

Hora de pensar o futuro



Entre as indústrias filiadas à Fiesp, 97% são pequenas e médias, e o que mais preocupa os empresários é a questão cambial, pois os exportadores estão perdendo mercado. Diante das incertezas, o professor Tales Andreassi, da FGV-SP, afirma: planejamento é fundamental

Vantagens do Supersimples divide opiniões

Páginas 6, 9 e 11

Financiamento pode ser usado para pagar 13º

Página 3



Planejamento exige informação e cautela

AMARILIS BERTACHINI
SÃO PAULO

A necessidade de fazer um bom trabalho de planejamento diante das incertezas da economia para 2008 é o grande desafio para as pequenas e médias indústrias manterem a competitividade no mercado nacional. Mesmo com a recente crise no setor financeiro internacional, economistas e consultores acreditam que a economia interna deverá manter o ritmo de crescimento até o final deste ano e provavelmente também no próximo, abrindo espaço para as pequenas e médias empresas (PME).
Na opinião de Edgard Pereira,

economista-chefe do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi), a grande incógnita para o desempenho da economia no próximo ano é como o Banco Central vai conduzir o processo de redução da taxa de juros, pois um rompimento poderia levar ao desaquecimento da economia doméstica. "O que dá para imaginar é que, mesmo que o comportamento do mercado externo cause um aperto na liquidez e uma redução no ritmo de crescimento da economia mundial, no mercado interno há razões para acreditar que continuaremos crescendo", afirma Pereira. Ele avalia essa tendência com

base no alongamento do crédito e dos prazos de financiamentos que têm sido concedidos, beneficiando, principalmente, a indústria automobilística.

Também a elevação da renda interna permitiu um aumento no nível de emprego, ainda que pequeno, o que também abre espaço para as PME, principalmente as produtoras de bens de consumo, acrescenta o economista. Além disso, na sua opinião, são poucas as PME exportadoras que dependem do bom desempenho do mercado externo. A maioria precisa mesmo é do crescimento do mercado interno.

Continua na página 2

Você já pensou no pagamento do 13º salário dos seus funcionários? Abra nas pág. 10 e 11 e confira.

NEGÓCIOS

Conhecer bem o cliente, uma ótima ferramenta

Para ampliar as vendas é preciso entender as necessidades dos compradores

ANGELA FERREIRA
SÃO PAULO

Nada melhor do que novos clientes para aumentar o faturamento de uma empresa, seja ela de qual porte for. Mas para aumentar sua clientela a empresa precisa conhecer quem é o seu consumidor e o que ele procura. “A melhor forma para conhecer um cliente é organizar um cadastro bem elaborado”, adverte Wlamir Bello, consultor de marketing de orientação empresarial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP). “A recomendação é que qualquer decisão seja baseada em informação, por isto o segredo é conhecer muito bem quem compra seus produtos”, diz.

Antigamente, ser bom vendedor era ser extrovertido. Hoje, é preciso, acima de qualquer coisa, entender as necessidades dos compradores, ou seja, o vendedor evoluiu para consultor. De acordo com a pesquisa A Relação das PME Paulistas com seus Clientes, realizada pelo Sebrae, 92% dos entrevistados se consideram conhecedores de seus clientes. No entanto, apenas 37% destes mantêm um cadastro atualizado. Além disso, entre as empresas com cadastro atualizado, a proporção das que informam ao cliente sobre promoções (43%) ou que praticam ações de fidelização da clientela (36%) também é relativamente baixa.

“Quando se conhece bem para quem se vende, é possível di-

recionar as ações de marketing e promoção de um determinado produto ou serviço. Além disso, você vai falar na linguagem do consumidor, pois você saberá identificar a que segmento da sociedade você se dirige”, comenta Carlos André, diretor geral da **Informatica Corporativa** para a América Latina e colaborador do Instituto Empreender Endeavor — uma organização sem fins lucrativos. “O maior erro que um empresário pode cometer é querer “sair atirando para todos os lados”, complementa.

PUBLICIDADE

Embora a publicidade seja uma ferramenta onerosa dentro de uma empresa, ela deve ser encarada como um custo fixo adverte Bello. “Recomenda-se que sejam investidos entre 3% e 10% do faturamento em publicidade”, comenta o consultor. Todavia, Bello observa que quando fala em publicidade não está se referindo a propagandas em televisão. “Este tipo de divulgação pode ser inviável para o pequeno e médio empresário”.

Mas ele deve pensar em outros mecanismos de divulgação de seus produtos e serviços, como mala-direta, telemarketing, e-mail e até venda pessoal. O consultor comenta também que o ideal é ainda não utilizar apenas um destes meios, mas fazer uma mescla deles.



Bellas Villas: contato constante com os clientes como forma de atrair compradores, implementar o atendimento personalizado e obter a fidelização do consumidor

Foi trabalhando com estas ferramentas que Bellas Villas, sócia-proprietária da **Lou Lou Confecções**, conseguiu aumentar em 50% suas vendas neste ano em relação a 2006. “Elaboramos um cadastro de clientes e efetuamos estratégias semanais de contato com eles”, conta Bellas. A empresa resolveu adotar uma estratégia de marketing diferenciada com seus clientes: geralmente, as empresas do setor de confecção tra-

balham com dois lançamentos anuais (um da coleção primavera/verão e outro outono/inverno), mas a empresária paulista optou por encaminhar, semanalmente, um e-book com informações sobre tendências, cores e modelos aos seus clientes. A empresa conta hoje com um mailing com mais de 1.500 clientes cadastrados.

Para Bellas, este contato constante com o cliente é fundamental para implementar um

atendimento personalizado e conseqüentemente gerar a fidelização deste consumidor. “Depois de encaminharmos o e-book, nós entramos em contato via telefone em busca de um feedback. É essencial saber se o cliente gostou dos detalhes da coleção e investir neles. E isto é essencial para aumentar as vendas”, observa.

Uma outra alternativa adotada pela empresária foi mudar a apresentação da loja a cada es-

tação. “Assim como semanalmente apresentamos novos produtos, acreditamos que mudar ‘a cara’ da loja é essencial. Afinal, se a cada estação mudam-se as cores e os modelos, por que deixar a loja com o mesmo aspecto sempre? Por isto acreditamos que todas as ferramentas de comunicação visual devem ser mudadas e acompanhar a tendência do colorido de cada estação”, enfatiza Bellas.

GESTÃO

Planejamento exige informação...

AMARILIS BERTACHINI
SÃO PAULO

Continuação da página 1

O cenário nacional está atrelado ao internacional. Vamos sentir o tranco” afirma Luiz Nelson Porto Araujo, consultor e sócio-diretor da Trevisan Consultoria. Mas ele avalia que mesmo em crise o cenário internacional está melhor que o encontrado pelo governo anterior e destaca que a taxa de inflação é a variável mais importante para planejamento e decisões de investimentos das PME. “Com a inflação estabilizada, a população de baixa renda encontra-se em situação cada vez melhor, principalmente na região Nordeste, que vem se desenvolvendo com taxas boas em todos os segmentos”, avalia Araujo.

Para se prevenir de eventuais crises, Araujo recomenda que as PME fiquem atentas às informações e oportunidades da economia global, invistam em renovação tecnológica e entendam que para crescer terão que lidar com temas como sustentabilidade, governança corporativa e responsabilidade social, que antes eram desafios somente das grandes empresas. “A mitigação da crise é ter se preparado, é ter aprendido a lição de que a matriz que define excelência e sucesso empresarial não depende de tamanho. Este é o grande desafio das PME”, afirma o consultor.

Além de avaliar o mercado onde atuam, é preciso que as PME olhem internamente como estão atuando e nesse mercado e como se posicionam para aumentar a eficiência, reduzir perdas e qualificar a mão-de-obra, diz Araujo. Na sua opi-

nião, as PME não podem esperar que o governo resolva o problema de falta de qualificação de mão-de-obra, porque o sistema educacional brasileiro está em crise há décadas, refletindo justamente na formação dos funcionários que vão para as pequenas empresas, que são as que não podem pagar salários elevados. “Elas vão ter se preparar para oferecer cursos, treinamento, revisar processos produtivos, melhorar o aproveitamento de matéria-prima e de insumos”, afirma.

“Planejamento é fundamental. Nossa economia é sensível a crises. É preciso estar antenado com o que está acontecendo aqui e no mundo, porque o Brasil absorve rapidamente as crises de outros países. É necessário analisar como cada fato vai afetar sua empresa e seu produto”, orienta Tales Andreassi, professor e coordenador adjunto do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP).

Ele diz que para se precaver é preciso ser conservador, usar capital próprio e não recorrer a bancos, para evitar os juros altos. Andreassi destaca que no Brasil as PME crescem com aplicação do próprio lucro, o que torna o desenvolvimento mais lento. A recomendação inicial para os pequenos empresários é analisar o que cada

decisão vai acarretar, imaginar o que fazer se aquele passo não der certo e que caminhos alternativos adotar em cada ação.

QUESTÃO CAMBIAL

A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) não trabalha com a possibilidade de crise na economia para 2008, segundo afirmação de Marco Antonio dos Reis, diretor titular adjunto do Departamento de Micro, Pequena e Média Indústria (Dem-pi). De acordo com ele, 97% das indústrias filiadas à Fiesp são pequenas e médias e o que mais preocupa os empresários para 2008 é a



Andreassi: é preciso ser conservador

questão cambial, pois os pequenos exportadores estão perdendo mercado. “Muitas indústrias internacionais que compravam produtos ou componentes do Brasil passaram a comprar de outros países”, afirma o diretor, que diz não haver expectativa de mudanças para a taxa de câmbio. Reis afirma que as pequenas indústrias também estão inseguras quanto à disponibilidade da infraestrutura necessária para crescer, como energia, transporte e telecomunicações.

CRÉDITO CARO

Quem não faz planejamento também corre o risco de perder oportunidades — porque não ganha a visão interna e a externa do mercado — e de ser pego de surpresa por ações dos con-

correntes. “O planejamento permite ao empresário conhecer sua empresa e exercer sua visão de futuro”, diz Sérgio Diniz, consultor de orientação empresarial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP). Para 2008 ele destaca a oportunidade temporária que as PME terão para explorar os negócios que serão gerados por ser um ano de eleições.

Segundo Diniz, a dificuldade de acesso ao crédito para os pequenos empresários deverá permanecer no próximo ano. “Há disponibilidade de crédito no mercado, mas é um dinheiro caro”, afirma Diniz.

Em alguns segmentos as PME poderão encontrar alternativas ao crédito bancário, como no setor de construção civil, onde 94% das empresas são micro e pequenas que empregam até 29 trabalhadores. As PME desse segmento têm a opção, na incorporação de novos empreendimentos, de se associarem a investidores de médio porte que também estejam procurando diversificar suas aplicações.

“O mundo está líquido, mas o dinheiro vai para onde há garantia de governança corporativa. Isto serve tanto para bancos que concedem crédito imobiliário quanto para investidores dispostos a colocar dinheiro em um empreendimento”, afirma João Crestana, vice-presidente de incorporação imobiliária do Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais (Secovi-SP), que destaca a importância de as empresas adotarem transparência na administração para se tornarem interessantes para os investidores.

Alguns segredos para montar um cadastro

- Registre as últimas compras realizadas pelo cliente;
- Pergunte o que exatamente ele busca no produto;
- Descubra seus gostos e hobbies e anote na ficha dele;
- Peça sugestões para melhorar o atendimento e o produto;
- Analise todos os dados e utilize todas as informações para fazer um atendimento personalizado e traçar estratégias de marketing e vendas.

Fonte: Consultoria do Sebrae

Um bom cadastro não é feito apenas de nome, endereço e telefone do cliente, de acordo com Wlamir Bello, consultor de marketing de orientação empresarial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP). Há outras informações que devem ser levadas em conta na hora de cadastrar um cliente.

Segundo Bello, a melhor maneira de iniciar um cadastro, além da identificação do comprador, é fundamental registrar suas últimas compras. Deve-se criar campos distintos para anotar qual é o valor das compras realizadas, o tipo de produto ou serviços de uma determinada empresa e também armarzenar com que frequência cada consumidor costuma fazer suas compras, regras que valem para todas as atividades de negócios.

“Desta forma é possível identificar qual é o ticket médio gasto por seus clientes. E isto pode auxiliar até mesmo na precificação de produtos”, avalia.

Conhecer e registrar os gostos e hobbies do cliente também é importante. Es-

tas informações são essenciais para descobrir que novos produtos e serviços podem ser oferecidos aos consumidores. “Isto pode auxiliar na promoção de brindes e ‘vendas casadas’ de produtos e serviços”, avalia o consultor.

