empresa BRASIL
ANO 9 | Nº 81 | ABRIL DE 2012

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

ONU incentivará a criação de empregos verdes na Rio+20

A recomendação é que haja uma atenção especial para a adoção de tecnologias de maior efeito na mudança da matriz energética

BRASIL DE RESULTADOS SERÁ O TEMA DO CONGRESSO DA CACB EM SETEMBRO

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.

O papel das empresas **em mudar o mundo**

Estamos muito perto da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, Rio+20. De agora em diante, o debate em torno do meio ambiente deverá mobilizar uma série de questões sobre o clima global e seus impactos.

Sempre atenta aos temas atuais, Empresa Brasil trouxe, em sua edição anterior, matéria sobre um dos painéis previstos para o evento marcado para o mês de junho – a busca de um indicador alternativo ao Produto Interno Bruto (PIB). Nesta edição, trazemos nova contribuição ao debate com matéria sobre a criação dos chamados empregos verdes e o incentivo a indústrias autossustentáveis.

É com muita esperança que vemos o papel das empresas em mudar o mundo. Apesar da crescente pressão de representantes da sociedade civil, ao mesmo tempo em que os problemas ambientais e sociais ficam piores, ainda assim é possível enxergar a sustentabilidade como uma chance real de desenvolver novos produtos e uma nova maneira de fazer negócios.

Nessa linha, podemos destacar a iniciativa de empreendedores que decidiram ser criativos para resolver problemas sociais e ambientais ao mesmo tempo que fazem lucros. Estamos falando de agricultura orgânica, de novas tecnologias para energia alternativa, como o etanol, ou de energia eólica, sem falar em outros combustíveis experimentais, como o biogás. Nessa linha, destaco as palavras do representante da ONU, em matéria de capa desta edição: "É importante investir na formação profissional e no treinamento das pessoas para que elas incorporem elementos sustentáveis e ambientais no seu processo produtivo".

Outro importante tema é abordado pelo presidente do MBC (Movimento Brasil Competitivo), o economista Erik Camarano, que, em sua entrevista, chama a atenção para os fatores que prejudicam a competitividade dos produtos nacionais tanto no mercado interno como no externo. É o chamado Custo Brasil, que vai desde a excessiva carga tributária, o déficit público elevado, o sistema de impostos obsoleto e a legislação trabalhista defasada até a burocracia sufocante.

Também nesta edição, trazemos matéria sobre o 22º Congresso da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), que acontecerá em Belém nos dias 3, 4 e 5 de setembro no hotel Hilton, juntamente com o 11º Congresso da Federação das Associações das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Pará (Faciapa). Com o tema "Brasil de Resultados", o Congresso da CACB é um evento que reúne anualmente empresários de todo o Brasil. O objetivo é reforçar as discussões de interesse do empresariado e consolidar uma opinião e agenda para o setor. A ideia não é esperar ações do governo, mas ajudá-lo a encontrar saídas para quem faz negócios. O Brasil pode progredir muito com menos tributos e mais flexibilidade na legislação trabalhista.

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

ÍNDICE

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: Thaís Margalho e Marcelo Melo
Execução: Editora Matita Perê Ltda.
Comercialização: Fone: (61) 3321.1311 - comercial@cacb.org.br
Impressão: Arte Impressa Editora Gráfica Ltda. EPP

3 PALAVRA DO PRESIDENTE
A proximidade da Rio+20 nos faz refletir sobre o papel das empresas em mudar o mundo. Apesar da crescente pressão de representantes da sociedade civil, ao mesmo tempo que os problemas ambientais e sociais ficam piores, ainda assim é possível enxergar a sustentabilidade como uma chance real de desenvolver novos produtos e uma nova maneira de fazer negócios.

5 PELO BRASIL
Lançado em seis capitais, o programa Integra começa agora a ser implantado nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Brasília, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Recife.

8 CAPA
A criação de empregos verdes e o incentivo a indústrias autossustentáveis deverão receber um poderoso incentivo durante a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, Rio+20.

12 ENTREVISTA
Para Erik Camarano, do MBC, o maior desafio do governo federal é eliminar o chamado Custo Brasil.

14 CASE DE SUCESSO
Núcleo do Projeto Empreender de Campina Grande, da Paraíba, cria projeto de capacitação de escolas infantis.

17 NEGÓCIOS
Cerveja importada é o novo xodó do brasileiro. Brasil só perde, em volume de mercado, para a China, Estados Unidos e Alemanha.

20 FINANÇAS
Mais de cinco anos depois da aprovação da Lei Geral da MPE, demanda por crédito, no setor, ainda é tímida.

22 FEDERAÇÕES
Presidente da Facerj, Jesus Mendes Costa, destaca parceria entre o Rio de Janeiro e o governo federal.

24 DESTAQUE CACB
Seminário de cooperação técnica internacional, realizado em 22 de março pela CACB e a Agência Brasileira de Cooperação, mostra avanço do Brasil no exterior.

26 CBMAE
As novidades da CBMAE Educ, que já conta com quatro cursos relacionados aos MESCs, animações e peças educativas, videoaulas e cartilhas.

28 TENDÊNCIAS
Microfranquias se consolidam como nova opção de negócios.

30 LIVROS
Nunca procure emprego, do norte-americano Scott Gerber, é um dos grandes lançamentos do mercado na área de empreendedorismo.

31 ARTIGO
O economista Ulisses Ruiz de Gamboa, da Associação Comercial de São Paulo, escreve sobre as previsões para o PIB deste ano.

Empreender **SUPLEMENTO ESPECIAL**

Prêmio MPE Brasil reconhece empresas de pequeno porte por sua competitividade

Integra lançado em seis capitais

Foto: Integra-SP

Lançamento do Integra em São Paulo no dia 20 de março

O Programa Integra já foi lançado em seis capitais entre os meses de março e abril. A iniciativa da CACB, em parceria com a Sebrae, começa agora a ser implantada nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Brasília, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Recife.

O Integra vai qualificar micro e pequenas empresas e formalizar empreendedores nas 12 capitais-sede da Copa 2014. Como resultado, o programa deve gerar crescimento sustentável e competitividade dos pequenos negócios nos locais onde for implantado.

A meta é capacitar 50 mil pessoas, conceder um selo de excelência em gestão a 15 mil estabelecimentos empresariais, formalizar 6 mil empreendedores individuais e capacitar 3 mil empreendedores individuais.

Parceria com o Sebrae estimulará empreendedorismo no Paraná

O Conselho Estadual da Mulher Empresária do Estado do Paraná (Ceme) e o Sebrae (PR) firmaram uma parceria estratégica para o desenvolvimento do empreendedorismo no Paraná por meio do Projeto Negócio a Negócio. O acordo foi fechado no dia 16 de março, durante o I Encontro Ceme/Sebrae, realizado na sede do Sebrae em Maringá.

O objetivo do programa é aprimorar os negócios e maximizar resultados por meio de consultorias gratuitas nas empresas, com uso de ferramentas de gestão voltadas para melhoria das vendas, controles administrativos e financeiros, relacionamento com fornecedores e outros aspectos relativos ao sucesso do negócio. Neste acordo, caberá ao Ceme/Faciap indicar lideranças para interlocução, divulgar as ações e prospectar potenciais interessados no programa. Já o Sebrae fica responsável por informar o Ceme sobre as estratégias de operação do programa e disponibilizar os serviços oferecidos pelo projeto.

Fonte: Imprensa CACB, com informações da Faciap

Faems realiza congresso com o tema competitividade e tecnologia

A Federação das Associações Empresariais do Mato Grosso do Sul (Faems) realiza, no dias 14 e 15 de junho, o Congresso Faems 2012. Com o tema Competitividade e Tecnologia, a terceira edição do evento vai reunir empresários, lideranças empresariais, estudantes e profissionais liberais da região Centro-Oeste no Centro de Convenções de Bonito, cidade turística localizada a 290 km da capital Campo Grande. Paralelamente ao congresso, será promovida a III Convenção das Associações Comerciais na Região Centro-Oeste. O evento tem o apoio da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB).

Regional estimula expansão da CBMAE em São Paulo

A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e a Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp) estudam um acordo para a criação da Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial Regional de São Paulo (CBMAE-Facesp). A Federação deverá atuar em conjunto com a coordenação nacional da CBMAE para difundir os métodos para resolução pacífica de conflitos no estado.

Empresárias participam de conferência em Nova York

Durante a semana do dia 8 de março, o Conselho Nacional da Mulher Empresária (CNME) da CACB participou de uma missão internacional aos Estados Unidos. O grupo de 19 empresárias brasileiras participou de uma reunião do Departamento de Defesa Americano sobre assuntos referentes à mulher em Washington, e de uma Conferência sobre o Dia Internacional da Mulher na ONU e Nova York. O grupo também pôde visitar a Casa Branca, o Congresso Nacional e a Câmara de Comércio de Washington.

Participaram da missão a presidente do CNME-CACB, Avani Slomp Rodrigues, e a vice-presidente para assuntos da Mulher Empresária da Faciap, Maria Salette Rodrigues de Melo. "Levamos um panorama do trabalho realizado pelas empresárias juntos às nossas Associações Comerciais e Conselhos, e conhecemos os serviços prestados pelo Departamento. Inclusive, ficamos sabendo que eles aprovaram uma legislação semelhante à Lei Maria da Penha, pois a violência doméstica é grande", afirma Maria Salette.

Fonte: Imprensa CACB, com informações da Faciap

Missão empresarial do CNME, durante a Conferência sobre o Dia Internacional da Mulher na ONU

ACB e Sebrae assinam convênio para reciclar empresários

A Associação Comercial da Bahia (ACB) e o Sebrae (BA) assinaram um convênio de cooperação técnica visando estabelecer mútua cooperação técnica para promover ações integradas que contribuam e estimulem o desenvolvimento do segmento empresarial no Município de Salvador. A meta é atingir cerca de 600 empresários durante o prazo de vigência de três anos do acordo celebrado.

Para o presidente da ACB, Marcos de Meirelles Fonseca, o convênio "retoma a parceria que já é uma tradição na Bahia, pois a entidade sabe da importância de aprimoramento profissional e esperamos neste prazo atender às demandas do setor, visando à melhoria da qualificação profissional e colaborando para que as empresas tenham possibilidade de reciclar suas equipes, capacitando-as para novos desafios".

A Associação Comercial da Bahia e o Sebrae vão executar ações específicas de capacitação e consultorias para empresários de Salvador, realizando workshops, palestras e oficinas com temas específicos relacionados à Gestão Empresarial, destinados aos gestores e colaboradores das empresas.

O convênio foi assinado também pelo diretor tesoureiro da ACB, Julio Rego Filho, e pelo diretor superintendente do Sebrae, Edival Passos, e por seu diretor técnico, Lauro Chaves.

Fonte: Associação Comercial da Bahia

DF promove palestras sobre empreendedorismo

A Associação Comercial do Distrito Federal assinou, ainda em março, um acordo com a Fundação Universa e a Secretaria da Micro e Pequena Empresa e Economia Solidária do DF para o lançamento do programa Capacitação Empreendedora, a fim de qualificar o empreendedor individual e as micro e pequenas empresas do DF e entorno para enfrentar o mercado.

O objetivo é oferecer palestras semanais gratuitas, com temas que vão desde "Como negociar com Bancos", "Planejamento Econômico Financeiro para a MPE", "Investimentos em Rena Fixa e Variável" até "Gestão de Riscos Empresariais" e "Análise de Fluxo de Caixa". Serão 20 palestras nos quatro primeiros meses do programa.

