empresa BRASIL

ANO 9 N 84 JULHO DE 2012

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

INCUBADORAS

Como criar um negócio mais rápido do que o mercado

Presentes em todo o país, as incubadoras de empresas transformam-se em ninhos de empreendedores

MODELO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL É EXEMPLO PARA A AMÉRICA LATINA

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
Marcelo Melo
Neusa Galli Fróes
Thaís Margalho

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: Ubiratan da Silva Lopes
Rua 143 - A - Esquina com rua 148, Quadra 66 Lote 01
Bairro: Setor Marista Cidade: Goiânia CEP: 74.170-110

Maranhão – Federação das Associações Empresariais do Maranhão – FAEM
Presidente: 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
2º Sobreloja – Bairro: Centro Norte Cidade: Cuiabá CEP: 78.005-020

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

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

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

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

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

Pernambuco – Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Pernambuco – FACEP
Presidente: Djalma Farias Cintra Junior
Rua do Bom Jesus, 215 – 1º andar
Bairro: Recife Cidade: Recife CEP: 50.030-170

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

Rio de Janeiro – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Rio de Janeiro – FACERJ
Presidente: Jésus Mendes Costa
Rua do Ouvidor, 63, 6º andar - Bairro: Centro
Cidade: Rio de Janeiro CEP: 20.040-030

Rio Grande do Norte – Federação das Associações Comerciais do Rio Grande do Norte – FACERN
Presidente: 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: Ricardo Russowsky
Rua Largo Visconde do Cairu, 17, 6º andar
Palácio do Comércio - Bairro: Centro
Cidade: Porto Alegre CEP: 90.030-110

Rondônia – Federação das Associações Comerciais e Industriais do Estado de Rondônia – FACER
Presidente: 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, 1º 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, 3º andar Bairro: Centro
Cidade: São Paulo CEP: 01.014-001

Sergipe – Federação das Associações Comerciais, Industriais e Agropastoris do Estado de Sergipe – FACIASE
Presidente: 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 avanço das incubadoras **de empresas**

Em meados de 1980, as incubadoras de empresas restringiam-se aos setores de informática, biotecnologia e automação industrial. O objetivo era a criação de empresas com novas ideias e tendências tecnológicas. Uma década depois, entretanto, além do propósito inicial, passaram a contribuir de maneira efetiva na geração de empregos e renda em várias regiões do Brasil, o que veio a fortalecer-se já em pleno século 21. Fato auspicioso para a economia do país – conforme demonstra a matéria de capa desta edição –, o número de empreendimentos incubados vem crescendo muito nos últimos anos, o que é demonstrado pela taxa de ocupação.

Outro dado importante é o excepcional avanço do número de empreendedores, conforme levantamento da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente e fruto de uma parceria entre a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec) e o Sebrae.

Hoje, o cenário das incubadoras de empresas no Brasil alcançou sua maturidade, segundo relata, na mesma matéria, a presidente da Anprotec, Francilene Garcia, mas ainda existem alguns desafios, entre esses a obtenção de recursos e qualificação de pessoal.

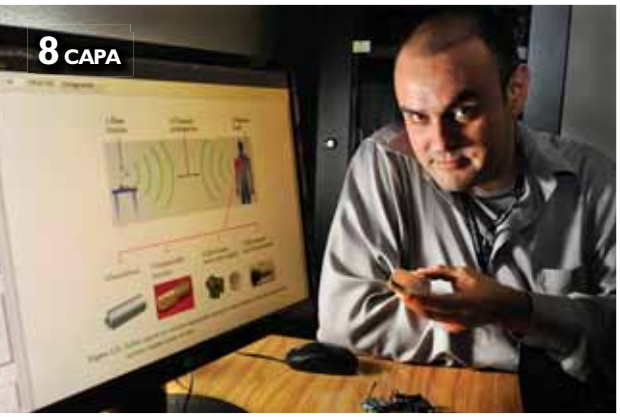
Essa realidade nos remete novamente para a importância de o governo federal desobstruir a burocracia e a elevada carga tributária que ainda incide sobre os empreendedores. Mais do que isto, atentar para a necessidade de criar ferramentas necessárias para a qualificação do ensino no país em todos os níveis. É preciso lapidar esse enorme potencial criativo do empreendedorismo brasileiro, o que implica reformas, não somente a tributária, mas também na legislação trabalhista e na educação como um todo.

Também nesta edição destacamos o trabalho de nossa entidade, que, por meio de seu programa Empreender, deu mais um passo na sua política de cooperação técnica internacional em 27 de julho. Na oportunidade, foram recepcionados os presidentes e diretores das instituições escolhidas para participar do projeto de disseminação da metodologia de núcleos setoriais em entidades empresariais de países da América do Sul, também chamado de Redes Empresariais de Negócios. Realizado em parceria com o Sebrae, o projeto tem o objetivo de expandir o modelo de núcleos setoriais para os países vizinhos: Bolívia, Peru, Colômbia, Argentina, Uruguai e Chile.

Os representantes desses países realizaram também, entre os dias 28 e 30 de junho, a primeira missão para conhecer melhor a metodologia. Nesse período, foram visitados núcleos setoriais nos municípios catarinenses de Joinville e Jaraguá do Sul.

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

ÍNDICE



3 PALAVRA DO PRESIDENTE
Fato auspicioso para a economia do país, o número de empreendimentos incubados vem crescendo muito nos últimos anos, o que comprova a alta capacidade criativa dos brasileiros. Mas existem desafios a serem vencidos.

5 PELO BRASIL
O economista responsável pelas pesquisas de inclusão social no Brasil, Marcelo Neri, será um dos palestrantes do 22º Congresso da CACB. Com o tema "Brasil de Resultados", o evento acontecerá em Belém nos dias 3, 4 e 5 de setembro, no Hilton Hotel.

8 CAPA
As incubadoras se consolidam no Brasil como ambientes adequados ao desenvolvimento de empreendedores e seus negócios inovadores.

12 CASE DE SUCESSO
Programa ACCredito da CACB oferece opções em cartões corporativos e de benefícios estimulando microcrédito e o desenvolvimento da economia em cidades do interior paulista.

14 FEDERAÇÕES
Promover melhorias de infraestrutura e batalhar contra o protecionismo comercial são propostas do presidente da Câmara de Indústria, Comércio Serviços e Turismo de Santa Cruza (Cainco), da Bolívia, Luis Fernando Barbery.

17 DESTAQUE CACB
Conhecimento, habilidades e atitudes foram temas do Seminário de Consultores do Empreender, nos dias 27 e 29 de junho, em São Bento do Sul (SC).

18 RELAÇÕES EXTERIORES
Parceria entre Brasil e países da América do Sul tem o objetivo de expandir o modelo de núcleos setoriais. O projeto é realizado pela CACB em parceria com o Sebrae.

20 CBMAE
Mutirão de conciliação da Câmara de Conciliação, Mediação e Arbitragem do Espírito Santo (CBMAE-ES), em parceria com a associação comercial local e o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do estado, proporcionou a recuperação de R$ 292 mil de inadimplentes.

22 VAREJO
Aumento de fraudes no e-commerce obriga o setor a investir em segurança na Internet.

24 TENDÊNCIAS
Apenas 42% das empresas consultadas em pesquisa usam planos corporativos de telefonia móvel.

26 MEIO AMBIENTE
Profusão de discursos criou uma espécie de torre de Babel ecológica. Todos falaram, mas poucos se entenderam na recente Conferência da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável Rio+20.

28 CONJUNTURA
Apesar da manutenção do nível de atividades de determinados setores, há uma percepção clara por parte dos especialistas de que a economia está em processo de desaceleração.

30 LIVROS
Os contribuintes, como sempre acontece, pagam o pato, relata o economista indiano Raghuram G. Rajan em seu livro *Linhas de Falha – Como rachaduras ocultas ainda ameaçam a economia mundial* – vencedor nos Estados Unidos do prêmio Financial Times/Goldman Sachs de 2010.

31 ARTIGO
O consultor Marcos Hashimoto escreve sobre *O paradoxo do excesso da informação.*

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

Empreender **SUPLEMENTO ESPECIAL**

Pesquisa GEM destaca o empreendedorismo no Brasil

Marcelo Neri vai participar do Congresso da CACB

O economista responsável pelas pesquisas de inclusão social no Brasil, que resultaram no levantamento sobre "A nova classe média", Marcelo Neri, é um dos palestrantes do 22º Congresso da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB). Com o tema "Brasil de Resultados" o evento 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).

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", explicou o presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairoli, que conduziu a reunião da diretoria.

Foto: Rose Brasil/ABr

Marcelo Neri

Empresárias mineiras debatem Lei Geral das MPEs

A Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Minas Gerais (Federaminas) promoveu uma série de encontros com empresárias de todas as regiões do estado. O objetivo foi abrir um espaço de fortalecimento interação. O evento aconteceu em Belo Horizonte, na sede da entidade, e faz parte de uma série de reuniões que o Conselho Nacional da Mulher Empresária (CNME) está promovendo para sensibilizar governo e sociedade civil e estimular a regulamentação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Em Minas Gerais, dos 853 municípios, 412 ainda não implantaram a lei.

O Encontro foi aberto pelos presidentes da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Minas Gerais (Federaminas), Wander Luis, e da Câmara Estadual da Mulher Empreendedora de Minas Gerais (CEME MG), Marinez Gotelip Borja de Oliveira.

Com informações da Federaminas.

O presidente da Federaminas, Wander Luís (C), e as empresárias mineiras

Ação arrecadou em torno de 500 quilos de lixo eletrônico

Jovens empresários contribuem para a preservação ambiental

O Núcleo do Jovem Empreendedor da Associação Empresarial de Maravilha promoveu, pelo terceiro ano consecutivo, o Dia da Iniciativa Verde. O evento pretende conscientizar a população sobre a preservação ambiental. Os jovens empresários distribuíram mudas de árvores e montaram postos de coleta de lixo especial: eletrônico, óleo de cozinha e retalhos de tecido.

Os postos de coleta de lixo se tornarão Eco Pontos, locais permanentes destinados à coleta desses materiais. Para o coordenador do núcleo, Giovar Juarez Garcia, esses pontos de coleta visam facilitar a destinação correta dos materiais: "Muitas pessoas não sabem o destino correto de alguns tipos de lixo e, por falta de um lugar adequado, acabam descartando em lixeiras comuns". A ação arrecadou em torno de 500 quilos de lixo eletrônico, 80 litros de óleo de cozinha e 20 quilos de retalhos de tecido.

Com informações da CDL/ Associação Comercial de Maravilha

Vitória e Campo Grande realizam mutirão de conciliação empresarial

Os empresários de Vitória (ES) e Campo Grande (MS) participarão de mais um mutirão de conciliação empresarial. O evento foi realizado pela CACB, em parceria com Sebrae, por meio da Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial (CBMAE), em uma ação intensiva juntamente com as Associações Comerciais.

Em Vitória, 149 micro e pequenas empresas fizeram o pré-cadastro, e os atendimentos continuaram nas semanas seguintes. Já a Associação Comercial de Campo Grande atendeu cerca de 3 mil casos. O objetivo é oferecer, especialmente para micro e pequenas empresas, soluções rápidas, eficientes e de baixo custo para seus conflitos. Foram inscritos problemas referentes à rescisão contratual, inadimplência e quaisquer outros conflitos empresariais.

CACB apresenta modelo de certificação digital na International Chambers of Commerce

A coordenadora nacional de certificação de origem do Programa de Geração de Receitas e Serviços (Progerecs), Juliana Kämpf, apresentou, durante reunião com a International Chamber of Commerce (ICC), em Paris (FR), o modelo operacional de certificado de origem digital do sistema CACB. Foram apresentadas informações gerais sobre o certificado de origem, sua operacionalidade no território nacional, além dos benefícios gerados para governo e empresários com a disseminação dessa ferramenta.

Atualmente, o comércio internacional utiliza o Certificado de Origem preferencial impresso em papel. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), por meio da Secex, é responsável por acompanhar e zelar pela qualidade na emissão dos Certificados de Origem emitidos no âmbito dos acordos preferenciais de comércio subscritos pelo Brasil. Desta forma, o certificado de origem deve ser preferencialmente emitido por uma entidade de classe autorizada pela Secex para a prestação do serviço.

Facep organiza caravana para o Congresso da CACB

A Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Pernambuco (Facep) reuniu os presidentes das associações comerciais do estado a fim de discutir as ações e estratégias para garantir o serviço de certificação digital dentro de cada Associação, no interior do Estado. O grupo também debateu a organização da caravana para a participação dos líderes empresariais do estado no Congresso CACB 2012 e temas como o prêmio Nacional MPE Brasil 2012 e o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. O evento contou com representantes das empresas Boa Vista e Certisign, além de representantes do Sebrae e Facesp.

Com informações da FACEP.