Também é válido tentar descobrir o que o cliente espera do produto. De acordo

Conhecer e registrar os gostos e hobbies do cliente auxilia na definição de brindes e das campanhas promocionais

com o consultor, os empresários acreditam que conhecem tudo sobre aquilo que produzem, mas se esquecem de procurar descobrir qual é a visão ou a funcionalidade que os clientes buscam neles. “Uma vez descobertas estas informações, é possível melhorar as estratégias de marketing de vendas de produtos e serviços e desta forma, ampliar o leque de clientes”, finaliza Bello.

(A.F.)

FINANCIAMENTO

Crédito pode ser alternativa para pagar 13º

Entretanto, para consultores, o empréstimo deve ser a última alternativa

DÉBORA BORGES
SÃO PAULO

Faltam menos de três meses para as empresas pagarem a primeira parcela do 13º salário aos empregados. Os maiores bancos do País começaram a oferecer linhas de crédito para capital de giro aos que não se prepararam para arcar com esse custo. Os bancos públicos oferecem as menores taxas de juros. O fundo usado para essas linhas de crédito é composto por recursos do PIS/Pasep e dos bancos.

Na Caixa Econômica Federal, cerca de R\$ 1 bilhão estará disponível aos empresários entre 2 de outubro e 28 de dezembro deste ano. O prazo máximo para pagamento é de até 12 meses e a taxa de juros varia de 0,833% ao mês mais TR a 3,10% ao mês mais TR. No ano passado, foram contratados R\$ 350 milhões.

No Banco do Brasil, a taxa está em 1,3% ao mês mais TR para os clientes que já processam a folha de pagamento no banco. A linha de crédito BB

Giro 130, lançada neste mês, prevê ainda taxas de 1,58% ao mês mais TR às pessoas jurídicas que levarem suas folhas de pagamento para o banco e de 2,15% ao mês mais TR para os que não pretendem manter outros vínculos com a instituição.

De acordo com o diretor de micro e pequenas empresas do Banco do Brasil, José Carlos Soares, os pequenos empresários têm a facilidade de estarem dispensados da certidão de regularidade fiscal para obter o empréstimo; apenas o Cadastro de Inadimplência (Cadim) é checado. O limite

É importante pegar apenas o necessário, sem se deixar seduzir pela possibilidade de ter um pouco mais de dinheiro em mãos

de crédito é o valor da folha de pagamento, acrescido dos encargos sociais. Com carência de até 59 dias, o pagamento pode ser feito em 13 parcelas. Esse empréstimo para os empresários arcarem com o 13º salário é oferecido desde 2002. No ano passado foram investidos R\$ 383 milhões. A expectativa para 2007 é disponibilizar mais de R\$ 500 milhões.

O Unibanco tem o Unigiro para adequação do fluxo de



Marcos Crivelaro: descontar duplicatas pode ser mais vantajoso

caixa. Há mais liberdade. Não é necessário justificar qual a utilização que a empresa dará ao dinheiro, pode ser para pagar o 13º salário, fazer reformas ou trocar equipamentos. A instituição prevê o pagamento do empréstimo em até 18 meses. Os juros variam de 1,9% a

5%, segundo o gerente de produtos PJ, Marcos da Carvalheira França.

Dois produtos são oferecidos pelo HSBC aos empresários: o Giro Fácil e Capital de Giro Clean. O primeiro é um limite de crédito pré-aprovado para os clientes, sem burocracia. O pa-

gamento pode ser realizado em até 18 parcelas fixas mensais com juros que variam de 4,20% a 4,83% ao mês. A contratação do Giro Fácil é via Connect Bank (internet), Phone Centre-Pessoa Jurídica ou diretamente nas agências. Já o Clean deve ser contratado nas agências e prevê o pagamento em até nove parcelas fixas com taxas de 2,36% a 4,36%.

No Real, o Capital de Giro 13º Salário oferece como principais vantagens a carência de até 90 dias para pagamento da primeira parcela e o parcelamento em até 24 meses. Após análise e aprovação de crédito, o valor contratado é liberado em conta corrente. As taxas de juros, de acordo com informações da assessoria de imprensa, são negociadas caso a caso entre o cliente e o banco.

As negociações também são feitas caso a caso no Itaú. O pagamento pode ser feito em até 12 parcelas e a carência varia de 60 a 90 dias. A diretora de pessoa jurídica, Sandra Boteguim, aponta ainda como alternativa a antecipação do recebimento de duplicatas e de cheques pré-datados. “Os juros, nesse caso, são menores que os de empréstimos”, assegura.

DUPLICADAS

O consultor em finanças Marcos Crivelaro concorda que essa alternativa de descontar

duplicatas pode ser mais viável. Para ele, o empréstimo deve ser a última alternativa. Crivelaro, que é professor Ph.D. da Faculdade de Informática e Administração Paulista (Fiap) e da Faculdade Módulo, diz que para fazer dinheiro as empresas podem reduzir os estoques, lançar promoções que diminuam a margem de lucro, mas aumentem o montante de dinheiro em caixa, e até mesmo vender algum veículo da frota.

Segundo o especialista, se for inevitável recorrer às linhas de crédito, é importante pegar apenas o que for necessário, sem se deixar seduzir pela possibilidade de ter um pouco mais de dinheiro em mãos. Além disso, ele propõe que o pagamento seja feito em no máximo seis meses, já que no ano que vem a obrigação com o 13º ressurgirá e o empresário pode se ver embotado na dívida deste ano. Outra dica: optar por parcelas fixas, em vez de confiar na variação da TR, para evitar surpresas futuras.

O economista Bento de Matos Félix, chefe do Departamento de Ciências Econômicas das Faculdades Integradas Upis em Brasília (DF), também alerta: “Tem que calcular quanto vai custar esse dinheiro extra. O ideal é pagar com recursos próprios, fazer uma poupança durante o ano para isso. Qualquer pagamento de juros é perda significativa de recursos”.

OPORTUNIDADES

Comportamento do mercado deve orientar investimentos

AMARILIS BERTACHINI
SÃO PAULO

Quem espera o mercado crescer para traçar um plano de expansão dificilmente conseguirá acompanhar o ritmo dos negócios. “Quando o empresário age assim, ele perde as oportunidades que surgem com o aquecimento do mercado, pois em geral é tarde demais para investir”, afirma Marcelo Marinho Aidar, professor e coordenador adjunto do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP).

O caminho ideal, segundo Aidar, é fazer um planejamento prévio com um estudo cuidadoso sobre o mercado onde atua, seja na indústria ou no varejo. Essa análise não precisa necessariamente ser uma pesquisa cara — o que pode ser inviável para o pequeno empresário —, mas uma ava-

liação com base em informações disponíveis junto a entidades do setor. A partir desse levantamento é preciso avaliar quais os caminhos disponíveis para crescer e como. Por exemplo, se há chances de exportar para mercados em expansão na América Latina, a empresa terá que planejar uma equipe de vendas bem treinada e que fale espanhol; ou se existe a possibilidade de comercialização via internet,

Construção é um dos setores que poderão crescer, porque o déficit habitacional do País está perto de 8 milhões de moradias

o empresário precisará de mais equipamentos e pessoal com competência para esse atendimento.

Na opinião de Sérgio Diniz, consultor de orientação empresarial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae - SP), o número de pequenos negócios deverá crescer em 2008, tanto em função dos empresários e executivos que procurarão uma nova fonte para melhorar seus rendimen-

tos familiares quanto pelos desempregados e recém-demitidos que abrirão seu próprio negócio por uma questão de sobrevivência. “O brasileiro é um empreendedor notadamente por necessidade e este País é pródigo em oportunidades”, afirma ele.

EQUIPAMENTOS

O setor de infra-estrutura é uma das oportunidades a que os pequenos empresários devem estar atentos porque se o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) deslançar no próximo ano abrirá diversas frentes para as pequenas empresas, avalia Diniz. Um dos segmentos que poderão ser incrementados é o da construção civil. De acordo com João Crestana, vice-presidente de incorporação imobiliária do Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo (Secovi-SP), o mercado está carente de habitações de baixo valor. O déficit habitacional do País está perto de 8 milhões de moradias e, segundo Crestana, 95% dos que sofrem com essa carência são famílias com renda inferior a 10 salários mínimos.

O setor de máquinas e equipamentos também espera que em 2008 continue a expansão verificada neste ano, segundo Luiz Albert Neto, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq). O faturamento nominal do setor no primeiro semestre deste ano cresceu 10,1%, sendo que a



Proprietários da DryWash investiram em tecnologia e gestão e agora esperam crescer 50% no próximo ano

participação das pequenas e médias indústrias nesse universo é superior a 70%, informa Neto.

O perfil de investimentos das pequenas e médias indústrias de bens de capital mecânicos também deverá manter-se como nos dois últimos anos, voltado primeiramente para a modernização tecnológica, seguido da ampliação da capacidade instalada e da reposição de máquinas depreciadas.

ESTRATÉGIA

Na DryWash Indústria e Comércio, fabricante de produtos para tratamento de superfícies e ambientes, a previsão é registrar um crescimento muito su-

perior aos índices gerais da economia. A expectativa do sócio da empresa, Lito Rodriguez, é de que o braço industrial da DryWash cresça, no mínimo, 50% e a frente de prestações de serviços — a empresa detém uma franquia de lava-rápidos — aumente 20%, refletindo o resultado das ações adotadas nos últimos anos. Nos últimos três anos, a empresa investiu principalmente em tecnologia de novos produtos e gestão. “Investimos em nossa estrutura. Estamos com um serviço de melhor qualidade, mais bem gerido e nosso departamento comercial está mais forte. Vamos crescer independentemente do cresci-

mento da economia”, afirma otimista Lito Rodriguez.

A DryWash tornou-se mais conhecida neste primeiro semestre quando seu sócio, Tiago de Aguiar Pereira, foi o vencedor do programa de televisão “O Aprendiz 4” e se tornou sócio também do empresário Roberto Justus. O produto mais popular fabricado pela DryWash é o que permite a lavagem de carros sem a utilização de água e é usado nas lojas de lava-rápido franqueadas. O empresário não revela os números do investimento feito e do faturamento anual, mas afirma que a empresa tem crescido acima do Produto Interno Bruto (PIB).



Aidar: é preciso avaliar os caminhos para crescer

Bradesco Empresas
Um Banco completo, com soluções de Cash Management adequadas às necessidades da sua empresa. Entende seu negócio por completo.

Soluções de Recebimentos

Soluções de Pagamentos

Soluções Estruturadas

Bradescompleto

www.bradescoempresas.com.br

ESTRATÉGIA

Como se proteger das crises econômicas

Com cenário turbulento, é preciso frear os negócios e investir em planejamento

MAQUELI QUADROS
SÃO PAULO

As pequenas e médias empresas devem se preparar para a retração e para os possíveis efeitos da crise no mercado imobiliário americano. Embora o Brasil, aparentemente, esteja distante desse cenário, é hora de puxar o freio de mão e investir no planejamento. A orientação é do consultor do Sebrae Luis Alberto Lobrigatti.

Segundo Lobrigatti, as pequenas e médias empresas, embora versáteis, são mais frágeis num mercado globalizado e cada vez mais suscetíveis aos solavancos da economia. Para ele, o “calcanhar-de-aquiles” são as dificuldades em conseguir linha de crédito e a falta de capital de giro. Ele alerta que, apesar de a economia brasileira estar aquecida e de não terem surgido sinais de que a crise americana possa se transferir para cá, é fundamental que os pequenos e médios empresários estejam preparados para a retração do mercado. “Eles não podem ser pegos de surpresa”, diz o consultor.

Lobrigatti dá a receita para quem quer se proteger das incertezas que vêm pela frente: rever investimentos, fazer reserva de capital de giro, reduzir gastos e reorientar as políticas de compra e estoque. São providências que, a rigor, acompanham o resto da economia, mas que devem ser uma meta mais persistente para as pequenas empresas. “Se o momento é delicado, a empresa não pode ficar sem capital. “O empresário tem que ser precavido para engergar crises, ver o que pode ser feito, mas dando especial atenção aos pontos fracos. Ele deve fazer reservas pensando em futuros gastos”, afirma.

INTERNACIONALIZAÇÃO

Franquias marcam presença no exterior

JOSÉ CARLOS VIDEIRA
SÃO PAULO

As redes de franquias brasileiras no exterior somam 48 empresas, que representam entre 3% e 5% do faturamento do setor. Segundo o diretor executivo da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Ricardo Camargo, essa participação deverá crescer nos próximos anos. Para isso, a ABF promove, em parceria com a Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex), missões para identificar a potencialidade de vários mercados no exterior. O objetivo é aumentar a participação

Em torno de 90% das redes de franquias instaladas no Brasil são nacionais, índice inferior apenas aos dos Estados Unidos

das marcas brasileiras fora do País em pelo menos 20%.