Fonte: Imprensa CACB, com informações Fundação Universa

Para governo, tarefa de reduzir juro é dos bancos

A avaliação da equipe econômica é de que o setor financeiro tem espaço para agir nas condições atuais do mercado sem uma redução de tributos, mas sim com diminuição das margens de lucro.

Para o Ministério da Fazenda, o lucro dos bancos privados deve ser reforçado com ganhos em escala, ampliando a carteira de crédito, e não por meio da cobrança de taxas de juros elevadas nas operações de financiamento.

Dívida das famílias deve limitar o crédito e frear o crescimento do PIB

O aumento da inadimplência e da proporção da renda das famílias comprometida com o pagamento de juros e amortizações deve limitar a expansão do crédito em 2012. Para alguns analistas, esse pode ser um freio no Produto Interno Bruto (PIB) este ano, assim como os problemas da indústria e o aumento das importações. Em fevereiro, o crédito à pessoa física cresceu 0,7%, para R$ 958,9 bilhões – a segunda menor expansão mensal desde o início de 2005. Já o crédito total, incluindo empresas, caiu 0,13% em janeiro, a primeira queda desde pelo menos 2005, e cresceu apenas 0,4% em fevereiro, para R$ 2,034 trilhões.

A inadimplência do conjunto dos empréstimos à pessoa física subiu de 5,7% em dezembro de 2010 para 7,6% em fevereiro.

Texto da Lei Geral da Copa ainda pode ser modificado

O texto da Lei Geral da Copa, aprovado no mês passado na Câmara dos Deputados, ainda pode ser modificado. As mudanças vão depender dos senadores. A decisão da Câmara corresponde à posição enviada no projeto original pelo Executivo de salvaguardar os interesses do Brasil ao manter os compromissos firmados entre o governo do presidente Lula e os organizadores do mundial de futebol.

O ponto mais polêmico é a permissão de venda de bebidas alcoólicas nos estádios durante os jogos da Copa das Confederações e da Copa do Mundo de 2014. O texto aprovado pelos deputados retira a proibição do Estatuto do Torcedor e deixa a decisão para ser negociada entre a Fifa e cada Estado que vai sediar os jogos.

(Câmara dos Deputados)

Estados produtores não querem perder receitas de royalties

O grupo de trabalho criado pela Câmara para analisar a partilha dos royalties do petróleo ainda não definiu o prazo para a votação da lei sobre o tema. O texto dependia de uma definição sobre dois pontos. O primeiro é que estados e municípios produtores não terão a receita atual reduzida na redistribuição dos royalties. E que o acréscimo de produção seria dividido de forma equânime entre os estados produtores e os não produtores.

Na visão do governo, o Executivo já cedeu o suficiente nas negociações do projeto no Senado, quando reduziu seu percentual dos royalties de 30% para 20%, e de 50% para 42% na participação especial.

(Câmara dos Deputados)

Impasse na reforma política

Toda a reforma política poderá ser incluída em uma PEC já em estudo na Câmara, para ser analisada apenas pela comissão especial antes de seguir ao Plenário. Essa PEC cria o Sistema Eleitoral Distrital Misto, mas há dúvidas regimentais se poderia receber emendas sobre outros assuntos. Outras PECs sugerem, entre outros, os seguintes temas: fim das coligações partidárias para eleições proporcionais, alteração nas datas de posse dos eleitos para cargos executivos, alteração dos requisitos para a iniciativa popular de projetos de lei e redução do mandato de senador de oito para quatro anos.

A comissão especial da PEC 10/95 foi instalada em junho do ano passado com o objetivo de acelerar, na Câmara, a tramitação dos temas relativos à reforma política que precisam de mudança na Constituição para vigorar. O colegiado tem os mesmos integrantes da Comissão Especial da Reforma Política, mas não se reúne há meses porque seu prazo de funcionamento já terminou.

(Câmara dos Deputados)

Foto: Recidage/divulgação

Sacolas ecológicas feitas a partir da reutilização de jornais e revistas

Ecoprodutos e empregos verdes **na agenda da Rio+20**

OIT defende investimentos na formação profissional e no treinamento de mão de obra para a incorporação de elementos sustentáveis ao setor industrial

A criação dos chamados empregos verdes e o incentivo a indústrias autossustentáveis deverão receber um poderoso incentivo com a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, Rio+20. De acordo com o conselheiro-sênior do diretor-geral da Organização Internacional do Trabalho (OIT), Vinícius Pinheiro, a organização deverá levar a ideia ao evento com o objetivo de fortalecer o pilar social da agenda ambiental.

"É importante investir na formação profissional e no treinamento das pessoas para que elas incorporem elementos sustentáveis e ambientais no seu processo produtivo", afirmou Pinheiro em entrevista à Rádio ONU. "Proteção social também se faz com apoio às empresas, principalmente as micro e pequenas – que fazem parte da cadeia produtiva das grandes empresas –, para que elas adotem processos que levem ao equilíbrio ambiental", acrescentou.

Segundo o especialista da OIT, indústrias ecologicamente corretas são menos dispendiosas em longo prazo, além de gerar mais vagas. De fato, a pesquisa mais recente sobre o tema realizada pela OIT em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) em 2008 apontou que o número de trabalhadores nessa área será de 20 milhões até 2030, sobretudo devido aos investimentos maciços em energias renováveis.

Levantamento feito pela ONU em 2009 mostra que o número de empregos verdes, no Brasil, era de 2,6 milhões, o equivalente a 6,73% do total de postos de trabalho criados no período.

A maior parte da mão de obra foi empregada na área de transportes coletivos e alternativos ao rodoviário e aeroviário – ferrovias e meios marítimos. Em seguida vêm a geração e distribuição de energias reno-

Brasil tem programas subsidiados para a instalação de energia solar em residências

váveis – cultivo da cana-de-açúcar, fabricação do etanol e geração de energia elétrica.

"Existe uma percepção crescente para o chamado mercado verde. Isso decorre da divulgação do desequilíbrio ecológico que tomou conta do planeta, o que leva todos os setores da economia a buscarem alternativas para a questão", diz o consultor em ecoprodutos, Marcio Augusto Araújo.

Para Araújo, é preciso produzir e consumir de maneira autossustentável. Essa evidência deverá fortalecer a disseminação de uma nova cultura favorável a uma relação mais humana com o planeta.

No caso do mercado de produtos verdes, entre as dificuldades a serem superadas para que ele possa deslanchar no Brasil, Araújo aponta a questão da credibilidade como o principal entrave. "O Brasil, como 6ª potência econômica mundial, hoje é inegavelmente uma presa do marketing e da publicidade, seja de cunho governamental ou privado. Na verdade, fala-se muito mais do que se faz. Os enganadores correm soltos principalmente nesse nicho de mercado, pois todos preferem ter para si mais o emblema de 'herói da causa ambiental' do que empenhar-se de fato por esse caminho", diz.

A identificação de um produto ecológico, por exemplo, deveria ocorrer por meio de sistemas de certificação, que deveriam estar pautados por normas e entidades com credibilidade, aponta Araújo. "Na prática, com exceção dos selos para produtos orgânicos, que são sérios e vinculados à Federação Mundial dos Movimentos de Agricultura Orgânica (Ifoam), não temos nada similar no mercado de produtos ecológicos em escala industrial, e o que existe está pulverizado. Mas existem situações piores", relata. "Como o Brasil é mesmo o país do marketing, vemos empresas que ao mesmo tempo certificam e auditam um produto – o que evidencia conflito de interesses –, além de criarem critérios 'da própria cabeça', sem qualquer vinculação a entidades normativas relevantes."

Em vista desses fatores, no final, o mercado, além de não avançar, perde com a desconfiança do consumidor e também pela falta de credibilidade de um nicho que, por si só, já conta com a simpatia das pessoas, acrescenta Araújo.

"A mudança desse quadro, em médio e longo prazos, dependerá da pressão do mercado consumidor e das empresas que se unirem para gerar credibilidade a seu próprio produto e serviço. O ideal seria que ambos os segmentos – de consumidores e de fabricantes/produtores – se unissem para isso, como ocorreu com o mercado de orgânicos. Se isso não for feito, ficaremos à mercê de uma série de entidades e empresas embusteiras, que, devido ao potencial desse nicho, ganham dinheiro com a venda de 'selos verdes' para empresas que querem mostrar que são amigas do meio ambiente", sentencia.

Os biocombustíveis são produzidos a partir de fontes renováveis

Foto Ventos do Sul/divulgação

Brasil tem 44 parques eólicos em operação

Onda de energia eólica amplia emprego verde

O crescimento da capacidade de geração de energia eólica no Brasil, na última década, é um dos principais fatores responsáveis pelo aumento de demanda dos chamados empregos verdes. O Brasil tem potencial gerador para chegar a 300 mil MW ou 400 mil MW de energia eólica, de acordo com cálculos do Ministério de Minas e Energia, em função da altura das atuais torres dos aerogeradores, de 80 e 110 metros. As projeções anteriores de 143 mil MW tinham como base torres de aerogeradores de 50 metros. Ou seja, o vento pode garantir de duas vezes e meia a três vezes mais da matriz energética instalada no país, que inclui todas as fontes de energia, superando inclusive o que pode ser alcançado com hidrelétricas, segundo a Associação Brasileira de Energia Eólica.

Atualmente, nos 44 parques eólicos em operação no Brasil, são gerados apenas 1.436 MW de energia, ou 1,3% da matriz energética. Essa capacidade é duas vezes e meia menor do que a gerada na Dinamarca com a força dos ventos (3.752 MW), de acordo com a lista dos Top 10 da Global Wind Estatistics (GWEC), na qual a China aparece em primeiro lugar com a geração de mais 42 mil MW.

A entidade avalia, entretanto, que, por conta dos leilões de 2009 e 2010, a capacidade instalada eólica nacional aumentará pelo menos 3,6 vezes até 2014, quando poderá gerar 5.250 MW, que fariam sua participação na matriz energética passar para 5,3%. Segundo a entidade, 15 novas usinas em construção vão adicionar 533 MW à atual capacidade instalada.

Setor de orgânicos ainda é inexpressivo no Brasil

Apesar da pequena participação no mercado agropecuário brasileiro, o setor de orgânicos vem se multiplicando nos últimos anos. O faturamento dos produtores em 2010 (último dado disponível) foi de cerca de R$ 500 milhões, segundo estimativa da Associação Brasileira de Orgânicos (Brasilbio), que reúne os produtores, processadores e certificadores. O valor corresponde a apenas 0,2% dos R$ 255,3 bilhões alcançados por toda a produção do setor agropecuário naquele ano.

Na Rio+20 será analisado o impacto que as normas comerciais estão tendo sobre os produtores orgânicos em todo o mundo em desenvolvimento. Em 2002, uma parceria entre a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e da Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM) estabeleceram pela primeira vez um esforço conjunto para promover o acesso ao produto orgânico mundial no mercado.

Foto Eduardo Aigner/MDA

O setor de produtos orgânicos já representa vendas de US $ 60 bilhões anualmente. De acordo com a UNCTAD, existem atualmente cerca de dois milhões de agricultores orgânicos certificados em todo o mundo, 80% dos quais em países em desenvolvimento.

Agricultura orgânica cresce entre 20 a 30% a cada ano no mundo

Conferência deverá reunir representantes de 150 países

Garantir o compromisso político internacional para o desenvolvimento sustentável. Este é o principal objetivo da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, que será realizada na cidade do Rio de Janeiro de 20 a 22 de junho próximo. Também chamado de Rio+20, o encontro marca o vigésimo aniversário da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que ocorreu na capital carioca em 1992, e os dez anos da Cimeira Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Joanesburgo (África do Sul) em 2002.