Líderes comerciais do estado reuniram-se em Recife

Associação Comercial do Distrito Federal (ACDF) elege novo presidente

O empresário do setor de automóveis Cleber Pires foi eleito o novo presidente da Associação Comercial do Distrito Federal (ACDF). Mineiro de São João Evangelista, reside em Brasília desde 1977. Atua há 16 anos na ACDF e vai suceder a atual presidente Danielle Moreira. A posse acontece no dia 16 de julho, e o mandato segue por dois anos. A plataforma de gestão de Cleber Pires está voltada para a melhoria dos estacionamentos e a criação de zona azul nas áreas centrais da cidade, aumento da segurança e revitalização do comércio de rua no Plano Piloto. O Conselho Superior da entidade, também eleito nesse pleito, será comandado pelo ex-senador Lindberg Aziz Cury por igual período.

Cleber Pires, novo presidente da Associação Comercial do Distrito Federal (ACDF)

Paraná abre inscrições para o Prêmio de Responsabilidade Social

Associações comerciais, empresas, lideranças locais e imprensa de todo o Paraná podem concorrer ao Prêmio de Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável 2012, uma iniciativa da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná (Faciap). As inscrições podem ser feitas até 30 de agosto. A premiação acontecerá durante a XXII Convenção Anual da Faciap, entre os dias 30 de setembro e 2 de outubro. O regulamento e a ficha de inscrição para o prêmio estão disponíveis no site da federação (www.faciap.org.br).

Com informações da Faciap.

O protagonismo das **incubadoras de empresas**

Ambientes dotados de infraestrutura necessária para o desenvolvimento de projetos ganham cada vez mais relevância no país e transformam-se em ninhos de inovação

Lucimar Dantas, da Coppe/UFRJ: o maior desafio é a busca de recursos para custear serviços

São edificações comuns e, se não fosse pelos indicadores e placas de sinalização, quase não chamariam a atenção. Os interiores são despojados e raramente revelam o que ali se produz. Instaladas junto de universidades e institutos de pesquisa para aproveitar a presença de laboratórios e pesquisadores, são dotadas de infraestrutura e capacidade técnica, gerencial e administrativa que servem de apoio ao pequeno empreendedor. É naquele ambiente que as ideias inovadoras são transformadas em empreendimentos de sucesso. Nesses locais estão as incubadoras de empresas que escondem em seu espaço físico o trabalho incessante de mentes poderosas em busca de seus objetivos.

Segundo estimativas da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), o Brasil conta com 384 incubadoras, que abrigam 2.640 empresas e geram 16.394 postos de trabalho. Ao todo, as incubadoras brasileiras já graduaram 2.509 empreendimentos, que juntos faturam R$ 4,1 bilhões e empregam 29.205 pessoas.

A Incubadora de empresas da Coppe/UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), instalada na Cidade Universitária-Ilha do Fundão, criada em 1994 para incentivar o empreendedorismo da área acadêmica, já graduou 48 empresas e, atualmente, conta com 15 instaladas, podendo chegar a 30, em 2013, quando as obras de seu novo prédio estiverem concluídas.

O projeto, de R$ 2 milhões, conta com recursos da Finep (Agência Financiadora de Estudos e Projetos) e de doação, da metade do total, da OGX – empresa do grupo EBX que atua na geração de áreas de exploração e produção de petróleo e gás natural, do empresário Eike Batista.

Desde que foi criada, quase 100% das empresas abrigadas foram desenvolvidas por ex-alunos ou pesquisadores da própria universidade, destaca a gerente de operações da incubadora, Lucimar Dantas. A maioria das incubadas atua nos setores de petróleo, gás e energia, meio ambiente e tecnologia da informação

"Na incubadora da Coppe/UFRJ foi desenvolvido o primeiro simulador de guindaste portuário com tecnologia 100% nacional, para o treinamento de operadores pela empresa Virtualy", indica Lucimar.

Entre os maiores desafios das incubadoras, segundo a executiva, podem ser citadas a busca de recursos, como a taxa mensal paga pelas empresas e os projetos apoiados pelos órgãos de fomento, para custear serviços de desenvolvimento para os empreendedores.

Entre os avanços do setor, Lucimar aponta a existência de maior oferta de capital de risco, o que viabiliza o desenvolvimento e a chegada de empresas inovadoras no mercado. Mas esse ainda é um segmento em expansão que ainda não está consolidado no Brasil, observa. "As subvenções econômicas públicas, que nos últimos anos tornaram-se uma realidade tanto no âmbito federal como no estadual, também serviram para alavancar o setor", acrescenta. "Muitas de nossas empresas conseguem financiamento por meio dessas

A Sul Fluminense, do Rio de Janeiro, atua como ferramenta de desenvolvimento da região local

duas modalidades. Isto é muito importante para o desenvolvimento de startups."

O que poderia contribuir para consolidar as incubadoras como verdadeiras fábricas de empreendedores no Brasil? "É a continuidade das políticas públicas: várias ações foram iniciadas, mas não estão com agenda fixa", ressalta.

O caminho é árduo para quem pretende voos mais altos, diz Franco Lazzuri, coordenador de software do Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia (Cietec), de São Paulo. "A complexidade contábil, os custos e requisitos para a criação de sociedades anônimas inviabilizam modelos mais dinâmicos que necessitam acelerar relacionamento com investidores", afirma. "Na realidade, temos poucas linhas ou produtos de bancos para apoiar o empreendedorismo", acrescenta.

Fundado em 1998, o Cietec conta hoje com 135 empresas incubadas, das quais 120 estão localizadas no campus do Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (Ipen) – uma autarquia do governo do estado de São Paulo, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento –, numa área de cerca de 25.000 m² cedida para seu uso. As demais ficam na incubadora associada Intec-Mogi, em Mogi das Cruzes.

Nesses 14 anos de existência, graduaram-se 96 empresas, sendo que, em média, são graduadas dez por ano. Do total de residentes, a maior parte é da área de tecnologia da informação, 20% pertencem ao setor de medicina e saúde, com o restante de biotecnologia, meio ambiente e eletroeletrônico.

Projeto

Para o acesso ao Cietec, os empreendedores devem apresentar um projeto de produto ou serviço com inovação tecnológica e participar de processo de seleção, baseado em plano de negócios. Cumprida a exigência, a empresa, durante quatro anos, receberá apoio em gestão, mercado, propriedade intelectual e design. Graças à infraestrutura da incubadora, o empreendedor alcança resultados mais rápidos no desenvolvimento de seu negócio em comparação à média do mercado.

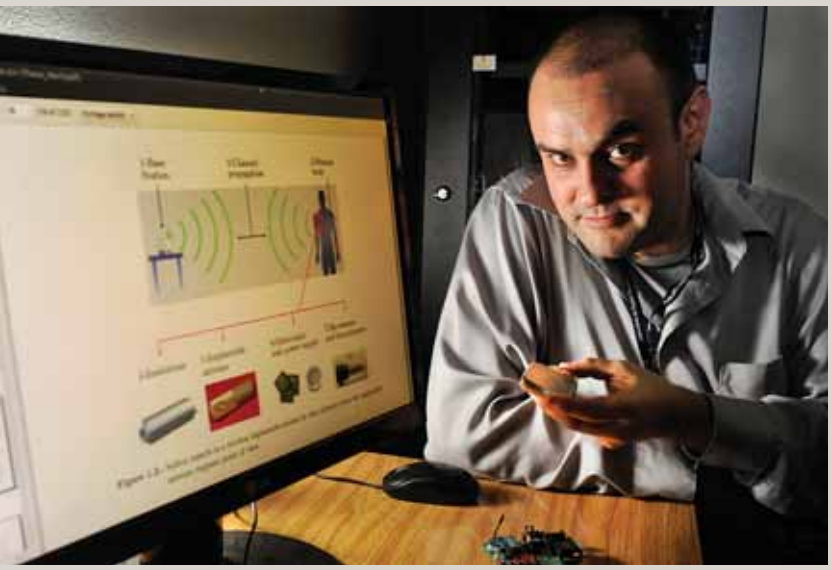
A incubadora Gênesis da PUC-Rio já graduou 58 empresas

Desde 2010, a maior parte dos recursos do Cietec é proveniente de taxas pagas pelos incubados, como adesão associativa, inscrição no processo seletivo e administração de projetos, além de doações de empresas privadas – modelo que sucedeu a antiga parceria com o Sebrae.

A incubadora de empresas Gênesis da PUC-Rio foi fundada em julho de 1997. Hoje conta com 14 empresas incubadas, sete na fase de pré-incubação e 58 graduadas. A incubadora atende empresas dos mais diversos segmentos, desde empresas que utilizam tecnologia de rastreamento em tempo real até aquelas voltadas para eventos para o público jovem.

Inovação

Em plena expansão, a Raiar, instalada no Parque Tecnológico da PUCRS, em Porto Alegre, desde a sua fundação, em 2003, já graduou 52 empresas. Atualmente com 30 incubadas, em janeiro de 2010 a Raiar passou a operar também no Campus da PUCRS, de Viamão, na Região Metropolitana de Porto Alegre, o que também marcou a ampliação do foco da incubadora. Além de absorver projetos baseados em tecno-



O francês Sébastien Rondineau escolheu Porto Alegre para desenvolver o seu projeto

logia, passou a receber empreendedores amparados em ideias inovadoras, informa Edemar Antonio Wolf de Paula, gerente da incubadora.

Um dos projetos inovadores desenvolvidos na Raiar é liderado por Sébastien Rondineau, um francês de 38 anos, com doutorado em eletromagnetismo, com passagem pela Universidade do Colorado, nos Estados Unidos. Radicado em Porto Alegre, Rondineau resolveu investir suas economias numa empresa de desenvolvimento de tecnologia – a Solentech.

Junto com seus dois sócios, desenvolveu um protótipo que se encontra em fase final de testes, capaz de recarregar baterias de marca-passo com o uso de radiofrequência. Hoje, o paciente de marca-passo, sempre que acaba a bateria, é obrigado a passar por uma nova cirurgia para trocá-la por uma nova. Com o produto da Solentech, será possível a esse paciente recarregar a bateria sem a retirada do dispositivo do coração. O projeto está sendo realizado com apoio do programa Inova Pequena Empresa RS, do Sebrae, que aportou recursos de R$ 350 mil.

De acordo com Rondineau, a ideia é buscar uma parceria com empresa fabricante de marca-passo para a industrialização do produto. As pesquisas para o desenvolvimento do projeto iniciaram-se em 2006, quando Rondineau lecionava nos Estados Unidos. "Vim para o Brasil e acabei na Raiar, em Porto Alegre, onde temos uma ótima infraestrutura em áreas em que normalmente os profissionais técnicos não têm muito conhecimento, como gestão e comunicação, por exemplo. Graças a esse apoio estamos muito perto de viabilizarmos uma série de projetos", diz.

A pioneira é a única autossustentável do país

O Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas (Celta), incubadora de base tecnológica da Fundação Certi (SC), foi o primeiro no Brasil a contar com um processo formal de incubação. O modelo tem se provado como o ideal para o desenvolvimento de empresas em Florianópolis, pois permite que boas ideias, muitas vezes projetos de jovens recém-formados, sem capital inicial, possam ser desenvolvidas e recebam aportes de capital.

Servindo de referência para implantação de outras incubadoras similares no México, Peru e Venezuela, além de várias em todo o Brasil, o Celta é a única autossustentável do país, ou seja, não depende de recursos públicos para se manter. Os recursos são provenientes das próprias empresas, que contribuem com taxas de manutenção para receberem os serviços prestados pela incubadora. Entre eles estão: suporte financeiro, jurídico, gerencial, de marketing, tecnológico, apoio na busca de financiamentos, promoção de cursos e treinamentos. Ao longo de seus 25 anos, já graduou 70 empresas, as quais têm um índice de sobrevivência no mercado superior a 90%. Hoje, abriga 29 incubadas dos mais diversos setores, as quais faturam juntas R$ 45 milhões/ano e são responsáveis por empregar 750 pessoas.

CELTA EM NÚMEROS

- Planos de negócios recebidos e avaliados – **2.700**
- Empresas graduadas – **70**
- Empresas em incubação – **28**
- Produtos colocados no mercado pelas EBTs* – **570**
- Registros de propriedade intelectual das EBTs – **250**
- Colaboradores das EBTs incubadas – **750** (65% são técnicos de nível superior)
- Faturamento em 2010 das incubadas e graduadas – **R$ 1,4 bilhão**
- Impostos gerados em 2010 pelas incubadas e graduadas – **R$ 320 milhões**

**Empresas de Base Tecnológica*

“Cenário é de maturidade, mas persistem desafios”

Para a presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), Francilene Garcia, o crescimento do número de incubadoras vem contribuindo de forma efetiva para o empreendedorismo e a inovação de todas as regiões do país. “Houve grandes avanços nos últimos anos, sobretudo na área de incentivos fiscais, mas ainda restam desafios”, diz nesta entrevista a Empresa Brasil:

Empresa Brasil: Como a Anprotec define o quadro atual do Brasil em termos de desenvolvimento de empresas em incubadoras?

