

Revista do FRANQUEADO

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ANO 2 | NÚMERO 03

ASBRAF
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS

TECNOLOGIA

Pandemia acelera transformação digital e traz desafios e oportunidades para as franquias

LGDP

Como a Lei afeta o *franchising* brasileiro?

PRONAMPE

Programa do governo federal destinado aos micro e pequenos empresários facilita acesso ao crédito

FOTO: MICHEL JESUS | CÂMARA DOS DEPUTADOS

LIBERDADE PARA EMPREENDER

O 1º vice-presidente da Câmara dos Deputados, Marcos Pereira, defende a desburocratização de negócios para expansão do empreendedorismo brasileiro. O parlamentar fala sobre o que pode ser feito nos próximos anos e quais serão suas ações



FRANQUEADOS UNIDOS, FRANCHISING FORTALECIDO

Associe-se: www.asbraf.com

QUEM SOMOS



A Asbrafr (Associação Brasileira de Franqueados) é uma entidade civil, em forma de associação, sem fins econômicos, político-partidário ou religioso, de âmbito nacional.

A Asbrafr tem como sócios fundadores empreendedores, empresários e profissionais de mercado, que na condição jurídica de representantes, distribuidores e franqueados tiveram, desde o ano de 1980, participação ativa nos marcos históricos da implantação do modelo de franquia empresarial (*franchising*) no País e na regulamentação da Lei nº 8.955/94 que vigorou até 26 de março, e da Lei nº 13.966/2019 que, a partir de 27 de março de 2020, dispõe sobre contrato de franquia empresarial (*franchising*).

O Direcionamento Estratégico da Asbrafr para o Quadriênio 2017 – 2020 considera, em suas ações programáticas, a relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos do sistema de *franchising* brasileiro que registrou, no ano de 2019, um faturamento recorde de R\$ 186,7 bilhões obtido por 2.918 franqueadores por meio de 160,9 mil unidades franqueadas em operação no País. Essas relações de negócios formatados no modelo de franquia empresarial geraram, em 2018, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o expressivo número de 1.358 milhões de empregos.

A Asbrafr pretende, no fortalecimento da competitividade dos seus associados e no desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, formalizar parcerias estratégicas com órgãos e instituições que operam com acesso ao crédito, ao mercado, ao apoio, à orientação, à inovação e à tecnologia.

CONHEÇA NOSSAS METAS E DIRETRIZES

Contribuir para o fortalecimento e para o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo junto às autoridades governamentais, aos órgãos públicos, às entidades e às associações de classe e aos formadores de opinião os interesses, os ideais e os objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço, indústria e agronegócio, na condição de franqueados em conformidade com os princípios e a regulamentação do novo marco regulatório do *franchising* brasileiro, Lei nº 13.966/2019.

UM ANO PARA SER ESQUECIDO OU PARA SER ETERNAMENTE LEMBRADO?

Existe apenas um segredo para sobreviver: não morrer. O confinamento social que nos impuseram nos últimos meses, por decisões equivocadas, irresponsáveis e inconsequentes de governadores e prefeitos – e até de algumas autoridades do primeiro escalão do Executivo Federal – nos tem ensinado algumas lições. O preço é caro, caríssimo, não tenha dúvidas. Mas precisamos tirar alguma experiência da excepcionalidade barbaresca atual, a fim de nortear nossa conduta, nossas decisões e nossas atitudes no futuro que se avizinha.

Era para ser um ano par, esse 2020 que se finda, mas foi o mais ímpar de todos os nossos anos, sem qualquer precedente (e nem “poscedente” – esperamos) em toda a história do pensamento humano.

Um ano que não deixará saudades, mas que também não será facilmente esquecido.

De “mamano a caducano”, rompeu as rotinas de todos os viventes e nos impôs novos hábitos e procedimentos comportamentais na lida com as coisas e com as gentes.

Impediu-nos de exhibir a mobília da boca nos largos sorrisos, ocultando-os com horrorosas e desconfortáveis máscaras respiratórias e infligiu, em nossos corações, um medo terrível de trocar fraternos e calorosos abraços com nossos próprios semelhantes.

“Paranoiou-nos” com um transtorno obsessivo e compulsivo por álcool em gel. Privou-nos do salutar convívio social e afastou-nos de nossos amados, temporariamente, pelo isolamento social ou, de forma definitiva, pela convocação precoce para a Querência Eterna.

Por outro lado, muito aprendemos com esse tal de 2020. Ensinou-nos, não obstante, a sorrir com os olhos e despertou, em nossos corações, sentimentos humanitários que, até então, desconhecíamos. Seremos, doravante, mais humanos e mais solidários. Descobrimos o quanto nossas certezas são incertas e quão transitórias são as nossas verdades.

O mundo pós 2020 nunca mais será como era antes. Teremos mais consciência socioambiental, seremos mais exigentes e menos flexíveis com políticas e condutas sanitárias.

Uma nova espécie de consumidor de produtos e de serviços foi sendo construída ao longo do período de excepcionalidade que a humanidade atravessa.

Os fornecedores de serviços e produtos precisam estar atentos para entender e atender esse novo perfil de consumidor, a fim de não frustrar suas expectativas e suas exigências.

Não haverá mais espaço para o meio termo (meio profissional/meio amador, meio digital, meio moderno, “meia-boca”). Nesse novo mundo e nesse novo mercado, ou você “É” ou está fora.

Quem não entender a voz do vento e os sinais do tempo, não sobreviverá.



Raul Canal

Presidente da Asbraf
Associação Brasileira de Franqueados





32

MEI

Você já ouviu falar do Pronampe?



12

LEGISLAÇÃO

Franchising e o direito constitucional de associação



80

**PALAVRA DO EMPRESÁRIO
ALISSON RAMALHO**

Aceleração digital:
uma herança da pandemia



86

POSSIBILIDADES

Como obter crédito para meu negócio: uma perspectiva que vai além do mercado bancário tradicional

- 18 CRISE**
Crédito, microempresa e conjuntura econômica
- 22 INOVAÇÃO**
A importância das marcas
- 26 ENTREVISTA DE CAPA – MARCOS PEREIRA**
“Precisamos reorganizar o sistema tributário brasileiro em um novo pacto federativo”
- 38 PROTEÇÃO DE DADOS**
Os impactos da LGPD nos empreendimentos que operam no sistema de *franchising* brasileiro
- 44 ENTREVISTA – ENIO DUARTE**
Transformação digital, medidas econômicas e regularização de atividades
- 52 INFORME PUBLICITÁRIO**
Os meios de pagamentos como aliados ao seu negócio
- 56 ENTREVISTA – GONZAGA PATRIOTA**
Atuação constante para melhores resultados
- 60 PANORAMA**
2020: o ano de renovação ou de sepultamento de CNPJs
- 64 CONGRESSO NACIONAL**
Uma grande vitória dos pequenos empreendedores: análise do Projeto de Lei Complementar nº 33, de 2020
- 70 ENTREVISTA – SORAYA THRONICKE**
Da simplificação de processos ao crescimento econômico
- 72 CENÁRIO DE CRÉDITO**
Balanço Pronampe e perspectivas
- 75 ESTÍMULO**
“Vamos vencer”: programa do governo federal orienta empresários em tempos de pandemia
- 76 INFORME PUBLICITÁRIO**
Cartão BNDES está com a menor taxa de sua história
- 94 PANDEMIA**
A importância da participação dos jovens empreendedores na retomada do crescimento econômico pós-covid-19

EXPEDIENTE

ASBRAf (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS)

Diretor-Presidente
RAUL CANAL

Diretor Vice-Presidente
JAMILSON MARIA DE MACEDO SOARES
Diretora Administrativa-Financeira
IONE MEDEIROS
Diretor Jurídico
LIANDER MICHELON
Diretora de Mercado
HORTÊNSIA MARIA ALVES DE LUCENA
Diretor Relações Institucionais
DOUGLAS ROBSON BEZERRA NUNES
Diretor de Estudos e Pesquisas
JOSÉ ANTONIO GONÇALVES LIRA
Diretor de Gestão e Controle Organizacional
JOSÉ ANTONIO RAMALHO

REVISTA DO FRANQUEADO
Editor-chefe
ANDREW SIMEK (DRT 10484/DF)
Revisão
ANDREW SIMEK
CLAUDIA SOUZA
ISABELLA QUEIROZ
ANA BEATRIZ COSTA (DRT 12871/DF)
Diagramação
ANGELO GABRIEL
Impressão
GRÁFICA POSITIVA
Tiragem
10 MIL EXEMPLARES



Endereço: **SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF - CEP: 70322-901**
Telefone: **(61) 3213 2111**
E-mail: **contato@asbraf.com**

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução total ou parcial de textos, fotos e artes sem autorização prévia é proibida. A **Revista do Franqueado** não se responsabiliza por textos opinativos assinados. “As opiniões expressas nos artigos assinados são de responsabilidade de seus autores”.