Com foco em três pilares – econômico, social e ambiental –, a Rio+20 tratará basicamente de dois temas: a 'economia verde' no contexto da erradicação da pobreza e a estrutura de governança para o desenvolvimento sustentável no âmbito das Nações Unidas. Espera-se a participação de chefes de Estado, de governo e de representantes de mais de 150 países. O resultado deve ser um documento com foco político.

A Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável está sendo organizada em conformidade com a Resolução 64/236 da Assembleia Geral da ONU, de março de 2010. E além de renovar o compromisso mundial em torno da sustentabilidade, o evento será uma oportunidade de avaliar o progresso alcançado nos últimos 20 anos.

O maior desafio do Estado é **acabar com o Custo Brasil**

Para Erik Camarano, do MBC, grande parte dos entraves ao desenvolvimento do país deve-se à dificuldade do governo de enfrentar questões que encarecem a produção

Diretor-presidente do Movimento Brasil Competitivo (MBC), instituição criada em 2001 com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento do país, o economista Erik Camarano elenca uma série de questões que precisam ser enfrentadas sob pena de o Brasil não tirar proveito de todo o seu potencial. Acompanhe a sua entrevista a Empresa Brasil:

Empresa Brasil - Como vê o desempenho da micro e pequena empresa no Brasil?

Erik Camarano - De acordo com relatório do Banco Mundial, seremos uma das seis nações a capitanear a ascensão da economia global em 2025. Parte significativa desse vigor deve-se ao fortalecimento das micro e pequenas empresas, que ainda é tímido se comparado ao enorme potencial brasileiro. As novas oportunidades econômicas disponibilizadas pelo governo ao longo dos últimos dez anos foram alguns dos fatores que incentivaram esse crescimento, que cresce a cada ano. Levar ferramentas e conceitos de gestão às MPEs é uma das ações que o MBC desenvolve, contribuindo para a melhoria do ambiente de negócios no país. O Prêmio MPE Brasil, realizado pelo MBC, Sebrae, Gerdau e Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), é um dos canais efetivos que ajudam as empresas do segmento a começarem a trilhar um caminho contínuo de inovação, rumo à sustentabilidade e à aprendizagem.

Quais os principais entraves ao crescimento do setor?

A burocracia e os altos custos dos negócios no país, como carga tributária próxima de 35% do PIB, ainda são obstáculos para empresas brasileiras, sejam elas de pequeno ou maior porte. Nesse sentido, novas desonerações fiscais por parte do governo federal e dos

estados podem ser um estímulo à pesquisa, à inovação e, por consequência, à competitividade nacional. A inovação é fundamental e determinante para alcançar estabilidade e possibilidade de progresso. Mais do que nunca, repensar processos e aderir a novos modelos de produção tem sido a melhor maneira de estabelecer conceitos, agregar valor aos produtos e se destacar diante da concorrência.

Como vê a questão tributária e a trabalhista no setor?

Alguns dos principais entraves ao desenvolvimento da competitividade brasileira podem ser explicados pela dificuldade do Estado em reduzir o chamado Custo Brasil, que vai desde a excessiva carga tributária, o déficit público elevado, a estrutura de impostos obsoleta e cara, o elevado custo do crédito, a legislação trabalhista defasada e os encargos insustentáveis, a infraestrutura insuficiente, a falta de mão de obra qualificada, até a burocracia sufocante, para citar alguns. O maior desafio do Estado brasileiro consiste em desenvolver um trabalho que neutralize esses entraves, oferecendo maior potencial para avanço à eficiência da gestão pública e privada no país e que, obviamente, passam pela revisão e atualização da atual cobrança dos encargos trabalhistas. Não se trata de reduzir direitos dos trabalhadores, mas de consolidar medidas para desoneração da folha de salários da indústria de transformação, responsável pela produção de bens que concorrem em escala global com países que adotam índices muito menores, como os 17% praticados na Argentina e Coreia do Sul ou os 27%, no México.

Como analisa a falta de capital de giro no setor da pequena e microempresa?

A falta de capital de giro só é um problema recorrente em micro e pequenas empresas quando não há um plano de negócios adequado e atualizado. Ao contrário do que se pensa, o planejamento determina a boa administração de qualquer empreendimento. É este instrumento o melhor orientador do comportamento da empresa diante da baixa movimentação de mercado e possíveis diminuições de investimentos e retornos financeiros. É essa estratégia que norteará desde a aquisição de capital para a abertura do negócio, como a manutenção e consolidação de crescimento em longo prazo.

> "A burocracia e os altos custos dos negócios no país, como carga tributária próxima de 35% do PIB, ainda são obstáculos para empresas brasileiras, sejam elas de pequeno ou maior porte"

Como situa o desenvolvimento tecnológico no país? O que falta fazer?

O desenvolvimento tecnológico enfrenta grandes desafios devido à falta de recursos para a pesquisa e o investimento maciço e permanente em centros de pesquisa e na própria educação básica, carente ainda de muitos esforços. É preciso não apenas internalizar a questão tecnológica como fator componente do desenvolvimento econômico, político e social, mas incentivar também a divulgação científica do que é produzido no país, dando visibilidade às boas ações e iniciativas que crescem no Brasil, mas muitas vezes não encontram canais de disseminação.

O nível de exportações no setor ainda é ridiculamente baixo. O que fazer?

O Brasil tem vivido um momento de incentivo à exportação, com a revisão de políticas para a desburocratização dos procedimentos do comércio internacional e com a divulgação de uma série de incentivos para o setor. No começo do mês de abril, o Ministério da Fazenda anunciou a liberação de R$ 500 milhões para financiar pequenas e médias empresas exportadoras. A quantia faz parte do plano de estímulo à indústria brasileira que, além do empréstimo, também reduzirá taxas de juros para aquisição de bens de capital de 6,5% ao ano para 5,5% ao ano. Embora o processo burocrático continue pouco flexível, as MPEs veem nessa disponibilização de benefícios um bom incentivo para ampliarem suas bases de negócios. Sem dúvida, este é um momento único vivido pelo país e que, com as novas políticas de redução de juros e ampliação de investimento, podem transformar o cenário de exportação do Brasil nos próximos anos.

Reuniões discutem as melhores ações pedagógicas

Núcleo setorial de Campina Grande **ensina a gerenciar** escolas infantis

Primeiro núcleo setorial de escolas do Brasil beneficiado com o Empreender Competitivo ensina filiados da Associação Comercial de Campina Grande

Criado em 2009, o Núcleo Setorial de Escolas da Associação Comercial de Campina Grande (ACCG), na Paraíba, reúne dez empresas do ramo de educação infantil. Como qualquer outro grupo do gênero beneficiado pelo projeto Empreender Competitivo da parceria entre Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O núcleo realiza muitas ações: desde capacitações até campanhas e compras coletivas. O que diferenciou o núcleo, desde o início, foi a necessidade de convencer os próprios empresários a olhar seu trabalho de uma perspectiva de mercado.

"Aqui, os donos das escolas são pedagogos e, antes de participarem do núcleo, não tinham noções básicas sobre gerenciamento", conta a consultora do Empreender na ACCG, Gianne Farias. Uma das principais ações do grupo é a capacitação e reciclagem dos profissionais que atuam nas escolas. São oferecidos cursos mensais dos mais variados assuntos, como primeiros socorros, cidadania, relações interpessoais, oratória e administração de empresas. "Todo profissional deve ser constantemente renovado, e principalmente aqueles que trabalham com crianças, pois devem estar preparados para quaisquer eventualidades", acrescenta a consultora.

O trabalho do núcleo se baseia em três princípios fundamentais: capacitar os profissionais, disseminar questões humanas e formar alunos cidadãos. As reuniões são quinzenais, mas podem ser até semanais nos períodos de organização das ações. "Criamos o selo Escola Legal para identificar nosso grupo e mostrar que estamos preocupados com a qualidade do produto que oferecemos, com nossos funcionários e clientes, e com a sociedade", explica Gianne.

No início de 2012, foi lançada uma campanha a fim de divulgar para a comunidade local o conceito de Escola Legal, mostrar o diferencial e incentivar matrículas. "Apesar de ser uma campanha para agregar valor

institucional, também pensamos nas vendas – a data foi escolhida especificamente para incentivar as matrículas", revela Gianne.

Em cada reunião, há um momento para troca de experiências entre os empresários, a fim de que o grupo possa colaborar entre si para a melhoria coletiva em um ambiente de cooperação e competição saudável. Também há espaço para uma rodada de debates sobre ações pedagógicas de acordo com o calendário letivo, além de outras ações eventuais, como compras conjuntas de materiais educativos ou contratações necessárias.

A educadora e dona da escola Centro de Educação e Formação Infantil (CEFI), Núbia Alves, avalia que houve um aumento de 30% no número de matrículas entre 2011 e 2012. "Tenho certeza de que a campanha foi o grande diferencial", comemora. Ela conta ainda que as ações foram reforçadas em um bairro próximo da escola de onde não recebiam nenhum aluno. Em 2012, já existem estudantes da região matriculados no CEFI.

Reforma física, pedagógica e empresarial

O CEFI já existe há dez anos, mas foi somente há dois que Núbia Alves assumiu a escola e iniciou as reformas. "Entrei no CEFI em novembro de 2009 e a escola tinha apenas 47 alunos, fiz uma reforma nas instalações e entrei no núcleo setorial para aprender sobre a parte administrativa; em fevereiro de 2010, a escola já tinha mais de cem alunos", conta.

Núbia conta que não conseguia ver a escola como uma empresa, pois tinha o olhar de pedagoga. "Afeto não paga imposto", declara. Agora a pedagoga pensa no crescimento de seu negócio de forma consciente: quer oferecer uma educação de qualidade, em que os professores conhecem cada aluno de perto, e o aluno é formado como cidadão, mas sem deixar de lado a parte administrativa, os investimentos necessários e a busca por mais matrículas. "Não adianta atrairmos mais alunos e não oferecermos um ensino de qualidade, para perdê-los no início do ano seguinte", conclui.

Empreender apoia iniciativa

A campanha Escola Legal envolveu as dez escolas do núcleo e foi planejada e executada pelo próprio grupo, com o acompanhamento dos gestores da CACB e do Sebrae. O material resultante foi veiculado em jornal, rádio, televisão, panfletos e outros anúncios. Foi a primeira vez que o núcleo divulgou seu trabalho para a sociedade local. "Queríamos nos preparar primeiro, estar consolidados e capacitados, para só depois mostrar aos alunos e a Campina Grande que somos escolas diferenciadas", explica Gianne Farias. "Ainda temos muito a caminhar, mas o grupo já está diferente e conscientizado; agora é só crescer", conclui a consultora do Empreender.

Congresso da CACB em 2011 foi realizado na Bahia

Brasil de resultados será tema do congresso da CACB

Realizado pela primeira vez em uma federação da região Norte do Brasil, o Congresso da CACB espera reunir aproximadamente mil pessoas em Belém

O 22º Congresso da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) acontecerá em Belém nos dias 3, 4 e 5 de setembro no hotel Hilton, juntamente com o 11º Congresso da Federação das Associações das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Pará (Faciapa). Com o tema "Brasil de Resultados", o Congresso da CACB é um evento consolidado, que reúne anualmente empresários de todo o Brasil. O objetivo é reforçar as discussões de interesse do empresariado e consolidar uma opinião e agenda para o setor. Também são oferecidas atividades paralelas como workshops, debates e city tour. Além das palestras e reuniões. Este ano pretende-se reunir mil empresários, gestores e líderes do setor.