As franquias externas representam 3% do faturamento do Boticário, informa o seu vice-presidente, Artur Grynbaum. Segundo ele, as unidades internacionais crescem 20% ao ano. “Se não houvesse o efeito da valorização do real frente ao dólar, esse crescimento seria de 40%”, ressalta. O Boticário, primeira marca brasileira de franquias a se instalar em outro

O professor José Roberto Santos, mestre em planejamento estratégico e dono da consultoria **Planestratégico**, de Campinas, acrescenta que a empresa deve se estruturar com um bom plano de longo prazo para evitar surpresas em momentos de crise. Santos diz que muitas vezes o empresário começa um negócio próprio, mas não se preocupa com detalhes fundamentais para a longevidade do

Estruturar o empreendimento com um bom plano de longo prazo pode evitar surpresas em momentos difíceis

empreendimento, como o público que deseja atingir.

Falha também na divulgação e muitas vezes confunde seu gosto próprio, achando que o consumidor também vai gostar de um produto que, no fundo, satisfaz apenas o seu desejo de consumo. Ele frisa que é o planejamento que dará mais alternativas para estar à frente dos concorrentes e mais preparado para as possíveis adversidades do mercado.

Além disso, o professor sugere também que o empresário esteja atento ao impacto das variáveis internas e externas. Para ele, não existe uma receita única para vencer em momentos de crise, mas uma associação de várias medidas reunidas para resolver o problema ou mesmo suavizar um período de dificuldades. “As análises, enquadradas no que se chama planejamento Estratégico, tão bem utilizadas pelas grandes empresas, podem de maneira simplificada ser utilizadas também pelas micro e pequenas e médias empresas”, analisa.

Para ilustrar, ele faz uma analogia com a construção de uma ponte: é preciso saber se o terreno onde a ponte vai ser construída será capaz de suportá-la. Montar um negócio sobre bases sólidas é uma ótima forma de gerar renda, mas pode também se transformar

numa grande dor de cabeça se não for bem planejado.

VOLTA POR CIMA

O empresário Ítalo Sérgio Levrero possui uma empresa no ramo do agronegócio. Ele e seu sócio produzem e vendem fertilizantes. Aberta desde 1968, a **Italae Indústria e Comércio Ltda.** se diferencia de outras por produzir fertilizantes orgânicos e organo-mineral. Há três anos uma crise em todo o setor atingiu sua empresa.

Os produtores tiveram uma queda no valor de suas safras, de tal maneira que não pagou o custo das produções. Dessa maneira não puderam honrar suas dívidas. Entre elas a empresa de Ítalo ficou sem receber. Junto a isso, o dólar teve um crescimento bastante forte, e a matéria-prima que a



Ítalo Sérgio Levrero: novo planejamento estratégico salvou a empresa

empresa usava ficou mais cara. “Diante de todos esses problemas, ainda tivemos que arcar com as dívidas dos bancos, pagando as duplicatas — título de crédito vinculado a

operações de compra e venda de mercadoria”, explica.

Para dar a volta por cima, a empresa foi replanejada: mudou o foco das vendas, adotando um perfil de clientes dife-

rentes; tercerizaram o trabalho de avaliação de crédito para as vendas a longo prazo e fizeram promoções para vendas à vista ou a curto prazo. Também foi necessário reduzir os custos. “Sacrificamos um pouco a empresa para conseguir atingir as novas metas”, argumenta.

As melhoras começaram a ser sentidas no segundo semestre do ano passado, e este ano Ítalo afirma que já estão quase 100% recuperados. Ele atribui o sucesso da empresa ao fato de ter um produto diferenciado, que vai de encontro com as atuais discussões sobre meio ambiente, ao empenho de toda a equipe e a um plano estratégico, que sem ele teria sido impossível reverter o quadro. “Toda vez que faltar planejamento poderá existir desequilíbrio”, conclui.



Pague o 13º salário dos seus funcionários e financie em até 13 meses no banco que é Todo Seu.

Com o **BB Giro Décimo Terceiro Salário***, você continua com dinheiro em caixa e ainda tem prazo de até 13 meses para pagar. Tudo isso com taxa a partir de **TR + 1,30%****

PESQUISA

Menor mortalidade entre os pequenos

REDAÇÃO

A taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas brasileiras cresceu. Dos 14.181 empreendimentos abertos entre 2003 e 2005, 78% continuam no mercado. Entre as empresas constituídas em 2002, esse índice é bem menor: 50,6%. Os dados estão na pesquisa “Taxa de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas”, desenvolvida pela Vox Populi por encomenda do Sebrae e divulgada na semana passada.

Como a pesquisa trata também das empresas extintas — entre as 14.181 ouvidas, 13.428 estão ativas e 753 foram extintas —, é possível

avaliar as principais causas da mortalidade precoce das empresas. Na opinião dos empresários ouvidos, entre 2003 e 2005, a falta de clientes foi o fator que mais contribuiu para

Estudo revela que das 14.181 micro e pequenas empresas abertas entre 2003 e 2005, 78% continuam em atividade

o fracasso dos negócios. As respostas variaram entre 23% e 29% nos três anos pesquisados. Em seguida, apareceram carga tributária, encargos, impostos, com 43% de citações

nos três anos pesquisados. Sobre esse último item, que permaneceu crescente nos três anos, é possível constatar a insatisfação dos empresários, pois na própria pesquisa os entrevistados sugerem que a principal política de apoio às micro e pequenas empresas deve ser o tratamento tributário diferenciado. Parte dessa reivindicação deverá ser atendida com o Simples Nacional, um dos dispositivos da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

TRATAMENTO DIFERENCIADO

Os proprietários das empresas ativas e extintas em 2005 foram questionados sobre as medidas de políticas de apoio às micro e pequenas empresas

que são mais importantes. Em primeiro lugar, ficou o tratamento diferenciado tributário, com 68% (empresas ativas) e 71% (empresas extintas). Em segundo lugar ficou a questão do crédito preferencial (juros e prazos) com 63% para empresas ativas e 58% para empresas extintas. E em terceiro veio o treinamento de pessoal, com 39% e 35%, respectivamente, para empresas ativas e empresas extintas.

Habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional foram os fatores condicionantes de sucesso dos negócios que os proprietários das empresas ativas destacaram, entre vários outros itens.

TECNOLOGIA

Pregões eletrônicos impulsionam os negócios

Número de participantes da modalidade cresceu 42% no período de 3 anos

ANGELA FERREIRA
SÃO PAULO

Participar de pregões eletrônicos oferecendo produtos ou serviços para prefeituras, estados e União é um recurso cada vez mais usado por empreendedores de micro e pequeno portes para ampliar o seu poder de venda. De acordo com estatísticas do Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais (Siasg), do Ministério do Planejamento, Orçamento e Ges-

tão, em 2002, o número de micro e pequenos empresários cadastrados para participarem destes pregões estava estimado em 91.117 participantes. No ano passado, este número saltou para 129.687.

O pregão eletrônico é um mecanismo de compra de produtos e serviços que os governos municipais, estaduais e federal realizam através da internet. “É como se fosse um leilão ao contrário: ganha o que oferecer o melhor produto ou serviço pelo menor preço”, explica Gerson Rolim, diretor executivo da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Câmara-e.net), a principal entidade multissetorial da economia digital no Brasil e América Latina. Para participar deste leilão, é preciso ser cadastrado no site desses governos e estar em dia



Centrais de processamento de dados analógicos são as mais compradas

com os impostos. Solicitações peculiares podem ser feitas de acordo com a especialidade de cada processo licitatório. Uma vez cadastrado, o empresário receberá por e-mail um convi-

te para participar dos pregões eletrônicos quando estes forem ocorrer. A partir daí, basta encaminhar sua proposta e dar o seu lance.

“Ter o governo como clien-

te é algo que pode realmente fazer toda a diferença no faturamento das PME”, observa o diretor, que ainda lembra que, com o advento da nova Lei Geral (Lei complementar nº 123), o governo passou a priorizar compras de até R\$ 80 mil para as PME. “Esta parte do Supersimples fomenta a participação das PME e incentiva estes empreendedores a se incluírem digitalmente no mercado”, completa Rolim.

Entre os anos de 2001 e 2003, o total de compras realizadas pelos governos foi de aproximadamente R\$ 5,358 milhões. Em quantidade de negócios, 54% foram realizados com PME, sendo o valor médio do contrato dessas compras de R\$ 8 mil. Os contratos acima de R\$ 80 mil — conforme estabelece, a nova lei prioriza as PME — representaram apenas 0,21% do total das licitações. Mas a participação das PME no número de processos de compras por pregão eletrônico tem evoluído. Em 2002, 132 micro empresas e 97 pequenas empresas haviam participado desses pregões. No ano passado, os números saltaram para 4.942 e 5.841, respectivamente.

OS PREFERIDOS

As unidades centrais de processamento de dados analógicos lideram a lista dos materiais mais comprados pelos governos das PME. Entre janeiro e dezembro de 2006, eles respondiam por 37,99% das compras. Na seqüência, aparecem os equipamentos e artigos de laboratório (24,07%) e as carnes, aves e peixes (21,67%).

Para Rolim, a inclusão digital corporativa pode auxiliar muito os empresários, mas é preciso tomar cuidado com alguns desafios que esta empreitada impõe. Um deles é o desenvolvimento da capacidade gerencial e organizacional das lideranças dessas empresas, uma vez que para entrar neste mercado é preciso “mudar a mentalidade e escalar a curva de aprendizado rapidamente,

bem como fazer networking e benchmarking com outras companhias do mesmo porte”, analisa o diretor da Câmara-e.net. “Eles precisam ser educados para esses desafios”, diz Rolim, que ressalta que outro desafio é aproveitar o potencial do e-business e da TI para fazer todo o negócio crescer.

Outro obstáculo que tem de ser superado é a falta de ofertas adaptadas para esse mercado. Rolim reconhece que existem esforços nesse sentido, mas alerta que “as soluções precisam ser mais bem customizadas, o que requer um esforço enorme dos fabricantes e fornecedores, e também a participação do governo e de associações industriais”.

EXIGÊNCIAS

Só o governo do Estado de São Paulo, de acordo com a Bolsa Eletrônica de Compras (BEC) da Secretaria de Estado da Fazenda, negociou aproximadamente R\$ 67,3 milhões. Para participar dos leilões do estado paulista, além de preencher o formulário on-line — onde os dados serão comparados com o registro exis-

O sistema funciona como um leilão ao contrário: ganha o que oferecer o melhor produto ou serviço pelo menor preço

tente na Junta Comercial e será verificada a regularidade da situação perante o Cadastro de Contribuintes Estadual, a Secretaria da Receita Federal, a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, o FGTS e o INSS —, também é imprescindível que a empresa possua conta ativa (jurídica) no Banco Nossa Caixa S.A., que é o banco oficial para negociações no Sistema BEC/SP. Na Secretaria da Fazenda somente são cadastradas as empresas fornecedoras de material ou empresas que, simultaneamente, sejam fornecedoras de material e prestadoras de serviços.



(*) Operação sujeita à aprovação de crédito e ao atendimento das condições da linha. (**) Taxa sujeita a alteração. (R) - Taxa Referencial.

ao mês. Procure uma agência Banco do Brasil e faça já o **BB Giro Décimo Terceiro Salário**. Banco do Brasil, esse parceiro é todo seu.



Rolim: ter o governo como cliente faz toda a diferença no faturamento

INFORMÁTICA

Computadores para redes simples

REDAÇÃO

A Dell, empresa líder mundial em venda direta de sistemas de computadores, está lançando no Brasil uma linha de desktops e notebooks desenvolvida especialmente para pequenas empresas e escritórios com até 25 funcionários. Os produtos foram desenvolvidos com base em uma pesquisa que identificou que pequenas empresas enxergam a tecnologia como algo complexo e não possuem uma equipe de TI.

Dois modelos desenhados especificamente para redes simples disponíveis no Brasil: o desktop Vostro 200s e o notebook Vostro 1000. A família

de produtos e serviços Vostro faz parte da estratégia da Dell de aumentar sua atuação entre as pequenas empresas. O foco é reduzir custos e tempo e simplificar a tecnologia de informação para clientes de todos os portes. “O Vostro muda as regras do jogo para pequenas empresas e escritórios, capacitando-os para escolher uma solução de TI muito mais adequada às suas necessidades”, diz Raymundo Peixoto, diretor geral da Dell Brasil. “Durante algum tempo, os pequenos empreendedores se viam obrigados a ajustar a seus ambientes soluções desenvolvidas para consumidores ou grandes empresas”, completa o diretor.