? já imagi nou

suas novas
possibilidades



Abra
a conta
da sua
empresa.



Para levar o seu negócio
mais longe, o primeiro
passo é visualizar. E você
tem o Banco do Brasil
inteiro para te ajudar.

Pra realizar,
aponte seu
celular.



A Ticket está junto com você todos os dias. E quer ficar muito mais. A Ticket e você estão juntos a cada vez que você passa o nosso cartão na sua maquininha. Estamos juntos quando você acessa nossos **canais digitais**, entra no **Portal** ou usa o **app** para o que for preciso. E também estamos juntos quando você liga para uma central que existe exclusivamente para **atender às suas dúvidas** e às suas necessidades. Estamos juntos quando pensamos em novas formas de **impulsionar o seu negócio** e fazemos promoções que ajudam você a vender mais. Estamos juntos para **facilitar seu dia a dia** e oferecer **soluções para o que você quer e precisa**, desde a limpeza da caixa d'água até a melhora do fluxo de caixa. Estamos juntos para somar esforços, ideias e recursos que tragam os **melhores resultados para o seu negócio.**

Ticket Junto reúne serviços e soluções que tornam nosso relacionamento mais próximo, facilitam o seu dia a dia e impulsionam suas vendas.

Relacionamento

Toda a conveniência de nossos canais para você

Vendas

Ações que geram negócios para você

Facilidades

Soluções para o que você mais precisa



Ticket[®]
Junto

Nosso negócio é apoiar o seu



Baixe o App e pronto!



ticket.com.br/portal-estabelecimento



App Ticket[®] Estabelecimento



4004-2233*

*Telefone válido para capitais e regiões metropolitanas. Para as demais localidades use o código da sua operadora + DDD do seu estado.

FRANCHISING E O DIREITO CONSTITUCIONAL DE ASSOCIAÇÃO

Com a publicação da nova Lei de Franquia, nº 13.966/2019, muitos franqueadores aproveitaram a oportunidade para novar as situações jurídicas já consolidadas ou mesmo extinguir as existentes, resilindo-as, impondo aos seus franqueados novos instrumentos contratuais, muitas vezes com o subterfúgio de adequar os contratos à nova legislação brasileira de *franchising*.

As relações empresariais são dinâmicas, assim, é natural que os contratos de franquia evoluam e tenham seus textos modificados de tempos em tempos para que as partes contratantes se adequem às exigências contemporâneas e até mesmo futuras.

Um bom exemplo disso é a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), nº 13.709/2018, que, publicada em 14 de agosto de 2018, entrou em vigor somente em 18 de setembro de 2020 e determina os cuidados que as empresas devem ter para a coleta, o armazenamento, o tratamento e o uso dos dados dos consumidores.

A LGPD foi editada com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da persona-

lidade da pessoa natural, constitucionalmente protegidos e previstos no art. 5º, caput, X da Constituição Federal (CF).¹

Assim, as novas regras asseguram que os dados pessoais como nome, endereço, *e-mail*, idade, estado civil e situação patrimonial não poderão ser usados sem expresso consentimento do proprietário. Portanto, é absolutamente recomendável que os contratos de franquia sejam aditados para que haja expressa previsão contratual a fim de regular os direitos e as obrigações decorrentes dessa nova legislação que impacta as relações empresariais no Brasil e, por óbvio, os contratos de *franchising*.

Entretanto, alguns franqueadores inseriram na padronização de seus novos contratos, cláusula proibindo expressamente aos franqueados que participem de associações que não sejam vinculadas ao Conselho de Franqueados da franqueadora ou prévia e expressamente aprovadas pelo franqueador, sob pena de pagamento de multa e, até mesmo, de rescisão contratual. Tais cláusulas, verdadeiros cavalos de Tróia, são nulas de pleno direito, por serem abusivas, ilegais e inconstitucionais.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nº 1/1992 a 90/2015, pelo Decreto Legislativo nº 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão nº 1 a 6/1994.

48ª Edição
2015

CONSTITUIÇÃO

da República Federativa do Brasil



Com efeito, dispõe o art. 2º, XX da Lei de Franquia,² que a Circular de Oferta de Franquia deverá conter “indicação de existência de conselho ou associação de franqueados, com as atribuições, os poderes e os mecanismos de representação perante o franqueador, e detalhamento das competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos de fundos existentes”.

Basta uma mera análise perfunctória no texto legal para se verificar que a Lei fala na existência de conselho ou associação de franqueados, não se presumindo a interferência do franqueador em tal conselho ou associação. Mas, na prática, muitas vezes o franqueador utiliza o conselho ou a associação como mais uma ferramenta de dirigismo e abuso contratual.

Em tese, o Conselho de Franqueados tem por atribuição facilitar e agilizar a comunicação entre franqueados e franqueador, como também discutir e deliberar sobre verbas extras e adicionais para fundos de propaganda regional ou nacional para rede de franquias, sendo que seu estatuto pode, a depender do interesse do franqueador, passar a ser parte integrante do contrato de franquias.

Em tempos de aplicativos como WhatsApp e Telegram, nos quais centenas de pessoas de um mesmo grupo podem trocar arquivos e informações de forma instantânea, soa bizarra, anacrôni-

ca e até mesmo contraproducente a proibição, por parte do franqueador, de que seus franqueados se associem, de forma independente, em uma associação que congregue franqueados de apenas uma empresa ou em outra que admita franqueados de diversas empresas, nichos de mercado e regiões do País.

Pontes de Miranda ensina que “no sentido do direito brasileiro, associação é toda coligação voluntária de algumas ou de muitas pessoas físicas, por tempo longo, com o intuito de alcançar algum fim (lícito), sob direção unificante”.³

O desinteresse dos franqueadores na livre associação de franqueados não decorre apenas do fato de que, unidos, os franqueados ganham acesso mais rápido e fluído à informação e, portanto, maior peso negocial na relação com o franqueador. O que realmente incomoda os franqueadores é que o art. 5º, XXI, da CF assegura que “as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente”.⁴

Ademais, o art. 4º, “a” e “b” da Lei nº 7.347/1985⁵ confere legitimidade para as associações constituídas há mais de 1 ano, permitindo-lhes a proposição de ação civil pública, uma vez que tenham incluída entre suas finalidades institucionais a proteção à ordem econômica e à livre concorrência.

A pertinência com a relação de *franchising* decorre do fato de que o art. 1º, V da Lei nº 7.347/1985⁶ prevê a possibilidade de ingresso de ação civil pública relacionada aos danos morais e patrimoniais causados por infração da ordem econômica, o que frequentemente pode ocorrer com uma coletividade de franqueados, desde que seu direito pretensamente violado pelo franqueador possa ser comprovado como difuso, coletivo e passível de reparação.

Quanto à pretensão de vedação de livre associação pelos franqueados, ressalte-se que não há, em nenhum dos artigos da nova Lei de Franquia, qualquer proibição ou ressalva para a constituição de associações de franqueados. Não poderia ser diferente, tendo em vista que o art. 5º, II da CF prevê a observância do Princípio da Reserva Legal, asseverando que “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”.

Esse comando constitucional possui uma explícita dimensão contextual consagrada no Princípio da Legalidade, enquanto garantia individual, e outra, não tão explícita, devotada à liberdade de ação, da qual se extrai o conceito de que a liberdade somente pode sofrer restrições se houver expressa e prévia previsão legal nesse sentido,⁷ pois como ensina Pimenta Bueno:

a liberdade não é pois exceção, é, sim, a regra geral, o princípio absoluto, o direito positivo; a proibição, a restrição, isso, sim, é que são as exceções, e que por isso mesmo precisam ser provadas, achar-se expressamente pronunciadas pela lei, e não por modo duvidoso, sim, formal, positivo; tudo mais é sofisma.⁸

Inexistindo proibição legal e constitucional à criação de associações de franqueados, deve ser compreendido que não há justificção para proibi-las. O Supremo Tribunal Federal (STF), ao julgar a Ação Direta Inconstitucional (ADI) 2.075,⁹

decidiu, em controle concentrado de constitucionalidade, que até mesmo os atos emanados da jurisdição e da administração devem se submeter ao Princípio da Reserva Legal, não podendo os atos da iniciativa privada, vinculados à relação franqueado-franqueador, se furtarem à observância desse princípio, sendo factível a intervenção judicial para se modificar o *pacta sunt servanda* e a validade de cláusulas que impõem ao franqueado a proibição de associação.