Francilene Garcia: O número de empreendimentos incubados vem crescendo muito nos últimos anos. Um indicador para tal avaliação é a taxa de ocupação das incubadoras. Outro dado importante é o crescimento do número de empreendedores por oportunidade em todo o país. Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente e fruto de uma parceria entre o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), o Brasil possui 27 milhões de pessoas envolvidas ou em processo de criação de um negócio próprio. Em números absolutos, aparece em terceiro lugar no ranking de 54 países, atrás apenas da China e dos Estados Unidos.

Quais são os fatores que contribuem para o sucesso de uma incubadora?

Hoje, o cenário das incubadoras de empresas no Brasil alcançou sua maturidade, mas ainda existem alguns desafios, principalmente na área de gestão: obtenção de recursos, pessoal, estrutura organizacional. Para ajudar a superá-los, a Anprotec, em parceria com o Sebrae, está implantando o Cerne (Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos), um modelo de gestão que visa promover a melhoria dos resultados das incubadoras em termos quantitativos e qualitativos.

O acesso a financiamentos e investimentos evoluiu?

Podemos afirmar que a disponibilidade e o acesso aos instrumentos de fomento em nosso país têm melhorado para as Micro e Pequenas Empresas Inovadoras (MPEIs), em especial nos últimos seis anos, desde a criação da Subvenção Econômica. Neste mesmo período, observamos o crescimento da presença do capital empreendedor nos investimentos realizados em empresas inovadoras, favorecendo uma carteira mais diversificada em nosso país. Alguns incentivos fiscais, criados através de Leis complementares (a exemplo da Lei do Bem), por restrições de sua operação atendem mais as médias e grandes empresas. Existem ainda as linhas de crédito mais convencionais, cujo acesso também é mais difícil para MPEIs pelas garantias exigidas. Em geral, a MPEI precisa estar atenta às Chamadas Públicas (nacionais ou regionais), dispondo de portfólio de projetos com ênfase em captação de recursos para P&D, gestão da inovação ou

Francilene Garcia, presidente da Anprotec

acesso a mercados. No âmbito das chamadas públicas é fundamental a empresa apresentar um bom projeto, demonstrar suas parcerias estratégicas e os impactos esperados com o acesso ao fomento.

E no caso de tributos?

As políticas públicas de incentivo para o setor são a Lei do Bem, de 2005, e a Lei da Informática, de 2004. Os incentivos fiscais previstos possibilitam que empresas deduzam do Imposto de Renda e da Contribuição sobre o Lucro Líquido dispêndios efetuados em atividades de pesquisa e desenvolvimento. No entanto, tais facilidades são mais acessadas por empresas de médio e grande portes.

Foto: AICITA

Funcionários da empresa Monica Sanches com os cartões recebidos em junho

Cidades paulistas se destacam no mercado de cartões de benefícios

Programa ACCredito da CACB oferece opções em cartões corporativos e de benefícios estimulando microcrédito e desenvolvimento da economia local

Estimular o crédito no comércio local sem criar um endividamento excessivo. Esse é o objetivo do ACCredito, que a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) promove por meio do seu Programa de Geração de Receitas e Serviços (Progerecs). O ACCredito oferece cartões de vantagens, os quais o empregador repassa aos seus funcionários com benefícios, como vale-alimentação, crédito pré-aprovado ou vale-educação, que só podem ser usados dentro de uma microrregião.

O objetivo é estimular a população a consumir os serviços locais. No caso da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp), a possibilidade de negócios foi verificada a partir da observação do crescimento das micro e pequenas empresas (MPEs) no interior do estado. O setor passou de 4,1 milhões para 6,8 milhões de empreendimentos, entre 2000 e 2010. A expectativa é de que sejam 8,8 milhões de MPEs no estado até o final de 2015, a maioria em comércio e serviços.

Desta forma, a Facesp estabeleceu uma parceria com a empresas Boa Vista Serviços, que faz o processamento de dados do programa, deixando apenas a gestão de pagamentos com a federação. Cada associação comercial faz a ponte entre usuários e rede credenciada. Dessa forma, o ACCredito, apesar de contemplar opções de crédito, não é um cartão de crédito.

O coordenador do ACCredito junto à Facesp, Giovanni Guerra, explica que "o mercado de cartões cresce 20% ao ano, e esse é um nicho que não podemos ignorar". Guerra revela ainda que desde 2006, quando o programa começou, o repasse de recursos para a Facesp passou de R$ 18 mil para R$ 510 mil.

Em 2010, a Prefeitura de Bariri, no interior de São Paulo, passou a usar o cartão educação ACCredito. Antes, a prefeitura oferecia um vale-educação em papel aos alunos da rede pública municipal para compra de materiais escolares. O objetivo era substituir este vale por um cartão magnético, mais moderno e seguro. O modelo antigo também limitava o estudante a comprar os materiais de uma vez, em um único estabelecimento, e em caso de diferença de valores, não havia possibilidade de recuperar o crédito do vale.

Com o cartão ACCredito Educação as compras passaram a ser realizadas em mais de uma papelaria, que se credenciaram à associação comercial local, possibilitando um número maior de produtos aos estudantes. Na cidade, o programa contempla 11 escolas, seis de ensino infantil e cinco de ensino fundamental. O crédito liberado nos cartões foi de R$ 290.080,00, contemplando o atendimento a 4.144 alunos.

Para o diretor administrativo da Prefeitura, Tiago Pultrini, "os alunos e seus pais tiveram grande prazer em poder escolher os produtos de sua preferência, aumentando o sentimento de cidadania e democracia. Além disso, temos um controle diário de quantos vales já foram utilizados e aquilo que ainda não foi gasto", explica.

O gestor da associação comercial de Bariri avalia que "a procura pelo cartão sempre foi grande. A nossa iniciativa prosperou e hoje diversas cidades se mobilizam e nos procuram para criar leis municipais com o intuito de repetir essa experiência que deu certo em prol do comércio local".

Incentivo ao comércio local

O ACCredito tem ajudado a reter cerca de R$ 1 milhão de reais no comércio de Marília (SP), segundo cálculo da Associação Comercial da cidade (Acim). Para a entidade, isso significa um retorno financeiro de R$ 70 a 80 mil por ano. Lá, o cartão-convênio é oferecido como serviço para os filiados da associação desde dezembro de 2008.

Hoje, são 170 empresas credenciadas (que aceitam o pagamento de produtos e serviços com o cartão-convênio) e cerca de 20 empresas conveniadas (que oferecem o benefício aos seus funcionários), com destaque para a prefeitura municipal, que sozinha já emitiu 5,5 mil cartões benefício. A rede credenciada conta com farmácias, postos de combustíveis, supermercados, restaurantes, pizzarias, óticas e livrarias. O potencial de crédito dos beneficiários no município chega a R$ 1,5 milhão por mês.

A associação comercial ainda tem uma parceria com a Rede Social Solidária, destinando 30% de todo o valor arrecadado para a realização de campanhas sociais na cidade. Para o presidente da Acim, Libânio Victor Nunes de Oliveira, "o cartão nos permite, além da questão social, estimular o desenvolvimento da cidade, especialmente das pequenas empresas; além de fidelizar os associados e trazer um ótimo retorno financeiro para a entidade".

"Com os cartões de vantagens, o empregador repassa aos seus funcionários benefícios como vale-alimentação, crédito pré-aprovado ou vale-educação, que só podem ser usados dentro de uma microrregião"

A associação comercial de Itatiba (Aicita) já tinha um projeto de desenvolvimento da economia local – o Itatiba Eu Compro Aqui –, cujo objetivo era movimentar a economia do município e gerar mais emprego e renda. Em dezembro de 2010, a Facesp apresentou o serviço para a associação, que logo percebeu uma oportunidade de negócios.

Foram realizadas reuniões com a gestão municipal, a maior empregadora da cidade, que na época fornecia cestas básicas aos servidores. O prefeito João Fattori acreditou no projeto e, após o fim do contrato com a empresa que fornecia cesta básica, os funcionários públicos foram os primeiros da cidade a receber o ACCredito.

O presidente da Aicita, Helcio Monte Junior, conta que o cartão-alimentação também funcionou como forma de fidelizar os associados. "Tanto os mercados interessados em aceitar o cartão quanto as empresas que buscam fornecer o benefício aos funcionários precisam ser associados da Aicita, e isso contribui para o aumento do nosso quadro associativo. Todos os meses contabilizamos novas adesões ao cartão pelas empresas locais", explica.

Atualmente, a associação recebe um repasse mensal diante do valor movimentado, o que ajuda a entidade na melhoria dos serviços, equipamentos e contratação de funcionários. Já o retorno institucional é ainda mais evidente, pois o nome da Aicita está atrelado a um cartão que já transacionou mais de R$ 7,1 milhões no município.

Parceria abre perspectivas de negócios **com empresas latino-americanas**

Para Luis Fernando Barbery, presidente da Câmara de Indústria, Comércio, Serviços e Turismo de Santa Cruz (Cainco), da Bolívia, aliança com a CACB vai permitir acesso à informação e facilitar integração

Impulsionar alianças, promover melhorias de infraestrutura, lutar contra o protecionismo comercial e derrubar barreiras técnicas e tarifárias são algumas das propostas do presidente da Câmara de Indústria, Comércio Serviços e Turismo de Santa Cruz – Bolívia (Cainco), Luis Fernando Barbery, para alcançar a cooperação e integração internacional entre países da América Latina.

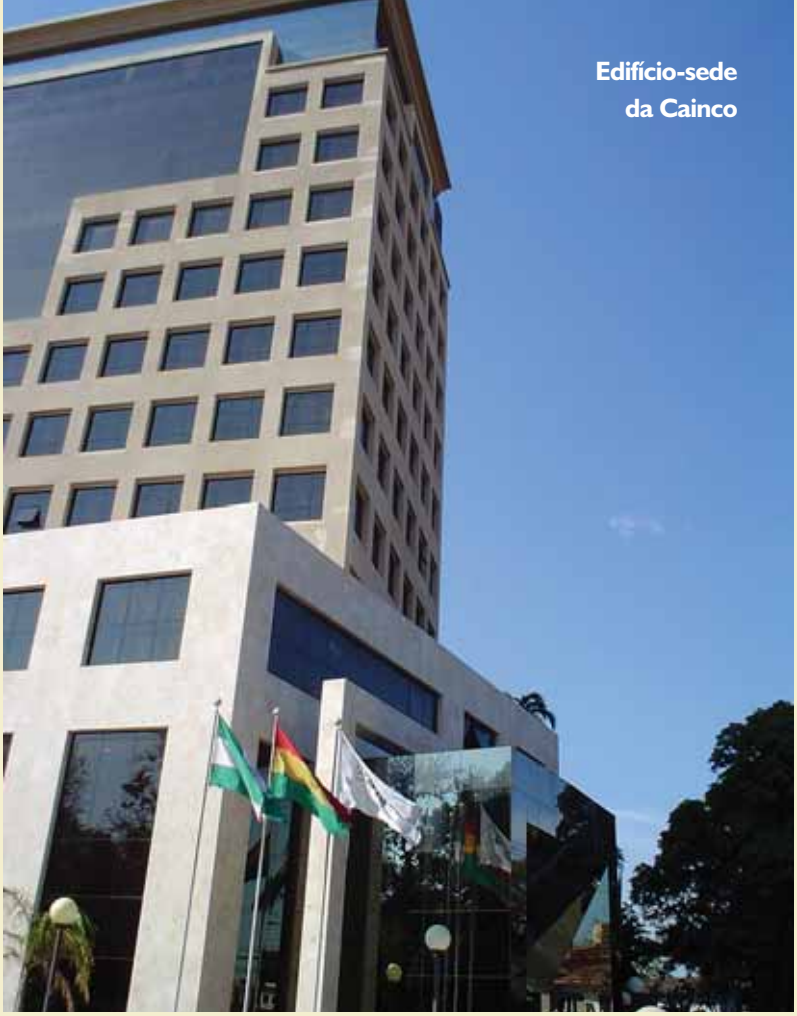
O presidente fala também do acordo recém-firmado entre a Cainco e a CACB para a participação do Brasil na Red de Câmaras. A partir deste acordo é possível que as empresas filiadas às câmaras participantes ganham descontos no comércio internacional com os países envolvidos, além de acesso à informação comercial nacional e internacional, oportunidades de negócios com países da rede, captação de clientes e acesso aos serviços das instituições integrantes. A Cainco é a promotora da rede.

Empresa Brasil – A Cainco e a CACB recém firmaram uma parceria de cooperação e colaboração para a integração regional e internacional. Quais os benefícios que o senhor vê a partir desta aliança institucional?

Luis Fernando Barbery – Esta aliança possibilita ampliar e fortalecer a vocação integradora dos mercados, num mundo globalizado, onde as empresas precisam transcender as fronteiras dos países para dinamizar o comércio e as iniciativas empresariais. Um dos fatores importantes para esta parceria é a informação de que dispõem as instituições empresariais e os serviços específicos, que se tornam mais acessíveis por meio da Red de Cámaras. Assim, graças a esta rede será possível abrir possibilidades de negócios para as empresas brasileiras na Bolívia e vice-versa.