POTENCIAL

No Brasil, o segmento de pequenas empresas é de extrema importância para a Dell, que é líder em vendas de PC no mercado corporativo do

Desktops e notebooks foram desenvolvidos especialmente para atender empresas e escritórios com no máximo 25 funcionários

País. “Essa é uma área de grande potencial, que tem atenção especial da Dell. O objetivo da empresa é oferecer soluções que otimizem os investimentos e simplifiquem

a TI para pequenas empresas e pequenos escritórios”, diz Daniel Neiva, gerente de As principais necessidades das pequenas empresas e escritórios, de acordo com a Dell Brasil são ferramentas que auxiliam na realização de tarefas comuns relacionadas à otimização de desempenho do sistema e suporte fácil. Por isso, o Vostro oferece ferramentas automáticas de suporte, sem custo adicional no primeiro ano. Entre elas, Dell Network Assistant, que simplifica a configuração, monitoramento, detecção e reparo de problemas na rede do cliente. A Dell lançará outros produtos para esse nicho de mercado até o fim do ano.



Linha Vostro foi criada para aumentar vendas para pequenas empresas

COMÉRCIO EXTERIOR

Pequenos evitam os negócios internacionais

Em períodos de crise, como a atual, é preciso redobrar cuidados nas negociações

ANGELA FERREIRA E VILMA PAVANI
SÃO PAULO

N o último ano, as transações comerciais com o exterior alcançaram a cifra recorde de US\$ 228,8 bilhões, resultado de US\$ 137,4 bilhões em exportações e de US\$ 91,4 bilhões em importações. Em 2007, o ritmo de crescimento se mantém forte, demonstrando que o País pode facilmente ultrapassar a meta de expansão de 11% estipulada pelo governo federal para o ano.

Entretanto, frente aos momentos de turbulência que constantemente o cenário internacional apresenta, como o atual, as empresas costumam redobrar os cuidados com relação às suas políticas de exportação/importação. “As decisões são tomadas a partir de uma definição de tendência e não existe uma idéia clara do rumo que as coisas tomarão a partir da crise gerada nos EUA. No caso das pequenas empresas, a cautela é ainda maior”, diz Sidney Docal, gerente do Departamento de Comércio Exterior da Associação Comercial de São Paulo (ACSP) — que, entre outras atividades, promove rodas de negócios e missões comerciais voltadas para o pequeno e médio exportador/importador.

Docal observa que, nos últimos dois anos, os micro e pequenos exportadores têm demonstrado menor interesse em iniciar vendas externas, por conta do dólar desvalorizado. “Quem está mantendo as exportações é porque tem contra-



Nos últimos dois anos os micros e pequenos exportadores têm demonstrado menor interesse em iniciar vendas externas

to a cumprir”, afirma. Mas observa também que há um movimento interessante no segmento de produtos de preços não referenciados no mercado, como peças artesanais.

A mesma percepção tem o consultor do Sebrae-SP Jaime Akila Kochi: para ele, o artesanato está se beneficiando das facilidades vindas da internet e dos sites governamentais destinados a ajudar os pequenos a ingressar no mercado internacional. “Hoje o micro e o pequeno empresário têm muito mais informação e facilitação dos caminhos para colocar seu produto lá fora. Órgãos regionais, como o Sebrae ou a Sutaco (este, especificamente ligado ao artesanato), ou ainda nacionais, como a Apex, têm programas específicos para quem quer exportar. Nos últimos cinco anos, também cresceu muito o número de tradings, que terceirizam as operações internacionais, diz o consultor.

No quadro pré-crise do mercado, o interesse maior era pela importação, em especial da China, explica Docal. “No fim do ano passado levamos uma missão à China”, conta. Ele diz que, se o dólar subir, naturalmente o interesse ex-

Entre os principais produtos exportados estão madeiras, móveis, peças e equipamentos mecânicos e calçados

portador aumentará, com refluxo do importador.

Dados do Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex), Ministério do Desenvolvimento, relativos ao primeiro semestre de 2007 (janeiro a junho) revelam que a atividade exportadora da micro e pequena empresa cresceu em relação ao mesmo período de 2006 (após apresentar queda em

relação a 2005). Aumentou em 3,84% o número de exportadores de pequeno porte no País (foram 9.082 firmas que exportaram), gerando receita de US\$ 1,489 milhões, com elevação de 41,2% sobre a receita do primeiro semestre de 2006. Entre os principais produtos exportados estão madeiras, móveis, peças e equipamentos mecânicos, calçados, etc. Aumentaram as vendas para Canadá e EUA, com queda em mercados fortes até 2001, como América do Sul e países europeus.

DIFICULDADES

De acordo com a pesquisa Comércio Exterior — Desafios para a Desburocratização realizada pela Deloitte, uma das maiores empresas de consultoria e auditoria do mundo, a burocracia é o maior entrave para a competitividade do Brasil no exterior. Mesmo em um momento de tantas críticas à política cambial por parte de exportadores, as dificuldades para li-

ber mercadorias nos portos despontam como o fator que mais atrapalha as operações de comércio exterior no País.

Embora grande parte dos entrevistados do estudo realizado pela Deloitte seja composta de grandes e médios empresários, ele serve para elucidar as dificuldades que os empresários brasileiros ainda encontram quando o assunto é exportação. Na opinião de 80% dos 187 entrevistados para o levantamento, a burocracia é o maior obstáculo para o desenvolvimento e crescimento nas operações de comércio exterior do País.

O retrato mais fiel do peso da burocracia nas operações de comércio externo é delineado por meio das respostas dos entrevistados em relação ao tempo que se leva para a liberação de mercadorias importadas ou exportadas nos portos brasileiros. Para 68% das empresas, esse processo leva de 2 a 10 dias e é ainda mais longo — de 11 a 20 dias — para 19% dos

que responderam, um tempo muito além do desejável. A mesma demora é apontada pelas empresas participantes da pesquisa em relação à liberação das mercadorias nos aeroportos — 42% precisam esperar de 6 a 10 dias e 33% aguardam de 2 a 5 dias por uma liberação.

BUROCRACIA

Ainda segundo a pesquisa, além da burocracia e da morosidade no desembarço aduaneiro de mercadorias, os executivos apontam as greves e os movimentos reivindicatórios de funcionários de órgãos aduaneiros como o segundo principal fator que impede a entrada de novos competidores nesse mercado.

O relatório oferecido aponta ainda que para superar os entraves no comércio exterior é preciso elaborar normas mais flexíveis para o desembarço de mercadorias, como foi a alternativa do Despacho Aduaneiro Expresso (Linha Azul), lançado em 1998 pela Secretaria da Receita Federal para proporcionar mais agilidade aos despachos aduaneiros. As condições necessárias para que uma empresa se habilite ao Linha Azul abrangem, entre outros fatores, possuir inscrição no CNPJ há mais de 24 meses, não ter pendências com a Receita Federal, não ter passado por regime especial de fiscalização nos três anos anteriores, ter comercializado com mercados externos pelo menos US\$ 10 milhões nos 12 meses anteriores e apresentar relatório de auditoria, certificando o cumprimento de todas as obrigações previstas pelo Fisco. Outra iniciativa positiva para melhorar a exportação foram a adoção de apresentação eletrônica de documentos e a redução das aprovações necessárias nos processos de desembarço.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Boas práticas são sinônimo de lucro

VÂNIA ALVES
SÃO PAULO

N o período entre maio de 2003 até agosto deste ano, a Help Express, empresa paulistana do setor de motofrete, registrou um crescimento de 45% em seu faturamento. Parte desse resultado — 35% — é resultado do comportamento exemplar de seus motoboys. Incidentes comuns nesse setor, como brigas com motoristas e desrespeito às leis do trânsito, foram completamente abolidos da história da Help Express, graças a um trabalho intenso de responsabilidade social, que colocou a empresa como referência no mercado e aumentou consideravelmente a sua carteira de clientes. E o mais importante: hoje a empresa comemora 10 anos sem acidente com vítima fatal.

A transformação começou em novembro de 2001, quando a empresa participou da primeira reunião que o Banco Real promoveu com seus fornecedores para discutir sustentabilidade. “Primeiro, entendemos os impactos sociais e ambientais causados pelo nosso negócio”, conta a proprietária, Ione Antunes. Depois, veio o código de ética. “Escrito num linguagem próprio do nosso setor”, frisa Ione. Entre as orientações do código, elaborado com a participação dos motoboys, estão: “não quebrar retrovisores” e “não xingar pedestres”. Mas um pacote de regras não é o suficiente para provocar mudanças de atitude. “Nosso principal trabalho é resgatar a auto-estima desses profissionais, que muitas vezes são tratados como se estivessem à margem da sociedade”, diz Ione. A empresa

também oferece curso de direção defensiva e incentiva o trabalho voluntário.

PRIMEIROS PASSOS

O diretor executivo do Instituto Ethos, Paulo Itacarambi, diz que para atuar de forma sustentável é preciso investir principalmente em tempo. “O pequeno empresário muitas vezes está tão sufocado com os problemas do dia-a-dia da empresa que não consegue se dedicar ao assunto”, diz. “Esse é um momento favorável para o setor, porque as grandes empresas es-

Mudanças resultaram em crescimento de 35% do faturamento da Help Express, empresa que atua em São Paulo no setor de motofrete

tão preferindo trabalhar com fornecedores que tenham boas práticas”, diz. O Instituto Ethos disponibiliza pelo site www.ethos.org.br as ferramentas para implantação dos primeiros passos de responsabilidade social, desenvolvidas ao longo do projeto Tear — uma parceria do Instituto com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que atende 120 PME e nove grandes corporações, das quais as pequenas são fornecedoras ou clientes.

A consultora de sustentabilidade empresarial Priscilla Navarrete, sócia-diretora da Lume, ressalta que muitas vezes basta o empresário rever processos já existentes. “A empresa pode, por exemplo, incluir conceitos de sustentabilidade dentro de seus treinamentos de RH”, afirma.

TRIBUTOS

2,4 milhões de empresas fora do Simples Nacional

José Maria Chapina
Alcazar*

Findo o prazo de adesão ao Simples Nacional, 2,4 milhões de micro e pequenas empresas tiveram seus pedidos deferidos, num universo estimado em cerca de 5 milhões em todo o País.

Esses dados indicam ainda haver um volume considerável de empresas indecisas quanto à conveniência de optar pelo novo regime tributário ou então pagar seus impostos por meio de sistemas já consagrados como o lucro real ou o lucro presumido.

Diante dos visíveis apriorismos que o Simples requer, e que se espera sejam contemplados pelo Congresso Nacional, certamente esses contribuintes terão uma longa reflexão a fazer até janeiro do próximo ano, quando haverá nova chance de ingresso no sistema.

Alguns dos problemas do capítulo tributário da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, cuja correção o Sescon-SP vem reivindicando desde a sua aprovação, no final de 2006, foram amenizados pelo Projeto de Lei Complementar nº 43/07, aprovado agora em agosto.

Foi o caso, por exemplo, da transferência do anexo V para o anexo III, que é menos oneroso sob o ponto de vista tributário, de uma parcela expressiva das empresas do setor de serviços, incluindo salões de beleza, hotéis e estacionamentos. A inclusão da contribuição previdenciária na alíquota única é outro avanço igualmente pleiteado pela nossa entidade.

Resta, porém, ampliar em muito a lista de benefícios para que o empreendedor brasileiro possa contar com um cenário mais viável para gerar os empregos de que o País tanto precisa, razão de ser da tão aguardada Lei Geral.

Dentre as pendências que persistem está a necessidade de unificação da tributação do setor de serviços no anexo III, eliminando os anexos IV e V e suprimindo, dessa forma, a discriminação entre atividades do mesmo setor.

Outro ponto importante a ser revisto é a atual impossibilidade de oferecer aos clientes das pequenas e micro empresas,

Muitas vezes os sistemas acusam dívidas inexistentes, causando grandes transtornos aos contribuintes

sobretudo as grandes redes varejistas, o benefício, da transferência de créditos de ICMS, que diminui sensivelmente a competitividade dos fornecedores, obrigando-os, em muitos casos, a conceder descontos para não perder mercado. Espera-se que este ponto mereça a compreensão do Conselho Nacional de Política Fazendária, que brevemente deverá se reunir em torno do assunto.