O tema do encontro está relacionado à melhoria da capacidade competitiva do empreendedor, que impactaria no crescimento econômico do país. "A ideia não é esperar ações do governo, mas ajudá-lo a encontrar saídas para quem faz negócios. O Brasil pode progredir muito com menos tributos e mais flexibilidade na legislação trabalhista", explica o presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairoli.

Durante o congresso, haverá espaço para discussões dos projetos da CACB, como o Empreender, a Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial (CBMAE), Programa de Geração de Receitas e Serviços (Progerecs) e o Integra. Além disso, também está programada a realização do 1º Encontro Pan-Amazônico. Para este encontro, a CACB também convidará Câmaras de Comércio de países vizinhos.

Para o presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Pará (FACIAPA), Reginaldo Ferreira, "o Congresso é uma oportunidade fantástica para que todos os empresários possam conhecer e discutir cenários diferentes mais expressivos para a nova realidade brasileira e, pela primeira vez no Norte, o congresso da CACB oferecerá a todos os empresários brasileiros, e nortistas em particular, um fórum privilegiado para debates e busca de soluções".

Quanto à escolha do Pará para sede do Congresso da CAC, ele diz ainda que "não se pode desconsiderar a importância do estado no fornecimento de minérios para o mundo, de energia para o país inteiro, de um mercado fantástico para a produção nacional. Afinal, estamos falando de um estado que receberá novos investimentos nos próximos quatro anos, em valores próximos a 50 bilhões de reais. Ampliando esta condição para a região, podemos perceber grandes oportunidades e desafios".

Outras edições

O Congresso da CACB já passou pelas federações da Bahia, Rio Grande do Sul, São Paulo, Santa Catarina, Paraná, Distrito Federal e outras. A programação e as inscrições estarão disponíveis em breve no site www.cacb.org.br.

ABRIL/2012 – SEBRAE.COM.BR – 0800 570 0800

Empreender

INFORME DO SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

QUALIDADE EM DESTAQUE

Prêmio MPE Brasil reconhece empresas de pequeno porte por sua competitividade e busca por melhores práticas de gestão, alcançando resultados consistentes

Foto Rogerio Reis

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

PRÊMIO RECONHECE EMPRESAS

Iniciativa que tem apoio do Sebrae promove a gestão de qualidade e o aumento da produtividade entre os pequenos negócios

Premiados comemoram a vitória na cerimônia realizada em Brasília

Foto Bernardo Rebello

As empresas vencedoras do MPE Brasil 2011 – Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas foram divulgadas em março, em Brasília. O objetivo do prêmio é reconhecer o empenho de micro e pequenas empresas (MPE) na gestão de qualidade, com resultados consistentes, como o aumento da produtividade e da competitividade. O resultado final identifica as empresas que apresentaram as melhores práticas de gestão em oito categorias e dois destaques.

Confira as empresas vencedoras:

//Destaque em Responsabilidade Social

A vencedora do Destaque em Responsabilidade Social é a Segvida, de Ponte Nova (MG). Presente no mercado há mais de 15 anos, a empresa atua também em cidades do Espírito Santo, São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. A Segvida investiu no aperfeiçoamento dos sistemas de controle interno e de gestão como meio para subsidiar a tomada de decisões nas áreas de Segurança e Saúde Ocupacional. Com a expansão iniciada no ano 2000, valores como a qualidade, inovação e produtividade com sustentabilidade passaram a ser o carro-chefe da empresa mineira, que aposta na construção de resultados a partir de uma relação de confiança com a equipe.

//Destaque em Inovação

Desbancando negócios do Rio Grande do Sul e do Mato Grosso, a Lacerta Consultoria Ambiental, de Salvador (BA), investiu em desenvolvimento de serviços mais refinados, com maior eficiência e menor custo. A empresa baiana passou a trabalhar o equilíbrio entre o teórico e o técnico para promover novos métodos no serviço de consultoria ambiental.

//Categoria Turismo

O Hotel de Lençóis, de Lençóis (BA), venceu concorrentes do Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. O estabelecimento foi criado em 1982 e ajudou a colocar a Chapada Diamantina no mapa turístico nacional. Os proprietários promoveram a qualificação da mão de obra em seminários e treinamentos sobre qualidade. O Hotel Lençóis é detentor, desde 2010, do Certificado Sistema de Gestão de Sustentabilidade para Meios de Hospedagem da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e do Insti-

tuto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e também foi vencedor do MPE Brasil em 2008.

//Categoria Serviços

Selecionada na etapa estadual do Paraná, a Megasult, de Francisco Beltrão, destacou-se entre os concorrentes do Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Bahia e Santa Catarina. Criada em 1996, a Megasul investiu na gestão participativa. Conquistou o apoio de colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros para promover a constante melhoria dos seus processos. Depois de aderir ao Modelo de Excelência em Gestão (MEG), da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), melhorou a imagem diante do público interno, clientes e da comunidade.

//Categoria Serviços de Tecnologia da Informação

A Accion – Sistemas para Excelência em Gestão, de Maringá (PR) foi fundada no ano 2000 com foco no atendimento a clientes da indústria. Atualmente, está entre as empresas com maior índice de crescimento no setor. Depois de implantar o MEG, o empreendimento passou a investir maciçamente na capacitação dos colaboradores, com cursos acima de 200 horas ao ano. A empresa também faz pesquisas de opinião com os clientes para adequar os produtos às reais necessidades do mercado.

//Categoria Serviços de Saúde

A Clínica Dr. Schuch Diagnóstico por Imagem, de Cachoeira do Sul (RS), foi criada em 2007 por médicos e membros do Colégio Brasileiro de Radiologia. Com o início da qualificação gerencial, iniciada em 2010, a clínica incluiu a responsabilidade socioambiental e a criação de lideranças internas entre suas diretrizes. Também criou estratégias para atender os clientes e mantê-los como foco principal da empresa. A empresa venceu outros concorrentes gaúchos e de São Paulo e Santa Catarina.

Categoria Agronegócios

A Agroindustrial Extrema se destacou por promover ações de qualificação e inovação na gestão do negócio. Criada em 2004 na cidade de Pureza, a 59 km de Natal (RN), a indústria foi considerada modelo, com alto padrão de fabricação de produtos, como a Cachaça Extrema, símbolo da empresa. Produz também uma linha completa de licores, além de investir na confecção de produtos orgânicos, certificados pelo Instituto Brasileiro da Diversidade (IBD).

//Categoria Comércio

Empresa de João Pessoa (PB), a Roval Farmácia de Manipulação investiu em capacidade de planejamento e controle para assegurar excelência e segurança nos processos que envolvem a manipulação dos medicamentos. Desde 2001, o empreendimento possui a certificação ISO 9001. Internamente, a farmácia promoveu a criação de um Comitê de Gestão para que fosse possível delegar e dar autonomia à equipe, de modo a visualizar resultados de forma mais satisfatória, elevando também a capacidade de planejamento do negócio.

//Categoria Educação

A Escola Técnica Dama, de Canoinhas (SC), superou empresas do Distrito Federal, Minas Gerais e Pernambuco, pela qualificação e adoção de uma nova cultura empresarial. O empreendimento foi criado em 1998 com o objetivo de oferecer formação profissional técnica nas áreas de ambiente, saúde e segurança; controle e processos industriais; gestão e negócios; entre outros. A partir de 2007, a escola passou a investir em novos métodos de gestão de qualidade para gerar novas oportunidades. A meta da empresa até 2015 é tornar-se referência em educação profissional no sul do Brasil.

//Categoria Indústria

Fundada em 2004, a empresa paulista Supera Componentes se destacou pela melhoria contínua dos produtos e dos serviços oferecidos aos clientes. O empreendimento é especializado na fabricação de chicotes elétricos, cabos de bateria para aplicação veicular e em eletroeletrônicos. A Supera foi criada tendo como pilar a necessidade de estabelecer um Sistema de Gestão da Qualidade, de modo a agregar valor às operações. Adequada à norma NBR ISO 9001:2000, a empresa passou então a ser estruturada com procedimentos em conformidade com a norma de referência, recebendo, quatro meses depois do início das atividades, sua primeira certificação. Vislumbrando novos certificados de qualidade, a empresa espera alcançar selos na área de gestão ambiental e norma automotiva nos próximos meses.

PEQUENOS NEGÓCIOS FATURAM MAIS EM FEVEREIRO

Pesquisa do Sebrae em São Paulo aponta que micro e pequenas empresas tiveram resultado positivo puxado pelo comércio no estado

Foto Vinicius Fonseca / LUZ

O setor de comércio foi o que mais cresceu: 13,4% em relação ao mesmo período do ano passado

As micro e pequenas empresas (MPE) paulistas faturaram 8,2% a mais em fevereiro deste ano em relação ao mesmo mês do ano passado. O aumento de 14% no salário mínimo, em janeiro, foi um dos fatores que influenciaram o resultado positivo. Por setor, também houve crescimento: 13,5% para o comércio, 3,4% para as prestadoras de serviços e 1,9% para a indústria.

Com esses resultados, as MPE paulistas fecharam o 1º bimestre de 2012 com um aumento de 8,5% no faturamento real, na comparação com igual período de 2011. Os dados fazem parte da pesquisa de conjuntura Indicadores Sebrae-SP, realizada todos os meses pela unidade da instituição no estado com apoio da Fundação Seade.

De acordo com o superintendente do Sebrae em São Paulo, Bruno Caetano, "com o crescimento do mercado interno, as micro e pequenas empresas passam por um bom momento". Caetano observa que "considerando somente o comércio, setor que puxou o resultado do mês, existem mais de 850 mil MPE no estado de São Paulo. Trata-se de um ambiente altamente competitivo".

A pesquisa destaca, ainda, que todas as regiões do estado tiveram resultados positivos no período: região metropolitana de São Paulo (+13,0%), interior (+3,7%), Grande ABC (+4,3%) e município de São Paulo (+13,0%).

No comparativo entre fevereiro e janeiro de 2012, no entanto, as MPE registraram queda de 3,5% no faturamento real. A queda observada é atribuída ao efeito calendário. "Fevereiro teve três dias úteis a menos que janeiro. Um menor número de dias úteis influencia negativamente o faturamento dos negócios de pequeno porte", explica o consultor do Sebrae em São Paulo, Pedro Gonçalves.

NOVO SISTEMA MODIFICA CONTABILIDADE DE MPE

Micro e pequenas empresas têm até 2014 para se adequar ao Sistema Público de Escrituração Digital (SPED)

As informações contábeis das micro e pequenas empresas (MPE) brasileiras terão que migrar do papel para o computador. Uma nova ferramenta, o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), deve ser implantada até 2014 e é considerada um avanço na relação entre contribuintes e órgãos fiscalizadores. Para orientar os empresários sobre a importância da adequação ao sistema, o Sebrae na Paraíba firmou parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos (Sindifarma). Uma palestra com o tema Entendendo o SPED, voltada aos proprietários de farmácias e drogarias, será realizada nesta terça-feira (10).

"O novo sistema traz mudanças fortes, e também benefícios. Faremos uma palestra informativa, de orientação aos empresários do setor de farmácia e, posteriormente, vamos organizar uma oficina para mostrar na prática como o sistema funciona", destaca o contador e analista do Sebrae na Paraíba, Martinho Montenegro. Segundo ele, a instituição também está disponível para esclarecer dúvidas de outros setores sobre o SPED.

Para o presidente do Sindifarma, Herbert Almeida, a oportunidade é essencial para o setor. "O prazo de adequação é 2014, mas temos que nos antecipar, treinando e oferecendo um suporte às empresas. Muitas farmácias e drogarias ainda precisam melhorar a gestão e, para isso, é preciso treinamento", afirma Herbert.