Qual a importância da Red de Cámaras para os países envolvidos e para as empresas filiadas às câmaras participantes?

Quem, se não os representantes da economia, empresas e instituições, para integrar os mercados globais e fazê-los um só? A acessibilidade da informação para a consolidação de negócios entre as instituições-membro é, na prática, a forma de solidificar a integração. Até 2014, se consolidará uma zona de livre comércio entre Bolívia e Brasil, com o marco da ACE 36 [Acordo de Complementação Econômica que incluiu a Bolívia como Estado associado ao Mercosul], em



Edifício-sede da Cainco

conjunto com outros países membros do Mercosul. Portanto, essa plataforma que facilita às empresas a consolidação de empreendimentos converte a Red de Cámaras em uma ferramenta de grande utilidade para as empresas e instituições que as representam.

No cenário da América Latina, quais semelhanças existem entre Brasil e Bolívia no que se refere à busca por melhorias na indústria e no comércio?

Mesmo Bolívia e Brasil sendo economias tão diferentes, há uma complementaridade no que se refere à indústria de energia, especificamente de gás natural. A exportação deste recurso, na qual a Petrobras tem sido um dos atores centrais da operação, está gerando uma transferência de *know-how* muito valiosa. O mesmo tem acontecido com a indústria da carne, especificamente de gado bovino, e também com a agroindústria, impulsionada pela soja e outros derivados. No que se refere ao comércio, identificam-se produtos bolivianos complementares nos estados fronteiriços com a Bolívia (Rondônia, Acre, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul), que diversificaram a oferta de exportação com uvas frescas, produtos têxteis, alho, palmito, sal de mesa e outros. No ano anterior, a Bolívia comprou cerca de 1,4 milhão de dólares em produtos de alto valor agregado. Em contrapartida, a Bolívia vendeu ao Brasil 3,03 milhões de dólares, dos quais mais de 95% do valor correspondem a exportações de gás natural. Por isso, a complementaridade produtiva das MPEs está desenvolvendo capacidades para a internacionalização dos negócios com o Brasil e com o mundo. Contudo, esta ação ainda está limitada pelas barreiras comerciais. É fundamental, para incrementar a relação comercial com o Brasil, impulsionar iniciativas, como, por exemplo, criar a aduana binacional Bolívia-Brasil, estabelecer homologações de certificados e requisitos em matéria sanitária e fitossanitária, padronizar outras formalidades aduaneiras, que somente truncam a integração.

Como funciona o apoio do programa AlInvest IV da União Europeia Red de Cámaras?

A Red de Cámaras nasceu dentro do programa Al Invest IV, e serviu como plataforma de base para a rede de contatos que se estabeleceram daí. A Red é considerada como uma consequência dos esforços de internacionalização das MPEs, e por isso se desenvolve sob a égide deste projeto financiado pela União Europeia.

Como está a possibilidade de expansão da rede para o Chile e Áustria, mediante a assinatura do convênio com a Cámara de Comercio de Santiago e a Austrian Federal Economic Chamber?

Houve uma recepção positiva da rede dessas instituições empresariais. Esses países manifestaram sua predisposição em fazer parte da rede e nos solicitaram mais informações, a fim de esclarecer o efeito multiplicador dos benefícios que a rede lhes ofereceria.

Em sua opinião, quais são as reais deficiências que a indústria e o comércio enfrentam hoje na América Latina?

Na América Latina, evidencia-se a heterogeneidade industrial existente, bem como os grandes gargalos de produtividade nos países da região. Superar essas carências e deficiências é um desafio à frente. O Brasil é hoje a quinta potência econômica em nível global, e dentro de

pouco tempo vai ocupar a quarta posição. A transferência do *know-how* de seu desenvolvimento tecnológico e sua experiência no campo produtivo, na agropecuária, na indústria, no comércio e nos serviços será imprescindível para diminuir os níveis de pobreza na região.

Qual seria o cenário ideal para atuação das empresas no comércio entre os países latinos?

Definitivamente, a complementaridade produtiva. Trabalhar para desenvolver e diversificar a oferta de exportação latino-americana, que em sua maioria é de recursos naturais. Por isso, é necessário produzir mais e melhor. Para tanto, o setor privado se converte em um vetor de atuação, e para que o cenário seja mais propício é necessário impulsionar a configuração de alianças público-privadas, e analogamente alianças estratégicas entre o setor privado, um exemplo deste processo é o próprio projeto Réd de Cámaras; acelerar a integração física para toda a América Latina, com o projeto IIRSA [Iniciativa para a Integração da Infraestrutura Regional Sul-Americana]; e lutar contra o protecionismo comercial, como, por exemplo, das barreiras técnicas ao comércio, barreiras não tarifárias, entre outros.

Em que aspectos a atuação da Réd de Cámaras irá se diferenciar de entidades como ICC, a Aico e a Olamp?

A Réd de Cámaras é um complemento a essas prestigiosas entidades supranacionais, agindo como uma instância mais operacional para chegar a serviços mais diretos e mais acessíveis às empresas filiadas às instituições membros.

Economia boliviana está em ascensão

A Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (Cainco), é uma entidade que representa os setores industrial, comercial, de serviços e turismo do estado de Santa Cruz, na Bolívia. Assim como a CACB, a Cainco trabalha para desenvolver o desenvolvimento, a competitividade e os interesses do setor, contribuindo para o crescimento do país. A entidade nasceu em 1915, da necessidade de uma instituição forte que representasse o comércio. A Cainco é uma das entidades por trás da aproximação comercial entre Bolívia e Brasil.

Atualmente, as relações comerciais entre Brasil e Bolívia são complementares. A economia boliviana sustenta-se na produção e exportação de gás natural, minas, indústria manufatureira e atividade agropecuária. Dentro da atividade de hidrocarbonetos, a Bolívia conta com aproximadamente 21% das reservas de gás natural da América Latina. Na atividade agroindustrial, ganha destaque a produção de soja e seus derivados, sendo a Bolívia o principal exportador desses produtos dentro da Comunidade Andina de Nações (CAN), órgão formado pela Bolívia, Colômbia, Equador, Peru e Venezuela.

Desde o ano de 2008, a economia boliviana vem registrando uma aceleração, como resultado dos choques externos que levaram ao aumento dos principais produtos de exportação (minerais e gás natural), chegando a atingir um superávit recorde na balança comercial e nas reservas internacionais.

O crescimento econômico da Bolívia durante o ano 2009 foi de 2,75%. No que diz respeito à abertura dos mercados, a Bolívia tem uma economia aberta e conta com um sistema tarifário simplificado. As exportações da Bolívia, durante o ano 2009, foram de US$ 3,6 bilhões e as importações chegaram a atingir os US$ 3,7 bilhões, sendo seus principais parceiros comerciais o Brasil, os Estados Unidos e a Argentina. As exportações da Bolívia para o Brasil chegaram aos US$ 1.649 milhão e os principais produtos exportados foram o gás natural, óleos crus de petróleo, feijões e "fuel oil". As importações provenientes do Brasil totalizaram US$ 919,2 milhões e foram compostas por manufaturas de ferro e aço, equipamento e maquinário, papel e papelão, plásticos, automóveis, alimentos e têxteis, entre outros.

Fonte: Cainco, Embaixada da Bolívia e Ministério das Relações Exteriores.

Foto Bernardo Rebello

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

Empreender

INFORME DO SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

PESQUISA GEM DESTACA O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Em números absolutos, País aparece em terceiro lugar no ranking entre os 54 países analisados

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

BRASIL É O TERCEIRO PAÍS COM MAIOR NÚMERO DE EMPREENDEDORES NO MUNDO

Pesquisa revela que 27 milhões de pessoas possuem um negócio ou estão envolvidas na criação de um

Foto: Fernando Bizerra

Empresária do ramo de cosméticos

A ESTIMATIVA É DE QUE, PARA CADA NEGÓCIO ABERTO POR NECESSIDADE, POR MOTIVO DE DESEMPREGO, POR EXEMPLO, 2,24 COMEÇAM PELA IDENTIFICAÇÃO DE UMA OPORTUNIDADE

Atrás apenas da China e dos Estados Unidos, o Brasil possui 27 milhões de pessoas envolvidas ou em processo de criação de um negócio próprio. Em números absolutos, aparece em terceiro lugar no ranking de 54 países analisados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente e fruto de uma parceria entre o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP).

"O Brasil mudou muito nos últimos anos: cresceram a renda e o nível de emprego. Por isso, hoje temos empreendedores mais qualificados, que buscam no próprio negócio a oportunidade para se desenvolver", diz o diretor-técnico do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos. Ao comentar a pesquisa, ele ressalta ainda a forte presença feminina e de jovens e o grau de instrução, que também aumentou. "O Brasil sempre se destacou por ter grande energia empreendedora."

A GEM levanta as principais características do empreendedorismo em cada um dos países pesquisados e considera tanto os negócios formais quanto os informais. Foram ouvidas apenas pessoas entre 18 e 64 anos. Os empreendedores representam 27% da população adulta brasileira.

Dos 27 milhões de empreendedores existentes no país, 85% estão no mercado há mais de três meses. Desses, 12 milhões, o equivalente a 45%, estão estabelecidos em seus segmentos de atuação, ou seja, operam no mercado há mais de 42 meses. Outros 11 milhões, 40% do total, são classificados como novos empreendimentos por funcionarem há mais de três meses e menos de 42 meses.

No Brasil, no grupo dos empreendedores iniciais, ou seja, aqueles que estão envolvidos na criação de um negócio ou que já têm um negócio com até 42 meses, a proporção de mulheres à frente dos negócios é maior que a média mundial. De cada 100 empreendimentos iniciais, 49 têm comando feminino. A média desse grupo, nos 54 países pesquisados, é de 37 empreendedoras para cada 100. Elas preferem negócios como estética e tratamento de beleza, comércio de vestuário, fornecimento de comida preparada e confecções.

EMPREENDEDORES INICIANTES ESTÃO MAIS OTIMISTAS

Pesquisa mostra que 15 milhões de pessoas estão envolvidas na criação de um negócio ou abriram um há menos de 3,5 anos

Um levantamento que reúne informações sobre empreendedorismo em 54 países revela que no Brasil 15 milhões de pessoas possuem um negócio há, no máximo, 3,5 anos ou estão se preparando para isso. O percentual mede a taxa de empreendedorismo do país. Desse total, 11 milhões estão no mercado há menos de 42 meses e quatro milhões estão envolvidos na criação de um novo negócio.

Os dados constam da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e produtividade (IBQP).

O otimismo entre os empreendedores brasileiros que criaram um negócio há menos de 3,5 anos é maior que a média dos outros países pesquisados. A GEM 2011 mostra que 58% dos que possuem negócios em estágios iniciais percebem para os próximos seis meses boas oportunidades para começar um negócio na região em que vivem. Entre a população adulta brasileira em geral esse percentual é de 43%, e na média dos 54 países é de 39%.

Apenas 21% dos empreendedores em estágio inicial dizem que o medo de fracassar impediria que começassem um novo negócio. Tanto a população adulta do Brasil em geral como a média dos países pesquisados apresentaram resultados menos otimistas. Os percentuais foram de 35% e 39%, respectivamente.

//Oportunidade

Para cada empresa aberta porque o trabalhador teve a necessidade de investir em um negócio próprio, outras 2,24 são iniciadas devido à visão do empreendedor, que enxergou uma oportunidade no mercado.

Foi o que aconteceu com a empresária Ludmilla Diniz, de 31 anos, moradora de Brasília. Em julho de 2011 ela abriu sua primeira empresa, em sociedade com Meire Morais, de 33 anos. Elas inauguraram a Guilda, loja de roupas femininas, com confecção própria. "Vimos que as pessoas de Brasília consomem bastante, mas que o mercado possui poucas possibilidades de roupas feitas na própria cidade. Oferecemos, então, a nossas clientes roupas de qualidade e exclusivas, e acho que as possibilidades de crescimento da loja são enormes", afirma Ludmilla.

Foto: divulgação

Empresárias, Ludimilla Diniz e Meire Morais, donas da loja de roupas femininas, Guilda

> A GEM 2011 MOSTRA QUE 58% DOS QUE POSSUEM NEGÓCIOS EM ESTÁGIOS INICIAIS PERCEBEM PARA OS PRÓXIMOS SEIS MESES BOAS OPORTUNIDADES PARA COMEÇAR UM NEGÓCIO NA REGIÃO EM QUE VIVEM

BRASIL POSSUI 12 MILHÕES DE NEGÓCIOS CONSOLIDADOS

Taxa de negócios estabelecidos é a quarta maior em 54 países estudados

Foto: divulgação

Empresa Brasil Solution Turismo, da empresária Maria Cristina Benatti

QUASE A METADE (48%) DOS EMPRESÁRIOS COM NEGÓCIOS ESTABELECIDOS TÊM MAIS DE 45 ANOS. OUTROS 24% ESTÃO ENTRE OS 35 E 44 ANOS E 24% TÊM ENTRE 25 E 34 ANOS. APENAS 4% ESTÃO NA FAIXA DE 18 A 24 ANOS

O percentual de brasileiros que possuem um negócio já consolidado no mercado é um dos maiores do mundo. A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2011 (GEM), realizada anualmente pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), mostra que 12% da população possuem um negócio em operação há mais de 42 meses.

