países e deixando clara a visão de que gastança não combina com desenvolvimento e estabilidade. Este é o assunto que trazemos para nossa capa, nesta primeira edição do ano: o que esperar do Brasil de 2012?

Navegamos em 2011 em diversos tipos de mares, mas em todos eles não podemos deixar de lembrar a existência de obstáculos que o Brasil conseguiu superar com relativo sucesso. Vivemos vários Brasis em 2011: o do pleno emprego, da nova classe média, da renda em alta, do reconhecimento internacional.

Hoje, com o mundo mergulhado na incerteza, somos um país que ainda não conseguiu afastar as ameaças da crise internacional de sua rota. Entramos em 2012 sem qualquer ingenuidade para apostar que será mais fácil do que foi 2011, porque é provável que os desajustes advindos dos problemas econômicos do mundo continuarão. Temos certeza, no entanto, de que vamos sobreviver, mas de que forma? A que custo?

Por essa razão, nossas bandeiras que continuarão sendo erguidas neste ano incluem a urgência das reformas. Vamos buscar aliados no próprio governo e no poder judiciário para formalizar as mudanças necessárias na área trabalhista, pois o país precisa ser mais moderno para fazer frente ao seu novo status e preservar a parcela de brasileiros que deve ser incentivada, aquela que inclui a ambição e a vontade de trabalhar e de progredir.

Portanto, convido todos para olharem para a frente, para sermos realmente um país do tamanho e da qualidade que quisermos que ele seja. Vamos buscar intensificar nossa relação com a presidente. Ao mesmo tempo, saudar os ares de renovação que chegam sem qualquer dúvida para nos fazer pensar e agir.

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

ÍNDICE

3 PALAVRA DO PRESIDENTE
Nossas bandeiras, neste ano, incluem a urgência das reformas. Vamos buscar aliados para formalizar as mudanças necessárias na área trabalhista, pois o país precisa ser mais moderno para fazer frente ao seu novo status e preservar a parcela de brasileiros que deve ser incentivada, aquela que inclui a ambição e a vontade de trabalhar e de progredir.

5 PELO BRASIL
A Associação Comercial de Maringá inaugura novas instalações.

8 CAPA
2012, um ano para repensar o Estado. Brasil tem condições de alcançar, neste ano, um crescimento do PIB entre 3,2% e 4%, mas os analistas alertam para os perigos de um eventual atraso nas reformas estruturais.

12 SIMPLES NACIONAL
O parcelamento de débitos pode ser a salvação de muitas empresas que corriam o risco de exclusão do sistema.

14 CASE DE SUCESSO
Parceria entre a Faciap, Sebrae e o governo do Paraná lança programas com o objetivo de estimular novas perspectivas de desenvolvimento das micro e pequenas.

17 NEGÓCIOS
Cresce a procura por cursos de degustação. Consumidores querem consumir vinhos de melhor qualidade.

20 EDUCAÇÃO
A busca de soluções para novas necessidades, no dia a dia das corporações, incentiva empresas a investir em novas formas de educação.

22 TRABALHO
Novo salário mínimo vai beneficiar pequenos negócios. A partir de fevereiro, 48 milhões de brasileiros com renda vinculada ao mínimo vão colocar no mercado mais de R$ 47 bilhões.

24 LEGISLAÇÃO
Pequenas empresas que ainda não se enquadraram na Lei Geral correm o risco de ficar fora das oportunidades dos megaeventos esportivos no Brasil.

26 CBMAE
Balanço do Movimento Nacional pela Conciliação, ligado ao CNJ, revela que, entre 2006 e 2011, 1,5 milhão de audiências foram realizadas, resultando em 738 mil acordos com valores homologados de R$ 4,5 bilhões.

28 TENDÊNCIAS
Maior oferta de produtos e serviços consolida um novo tipo de negócio no setor de padarias. O objetivo é não somente de manter a clientela tradicional, mas também aquela que vai ao ponto de venda para consumir uma variedade de pães, lanches e doces.

30 BIBLIOCANTO
Especialista em estratégia e branding, Arthur Bender escreve sobre o gerenciamento técnico de marcas pessoais em Personal Branding.

31 ARTIGO
Burocracia e desenvolvimento, por Rogério Amato.

Empreender SUPLEMENTO ESPECIAL

Comitê do Simples decide deixar de exigir certificação digital

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
Revisão: Flávio Dotti Cesa
Colaboradores: Angela Caporal, Laila Muniz e Olivia Bertolini
Execução: Editora Matita Perê Ltda.
Comercialização: Fone: (61) 3321.1311 - comercial@cacb.org.br
Impressão: Arte Impressa Editora Gráfica Ltda. EPP

Nova sala do conselho superior é um dos espaços inaugurados.

Associação Comercial de Maringá inaugura novas instalações

A Associação Comercial e Empresarial de Maringá (Acim) ampliou sua sede e inaugurou o novo espaço de 1,2 mil metros quadrados no final de dezembro, expandindo sua capacidade de atendimento às mais de 4,3 mil empresas associadas, além de melhorar a acomodação das entidades que atuam em suas instalações.

Construir a sede própria era uma das metas da gestão do presidente da Acim, Adilson Emir Santos. Porém, com a carência de terrenos na região central de Maringá, que facilitaria o acesso das empresas à Acim, a atual diretoria decidiu reestruturar o prédio. Esta é a quinta sede da Associação desde sua fundação, em 1953.

Foto: Facisc

AEM faz convênio com a Facisc

A Associação Empresarial de Maravilha oferece a seus associados o serviço de emissão de certificado digital da Certisign, por meio de convênio com a Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (Facisc). Maravilha é 10º município do estado a oferecer o serviço.

Para emitir o certificado, o interessado pode acessar o link da Certisign na página eletrônica da Associação Comercial e fazer a escolha do tipo de documento que deseja adquirir. Na sequência, o empresário agenda um horário de atendimento presencial para fazer a validação do seu certificado.

Francisco Beltrão lança a Semana do Jovem Empreendedor

A Associação Empresarial de Francisco Beltrão vai intensificar ações voltadas para o empreendedorismo entre os jovens. O projeto iniciou com o lançamento da Semana do Jovem Empreendedor no dia 14 de dezembro, durante a reunião semanal da entidade.

Foto: Acefb

A iniciativa passa a integrar o calendário oficial de eventos do município, devendo ocorrer em dezembro de 2012. Durante uma semana serão realizadas palestras, seminários, feiras de inovações, reuniões, oficinas de trabalhos e mostras científicas que incentivem e disseminem o espírito empreendedor no município, de acordo com o o projeto de lei aprovado pela Câmara de Vereadores em setembro do ano passado.

Foto: Acic

Max-Nunes, coordenador do núcleo

Acic encomenda pesquisa inédita

O núcleo oeste das agências de propaganda da Associação Comercial e Industrial de Chapecó (Acic) encomendou pesquisa inédita na região sobre hábitos, comportamentos e tendências dos consumidores. A empresa Inteleco será responsável pela pesquisa, com amostragem de 1.111 pessoas que serão entrevistadas em diversos locais e de maneira aleatória.

BC aumenta recursos para o microcrédito

O Diário Oficial da União publicou no dia 2 deste mês carta-circular do Banco Central que regulamenta as normas sobre o direcionamento obrigatório de 2% dos depósitos à vista para operações de microcrédito.

A principal novidade é a ênfase no chamado microcrédito produtivo orientado, que corresponde ao financiamento das atividades produtivas do microempreendedor. A norma prevê que, dos 2% do saldo de depósitos à vista que devem ser aplicados em microcrédito, pelo menos 80% sejam direcionados para microcrédito produtivo orientado. Os 20% restantes podem ser para o consumo.

O percentual mínimo de aplicação em operações de microcrédito produtivo orientado será introduzido de forma progressiva, sendo 10% a partir de janeiro de 2012, 40% a partir de julho, 60% a partir de janeiro de 2013, atingindo os 80% em julho de 2013. (Agência Brasil)

União aceitou liberar R$ 3 milhões em emendas a cada deputado e senador para aprovar orçamento

Para aprovar o Orçamento de 2012 às 23h50 da antevéspera do Natal, o governo pôs na mesa de negociação mais de R$ 300 milhões, destinados a atender às demandas das bases eleitorais dos 82 deputados e senadores que compõem a Comissão Mista de Orçamento (CMO). Cada um dos titulares e suplentes da comissão custou individualmente ao governo o compromisso de liberação imediata de R$ 3 milhões em emendas parlamentares. (O Estado de S. Paulo)

Impostômetro chega a 1,51 trilhão

O Impostômetro fechou 2011 com R$1,51 trilhão, de acordo com a Associação Comercial de São Paulo (ACSP). A medição foi criada pela associação para apontar a cobrança excessiva de impostos por parte do governo. Os números representam o resultado da arrecadação de impostos federais, estaduais e municipais. Em 2010, o valor foi de R$ 1,29 trilhão. Quando foi criado, em 2005, o Impostômetro registrou 773 bilhões de reais em arrecadação. Segundo a ACSP, em 2012, ele já somou 9 bilhões de reais em impostos em menos de 48 horas. (Reuters)

Correios terão de cumprir requisitos de qualidade

A partir de agora, os Correios terão de cumprir requisitos mínimos de qualidade dos serviços prestados à população. A entrega de cartas e cartões-postais simples, por exemplo, deve ocorrer no prazo máximo de cinco dias úteis. Se o destinatário pertencer à mesma unidade da federação, esse prazo diminui para dois dias úteis. As encomendas não urgentes – aquelas que não se enquadram como Sedex – deverão chegar às mãos dos destinatários em 10 dias úteis, no máximo.

É a primeira vez que a estatal estará obrigada a obedecer a regras para a entrega de correspondências e encomendas. "Antes não tinha prazo de entrega, era de acordo com o fluxo. Agora, o cidadão sabe o que pode exigir", disse a subsecretária de serviços postais do Ministério das Comunicações, Luciana Pontes. As determinações foram publicadas no dia 30 de dezembro de 2011 no Diário Oficial da União por meio de uma portaria do ministério. A empresa deverá cumprir esses prazos em 95% do total de correspondências. (O Estado de S. Paulo)

Fotos: Agencia Brasil

Congresso debaterá Lei Geral da Copa

O Congresso retoma as atividades no dia 1º de fevereiro, com muitas pendências para resolver. Matérias polêmicas e complexas, como o Código Florestal, a divisão dos royalties do petróleo e a Lei Geral da Copa, que não foram votados em 2011, vão esquentar as discussões na Câmara Federal e no Senado.

Segundo levantamento feito pela Folha de S. Paulo, 121 deputados federais e seis senadores tentam viabilizar seus nomes para o pleito. Na oposição, 21 tucanos almejam uma prefeitura. No DEM, são 14 deputados e um senador. Na base governista, o maior número de pré-candidatos é do PMDB, com 14 deputados e um senador.