Aguardamos, igualmente, com grande expectativa as tratativas sobre a possibilidade do aproveitamento de créditos para o PIS e a Cofins, pauta de discussão entre o ministro da Fazenda, o secretário da Receita Federal do Brasil e o presidente do Comitê Gestor do Simples Nacional. Esperamos

ter boas notícias em breve. Não se pode esquecer que o Comitê Gestor também está devendo a regulamentação da possibilidade de recolhimento pelo regime de caixa, importante mecanismo para evitar que as MPE continuem financiando o Estado, possibilitando melhores condições de operação.

Dentre todos os problemas envolvendo o Simples Nacional, no entanto, o que necessita de maior atenção no momento são os de ordem operacional, pois quando o governo impôs às empresas a inexistência de débitos com as fazendas para adesão, não se preocupou em se aparelhar eficientemente e compartilhar sistemas, o que vem ocasionando falhas de atendimento, filas intermináveis nas repartições públicas e, principalmente, dificuldades de acesso aos serviços no sítio da Receita Federal, até mesmo para operações simples como consultas a CPNJ.

Além disso, muitas vezes os sistemas acusam dívidas inexistentes, causando grandes transtornos aos contribuintes, que precisam comprovar que estão em dia com os seus impostos.

Para se ter uma idéia, segundo a Receita Federal, mais de 580 mil (18,42%) das empresas que solicitaram o enquadramento possuem algum tipo de pendência e mais de 130 mil (4,25%) tiveram seus pedidos indeferidos por questões cadastrais. Se estas empresas com pendências não puderem regularizar os seus débitos, o número de empresas no novo regime ficará menor do que aquelas que cumpriram o Simples Federal, o que é lamentável.

Para adequar-se à nova lei,

os órgãos públicos tiveram um prazo de seis meses e, mesmo assim, os problemas operacionais persistem. Em contrapartida, o Sescon-SP solicitou um prazo maior para o início de vigência do novo regime, preferencialmente até janeiro de 2008, o que, infelizmente, não foi atendido.

É indiscutível que houve avanços com o advento da Lei Geral, mas seu capítulo tributário necessita de aperfeiçoamento para incentivar o empreendedorismo, com mais benefícios, menos impostos e complexidade às micros e pequenas.

Agora, tanto as empresas que já fizeram a opção pelo Simples Nacional como aquelas que pretendem fazê-lo no início do próximo ano têm motivos suficientes para analisar não apenas o valor a ser recolhido a cada Documento de Arrecadação do Simples Nacional emitido, mas sim no impacto global de sua decisão para a própria sobrevivência do negócio.

É nesta hora que se realiza mais ainda a importância de procurar ouvir uma empresa contábil capacitada a realizar um consistente planejamento tributário, verificando qual o melhor sistema de tributação a adotar.

* José Maria Chapina Alcazar é empresário do setor contábil e presidente do Sescon-SP - Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e de Assessoramento no Estado de São Paulo e da Associação das Empresas de Serviços Contábeis (Aescon-SP).

EXPANSÃO

Redes de franquia registram crescimento

Faturamento do setor foi de R\$ 40 bilhões em 2006 e deve crescer mais 14% neste ano

JOSÉ CARLOS VEIDEIRA
SÃO PAULO

A queda dos juros, oferta de crédito mais barato e aumento da renda de alguns setores da população contribuem para o aquecimento das redes de franquias brasileiras. De acordo com o diretor executivo da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Ricardo Camargo, as perspectivas são bastante otimistas. O faturamento do setor, que chegou a R\$ 40 bilhões no ano passado, deve crescer mais 14% neste ano. "No início do ano, a projeção era de que esse crescimento seria de 12%", lembra. O número de redes deve subir outros 4% sobre as 1.013 franqueadoras existentes no mercado no final de 2006.

O setor também passa por um momento de fusões e de incorporação de redes, com vistas a ganhos de escala e redução de custos, como é o caso da China in Box e da Gendai, no setor de alimentação oriental. Além disso, a tendência é de ampliação de áreas de cobertura no Brasil e no exterior.

O crescimento da massa salarial, sobretudo nas classes mais populares, contribui para o aumento da demanda e leva redes a reverem suas projeções, relata o diretor executivo da ABF. O Boticário, por exemplo, registrou neste ano crescimento de 25% na região Norte/Nordeste. "Esse avanço pode ser creditado ao aumento de renda e do salário mínimo, além das operações industriais que foram implantadas naquela região", justifica o vice-presidente da empresa, Artur Grynbaum. Segundo ele, com a melhoria da renda, as pessoas querem cuidar melhor do aspecto pessoal. Para este ano, o Boticário, com 2.400 lojas no País, espera crescer 16% em faturamento e abrir de 30 a 40 unidades franqueadas no Brasil.

A rede Bob's, com 555 pontos de venda no Brasil, planeja fechar o ano com mais 100 pontos-de-venda no País e ter cobertura em todo o território nacional. "Vamos inaugurar uma unidade em Rio Branco, no Acre, único estado que estava faltando para completar nossa cobertura geográfica", afirma o diretor de marketing, expansão e franquia do Bob's, Flávio Maia. Segundo ele, a queda da taxa Selic contribui de alguma forma para beneficiar o mercado de franquias. "Franquia é onde se têm as melhores perspectivas de ganho com alguma segurança, pois o investimento é feito em cima de um negócio com experiência de sucesso", defende.

O cenário de relativa estabilidade nos mercados financeiros mundiais sofreu um solavanco nas últimas semanas. De acordo com o diretor da Francap Consultoria, André Giglio, esse chacoalhão serviu para alertar os investidores sobre os riscos do mercado financeiro. "Aumentou muito a diferença de ganho entre não fazer nada e aplicar no mercado financeiro ou investir em um negócio", ressalta.

CLASSE C

O diretor executivo da ABF prevê ainda um forte crescimento de franquias voltadas para a classe C nas regiões periféricas das grandes capitais do País. "Principalmente nos segmentos de alimentação, vestuário, saúde e beleza", frisa. Ele também ressalta que o crescimento ainda se dará no interior de São Paulo e de outros estados, como Itabuna, Camaçari e Ilhéus, na Bahia, e



Grynbaum, vice-presidente do Boticário: empresa espera crescer 16% em faturamento e abrir de 30 a 40 unidades franqueadas no Brasil.

Campos, Macaé e Volta Redonda, no Rio de Janeiro.

Entre as franquias já estabelecidas no mercado, a capacitação em gestão dos franqueados e das equipes de suporte ganha corpo entre as redes, afirma o sócio do Grupo Cherto, Adir Ribeiro. "Há uma tendência clara de aperfeiçoamento dos treinamentos voltados para a gestão, além da operação, como forma de tornar os franqueados bons gestores do negócio", enfatiza Ribeiro. Segundo ele, esse trabalho começa com a equipe do próprio franqueador, que leva o conhecimento à rede.

O uso de tecnologia da informação e de telecomunicações também é uma realidade nesse mercado. "Sistemas simples, baseados na web, de fácil interação são cada vez mais utilizados", assegura Ribeiro. De acordo com o vice-presidente do Boticário, no final do ano passado, a rede investiu R\$ 72 milhões em parceria com seus franqueados no projeto VSat. O objetivo foi melhorar a co-

DESEMPENHO DO SETOR DE FRANCHISING 2006 X 2005

Faturamento (em R\$/milhões)

Segmento	2005	2006	Varição (%)
Acessórios Pessoais e Calçados	1.198	1.466	22,4
Alimentação	5.073	6.390	26,0
Educação e Treinamento	4.603	4.458	-3,2
Esporte, Saúde, Beleza e Lazer	6.088	6.093	0,1
Fotos, Gráficas e Sinalização	1.254	1.331	6,1
Hotelaria e Turismo	683	778	13,9
Informática e Eletrônicos	470	568	20,9
Limpeza e Conservação	504	541	7,3
Móveis, Decoração e Presentes	1.951	1.945	-0,3
Negócios, Serviços e Outros Varejos	10.288	11.899	15,7
Veículos	1.414	1.760	24,5
Vestuário	2.294	2.581	12,5
Total	35.820	39.810	11,1

municação com os seus pontos de venda, que passou a ser feita via satélite. O investimento total da empresa em tecnologia é R\$ 130 milhões, revela Grynbaum.

No Bob's, o investimento em gestão e novas tecnologias tende a crescer. Sem revelar números, Maia diz que ferramentas de gestão são fundamentais para

competir no mercado e que a capacidade de gestão é o limitador para a ampliação da rede.

Outro movimento que se vem consolidando é o de incorporações de redes e marcas de franquias, afirma Ribeiro, do Grupo Cherto. Ele lembra que das mais de mil franquias existentes no País poucas têm mais de cem unidades. "Redes pe-

quenas acabam com um custo fixo muito alto", frisa. Há ganhos de escala na administração e em tudo o que for possível racionalizar custos.

Ribeiro cita exemplos como o da Quality Lavanderias, resultado da junção de três marcas distintas (Qualitta, Quality Cleaners e Prima Clean), da escola de idiomas Wizard (que incorporou a Yesky, de Campinas) e da China in Box, franquia de alimentação oriental, voltada para a culinária chinesa, que se juntou com a Gendai, do mesmo ramo, focada na cozinha japonesa.

Para o presidente da China in Box, Robson Shiba, além das sinergias em todas as frentes possíveis, a fusão com a Gendai transformará a empresa numa rede muito mais forte e ágil para poder crescer 20 unidades por ano nos próximos quatro anos. "Agrupamento de empresas de operações semelhantes em busca de economia de escala vem acontecendo em mercados mais maduros, como os Estados Unidos", ressalta Shiba.

AGENDA

ABERTAS INSCRIÇÕES PARA CURSO DE EXPORTAÇÃO

Oferecido pelo Sistema de Apoio à Exportação (SAX), órgão da Prefeitura de Santo André, o curso de exportação começa no dia 4 de setembro e terá duração de três meses. Os dois primeiros módulos são compostos por aulas teóricas. No terceiro, será oferecida uma consultoria para viabilizar a exportação dos produtos fabricados pelas empresas participantes. As inscrições são gratuitas e podem ser feitas pelos telefones (11) 4433-0493 / 4433-0471 ou pelo e-mail sax@santoandre.sp.gov.br. Serão selecionadas 30 empresas para participar do curso. A escolha será baseada na disponibilidade e potencial exportador das inscritas.

EVENTO DEBATE IMPACTOS AMBIENTAIS DA CONSTRUÇÃO

Será realizado amanhã o Encontro Sobre Sustentabilidade e Empreendimento e Empresas da Construção Civil. No evento serão apresentados casos e palestras sobre sustentabilidade corporativa, estudos do ciclo de vida de materiais, tecnologias sustentáveis e certificação de empreendimentos. Além disso, serão promovidas discussões entre contratantes, incorporadores, construtores, projetistas, fabricantes, universidades e entidades técnicas sobre benefícios, dificuldades e oportunidades no campo da sustentabilidade. O encontro é promovido pelo Centro de Tecnologia de Edificações e será realizado no Hotel Renaissance, das 8 às 18h30. As inscrições custam R\$ 600 e podem ser feitas pelo telefone (11) 2129-0300.

BNDES FAZ PALESTRA SOBRE ACESSO AO CRÉDITO

Representantes do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) realizam hoje, em São Paulo, palestra sobre o método de atuação do banco, seus programas e linhas de financiamento, apresentando aos pequenos e médios empresários as formas de acesso ao crédito do BNDES. A palestra "O BNDES Mais Perto de Você" será ministrada, às 10 horas, no salão nobre da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), na avenida Paulista, 1.313.

Nossa Caixa e sua empresa. Essa parceria tem futuro.

Só um banco que conhece o dia-a-dia da sua empresa pode oferecer os melhores produtos e serviços. E este banco é a Nossa Caixa. Buscando sempre entender os seus projetos, a Nossa Caixa tem soluções ideais e sob medida:

- Empréstimos e financiamentos
- Aplicações financeiras
- Convênios de pagamentos
- Cobrança eficiente

Descubra a força de uma parceria. Procure no site www.nossacaixa.com.br a agência mais próxima e abra sua conta.

Nossa Caixa 90 anos. Mais que um banco. O Nosso Banco.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO TRABALHANDO POR VOCÊ

SUPERSIMPLES

Legislação causa polêmica

GILMARA SANTOS
SÃO PAULO

Em vigor desde o dia 1º de julho, o Simples Nacional (ou Supersimples) está longe de ser uma unanimidade. Se por um lado ele aumentou o número de atividades que podem aderir ao sistema único e simplificado de tributação, por outro deixou de fora muitas atividades que já faziam parte desse programa e, em alguns casos, tornou a carga tributária mais alta do que se a empresa optasse pelo sistema do lucro presumido.