De um modo geral, o novo sistema irá modernizar o processo de transmissão das informações dos contribuintes para os órgãos fiscalizadores, utilizando a certificação digital. Segundo Martinho Montenegro, o novo sistema, além de integrar as informações contábeis na Receita Federal, ajuda o empresário a economizar impostos, por exemplo. "Alguns produtos retêm o imposto na fonte. Com esse sistema, não há como o empresário pagar novamente o imposto, diminuindo as chances da bitributação", explica o contador.

O SPED foi instituído pelo governo federal por meio do Decreto nº 6.022, de janeiro de 2007. Empresas com lucro real e lucro presumido, com faturamento acima de R$ 100 mil por mês, já estão adotando o sistema. As MPE ainda estão iniciando a adequação e devem estar prontas até 2014.

> O SPED FOI INSTITUÍDO PELO GOVERNO FEDERAL EM JANEIRO DE 2007. EMPRESAS COM LUCRO REAL E LUCRO PRESUMIDO, COM FATURAMENTO ACIMA DE R$ 100 MIL POR MÊS, JÁ ESTÃO ADOTANDO O SISTEMA.

CENTRO DE SUSTENTABILIDADE DO SEBRAE INAUGURA PORTAL

O site mostra casos de sucesso e oportunidades no Brasil para negócios sustentáveis

Foto Rai Reis

Um espaço para debater o desenvolvimento sustentável empresarial brasileiro. Já está no ar o site do Centro de Sustentabilidade do Sebrae (CSS), em Cuiabá (MT). O público do portal são as empresas preocupadas com a responsabilidade ambiental.

A ferramenta traz agendas de eventos, informações, notícias, dicas, cartilhas e entrevistas sobre histórias de sucesso de empreendedores que apostaram na preservação do meio ambiente para crescer e lucrar ainda mais. "O site é um canal direto de interação com os empresários, com informações e referências para as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade, negócios e boas práticas", diz o presidente do Sebrae, Luiz Barretto.

Um dos destaques do site é uma entrevista com Ricardo Abramavay, economista, pós-doutor pela Fundação Nacional de Ciências Políticas de Paris e professor titular do Departamento de Economia da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP). Publicado na Editoria Notícias, o bate-papo aborda diversos assuntos, como biocombustíveis, responsabilidade social empresarial, microfinanças, desenvolvimento territorial, a importância dos pequenos negócios na economia verde e a complexa relação entre sustentabilidade e mercado.

A construção do novo espaço CSS envolveu parcerias com as unidades de Tecnologia e Inovação, Tecnologia da Informação (TI) e Comunicação e Atendimento Individual do Sebrae Nacional, além de uma equipe multidisciplinar do Sebrae em Mato Grosso. Fornecedores terceirizados de TI, webdesign e jornalismo também participaram da concepção e desenvolvimento da ferramenta. "Ter um negócio sustentável é uma grande oportunidade de ganhar dinheiro e ainda ajudar na construção de um planeta mais limpo", observa o empresário baiano Jamilton da Silva, que tem a trajetória contada no site, na editoria Práticas Sustentáveis.

O Centro Sebrae de Sustentabilidade (CSS) é modelo para os empresários, pois mostra que é possível e lucrativo ter uma empresa sustentável no país. O local, que reúne conhecimento sobre o tema, tem como objetivo apoiar o Sebrae no atendimento e na inclusão das micro e pequenas empresas (MPE) na economia verde.

Mais informações no endereço eletrônico: www.sustentabilidade.sebrae.com.br

Serviço:
Textos: Agência Sebrae de Notícias
Mais informações:
www.agenciasebrae.com.br

Empreender – Informe Sebrae. Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões. Diretor-Presidente: Luiz Barretto. Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos. Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos. Gerente de Marketing e Comunicação: Cândida Bittencourt. Edição: Ana Canêdo, Antônio Viegas. Endereço: SGAS 605, Conjunto A, Asa Sul, Brasília/DF, CEP: 70.200-645 – Fone: (61) 3348-7494 – Para falar com o Sebrae: 0800 570 0800
Na internet: *sebrae.com.br // twitter.com/sebrae // facebook.com/sebrae // youtube.com/tvsebrae*

Cerveja importada é o **novo xodó do brasileiro**

Cada vez mais presentes na lista de compras do brasileiro, as cervejas importadas e gourmet já fazem parte da rotina daqueles que apreciam variedade e qualidade

Cervejas dos mais variados estilos, nacionalidades e preços passaram a fazer parte das compras do consumidor no Brasil. Mais que isso, virou rotina para grande parte de investidores, donos de bares e restaurantes ou importadores, que apostam em preços mais altos em troca da diversidade de sabores. De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da cerveja (Sindicerv), no Brasil, as cervejas só perdem em volume de mercado para a China, Estados Unidos e Alemanha. A participação das cervejas especiais com apelo gourmet no mercado nacional dobrou nos últimos cinco anos. O crescimento médio já bate a casa de 15% ao ano. A Sindicerv afirma que, desde 2008, o mercado de cervejas artesanais e importadas e gourmet cresceu 79%, enquanto o das mega cervejarias não ultrapassou 10% – embora a fatia de mercado das cervejas especiais ainda fique por volta dos 8%.

O cenário econômico ainda é o principal motivo dessa mudança de hábitos de consumo do brasileiro. Além da melhora na renda familiar, a valorização do real tem aproximado o consumidor nacional das cervejas importadas. Outro fator motivacional foi o câmbio. O Brasil duplicou as importações de cervejas em 2011. Entraram no país 44,4 milhões de litros, um aumento de 101% em relação a 2010. Em receita, a expansão foi de 118%, para 40,6 milhões de dólares, cerca de 70 milhões de reais.

Dados de pesquisa realizada pela Fundação Getulio Vargas (FGV), juntamente com a Sindicerv, sobre o impacto econômico do setor de cerveja no país, mostram que as empresas de cerveja empregam hoje mais de 1,7 milhão de pessoas e representam 1,6% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

Atualmente, o Brasil produz 10,34 bilhões de litros por ano. Na América Latina o Brasil é líder e representa 60% da produção anual total. A China é o país que mais produz, cerca de 27 bilhões de litros anualmente.

O setor de cervejas especiais e importadas dobrou sua participação no mercado nos últimos cinco anos

Aumento de tributos ameaça microcervejarias

Para compensar a renúncia fiscal de 60,4 bilhões de reais do pacote de estímulo à indústria, anunciado no último dia 3 de abril pela presidente Dilma Rousseff, o governo vai aumentar a tributação das chamadas bebidas frias – águas, cervejas e refrigerantes. O anúncio foi feito pelo secretário executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa: "Desonerações que têm impacto no Orçamento em curso devem ser compensadas. Isso virá de um mix de aumento de arrecadação, crescimento da economia e aumento de outros tributos. Estamos corrigindo a tabela de preços das bebidas, o que fazemos todos os anos".

A notícia não agradou ao mercado em expansão de cervejas, que se sente prejudicada com a alta carga tributária. A questão é mais grave para o setor da microcervejaria, ou seja, os que produzem cervejas artesanais. Em Blumenau, Santa Catarina, os representantes do setor já se manifestam pela redução da carga, que gira em torno de 60%. O presidente da Associação das Microcervejarias do Rio Grande do Sul, Jorge Gitzler, explica que a revisão das questões tributárias compromete seriamente o setor, que hoje está em ascensão. "Sem repensar essas questões, as microcervejarias estão com os dias contados. E, com isso, também toda a infraestrutura que gira em torno delas", afirma Jorge.

Artesanais têm público certo

Paula Figueiredo tem sua microempresa há um ano e meio. A Grote Markt é uma loja especializada em cervejas importadas e gourmet. A empreendedora, que já possui dois funcionários, explica por que resolveu trabalhar com este mercado. "Eu tinha vontade de ter um negócio próprio, mas não sabia exatamente o que fazer. Então fui a São Paulo procurar franquias, mas não encontrava nada com que eu pudesse me identificar. Porém, ainda em São Paulo, eu comecei a descobrir que esse mercado estava em expansão no Brasil e que isso poderia se encaixar facilmente em Brasília. Foi quando li uma cartilha do Sebrae sobre como abrir seu pequeno negócio e com a ajuda do meu contador e orientação do meu namorado, que é advogado, optei por abrir o negócio."

A empresária falou também sobre as dificuldades que encontrou. "Como sou pequeno negócio tenho dificuldades de concorrer, em relação aos preços de escala, com supermercados e grandes importadoras. Então, na minha loja eu optei por oferecer o que é diferente. Não trabalho com cerveja como Antártica e Skol, por exemplo, porque nunca quis trabalhar com quantidade e sim com qualidade. Foi uma escolha de nicho trabalhar com produtos especializados para um público mais exigente e sofisticado."

Arquivo / Grote Markt

Uma loja para clientes especiais

Paula ressaltou ainda que ainda durante suas pesquisas preliminares conheceu fornecedores com os quais trata até hoje. "Percebi que só havia uma loja que vendia cervejas especiais em Brasília, e que não era especializada de fato, apenas vendia. Além de alguns poucos bares que ofereciam cervejas do tipo gourmet", revela.

Já o representante da Associação das Microcervejarias de Santa Catarina, Maurício Zipf, explica que a qualidade é a principal preocupação dos cervejeiros. "Nunca afirmamos que não queremos pagar impostos. Apenas não achamos justo – e nem viável – que os pequenos negócios, que têm maior custo de fabricação e que primam pela qualidade da matéria-prima, sejam penalizados por isso", explica.

Apesar de inovar em produtos, os microcervejeiros sofrem com tributos federais cobrados por pauta fiscal, ou seja, o Governo estipula o preço sobre o qual incidirão os tributos. O ICMS cobrado pelos estados também é preocupante para o setor. Em alguns estados a alíquota atinge 25%. Somente o Estado de Santa Catarina reduziu pela metade a incidência de ICMS, o que resultou em um aumento de arrecadação em mais de três vezes em um ano.

A microcervejaria cria um emprego a cada 2,5 mil litros de cerveja produzida, enquanto as megacervejarias criam um emprego a cada 400 mil litros produzidos. Ou seja, proporcionalmente, a cervejarias artesanais empregam 160 vezes mais. A categoria acredita que conceder benefício fiscal ao setor microcervejeiro não significa incentivar o consumo de bebida alcoólica, pois não se estimula a ingestão de quantidade, e sim de qualidade.

Foto Bernardo Rebello/ASN

Para Carlos Alberto dos Santos, do Sebrae, a disponibilidade de informações confiáveis e as garantias são fundamentais

Demanda por crédito das MPEs ainda é tímida

Além da falta de informações confiáveis dos contratantes, a questão das garantias é considerada o "calcanhar de Aquiles" do setor

Apesar do esforço do Sebrae em aumentar o acesso de pequenos negócios ao crédito, pouco mais de cinco anos após a criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa a demanda ainda é considerada tímida. Entre as principais causas desse quadro, a questão das garantias é considerada o "calcanhar de Aquiles" do setor.

De acordo com o diretor-técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos, a disponibilidade de informações confiáveis e as garantias são fundamentais. "Quanto mais informações o pequeno negócio possui sobre si mesmo, mais confiáveis serão quando analisadas por quem toma a decisão de financiar a expansão ou a modernização empresarial – trata-se da ótica da oferta de crédito", diz.

Para minimizar o problema, o Sebrae apoia o desenvolvimento de Sistemas de Garantias de Crédito – a exemplo das Sociedades de Garantias de Crédito (SGC) –, uma associação de empresários que promovem o acesso de seus pares a crédito estruturado, garantindo parte do financiamento. Hoje existem dez experiências como essas apoiadas em MG (2), PR (5), RS (1), RJ (1), PB (1). Além disso, desde 1995 o Sebrae opera Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), cuja finalidade exclusiva é complementar as garantias exigidas pelas instituições financeiras – desde a sua criação, um total de 189 mil empresas foram avalizadas.