Disputa no Senado

Outra disputa grande se dará no Senado entre Marta Suplicy (PT-SP) e José Pimentel (PT-CE), pela primeira vice-presidência da Casa. No inicio de 2011, após um confronto interno, os dois fizeram um acordo de rodízio no mandato: Marta ocuparia a vice-presidência no primeiro ano e Pimentel, no segundo. Agora o parlamentar cearense cobra o cumprimento do acordo, mas Marta pretende continuar no cargo.

Também estará na pauta o rodízio nas presidências das comissões permanentes comandadas pelo PT: Direitos Humanos (CDH) e Assuntos Econômicos (CAE), uma das mais importantes da Casa. Ana Rita (ES) quer substituir Paulo Paim (RS) na CDH e Eduardo Suplicy (SP) quer comandar a CAE no lugar de Delcídio Amaral (MS).

Marta Suplicy (PT-SP) e José Pimentel (PT-CE)

Dilma vai mesmo criar a Secretaria das micro e pequenas empresas

A presidente Dilma Rousseff anunciou que quer retomar as promessas feitas ao setor produtivo durante a campanha e que não andaram em 2011 por causa do agravamento da situação econômica internacional. É o caso da reforma tributária e da criação de uma secretaria voltada para micro e pequenas empresas. A ampliação da desoneração da folha de pagamento das empresas para novos setores também está entre as prioridades do governo. Em 2011, a desoneração da folha aprovada no Congresso só saiu final de novembro e, além de temporária, ficou limitada a alguns setores.

A reforma ministerial é outro assunto que movimenta o governo neste início de ano. Ainda que limitada a meia dúzia de ministérios, a reforma deverá ser mais complexa e politicamente profunda do que deixa antever o governo. O esboço das mudanças prevê a manutenção de todas as siglas aliadas no ministério, mas com um reequilíbrio das forças mais fiel ao tamanho de cada uma delas no Congresso. De acordo com as conversas entre os partidos, o PMDB sairia fortalecido e as siglas menores, como o PP e o PR, teriam a representação reduzida à proporção de suas bancadas.

Economistas projetam para o Brasil um crescimento entre **3,2% e 4% em 2012**

Mas as reformas no sistema fiscal para estimular o investimento em infraestrutura são urgentemente necessárias

Apesar das incertezas do cenário externo, o Brasil tem condições de alcançar um crescimento, em 2012, entre 3,2% e 4% e uma inflação, se não próxima da meta estabelecida pelo Banco Central de 4,5%, aquém do teto de 6,5%. Esses são, em síntese, os cenários projetados pelos principais economistas do país. Já o Fundo Monetário Internacional (FMI) reduziu a previsão de crescimento da economia brasileira para 2012 de 4,1% para 3,6%.

Para a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), que monitora países que não integram o grupo de 34 membros, o Brasil deve crescer 3,2% em 2012, em vez de 3,5% como estimado antes. Em 2013, porém, a expansão deverá aumentar para 3,9%. "Mais reformas no sistema fiscal para estimular o investimento em infraestrutura são urgentemente necessárias", disse a organização em seu relatório sobre perspectivas econômicas do Brasil.

A demanda doméstica, estimulada pelo aumento do emprego e dos empréstimos para consumo, será a principal fonte de crescimento para o país nos próximos anos, de acordo com o mesmo relatório. O crescimento mais lento deverá ajudar a reduzir a inflação anual para perto de 4,5% até 2013.

Com a inflação em tendência de baixa, o Banco Central do Brasil tem espaço para continuar reduzindo a taxa básica de juros, especialmente se a situação econômica no exterior piorar. A OCDE afirmou que o limite nos gastos do governo também está ajudando a diminuir as pressões inflacionárias e deverá continuar nos próximos anos colaborando para colocar as contas do governo em um caminho mais sustentável.

A OCDE comentou também que a turbulência nos mercados financeiros ampliou a volatilidade dos

movimentos da taxa de câmbio no Brasil e "os mercados podem ter reagido a um inesperado afrouxamento da posição monetária" do Banco Central. O BC reverteu o curso monetário abruptamente em agosto e começou a cortar a taxa básica de juros em resposta à desaceleração econômica, especialmente no exterior, afirmou a OCDE, segundo a Agência Dow Jones.

Entre os economistas brasileiros, a maior aposta é de um crescimento do PIB perto de 4%. O argumento é de que a economia começou a recuperar-se depois de uma queda acentuada no terceiro trimestre de 2011. Esse dado, somado a fatores como a queda da inflação, que chegou a 9% e caiu para 4,5%, junto com o aumento do salário mínimo farão com que a economia inicie um processo de recuperação, segundo o economista Yoshiaki Nakano, diretor da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (FGV).

O novo valor do salário mínimo – que resultará num impacto de cerca de R$ 22 bilhões nas contas públicas, principalmente por meio das aposentadorias –, de acordo com o economista Armando Castelar, coordenador da área de economia aplicada do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (Ibre-FGV), vai dificultar o cumprimento das metas fiscais em 2012.

Castelar, segundo a Agência Brasil, estimou que a dificuldade em cumprir as metas fiscais em 2012 será ainda maior se o governo retomar os investimentos. O economista acrescentou que em 2011, além de não ter havido uma despesa desse vulto, os investimentos do governo ficaram muito contraídos. "Mas, com a proximidade da Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol (Fifa), há uma necessidade de construção de estádios, infraestrutura de aeroportos, o que pode complicar." Para ele, também é importante destacar que em 2011 houve um aumento grande de receita devido ao crescimento do PIB no ano anterior. Já 2012 vai refletir uma economia que irá crescer menos em 2011, "menos da metade do que cresceu em 2010". De acordo com o economista da FGV, 2012 será um ano fraco. "Áreas que têm rendido muito dinheiro, como a de importações e de mercado de capitais, possivelmente não vão ter o mesmo aumento de arrecadação que tiveram no ano passado. Por isso, é bem difícil atingir a conta de superávit em 2012", diz.

Apesar dos quase 2,6 milhões de empregos criados nos últimos dois anos, o balanço do mandato de Obama mostra um resultado negativo

Cai a taxa de desemprego nos EUA

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) prevê que os EUA, a maior economia do mundo, crescerão 2% em 2012, ante a previsão de alta de 3,1% em maio. Segundo a OCDE, a economia norte-americana crescerá 2,5% em 2013.

A criação de emprego nos EUA se acelerou graças ao impulso do setor privado, cada vez mais disposto a contratar. A maior economia do mundo fechou o ano de 2011 com 1,64 milhões de novos postos de trabalho. Isso é quase o dobro dos 940 mil empregos do ano anterior. A taxa de desemprego baixou de 9,4% para 8,5%. Os EUA acumulam 15 meses de contratação positiva de empregos. No total, a recessão provocada pela crise das subprimes destruiu 8,7 milhões de postos de trabalho entre fevereiro de 2008 e o mesmo mês de 2010.

Apesar dos quase 2,6 milhões de empregos criados nos últimos dois anos, o balanço do mandato de Barack Obama mostra um resultado negativo de 1,7 milhão. E o que acontecerá em 2012 dependerá de como evoluirá a crise da dívida soberana na Europa, do efeito dos cortes de impostos e do desempenho do mercado imobiliário. O último dado de dezembro de 2011 sugere que a economia dos EUA deverá arrancar o ano de 2012 com mais força do que se esperava. Durante os últimos seis meses foram criados uma média de 143 mil empregos. Mas para que a taxa de desemprego caia de forma sustentável aos níveis anteriores à recessão, a economia deveria crescer a um ritmo próximo a 5% ao ano e gerar 250 mil empregos ao mês durante cinco anos – um ritmo de contratações que não se vê naquele país pelo menos há seis anos.

Quando Obama chegou à Casa Branca, prometeu que com seu plano de estímulos a taxa de desemprego não superaria 8%. Não só não se reduziu como dificilmente se reduzirá antes de 2012, segundo previu a Reserva Federal. Nenhum presidente nos Estados Unidos foi eleito para um segundo mandato com um desemprego tão alto. E os analistas advertem que daqui a algum tempo o desemprego voltará a subir.

Em dezembro se contabilizou um total de 13,1 milhões de desempregados nos EUA, o equivalente a 8,5% da população ativa, o nível mais baixo desde fevereiro de 2009. Em dezembro de 2008, o último mês de George Bush no governo, o desemprego era de 7,3%. Semanas depois subiu para 7,8%, chegando a 9,9% em novembro do mesmo ano.

Países da União Europeia afundam na recessão

A economia do euro crescerá apenas 0,5% em 2012 e vários países deverão afundar na recessão, o que inclui Portugal e Grécia e, provavelmente, a Itália. Já a Espanha, segundo a Comissão Europeia, deverá alcançar um crescimento modesto de 0,7%, o que resultará em contínuo desemprego, que atualmente se encontra em torno de 21%.

A persistente crise das dívidas nacionais é a causa principal do quadro entre os países da União Europeia; as políticas de austeridade fiscal, obrigadas para responder à crise, são causa subsequente. A obstinação política, deflagrada pela Alemanha, França e do BCE de manter as ditas políticas de forma inflexível tem sido, na opinião dos analistas, o maior obstáculo para a recuperação econômica na área do euro, que deveria ter começado ainda em 2011.

A grande questão é se essa previsão de mais sofrimento econômico, mais desemprego e menos riqueza poderá resolver-se de algum modo. Tal como se vem administrando a crise financeira, sobrará pouca margem de manobra. A incapacidade europeia em dar uma resposta à crise grega e a demora permanente de soluções, como a criação de um Tesouro europeu, desembocou no caos italiano, o que contou com a ajuda da inépcia do governo de Berlusconi. Hoje, a fraca linha que separa o euro de uma ruptura catastrófica é a intervenção do BCE comprando massivamente a dívida italiana.

A própria Alemanha não poderá seguir como a locomotiva da economia europeia. Segundo as previsões da Comissão Europeia, a primeira economia da União crescerá somente 0,8% em 2012, no lugar de 1,9% como prognosticavam os informes anteriores. Para 2013, a Comissão espera que a Alemanha cresça 1,5%. Em 2011, o PIB alemão cresceu 1,5% em comparação ao ano anterior.

As previsões europeias são piores do que as do governo alemão, que acredita num crescimento de sua economia de 1%. O certo é que a Alemanha escapará do risco de uma recessão que deverá atingir o conjunto da Eurozona. Os especialistas alemães calculam que o déficit de seu país, em 2012, ficará em torno de 1,3% do PIB, abaixo do limite de 3% fixado pelos tratados europeus; e de 0,7% em 2013.