Os incisos XVII a XXI do art. 5º da CF¹⁰ garantem a livre associação, sendo que o inciso XVII diz que é “plena a liberdade de associação para fins lícitos” e o inciso XX especificamente determina que “ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado”, razão pela qual um franqueado não poderá ser obrigado a associar-se a uma entidade indicada ou “controlada” pelo franqueador.

A CF de 1988 preservou o direito ao livre exercício da atividade econômica, que, como bem lembrou J. Cretella Jr., não é proibido desde 1824, quando a Constituição do Império, em seu art. 179, dispôs que “nenhum gênero de indústria ou comércio pode ser proibido”,¹¹ o que também se aplica às associações sem fins lucrativos, como as associações de franqueados.

Por não ter direito de regular as atividades associativas dos franqueados, devem ser impostos limites fiscalizatórios aos franqueadores, pois como nos ensinam Mendes, Coelho e Branco: “como direito negativo, a liberdade de associação impede que o Estado limite a sua existência ou interfira sobre a sua vida interna”.¹²

Mutatis mutandis, se não cabe ao Estado interferir na liberdade associativa lícita, muito menos caberá ao franqueador tentar impor limites associativos a seus franqueados, sob pena de negativa de vigência ao disposto no art. 5º, XVII, XVIII, XIX e XXI, da CF.

O STF, ao julgar a ADI 3045, entendeu que é plena a liberdade de associação para fins lícitos, sendo vedado ao poder público imiscuir-se na intimida-



de das associações.¹³ Ao exercer controle concentrado de constitucionalidade, o STF prestigiou o disposto nos incisos XVII a XXI do Art. 5º da CF, entendendo que apenas as associações que persigam fins ilícitos poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou suspensas como se percebe em trechos do voto do ministro Celso de Mello:

cabe enfatizar, neste ponto, que as normas inscritas no art. 5º, XVII a XXI, da atual CF, protegem as associações, inclusive as sociedades, da atuação eventualmente arbitrária do legislador e do administrador, eis que somente o Poder Judiciário, por meio de processo regular, poderá decretar a suspensão ou a dissolução compulsórias das associações.

Mesmo a atuação judicial encontra uma limitação constitucional: apenas as associações que persigam fins ilícitos poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou suspensas.

Atos emanados do Executivo ou do Legislativo, que provoquem a compulsória suspensão ou dissolução de associações, mesmo as que possuam fins ilícitos, serão inconstitucionais [ADI 3.045, voto do rel. min. Celso de Mello, j. 10-8-2005, P, DJ de 1º-6-2007].

Como se não bastasse a expressa vedação constitucional à abusividade de cláusulas limitadoras da liberdade de associação, podem os franqueados socorrer-se do Código Civil (CC), que aborda em três artigos distintos a importância da boa-fé contratual.¹⁴ No art. 113, encontramos a orientação de que os negócios jurídicos devem ser interpretados de acordo com a boa-fé contratual. No art. 187, está tipificado como ato ilícito o exercício de direito que viola seu fim econômico ou social ou que viola a boa-fé ou os bons costumes. Já no art. 422, fica registrado que os princípios de probidade e de boa-fé são de observação obrigatória tanto na conclusão do contrato quanto na sua execução.

A Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019, que instituiu a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, estabeleceu garantias de livre mercado e deu outras providências, determinando, em seu art. 2º, I, a liberdade como uma garantia no exercício das atividades econômicas.¹⁵

A Lei de Liberdade Econômica alterou também o IV do § 1º do art. 113 do CC, que passou a determinar que a interpretação do negócio jurídico deve lhe atribuir o sentido que for mais benéfico à parte que não redigiu o dispositivo,¹⁶ destarte, fere a boa-fé o dirigismo contratual do franqueador que veda a possibilidade de o franqueado associar-se.

Diniz muito bem define o que vem a ser o dirigismo contratual e qual o seu fundamento:

o princípio da autonomia da vontade sofre, portanto, restrições, trazidas pelo dirigismo contratual, que é a intervenção estatal na economia do negócio jurídico contratual, por entender-se que, “se deixasse o contratante estipular livremente o contrato, ajustando qualquer cláusula sem que o magistrado pudesse interferir, mesmo quando uma das partes ficasse em completa ruína, a ordem jurídica não estaria assegurando a igualdade econômica”. A expressão dirigismo contratual é aplicável às medidas restritivas estatais que invocam a supremacia dos interesses coletivos sobre os meros interesses individuais dos contraentes, com o escopo de dar execução à política do Estado de coordenar os vários setores da vida econômica.¹⁷

A imposição de cláusula abusiva, vedando a possibilidade de associação, fere também a legislação da concorrência por sua abusividade.

Briks,¹⁸ fazendo um levantamento dos pontos comuns existentes nas cláusulas abusivas, assegura terem elas a finalidade: (a) de reforçar a



posição do contratante economicamente mais forte; (b) grassam nos contratos de adesão; e (c) tendendo o contratante economicamente forte a reforçar e a garantir sua posição, acentua, com a cláusula, a desigualdade das partes, provocando um desequilíbrio na relação e na posição de cada uma delas, rompendo-se a reciprocidade, sendo este, segundo esta autora, o ponto nodal da conceituação de cláusula abusiva, propiciando a concretização de prestações não equivalentes.

Fonseca, procurando uma síntese significativa para as diversas teorias relativamente às cláusulas abusivas, assevera que:

uma cláusula contratual poderá ser tida como abusiva quanto se constitui num abuso de direito [...]. Também será considerada abusiva se fere a boa-fé objetiva, pois, segundo a expectativa geral, de todas e quaisquer pessoas, há que haver equivalência em todas as trocas. Presumir-se-á também abusiva a cláusula contratual quando ocorrer afronta aos bons costumes, ou quando ela se desviar do fim social ou econômico que lhe fixa o direito.¹⁹

Ao entabular o contrato de adesão com novas regras abusivas impondo a proibição de asso-

ciação, o franqueador ofende o disposto nos art. 36, I e § 3º, IV, IX, XII, XVIII, da Lei nº 12.529/2011, que estruturam o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõem sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica.²⁰

O direito de livre associação ajuda a equilibrar a relação vertical entre franqueadores e franqueados e sua proibição fere princípios e disposições legais e constitucionais, tendo o franqueado que foi vítima dessa conduta abusiva o poder-dever de insurgir-se contra esse desmando em nome da liberdade econômica e da busca da prosperidade. E o melhor caminho para isso é participar de uma associação de franqueados que defenda os seus interesses.



Danny Fabrício Cabral Gomes

Secretário da Comissão do Conselho Federal da OAB para o novo Código Comercial

CASHADVOGADOS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



CRÉDITO, MICROEMPRESA E CONJUNTURA ECONÔMICA

A conjuntura recessiva tem exercido peso enorme sobre as empresas. No contexto da queda do nível de atividade – o PIB deve cair pouco acima de 5% neste ano –, está certo afirmar que o Brasil está enfrentando a maior crise da história.

O cenário, portanto, revela-se adverso para as micro e pequenas empresas (doravante MPEs) com contundência. Essas unidades produtivas são as mais atingidas pela crise, porque possuem estrutura organizacional simples, dependem fortemente de capital de terceiros e revelam sérios problemas de gestão nos momentos de retração das vendas.

Um dos efeitos mais violentos da crise pandêmica – sem precedentes – sobre a economia brasileira pode ser observado por intermédio do fechamento de negócios, em especial das MPEs. Para medir alguns dos prejuízos causados pela recessão, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calculou o fechamento de 522,7 mil empreendimentos de um total de 1,3 milhão que encerraram suas atividades, temporária ou





FOTO: FREEPIK



522,7 mil EMPRESAS

**ENCERRARAM SUAS ATIVIDADES NA
PRIMEIRA QUINZENA DE JUNHO**

Fonte: IBGE.

258,5 mil SERVIÇOS

192 mil COMÉRCIOS

RAMOS MAIS AFETADOS

54 mil

HOTÉIS E Pousadas

Fonte: CNC.

39,5 mil

BARES E RESTAURANTES

1,7 mil

TRANSPORTE RODOVIÁRIO

definitivamente, na primeira quinzena de junho de 2020. Até esse período, não suportaram o peso da conjuntura cerca de 518,4 mil MPEs (99,3% do total). Desse conjunto, aproximadamente 258,5 mil eram de serviços e 192 mil de comércio.

Também com o mesmo fim, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) objetivou computar os efeitos da pandemia apenas sobre o comércio durante o segundo trimestre, quando a situação revelou-se mais crítica. Segundo a CNC, mais de 135 mil estabelecimentos fecharam suas portas definitivamente. Utilidades domésticas, vestuário, tecidos, calçados e acessórios e comércio automotivo teriam sido os segmentos mais atingidos.