Esse volume coloca o Brasil em quarto lugar no ranking de negócios já consolidados entre os 54 países analisados no levantamento. Nas 27 unidades da federação, são 12 milhões de pessoas com negócios que possuem mais de três anos e meio de atividade.

Por outro lado, o percentual de empreendedores estabelecidos é maior nas faixas de escolaridade mais altas. Isto pode estar associado ao fato de que a sobrevivência dos negócios tem relação com o grau de escolaridade dos empreendedores, ou seja, tendem a sobreviver mais os negócios gerenciados por pessoas mais escolarizadas. De acordo com a pesquisa, entre os brasileiros que possuem pós-graduação, a taxa de empreendedores estabelecidos é de 16% e a taxa de empreendedores iniciais é de 10%.

Com um curso de Letras incompleto, a paulista Maria Cristina Benatti, de 43 anos, enquadra-se nesse perfil de escolaridade mais elevada. Sua empresa, a Brasil Solution Turismo, já está consolidada no mercado de turismo receptivo do interior de São Paulo há sete anos.

A agência, que faz um levantamento das informações e desejos do consumidor antes de oferecer o produto, vende cerca de dez pacotes por mês. Trabalha com grupos de pessoas interessadas em turismo rural, esportes de aventura ou compras na região de Serra Negra, uma estância hidromineral e climática de 25 mil habitantes, com grande potencial turístico.

De acordo com a GEM, os donos de empresas já consolidadas possuem idade mais avançada. Quase a metade (48%) dos empresários com negócios estabelecidos têm mais de 45 anos. Outros 24% estão entre os 35 e 44 anos e 24% têm entre 25 e 34 anos. Apenas 4% têm estão na faixa de 18 e 24 anos.

EMPRESÁRIOS BUSCAM INTEGRAÇÃO ENTRE SERRA E MAR

A ideia é estimular o fluxo turístico entre os dois destinos, gerando mais negócios para as empresas da região

Foto: Inês Matos

Voo livre é uma das principais atrações da serra cearense

Milhares de turistas desembarcam todos os meses no litoral do extremo oeste do Ceará para conhecer as belezas das famosas praias de Jericoacoara e Camocim. Poucos sabem, no entanto, que perto dali existe um cenário serrano deslumbrante com diversas opções de lazer e turismo. Trata-se da Serra de Ibiapaba, que oferece esportes de aventura, cachoeiras, grutas, mirantes naturais, fauna diversa e flora exuberante.

Com o objetivo de estimular o aumento do fluxo turístico entre litoral e serra, o Sebrae no Ceará está apoiando uma iniciativa inédita dos empresários dos dois destinos. Os empreendedores pretendem formar parcerias para vender pacotes turísticos que integrem as opções das praias às da montanha. O primeiro passo para esse intercâmbio foi a realização de um funtour de dois dias na região, com representantes de três agências de turismo de Jericoacoara e Camocim.

O grupo conheceu os principais pontos turísticos e a infraestrutura hoteleira e gastronômica da região. Eles foram ciceroneados pelos empresários do Grupo de Empreendedores do Turismo da Ibiapaba (Geti), que apresentaram ações que estão sendo desenvolvidas em prol do turismo na localidade. Em seguida, visitaram diversos atrativos, como o sítio do Bosco, em Tianguá, o centro histórico de Viçosa, a Casa de Licores e a Igreja do Céu, nesse mesmo município, o bondinho de Ubajara e o recém-inaugurado Santuário de Fátima, em São Benedito.

De acordo com o presidente do Geti, Carlos Teles, também dono da empresa Aventureiros do Rappel, a proposta dessa ação é fortalecer o turismo dos dois destinos. "Queremos receber os turistas que vão para o litoral e também que os nossos visitantes procurem as praias. É uma via de mão dupla", comenta o empresário. Segundo ele, a Serra da Ibiapaba tem um potencial turístico muito pouco explorado, especialmente no que diz respeito ao turismo de aventura.

A analista do escritório regional norte do Sebrae no Ceará, Suilany Teixeira Barbosa, explica que a iniciativa partiu dos empresários do litoral. "O mercado procura sempre novidades, e o produto litoral está sendo vendido há algum tempo sem nada de novo. Os operadores de viagens começaram a pedir atrativos complementares. Na última Brazil National Tourism Mart (BNTM), os empresários do litoral se encontraram com os da serra e trocaram ideias para dar início a uma parceria a fim de vender os dois destinos de forma casada, em pacotes específicos", explica.

EMPRESAS BRASILEIRAS ATRAEM INVESTIDORES ESTRANGEIROS

Ostras de Santa Catarina despertam interesse de grupo espanhol em evento realizado na capital paulista

As micro e pequenas empresas (MPE) constataram maior presença de investidores estrangeiros interessados em fazer negócios durante duas grandes feiras realizadas na capital paulista, em junho. Um grupo espanhol sinalizou o interesse na pesquisa e produção de ostras da Fazenda Marinha Atlântico Sul, de Florianópolis (SC), no Salão Internacional de Alimentação para a América Latina (SIAL Brazil). Representantes de outros países também abordaram com frequência os expositores na Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios (Francal).

"Percebemos que vários estrangeiros tinham interesse em investir", contou Flavia Ribeiro Couto, diretora de Marketing e Comércio da Fazenda Marinha Atlântico Sul. A empresa contou com apoio do Sebrae por meio da iniciativa Comércio Brasil. "Investir na América do Sul, e principalmente no Brasil, parece ser uma tendência dos países europeus", analisou.

Ocupando a posição de líder em produção e comércio de moluscos no Brasil, principalmente para fastfoods, a empresa apresentou pratos prontos e congelados de ostras e mexilhões. "O brasileiro não tem a cultura de utilizar o produto vivo para preparar os pratos. Por isso, decidimos oferecer essa opção pronta", explicou Flavia. Foram necessários três anos de preparo para a nova linha de produtos.

A Fazenda Marinha Atlântico Sul foi fundada em 1999 por meio da fusão de três microempresas que já trabalhavam com produção de moluscos há cerca de cinco anos. O parque de cultivo ocupa hoje o equivalente ao tamanho de 40 estádios de futebol e está localizado na Costeira do Ribeirão, região sul da Ilha de Santa Catarina.

O entreposto de manipulação localizado no Campeche, também no sul de Florianópolis, fica a cerca de 20 km do centro da capital e a 10 km do aeroporto internacional Hercílio Luz. Para a próxima safra que começa agora em julho, a empresa espera crescer 15%.

Na mesma feira, a bebida láctea feita à base de arroz, que substitui o leite para consumidores intolerantes à lactose, da Brotare Vita, do Distrito Federal, também foi procurada por empresários de outros países. "Entre os contatos recebidos, registramos consulta de exportação para o Paraguai, Uruguai e Argentina", explica Márcio A. C. Fabris, consultor do Sebrae e agente de mercado do Comércio Brasil.

Foto: Sebrae/ SC

Produção de ostras em Santa Catarina

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*

Encontro de gestores do Empreender **promove debates sobre consultoria**

Seminário reuniu cerca de 120 consultores que atuam com núcleos setoriais, com o objetivo de discutir técnicas e metodologia do programa criado pela CACB

Conhecimento, habilidades e atitudes – estes foram os temas do Seminário de Consultores do Empreender, realizado entre os dias 27 e 29 de junho, em São Bento do Sul, Santa Catarina. O evento reuniu cerca de 120 consultores que atuam com núcleos setoriais, com o objetivo de reunir os gestores do programa para um trabalho de atualização das técnicas e metodologia do programa. A programação incluiu palestras, painéis, dinâmicas e formação de rede de relacionamento.

A capacitação, em formato de seminário, foi realizada pela Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (Facisc), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SC) e Associação Empresarial de São Bento do Sul (Acisbs).

Para o coordenador nacional do Empreender, Carlos Rezende, "o evento pretende mostrar como os consultores podem evoluir dentro do programa e como se dão as experiências das associações comerciais". O evento foi todo ambientado com a temática de avião, e os temas foram divididos em Mundo do Conhecimento e Mundo das Habilidades.

Foram apresentadas as experiências dos núcleos setoriais em diversas regiões brasileiras, além de palestras com temas como a metodologia do Empreender e técnicas em consultoria, consultoria coletiva, chamada de projetos e valores dos núcleos setoriais. O destaque foi para a comitiva do Rio de Janeiro, que trouxe a maior delegação, com 16 pessoas, e para a comitiva de Rondônia, que está aderindo agora ao Empreender e criando seus primeiros núcleos.

Segundo o coordenador do Empreender em Santa Catarina, Osmar Vicentin, "o evento foi muito produtivo porque pudemos reunir os consultores e avaliar o que tem funcionado em núcleos setoriais de todo o Brasil, foi um momento para troca de experiências, que é a marca do Empreender".

Programação incluiu palestras, painéis, dinâmicas e formação de rede de relacionamento

Em Rondônia, o Empreender está apenas iniciando. A cidade-piloto será Rolim de Moura, distante cerca de 400 km da capital, Porto Velho. Segundo a consultora do Empreender em Rondônia, Lorena Pinheiro Lima, "percebemos a necessidade de aderir ao programa e elaborar projetos para o desenvolvimento da cidade e do estado". Ela revela ainda que o projeto tem recebido bastante apoio da diretoria da Associação Comercial e Industrial de Rolim de Moura (ACIRM) e do presidente da entidade, Silvano Frutuoso da Silva. Atualmente, a ACIRM conta com 467 associados.

O Empreender em Rondônia deve iniciar com núcleos de contabilistas e advogados, além de outro formado pelas empresas da localidade vizinha, Nova Estrela, que depende da economia de Rolim de Moura. O projeto está em fase de identificação dos possíveis núcleos. "Depois que o projeto estiver estabelecido, pensamos em fazer núcleos setoriais de confecções, farmácias e postos de gasolina", explica Lorena Lima.

Com informações da Facisc

Projeto foi lançado pelo presidente da CACB, José Cairoli, e dirigentes do Sebrae: Roberto Simões e Carlos Alberto dos Santos

Modelo de desenvolvimento empresarial do Brasil é exemplo **para a América Latina**

Projeto de disseminação da metodologia de núcleos setoriais em entidades empresariais de países da América do Sul trouxe representantes de Câmaras de Comércio para conhecer o programa Empreender

A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), por meio de seu programa Empreender, deu mais um passo em seu trabalho de cooperação técnica internacional com a primeira visita ao Brasil de presidentes e diretores das instituições escolhidas para participar do projeto, no último dia 27 de julho, do projeto de Disseminação da Metodologia de Núcleos Setoriais em Entidades Empresariais de Países da América do Sul, também chamado de Redes Empresariais de Negócios. Essa visita foi um passo importante para que a entidades latino-americanas pudessem definir sua participação.

A parceria envolve Brasil, Bolívia, Peru, Colômbia, Argentina, Uruguai e Chile e tem o objetivo de expandir o modelo de núcleos setoriais para os países vizinhos. O projeto é realizado em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Os representantes destes países realizaram também, entre os dias 28 e 30 de junho, a primeira missão para conhecer melhor a metodologia. Nesse período, foram visitados núcleos setoriais nos municípios catarinenses de Joinville e Jaraguá do Sul.

Os núcleos setoriais são grupos de empreendimentos de um mesmo segmento. As empresas atuam juntas para identificar necessidades comuns e se fortalecer no mercado. A metodologia dá apoio a esse processo. Ela é aplicada pela CACB há mais de dez anos, dentro do Programa Empreender, e conta com a parceria do Sebrae. O modelo existe em todos os estados e beneficia aproximadamente 35 mil pequenos negócios em dezenas de municípios.

O projeto prevê a tradução da metodologia para o idioma espanhol. A etapa seguinte será a visita de consultores brasileiros às instituições de cada país para ajudar a definir a escolha dos facilitadores e dos núcleos que serão trabalhados em cada instituição. A seguir, haverá a capacitação, no Brasil, dos facilitadores escolhidos por eles. A CACB e o Sebrae serão responsáveis por repassar o know-how aos facilitadores selecionados pelas Câmaras.

Para o presidente da CACB, José Paulo Dornelles Cairoli, "essa é uma parceria vitoriosa e entendemos que o sucesso está não na competitividade, mas na parceria do nosso bloco latino-americano".

Já o ministro da Agência Brasileira de Cooperação (ABC), Marco Farani, destacou que "o Brasil precisa desse tipo de iniciativa. Estamos mudando de perfil e precisamos assumir responsabilidades internacionais. Iniciativas como essa fazem bem a toda a América Latina. A cooperação vai contribuir para o mundo socialmente responsável e sustentável".