China crescerá menos

Para a equipe de analistas do Citigroup, o crescimento chinês deve se tornar mais lento no médio prazo. De acordo com a análise feita pelo banco americano, o Produto Interno Bruto (PIB) da China irá desacelerar nos próximos anos. Os economistas destacam desafios como o menor número de pessoas com idade para atuar no mercado de trabalho e a redução dos ganhos de produtividade."Sem reformas estruturais importantes para melhorar a eficiência da alocação de recursos, o crescimento potencial pode cair abaixo de 8% por volta de 2015", estimam os analistas do Citigroup. Eles também adiantam que a economia chinesa poderá sofrer uma queda suave ainda no início de 2012, o que exigirá um esforço de política monetária do dragão asiático.

ARTIGO

Espaço para redução das taxas de juro

André Filipe Zago de Azevedo*

Em 2012, mais uma vez se espera um crescimento econômico maior nos países emergentes em relação aos países desenvolvidos, que estão envolvidos com sérios problemas fiscais e com uma política monetária que se encontra no que se convencionou chamar de "armadilha da liquidez", ou seja, as taxas de juros estão tão baixas na Europa, Japão e Estados Unidos que a política monetária perdeu a potência para afetar positivamente o nível de atividade econômica. Enquanto isso, o Brasil apresenta ainda muita gordura para queimar em termos monetários e fiscais, havendo espaço para reduzir as taxas de juros, especialmente com a economia mundial em desaceleração e uma decorrente menor pressão sobre a inflação. Em suma, os países desenvolvidos têm um espaço muito restrito para a utilização da política monetária e estão sendo forçados a adotar uma política fiscal mais austera, enquanto o Brasil ainda pode utilizar esses instrumentos para estimular a economia. Portanto, o crescimento econômico brasileiro deve se situar entre 3% e 3,5%, em 2012.

A inflação, medida pelo IPCA, fechou 2011 no teto da meta de inflação (6,5%) e deve continuar a declinar ao longo do ano, devendo se situar próxima ao centro da meta (4,5%) já em 2012, apesar da queda esperada da Selic para 9,5% ainda no 1º semestre, devido à menor pressão do item alimentos, em razão da queda dos preços das commodities e da nova pesquisa de orçamento familiar (POF), que passará a vigorar em janeiro.

"O Brasil apresenta ainda muita gordura para queimar em termos monetários e fiscais, havendo espaço para reduzir as taxas de juros, especialmente com a economia mundial em desaceleração"

A nova POF do IPCA dará um peso maior a produtos que têm apresentado uma menor elevação de preços nos últimos anos, tais como bens duráveis, e diminuirá o peso de itens que vinham tendo aumentos mais expressivos (como serviços domésticos e de educação).

O resultado da balança comercial, por sua vez, deve se contrair neste ano, em relação a 2011, pois os preços de boa parte das nossas exportações devem declinar neste ano e o maior crescimento da economia brasileira, em relação à maioria de seus parceiros comerciais, fará com que as importações brasileiras cresçam mais do que no resto do mundo. O crescimento maior das importações em relação às exportações reduzirá o superávit comercial brasileiro para abaixo de US$ 15 bilhões, em 2012.

Assessor econômico da Federasul e professor titular da Unisinos.

Ficou mais fácil **parcelar as dívidas**

Nova forma de pagamento de débitos pode ser a solução de muitas empresas que corriam o risco de exclusão do sistema; dívidas, segundo a Receita Federal, somam cerca de R$ 4 bilhões

Em mais uma tentativa do governo de facilitar a vida das empresas que fazem parte do Simples – sistema simplificado de pagamento de tributos –, desde o dia 2 deste mês, elas podem solicitar o parcelamento em até 60 vezes de seus débitos tributários. Hoje, segundo dados da Receita Federal, 600 mil pessoas jurídicas inscritas no Simples têm dívidas com o Fisco federal, estadual (ICMS) ou municipal (ISS), que somam cerca de R$ 4 bilhões.

Carlos Alberto dos Santos, diretor-técnico do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), afirmou a Empresa Brasil que o parcelamento de débitos pode representar a sobrevivência de muitos pequenos empresários que se beneficiam do Simples. Explicou que a manutenção no sistema e o pagamento de impostos trazem benefícios como a possibilidade de tomada de crédito oficial e a participação em licitações públicas, o que, segundo ele, facilita o acesso ao mercado.

Para Santos, o parcelamento dos débitos e ampliação dos valores do Simples Nacional contribuem para a melhoria do ambiente de negócios, o que considera um fator preponderante para o sucesso das empresas.

O executivo aproveitou para citar pesquisas recentes que mostram a redução da mortalidade de pequenos empreendimentos, devido ao desenvolvimento econômico, melhor preparação do empresários e melhoria do ambiente de negócios no Brasil.

O mais recente estudo do Sebrae, divulgado no final do ano passado, revelou que a taxa de sobrevivência das empresas – constituídas em 2006 no país – com até dois anos de atividade foi de 73,1%. O índice é superior à taxa das empresas abertas em 2005, que foi de 71,9%.

O diretor do Sebrae aponta ainda que a atuação do governo junto aos estados para dirimir os conflitos entre o ICMS e o Simples Nacional é fundamental para estimular e manter as empresas no mercado. As divergências dizem respeito à simplificação da concessão de alvará de funcionamento e licenciamento de empreendedores individuais e micro e pequenas empresas.

Foto: Bernardo Rebello

Santos, do Sebrae: " Manutenção das empresas no Simples Nacional traz benefícios como a possibilidade de empréstimos oficiais"

O parcelamento das dívidas das empresas optantes do Simples foi viabilizado por meio de uma instrução normativa da Receita Federal publicada no Diário Oficial da União no final de dezembro de 2011. Até então, não era possível parcelar os débitos, o que levou muitas empresas a serem excluídas do sistema.

O parcelamento foi aprovado pelo Congresso Nacional em 2011, junto com a ampliação das faixas de faturamento para enquadramento de micro e pequenas empresas no Simples Nacional. Com essa medida, o governo tenta evitar o aumento do número de empresas excluídas do sistema, o que geraria grande impacto econômico à sociedade, trazendo de volta à informalidade aquelas que não conseguiram pagar suas dívidas. Segundo dados da Fundação Getulio Vargas (FGV), de 2009, a movimentação dos trabalhadores informais, no Brasil, corresponde a 18,4% do Produto Interno Bruto (PIB).

É preciso evitar a morosidade na concessão dos pedidos

Entrevista com a advogada Naíla Gonçalves, coordenadora jurídica tributária do escritório Scalzilli.fmv, de Porto Alegre

Naila Gonçalves: "Legislação também permite a retomada de negócios de empresas excluídas do sistema em virtude de dívidas tributárias"

O parcelamento de débitos inclui somente as empresas enquadradas no Simples?

A possibilidade de parcelamento inclui não só as empresas que estão no sistema e que possuem algum débito, como também aquelas que foram excluídas em virtude de dívidas de natureza tributária, trazendo a muitos micro e pequenos empresários a possibilidade de retomar suas atividades e alavancar seus negócios.

Quais as perspectivas que se abrem para as empresas que não podiam reenquadrar-se no sistema?

Muitas empresas que tinham até 31 de janeiro de 2012 para realizar a opção pelo regime do Simples terão a chance de optar pelo parcelamento. Desta forma, a exigibilidade do débito fica suspensa, e como o reenquadramento possui efeitos retroativos ao início de janeiro, surge uma saída para diversas empresas.

O deferimento do parcelamento é rápido ou não?

A concessão e a administração do parcelamento serão de responsabilidade da Receita Federal do Brasil, da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), relativamente aos débitos inscritos em Dívida Ativa da União ou do Estado, Distrito Federal ou Município em relação aos débitos de ICMS ou de ISS. O órgão concessor definido poderá, em disciplinamento próprio, condicionar o deferimento do parcelamento à confirmação do pagamento tempestivo da primeira parcela, considerar o pedido deferido automaticamente depois de decorrido determinado período da data do pedido sem manifestação da autoridade ou estabelecer condições complementares, observada a prevista na Resolução nº 94/2011. Desta forma, será necessário aguardarmos os atos normativos que serão publicados pelos entes federados para que tenhamos uma ideia dos prazos de deferimento. Cumpre destacar que o contribuinte que realizar o pedido de parcelamento, fizer o pagamento da primeira parcela, bem como mantiver o pagamento das parcelas até o ato definitivo de deferimento e cumprir com as regras definidas pelo Comitê Gestor do Simples, estará garantindo no seu direito de permanecer no sistema simplificado.

Existem saídas judiciais para o parcelamento para as empresas com dificuldades de obter certidão negativa?

Os empresários que precisarem de certidão de regularidade de débitos, seja para participar de licitações, receber valores retidos enquanto a certidão não for emitida ou para obter financiamentos diversos, possivelmente precisarão buscar medidas judiciais. Na falta de uma definição rápida acerca do disciplinamento para deferimento do pedido, não podem os empresários que estão cumprindo com todas as regras impostas pela Resolução nº 94/2011 ser prejudicados pela morosidade ou desídia dos órgãos federados.

Para incluir novos débitos, a empresa devedora pode solicitar a suspensão do parcelamento em curso e iniciar um novo processo?

Para cada órgão concessor (RFB, Procuradoria, Estados e Municípios), serão admitidos até dois reparcelamentos de débitos do Simples Nacional constantes de parcelamento em curso ou que tenham sido rescindidos, podendo nesse momento ser incluídos novos débitos, concedendo-se novo prazo, observado o limite de 60 meses. Entretanto, devem os contribuintes observar algumas condicionantes expressas na Resolução 94/2011 e em cada regra a ser definida pelos órgãos concessores.

Foto: Arquivo FACIAP

Governador Beto Richa (E) e o presidente da Faciap, Rainer Zielasko, na assinatura do convênio

Paraná cria programas de capacitação de empreendedores

Por meio de um parceria entre a Faciap, o Sebrae e o governo do estado foram lançados programas com o objetivo de estimular novas perspectivas de desenvolvimento das micro e pequenas empresas

"O conhecimento muda o horizonte do empresário", atesta Henrique Liofho, proprietário do restaurante Okamoto na cidade paranaense de Londrina, situada a 369 km da capital Curitiba. O empresário foi um dos alunos da primeira turma de gestão empresarial do programa Bom Negócio, iniciativa que tem como foco a união entre a capacitação e o crédito acessível para promover o desenvolvimento regional no estado. Voltado para micro e pequenas empresas e para o empreendedor individual, o projeto busca incrementar a gestão das empresas do Paraná e, como resultado, a sustentabilidade dos negócios e geração de emprego e renda.