Noutro trabalho dessa entidade, procurou-se computar a mortalidade dos negócios nas atividades típicas do turismo. Dessa vez, a CNC encontrou números menores, mas também preocupantes. O impacto da conjuntura sobre os negócios significou o fechamento de 50 mil estabelecimentos – cerca de 16,7% do total. O maior número de baixas ocorreu no segmento de hotéis e pousadas (54 mil), seguido de bares e restaurantes (39,5 mil) e de transporte rodoviário (1,7 mil).

A partir do último terço de março, o combate ao coronavírus ensejou num panorama jamais

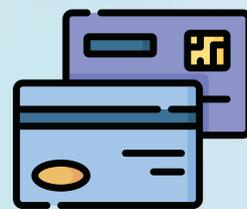
vivido pelos agentes econômicos: fechamento dos estabelecimentos considerados não essenciais, combinado com o isolamento social – implementação de medidas restritivas ao funcionamento dos negócios e à mobilidade social.

Nessas condições, as empresas, em geral, nas quais se enquadram os empreendimentos que operam na modalidade franquias empresariais (excetuando o ramo de supermercados e farmácias, por exemplo), sofreram dois baques simultâneos: choques de oferta e de procura, que acabaram por comprometer a capacidade de funcionamento e o seu resultado produtivo, pela obrigatoriedade de fechamento da unidade e o desaparecimento dos consumidores. Tais circunstâncias levaram ao tombo histórico do PIB de 9,7% no segundo trimestre de 2020, processo que representou a verticalização da diminuição da taxa de (-) 1,5% do primeiro trimestre.

Diante do quadro hostil à produção e ao emprego, o governo adotou um cardápio variado de medidas que visaram à aliviar a situação. O Banco Central interveio tomando uma série de medidas que aumentaram a liquidez do sistema para que os bancos pudessem emprestar, estimulando o mercado bancário, enquanto o governo se esforçou no que podia para mitigar o impacto recessivo sobre



R\$ 32,2 bilhões



EM CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS POR MEIO DO PRONAMPE

FOTO: FREEPIK

VANTAGENS DO PRONAMPE

- Carência de até 8 meses
- Prazo de 36 meses
- Juros na casa de 1,25% ao ano mais taxa Selic (2,0%)

as empresas, com medidas como a diminuição da taxa Selic, o diferimento do pagamento de impostos, a transferência de renda diretamente para a população de baixa renda, o incremento do déficit fiscal, o lançamento de linhas de crédito com aval do Tesouro Nacional, dentre muitas outras.

Desde a sua implementação, o Programa Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Pronampe) tem se constituído na principal linha de crédito graças às condições vantajosas. Carência de até 8 meses, com prazo de pagamento em 36 meses e juros na casa de 1,25% ao ano, mais taxa Selic (2,0%), o Pronampe se sobressai pelo custo reduzido, contando com aval do governo. Por meio dessa linha, as MPEs já oportunizaram R\$ 32,2 bilhões para o equilíbrio das suas operações.

Frente às características favoráveis, estuda-se uma terceira rodada do Pronampe, desta vez, com recursos de R\$ 10 bilhões, porém em condições diferenciadas de maneira a propiciar aos bancos emprestem mais e com maior risco – os juros seriam maiores e o governo reduziria o volume da garantia.

As pressões empresariais dão-se no sentido de tornar o Pronampe uma política pública permanente – algo parecido com o Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar).

Noutro viés, o governo negocia com os parlamentares para que isso não aconteça, que a vigência do programa ocorra somente durante a crise, uma vez que poderá comprometer a situação fiscal.

Enquanto as empresas buscam sobreviver, com ou sem empréstimos, a incógnita de como ficará o mercado, após o encerramento dos programas de transferência de renda, alimenta algumas perspectivas desfavoráveis para o ano que vem.

Por ora, especialistas estimam produto interno de 3,5% em 2021, configurando avanço do processo de recuperação econômica, iniciado a partir de maio, gradualmente.

Ano que vem, é esperada a disseminação da vacina contra a covid-19 entre a população. Pode ser que o “novo normal” acarrete na resignificação do mercado e, dessa forma, as vendas possam voltar a crescer mais sustentadamente, ainda que seja sobre uma base de comparação muito baixa.



Antonio Everton Chaves Junior

Economista da CNC e coordenador privado do Comitê Temático Investimento, Financiamento e Crédito da SEPEC do Ministério da Economia

A IMPORTÂNCIA DAS MARCAS

O economista Joseph Schumpeter já previa, ainda na década de 1940, que, diante da evolução de novas tecnologias, os ciclos de inovação seriam cada vez menores. Ele estava certo: a cada dia, surgem novos produtos, novos serviços e novos modelos de negócio. E, para cada inovação, quaisquer que sejam o tamanho da empresa ou a complexidade do empreendimento, a marca se destaca como um dos principais elementos do sucesso empresarial.

Pesquisas recentes têm demonstrado que bons gestores acreditam que os recursos intangíveis mais importantes são a reputação da empresa e o *know-how*, que podem ser encontrados em algum *software* ou no quadro geral de pessoal, os quais podem ser função da própria cultura daquele empreendimento. Em suma: a marca diz muito sobre a reputação da empresa e inspira funcionários.

Um dos casos mais famosos sobre o real valor de uma marca é o da empresa Nike. A essência da empresa está na marca e na pesquisa e desenvolvimento (P&D) de novos produtos, que são fabricados em outros países.

Outro exemplo de que a marca (o sinal, letra, cor, logotipo) identifica com sucesso e relevância um determinado produto é o famoso M da rede mundial de lanchonetes McDonald's.

Tanto a marca quanto o *know-how* estão presentes no contrato de franquia e são considerados bons modelos de negócio com o uso de contratos de licenciamento.

Nesse contexto, as perguntas que ficam são as seguintes: qual a importância da marca para os negócios de franquia e em qual momento o empreendedor deve pensar na sua marca?

É a marca que irá identificar o produto ou serviço de um empresário. Ela é responsável por conectar o cliente ao produto ou serviço. Por isso, o empresário deve ter muito cuidado na hora de pensar, de construir e de proteger uma marca, já que ela é fundamental, por refletir, como dito, os valores pensados pelo empreendedor para o seu empreendimento.

Outro ponto relevante é que o tamanho da empresa não importa quando se trata de proteção da marca: microempresas, empresas de pequeno porte e grandes empresas, sem distinção, devem ter a cautela de proteger seus bens intangíveis, e a marca é, sem sombra de dúvidas, o mais importante deles.

O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), com o objetivo de mostrar a importância do assunto e de fazer com que os empreendedores protejam sua marca desde o início dos seus negócios, listou algumas dicas na hora de construí-la.¹ São elas:



é importante que a estratégia e o posicionamento da empresa estejam bem definidos. O empreendedor deve

ter o entendimento claro do que o negócio é hoje e como pretende que seja amanhã, considerando as atividades e o público do empreendimento, sem esquecer aspectos como ética, confiabilidade e os pontos que destacam a empresa na concorrência;





o desenho da marca tem que comunicar. A construção envolve pesquisa e reconhecimento. Além disso, precisa ser original e atraente, informando com objetividade os pontos fortes do negócio;



toda marca precisa de identidade verbal e visual. É assim que ela ganha legitimidade nos discursos escrito e falado ou em imagem para ser aplicada nos materiais da empresa;



é preciso planejamento para ativar a marca. O empreendedor deve estudar onde e como vai começar a divulgar a marca; o público e o alcance; e qual a relação custo e benefício nesse processo; e



a gestão da marca deve alinhar todo o universo da empresa, desde o produto até o ambiente. Materiais impressos e digitais, arquitetura e decoração precisam comunicar-se uns com os outros, de forma a valorizar a imagem do negócio e garantir consistência e continuidade no uso da marca.

Dessa forma, uma marca bem construída e consolidada no mercado poderá ser objeto de licença, trazendo ganhos como *royalties*, algo comum nos contratos de franquia. Ademais, o licenciamento faz a marca alcançar um mercado mais amplo, estabelece padrões e permite acesso à tecnologias complementares.

As marcas podem apenas identificar um produto ou serviço, diferenciando-os dos demais existentes no mercado. Essa é a principal função de uma marca. Mas ela também pode atestar uma determinada certificação (como a ISO 9001) ou assegurar a procedência de produtos ou serviços (é o caso da marca coletiva).

Além disso, as marcas podem ser nominativas (protegem apenas o nome escrito), figurativas (protegem o símbolo da marca), mistas (protegem

o nome e o símbolo) ou tridimensionais (protegem a embalagem de determinado produto ou serviço).

Uma vez criada a marca, é preciso adotar as providências para protegê-la. Mas é imprescindível que essa estratégia seja definida desde o início do empreendimento, a fim de evitar pendências por eventual colidência com outras já registradas. Tais conflitos podem gerar altos custos judiciais, além do possível custo de ter que trocar a marca posteriormente.