Participaram da série de encontros representantes da CACB, Sebrae, Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (Cainco, da Bolívia), Cámara de Comercio de Lima (CCL, do Peru) e Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), acompanhada das Cámaras de Comercio de Sán Andrés, Tunja, Manizales e Pasto, também da Colômbia.

Palestras destacaram cases de sucesso

No primeiro dia de palestras, foram apresentados os casos de sucesso da Associação Comercial e Industrial de Uberlândia (Aciub), filiada da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Minas Gerais (Federaminas) e da CACB, e a palestra Empresário nota 10, de Edson Vasconcelos, que mostrou os benefícios de participar de um projeto como esse, que incentiva o associativismo.

Os participantes também assistiram à palestra do gerente da Unidade de Políticas Públicas do Sebrae Nacional, Bruno Quick, sobre a situação das pequenas empresas no Brasil e como as ações promovidas pelo Empreender alavancaram a situação. Ele apontou a importância de desonerar, desburocratizar e simplificar a sobrevivência do setor.

Também foi realizada uma visita técnica, na manhã do dia 29, à Perini Business Park, o maior condomínio industrial multissetorial do Brasil. O diretor comercial do empreendimento, Jonas Tilp, apresentou aos participantes como é realizado o trabalho cooperativo e os benefícios do modelo, além de fornecer dados sobre a economia do município de Joinville, onde o condomínio fica localizado, em termos de portos, competitividade e exportações.

Para o presidente da Confecámaras (Colômbia), foi possível constatar o conceito moderno em gestão de parques industriais. "Gostamos da ideia e buscamos alianças para implantarmos modelos parecidos. Faz parte da missão da Confecámara atrair um maior número de empresas para o país", explica.

O grupo também visitou as associações comerciais de Joinville e Jaraguá do Sul para conhecer os modelos de núcleos setoriais, instalações e a gestão das entidades. Em Joinville, a delegação foi conduzida pelo presidente da associação, Mario Cezar de Aguiar, e conheceu os núcleos de Usinagem e Ferramentaria, Empresas Contábeis e Escolas de Educação Profissional. Em Jaraguá do Sul, o grupo foi recebido pela presidente da associação comercial, Monika Hufenussler Conrads, e conheceu os núcleos de Gastronomia, Construção Civil e Hospitalidade.

Fotos: Marcelo Kupicki

Visita técnica dos representantes de entidades da Bolívia, Colômbia e Peru à Perini Business Park

Jonas Tip, diretor comercial da Perini Business Park, em palestra

Mutirão de conciliações foi realizado no período de novembro de 2011 a maio deste ano

Parceria regulariza casos de **inadimplência no Espírito Santo**

A Câmara de Conciliação, Mediação e Arbitragem do Espírito Santo (CBMAE-ES), em conjunto com a associação comercial local (Ace-ES) e o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do estado (Creci-ES), auxiliam o micro e o pequeno empresário a sanar suas dívidas pela conciliação extrajudicial

Em 71 sessões de conciliação foi alcançada uma taxa de 80% de êxito, que representam a regularização de 144 profissionais e a recuperação de R$ 292 mil. Estes são dados do mutirão de conciliação realizado pela Câmara de Conciliação, Mediação e Arbitragem do Espírito Santo (CBMAE-ES), em parceria com a associação comercial local (ACE-ES) e com o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do estado (Creci-ES).

O mutirão de conciliações CBMAE/Creci aconteceu no período de novembro de 2011 a maio deste ano. A parceria existe desde a criação da Câmara de Conciliação, Mediação e Arbitragem do Espírito Santo, em agosto de 2010, quando o Creci-ES integrou por meio do presidente o Conselho Consultivo, que tem por atribuição promover o relacionamento institucional da câmara com a sociedade local. Esse modelo de estruturação foi um dos motivos que levaram a CBMAE-ES a conquistar a primeira edição do Prêmio Conde dos Arcos de Acesso Justiça, concedido pela CBMAE Nacional às instituições que se destacaram em 2011.

A partir da parceria e da percepção da demanda, o Creci-ES não hesitou em trazer para a CBMAE-ES a ideia de utilizar a estrutura da câmara para promover a recuperação conciliatória de créditos de anuidades de corretores de imóveis inadimplentes, contribuindo para a regularização de inúmeros profissionais, proporcionando a geração de novos negócios e renda para a classe dos corretores, que em sua maioria são de pequeno porte econômico.

Para o presidente da Creci-ES e diretor técnico da CBMAE-ES, Luis Carlos Ridolphi, “esses mutirões são de extrema importância para o micro e pequeno empresário porque fazem com que eles recuperem os seus créditos e resolvam suas questões com fornecedores, reduzindo custos e economizando tem-

po na resolução das suas questões empresariais".

Deve-se ressaltar que o projeto CBMAE-ES é apoiado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), de acordo com a previsão da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006) em estimular as microempresas e empresas de pequeno porte a utilizar os institutos de conciliação, mediação e arbitragem para solução dos seus conflitos.

Para esse mutirão foram estabelecidas condições diferenciadas especiais para atendimento aos corretores de imóveis vinculados ao Creci-ES, o que proporcionou agilidade e redução de custos. Por meio da CBMAE-ES, os corretores foram convidados a aderir ao Programa de Regularização e Recuperação para Corretores de Imóveis (Preci), instituído por ato normativo interno e que oferecia descontos nas multas e juros incidentes sobre os débitos, além de permitir o parcelamento dos débitos.

A CBMAE-ES contratou um especialista conciliador que ficou em tempo integral disponível para os agendamentos, como forma de adequar a disponibilidade da câmara à agenda dos corretores. Para as demandas de agendamento duplo, no mesmo horário, a CBMAE-ES utilizou o serviço dos profissionais capacitados e cadastrados em seu quadro de especialistas.

De acordo com o presidente da Creci-ES, Aurélio Dallapicula, "com a estrutura que a CBMAE possui e com sua enorme capilaridade, os empresários se sentem mais seguros para fazerem suas propostas e encontrar a melhor solução para encerrar sua inadimplência". Ele explica ainda que a "demanda para realização do mutirão surgiu da constatação de que a estrutura do setor de recursos humanos da Creci-ES, mesmo em fase de evolução, era limitada para o atendimento de inadimplentes que demandassem maior transigência no parcelamento e desconto de anuidades. Também foi considerada a necessidade do órgão em proporcionar mais facilidades para que mais profissionais inadimplentes pudessem regularizar sua inscrição e voltar a trabalhar de forma ostensiva.

O presidente da Creci-ES e Diretor Técnico da CBMAE ES, Luis Carlos Ridolphi, destacou, também, que a parceria com a Creci-ES "possibilitou que vários empresários pudessem voltar a atuar no mercado, gerando trabalho e renda".

A CBMAE-ES

A CBMAE-ES é um departamento da Associação Comercial e Empresarial do Espírito Santo (Ace-ES) e tem por objetivo disponibilizar os institutos da Conciliação, Mediação e Arbitragem para ajudar pessoas e empresas a resolver litígios de forma rápida, segura e econômica.

A Câmara foi criada sob as diretrizes da Lei nº 9.307/96 e CBMAE Nacional - www.cbmae.org.br, órgão da Confederação das Associações Comerciais e Empresarias do Brasil (CACB) que criou e desenvolve o Programa Brasileiro de Difusão da Arbitragem, dando origem a uma rede nacional de câmaras habilitadas para aplicar os métodos extrajudiciais de solução de controvérsias (MESCs).

A CRECI-ES

A profissão da intermediação imobiliária que engloba toda atividade ligada à comercialização imobiliária, foi instituída através da Lei Federal nº 4.116/62, posteriormente revogada pela nova Lei Federal nº 6.530/78. A partir daí foi gradativo o fortalecimento da categoria, com o surgimento do primeiro Creci (Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Brasil) o da 1ª Região (RJ) em outubro de 1962, com base territorial nos estados da Guanabara e Rio de Janeiro, sendo a cidade sede o Rio de Janeiro.

Tudo começou com a realização da 1ª Sessão Ordinária do Conselho Federal dos Corretores de Imóveis, realizada na sede social do (Cofeci) situada à rua Xavier de Toledo, 98, 3º Andar, São Paulo, de acordo com o Regimento Interno do Conselho Federal dos Corretores de Imóveis do Brasil, Capítulo III, Artigo 14º, aprovado na mesma sessão plenária.

Como tornar seu site de **vendas online mais seguro**

O comércio eletrônico está em alta, mas a preocupação com segurança de dados é cada vez mais importante para a finalização das compras

O comércio eletrônico está em constante crescimento. De acordo com pesquisa realizada pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, o Brasil é o sétimo mercado com maior potencial de vendas online no mundo. Outra projeção, feita pela empresa e-Bit, especializada em segurança de comércio eletrônico, mostra que o setor atingiu um faturamento de R$ 1,8 bilhão em 2011, com 9 milhões de consumidores, 61% representados pela classe C. Foram 34% mais de pedidos online do que em 2010, mostrando que é um mercado em franca expansão no Brasil.

Porém, com o crescimento do comércio eletrônico, cresceu também o número de tentativas de fraudes, especialmente envolvendo cartão de crédito. A quantidade de golpes concluídos está minguando, segundo estudos da FControl, empresa especializada em soluções antifraude. Entre 2011 e 2012, as tentativas de fraude passaram de 3,6% para 3,8%, no período de janeiro a maio, mas o prejuízo para o comércio caiu de 0,5%, em 2010, para 0,2%, em 2012.

As fraudes online mais comuns são focadas em produtos de fácil revenda e alto valor agregado, como celulares, eletrônicos e passagens aéreas. As operações suspeitas envolvem golpes com os seis primeiros números do cartão de crédito e CPFs com registros anteriores de transações negadas, além de internautas que, com o mesmo CPF, indicam endereços de entrega diferentes.

Para o consultor em segurança de comércio eletrônico, Ricardo Brandão, um dos principais fatores de desistência da compra é que "o consumidor não sente credibilidade no site e não quer inserir seus dados pessoais, como endereço e CPF, bancários e códigos de segurança". Uma dica para reduzir este problema é trabalhar com uma conexão segura e dados criptografados, além de exibir, em todos os passos da compra, os selos e certificações de segurança do site de compra.

O consultor aconselha ainda que a empresa deve trabalhar sempre com URLs seguras e trocar suas senhas constantemente. "É preciso evitar que a senha se espalhe, ou que seja usada por ex-funcionários; o sistema é feito para ser seguro, mas ele é afetado pela

interface humana", explica. Brandão é sócio da empresa de consultoria eletrônica Linkbiz.

Atualmente, existem diversas ferramentas de controle de risco e soluções antifraude, como o Uol PagSeguro, Moip, PayPal e Mercado Pago, que utilizam redes neurais e de inteligência artificial para detectar golpes. A vantagem desses serviços é que o consumidor pode centralizar dados pessoais e de crédito em um único cadastro, realizado apenas uma vez. Há, ainda, garantia de proteção contra pagamentos não autorizados. Depois da ficha preenchida, nas próximas visitas ao site, basta digitar o e-mail e a senha definidos para realizar novas compras. Além disso, é importante implementar dispositivos de blindagem, e os sites devem oferecer aos consumidores que usam cartão um pagamento rápido e sem falhas.

Segurança para sua empresa

Há alguns anos, as informações eram acessadas apenas dentro da empresa, e era possível se ter mais controle sobre os dados corporativos. Hoje, as informações podem ser acessadas a partir dos mais diferentes dispositivos e em qualquer lugar. A evolução da tecnologia oferece vantagens como maior agilidade nos negócios e melhor relacionamento entre as empresas e seus públicos. Por outro lado, as organizações precisam ter cuidado e atenção redobrados com seus dados críticos.

Cada vez mais, os funcionários usam seus próprios dispositivos móveis para acessar dados corporativos, uma tendência conhecida como consumerização da TI. Esse conceito explica que cada vez mais, e de uma forma muito rápida, os usuários ou pessoas que usam recursos de TI vão querer sempre estar utilizando a tecnologia mais recente e efetuando tarefas de maneira mais rápida, estejam elas dentro ou fora da empresa.

A empresa Symantec realizou recentemente uma pesquisa para saber mais sobre quais são as experiências e as perspectivas dos usuários em relação a essa tendência. A grande maioria dos entrevistados afirma que sua empresa permite que o funcionário use o smartphone de sua escolha em atividades relacionadas com o trabalho. Em parcelas quase idênticas, os participantes da pesquisa afirmaram que a organização forneceu o smartphone (44%) ou que eles próprios compraram seus aparelhos (43%).