O programa, lançado em novembro de 2011, está sendo conduzido por meio da parceria entre a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná (Faciap), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae/PR), governo do estado e Associações Comerciais. "Queremos diminuir a mortalidade das empresas em seus primeiros anos de vida e permitir que as empresas cresçam. Isso vai beneficiar toda a economia do estado que ainda tem um PIB – Produto Interno Bruto – concentrado na capital", afirma Rainer Zielasko, presidente da Faciap.

O Bom Negócio inclui um curso gratuito de 66 horas que passa conceitos de planejamento, controle de estoque, fluxo de caixa, marketing e associativismo, por exemplo. Itens básicos e primordiais para o sucesso de um empreendimento. O treinamento, inicialmente, é custeado pelo Sebrae que também fornece os instrutores e material didático. À Federação e às Associações Comerciais, a partir de sua capilaridade,

cabe atrair o empresário, ceder o espaço para os cursos e monitorar os resultados do programa.

Atualmente, o projeto está em sua fase piloto com ações em Rolândia, Pato Branco, Palotina e Londrina, que formou a primeira turma do Bom Negócio no dia 14 de dezembro do ano passado. No município estão 17 mil das 600 mil micro e pequenas empresas do Paraná. "Para mim foi um ótimo negócio", reforça Henrique Liofho sobre o treinamento. Ele conta que abriu o restaurante de comida japonesa há sete anos e, até seis meses atrás, se dividia entre o emprego em uma operadora de telefonia, em São Paulo, e administração do seu negócio juntamente com sua irmã.

Hoje, Liofho começa a cobrir os custos de seu investimento e, por isso, resolveu se dedicar exclusivamente à sua empresa. "Senti a necessidade de ampliar meus conhecimentos na área de gestão, e o curso trouxe soluções imediatas a falhas que eu tinha na empresa", revela o empreendedor. Segundo ele, a organização de sua cozinha melhorou e já é possível trabalhar com estratégias mais direcionadas de marketing. Ainda para este ano, é meta do empresário implantar planilhas eletrônicas para controlar melhor as finanças e inscrever sua sócia no curso do Bom Negócio.

Foto: Josoé de Carvalho/Acil

Primeira turma de gestão empresarial do programa formada em Londrina

Crédito acessível turbina capital de giro

Na turma de Londrina havia cem empresários da área de serviços, comércio e profissionais liberais. Conforme o vice-presidente da Associação Comercial e Industrial de Londrina (Acil), Flávio Balan, há mais duas turmas agendadas para janeiro e fevereiro que devem qualificar mais 300 empreendedores. "Ainda existe muita falta de informação no segmento. Mais de 50% dos empresários ainda usam o cheque especial como capital de giro, pagando juros de 7% a 10% ao mês", informa Baldan, que é o responsável pela implantação do programa no município. Ele destaca que o acesso ao crédito deve ser acompanhado do conhecimento de como gerir esse recurso. "Tivemos uma grande procura na primeira turma, mas no início, mais de 90% dos alunos tinham interesse principalmente no crédito. Ao final, percebendo a importância do treinamento, muitos optaram por adotar as soluções primeiro para depois buscar o crédito," relata.

O acesso ao crédito subsidiado é o segundo passo do programa Bom Negócio. O Banco do Em-

preendedor – agência de fomento da iniciativa – vai oferecer financiamento de R$ 1 mil a R$ 300 mil a taxas de juros entre 0,58% e 1,1% ao mês, conforme necessidade e capacidade do empresário. O banco, gerido pela Fomento Paraná – ligada ao governo do estado, tem ao todo R$ 70 milhões voltados ao programa. Os empresários poderão usar o recurso para capital de giro, compra de equipamentos, saneamento fiscal etc. De acordo com o vice-presidente da Acil, os treinamentos contarão pontos na hora de buscar o financiamento. Segundo Balan, quanto mais cursos o empreendedor fizer maior será a facilidade em acessar o crédito, como forma de estimular a busca por qualificação.

Para todo o estado, a meta inicial é realizar 50 cursos no primeiro semestre de 2012 resultando na formação de 2,5 mil pessoas. Para isso, a Faciap está buscando o apoio financeiro do governo do estado. Zielasko prevê que até fevereiro a parceria estará fechada. O presidente da federação também enfatizou outras ações que juntamente com o Bom Negócio contribuirão para o desenvolvimento dos pequenos negócios paranaense.

Uma delas é a Sociedade Garantidora de Crédito, que começa a funcionar em algumas Associações Comerciais. A iniciativa é direcionada ao empreendedor individual que tem dificuldade de acessar financiamentos por falta de garantias. A sociedade funciona como um avalista concedendo uma carta que habilita o empreendedor a obter o recurso. A ação começa a funcionar no Oeste do estado em municípios como Toledo. Outra iniciativa em discussão é a cobrança de valor simbólico de mensalidade para os empreendedores individuais para que o grupo se associe a Associações Comerciais. "Assim, eles poderão participar de reuniões, palestras e outras ações das Associações. Dessa forma, os empreendedores vão entender cada vez mais que trabalhar junto, incentivar o associativismo é a melhor forma para crescer," completou o presidente da FACIAP.

Origem

O Bom Negócio é inspirado em experiência semelhante adotada pela Agência Curitiba de Desenvolvimento na capital do estado. Entre 2005 e julho de 2011, o projeto obteve grau de satisfação de 93,7% dos participantes. No período, mais 11 mil empreendedores foram certificados; 65 bairros foram atendidos e 40,9% dos empresários inseridos no programa tiveram aumento de renda familiar mensal.

Como funciona o programa Bom Negócio

- São oferecidos cursos de gestão empresarial com carga de 66 horas para micro e pequenos empresários e empreendedores individuais;
- Os treinamentos são realizados em parceria com Sebrae/PR que fornece instrutores e material didático;
- O Bom Negócio prevê também acesso a crédito subsidiado. O empresário interessado deve apresentar um plano de negócios e pode obter financiamento de R$ 1 mil a R$ 300 mil a juros de 0,58% a 1,1% ao mês;
- FACIAP e Associações Comerciais têm a função de reunir os empresários, ceder o espaço e monitorar os resultados do programa;
- O programa está sua fase piloto com ações nas cidades de Londrina, Rolândia, Pato Branco e Palotina;
- A meta é realizar 50 cursos com a qualificação de 2,5 mil pessoas no primeiro semestre de 2012.

Cresce o interesse do brasileiro pelo vinho

Fascínio pela bebida contribui para o aumento de seu consumo e abre espaço para a expansão de cursos e confrarias

Amantes de vinho são quarentões, empresários e homens? Certo. Não necessariamente. A bebida tem sido cada vez mais apreciada por mulheres e jovens e faz sucesso até nas redes sociais. Confrarias para mulheres e clubes de vinho se espalham no Brasil. Na levada dessa tendência, restaurantes e escolas de *sommelier* ganham espaço e conquistam mercados.

"Os vinhos brasileiros são muito bons. Nosso espumante é um dos melhores do mundo. O que faltava no país é cultura. Isso está mudando com o tempo", disse Eugênio Echeverria, diretor da The Wine School, escola que representa o Wine & Spirit Trust (WSET) no Brasil, Chile e Colômbia. Presente em todo o mundo há 42 anos e com sede em Londres, a WSET desenvolve cursos para profissionais nas áreas de vinho, licores e destilados, como também para o consumidor interessado em saber mais sobre as bebidas.

Radicado em São Paulo, o chileno Echeverria explica que a Associação do vinho ao bem-estar e saúde é uma das razões para o crescimento de seu consumo entre os brasileiros. E os dados do Instituto Brasileiro do Vinho confirmam o aumento da preferência pela bebida. De janeiro a novembro de 2011, a venda de vinhos finos cresceu 6%, somando um consumo de 18,3 milhões de litros no mercado nacional. O Ibravin estima que esse número deve chegar a 20 milhões depois de computados os dados de dezembro. As informações apuradas pelo Instituto referem-se ao Rio Grande do Sul, origem de cerca de 90% da produção brasileira de vinhos e derivados. A importação da bebida também cresceu em 2011. No período analisado, houve a entrada de 69,6 milhões de litros provenientes de outros países, expansão de 3,4%.

Segundo Echeverria, o país hoje oferece uma grande variedade de vinhos de diversos países e o brasileiro está aberto a prová-los. Com isso, a curiosidade sobre como comprar vinhos de melhor qualidade, saber degustá-los e harmonização

CONSUMO PER CAPITA DE VINHO
(LITROS POR ANO)

FRANÇA	49,65
ITÁLIA	43,90
PORTUGAL	42,51
ESPANHA	27,35
ARGENTINA	26,77
URUGUAI	20,36
CHILE	13,92
BRASIL	2

FONTE: Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) e Organização Internacional do Vinho (OIV, sigla em inglês)

Apesar do crescimento das vendas de vinho no Brasil, o consumo per capita em território nacional ainda está bem distante de tradicionais produtores e consumidores da bebida, como França, Itália e Argentina. Porém, o maior interesse do brasileiro por vinhos nacionais e importados mostra que há grande potencial de crescimento desse mercado no país.

com a comida tem levado o brasileiro a buscar mais conhecimento sobre o assunto. De acordo com o diretor da Wine School, 40% dos alunos fazem o curso por hobby e os outros 60% são profissionais da área. Do total de pessoas que já frequentaram as aulas, 50% são mulheres.

No início, a qualificação foi desenvolvida pela Escola para formar responsáveis pelo atendimento ao cliente na hotelaria e varejo. Porém, com a demanda, transformou-se em um curso para vários públicos envolvendo desde o conhecimento básico, intermediário e avançado para curiosos, quem já atua na área ou pretende começar na carreira.

Parcerias expandem cursos

Cursos oferecem maior qualificação ao consumidor

No Brasil, a Escola tem buscado parceria com enotecas, empórios e restaurantes para a realização dos cursos. Em Brasília, um desses parceiros é o restaurante Dom Francisco, tradicional casa instalada na capital federal há mais de 20 anos, que desde 2009 cede espaço para a qualificação da The Wine School. "A escola nos procurou pela tradição do restaurante em oferecer vinhos de qualidade. Fomos os primeiros a servir vinhos em taça em Brasília e a nossa adega já recebeu vários prêmios", conta Kerley S. Horikawa, proprietário de uma das unidades do Dom Francisco.