O registro das marcas é realizado no Instituto Brasileiro de Propriedade Industrial (INPI), e atualmente o procedimento é totalmente digital.

Registrada a marca, a proteção será de 10 anos, podendo esse prazo ser renovado por igual período sucessivas vezes, ilimitadamente.

No contexto das franquias, a licença da marca está no bojo do próprio contrato de franquia. Além disso, constam diretrizes para o cuidado da marca, que, geralmente, é de titularidade do franqueador.

Logo, a marca se faz importante em qualquer negócio, devendo ser pensada desde a criação até a proteção desse patrimônio intangível que possui, muitas vezes, um valor maior do que o próprio estoque da empresa.

André Santa Cruz



Procurador Federal, doutor em Direito Empresarial e diretor do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração do Ministério da Economia

Caio Sanas



Advogado; Presidente da Comissão de Direito Empresarial da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) de São José dos Campos/SP

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.





MULT

AUTORIDADE CERTIFICADORA

Emita o seu
Certificado Digital por
Videoconferência

Utilize
o nosso
e-commerce

Torne-se
um parceiro
MULT





“PRECISAMOS REORGANIZAR O SISTEMA TRIBUTÁRIO BRASILEIRO EM UM NOVO PACTO FEDERATIVO”

Marcos Pereira (REP/SP) tem como uma de suas principais bandeiras a diminuição de impostos para MPEs. Ele afirma que o Estado precisa tirar o peso de quem gera oportunidades, trabalho e renda, e que isso pode ser feito por meio da reorganização do sistema tributário.



FOTO: MICHEL JESUS | CÂMARA DOS DEPUTADOS

Marcos Antônio Pereira, capixaba de 48 anos, é advogado, professor, bispo licenciado da Igreja Universal do Reino de Deus e deputado eleito por São Paulo em 2018, pelo partido Republicanos. Atualmente, exerce também o cargo de 1º vice-presidente da Câmara dos Deputados e do Congresso Nacional do Brasil. Já foi ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e é o presidente nacional de seu partido. À frente do ministério, participou de eventos em 16 países e celebrou diversos acordos comerciais, com o objetivo de fortalecer a indústria nacional. Ele conseguiu, e recolocou o País na rota de grandes eventos econômicos internacionais. Por fim, e não menos importante, é casado, há 26 anos, com Margareth Pereira, seu grande amor do colégio.

Deputado, o senhor tem uma biografia forte, de luta, com dificuldades e com muitas conquistas. Como sua história pessoal influencia na sua trajetória política?

DEP. MARCOS PEREIRA – Eu sei o que é a dor, o desprezo, a miséria. Sou filho de uma empregada doméstica que engravidou do patrão. Nasci às margens da BR-101, em Linhares, no Espírito Santo, e fui entregue a um casal imediatamente após o meu nascimento. Até meus cinco anos, vivi com esse casal e, com a separação deles, fui morar com minha avó paterna adotiva. Até meus 19 anos, quando me casei, não tinha documentos.

Enfim, foi uma vida de muita luta. Hoje, tenho a oportunidade de trabalhar por pessoas como eu, que são a maioria no Brasil. Gente que luta, que trabalha, que se esforça para ser alguém na vida. É assim que conduzo meu trabalho político.

O senhor ganhou respeito no meio político pela capacidade de aglutinar forças e construir diálogos. Como a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, presidida pelo Deputado Gonzaga Patriota, poderia ser fortalecida na defesa dos interesses socioeconômicos das empresas que atuam no Sistema de Franquia Brasileiro?

DEP. MARCOS PEREIRA – Fui ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços por quase dois anos. Nesse período, tive a oportunidade de me aproximar do setor produtivo brasileiro e conhecer por dentro os problemas enfrentados por quem empreende no Brasil. Não apenas no Sistema de Franquias, mas em todos os setores, costumo dizer que se o governo não atrapalhar já ajuda. Por isso atuei como ministro no sentido de desburocratizar tudo que foi possível, e agora como deputado tenho pautado minha atuação no mesmo sentido. Temos que tirar o peso do Estado de cima de quem gera oportunidades, trabalho e renda.

A educação, a geração de empregos e a diminuição de impostos são algumas de suas bandeiras. Na opinião do senhor, qual o papel das micro e pequenas empresas (MPEs) que, atualmente, representam 97% de todas as empresas do País, na retomada do crescimento econômico pós-pandemia?

DEP. MARCOS PEREIRA – As MPEs são também aquelas que mais geram empregos no País. Nas crises que enfrentamos recentemente, foram elas que seguraram firmemente a manutenção dos postos de trabalho, enquanto empresas de médio e grande porte foram obrigadas a demitir. Aprova-



FOTO: ANTÔNIO AUGUSTO | CÂMARA DOS DEPUTADOS

mos, na Câmara Federal, o socorro às MPes neste período de pandemia e precisamos reorganizar o sistema tributário brasileiro em um novo pacto federativo. Assim, a maioria dessas MPes poderão ter ainda mais liberdade para empreender e seguir gerando emprego e renda.

As MPes ainda sofrem com a falta de amparo do Estado para se manterem de pé. Nesse sentido, existe algum projeto que pode vir a favorecê-las?

DEP. MARCOS PEREIRA – Um dos maiores desafios das MPes são as poucas linhas de créditos disponíveis. Embora tenhamos

aprovado crédito para esse período de pandemia, faltam iniciativas que permitam fazer o dinheiro chegar, de fato, na ponta da linha. Creio que esse seja um caminho importante a ser trilhado concomitantemente à desburocratização e à redução de impostos. Trata-se de um trabalho de médio e longo prazo que precisa ser enfrentado desde já.

As franquias, que em 2019 movimentaram R\$ 186 bilhões e geraram 1,3 milhão de empregos diretos, tiveram queda na receita por conta do novo coronavírus. Diversas fecharam. Isso afetou diretamente o mercado de trabalho

“

Temos que tirar o peso do Estado de cima de quem gera oportunidades, trabalho e renda

”



FOTO: LUIS MACEDO | CÂMARA DOS DEPUTADOS

e a economia do País. O que pode ser feito por esse segmento dentro do Congresso Nacional?

DEP. MARCOS PEREIRA – Em 2019, o Congresso Nacional aprovou o marco legal do *franchising*, que foi um importante momento para o setor. Bato na tecla da desburocratização e da facilitação de negócios que devem envolver União, estados e municípios. Por isso, a importância de um novo pacto federativo. Devemos atacar o problema de forma geral e não setorializada, pois os regimes especiais nunca são uma solução estrutural, que é o que o Brasil precisa hoje.

De todas as suas realizações no atual mandato, o que o senhor reputa como mais relevante para a sociedade brasileira?

DEP. MARCOS PEREIRA – Mantenho uma postura receptiva ao setor produtivo brasileiro, do mesmo modo que me comportei como ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Aprovamos a reforma da Previdência, tão necessária para reequilibrar as contas, e a Lei da Liberdade Econômica (LLE), por exemplo. Mas esse ano atípico nos fez redirecionar os esforços ao combate à pandemia. A Câmara dos De-

putados atuou de forma responsável e rápida na aprovação de todas as medidas sanitárias, econômicas e sociais, entre elas o auxílio emergencial para trabalhadores brasileiros.

O nome do senhor circula nos corredores da Câmara como candidato a sucessor do Rodrigo Maia, atual presidente da Casa. Caso se eleja, quais transformações pretende fazer na Câmara dos Deputados?

DEP. MARCOS PEREIRA – Quando me candidatei a vice-presidente da Câmara, disse que trabalharia pela independência e autonomia do Poder Legislativo, respeitando todas as forças políticas e colorações partidárias. Assim, tenho me comportado desde então. Acredito que posso consolidar esse trabalho de resgate da imagem da Câmara Federal como a legítima casa do povo brasileiro, cumprindo seu papel constitucional de representar a nação, construir leis eficientes, modernizar o País e exercer um importante contraponto aos demais poderes, claro, com harmonia, muito diálogo e respeito.

Historicamente, o senhor e seu partido têm sido alinhados aos ideais republicanos e cristãos do presidente Bolsonaro. O que mudaria na relação com o Executivo, caso o senhor assumira a presidência da Casa?

DEP. MARCOS PEREIRA – Minha conduta será a mesma que sempre me guiou tanto na minha vida privada quanto na atuação pública. Sigo fiel aos meus valores, porém dialogando com todas as forças políticas e partidárias constituídas. Quem convive comigo sabe que sou um homem de convicções firmes, mas de relacionamento fácil e aberto ao contraditório.

Qual sua concepção da reforma administrativa? Está de acordo com as mudanças propostas?