Conforme dados do Sebrae, entre os setores de maior demanda o destaque vai para o comércio varejista, que reflete a média de crédito contratado pelas microempresas. Em termos de modalidade, a exemplo do microcrédito, a média nacional para capital de giro é de aproximadamente R$ 1,2 mil, e em termos de investimento misto, gira em torno de R$ 4,5 mil.

Na modalidade de crédito tradicional, principalmente via fundos públicos de financiamento (FAT, Fundos Constitucionais), a média para capital de giro é de R$ 30 mil, e investimento misto, de R$ 100 mil.

Os mais ativos estão relacionados aos setores comercial e de prestação de serviços, quando considerados o enquadramento da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, como confecção em geral, lanchonete, calçado, acessórios masculinos e femininos, bar e restaurante, informática, papelaria, mercadinhos e outros. No setor de serviços, destacam-se os segmentos de cabeleireiro, oficina mecânica, reparação de computadores e serviços relacionados ao turismo.

Dados do Programa Crescer de Microcrédito Produtivo e Orientado de 2011 e primeiro trimestre de 2012, operado pelos quatro bancos públicos federais (BB, Caixa, Basa e BNB), revelam que o valor contratado chegou a R$ 1, 1 bilhão, com total de 942.837 operações e valor médio de R$ 1.211. A pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com a Abcred aponta 200 mil clientes atendidos por ONG/Oscip de microcrédito, responsáveis por R$ 560 milhões em valores contratados. Estima-se em R$ 1,7 bilhão o valor total de microcrédito contratado junto aos bancos públicos. Esses dados não contabilizam o volume contratado por bancos privados e programas estaduais e municipais de microcrédito.

Custo menor facilita investimentos

O ano de 2012 deverá marcar uma significativa evolução no volume de crédito direcionado pelo Sicredi aos pequenos negócios. Segundo previsões da instituição financeira que opera em forma de cooperativa, nada mais do que R$ 6 bilhões serão aplicados em pequenas e micro empresas, o que representará um crescimento de 20% em comparação ao ano anterior.

Segundo Morgan Mello dos Santos, coordenador de desenvolvimento de crédito comercial e câmbio do Banco Cooperativo Sicredi, apesar de possuir em seu quadro social grandes corporações, as micro e pequenas empresas representam 95% do total das empresas associadas. Este quadro, de acordo com ele, permitiu ao Sicredi um grande aprendizado sobre a realidade e os anseios do segmento. "Como as cooperativas de crédito não visam lucro – distribuem seus resultados entre os associados proporcionalmente ao volume das suas operações –, é possível disponibilizar aos micro e pequenos empresários soluções financeiras com um custo menor do que o praticado pelas demais instituições", ressalta o executivo.

Entre os exemplos bem-sucedidos financiados pelo Sicredi, Santos destaca o Programa Cooperar e Crescer. Apenas dois anos após o seu lançamento, em 2011, a iniciativa já apresentava resultados e faz surgir no município de Gaúcha do Norte (MG), distante 595 quilômetros de Cuibá, agroindústrias familiares. Ao todo são agroindústrias em pleno funcionamento que geram mais de 50 empregos diretos nos segmentos de mel, biscoitos, frango, peixes, farinhas, mandioca, hortaliças, queijos, leite, iogurte, bebida láctea, salames, abatedouro de frangos, viveiros e pequenos frigorífico de peixes. Além disso, estimulou a criação da Associação Comercial e Industrial e a Cooperativa das Atividades Agropecuárias e Agroindustriais do Xingu (Cooperxingu) e a implantação da Lei Geral das MPE, do Serviço de Inspeção Municipal e a descentralização das atividades ambientais.

Entusiasmado com os resultados do Programa, ainda em 2011, o Banco Cooperativo Sicredi criou uma área com foco exclusivo em apoiar as cooperativas do Sistema a pensar soluções para atender as empresas associadas. "Um dos principais objetivos sistêmicos é continuar estruturando produtos e ações para o fomento da pequena e micro empresa", destaca o coordenador de crédito do Sicredi.

Foto Sicredi / divulgação

Município de Gaúcha do Norte (MG) é exemplo de sucesso de agroindústrias familiares

Mendes Costa **destaca parceria** entre o Rio de Janeiro e o governo federal

Jesus Mendes Costa está otimista em relação à capacidade de atração de novos investimentos para o estado

Mineiro radicado em Petrópolis desde 1958, Jesus Mendes Costa, além de empresário é advogado, contador, professor e membro de vários conselhos e órgãos ligados aos interesses de classe. Em entrevista a Empresa Brasil, ele fala sobre os desafios do Rio de Janeiro frente aos eventos esportivos programados para a cidade e destaca o apoio do governo federal ao estado, o que considera fundamental na atração de novos investimentos. Acompanhe a seguir os melhores trechos de sua entrevista:

Empresa Brasil: Em sua opinião, quais devem ser as prioridades na agenda empresarial do país?

Jésus Mendes: O mais importante seria uma reforma tributária racional, simples e objetiva. O Brasil tem uma arrecadação desordenada, composta de leis tumultuadas, uma quantidade imensa de impostos indiretos. O custo Brasil cada vez aumenta mais porque, na medida em que o país cresce, automaticamente aumenta a arrecadação e, mesmo assim, o governo está permanentemente criando novos mecanismos para cobrar mais impostos. A primeira coisa que se tem a fazer é organizar os custos do Brasil, reorganizar o sistema tributário e o processo econômico-financeiro. A sede tributária acaba matando a galinha dos ovos de ouro, e já chegou num ponto em que o custo tributário sobre o produto é tão alto que vai inviabilizar a economia brasileira.

Como está a aplicação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa no Rio de Janeiro?

Essa lei foi resultado de uma luta do Sebrae e da CACB, em conjunto com o sistema das associações comerciais. Depois vieram outros organismos, mas inicialmente fomos nós. Nós que sempre cuidamos da micro e pequena empresa, daqueles que tinham todo o trabalho para se manterem vivos e não tinham nenhum benefício. Mas a sede tributária é tão grande que criaram mecanismos, como a tributação na fonte, aquela que já vem com a carga tributária.

Quais ferramentas podem ser usadas para sanar as lacunas ainda existentes na aplicação da Lei Geral?

Dentro de uma reforma tributária ampla, olhar com mais cuidado aquele que tem pouca possibilidade e que tem mais dificuldade. Esta Lei Geral tem que permitir que o empresário de microempresa tenha uma tributação diferenciada, uma linha de crédito acessível, que organize a capacitação da micro e pequena empresa – que hoje é feita por meio do Sebrae em parceria com o sistema das associações comercias. Essa preparação das micro e pequenas empresas é muito importante porque elas representam 98% do número de empresas do Brasil. Elas são responsáveis por uma empregabilidade na ordem de 65% no país.

Como o senhor avalia o momento econômico brasileiro?

O Brasil é um país especial, fora de série. Nós, empresários, mais o povo trabalhador, achamos a solução para os nossos próprios problemas. O Brasil tem vivido um momento de desenvolvimento e de crescimento porque é um país que produz alimentos 365 dias por ano. Tem safras de todo tipo de alimento e uma produção de commodities muito grande. É isso que está sustentando a economia brasileira. E nós, por meio de uma política de recuperação salarial, estamos aumentando o nível social econômico da população. E quando você aumenta o nível, ela também consome mais. Consumindo mais, estimula mais a economia brasileira.

E em relação ao momento econômico do Rio de Janeiro?

Esse apoio do governo federal ao Rio nos últimos anos foi muito positivo. O outro fator positivo foram os quatro grandes eventos que serão realizados no Rio de Janeiro. O primeiro é o Rio+20, que deve trazer seguramente 3 milhões de pessoas ao estado. O segundo é a jornada da Juventude Católica Mundial. E o outro é o futebol: a Copa das Confederações e a Copa do Mundo.

Mesmo que o Rio não seja a sede dos jogos do Brasil, porque só jogaria na última etapa, o RJ é a porta de entrada do turismo brasileiro. Então, todo mundo que vier à Copa vai entrar por aqui, curtir a cidade e depois ir ver os jogos. E a última as Olimpíadas, que também são uma grande demanda.

> A sede tributária acaba matando a galinha dos ovos de ouro, e já chegou num ponto em que o custo tributário sobre o produto é tão alto que vai inviabilizar a economia brasileira

Veja que eventos revolucionaram a economia do RJ – número de hotéis, de restaurantes, todo povo está focado nesses eventos e, consequentemente, isso gera alguma aplicação econômica muito grande. Também é importante o fato de que houve um volume de investimento muito grande por parte de grandes empresas no Rio. Outro dado é que nós temos umas das maiores fortunas do mundo, que é do Eike Batista. Ele está fazendo um porto importante no Rio, diversificando a aplicação dos seus recursos e também diversificando a sua inteligência para gerar renda para o país. Esses são fatores que resultaram em investimentos mais de US$ 200 bilhões nos últimos quatro anos.

Quais são as previsões sobre o programa Integra no Rio de Janeiro?

Eu tenho dois focos. Um é o Saara – devem ter umas 3 mil micro e pequenas empresas ali naquela região do Rio, e é um terreno fértil para o desenvolvimento, não só pelos produtos que eles vendem como também pelas pessoas que poderão melhorar muito o seu empreendimento se melhor capacitados. Então, fomos ali atender ao aspecto da capacitação e da inserção do empreendedor individual. Nós temos um fenômeno importante no Rio de Janeiro, que são as comunidades pacificadas, Rocinha, Morro do Alemão, e essas comunidades tinham um número imenso de empreendedores que funcionavam rigorosamente escondidos pela ilegalidade, muitas vezes controlada pelo tráfico e muitas vezes sem nenhuma perspectiva de desenvolvimento e crescimento. Nós levamos o Integra também para essas comunidades. E como o Integra tem esse nome eu levei o Sebrae, a Facerj, levei todas as entidades que estão com estes mesmos objetivos para trabalharmos juntos. Nós superdimensionamos esse trabalho para que o evento seja coberto de êxito.

Ministro Farani, da ABC: "A cooperação técnica é a melhor forma de o Brasil se posicionar"

Seminário inédito apresentou experiência brasileira em **cooperação técnica**

Com novo perfil na área, Brasil tem apoiado países em desenvolvimento em agricultura, saúde, educação e desenvolvimento sustentável

O crescimento econômico, a consolidação da democracia e a adoção de políticas que se tornaram referência mundial credenciaram o Brasil a se transformar em um prestador de cooperação técnica. Programas como o Bolsa-Família e de combate à aids ganharam o mundo e despertaram a atenção de governos e organizações de países em desenvolvimento. Uma atuação que vem crescendo, especialmente, nos últimos quatro anos a partir da percepção do presidente Lula de que o Brasil tinha capacidade para auxiliar muitas nações com transferência de conhecimento, tecnologia e qualificação, além de ser uma vitrine positiva para imagem brasileira no cenário internacional. A maior participação do setor privado nessa área também ajudado a consolidar a posição brasileira como prestador de cooperação internacional.

Algumas dessas experiências foram detalhadas para técnicos de instituições públicas e privadas estudantes, no último dia 22 de março, em Brasília, no seminário *Diálogo público-privado sobre a cooperação técnica brasileira*. A iniciativa inédita da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e da Agência Brasileira de Cooperação (ABC), órgão vinculado ao Ministério das Relações Exteriores (MRE), mostrou *cases* das áreas da saúde, agricultura, finanças, tributação, meio ambiente e desenvolvimento sustentável.