“Dependendo da tabela que a empresa vai usar, é melhor não entrar no Supersimples e ficar no lucro presumido”, adverte o presidente da Confederação Nacional de Serviços (CNS), Luigi Nese. O setor foi o mais prejudicado pelo Supersimples. “A maioria das empresas está na tabela 4 ou 5; isso significa que os tributos podem chegar a 17%, sem incluir o INSS. É melhor ficar no lucro presumido em que os tributos giram em torno de 13%”, diz Nese.

Nem mesmo a lei complementar aprovada pelo governo dias antes de vencer o prazo para adesão ao Supersimples resolveu o problema. Para especialistas, a norma melhorou a situação ao permitir que mais 90 atividades pudessem aderir ao programa. Foi um alívio para esses setores, mas muitos outros continuaram fora do programa.

FORA DO NOVO REGIME

O consultor jurídico do Senado, Cláudio Borges, reconhece que o ideal, assim como defendiam algumas entidades, seria manter os dois sistemas (o antigo Simples e o atual Supersimples). “Mas a revogação do antigo sistema criou esse problema”, diz o consultor.

Entre os setores que faziam parte do antigo sistema e que não se encaixam no novo está o de processamento de dados e provedores de internet, explica Nese. “Elas representam entre 5% e 10% do total de 30 mil empresas filiadas à Federação das Empresas de Serviços do Estado de São Paulo”, diz Nese, lembrando que outros setores, como o de montagem de feiras e estandes, também faziam parte do antigo Simples e não foram contempladas com o Supersimples.

Nese conta que a entidade já pediu a parlamentares para incluir todo o setor de serviços no Supersimples. “Eles se mostraram sensíveis, afinal não faz sentido algumas empresas, que estão dentro do faturamento determinado pelo Supersimples, ficarem de fora.”

PRAZO INSUFICIENTE

Outra queixa de empresários, advogados e contabilistas foi o prazo insuficiente para adesão ao sistema. Ocorre que o projeto de lei complementar que ampliou o número de atividades que poderiam ingressar no Supersimples foi sancionado no dia 15 de agosto e o prazo para aderir terminou no dia 20 de agosto. Ou seja, apenas cinco dias para que as empresas pudessem decidir se iam ou não migrar para o Supersimples. Detalhe: só com a publicação da lei complementar foi possível saber qual a carga tributária que a empresa estaria sujeita e, a partir daí, começar a fazer os cálculos para saber se valia ou não a pena o novo sistema. Além disso, a possibilidade de ou não de compensação não estava definida. “Acho que deviam prorrogar o prazo, a compensação não está definida e ela tem impacto significativo”, disse dias antes de vencer o prazo a advogada Maria Catarina Rodrigues, do **Emerenciano, Baggio e Associados - Advogados**. “Pedi para prorrogar o prazo porque muita coisa foi definida na última hora”, diz Nese.

Novo sistema exige atenção nos cálculos

Em alguns casos, a opção pelo lucro presumido representa menor carga tributária

ANGELA FERREIRA
SÃO PAULO

A aprovação das alterações do Simples Nacional, ou Supersimples, é um alívio para 1,5 milhão de micro e pequenos empresários que agora podem aderir ao novo sistema. Isso vai representar uma revolução na economia nacional, com redução de até 70% da carga tributária. Mas nem tudo são flores. “Apesar

de poder ser melhor, o Supersimples é muito vantajoso para a grande parte dos micro e pequenos empresários brasileiros, contudo, é essencial que o empresário faça contas antes de alterar seu sistema de tributação. Pois, embora o Supersimples seja uma grande conquista, não é a melhor opção para todas as empresas”, avalia Adermir Ramos da Silva Filho, diretor da consultoria tributária Caminho Legal.

Para a Ana Cláudia Queiroz, coordenadora geral da área tributária do Maluly Jr. Advogados, além de o novo sistema não ser tão benéfico assim para todas as empresas, conforme se tem muito falado, o projeto esconde diversas inconstitucionalidades. “O refe-

rido projeto não resiste se passado sob o crivo da análise constitucional. Dessa forma, prevemos e já temos notícia de que vários municípios, que serão gravemente afetados com esse regime único de tributação, devam ingressar com ações judiciais questionando a constitucionalidade do Supersimples. Entre estas inconstitucionalidades estão: o valor não pago até a data do vencimento, sujeitar-se-á à incidência de encargos legais na forma prevista na legislação do Imposto de Renda; as normas relativas a juros e multa de mora, além da multa de ofício, serão aplicadas as previstas na legislação do Imposto de Renda e os encargos legais da legislação do imposto de renda



Ana Cláudia Queiroz: projeto esconde diversas inconstitucionalidades

são muito superiores aos do ICMS e do ISS”, aponta a coordenadora.

Ana Cláudia também observa que os processos relativos aos impostos e contribuições do Simples Nacional serão ajustados pela União, que será

representada pela procuradoria da Fazenda Nacional. “Isto significa que os procuradores estaduais não poderão entrar com ação para cobrar débitos estaduais dessas empresas. O mesmo serve para os débitos com as prefeituras, e isto é uma flagrante ofensa ao princípio da autonomia dos estados e municípios. Por isto, já temos notícias de que, entre outras, a Associação Nacional dos Procuradores vai entrar com uma ação pedindo a revisão desta medida”, comenta.

Apesar de apontar algumas inconstitucionalidades, a coordenadora também considera que o novo regime vai facilitar a contabilidade e a arrecadação das empresas. Mas a coordenadora também ressalta que, antes de tudo, é preciso fazer cálculos para ver qual é o regime mais adequado para a empresa. “Para quem já mudou, o período até o final do ano deve ser fundamental para analisar se o novo sistema é benéfico para a empresa. Quem ainda não optou, deve balizar qual é a melhor alternativa”, indica. A mudança de regime tributário das PME foi possível até o dia 20 de agosto. As empresas que não migraram de sistema mas que pretendem adotar o Supersimples terão agora de esperar até janeiro próximo para fazer sua alteração.

O novo sistema tributário, que unifica oito tributos federais, estaduais e municipais para as empresas que faturam por ano até R\$ 2,4 milhões foi aprovado no último dia 7. Devido a isso, o efeito na arrecadação vai ser concentrado, em termos de volume financeiro, mas diluído entre os resultados do IRPJ, CSLL, PIS, Cofins, IPI e Contribuição Previdenciária para o INSS. Para aderir ao novo sistema, as PME têm de estar em dia com os fiscos das três esferas (União, estado e município). Por conta disto, muitas empresas que estavam em débito se adiantaram para acelerar suas quitações. O governo permitiu, inclusive, que houvesse um parcelamento especial a estas empresas, em 120 meses, o dobro do normal. A adesão é feita exclusivamente pelo site do Simples Nacional, que é acessado através do site da Receita Federal.

O número de pedidos de adesões já está perto da casa dos 3,2 milhões. Apenas em julho e nos primeiros dias de agosto, a Receita Federal recebeu 1,660 milhão de pedidos de inclusão no sistema, destes 453 mil tiveram a solicitação aprovada imediatamente. Além destes, com a adoção do regime especial, 1,3 milhão de pessoas jurídicas de micro e pequeno porte foram automaticamente inseridas no novo sistema.

Uma das expectativas do governo em relação ao novo sistema é que ele proporcione um aumento da formalização das empresas. Além disso, “a aprovação deve beneficiar cerca de 1,5 milhão de pequenas e médias empresas como prestadoras de serviços, hotéis, chaveiros, salões de beleza e setores de fabricação e distribuição de sorvetes, cosméticos e fogos de artifício, que estavam à parte do antigo Supersimples”, finaliza o diretor da consultoria tributária Caminho Legal.

TIRE A PREOCUPAÇÃO COM GRANDES IMPORTAÇÕES DA SUA CABEÇA E PONHA DENTRO DE UMA CAIXA DA DHL EXPRESS.



Grande São Paulo: 3618-3200. Demais Estados: 0800-771-3451.

Seja qual for a quantidade do que você quer importar, utilize a DHL Express. E seja qual for o seu tamanho: a DHL Express sabe atender bem tanto a grande quanto a média e a pequena empresa. Tudo muito simples e prático. Por exemplo, no processo de importação, como cliente da DHL Express, você decide e controla tudo daqui mesmo, um serviço único no mercado. Além do Import Express Online: uma ferramenta que cuida de toda a documentação. Alguma dúvida? Então ligue para o Impdesk, um atendimento especializado em importação e totalmente gratuito. Chame a DHL Express. Você vai descobrir que, para importar, não há necessidade de complicar.

DHL Express. Daqui pra lá e de lá pra cá, sem complicação.



BENEFÍCIO

Projeto defende creche

REDAÇÃO

Está tramitando no Congresso o projeto de lei 574/2007 que obriga as empresas com mais de 70 funcionários a oferecer creche gratuita aos filhos dos trabalhadores com idade entre zero e cinco anos. De acordo com o projeto, de autoria do senador Paulo Paim (PT-RS), a assistência poderá ser direta, no próprio ambiente de trabalho; ou indireta, por meio de convênio

com creches ou pré-escolas ou por pagamento do auxílio-creche. O valor do benefício mensal será de, no mínimo, dois terços do salário mínimo.

O empregador poderá deduzir até R\$ 1,4 mil anual por criança beneficiada no pagamento do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica, quando apurado com base no lucro real. O projeto diz ainda que quando pai e mãe trabalharem na mesma empresa, o benefício será pago apenas a um deles.

AGROINDÚSTRIA

Financiamento rural

REDAÇÃO

Nossa Caixa duplicou os recursos disponíveis para os produtores rurais, cooperativas agropecuárias e as agroindústrias do Estado de São Paulo em relação a 2006. Na safra 2007/2008, o banco está disponibilizando R\$ 650 milhões para custeio e investimento agrícola e pecuário, além de mais recursos para as propriedades rurais e a venda de produtos.

A taxa de juros dos financiamentos para custeio e investimento varia de 2% a 6,75% ao ano. As cooperativas rurais têm a possibilidade de aquisição de insumos para fornecimento a cooperados com prazo de até dois anos e valor máximo de financiamento de R\$ 3 milhões. O valor máximo dos financiamentos é de R\$ 3 milhões. Nas operações de investimento, o valor do financiamento varia de R\$ 18 mil a R\$ 100 mil.

IMÓVEL

A escolha entre comprar ou alugar

AMARILIS BERTACHINI
SAO PAULO

Chega o momento tão esperado: a pequena empresa cresceu, os negócios deslancharam e é preciso procurar uma nova sede que comporte o volume maior de trabalho. Mas como tomar a decisão entre comprar, alugar ou construir a nova fábrica?

Segundo especialistas, essa é uma decisão que varia caso a caso. Para alguns, é mais interessante comprar, enquanto para outros é melhor alugar. "Há empreendedores com capital abundante, e para estes comprar a sede representa ficar com um lastro, ter um ativo, um patrimônio que poderá servir até como garantia de crédito para sua empresa. Mas, se o empresário precisa de capital de giro para sua logística, então é melhor alugar e deixar o capital para girar seu negócio", afirma João Crestana, vice-presidente de incorporação imobiliária do Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo, (Secovi-SP).

Para o professor e coordenador adjunto do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), Tales Andreassi, o empresário nunca deve imobilizar o capital. Ele acredita que é preferível optar pelo aluguel e deixar o dinheiro aplicado para uma reserva, caso o empresário venha precisar de capital de giro, e só decidir pela compra se o ponto for muito estratégico ou se



Fernandes com sua mulher e sócia Mônica em cenário criado pela Vértice, empresa localizada em Pinheiros

for uma oportunidade única de negócio.

O consultor de orientação empresarial do Sebrae-SP Sérgio Diniz diz que o investimento em um terreno para a futura construção de uma sede própria pode valer a pena se estiver dentro de um planejamento de longo prazo.

Diniz destaca, no entanto, que isso só é vantajoso a partir do momento em que a pequena empresa apresente ganhos expressivos para que o investimento seja feito sem comprometer os seus resultados.

NOVO ENDEREÇO

Alugar um imóvel maior foi a opção da Vértice Cenografia

e Design, uma empresa de médio porte sediada em São Paulo, que faz tematização de ambientes. A Vértice acaba de se mudar para uma nova

Especialistas alertam para o risco de adquirir uma nova sede para a empresa, imobilizar o caixa e ficar sem capital de giro

sede alugada. A decisão, segundo Mozart Fernandes, sócio da empresa, surgiu da necessidade de mais espaço para abrigar os trabalhos de cenografia que aumentaram com a

expansão dos negócios e, ao mesmo tempo, para economizar com um valor de aluguel mais baixo. No antigo imóvel a Vértice ocupava uma área de 60 metros quadrados, pelos quais pagava um aluguel mensal de R\$ 1,5 mil. Hoje a empresa ocupa uma área de 180 metros quadrados e reduziu o aluguel mensal para R\$ 1,3 mil. "Precisávamos de uma sede de baixo custo para nos mantermos competitivos e nossa localização continuou privilegiada porque estamos na rua dos Pinheiros, região nobre de São Paulo", diz Fernandes. "Não temos intenção de ter um imóvel próprio", afirma ele.