DEP. MARCOS PEREIRA – Toda reforma que é proposta desperta as mais variadas reações de setores diferentes. Foi assim com as reformas política e da previdência, e não será diferente com a administrativa e a fiscal. Mas elas precisam ser enfrentadas, pois penso que é preciso modernizar o Estado brasileiro. A proposta inicial pode e deve ser aperfeiçoada e o Congresso Nacional é o *locus* adequado para esses debates. O mais importante é construir um consenso, mínimo que seja, capaz de levar a proposta adiante.



Aprovamos na Câmara Federal o socorro às MPEs neste período de pandemia e precisamos reorganizar o sistema tributário brasileiro



E sobre a reforma tributária? Acredita que ela vai simplificar e modernizar o sistema tributário brasileiro?

DEP. MARCOS PEREIRA – Sim, acredito que o Brasil precisa passar pela reforma tributária e, em especial, por um novo pacto federativo. Temos um sistema altamente burocrático e complicado que atrapalha a vida de quem quer empreender e gerar negócios no País. Na minha passagem pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços,

consegui implantar 37 medidas de desburocratização que facilitaram a vida, em especial, dos operadores de comércio exterior, de industriais e de serviços. A reforma tributária, por si só, não resolverá o problema, se não vier acompanhada de uma mudança estrutural e cultural em todas as demais frentes.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista, MBA em Marketing e pós-graduado em Gestão da Comunicação e em Crise de Imagem

VOCÊ JÁ OUVIU FALAR DO PRONAMPE?

O Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) é um programa de governo destinado ao desenvolvimento e ao fortalecimento dos pequenos negócios, instituído pela Lei nº 13.999, de 18 de maio de 2020, a qual também alterou as seguintes Leis:

- **Lei nº 13.636, de 20 de março de 2018** – Dispõe sobre o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO);
- **Lei nº 10.735, de 11 de setembro de 2003** – Dispõe sobre o direcionamento de depósitos à vista captados pelas instituições financeiras para operações de crédito destinadas à população de baixa renda e aos microempreendedores; e
- **Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999** – Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OCIP).

A QUEM SE DESTINA O PRONAMPE?¹

O Pronampe é destinado às pessoas as quais se referem os incisos I e II do caput do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, considerada a receita bruta auferida no exercício

de 2019. Ou seja, microempreendedores individuais (MEIs), microempresas e empresas de pequeno porte são os principais beneficiários do Programa. Ver Tabela 1.

QUAL É A FONTE DE RECURSOS PARA AS OPERAÇÕES DE CRÉDITO DO PRONAMPE?

A fonte de recursos para operar o Pronampe é das próprias instituições operadoras e não haverá aporte de recursos do governo. Na realidade, o Pronampe é um programa de garantia operado por meio do FGO (Fundo Garantidor de Operações). Assim, como disposto no § 4º do art. 6º da Lei nº 13.999, de 18 de maio de 2020, as instituições financeiras participantes do Pronampe operarão com recursos próprios e poderão contar com garantia a ser prestada pelo FGO de até 100% do valor de cada operação garantida.

QUAIS SÃO AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS OPERADORAS?

Poderão aderir ao Pronampe: Banco do Brasil S.A.; Caixa Econômica Federal; Banco do Nordeste do Brasil S.A.; Banco da Amazônia S.A.; bancos estaduais e agências de fomento estaduais; cooperativas de crédito e bancos cooperados; instituições integrantes do sistema de pagamentos brasileiro; plataformas tecnológicas de serviços financeiros (*fintechs*); organizações da sociedade civil de interesse público de cré-



FOTO: FREEPIK

“As operações de crédito poderão ser utilizadas para investimentos e capital de giro isolado ou associado ao investimento”

dito; e demais instituições financeiras públicas e privadas autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

QUAIS SÃO AS CONDIÇÕES GERAIS DO PRONAMPE PARA O LIMITE DE OPERAÇÕES POR EMPRESA?

A empresa operou durante todo o ano de 2019?

A empresa poderá tomar empréstimos de até 30% da receita bruta anual registrada em 2019. Veja na Tabela 2 alguns exemplos.

A empresa iniciou suas atividades durante os anos de 2019 ou 2020?

Para empresas com menos de 1 ano de funcionamento, o limite de empréstimo será de até 50% do capital social ou até 30% da média do faturamento mensal de 12 meses, o que for mais vantajoso. Veja o exemplo da Tabela 3.

Nesse exemplo, para as empresas A, B, C é mais vantajoso fazer o empréstimo considerando o capital social. Apenas para a empresa D é mais vantajoso obter o empréstimo pela média do faturamento mensal. Note que somente é mais vantajoso pela média do faturamento, se essa for superior ao capital social + 70%.

FINALIDADE DO CRÉDITO

As operações de crédito poderão ser utilizadas para investimentos e capital de giro isolado ou

associado ao investimento. Isso significa que as micro e pequenas empresas (MPEs) poderão usar os recursos obtidos para realizar investimentos (adquirir máquinas e equipamentos, realizar reformas) e/ou para despesas operacionais (salário dos funcionários; pagamento de contas como água, luz, aluguel; compra de matérias primas ou mercadorias, entre outras).

***É proibido o uso dos recursos para distribuição de lucros e dividendos entre os sócios do negócio.**

TAXA DE JUROS

A taxa de juros máxima é igual à taxa do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia (Selic) acrescida de 1,25% ao ano.

TX MÁXIMA ANUAL

(SELIC + 1,25%) x Valor do Empréstimo

QUAL PRAZO DE PAGAMENTO E CARÊNCIA?

As parcelas do empréstimo deverão ser quitadas no prazo máximo de 36 meses. Ou seja, a empresa tem 36 meses para pagar, já incluída a carência de 8 meses, período no qual não há desembolso inicial do empresário.

GARANTIAS

Deverá ser exigida somente garantia pessoal referente ao valor do empréstimo acrescido dos encargos. Nos casos de empresas constituídas e em funcionamento há menos de 1 ano, a garantia pessoal poderá alcançar até 150% do valor contratado mais acréscimos. Ver Tabela 4.

As instituições financeiras que aderirem ao Pronampe poderão requerer a garantia do FGO, regido pela Lei nº 12.087, de 11 de novembro de 2009, e administrado pelo Banco do Brasil, em até 100% do valor da operação garantida.

Entretanto, a garantia será limitada à até 85% da carteira de cada agente financeiro, nos termos do estatuto do FGO, permitindo ao estatuto segre-



gar os limites máximos de cobertura da inadimplência, de acordo com as características das instituições financeiras, das carteiras e por períodos, com as primeiras perdas da carteira de responsabilidade do FGO.

RECURSOS E FASES DO PROGRAMA

O FGO teve um aporte inicial na própria Lei nº 13.999, de 20 de março de 2018, da União, no valor de R\$ 15,9 bilhões destinados à lastrear as operações de crédito contratadas junto aos agentes financeiros operadores do Pronampe, o que se passou a denominar de 1ª fase do Programa.

Em um outro momento, na 2ª fase do Programa, a União pode aumentar sua participação no FGO, conforme previsto no art. 20 da Lei nº 14.043, de 19 de agosto de 2020. Dessa forma, foi publicada a Medida Provisória (MP) nº 997, de 31 de agosto de 2020, acrescentando mais R\$ 12 bilhões ao Programa.

Atualmente, está em andamento a proposta de 3ª fase do Programa², já aprovada no Senado Federal e em análise na Câmara dos Deputados. Nessa fase, o aporte pode chegar a mais R\$ 10 bilhões, pois seriam os recursos do Programa Emergencial de Suporte a Empregos (Pese) devolvidos à União em conformidade com os §§ 4º e 5º do art. 10 da Lei nº 14.043, de 19 de agosto

de 2020, visto que dos R\$ 17 bilhões alocados.³ Pese, foram emprestados apenas R\$ 7 bilhões. Por fim, a expectativa é de que o Programa se torne permanente, a depender de decisão do Ministério da Economia.

Em síntese, a proposta discutida, atualmente, na Câmara, e já aprovada no Senado, é de transferir o saldo remanescente do Pese, lançado para financiar o pagamento de salários durante os primeiros meses da crise, para o FGO, que abastece o Pronampe.

QUAL O PÚBLICO IMPACTADO E OS RECURSOS CONCEDIDOS?⁴

De acordo com dados obtidos no sítio virtual do Programa, informações disponibilizadas pela “Gerência Modelagem de Informações de Fundos e Programas”, base de 3 de dezembro de 2020, as seguintes instituições financeiras estavam operando: Agência de Fomento de Goiás; Ailos – Cooperativa Central de Crédito; Badesul Desenvolvimento S.A.; Banco da Amazônia S.A.; Banco Digimais S.A.; Banco do Brasil S.A.; Banco Topazio S.A.; Bancoob; Banestes SA – Banco do Estado do Espírito Santo; Banrisul; BDMG; BNB – Banco do Nordeste do Brasil; Bradesco; Caixa Econômica Federal; Itaú Unibanco S.A.; Santander; Sicredi; e Unicred do Brasil. Ver Tabela 5.