Segundo Horikawa, vale a pena investir em cursos desse tipo, já que Brasília é a terceira cidade no ranking de consumidores de vinhos de qualidade, atrás apenas do Rio Grande do Sul e São Paulo. "Nossos clientes estão buscando mais qualidade e demonstram mais conhecimento sobre vinhos. Quem frequentou os cursos ministrados no restaurante diz que é uma qualificação diferenciada. Além disso, é um ambiente descontraído com empresários, profissionais que trabalham com venda de vinhos e pessoas que buscam o curso por hobby." E o restaurante está antenado com o aumento do interesse do brasiliense pela bebida. A carta de vinhos é modificada a cada seis meses e os garçons fazem degustações semanais por meio de parceria com importadoras que trabalham com o Dom Francisco, além da continuidade dos cursos. O primeiro de 2012 está programado para o final de fevereiro.

"Há quase oito anos me tornei colunista de gastronomia, o que me exigiu um conhecimento na área de vinhos. Então, passei a estudar o assunto, participar de degustações, viagens e cursos," relata a jornalista Luciana Barbo, que participou do curso realizado no Dom Francisco no final do ano passado. Já a procuradora federal Margareth Ximenes buscou aprimoramento na área para tirar melhor proveito da satisfação de se degustar

um bom vinho. "Sempre gostei de vinho, mas fiz o curso para saber como escolher, comprar e harmonizar com a comida. Também aprendi como a bebida é produzida em quais regiões e as influências de fatores climáticos no tipo e qualidade, por exemplo", informa Margareth, que há quatro anos fez os cursos básicos e avançado da Associação Brasileira de Sommeliers de Brasília (ABS-Brasília).

A procuradora levou a sério seu gosto pela bebida. Há dois anos participa de um grupo de degustação que se reúne a cada 15 dias na capital federal. "Pagamos uma mensalidade e uma pessoa é responsável pela compra dos vinhos. A cada encontro um dos membros do grupo oferece um jantar em sua casa para degustarmos com a bebida", explica Margareth, que trouxe o namorado para o universo do vinho. A procuradora conta que ele também já fez o curso e viajou com ela para regiões produtoras do país. O plano agora é percorrer as rotas internacionais do vinho. A intenção é começar pela Argentina e Chile no próximo carnaval.

A ABS, instituída em 1983, realiza cursos, degustações e promove viagens e jantares de harmonização. No passado, a seccional de Brasília, instalada há dez anos, organizou, por exemplo, 71 degustações com 903 participantes; nove cursos básicos e quatro avançados; duas viagens internacionais a Borgonha e Champagne (França) e Chile e Argentina. Em 2012, a entidade, além das ações mencionadas, dará continuidade ao curso de 300 horas para profissionais, uma espécie de pós-graduação, ministrado em parceria com uma faculdade de Brasília. A Wine School, que já formou mais 3 mil pessoas em diferentes níveis de conhecimento, tem agendados cursos em algumas capitais do país (São Paulo, Recife, Porto Alegre, Salvador, Florianópolis, Belo Horizonte, Brasília, Natal, Cuiabá, Rio de Janeiro) e interior (São José dos Campos – SP –, Bento Gonçalves – RS – e Uberlândia – MG).

Outra forma de investir na afinidade com a bebida é por meio de clube de vinhos. No Brasil, a Sociedade da Mesa, o maior do país, foi criado em 2002 e conta com 10 mil associados. Por meio do clube, o associado recebe, mensalmente, de quatro a seis garrafas de rótulos selecionados a preços mais baixos que os encontrados no mercado. Em média, a garrafa sai a R$ 38. Os interessados podem se inscrever pela internet e juntamente com a remessa de vinhos recebem uma revista com fichas de degustação, reportagens, notícias e informações sobre a bebida. A Sociedade da Mesa também promove viagens a regiões produtoras.

Wine School reuniu adeptos em Belo Horizonte em setembro de 2011

Confrarias e redes sociais incrementam vendas

As mulheres estão mesmo se reunindo em torno do vinho. Há oito anos, foi criada a Confraria Amigas do Vinho, para proporcionar encontros entre as fãs da bebida. Hoje, são mais de 8 mil participantes em todo o país, entre consumidoras apaixonadas e esporádicas a *sommeliers* e enólogas. A confraria virtual organiza encontros mensais para degustação e jantares de harmonização. A adesão é gratuita e as "confreiras" arcam apenas com as despesas de consumo quando se reúnem.

Os eventos são realizados, normalmente, em restaurantes de várias cidades brasileiras, que têm presidentes das confrarias responsáveis pela organização, já que a sede fica no Rio de Janeiro. Em datas especiais como Dia Internacional da Mulher e na confraternização de final de ano, homens também são convidados a participar. Aí, entram maridos, namorados, *chefs* de cozinha e importadores.

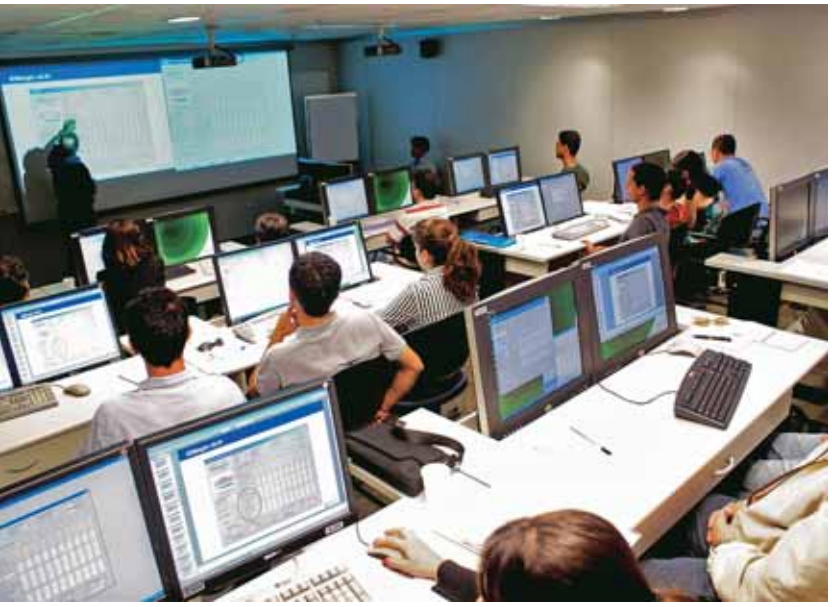
Outra forma de sucesso para expandir o consumo de vinho no país é por meio de redes sociais. A Wine School está apostando na popularização do Facebook e lançou sua loja virtual na rede, a primeira do país. Os consumidores digitais e frequentadores assíduos do Facebook podem buscar a bebida por país, tipo de uva, seleção, além de acessar dicas de *sommeliers* e interagir sem sair da rede social. Em menos de um ano, quase 8 mil pessoas curtiram a página.

Serviço:

- www.sociedadedamesa.com.br
- www.thewineschool.com.br
- www.abs-brasilia.com.br/abs/
- www.amigasdovinho.com.br
- www.domfrancisco.com.br

A febre das **universidades corporativas**

Programas educacionais são voltados para áreas críticas da empresa, com treinamentos relacionados a educação de gestores, força de vendas e desenvolvimento gerencial, entre outras



Preocupadas com o acirramento da competição no mercado, cada vez mais empresas, no Brasil, vêm investindo na educação corporativa, cujo principal objetivo é evitar que seus executivos se desatualizem e percam a capacidade de exercer a profissão com competência e eficiência. O fortalecimento dessa tendência resultou na criação das chamadas universidades corporativas, as quais podem funcionar nas instalações das próprias empresas ou por meio de convênio com outras instituições de ensino.

A primeira no mundo a lançar o conceito de escola empresarial foi a montadora General Motors, ao criar, em meados de 1927, a General Motors Engineering and Management Institute (GMI). Atualmente, as universidades geridas por empresas são uma verdadeira febre nos Estados Unidos e Europa. No Brasil, a primeira universidade corporativa foi criada em 1992 pelo grupo Accor, voltada para a profissionalização de trabalhadores, principalmente nas áreas de hotelaria e administração de serviços de alimentação.

Os mais de cem cursos oferecidos aos colaboradores da Accor vão desde a alfabetização à pós-graduação e MBA. Eles são realizados por consultores internos e externos, colaboradores que são preparados para lecionar determinados programas e profissionais contratados por meio de parcerias com instituições de ensino como a Fundação Getulio Vargas (FGV).

Entre os principais *cases* de sucesso no país estão as companhias: Petrobras, Vale, Natura, Ambev, Siemens, Caixa Econômica Federal (CEF), Banco do Brasil, Citibank, Embratel, Volkswagen, Fiat, Carrefour, Algar, Motorola, McDonald's, Grupo Accor e Coca-Cola.

Como as universidades corporativas, em sua maioria, fazem parte do foco principal das áreas de RH, os programas educacionais são voltados para a identificação das áreas críticas da empresa, com treinamentos relacionados à educação de gestores, técnicas gerenciais, força de vendas, desenvolvimento gerencial, formação de sucessores, fidelização de clientes, tecnologia da informação, certificação de fornecedores e outros. Quando há a parceria com instituições de ensino superior, o colaborador percebe os créditos acadêmicos como um incentivo à sua carreira profissional, o que o leva a almejar novos postos de trabalho, inclusive em outras companhias.

Entre os benefícios da universidade corporativa, segundo André Saito, coordenador acadêmico da FGV, ela promove a gestão do conhecimento organizacional, reforça os valores da empresa e melhora sua imagem institucional. "A sociedade do conhecimento valoriza principalmente a capacidade de raciocínio de cada indivíduo, desenvolvendo atitudes, estimulando a criatividade e a proatividade, pontos fundamentais da educação corporativa", ressalta.

Quase todos os funcionários da Petrobras passam por cursos de formação

Uma das empresas pioneiras no Brasil, a Universidade Petrobras é responsável pelo treinamento e desenvolvimento das competências necessárias dos empregados da companhia. Todos os dias, cerca de mil pessoas são treinadas nas unidades do Rio de Janeiro e Salvador. Em 2010, a Companhia investiu R$ 161,3 milhões no desenvolvimento dos seus empregados e teve mais de 218 mil participações de empregados em cursos de formação e educação continuada, no Brasil ou no exterior. Somente para desenvolvimento em programas no exterior foram destinados mais de R$ 19 milhões.

A Universidade Petrobras (UP) é dividida em cinco escolas: de Exploração e Produção, de Abastecimento, de Gás e Energia, de Engenharia e Tecnologia, de Gestão e Negócios e a Escola Técnica, para profissionais técnicos de nível médio. Em 2010, a UP ministrou cerca de 2.500 cursos diferentes.

Quase todo funcionário que entra na companhia passa por um curso de formação na Universidade Petrobras ou na unidade onde vai atuar. Os cursos têm duração de duas semanas a um ano inteiro de aulas, dependendo do cargo. Engenheiros passam um ano em sala de aula, e administradores de empresas, quatro meses, por exemplo. As aulas na Universidade Petrobras são de segunda a sexta-feira, em período integral e incluem provas semanais. Todas as 20 carreiras de nível técnico e as 36 de nível superior possuem cursos de ambientação na Universidade ou na sua unidade. Os cursos de formação ministrados na Universidade, com duração superior a quatro meses, contemplam 23 carreiras de nível superior e três de nível técnico.