Localização é importante

A escolha do ponto também é fator fundamental para o bom desempenho de qualquer negócio, seja na atividade industrial ou na comercial. O consultor de orientação empresarial Sérgio Diniz, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP), recomenda que sejam cuidadosamente estudados todos os aspectos da localização do imóvel, incluindo a vizinhança e a distância até os principais clientes. "É preciso estudar a logística para distribuição das mercadorias, caso contrário a localização pode resultar em frete mais caro que o produto", avalia Diniz.

De acordo com o perfil de cada empresa, alguns aspectos do imóvel, como a proximidade a um ponto de ônibus, a uma banca de jor-

nais ou a uma farmácia, podem ser positivos ou negativos. O empresário deve sempre verificar se não há incompatibilidade da atividade com a vizinhança; conhecer as populações fixas e flutuantes da região; analisar o fluxo de veículos da rua e o recuo da fachada para se certificar de que a visibilidade do imóvel é a ideal. Segundo Diniz, hoje em dia é importante também consultar a lei de zoneamento para conhecer as restrições locais antes de se instalar e verificar a disponibilidade de estacionamentos próximos ou na frente do próprio imóvel. O consultor destaca ainda a importância de estudar previamente se na região encontra-se mão-de-obra qualificada ou não para a atividade a ser desenvolvida.



É preciso estudar bem a logística para distribuição do produto

Grandes soluções também podem ser simples.

Fale com o Itaú. E encontre as soluções de crédito para planejar melhor o pagamento do 13º salário.

No Itaú, sua empresa pode contar com capital de giro para pagar o 13º salário dos funcionários. Pode também aproveitar as vendas de final de ano para aumentar o limite de crédito e reduzir taxas utilizando os recebíveis de duplicatas, cheques pré-datados e cartões como garantia. Conheça essa e outras alternativas de crédito de acordo com o perfil dos seus negócios, na medida das suas características e com a flexibilidade de prazos que você procura. Acesse www.itaubr.com.br ou fale com o seu Gerente Itaú.

Itaú

feito para sua empresa

AMÉRICA LATINA

Crédito difícil nos países da região

Pesquisa revela que as PME têm operado com margens de lucro muito estreitas

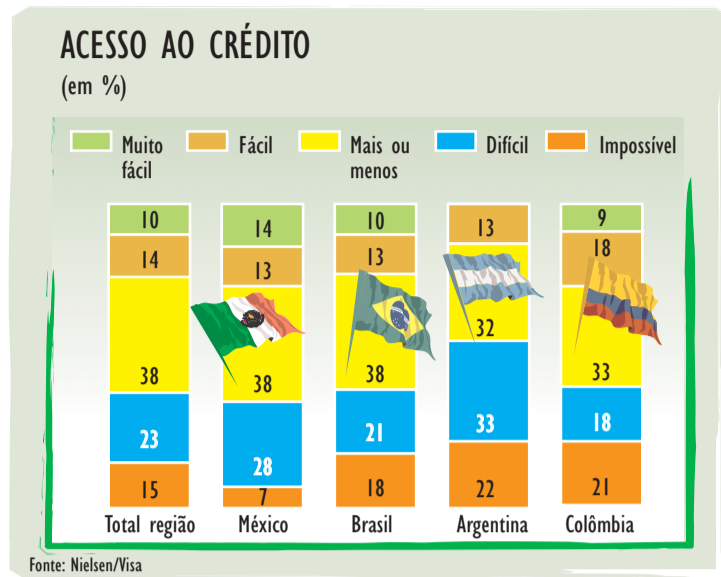
AMARILIS BERTACHINI
SÃO PAULO

As pequenas e médias empresas (PME) têm contornado as dificuldades de acesso ao crédito negociando diretamente com seus fornecedores, que acabam agindo como agentes alternativos de financiamento, concedendo maiores prazos e descontos para pagamentos à vista. A maioria dos pequenos empresários acha difícil ou impossível conseguir uma linha de crédito formal. As informações são resultado de uma pesquisa feita pela **Visa Internacional** e pela **The Nielsen Company** com 1,2 mil PME em oito países da América Latina e do Caribe (Ar-

gentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Peru e República Dominicana).

“O grande desafio das pequenas e médias empresas no Brasil é crescer em uma economia que já está crescendo. Para isso, elas precisarão de crédito e poderão contar com melhorias na disponibilidade de crédito para 2008”, declara Eduardo Chedid, vice-presidente de produtos da Visa do Brasil. Ele diz que baseia sua afirmação na experiência da própria Visa, que em março registrou 2,7 milhões de cartões de crédito em uso nas empresas, um crescimento de 65% em doze meses.

Mas a pesquisa “Perspectivas das PME na América Latina” mostra que os cartões de crédito estão longe de serem o meio mais usado para as compras pelos pequenos empresários. Segundo a pesquisa, mais de 81% das empresas entrevistadas — no Brasil esse percentual é de 76% — utilizam dinheiro e cheque como principais formas de pagamento e apenas 3% usam



cartões empresariais de crédito ou débito. Além disso, a maioria dos pequenos empresários mistura seus gastos pessoais com os da sua empresa e muitas vezes utiliza o próprio cartão ou cheque da pessoa física para pagar despesas de pessoa jurídica.

A pesquisa revela também que as PME têm operado com margens de lucro estreitas. De

acordo com o estudo, o valor das vendas mensais de uma empresa média é de US\$ 2,9 mil, enquanto suas despesas são de US\$ 2,6 mil por mês. Os principais gastos das PME são com a compra de matéria-prima, insumos e inventário, seguidos da folha de pagamento e serviços recorrentes como aluguel, luz, água, telecomunicações e impostos.

INVESTIMENTO

Fundos poderão aplicar R\$ 1,8 bilhão

REDAÇÃO

A Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), agência de apoio à inovação do Ministério da Ciência e Tecnologia, anunciou a intenção de investir, juntamente com os parceiros da Incubadora Inovar, R\$ 1 bilhão em 13 novos fundos de capital voltados a empresas inovadoras. Todos são administrados por gestores especializados em garimpar bons projetos nos mais diversos setores.

Somados, os investimentos podem chegar a R\$ 1,8 bilhão e poderão ser aplicados em cerca de 130 empreendimentos. O objetivo é que, através dos fundos, o dinheiro chegue a empresas com alto potencial de crescimento. Neste ano, o processo de seleção dos fundos foi dividido entre a 2ª Chamada Pública do Programa Inovar Semente, voltada para seed capital, e a 8ª Chamada de Fun-

dos Inovar Venture Capital, que pela primeira vez foi aberta também a private equity. No total, 20 propostas foram inscritas e a demanda por capital alcançou R\$ 2,5 bilhões.

Os 13 fundos selecionados estão na fase de due dilligence, espécie de auditoria realizada junto aos candidatos a receber investimentos. Somente após essa análise serão definidos aqueles que, de fato, receberão aportes.

Criada pela Finep há seis anos, a Incubadora Inovar já comprometeu R\$ 600 milhões em 13 fundos, que já beneficiaram 50 empreendimentos inovadores. A superintendente da área de investimento da Finep, Patrícia Freitas, acredita que o estímulo a empresas nascentes com alto potencial de crescimento é fundamental. “São elas que, em um futuro próximo, garantirão a manutenção de um mercado de capitais dinâmico e diversificado.”

No Banco Real, você já pode usar o Capital de Giro 13º Salário a partir de agosto.

Edson Lima Jr., funcionário do Banco Real

Final de ano é época de pagamento do 13º salário. A gente sabe disso e entende que, quando uma relação é baseada na confiança, algumas coisas podem ser feitas visando o bem-estar dos clientes. Por isso, o Banco Real está disponibilizando o Capital de Giro 13º Salário agora em agosto. Para mais informações sobre o Capital de Giro 13º Salário do Banco Real, converse com um de nossos gerentes.

▶ **É hora de reinventar. Vem com a gente.**

▶ **Capital de Giro 13º Salário**

- ✓ Até 90 dias para pagar a 1ª parcela*
- ✓ O parcelamento pode ser feito em até 24 meses*
- ✓ O crédito é liberado em conta corrente na hora

*Sujeito a análise e aprovação de crédito. As condições ora oferecidas são por tempo indeterminado, podendo ser alteradas ou extintas a qualquer momento, sem aviso prévio. Tais condições só poderão ser usufruídas enquanto estiverem em vigor.

MÃO-DE-OBRA

Senai oferece profissionalização gratuita

DÉBORA BORGES
SÃO PAULO

As pequenas indústrias têm no Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) a possibilidade de oferecer capacitação gratuita aos seus funcionários. A instituição mantém 83 escolas e 70 unidades móveis que trabalham com cursos de formação, profissionalizantes e de assistência técnica.

De acordo com o diretor do Senai no Estado de São Paulo, Luis Carlos de Souza Vieira, são feitas cerca de 760 mil matrículas ao ano e pelo menos 10% dessas vagas são destinadas a bolsistas. No total, 72% das vagas são ocupadas por pessoas inscritas pelas empresas onde trabalham.

Vieira explica que a demanda das pequenas e médias indústrias pela capacitação é maior por dois motivos: pri-



José Cordeiro

Das 760 mil matrículas anuais, mais de 70% são utilizadas por empresas

meiro porque esse setor emprega 90% da mão-de-obra; segundo, porque trabalham nessas empresas os jovens em início de carreira ainda em busca de aprimoramento.

Em grandes empresas, como Volkswagen e Mercedes, o Senai

mantém escolas dentro das fábricas, para capacitar tanto seus próprios funcionários como os de fornecedores.

TECNOLOGIA

Outra linha de apoio destacada por Vieira é o laboratório de

assessoria tecnológica. As pequenas empresas que não podem investir em equipamentos de precisão podem obter assessoria do Senai, como as marmoriarias, que fazem exame de rochas nos laboratórios da entidade. Os preços dos serviços são menores que os de mercado. O mesmo ocorre nas consultorias de gestão, lay-out e produção.

A Rede de Laboratórios de Serviços foi exposta pela última vez entre os dias 16 e 19 de agosto, no Anhembi, durante a Olimpíada do Conhecimento. São 31 laboratórios que atuam em 17 setores industriais.

ADAPTAÇÃO

Os industriais interessados em incluir funcionários nos cursos podem procurar diretamente a unidade do Senai mais próxima. As escolas do Senai se adaptam ao perfil da demanda na região onde estão inseridas de sua fábrica.

A Escola Senai Mariano Ferraz, na Vila Leopoldina, em São Paulo, por exemplo, concentrava cursos na área de mecânica. Com a mudança do entorno, atualmente são oferecidas aulas de informática e há um laboratório odontológico-hospitalar. Inaugurado em junho último, o núcleo formará mão-de-obra técnica para a instalação, manutenção e gestão dos equipamentos utilizados por esse segmento.

De acordo com Vieira, a Escola de Sertãozinho (SP) ganhou modernização de equipamentos e um laboratório para atender ao setor sucroalcooleiro em expansão. O mesmo ocorreu em Itatiba, para atender ao pólo moveleiro. A unidade paulista do Bom Retiro é especializada em vestuário e no Brás há uma escola do segmento têxtil. O setor calçadista conta com escolas de Franca, Jaú e Birigui, no interior do estado.

FINANCIAMENTO

Crédito para investir em capital de giro

REDAÇÃO

A Corporação Interamericana de Investimentos (CII) aprovou um empréstimo com valor máximo de US\$ 12,5 milhões ao Banco Daycoval S.A.O financiamento será usado para oferecer crédito rotativo e financiamento de capital de giro, com valor médio de US\$ 200 mil.

Os recursos do empréstimo beneficiarão empresas de pequeno e médio porte que precisam de fontes de financiamento estáveis. O empréstimo oferecido ao Daycoval está alinhado com a estratégia da corporação para aumentar o fluxo de créditos para os pequenos negócios na América Latina e Caribe, repassado por meio setor bancário privado.

IMPOSTOS

Novo tributo atende a expectativas do governo

Há indícios de que o novo sistema tributário pode ampliar algumas arrecadações

GUILHERME ZABAEI
BRASÍLIA.