Tabela 1 – A quem se destina o Pronampe?

PORTE	RECEITA BRUTA ANUAL	
MEI	Até	R\$ 81.000,00
Microempresa	Igual ou inferior	R\$ 360.000,00
Empresa pequeno porte	Igual ou inferior	R\$ 4.800.000,00

Fonte: BRASIL, 2006.

Tabela 2– Exemplos de limites para empresas

PORTE	RECEITA BRUTA ANUAL	LIMITE DA OPERAÇÃO
MEI	R\$ 40.000,00	R\$ 12.000,00
	R\$ 81.000,00	R\$ 24.300,00
Microempresa	R\$ 200.000,00	R\$ 60.000,00
	R\$ 360.000,00	R\$ 108.000,00
Empresa pequeno porte	R\$ 800.000,00	R\$ 240.000,00
	R\$ 4.800.000,00	R\$ 1.440.000,00

Fonte: Portal Sebrae e Portal do Empreendedor.

Tabela 3 – Exemplos de limites para empresas com menos de 1 ano

PORTE	CAPITAL SOCIAL	VALOR EMPRÉSTIMO PELO CAPITAL SOCIAL (50%)	MÉDIA DO FATURAMENTO MENSAL	VALOR EMPRÉSTIMO PELO FATURAMENTO (30%)
Empresa A	R\$ 50.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 9.000,00
Empresa B	R\$ 50.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 75.000,00	R\$ 22.500,00
Empresa C	R\$ 100.000,00	R\$ 50.000,00	R\$ 160.000,00	R\$ 48.000,00
Empresa D	R\$ 100.000,00	R\$ 50.000,00	R\$ 170.000,00	R\$ 51.000,00

Fonte: Portal Sebrae e Portal do Empreendedor.

Tabela 4 – Limites máximos de garantias exigidas

EMPRESA	MONTANTE	GARANTIA
Operou durante 2019	Empréstimo + encargos	100%
Iniciou em 2019/2020 (menos de 1 ano)	Empréstimo + encargos	150%

Tabela 5 – Números do Pronampe

PÚBLICO ALVO	EMPRESAS	OPERAÇÕES	VALOR CONTRATADO	VALOR MÉDIO
Microempresa	197.788	205.105	8.275.845.617,96	40.349,31
Pequena empresa	242.597	269.010	24.434.516.382,60	90.831,26
Total geral	439.864	474.115	32.710.362.000,56	68.992,46

Fonte: BB/Gerência Modelagem de Informações de Fundos e Programas.

“É proibido o uso dos recursos para distribuição de lucros e dividendos entre os sócios do negócio”

É importante frisar que a disparidade dos números acima, os quais são diferentes dos valores concedidos em relação aos disponibilizados ao Pronampe (R\$ 15,9 bilhões na primeira fase e outros R\$ 12 bilhões na segunda fase do financiamento, totalizando R\$ 27,9 bilhões), se dá porque a garantia do FGO é de até 85% dos valores de carteira.

Com certeza, o financiamento do Pronampe a uma taxa equivalente à Selic, hoje em 2% ao ano (reuniões 232º a 234º do Comitê de Política Monetária – Copom),⁴ mais 1,25% sobre o valor concedido, com prazo de 36 meses para pagamento (inclusive a carência), na prática, é a condição mais vantajosa em comparação a outras linhas de financiamento no Brasil.

Nesse sentido, o Pronampe se constituiu em um programa muito bem-sucedido, alocando recursos para as empresas de menor faturamento anual. Os primeiros programas do governo tiveram o foco em empresas de faturamento acima de R\$ 360.000,00 e emprestaram, até a primeira semana de dezembro, conforme os últimos dados disponíveis, cerca de R\$ 32,7 bilhões (Tabela 5). Assim, esses recursos atenderam a 474.115 operações de crédito para 439.864 micro e pequenas empresas.

Assim, ainda que não tenha havido uma grande alavancagem do crédito no âmbito do Pronampe,

dada a garantia de 100% do valor da operação com até 85% da carteira de cada agente financeiro, houve um amplo espectro de medidas que garantiram a expansão do crédito total. Provavelmente, o Pronampe forçou as instituições financeiras a reverem suas políticas, visto que o crédito delas às micro e pequenas empresas totalizou, até setembro de 2020, conforme os últimos dados disponíveis, cerca de R\$ 272 bilhões, com aumento por volta de 32% em relação ao mesmo período do ano anterior, ou seja, um aumento de R\$ 67 bilhões.⁶

Os números já alcançados por esse Programa Nacional colocam o Brasil no rumo de melhorias no ranking mundial “financiamento de pequenos negócios” (World Economic Forum – Financing of SMEs) e de grandes políticas nacionais voltadas para o empreendedorismo.

Por fim, teremos pela frente a aprovação da 3ª fase – o grande desafio da efetiva perenização do Programa e de novos recursos, ainda que haja novas taxas e novos prazos para viabilizar a sua perenidade junto ao governo. O Congresso Nacional⁷ vem debatendo e, talvez, em 2021, ainda tenhamos mais propostas de projetos de leis.



Edivan do Socorro F. de Miranda

Mestre em Administração e servidor público da Secretaria Especial de Modernização do Estado



Giovanni Silva Beviláqua

Doutor em Economia e Analista Técnico do Sebrae Nacional

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



OS IMPACTOS DA LGPD NOS EMPREENDEMENTOS QUE OPERAM NO SISTEMA DE FRANCHISING BRASILEIRO

Entre os desejos perseguidos por todos nós, empresários ou não, seguramente podemos listar a capacidade de prever o futuro, antecipar ações e influenciar pessoas. O que parecia, até pouco tempo, impossível. Entretanto, hoje, falamos naturalmente em IoT (internet das coisas), inteligência artificial e perfilamento de interesses.

O uso ampliado da tecnologia, associado ao processo contínuo de coleta de dados vinculados aos indivíduos e de hábitos de consumo e à criação de grandes bancos de dados, cria oportunidades para novos negócios e permite a melhor definição de como vender, do que vender e para quem vender. Isso é excepcional!

Mas existe limite? Qual a potencialidade danosa de grandes processamentos de dados? Até quando o uso de dados de um indivíduo é permitido? Quando esse uso é bom ou ruim para a pessoa que confiou a informação para quem a processa? O uso de dados de pessoas, quando processados, pode revelar informações que o titular não tinha o interesse de tornar público ou disponível.

É no contexto dessas dúvidas que, embora tardiamente, surge no ordenamento jurídico brasileiro a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – um instrumento forte, de inspiração internacional, com objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.



FOTO: FREEPIK

“O processamento acelerado de dados pessoais tem, ao longo dos últimos anos, transformado mercados e influenciado pessoas”

Publicada em agosto de 2018, a LGPD entrou em vigor no dia 18 de setembro de 2020. O longo período entre a publicação e a vigência foi previsto pelo legislador, que já compreendia os impactos da proposta, uma vez que a adequação à Lei exige adaptações de processos, de tecnologia e de novos alinhamentos contratuais. Na União Europeia, por exemplo, o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), publicado em 2016, teve sua vigência iniciada em maio de 2018.

A LGPD nos apresenta novos conceitos, como o de “Controlador”, sendo aquele “a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais”. Embora, sutilmente, o texto apresentado pela Lei determina a competência de tomar decisões sobre como o tratamento dos dados pessoais deve ocorrer, limitando as ações de outras partes (operadores) que os recebem para uma ação de administração, mas sem competência para determinar novas ações sobre a informação.

Também somos apresentados ao “Encarregado de Proteção de Dados”: aquele que deve “atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados”. Uma pessoa (física ou jurídica) que será canal de comunicação da empresa, mas que terá outras obrigações no processo de tratamento de dados, avaliando e aprovando medidas de segurança para a proteção dos dados pessoais.

Temos a criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), que terá importante papel para efetivação dos valores e dos objetivos da LGPD. Será dela a competência de regulamentação da Lei, assim como a avaliação de irregularidades e a definição da aplicação de sanções.

UM NOVO CENÁRIO PARA UM NOVO TEMPO

O processamento acelerado de dados pessoais tem, ao longo dos últimos anos, transformado mercados e influenciado pessoas. Contudo, embora a legislação nos apresente novos conceitos e obrigações, parte importante dos seus objetivos está presente no direito brasileiro.