Em 2010, a Petrobras investiu R$ 161,3 milhões no desenvolvimento dos seus empregados

Um MBA na pauta da Federasul

Em conjunto com a HSM, a Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul (Federasul) iniciou estudos de viabilidade para a implantação de universidade corporativa. A ideia é oferecer às empresas e às associações comerciais filiadas centros de formação profissionais de diversos níveis, inclusive MBA. "Estamos na fase de projeto. Ainda não levantamos os custos e os produtos a serem oferecidos, mas essa é uma tendência em todo o mundo à qual devemos nos engajar", afirmou Ricardo Russowsky, coordenador da Divisão de Educação da Federasul, que também atua como vice-presidente da entidade.

De acordo com o dirigente, a criação de universidades corporativas reflete uma necessidade de qualificação de recursos humanos, dada a crescente evolução dos mercados. "Trata-se de uma reação espontânea das corporações em função dos novos desafios. As soluções se criam a partir das necessidades, e as universidades corporativas fazem parte dessa nova realidade empresarial", destacou. A meta da Federasul é colocar a universidade em operação ainda no primeiro semestre de 2012.

"As soluções se criam a partir das necessidades", diz Ricardo Russowsky

Novo salário mínimo vai beneficiar pequenos negócios

A partir de fevereiro, 48 milhões de brasileiros com renda vinculada ao mínimo vão colocar no mercado mais R$ 47 bilhões; os segmentos empresariais que atendem as classes D e E serão os mais beneficiados

No próximo mês, mais de um quarto da população brasileira terá seus contracheques mais abastecidos. O novo salário mínimo de R$ 622, em vigor desde 1º de janeiro, alcança 48 milhões de pessoas, segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese). O reajuste de 14,1% vai injetar R$ 47 bilhões na economia nacional, também de acordo com o Dieese. A renda extra, que representa aumento real de 9,2% – acima da inflação de 6,5% apurada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2011 –, deve estimular os pequenos negócios.

O ganho no salário mínimo será positivo para o varejo em tempos de desaceleração da economia em virtude da crise financeira internacional, na visão do presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), Rogério Amato. "Esse dinheiro a mais no bolso do consumidor vai entrar no mercado, principalmente, pelos supermercados, na

compra de alimentos, roupas e variedades. Com a redução do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) para a linha branca e novos incentivos ao crédito, o novo mínimo poderá atingir positivamente, ainda que com menor força, também o setor de eletrodomésticos e eletroeletrônicos", opina Amato.

O presidente da Associação Comercial do Pará (ACP), Sérgio Bitar, também enxerga ambiente favorável ao empresariado com o reajuste do mínimo. "Esse aumento trará um impacto positivo, especialmente, nos segmentos empresariais que atendem as classes 'D' e 'E', que serão diretamente beneficiadas", avalia. Bitar não acredita em aumentos expressivos nos caixas das empresas em decorrência do novo patamar de salário. "As micro e pequenas empresas que têm proporção maior de trabalhadores nessa faixa salarial terão um aumento de custos mais substancial, porém nada que preocupe", afirmou.

Em contrapartida, tanto o presidente da Facesp como o da ACP demonstram preocupação com a inflação, que avançou em 2011, e com o choque nas contas públicas. O novo mínimo representará gastos de R$ 23,9 bilhões para o governo, a maior parte – R$ 15,3 bilhões – em decorrência do pagamento de benefícios da Previdência Social. "É preciso ficar atento ao impacto nas contas públicas num momento de instabilidade da economia mundial", alerta Rogério Amato. "Nos preocupa o impacto nas contas públicas das prefeituras, principalmente nas menores, assim como no déficit previdenciário, que é um problema sério e está sendo postergado, podendo ser grande empecilho ao crescimento da economia brasileira nos próximos anos. Basta vermos que parte da crise da Europa tem como pano de fundo o déficit fiscal", acrescenta o presidente da ACP.

Foto: Associação Comercial de São Paulo

Amato: "Novo mínimo vai estimular o varejo em tempos de desaceleração da economia"

Apesar da maior pressão no orçamento governamental, o reajuste do salário mínimo também vai resultar em maior arrecadação de impostos. O Dieese calcula que serão recolhidos mais R$ 22,9 bilhões este ano devido ao aumento do consumo causado pela renda extra da população. Além disso, em 2012, o governo vai arrecadar mais com a alta das alíquotas de IPI de cigarros e bebidas. No estado de São Paulo, lembra o presidente da Facesp, o novo regime tributário do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias) poderá compensar os gastos extras do governo local.

Cálculo do reajuste

O salário mínimo é reajustado com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (INPC) do ano anterior mais a variação do Produto Interno Bruto (PIB) de dois anos antes. Ambos os índices são calculados pelo IBGE. A regra é válida até 2015, de acordo com a Lei nº 12.382 em vigor desde março de 2010. Esses critérios de aumento do mínimo, porém, já são adotados desde 2007. Os novos valores do salário são oficializados todos os anos por meio de Medida Provisória aprovada no Congresso Nacional.

Raio X do salário mínimo

- Reajuste de 14,1% em 2012, alcançando R$ 622
- Aumento de R$ 77 em relação aos R$ 545 vigentes em 2010
- Injeção de R$ 47 bilhões na economia
- Benefício direto a 48 milhões de brasileiros
- Aumento real de 9,2%
- Impacto de R$ 23,9 bilhões nas contas públicas
- Correspondente a R$ 20,73 por dia e R$ 2,83 por hora de salário

MPEs podem ficar fora dos negócios da Copa e das Olimpíadas

Boa parte das empresas ainda depende da regulamentação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa para ter acesso às compras a serem feitas pelos governos

Bernardo Rebello/Agência Sebrae

Às pequenas empresas é dada preferência em caso de empate com uma companhia de maior porte

Os grandes eventos esportivos que vão tomar conta do Brasil em 2014 e 2016 prometem gerar alguns milhões de dólares em investimentos em obras, contratação de serviços e também em retorno devido aos gastos feitos pelos visitantes. No entanto, a Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016 no Rio talvez não representem oportunidades iguais para todos os empreendedores. Muitas empresas de micro e pequeno portes ainda dependem da regulamentação da Lei Complementar nº 123/2006, a chamada Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, para ter acesso ao tratamento diferenciado em compras feitas pelos governos federal, estadual e municipal e que está garantido pela nova legislação.

Para se ter uma ideia do impacto de um megaevento esportivo, em Londres, onde será realizada a Olimpíada em 2012, mais de 10 mil empresas do Reino Unido forneceram todo o tipo de material e serviços ao Centro Olímpico, desde componentes de concreto e aço até plantas – como informa a revista O Empreiteiro em sua edição de novembro. As empresas interessadas deveriam se registrar em site específico na internet para concorrer às oportunidades públicas e privadas de negócios ligados aos Jogos Olímpicos. O Parque Olímpico de Londres foi construído em uma área de 246 hectares – do tamanho do Hyde Park – para instalação dos equipamentos esportivos para as diferentes modalidades em competição.

Se os súditos da Rainha já podem se orgulhar da sua infraestrutura para o megaevento, aqui no Brasil há vários desafios a serem vencidos ainda para a Copa de 2014. Um deles refere-se à demora na regulamentação da lei que pode facilitar o ingresso de micro e pequenos empresários no mundo dos negócios. Sancionada pelo presidente Lula em 14 de dezembro de 2006, a Lei Complementar nº 123/2006 acena com vantagens para os pequenos negócios nas compras públicas. Uma delas é a exclusividade nas aquisições até R$ 80 mil e subcontratação de até 30% do valor licitado nos grandes contratos. Às pequenas empresas também é dada preferência em caso de empate com uma companhia de maior porte, além de tratamento diferenciado na contratação de financiamentos.

Foi estabelecido o prazo de um ano, depois da sanção da lei, para que estados e municípios regulamentassem o texto e providenciassem a adequação de suas licitações às novas regras. Mas como não houve a fixação de qualquer penalidade para o descumprimento, nem todos trataram de promover logo a regulamentação da lei. Com isso, segundo levantamento do Sebrae, 33% dos municípios brasileiros ainda não regulamentaram o texto.

O estado mais atrasado é também o mais rico do país. Pelos dados, em São Paulo, dos 645 municípios, a regulamentação da Lei Complementar nº 123/2006 foi providenciada por 283, representando um índice de 43,88%, o mais baixo do país. Em cinco estados – e também no Distrito Federal – a lei está regulamentada na totalidade de seus municípios – Espírito Santo, Mato Grosso, Rio de Janeiro, Acre e Santa Catarina.

Entrevista com Bruno Quick - Gerente de Políticas Públicas do Sebrae

A lei completou cinco anos em 14 de dezembro e ainda não foi regulamentada em muitos estados e municípios. Quais são as consequências dessa demora?

Nos municípios e estados onde falta regulamentação, as micro e pequenas empresas ficam privadas de alguns direitos ou deixam de ter acesso aos benefícios e estímulos previstos na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. É um prejuízo que se reverte para toda a sociedade e para os próprios governos, em especial por conta do desenvolvimento que não é promovido como poderia e da não concretização de perspectivas de geração de emprego e renda.

Qual é a participação das micro e pequenas empresas nas compras públicas? Levantamentos estimam que estados e municípios compram em torno de R$ 400 bilhões/ano e as pequenas respondem por apenas 20% desse montante. Esses valores podem aumentar tendo em vista a realização das Olimpíadas e da Copa do Mundo no Brasil?

Hoje, as estatísticas sobre compras governamentais são limitadas até pela falta de regulação e implementação dos programas estaduais e municipais de compras. No caso do governo federal, a participação das micro e pequenas empresas saltou de R$ 2 bilhões, em 2006, para quase R$ 15,9 bilhões em 2010, indo de 8% para 28%. Podemos citar, ainda, Sergipe, cujas compras de micro e pequenas empresas superam 50% do total, e o município de Cariacica (ES), onde esse segmento responde por 60% da participação. Portanto, se além do governo federal, todos os estados e municípios, todas as empresas da administração indireta e direta e autarquias e de capital misto adotarem a política, seria possível chegar a percentual de 30% nesse total de R$ 400 bilhões, um mercado equivalente a R$ 120 bilhões. Com os adventos da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos, esse potencial será ampliado. E, para garantir essa possibilidade, a legislação que criou o Regime de Contratação Diferenciada, o RDC, faz menção expressa ao tratamento diferenciado previsto pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, garantindo, assim, a preferência para os pequenos negócios.