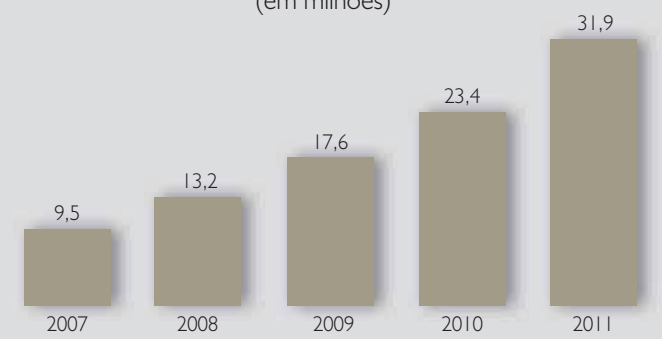
Perfil do consumidor virtual

Segundo a pesquisa da e-Bit, desde o *boom* do comércio eletrônico, o perfil e as preocupações do consumidor já mudaram bastante. O tema é tão complexo que os especialistas já criaram uma linha de pesquisa científica para o tema: o behavorial targeting, dentro do marketing comportamental.

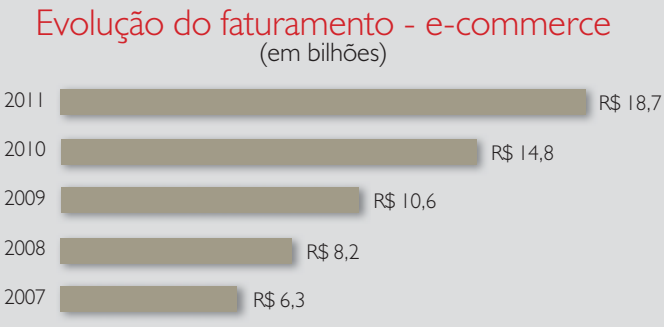
Segundo a pesquisa, 55% dos consumidores demoram até um dia para concluir a compra. Os consumidores de baixa renda são mais motivados por anúncios em TV e jornais, catálogos impressos e consultores de lojas. Já os consumidores de alta renda são estimulados por comparativos de preços, listas de casamentos, portais e site de fabricantes.

Síndrome do carrinho abandonado

É quando o consumidor, após clicar na opção comprar, desiste de concluir a transação.



Fonte: e-bit informação (www.ebitempresa.com.br)



Fonte: e-bit informação (www.ebitempresa.com.br)

Maioria desconhece os planos **corporativos de telefonia**

Empresas buscam soluções nas opções de serviços de telefonia para reduzir o tempo de gestão e acelerar os processos administrativos

Com o avanço da tecnologia, aplicativos inteligentes foram criados para trazer facilidades para o dia a dia. Eles podem ser usados também como ferramentas de trabalho e ajudam empresários a gerenciar seus negócios com mais eficiência e dinamismo. Estas facilidades geraram diversas novas características, como serviço de mensagens curtas (SMS), fotos, vídeos, agenda de telefones e, claro, utilizar o seu telefone móvel para verificar e-mails ou usar a internet. Ele até pode ser usado como um minilaptop, com praticamente todas as funções essenciais de um computador. As empresas de telefonia investem em políticas e ofertas corporativas, atuando para facilitar o fluxo de negócios entre empresas e clientes.

Um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Avançada (Ipea) sugere, inclusive, uma possível substituição da telefonia fixa pela móvel. A pesquisa mostra como a telefonia móvel, a partir de um mercado quase inexistente em 1990, conseguiu alcançar 217 milhões de assinantes em junho de 2011. Já o serviço de telefonia fixa está quase estagnado em 40 milhões de assinantes desde a privatização em 1998.

Opções de conversação via Voip, planos telefônicos empresariais com pacotes mais baratos de minutos, aplicativos especializados em gestão de clientes, gerenciador financeiro, agenda online, comércio eletrônico, reuniões virtuais e acesso bancário por telefone são apenas algumas opções. As empresas brasileiras estão em primeiro lugar mundial quando se trata de pretensão de compras de tablets e notebooks, e em quinto lugar na pretensão de compras de smartphones, segundo dados da companhia telefônica TIM.

Segundo o gerente de Business da empresas no Centro-Sul, Antônio Carlos Matos Barbosa, responsável pelos negócios nessa fatia de mercado, o Brasil é o 3° país que mais abre empresas no mundo, tornando esse público altamente atraente. “Vivemos em

um país de empreendedores, mas apenas 42% das empresas usam planos corporativos de telefonia, a maioria porque não conhece os benefícios que pode conseguir", explica. Ele explica que surgem no mercado diversos tipos de pacotes, específicos para segmentos de atuação (médicos, dentistas, contadores) e para funções específicas de gestão.

Barbosa conta ainda que alguns setores podem contar com aplicativos e soluções específicas. O Mobile Care permite uma interação de banco de dados entre hospitais e dispositivos móveis, propiciando que médicos, funcionários e administradores de hospitais tenham acesso remoto a dados contidos no sistema de gestão hospitalar. O modelo já é usado por centros de referência médica no Brasil, como o Hospital Albert Einstein. Outra opção é para empresas que possuem funcionários com atuação externa, como serviços de entrega ou transportadoras, que a partir de um localizador móvel permite ao gestor da empresa um controle sobre a localização do funcionário e sobre o status do serviço.

Segundo pesquisa da consultoria norte-americana Frost & Sullivan, apenas 5% dos 18 milhões de tablets vendidos no mundo em 2010 foram destinados a empresas. Entretanto, segundo a mesma pesquisa, essa participação deve aumentar para 30% em 2015. A Apple é líder de mercado de vendas de aplicativos, com uma fatia de 90% e 65 mil opções de softwares. Atualmente, o maior concorrente é o Android Honeycomb, sistema criado pelo Google que é compatível com aparelhos Samsung, LG e Motorola.

O mercado em números:

- Em 2011, o número de downloads de aplicativos cresceu 230%.
- Estima-se que 1,4 bilhão de celulares serão vendidos no mundo em 2012, dos quais 35% serão smartphones.
- Nos próximos 5 anos, essa participação vai subir para 75%.
- A venda de smartphones cresceu 351% no Brasil entre 2011 e 2012.

Confira alguns aplicativos gratuitos com soluções empresariais

BOX: permite armazenamento de arquivos online e envio de arquivos grandes, com acesso para o conteúdo via iPhone ou iPad.

YAMMER: é uma rede social privada para a empresa, com opção gratuita ou premium. Ele permite conexão entre colegas de trabalho para colaborar e compartilhar ideias.

SKYPE: permite fazer e receber chamadas e enviar mensagens de chat, oferecendo economia em chamadas internacionais e mensagem de texto para telefones.

AGENDA DO GOOGLE: permite compartilhar calendários e reduzir os custos e os problemas de TI.

CRM: torna possível acessar e atualizar todas as informações referentes à empresa, desde despesas, perspectivas de negócios e dados.

MEMEO CONNECT READER: sincroniza automaticamente todos os seus documentos do Google Docs. É compatível com os formatos do Office, PDFs, fotos e vídeos.

ADOBE IDEAS: Voltado para quem trabalha com design e usa programas como o Photoshop ou o Illustrator. Os dedos e a tela substituem o lápis e o papel.

WEBEX: permite fazer reuniões virtuais no PC, ganhou uma versão gratuita para tablet. As imagens de cada um aparecem na tela do iPad intercaladas à apresentação de slides.

PULSE: permite escolher os sites e blogs que quer acessar e as informações são apresentadas na forma de um mosaico animado. É possível sincronizá-lo com o Google Reader e compartilhar o conteúdo nas redes sociais.

TWEETDECK: facilita usar o Twitter, e pode ser uma boa maneira de manter contato constante com clientes e fornecedores.

Rio+20 não alcançou o consenso entre os países representados

Foto: Valter Campanato/ABr

Pluralidade de opiniões sobre a questão ambiental **trava Rio+20**

Conferência que reuniu representantes de mais de 190 países resultou em um documento de 49 páginas denominado "O futuro que queremos" sem, entretanto, estabelecer metas de sustentabilidade

Esquentar o tema do desenvolvimento sustentável foi o grande mérito do evento. Jamais tantas notícias socioambientais se destacaram no mundo. Entretanto, a profusão de discursos criou uma espécie de torre de Babel ecológica. Todos falaram, mas poucos se entenderam. É dessa forma que Francisco Graziano, ex-secretário de Meio Ambiente do estado de São Paulo, analisa o saldo da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, realizada de 13 a 22 de junho no Rio de Janeiro.

De acordo com Graziano, no encontro se pode notar a dificuldade da ONU (Organização das Nações Unidas) em confirmar sua ousadia na gestão ambiental planetária, em razão da diversidade de seus membros. "Sempre compartilhei da ideia de que a ONU deveria criar uma Agência forte para a questão ambiental, nos moldes da OMS (Organização Mundial da Saúde), OIT (Organização Internacional do Trabalho) e OMC (Organização Mundial do Comércio). No Rio, se reforçou o PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), o que foi positivo, sem, entretanto, chegar lá", acrescentou.

O PNUMA hoje não tem poderes, não pode criar regras e impor sanções. Trata-se de um órgão de informações, apenas. E o que se pretendia é transformar o PNUMA em algo como a OMC (Organização Mundial do Comércio) e a OIT (Organização Mundial do Trabalho), que podem criar regras, exigir seu cumprimento e impor sanções. Mas isso não passou na convenção, explicou o jornalista Washington Novaes, especializado em temas de meio ambiente.

Graziano: "Sempre compartilhei da ideia de que a ONU deveria criar uma Agência forte para a questão ambiental, nos moldes da OMS"

Para Novaes, o resultado não surpreendeu, dada a atual crise mundial. Além disso, em convenções da ONU é preciso haver consenso para qualquer decisão. Basta um voto contra para que não haja nenhuma decisão possível. "O resultado era esperado", afirmou. "A declaração foi sendo esvaziada e não se chegou a nenhum compromisso. O positivo é que houve uma mobilização muito grande da sociedade, de vários setores, e isso pode levar, ao longo do tempo, a algum avanço."

Crise interferiu nos resultados

"Quem acompanhava os preparativos da Conferência já percebia que a crise econômica global iria interferir nos seus resultados, tornando-os mais amenos. Não se poderia, realisticamente, esperar desfecho diferente", reforça Graziano.

A delegação brasileira, segundo Novaes, queria aprovar uma declaração, mas isso envolvia muitos pontos de atrito. Assim, o documento nasceu com dezenas de páginas, chegou a milhares e foi sendo depurado para tirar aqueles pontos que eram conflituosos. "Com isso, se chegou a um documento final bastante esvaziado, exatamente para eliminar os pontos de conflito e permitir a aprovação de uma declaração de consenso."

Mas o governo brasileiro considerou a Rio+20 uma vitória diplomática. Não foi assim? Na verdade, segundo Novaes, trata-se de uma declaração que não irá representar muito. "Os grandes objetivos, não conseguiram ser aprovados, como o fundo para conservação de águas oceânicas, que foi eliminado, e a promoção do PNUMA para um nível maior, com poder de tomar decisões e impor regras", afirma. "Mesmo as metas para o desenvolvimento sustentável foram adiadas para 2014, e assim por diante. Os grandes objetivos foram eliminados na declaração final. Então, para quem espera aprovação dos objetivos, tratou-se certamente de um grande fracasso", acrescentou.

Para Graziano,entretanto, é possível concordar com o governo brasileiro. Segundo ele, houve certa vitória diplomática, com créditos ao Brasil, pois inicialmente o pessimismo estava maior. De qualquer forma, o documento final aponta para boa possibilidade de reencontrar o rumo da ousadia na agenda ambiental até 2015.

Em sua opinião, com a Rio+20 ficou claro que a agenda ambiental não pode ser tocada apenas no contexto da ONU. "Os países, as regiões e estados, os municípios, as empresas, as ONGs, as pessoas, todos são, ou deveriam ser, agentes fundamentais para as mudanças civilizatórias que se farão necessárias nas próximas décadas. Não é o planeta que está em risco; somos nós, os seres humanos, a nossa civilização, que está ameaçada na Terra", ressalta.

O modelo de privilegiar o **consumo esgotou-se**

Segundo o ex-ministro Marcílio Marques Moreira, a crise dos países europeus deteriorou a economia mundial, o que impõe ao Brasil uma nova etapa de reformas estruturais

Apesar da manutenção do nível de atividades de determinados setores, há uma percepção clara por parte dos especialistas de que a economia está em processo de desaceleração, afirma o ex-ministro Marcílio Marques Moreira, presidente do Conselho Empresarial de Políticas Econômicas da Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ).

"Houve uma confiança demasiada no modelo de privilegiar o consumo, o que se esgotou", destaca Moreira. "Além disso, a própria demanda por crédito estagnou não por falta de oferta, mas em função do crescente endividamento das famílias, o que resultou na elevação dos índices de inadimplência."

Moreira lembra que a piora no nível dos negócios afetou diretamente as impressões dos agentes econômicos sobre o segundo semestre. E cita o Índice de Confiança de Serviços (ICS), da Fundação Getuio Vargas (FGV), que, em junho, caiu 1,8%, em relação ao mês anterior. Das 2.545 empresas consultadas, somente 28,5% avaliaram a situação atual como boa, ante os 33,9% registrados em maio.