"Não vejo melhor forma de o Brasil se posicionar do que com cooperação técnica. O Brasil tem muito a oferecer", opinou o diretor da ABC, ministro Marco Farani. O evento também foi a primeira oportunidade para que todas as instâncias que atuam na área iniciassem um diálogo para unir esforços e amplificar ainda

Vice-presidente da CACB, Luiz Carlos Furtado Neves, durante a abertura do seminário

mais a atuação brasileira. "É importante que busquemos a convergência de ações de todos os entes envolvidos em cooperação para que os efeitos sejam multiplicados", analisou o vice-presidente da CACB, Sérgio Papini.

O responsável pelos projetos com a Espanha e a Itália na Coordenação-Geral de Cooperação Técnica Bilateral da ABC, André Galvão, defende o diálogo permanente com várias instituições. "Um deles é o diálogo público-privado, que é uma inovação, embora algumas instituições já façam ações nessa linha. A ideia é materializar essa nova forma de parceria que estamos formatando e depois trazer novos projetos de forma inovadora", afirmou Galvão.

Já o coordenador da Divisão Internacional do Centro de Formação de Profissionais das Associações Empresariais da Baviera (BFZ), Martin Wahl, reforçou que o Brasil pode ajudar a mudar o perfil da cooperação internacional, anteriormente conduzida apenas por países ricos. "Vi durante cinco décadas a cooperação dominada por países industrializados. Com a entrada da China e uma filosofia de fortalecer o setor privado, além de uma dura crítica da cooperação internacional, isso começou a mudar. O Brasil é uma potência e pode trilhar um novo caminho, diferente dos países industrializados", disse Wahl. A BFZ mantém projetos com a CACB de cooperação técnica desde 2009.

Experiências

O desenvolvimento de uma pequena comunidade isolada da República Dominicana é uma das ações apresentadas durante o seminário. A Odebrecht iniciou um trabalho em Guayuyal, cordilheira central do país, região em torno de uma hidrelétrica em construção pela empresa. O local onde vivem 28 famílias foi arrasado por um furacão em 1998 e, até pouco tempo, só se tinha acesso com carro 4 X 4, se o tempo estivesse bom. Na comunidade, a Odebrecht desenvolve ações com foco na sustentabilidade com a finalidade "de transformar a vida das pessoas", como explicou Claudio Castro, da coordenação de Relações Institucionais da Empresa.

A primeira ação foi a legalização da Associação Comunitária local para que os moradores pudessem discutir e decidir as prioridades de Guayuyal. "Também buscamos o estabelecimento de relação entre a comunidade e outras instituições locais que permitam que eles possam avançar mais e construir seu próprio desenvolvimento depois que formos embora, já que nossos projetos duram no máximo cinco anos", afirmou Castro.

Lá, a empresa apoiou a reforma da escola, a construção de um igreja, a capacitação de professores e a construção de 28 casas. Também foi criada uma horta comunitária, aproveitando a principal atividade econômica do local, a agricultura de subsistência. A empresa passou a comprar toda a produção da horta e estimulou o contato com outras instituições para a busca de novos compradores. Hoje, os moradores vendem para o Rotary de San Juan.

Outra experiência contada durante o evento são as ações da Agência Alemã de Cooperação Internacional (GIZ, sigla em alemão) no Brasil. A GIZ atua no Brasil, principalmente, com projetos de desenvolvimento sustentável voltados a minimizar os efeitos das mudanças climáticas. Para essas ações, a agência destinou 20,3 milhões de euros em 2011.

Outra agência internacional, a Usaid, ligada ao governo norte-americano, tem, projetos de projetos de cooperação com o Brasil desde a década de 60. Porém, naquela época, o foco da instituição era atacar os problemas estruturais, como a falta de planejamento familiar. Hoje, afirma Alexandre Mancuso, conselheiro da Usaid no Brasil, o perfil do Brasil mudou, alterando as parcerias entre a agência dos EUA e instituições brasileiras.

Outras experiências exitosas também foram relatadas, incluindo *cases* da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), ABC, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, entre outros.

Personagens explicam conceitos de de forma lúdica em animações educativas

Como solucionar de forma pacífica os conflitos

Com apenas seis meses de criação, a CBMAE Educ oferece, além dos cursos a distância, diversos materiais educativos, como vídeos, peças, animações e cartilhas

No ambiente empresarial – organizacional ou corporativo –, especialização e reciclagem tornam-se itens cada vez mais importantes ao profissional que quer se destacar. Aliado a isso, os conceitos de negociação, conciliação, mediação e arbitragem são a grande aposta de diversas instituições modernas para solução de seus conflitos internos e externos. A partir dessas tendências, a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), em parceria com o Sebrae, lançou a CBMAE Educ em setembro de 2011.

Com este projeto, a CBMAE se lança a uma nova perspectiva. "Acreditamos que a educação é capaz de induzir uma mudança cultural que permita agregar a solução pacífica de conflitos de forma definitiva no meio empresarial, fortalecendo os negócios e o ambiente corporativo como todo", explica Eduardo Vieira, coordenador adjunto da CBMAE nacional.

Em apenas 6 meses de atividades, a CBMAE Educ já expandiu sua cartela de produtos e atendeu alunos em diversos estados, por meio de um trabalho em parceria com as Federações da rede CACB, Câmaras de Mediação e Arbitragem e Postos Avançados de Conciliação Extraprocessual (Paces) instalados. São quatro cursos em plataforma de Educação a Distância (EAD), quatro animações, duas cartilhas e uma série de videoaulas e peças que podem ser repassadas e executadas diretamente nos estados, além dos produtos formatados para demandas específicas.

"Percebemos a necessidade de estimular a rede a se capacitar. Precisávamos reciclar e atualizar nossos especialistas e difundir a cultura pacífica de solução de conflitos também para os empresários e para a comunidade em geral", conclui Vieira.

Para o superintendente da Câmara ligada à Associação Comercial de Campina Grande (ACCG), Anchieta Bernardino, "ainda falta uma difusão do conceito de resolução pacífica de conflitos no mercado local, as pessoas precisam saber que é mais rápido e mais barato", explica. Anchieta já foi responsável pela formação de cerca de 50

especialistas para atuação em Campina Grande e na capital João Pessoal. "Os especialistas formados para Campina estão todos inscritos na Câmara, é um pessoal muito animado que está trazendo ótimos resultados", comemora.

Mesmo com pouco o tempo de lançada, a CBMAE Educ já conquistou bons resultados também para seus alunos. Abediel Pereira, capacitado no curso de Arbitragem e Conciliação em 2011, foi chamado recentemente para trabalhar no setor de conciliação do Juizado Especial Cível e Criminal de Suzano (SP). Segundo ele, "o curso foi de grande importância porque a mim agregou 100%. A teoria é muito importante, mas é atuando na prática que a gente mostra a importância do conciliador para a população", explica. Abediel atua como conciliador desde janeiro de 2012 e já atendeu cerca de 30 casos.

O tutor do Abediel, Sidney Fernandes comemora: "O sucesso de especialistas formados por nós, tutores da CBMAE, é o sucesso de todos os envolvidos, direta ou indiretamente, no projeto CBMAE Educ". Fernandes já capacitou 287 especialistas, em um total de 11 turmas, nas cidades paulistas de Santo André, Marília, São José do Rio Preto, Suzano, Ribeirão Preto, Diadema, Itapetininga e Campo Limpo Paulista, além de uma turma em Vitório (ES).

Cartela de produtos

Alguns dos cursos já existiam antes da criação da CBMAE Educ, como o módulo de Introdução à Conciliação, Mediação e Arbitragem Empresarial e o de Negociação e Mediação Empresarial. O primeiro pretende dar uma visão geral da história, da aplicação e das vantagens dos Métodos Extrajudiciais de Solução de Conflitos (MESCs). Já o curso de Negociação e Mediação Empresarial pretende habilitar e incentivar os empresários e seus colaboradores no uso desses conceitos e ferramentas como forma de fomento aos negócios, gestão dos conflitos e melhoria da qualidade de vida no ambiente de trabalho.

Além desses, que foram abraçados pela CBMAE Educ, foram desenvolvidos os cursos de Formação de Especialistas em Mediação e Arbitragem – exclusivos para os especialistas que atuam junto às câmaras da rede – e o curso específico de Conciliação, que abrirá sua primeira turma em maio.

Além dos cursos, a animações funcionam como ferramenta educativa mais voltada para a comunidade, dada a sua linguagem simples e de maior alcance. Cada animação fala de uma modalidade de MESCs: um para arbitragem, um para conciliação, um para medição e outro para negociação. O material está disponível gratuitamente no site da CBMAE (www.cbmae.org.br).

Na mesma linha de disseminar a cultura dos MESCs para a comunidade, foi construído um roteiro para uma peça educativa a fim de atender de forma lúdica às necessidades educacionais deste público. Também estão sendo finalizadas uma série de videoaulas e duas cartilhas – uma sobre negociação e outra sobre mediação e arbitragem – voltadas para os empresários. Para obter qualquer material da CBMAE Educ, basta estar filiado à rede CACB e entrar em contato pelo e-mail cbmae@cacb.org.br ou pelo telefone (61) 3321-1311.

Abediel Pereira: "É na prática que se mostra a importância do conciliador para a população"

Cursos

Introdução à Conciliação Mediação e Arbitragem Empresarial
Destina-se aos profissionais e estudantes interessados em conhecer os institutos da Conciliação, Mediação e da Arbitragem e atuam na administração de contratos, cujos objetivos visam à solução de conflitos de forma pacífica.
Carga horária: 100 horas.

Curso de Negociação e Mediação Empresarial
Pretende habilitar os empresários e seus colaboradores para usar a Negociação e a Mediação para fomentar os negócios, e possibilitar a compreensão da mediação na solução de conflitos.
Carga horária: 80 horas.

Curso de Formação de Especialistas em Mediação e Arbitragem
Visa capacitar pessoas para atuarem como mediadores e árbitros junto às Câmaras da rede CBMAE, além de capacitar grupos de outras instituições que desejem qualificar os seus colaboradores
Carga horária: 124 horas, sendo 100 a distância e 24 presenciais.

Microfranquias, uma nova **opção de negócios**

Com baixa necessidade de investimento e diversas facilidades, as microfranquias começam a proliferar sobretudo na área de serviços pessoais

Uma forte tendência de negócios em 2012 são as microfanquias. O setor cresceu 15% em 2011 em relação ao faturamento de 2010. Para 2012, a previsão é de um crescimento de até 20%, de acordo com a Associação Brasileira de Franchising (ABF). A microfranquia é um sistema de parceria em que o franqueador disponibiliza o uso da sua marca e de seu *know-how*, ou seja, o uso da tecnologia do seu negócio, com ou sem o fornecimento de produtos e serviços.

Uma das razões para este sucesso são as facilidades que envolvem essa modalidade de negócios. A microfranquia é caracterizada pelo baixo investimento inicial, de no máximo 50 mil reais, e permite aproveitar a estrutura de pontos comerciais já consagrados. Ou ainda, é possível operar a microfranquia de casa, sem a exigência de um ponto comercial fixo. Isso faz com que custos como aluguel, alimentação transporte, contratação de funcionários, entre outros, sejam bastante reduzidos.