Se as micro e pequenas empresas não puderem participar das licitações por conta da falta de regulamentação da lei, podem recorrer à Justiça?

Os empresários, por meio das associações comerciais e empresas, devem zelar pelos seus direitos e contar com os poderes executivo e legislativo e órgãos de controle e fiscalização como parceiros para efetivação dos direitos das empresas e dos cidadãos que são beneficiados pelo processo de desenvolvimento.

Qual é a orientação do Sebrae sobre esse assunto?

Para as associações comerciais e empresariais, que conheçam profundamente o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, mais conhecido como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, e que saibam com clareza quais as atribuições dos governos estaduais e municipais. É preciso também que designem um grupo de representantes da entidade para cuidar do assunto e que esses definam uma estratégia de atuação para efetivação dos benefícios em seus municípios e estados, em especial quanto à preferência nas compras governamentais. São necessárias medidas práticas, como a preferência definida nos editais, o treinamento dos compradores públicos e a permanente atualização dos cadastros de fornecedores, além de ampla divulgação das oportunidades de negócios para as empresas e empreendedores. As associações têm um papel fundamental para mobilizar e orientar os empresários, que devem se cadastrar como fornecedores e promover a própria qualificação.

"Compras do governo federal das micro e pequenas empresas estão em evolução", diz Bruno Quick, do Sebrae

Audiência realizada em Mato Grosso durante a Semana Nacional de Conciliação de 2011

CNJ garantiu **maior acesso à Justiça** nos últimos seis anos

Parceira da CACB na disseminação de alternativas extraprocessuais como a conciliação e a mediação, a entidade conferiu legitimidade à iniciativa. Cerca de 3 milhões de pessoas foram beneficiadas nas semanas da conciliação

Redução de custos, celeridade e pacificação social são vantagens proporcionadas pelos Métodos Extrajudiciais de Solução de Controvérsias (MESCSs) hoje reconhecidas pelo Judiciário, especialistas e por quem já se beneficiou de alternativas como a conciliação e a mediação. Desde a instalação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em junho de 2005, a disseminação desses métodos extraprocessuais se tornou realidade em todas as regiões do país e ganhou força com parcerias como a instituída desde 2010 com a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Criado para adotar ações que contribuam com uma maior eficiência do Judiciário, o CNJ tem permitido que mais pessoas tenham acesso à Justiça no Brasil. Para colocar essa diretriz em prática, por exemplo, foram organizadas seis edições da Semana Nacional da Conciliação entre 2006 e 2011. Nos eventos o atendimento chegou a mais de 3 milhões de pessoas em todo o país que tinham litígios em tramitação nos tribunais. Foram, ao todo, realizadas 1,5 milhão de audiências, que resultaram em 738 mil acordos com valores homologados de R$ 4,5 bilhões.

Os dados fazem parte de um balanço divulgado pelo comitê organizador do Movimento Nacional pela Conciliação, ligado ao CNJ. A iniciativa consiste

no esforço concentrado de audiências de conciliação nos tribunais durante uma semana sempre realizada entre os últimos dias de novembro e os primeiros dias de dezembro. Somente em 2011, números do CNJ apurados em 53 tribunais até 9 de dezembro apontam a homologação de acordos que totalizam quase R$ 1 bilhão em 339 mil audiências. Nessa sexta edição da Semana Nacional da Conciliação, a CACB e o Sebrae foram convidados pelo Conselho a participarem em quatro capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Campo Grande e Belo Horizonte. A presença do CACB e do Sebrae reforça a parceria com o CNJ com o objetivo de unir esforços para institucionalização de uma política pública nacional de acesso à Justiça.

Para o conselheiro José Roberto Neves Amorim, coordenador do Movimento Nacional pela Conciliação, as atividades do CNJ têm contribuído para mudança de paradigma no país. "Nas faculdades de Direito, os alunos aprendem só a se defender e esquecem um pouco da conciliação, da arbitragem, da mediação. Estamos mostrando esse outro lado, para que possamos ter mais paz social. Por isso, a Resolução nº 125 do CNJ determinou o desenvolvimento de centros permanentes voltados para esse tipo de atendimento aos cidadãos", enfatizou Amorim.

Política Nacional de Conciliação

A Resolução nº 125, de novembro de 2010, representa um marco para a difusão desse tipo de alternativa extrajudicial ao instituir a Política Nacional de Conciliação. A função primordial da política é fazer valer o princípio constitucional do acesso à Justiça expresso no artigo 5º da lei maior do país. Por determinação da resolução, foram criados os núcleos de conciliação nos tribunais de Justiça espalhados por todo o país, que são os locais de atendimento mencionados pelo conselheiro do CNJ. Hoje, esses centros estão presentes em 22 estados, além do Distrito Federal, localizados em tribunais federais, estaduais e da justiça do trabalho.

"A CACB apoia a legitimidade da resolução 125, que norteia os núcleos de conciliação como um divisor de águas dentro do rito processual para desafogar os tribunais de Justiça e disseminar os Métodos Extrajudiciais de Solução de Controvérsias", destaca Valério Figueiredo, coordenador nacional da CBMAE/CACB (Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem). Além das iniciativas do CNJ, a Confederação e o Sebrae contribuem com a Política Nacional de Conciliação com a instalação de Postos Avançados de Conciliação Extrajudiciais (Paces).

Atualmente existem 35 postos em funcionamento ou com a instalação autorizada, 26 deles em Minas Gerais. Os outros Paces estão localizados nos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul, Santa Catarina, Acre, Alagoas e Goiás. O primeiro posto foi inaugurado em 2008 na capital paulista. O local funciona como uma extensão do Judiciário e tem a função central de promover o diálogo entre as partes envolvidas, resultando em acordos por meio de audiências de conciliação. A meta do CBMAE é instalar mais 20 postos em 2012 e realizar dois mutirões de conciliação empresarial. De acordo com o coordenador Valério Figueiredo, também consta no plano de trabalho para este ano o estreitamento da relação com o CNJ e a consolidação da participação da entidade na Semana Nacional da Conciliação.

"Estamos chegando à conclusão de que as alternativas de resolução de conflito são a solução para o poder Judiciário, deixando-se aquela tradicional, com o juiz fazendo processos e conferindo sentenças, para os problemas que não possam ser resolvidos entre as partes", concluiu a corregedora nacional de Justiça, ministra Eliana Calmon.

Os números do CNJ na Política Nacional de Conciliação

- Realização de seis edições da Semana Nacional da Conciliação
- Homologação de R$ 4,5 bilhões em 738 mil acordos, resultado de 1,5 milhão de audiências durante os seis eventos realizados anualmente entre 2006 e 2011
- Atendimento a 3 milhões de pessoas que tinham litígios em tramitação nos tribunais durante os eventos
- Acompanhamento e apoio à criação de núcleos de conciliação em 22 estados e no Distrito Federal

Fotos: O Padeiro de Sevilha / Divulgação

Novo conceito de padaria **atrai mais clientes**

Introdução do fast-food e de novos produtos amplia fonte de receitas e cria novo tipo de negócio

Esqueça as padarias de antigamente. Com as exceções de praxe, o que prevalece hoje é um novo tipo de negócio. A estratégia agora é ampliar a oferta de produtos e serviços com o objetivo não somente de manter a clientela tradicional, mas também aquela que vai ao ponto de venda para consumir uma variedade de pães, lanches e doces, em muitos casos produzidos ali mesmo na frente do freguês.

Resultado: depois do fechamento de mais de 8 mil padarias nos anos de 1990, o setor está em evolução. Em 2010 houve um crescimento de 13,7% nas vendas em comparação ao ano anterior, com um faturamento de R$ 56,3 bilhões, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip), que ainda não concluiu o levantamento do exercício de 2011.

Além do aumento da oferta de produtos, o consumidor começa a ser despertado para os sabores de pães especiais e por aqueles que até então eram conhecidos apenas por aficionados por padarias francesas. Com opções que incluem baguetes, croissants, brioches, pain au chocolat, entre outros, muitas padarias brasileiras estão abandonando passo a passo as influências portuguesas e italianas que até então prevaleciam.

"A padaria pode ser uma excelente opção de investimento. O negócio pode se consolidar rapidamente se o conceito for ao encontro das necessidades do público-alvo, com soluções simples para o gosto das pessoas. Mas uma eternidade, podendo até desaparecer, se o dono não der prioridade à qualidade dos produtos e serviços", ensina Mauricio Machado, dono do Padeiro de Sevilha, de Florianópolis, considerada pela revista Panificação Brasileira uma das 100 melhores padarias do Brasil.

O segmento de panificação, composto em sua maioria por pequenas empresas, segundo a Abip, movimenta a cada ano cerca de R$ 50 bilhões, correspondente a 2% do PIB nacional. São 63,2 mil padarias espalhadas por todas as partes do Brasil, que geram 758 mil

Alexandre Pereira Silva: "As padarias criaram um novo espaço de convivência"

empregos diretos e 1,8 milhão de indiretos.

Na visão do presidente da Abip, Alexandre Pereira Silva, o aumento do consumo e a busca por diferenciais por parte dos consumidores contribuem para que as padarias se reformulem. Por isso, é preciso investir num novo modelo de loja que valorize os produtos. "Precisamos reconhecer no fast-food e em outros serviços uma oportunidade de crescimento, com novos conceitos. Tornou-se tendência oferecer café da manhã, almoço, cafeteria, chocolataria, conveniência e delivery, tornando a padaria um espaço de convivência."

De acordo com Silva, o setor precisa avançar muito, dado que somente um terço dos estabelecimentos apresentam uma situação de equilíbrio. "Ocorre que 70% das empresas do setor, ou seja, cerca de 40 mil padarias, enfrentam dificuldades para sobreviver. A redução de impostos é a melhor resposta para revitalizar esse segmento", afirma ele.

Abip lembra que o consumo brasileiro per capita de pão é ainda acanhado. De fato, a média brasileira é de pouco mais de 30 quilos por ano (menos de dois pães por dia), enquanto a recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS) – órgão das Nações Unidas – recomenda praticamente o dobro: 60 quilos por habitante/ano, ou seja, mais de três pães por dia.

O Padeiro de Sevilha, de Florianópolis, fatura 85% de suas receitas com produtos próprios

As atrações de O Padeiro de Sevilha

Sempre ligada na inovação, a padaria O Padeiro de Sevilha, de Florianópolis (SC), surpreende até mesmo na web, onde aparece com um site totalmente anticonvencional. Fundada em 1994 por Maurício Machado, em um espaço de 70 m², ela chamou logo a atenção dos clientes pelo fato de ser a primeira padaria "ao vivo" de Florianópolis, ou seja, as áreas eram unidas e o cliente podia ver totalmente a produção, sem vidros ou barreiras. Com oito funcionários, era uma típica padaria dos velhos tempos.