Da mesma forma o Índice de Confiança do Comércio, medido pela mesma FGV, caiu 3,7% no trimestre encerrado em junho, em relação ao mesmo período do ano passado, lembra o embaixador. Quanto às previsões para o PIB (Produto Interno Bruto) deste ano, Moreira compartilha das projeções do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre), da FGV, que prevê um índice de crescimento de apenas 1,8%, inferior, portanto, ao do ano passado.

Para o embaixador, dada a crise da dívida pública da zona do euro, a economia mundial se deteriorou e está longe da estabilização. Esse quadro deverá implicar, para o Brasil, a retomada do processo de reformas que se encontra interrompido desde o final do segundo mandato do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. "Desde então, o que tivemos foram reformas a pingagotas, como do fundo de previdência dos funcionários públicos, cuja criação demorou quase dez anos", diz o ex-ministro, que lembra a possibilidade de aprovação do fim do fator previdenciário, pelo Congresso Nacional, como mais uma ameaça de retrocesso.

Moreira: "É preciso resgatar a competitividade"

Diante dessa série de desafios, o governo, de acordo com o ex-ministro, teria muito a ganhar caso viesse a resgatar a chamada "agenda perdida" – documento preparado pelos economistas Marcos Lisboa e José Alexandre Scheinkman, logo no início do governo Lula, a pedido do ex-ministro da Fazenda, Antônio Palocci. "Muitas daquelas propostas ainda se mantêm atuais", ressalta Moreira.

Entre as suas principais constatações, a agenda perdida admitia que, dado o alto grau de maturidade da economia brasileira, o crescimento somente seria obtido por meio do aumento da competitividade. E isso necessariamente deveria passar pelo maior investimento em infraestrutura de maneira integral e coordenada. Em outro ponto, o documento defendia as reformas, especialmente a da Previdência, "o que poderia viabilizar maior folga para investimentos e garantir um crescimento sem solavancos e sem inflação".

“Previsão de PIB menor deve comprometer o crescimento da economia em 2013”

Para o empresário Rogério Amato, presidente da Facesp (Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo) e da ACSP (Associação Comercial de São Paulo), a expectativa de crescimento menor do PIB em 2012 causa um impacto negativo nas decisões de investir do setor privado, o que pode comprometer a taxa de crescimento da economia do próximo ano. Acompanhe, a seguir, a sua entrevista a Empresa Brasil.

Amato: “Crescimento do PIB deste ano deve ficar próximo ao índice do ano passado”

Empresa Brasil: Quais as perspectivas da economia para o segundo semestre do ano?

Rogério Amato: Normalmente o ritmo de atividade da economia é mais forte no segundo semestre. A perspectiva é de que as vendas do varejo sejam mais fortes nesse período não apenas por razões sazonais, como o Natal, mas também porque as reduções de juros realizadas no primeiro semestre devem tem efeito positivo sobre o crédito, com educação dos juros e alongamento dos prazos. O crescimento do emprego e da renda também devem contribuir para a aceleração das vendas na segunda metade do ano.

Como a crise da Europa prejudica os negócios no mercado interno?

A crise europeia gera grande incerteza para a realização de investimentos, mesmo voltados para o mercado interno, além de reduzir os fluxos de recursos externos para o Brasil. Também afeta as exportações, especialmente de produtos manufaturados, o que tem impacto negativo sobe o emprego industrial.

A previsão de recuo do PIB deste ano também pode ser um fator de pessimismo nos negócios?

A expectativa de crescimento menor do PIB em 2012 tem impacto negativo nas decisões de investir do setor privado. Como o governo não tem conseguido aumentar seus investimentos, a taxa de crescimento da economia para o próximo ano fica prejudicada.

Até que ponto os pequenos e micro podem manter o número de empregados?

Por enquanto o mercado de trabalho vem se mantendo ativo, havendo inclusive falta de pessoas especializadas para algumas atividades. A tendência, no entanto, é de menor aumento da oferta de emprego, devido ao fraco desempenho da indústria. As empresas de micro e pequeno portes têm mais possibilidade de manter e até ampliar seu número de funcionários no setor de serviços, que vem crescendo mais do que o PIB, especialmente se souberem aproveitar as oportunidades que serão abertas com os eventos realizados no Brasil.

O setor de serviços já está sentindo a desaceleração da economia?

O setor de serviços continua a apresentar crescimento acima das demais atividades, mas muitos segmentos do setor dependem do desempenho da indústria e da agricultura, e podem ser negativamente afetados se a produção industrial não se recuperar e o agronegócio for atingido pela crise externa.

Em função do quadro, a inadimplência pode se agravar?

A tendência da inadimplência é de desaceleração, porque os agentes financeiros estão mais rigorosos na concessão do crédito e a queda das taxas de juros e a dilatação dos prazos favorecem a renegociação dos débitos.

Qual a sua previsão do PIB deste ano?

É difícil fazer uma projeção em um cenário de incerteza como o atual, mas, baseado no desempenho da economia no primeiro semestre, parece que o PIB vai ficar muito próximo do crescimento do ano passado, de 2,7%.

As lições da crise financeira

A crescente desigualdade de renda nos Estados Unidos, provocada pela dificuldade de acesso dos mais pobres à educação de qualidade – dados os elevados custos das melhores universidades –, levou os políticos a pressionar os agentes financeiros por mais crédito imobiliário. A ideia, endossada primeiro por Bill Clinton e depois por George Bush, era facilitar a compra da casa própria de uma maneira fácil, popular e rápida a fim de atacar a desigualdade social. Entretanto, essa pressão acabou contribuindo para a criação de uma grave linha de falha que distorceu os empréstimos no setor financeiro.

No final das contas, o crédito fácil provou ser uma maneira extremamente cara de alcançar o objetivo pretendido pela política de ambos os governos. As famílias que nunca poderiam ter recebido crédito tornaram-se inadimplentes e perderam suas casas, as instituições financeiras sofreram grandes perdas e os contribuintes, como sempre acontece, pagaram o pato, relata o economista indiano Raghuram G. Rajan em seu livro *Linhas de Falha – Como rachaduras ocultas ainda ameaçam a economia mundial* (Bei Editora) – vencedor nos Estados Unidos do prêmio Financial Times/Goldman Sachs como o melhor livro de Finanças de 2010 e recentemente lançado no Brasil.

Doutor em Economia pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), Rajan foi economista-chefe do FMI entre agosto de 2003 e dezembro de 2006 e leciona na Universidade de Chicago. Em 2005 foi um dos economistas que alertaram para o risco sistêmico em que embarcavam temerariamente os bancos e o governo americanos.

Em seu livro, o economista aponta os três conjuntos de linhas de falha – expressão que designa as rachaduras geológicas que provocam os terremotos – que contribuíram para a crise do setor financeiro. O primeiro, segundo Rajan, provém da tensão política, no caso dos Estados Unidos. A distorção na linha política se evidencia quando, em vez de atacar estruturalmente a crescente desigualdade de renda nos Estados Unidos, os políticos estimulam a criação de instrumentos artificiais para obtenção de crédito. O segundo surge dos desequilíbrios comerciais entre os países. E o último é determinado pela forma usada para financiar esses desequilíbrios entre sistemas financeiros distintos, com regulamentações mais ou menos permissivas.

Em sua análise sobre as origens da crise financeira dos Estados Unidos, Rajan lembra que em 1976, 1% das famílias mais ricas detinha 8,9% da renda total; em 2007, essa participação estava em 23,5%. Como evitar a crescente desigualdade de renda, num país em que os gastos com universidades privadas tornaram-se cada vez mais dispendiosos, colocando à margem desse ensino a maior parte da população? Ora, a saída é apelar para os chamados empréstimos Ninja – no income, no jobs, no assets (sem renda, sem emprego, sem ativos) a juro perto de zero.

De acordo com Rajan, na meca do capitalismo mundial prevalece há muito tempo a ideia de que não é a renda, mas o consumo que importa. Ocorre que essa conduta política de empurrar a conta para a próxima administração encontra, no outro lado da mesa, um setor financeiro sofisticado, competitivo e amoral, disposto a lucrar a qualquer custo. Quem resistiria se os políticos dão uma força?

Para Rajan, que não poupa críticas aos políticos, banqueiros e aos países desenvolvidos em geral, existem soluções para resolver a crise. Depois de destacar as reformas econômicas na China e na Índia que desencadearam a energia criativa de mais de um terço da humanidade, ele defende a necessidade de o governo americano recriar o acesso a oportunidades para toda a população, que ao longo da História tem sido a marca registrada de sua economia. Para outros países, defende as reformas que poderão ajudá-los a reequilibrar a economia mundial e reduzir a sua própria dependência do crescimento global.

(Milton Wells)

Obra do economista indiano foi a vencedora, nos Estados Unidos, do prêmio Financial Times/ Goldman Sachs como o melhor livro de Finanças de 2010

O paradoxo do excesso de informação

Marcos Hashimoto*

O sujeito acorda, toma o café da manhã e lê o seu jornal. Pega o carro para ir ao trabalho e no caminho vai ouvindo as notícias na Band News ou CBN. Chega ao trabalho e ao longo do dia vai checando as novidades em algum portal de notícias: UOL, Terra, Ig, etc. Quando volta para casa, assiste ao Jornal Nacional e, se ainda der tempo, ao Jornal da Globo mais tarde.

Se você se identificou com esta rotina, você é um dentre milhares de brasileiros que se mantêm informados da mesma maneira. O fato de seguirmos toda uma rotina parecida de acesso às informações demonstra que estamos todos pensando de forma semelhante. Quando usamos as mesmas fontes somos influenciados da mesma maneira e perdemos aos poucos a capacidade de pensar diferente. Nosso modelo mental tem as mesmas referências que todas as demais pessoas, e isso vai tornando nosso pensamento cada vez mais homogeneizado. Isso é péssimo para a criatividade. Criatividade é pensar diferente dos demais, é olhar para onde todos olham e enxergar o que os outros não enxergam.

Esse fenômeno não é difícil de explicar. A informação, até pouco tempo atrás um recurso escasso, tornou-se mais uma commodity nos dias de hoje graças à tecnologia da informação. Se você reparar bem, é difícil um canal de notícias divulgar sozinho um grande furo de reportagem. A internet ampliou drasticamente a capacidade de disseminação irrestrita da informação, e muitos de nós sequer aprendemos a lidar com esse fato. Nada mais natural que nossa geração, que sofreu com a carência de informações no passado, sinta-se ansiosa hoje pelas notícias, beba de tudo e de todas as fontes, assine um monte de newsletters, RSS feeds, blogs e siga pelo twitter várias fontes de informação. Logo nos damos conta de que não temos como digerir tudo e invejamos os jovens que hoje sabem tudo o que está acontecendo por meio de mensagens de 128 caracteres, só as manchetes.

A questão se torna ainda mais grave quando nos damos conta de que muitas mídias, para conseguirem se diferenciar das demais, estão começando a trazer especialistas para comentar os fatos que noticiam. Assim, médicos, economistas, engenheiros, biólogos, etc. começam a fazer parte da mídia. Eu mesmo dou muita entrevista para esses veículos de comunicação. Nossa opinião é respeitada e dá credibilidade à notícia. O corolário dessa abordagem é que agora, além da informação já vir pronta, a opinião também já vem mastigada. Estamos perdendo até mesmo a capacidade de olhar de forma crítica as notícias que acessamos. Já não questionamos mais a informação que recebemos. Assumimos tudo como verdade, posto que ninguém ousaria contrariar os especialistas que trazem suas visões acerca de assuntos que eles conhecem melhor do que você.

Por maior que seja o compromisso ético com a verdade adotado pelos principais veículos de comunicação do país, eles serão sempre tendenciosos e terão sempre um viés na interpretação dos fatos. Na democracia plena, que exerce o pleno direito de manifestação das opiniões, pessoas e entidades sempre trarão a sua própria visão, distorcendo, em maior ou menor grau, a forma como você incorpora e assimila a informação. Isso é feito de forma bastante sutil, pois o fato continua sendo o mesmo, mas nos detalhes podemos ver como uma escolha de uma palavra, um adjetivo no lugar de outro, uma simples mudança no tempo verbal já causam um impacto considerável na forma como interpretamos a notícia.

Para não perder o seu senso crítico e ao mesmo tempo ter uma visão mais clara do que é a verdadeira realidade, sugiro que busque fontes distintas de informações, sempre que puder. Na confrontação de vieses diferentes de interpretação dos fatos você tende a compreender melhor o que de fato aconteceu, sem distorções indesejadas.

Há um bom tempo, a agência de publicidade do Grupo Folha ganhou um importante prêmio com uma campanha cuja frase final era: 'É possível contar um monte de mentiras, dizendo só a verdade', e é esse justamente o cuidado que temos que ter ao acessar a informação nas diversas mídias a que temos acesso agora. Nossa preocupação não deve mais ser apenas a quantidade, mas a qualidade, sobretudo a qualidade do que pensamos, e não do que lemos.

**Professor, pesquisador e consultor em empreendedorismo, negócios e inovação corporativa.*

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