O governo federal está feliz com o Supersimples. Além do número de pedidos de adesões ter chegado a quase 3,2 milhões — faltaram 984 pedidos para chegar a esta marca —, há indícios de que o novo sistema tributário, que unifica oito tributos federais, estaduais e municipais para as empresas que faturam por ano até R\$ 2,4 milhões, pode ampliar algumas arrecadações.

Oficialmente, o governo diz que terá uma renúncia fiscal de R\$ 4,5 bilhões por ano com o Supersimples. Na verdade, esse número já é inferior ao previsto anteriormente, quando se esti-

mava que as perdas somariam R\$ 5 bilhões por ano. Mas, assim como ocorreu em outras desonerações, a redução dos tributos do Supersimples pode gerar aumento na arrecadação. “Sentimos um forte incremento na arrecadação da contribuição ao INSS das micro e pequenas em julho, pois elas pretendiam estar sem dívidas fiscais para aderir ao Simples. Em vez de R\$ 375 milhões de julho do ano passado, arrecadamos R\$ 514 milhões em julho deste ano”, afirmou Carlos Alberto Barreto, secretário-adjunto da Receita Federal.

Além deste forte incremento na arrecadação previdenciária — um salto de 37,1% em apenas um mês —, o Supersimples pode engordar ainda mais os cofres do governo. Para aderir ao novo sistema, as micro e pequenas empresas têm de estar em dia com os fiscos das três esferas, (União, estados e municípios), e para isso muitas correram para acelerar suas quitações. O governo permitiu,



Mais de 3 milhões de empresas já aderiram ao sistema

inclusive, que houvesse um parcelamento especial a estas empresas, em 120 meses, o dobro do normal.

A Receita informou que, do total de 3,199 milhões de empresas, pouco mais de 581 mil estavam com problemas fiscais, pedindo o parcelamento para aderir ao sistema, o que deve aumentar a arrecadação.

Além disso, o sistema, quando for mais íntimo dos empresários e empreendedores, poderá fazer com que se aumente a formalização de empresas. Isso tende a aumentar a base de arrecadação da própria Receita Federal. “Acreditamos que neste ano teremos mais 200 mil empresas formalizadas e, ao completar um ano, esse número

pode chegar a 400 mil”, afirmou o coordenador de administração aduaneira da Receita, Ronaldo Medina.

Especialistas da própria Receita, que pediram para não se identificar, afirmam que as perdas tributárias com o sistema estão superestimadas e que o impacto não será tão grande — R\$ 4,5 bilhões. O próprio governo não parece estar muito preocupado com isso: “Realmente prevemos esta renúncia, mas ela já foi prevista em nosso planejamento anual, não contamos com estes recursos. Este ano a redução é de cerca de R\$ 2,3 bilhões, já que passou meio ano antes da entrada em vigor do Supersimples”, afirmou Barreto, ao anunciar uma arrecadação federal recorde para julho de R\$ 50,4 bilhões. O próprio governo admite que até junho a arrecadação federal estava superavitária em R\$ 5 bilhões, ou seja, havia um superávit, já levando em conta a redução dos tributos com o Supersimples.

Ninguém sabe ao certo como será o comportamento da arrecadação do Supersimples. De concreto, até o momento, o sistema ainda passará por algumas alterações. O secretário da Receita Federal, Jorge Rachid, afirmou que o governo estuda uma forma de permitir a transferência de créditos de PIS/Cofins para outras empresas não optantes do Simples e que compre produtos das micro e pequenas.

Ele defendeu, inclusive, que os estados também permitam a compensação do ICMS, o que pode fazer com que o Supersimples se torne atrativo para as firmas do sistema que vendem para outras indústrias ou redes atacadistas, que fazem questão da compensação para pagar um ICMS menor.

O fato é que devem surgir novas correções até a próxima oportunidade de aderir ao Supersimples, na virada do ano. E, a confiar na declaração de Rachid, as mudanças serão todas para melhor.

rio



Fazendo mais que o possível

BANCO REAL
ABN AMRO



A Bematech abriu filiais nos Estados Unidos, Argentina e Alemanha

CRESCIMENTO

De incubada a empresa transnacional

CRISTINA RIOS
CURITIBA

Depois de abrir um centro de pesquisa e desenvolvimento em Taiwan, há cinco anos, a brasileira Bematech, fabricante de equipamentos e sistemas de automação, vem investindo pesado na internacionalização das suas operações. A empresa, que abriu filiais comerciais nos Estados Unidos, na Argentina e na Alemanha, espera elevar, dentro de uma década, a participação das vendas externas a 10% do faturamento. Hoje esse percentual está em menos de 2% dos negócios.

“O processo de internacionalização é estratégico”, diz Marcelo Coppla, diretor de assuntos corporativos, que não descarta a possibilidade de a Bematech ter, no futuro, uma fábrica fora do Brasil, possivelmente na China. Por enquanto,

a fábrica de São José dos Pinhais (PR) suporta os planos de expansão, segundo Coppla.

A empresa, que surgiu em 1990 dentro de uma incubadora tecnológica em Curitiba e hoje tem ações cotadas na bolsa de valores, diz que um dos principais desafios de exportar tecnologia é investir na criação de produtos globais. A empresa tem uma equipe de seis pessoas trabalhando no centro de desenvolvimento em Taipé, em Taiwan, de onde já saíram pelo menos três produtos que ganharam o mercado nos últimos tempos: uma linha de CPU, outra de leitores de códigos de barras e uma terceira de caixas registradoras. O centro também funciona como uma central de compras de matérias-primas e ferramentais. “Ter um centro na Ásia significa estar em uma região que é referência nesse setor em pesquisa e desenvolvimento”, diz.

Coppla informa que atualmente o foco da área internacional é ampliar a presença na América Latina. O mercado de automação comercial — incluindo hardware, software e serviços — na região é estimado em US\$ 5,7 bilhões (US\$ 2 bilhões somente no Brasil). A Bematech já possui 350 revendas e 2,5 mil clientes nos vizinhos latino-americanos, mas a intenção é ampliar a distribuição, a rede de pós-venda e o mix de produtos vendidos, hoje de impressoras, CPU, dentre outros. A empresa já vende impressoras fiscais na Venezuela e está em fase final de homologação do produto no Chile e na Argentina. Nesse último, a empresa também deve começar a vender softwares de gestão para o varejo. A companhia ganhou fôlego nesse segmento no final do ano passado, com a compra da Gemco e da C&S no Brasil. A Bematech quer repli-

car em outros países a sua estratégia para o Brasil, com atuação dentro do conceito de one-stop-shop, com a venda de soluções completas de automação comercial (hardware, software e serviços). Hoje a empresa ainda é bastante concentrada na produção e venda de hardware, que representam a maior parte (69,7%) da sua receita. A companhia, que abriu seu capital em abril deste ano, projeta um crescimento de 30% em 2007, quando deve atingir uma receita líquida de R\$ 260 milhões. Com mil funcionários e uma carteira de 350 mil clientes e presente em 1,9 mil revendas no País, a Bematech também quer investir em aquisições para crescer e já anunciou que deve fechar a compra de duas ou três empresas no Brasil até o final do ano. Para tanto, vai usar parte dos R\$ 274 milhões captados na oferta primária de ações.

Sustentabilidade também na construção civil

Estima-se que o setor consuma em torno de 20% do total de recursos naturais do planeta

VÂNIA ALVES E TATIANA VAZ
SÃO PAULO

A construção civil é um dos setores econômicos que mais causam impactos ambientais. Estima-se que o segmento consuma no mínimo 20% do total de recursos naturais disponíveis no planeta. Os problemas começam com as escolhas dos materiais usados e passam pela geração de partícula durante as obras, pelos resíduos gerados — no decorrer da construção e quando termina a vida útil do empreendimento — e pelo uso inteligente de água, luz e gás durante o tempo de uso do imóvel.

Os impactos sociais também não são poucos. É um setor conhecido pela informalidade. Para mudar esse cenário, toda a cadeia produtiva está envolvida em um grande movimento pela sustentabilidade e, neste mês, criou o Conselho Brasileiro de Construção Sustentável.

O Conselho reúne profissionais de vários segmentos da construção civil que têm pensado o assunto. A proposta é que a entidade seja fonte de conhecimento e disseminação das boas práticas e uma ferramenta de intervenção nas políticas públicas. “A primeira responsabili-

dade nós já assumimos, que é reconhecer os impactos, agora temos que exercer a cidadania com ações”, diz o presidente do Conselho, Marcos Takaoka.

O CCBS foi constituído como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), aberta à filiação de profissionais, empresas e entidades sem fins lucrativos. Para atrair também as pequenas e médias — que, de acordo com o Sindicato da Construção Civil (Sinduscon), respondem por mais de 90% desse mercado —, os preços das contribuições foram estipulados de acordo com o porte do associado. Empresas com faturamento até 1,2 milhão pagam anuidade de R\$ 1,2 mil.

Apesar de impressionar pela

Criado recentemente, o Conselho Brasileiro de Construção Sustentável reúne profissionais em atuação no mercado e na academia

força com que nasceu, unindo várias personalidades importantes no mercado, o Conselho não é a primeira iniciativa sustentável do setor. O consultor Roberto de Souza, diretor do Centro de Tecnologia de Edificações, diz que está surpreso com o ritmo do engajamento. “Estou nesse mercado há mais de 20 anos, acompanhei a implementação de várias certificações como a ISO 9000 e nunca vi nenhum movimento acontecer com essa velocidade”, diz.



Obra com steel frame, estrutura metálica de aço leve, totalmente reciclável, que permite a escolha do acabamento

De acordo com ele, hoje no País há pelo menos 22 empreendimentos, entre hospital, conjuntos habitacionais, shoppings centers e conjuntos habitacionais sendo construídos dentro dos padrões do United States Green Building Council (USGBC), órgão americano que emite o selo Leed (Leadership in Energy and Environmental Design) — Liderança em Energia e Desenho Ambiental. “Há um ano não tínhamos nenhuma obra preocupada com esse selo”, conta. A agência

bancária do **Real** em Cotia, inaugurada neste ano foi a primeira a receber o Leed no Brasil. A construção do prédio foi feita com tijolos reciclados, tinta sem solventes e assoalho de madeira certificada. O projeto arquitetônico foi concebido para permitir maior aproveitamento da luz natural. Além disso, a agência utiliza energia solar para iluminação das áreas de auto-atendimento e possui um sistema de ar condicionado que não emprega gases nocivos à camada de ozônio.

No condomínio Palm Hill, empreendimento da **DP Engenharia**, construído de 2003 a 2005 no Alto da Boa Vista, em São Paulo, mais de 90% das árvores existentes no terreno foram preservadas, transplantadas ou enviadas para a Secretaria do Verde e Meio Ambiente. Com 34 casas, o local valoriza a iluminação e ventilação natural. Também conta com sistema de captação da água da chuva, usada na irrigação e lavagem externa. “Adaptamos essas iniciativas ao valor dos imóveis

com soluções simples, viáveis e ao mesmo tempo sofisticadas”, explica Francisco de Vasconcelos Neto, diretor da DP Engenharia. “Os empresários precisam enxergar essas soluções sustentáveis, não pelo prisma de restrição, mas de economia e durabilidade.”

FIM DO ENTULHO

Já a construtora **Seqüência** adota soluções recicláveis no material que escolhe para usar em suas obras. Ela trabalha com steel frame, estrutura metálica de aço leve e de espessura mais fina, totalmente reciclável, que permite a escolha dos acabamentos. Com o material quase não há geração de entulho, porque é possível planejar a quantidade exata que será utilizada. Além disso, steel frame possibilita economia de energia com o isolamento térmico da parede com lã de vidro ou rocha. “Construções sustentáveis tendem a se popularizar até por necessidade de mercado, como no caso de reúso de água”, afirma Alexandre Mariutti, arquiteto da Seqüência.

Outro exemplo é a fornecedora de equipamentos para recreação, esporte e lazer **Lao Engenharia**, que utiliza apenas materiais ecológicos. “Exigimos fornecedores que só trabalhem com materiais desse tipo, porque achamos que essa é uma maneira de conscientizar, desde os usuários dos brinquedos até os pais, condôminos, construtores e outros fabricantes”, diz Lao Napolitano, dono da empresa.

SOLUÇÃO SERASA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Transforme a base da economia brasileira em plataforma para novos negócios.

Instituições financeiras e empresas em geral, agora, possuem informações confiáveis e consistentes para conceder crédito e realizar negócios com micro e pequenas empresas com muito mais agilidade e segurança.

11 33 Serasa
7 3 7 2 7 2

serasa.com.br

SERASA