Em uma radical transformação, em 2009 introduziu três novos e revolucionários conceitos: o autosserviço total, em que o cliente escolhe como quer ser servido – se por atendentes, se por ele mesmo –, sem senhas nem filas; a mesa comunitária, de 11 metros, em que é possível acomodar amigos e familiares, além de servir para uma experiência de socialização diferente; e direto do forno, onde a maioria dos produtos são assados na frente dos clientes. "A combinação desses três novos conceitos reforçou a identidade inovadora e de vanguarda da empresa, pontuando um marco do setor em Santa Catarina", relata Machado.

Hoje, com 32 funcionários, a padaria fabrica a totalidade de seus produtos, os quais representam 82% do faturamento da empresa. "Quanto mais simples o produto, maior o lucro. Ou seja, produtos com variados recheios tendem a dar menor retorno, enquanto que produtos cujo principal ingrediente é a farinha dão excelente retorno."

Com um crescimento de 25% em média nos dois últimos anos, o que deve repetir-se em 2012, a empresa obtém 50% de suas receitas da venda direta de seus produtos, com o restante de food service. "A cada dia, os consumidores têm menos tempo para o preparo de refeições no lar e optam por comer fora de casa. As padarias oferecem grande variedade de produtos para todos os gostos, e vêm se tornando uma opção cada vez mais atraente", ressalta Machado.

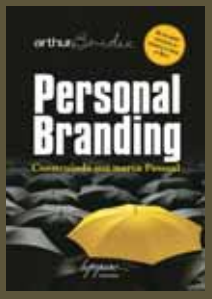
Como gerar valor à **marca pessoal**

Uma das poucas obras de autores nacionais sobre o gerenciamento técnico de marcas pessoais, o livro Personal Branding - Construindo sua Marca Pessoal, de Arthur Bender, lançado no ano passado pela Editora Integrare, vem recebendo crescente receptividade do mercado. Especialista em estratégia e branding, com mais de 20 anos de atuação no setor publicitário, o autor concedeu a seguinte entrevista a Empresa Brasil.

Quais são os pontos que considera imprescindíveis na formação de uma marca pessoal?

O ponto maior que permeia todo o livro e que considero vital para uma marca pessoal bem-sucedida é a construção de uma reputação sólida. Este deve ser o objetivo maior de toda e qualquer marca. E isso passa por um processo complexo, com muitas variáveis de longo prazo e que devem ser sempre consideradas, como, por exemplo, o reconhecimento e a longevidade. Uma marca forte precisa ser reconhecida e valorizada. Isso envolve qualidade da visibilidade, o significado percebido no mercado e a capacidade de gerar valor ao longo do tempo para se sustentar e perpetuar valor.

> "O desafio não é mais conquistar visibilidade, mas gerenciar a qualidade da exposição"



Quais as variáveis que surgiram nesses últimos anos e que contribuíram para facilitar o desenvolvimento de uma marca pessoal?

O que mudou significativamente nesses últimos anos foi a possibilidade de veículos e ferramentas para ampliar a exposição da marca pessoal. As inúmeras possibilidades que temos hoje de sermos conhecidos inverteram o processo de conhecimento da marca. Enquanto no passado o desafio era ser visto e falado, hoje é gerenciar "como estão lhe percebendo e falando de você". O desafio não é mais conquistar visibilidade, mas gerenciar a qualidade da exposição. Ou seja, o objetivo passou a ser a qualificação da exposição para garantir valor para a marca no médio e longo prazos.

A presença no Facebook é imprescindível para quem deseja fortalecer sua marca pessoal?

Não acho imprescindível a presença no Facebook, porque existem inúmeras outras formas de estar visível para o seu mercado. Mas tudo depende de quem é o seu mercado e do que é valor para ele. Em alguns casos eu diria que, bem gerenciado, pode ser um aliado muito importante na construção da imagem no mercado. Sempre lembrando que tudo depende do que quero informar e da imagem que pretendo construir. O problema aqui é que as pessoas não têm ideia da imagem que possuem nem da imagem que gostariam de construir, e as páginas viram uma ferramenta de esquizofrenia de marca que só confunde, gera ruído e destrói valor. Minha dica é: enquanto você não tem um plano e nem clareza de quais atributos está construindo para a sua marca pessoal, não tenha um perfil exposto na rede.

E o blog?

Um blog pode ser uma plataforma *online* valiosa para a construção da sua marca pessoal. Exige disciplina e, principalmente, foco para que não vire uma ferramenta esquizofrênica de marca que dispara sinais para todos os sentidos. Os blogs não fascinam mais as gerações mais novas, mas continuam sendo ferramentas importantes para a construção de conteúdo em torno da marca. Isso é vital para que a audiência possa reconhecer a singularidade e o valor da marca. Enquanto o Twiter só permite 140 caracteres e transforma tudo em *high-lights*, o blog permite uma reflexão mais consistente, permite explorar mais o conteúdo e uma exposição muito mais qualificada. Mas tudo depende de quem é o seu público e o que é valor para ele.

Burocracia e **desenvolvimento**

Rogério Amato*

Uma das condições necessárias, embora não suficientes, para promover o desenvolvimento de um país é a estabilidade das regras, que é essencial para oferecer aos agentes econômicos um quadro de referências que lhes permita realizar investimentos que, no geral, se baseiam em um horizonte de longo prazo. Mudanças frequentes no marco regulatório geram incertezas e desorientam os empresários e inibem os investimentos.

Não basta, contudo, apenas que as regras sejam estáveis. Elas precisam ser claras, simples, flexíveis e uniformes, garantindo não apenas sua fácil compreensão como, também, o seu cumprimento. É necessário, ainda, que não haja burocracia e intervencionismo em excesso, que limitem a criatividade e a liberdade de atuação do empresário.

Infelizmente, essas condições parecem estar longe de existir no Brasil, uma vez que temos legislação em excesso, altamente intervencionista e sujeita a constantes alterações, que provocam instabilidade e insegurança jurídica. A burocracia e o intervencionismo não se limitam às atividades empresariais, ou às relações com os consumidores, atingindo, muitas vezes, os direitos individuais, com leis que, em vez de procurarem adaptar as regras aos fatos sociais, procuram moldar a sociedade.

Estudo do IBPT (Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário) mostra que de 5 de outubro de 1988 (entrada em vigor da Constituição) até igual data de 2011, portanto nos últimos 23 anos, foram editados 4,35 milhões de normas legais – Leis, decretos, portarias e outros atos normativos –, dos quais 275.094 de natureza tributária, o que dá ideia da enorme burocracia enfrentada pelas empresas.

Esse quadro se afigura como mais grave porque, apesar da grande quantidade de emendas feitas à Constituição, o que afeta a estabilidade necessária das "regras do jogo", a Carta Maior do País ainda necessita de muitas mudanças para atender à nova realidade do Brasil e do mundo globalizado.

Além disso, o uso exagerado de Medidas Provisórias (MPs) cria uma grande insegurança jurídica, pois muitas regras importantes podem ser mudadas por meio desse instrumento, sem o prévio debate. A legiferação brasileira se dá em todos os níveis de governo, afetando o dia a dia das pessoas jurídicas e das pessoas físicas, e, de outro lado, gera um enorme aparato burocrático também oneroso para os contribuintes.

A maioria dos textos legais não obedece a técnicas legislativas adequadas, com remissões, repetições e contradições, muitos deles extremamente detalhistas, outros muitos vagos, muitos inúteis, mas não inócuos. O fisco procura aumentar a arrecadação estabelecendo controles, demonstrativos, planilhas, notas fiscais eletrônicas e outras exigências burocráticas, sem qualquer preocupação com duplicidades ou consideração com os ônus impostos às empresas.

É preciso procurar estancar a legiferação em curso, mas, paralelamente, buscar reduzir a burocracia existente, para, em uma etapa posterior, iniciar um processo de simplificação e consolidação das regras, reduzindo um dos obstáculos ao desenvolvimento mais acelerado do Brasil, que, segundo estudo do Banco Mundial, é um dos países em que as empresas despendem maior tempo para poder atender à burocracia fiscal, com o consequente custo que ela acarreta.

Para isso é preciso que as entidades de classe empresariais e de categorias profissionais ligadas às atividades econômicas atuem em conjunto para procurar pressionar os governantes e os legislativos, para a redução do ritmo de produção de leis e outros atos normativos, submetendo-os sempre à análise de sua necessidade e conveniência.

O Movimento das Associações Comerciais – que reúne mais de 420 ACs no estado de São Paulo – , em conjunto com outras entidades, está elaborando um trabalho, visando levantar as exigências burocráticas que podem ser eliminadas, sem prejuízo dos controles necessários por parte do setor público. A partir desse levantamento, as entidades vão encaminhar às autoridades propostas para a revisão da legislação com vistas a reduzir a burocracia e os custos para as empresas. É hora de agir.

**Presidente da Associação Comercial de São Paulo (ACSP) e da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp)*

SEBRAE agora. **www.sebrae.com.br**

Se o seu negócio está passando por novos desafios, procure o Sebrae e participe do Programa Sebrae para Empresas Avançadas. Você vai aperfeiçoar seus métodos de trabalho, aprimorar a gestão e produzir com maior qualidade. Ligue 0800 570 0800, acesse **www.sebrae.com.br** ou vá ao Sebrae mais próximo.

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sebrae. Quem tem conhecimento vai pra frente.

LEW'LARA\TBWA

SEBRAE agora. **www.sebrae.com.br**

Se o seu negócio está crescendo, procure o Sebrae e participe do Programa Sebrae para Empresas Avançadas. Você vai aprender a montar estratégias para novos mercados, inovar e ser competitivo. Ligue 0800 570 0800, acesse **www.sebrae.com.br** ou vá ao Sebrae mais próximo.

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sebrae. Quem tem conhecimento vai pra frente.

QUER ABRIR UMA EMPRESA E NÃO SABE ONDE? A BÚSSOLA SEBRAE INDICA O LUGAR CERTO.

0800 570 0800

Quem quer abrir uma empresa ou expandir um negócio não pode fazer isso no escuro. Por isso, você pode contar com as informações da Bússola Sebrae. Uma ferramenta que mostra os melhores pontos para instalar seu negócio e faz uma análise dos concorrentes, do perfil do consumidor e dos fornecedores da região. Procure um ponto de atendimento do Sebrae e solicite a um de nossos consultores uma pesquisa exclusiva da Bússola. Com o ponto certo, seu negócio também tem tudo para dar certo e seguir em frente.

SEBRAE

Quem tem conhecimento vai pra frente

www.sebrae.com.br