De acordo com a ABF, o Brasil já opera com 336 redes de microfranquias e 12.561 unidades, o que possibilitou um faturamento de 88.854 bilhões de reais no ano passado. A participação das microfranquias na receita do país representou 4,2% em 2011. No ranking por unidades estão respectivamente os segmentos de educação e treinamento, beleza, saúde e produtos naturais, cosméticos e perfumarias e serviços automotivos. Já no ranking por faturamento em primeiro lugar estão os serviços automotivos, seguido por educação e treinamento, e negócios, serviços e conveniência. Os estados de São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro são os que mais faturam.

A ABF estima que já existam no país cerca de 2,5 mil franqueados de mais de 50 marcas de microfranquias. Elas representam 5% do segmento de franchising no Brasil, mas crescem a uma velocidade de 25% ao ano. De acordo com o Diretor de Microfranquias da ABF, Artur Hipólito, o Brasil pode vir a se tornar líder em Franchising nos próximos cinco anos. "Você pode perceber que ocorre uma rápida organização do setor. Hoje, grandes marcas e empresas como a Ambev já abrem serviços e redes de microfranquias reconhecendo o valor dos pequenos."

Hipólito afirma ainda que o crescimento do setor é importante porque faz com que muitos serviços deixem de ser informais e passem a se formalizar. "O que acontece na realidade é que desde 2009 percebemos as demandas de várias ope-

O Disk Manicure foi aprimeira rede de microfranquias do Brasil

rações e simplesmente estamos organizando isso em uma categoria. Até mesmo a terminologia 'microfranquia' ajudou em muito, já que antes a palavra 'franquia' significava movimentações de grandes valores financeiros", afirma o dirigente.

Parceria

Já o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) está renovando sua parceria com a Associação Brasileira de Franchising (ABF), onde a maioria dos franqueados tendem a ser microempresas e Empreendedores Individuais. A ideia é que o Sebrae possa orientar e informar sobre como adquirir uma microfranquia, oferecendo capacitação e consultoria para implantação da modalidade, tanto para o franqueador quanto para o franqueado.

De acordo com o gerente de Serviços Financeiros do Sebrae Nacional, Paulo Alvim, tem ocorrido um maior interesse e aumento de franquias nas áreas de serviços pessoais, como educação, beleza, manutenção predial, entre outros. O setor de alimentos, com modelos de quiosques, é outro em crescimento. Há destaque também para as franquias em serviços de limpeza.

Cuidados na hora de abrir uma microfranquia

Para criar uma franquia é preciso fazer um plano de negócios. Ele indui um ponto essencial para o sucesso: o estudo financeiro. Desse modo poderá ser visualizada a viabilidade do negócio para o franqueador e para o franqueado.

Serviço de sucesso

O Disk Manicure é a microfranquia criada pela estilista Renata de Barbosa. Ela iniciou suas atividades em 2007, abrindo sua unidade-piloto em Fortaleza, Ceará. A empreendedora presta serviços de manicure e pedicure a domicílio. Foi a primeira rede de franquias do Brasil neste segmento.

As franquias da Disk Manicure exigem investimento de 25 mil reais, que inclui capital de giro, taxa de franquia e a estrutura necessária. O prazo de retorno é de 18 meses, em média.

O segundo passo são os manuais de operação da franquia. Eles devem orientar desde a implantação até o funcionamento da loja. Para o franqueado é mais seguro porque ele evita os riscos iniciais da criação de um negócio. Ele recebe o *know-how*, é treinado, supervisionado e acompanhado pelo franqueador. Em seguida o franqueador precisa fazer um contrato de franquia.

Apesar das facilidades, é preciso ter atenção na hora de efetivar o negócio. Vale verificar se toda a documentação da franquia está em acordo com o que estabelece a Lei 8.955/94 e se o perfil do empreendedor é compatível com a atividade.

O franqueador precisa selecionar um perfil bom, que mire no alvo certo, o que é bom também para o candidato franqueado, que pode conhecer melhor a franquia antes de fechar negócio. Cada negócio tem características diferentes, ou seja, o perfil ideal de franqueado varia conforme o ramo de atuação da empresa.

Um erro comum é confundir gosto do candidato com aptidão para o negócio – uma pessoa pode adorar chocolates, mas isso não significa que ela tenha talento para gerenciar uma franquia de lojas de chocolate. Portanto, é fundamental que o franqueado pesquise atentamente os detalhes operacionais da franquia em que deseja comprar, procurando deixar de lado todos os aspectos emocionais que tenha com o produto ou serviço da franquia.

(Com informações: portaldofranchising.com.br)

Perfil do investidor

O franqueado necessita ter facilidade de comunicação, motivação, organização e liderança. Não é necessário ter experiência prévia. Cada franqueado conta com um suporte desde a fase do treinamento até o dia a dia de cada unidade.

Microfranquias no Brasil

336 redes de microfranquias

2,5 mil franqueados

12.561 unidades

88.854 bilhões de reais de faturamento em 2011

4,2% de expectativa de crescimento em 2012

Nunca Procure **Emprego!**

Nunca Procure Emprego! - Dispense o Chefe e Crie o Seu Negócio Sem Ir À Falência. Quando você olha o livro com este título pela primeira vez na livraria, a reação imediata é refletir sobre a ousadia do autor. A dica de nunca procurar emprego, no mínimo, soa como uma fantasia. Certo? Como seria possível viver sem emprego? Ao ler as primeiras páginas, entretanto, você começa a mudar de opinião graças ao talento do autor em demonstrar que ideias aparentemente simples podem ter um grande potencial de negócios.

De fato, o norte-americano Scott Gerber, o autor do livro em questão, é considerado referência internacional em empreendedorismo. Além de palestrante renomado, Gerber atua como investidor anjo, aportando sua experiência gerencial e know-how em marketing e vendas nas empresas em que investe capital. Fundou e preside a The Young Entrepreneur Council, organização sem fins lucrativos que provê todo suporte necessário a jovens empreendedores e àqueles que desejam criar uma empresa, a fim de que possam ter o maior potencial possível de serem bem-sucedidos em seus negócios.

Personalidade requisitada pela imprensa, seu trabalho pode ser acompanhado em veículos como o New York Times, Wall Street Journal, Time, CNN, Reuters e CBS Evening News.

Ele começou bem cedo a empreender. Entretanto, sua primeira experiência não foi nada daquilo que se espera de alguém que virou uma espécie de guru do empreendedorismo. Scott Gerber montou seu primeiro negócio aos 20 anos: uma pequena produtora de vídeos que ele resolveu transformar em uma sofisticada empresa multimídia para fazer qualquer coisa para qualquer um. Mas tudo deu errado. O primeiro cliente nunca pagou, e essa inadimplência deixou o negócio cheio de dívidas. Os quatro funcionários contratados foram demitidos em menos de duas semanas porque não havia mais dinheiro. Com os US$ 700 que sobraram, ele montou o seu segundo e bem-sucedido empreendimento, batizado de Sizzle It!: uma produtora de vídeos que prometia surpreender os consumidores em três a cinco minutos.

Em "Nunca Procure Emprego!", Scott defende a tese de que o principal é assegurar que sua ideia seja capaz de gerar caixa imediatamente. Ele não apostaria em sites grandiosos nem em qualquer tipo de produto. No caso do primeiro negócio, a dica é evitar empreendimentos complexos e tirar o máximo de barreiras de entrada. Segundo ele, é melhor começar com serviços, crescer, e aí sim verticalizar, diversificar, entrar em novos mercados.

Dada a sua experiência, ele aponta a ansiedade das pessoas em querer ganhar dinheiro rapidamente como um dos principais obstáculos de qualquer empreendimento. É justamente esse fator que leva muita gente a investir no tipo errado de negócio. O fundamental, para ele, é pensar pequeno e simplificar.

"Em vez de investir milhares de dólares em um restaurante, por exemplo, comece a operar de casa apenas com um sistema noturno de entregas para seus vizinhos ou uma faculdade próxima. Tenha certeza, também, de que não está sendo original. Negócios não originais foram provados, já demonstraram que conseguiram fazer dinheiro no passado e podem ser bastante rentáveis. Um empreendedor de primeira viagem não deve pensar que tem de mudar o mundo e fazer algo que seja totalmente novo e inovador. Quando você tenta reinventar a roda é que corre o risco de se dar mal", ensina Scott Gerber.

Milton Wells

No caso do primeiro negócio, Scott Gerber defende a ideia de que o principal é gerar caixa imediatamente. Segundo ele, é melhor começar com serviços, crescer, e aí sim verticalizar, diversificar, entrar em novos mercados

Crescimento do PIB
deve ficar entre 3 e 3,5% neste ano

Ulisses Ruiz de Gamboa*

Recentemente, o Banco Central divulgou a evolução em janeiro do seu Índice de Atividade Econômica (IBC-BR), que é considerado uma prévia da tendência do Produto Interno Bruto (PIB). Mostrando queda de 0,3% em relação ao mês anterior e 2,4% de crescimento em 12 meses, os resultados confirmam a desaceleração vivida atualmente pela economia brasileira.

Esses resultados contribuíram para reduzir as expectativas do mercado em relação ao crescimento econômico deste ano, que caíram, segundo o último relatório Focus do mês de março, para 3,2%, em contraposição às estimativas do Ministério da Fazenda, que continuam projetando crescimento de 4%.

De concreto, o que se poderia dizer no presente momento é que o menor crescimento da atividade deverá contribuir para a continuidade da queda da taxa Selic, cujo consenso de mercado é que termine o ano em 9,0%, talvez após uma nova rodada de redução mais acelerada de 0,75%. O governo também tem implementado desonerações do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para beneficiar as vendas de vários setores, e parece disposto a continuar concedendo incentivos fiscais adicionais.

Sendo assim, e levando em consideração que o efeito das reduções da taxa Selic sobre a atividade econômica tarda pelo menos seis meses em se manifestar, poder-se-ia esperar uma aceleração da expansão da atividade econômica a partir do segundo semestre, mesmo porque a base de comparação com 2011 é relativamente mais fraca, pois a economia começava a sentir os efeitos da política monetária contracionista realizada no começo do ano.

> "A retomada de um crescimento baseado no consumo poderia trazer de volta o risco inflacionário, o que levaria o Banco Central a novos aumentos da Selic e aplicação de medidas com repercussão negativa para a da atividade o PIB de 2013"

Desse modo, ao que parece, o crescimento da economia em 2012 já estaria "contratado" entre 3 e 3,5%, porém a retomada de um crescimento baseado no consumo poderia trazer de volta o risco inflacionário, o que poderia levar o Banco Central a novos aumentos da Selic e aplicação de medidas macroprudenciais que repercutiriam negativamente para a evolução da atividade econômica em 2013.

O problema de fundo é que não se vislumbra verdadeira disposição por parte do governo para realizar as tão necessárias reformas estruturais (tributária, trabalhista, regulatória, previdenciária), única via de garantir um crescimento mais elevado e sustentável da economia brasileira. Nosso país continua a reboque da expansão do consumo das famílias e do setor público, sem que exista um verdadeiro modelo de desenvolvimento de longo prazo.

• *Economista da Associação Comercial de São Paulo*

Sem tempo
para ir ao Sebrae?
E agora?
SEBRAE
> Baixe o aplicativo do
Sebrae na App Store.

Agora o Sebrae vai até você.
LEVI LARA \ TBWA
SEBRAE
NEGÓCIO a NEGÓCIO
SEBRAE 40 ANOS
O Sebrae pode ajudar você a encontrar soluções sob medida para sua empresa, sem que você tenha que sair dela. Agende uma consultoria NEGÓCIO A NEGÓCIO. Nossos profissionais irão até você e farão uma análise diretamente no seu negócio.
E agora? Sebrae agora.
Ligue 0800 570 0800.
Quem tem conhecimento vai pra frente | 0800 570 0800 | sebrae.com.br
SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

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