O direito à privacidade, em discussão ampla desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), é previsto em nossa Constituição Federal da República (1988), que definiu a intimidade e a vida privada como direitos fundamentais, conforme disposto nos incisos X, XI, XII e LX de seu artigo 5º. Esses dispositivos trataram da privacidade como “direito de estar só”, a qual foi protegida pela inviolabilidade do domicílio, do sigilo telefônico, de correspondência, de comunicações telegráficas e de dados.

Os artigos 347, 363 e 406 do Código de Processo Civil (2015) protegeram indiretamente o direito à privacidade ao assegurarem o direito da parte ou de terceiro de não depor sobre fatos ou de exibir coisas que revelem fatos “a cujo respeito, por estado ou profissão, deva guardar sigilo”.

Também protegeram o direito à privacidade, em seu aspecto de liberdade negativa, os tipos penais de “violação de correspondência”, “violação de comunicação telegráfica, radioelétrica ou telefônica”, “divulgação de segredo”, “violação do segredo profissional”, “invasão de dispositivo informático” e “violação de sigilo funcional”, descritos nos arts. 151, 153, 154, 154-A e 324, previstos no Código Penal, Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940.

Ou seja, não estamos diante de uma novidade, mas de um necessário reconhecimento da ur-



gência de cuidar de dados pessoais, orientando nossas ações para um tratamento de dados que se pautem por fundamentos e princípios que preservem e protejam o indivíduo.

Importante destacar que, por fundamento, a LGPD estabelece, no art. 2, que a proteção de dados pessoais deverá observar: “i - o respeito à privacidade; ii - a autodeterminação informativa; iii - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; iv - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; v - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; vi - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e vii - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais”.

Destaco os itens V e VI como indispensáveis para a compreensão de que a LGPD não é uma legislação que impõe restrições ao desenvolvimento de negócios. Pelo contrário, os estimula e apoia. Ao incluir entre seus fundamentos os desenvolvimentos tecnológico, econômico e inovativo, a Lei expressa claramente sua proposta de contribuir com um ambiente produtivo e inovador.

O que a LGPD limita é o uso indevido da informação, estabelecendo critérios como finalidade, adequação e necessidade para que os dados pessoais sejam tratados. Requer segurança, boas práticas de conduta, equipe treinada e habilitada a tratar dados sem causar impactos ao titular.

Para alcançar esses objetivos, a LGPD prevê sanções que podem inviabilizar a continuidade do negócio, como a exclusão do banco de dados e pesadas multas, podendo chegar a 2% do faturamento/ano. Entretanto, motivados pelos impactos da pandemia da covid-19, a aplicação das sanções está suspensa até agosto de 2021. Contudo, a suspensão das sanções não é motivo para não se preocupar com a LGPD.

Entre as medidas que a Lei carrega como obrigação, estão o tratamento seguro de dados, as evidências de boas-práticas e a gestão de incidentes de informação, assim como estabeleceu novos direitos aos titulares, que podem ser exercidos desde o último mês de setembro.

Para exemplificar os direitos dos titulares, podemos citar a transparência no tratamento de dados pessoais. Ou seja, o controlador deve informar como tais dados são tratados, indicando a finalidade e as condições gerais de proteção, da mesma forma eventuais transferências desses. Em alguns casos, como na administração de informações de criança, será necessário gerenciar o consentimento do titular.

Outros direitos que devem ser observados pelo Controlador estão relacionados, por exemplo, aoeticionamento de informações e à alteração, à portabilidade e à exclusão de dados. Casos em que a LGPD define forma e prazo para cumprimento, a saber 15 dias.



FOTO: FREEPIK

A jornada para adequação LGPD é longa e não existem atalhos ou receitas simples. Exige compreensão da Lei, apoio técnico (jurídico e tecnológico) e muita dedicação dos empresários, uma vez que implica em alterações importantes na cultura das pessoas e das empresas.

Será preciso conhecer o papel da empresa na relação, se controlador ou operador, identificar processos e mapear o uso de dados, para definir finalidade de uso e alinhar novos critérios de tratamento e segurança da informação. Do mesmo modo, uma repactuação de acordos e contratos que envolvam tratamento de dados pessoais se fará necessária. A responsabilidade legal de controladores e operadores é solidária, o que exigirá atenção.

A LGPD é vigente e, embora as sanções administrativas estejam suspensas, existem obrigações que devem ser observadas imediatamente. Nesse sentido, tenha especial atenção com a segurança da informação de sua franqueadora. Revise seu processo de segurança, guarda e compartilhamento de informações. Converse com sua equipe, e incorpore às ações de suporte e apoio à rede de unidades franqueadas indicações

claras sobre riscos cibernéticos, confidencialidade das informações e uso inadequado de celulares (fotos, vídeos, etc). Revise seus processos de trabalho e elimine o uso de dados pessoais desnecessários. Se comunique com aquele que confia dados a você (cliente, funcionário, prestador de serviço) – abra um canal de contato para gerenciar demandas.

Por fim, consulte um profissional para orientar você e sua empresa franqueadora na elaboração e na execução do projeto de adequação à LGPD. As ações de proteção de dados pessoais são contínuas, dia a dia, e devem ser observadas com método e orientação técnica.



João Paulo Gonçalves

Advogado, gestor em Saúde e co-fundador da *Health Data Privacy Office* (HDPO)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.





CIRURGIA[®] SEGURA

Um dos momentos mais delicados na relação médico-paciente está no enfrentamento de **situações adversas não esperadas**. A intercorrência é imprevisível e pode ocorrer em até 10% dos procedimentos cirúrgicos.

O **Cirurgia Segura** garante proteção financeira de até R\$ 150 mil para reembolso de despesas médico-hospitalares. **Proteja suas cirurgias e seus pacientes.**

Contamos também com extensão para infecções*.

*veja as condições em nosso site ou fale com um representante comercial.

Cirurgia Segura:
tranquilidade para você,
segurança para seus
pacientes





TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, MEDIDAS ECONÔMICAS E REGULARIZAÇÃO DE ATIVIDADES

Especialista em economia, o gerente da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional, Enio Duarte, acredita que, se tem um lado positivo na crise causada pela pandemia de covid-19, trata-se da transformação digital. Ele afirma que, neste ponto, aceleramos “iniciativas que iriam acontecer dentro de um horizonte de 1 ou 2 anos”.

Durante o bate-papo, Duarte também tratou sobre as medidas econômicas para o enfrentamento da pandemia anunciadas pelo governo federal nas áreas de crédito e de mercado e sobre a saída de pequenos negócios da informalidade nos últimos dez anos.



Atual gerente da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional, Enio Duarte Pinto passou por algumas das mais renomadas escolas nacionais de formação de executivos, como a FGV, o IBMEC e a Fundação Dom Cabral. Foi professor de Gestão Empreendedora na UNIDF e na UnB e participou de diversos cursos em instituições como INSEAD, em Fontainebleau (França), ILO, em Turim (Itália) e Stainbeis, em Stuttgart (Alemanha).

As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) respondem por mais de 1/4 do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. Juntas, cerca de 9 milhões de MPEs representam 27% do PIB e respondem por 52% dos empregos com carteira assinada e por 40% dos salários pagos no País. Qual a sua opinião sobre o papel desempenhado por esse extraordinário contingente de pequenos negócios, dentre os quais se enquadram empreendimentos franqueados, junto às populações menos favorecidas?

ENIO DUARTE – Esse extraordinário segmento que atua junto às populações mais carentes cumpre importantes e determinantes papéis. O primeiro destaque é a atuação dos pequenos negócios junto ao *agrobusiness*. Nesse País, o agronegócio é um dos vetores econômicos estratégicos que, de fato, deu certo. Por isso, ele gera esses números citados acima, o que representa mais da metade de todos os empregos gerados no território brasileiro. O segundo destaque é que esse formidável segmento também responde com muita velocidade a qualquer sinal de retomada econômica. Como o quadro de colaboradores dos pequenos negócios é muito enxuto, eles participam ombro a ombro com o proprietário do negócio e, por esse motivo, é um quadro pontual para o atendimento daquela demanda específica. As-

sim que o empreendedor percebe um avanço e uma melhora nessa demanda, ele logo contrata. Então, ele responde imediatamente às evoluções de panoramas macroeconômicos. Foi esse setor que “carregou no colo o Brasil”, em termos de geração de emprego, nesse período de crise macroeconômica. Esse público menos favorecido, o pequeno negócio, além de gerar a maior massa de salários e de empregos, quase sempre representa, inclusive, o primeiro emprego. Quase todo brasileiro teve seu primeiro emprego, sua atuação inicial no mercado de trabalho, sua inserção no mercado produtivo, por meio de um pequeno negócio.

Segundo estudos publicados pelo Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o Brasil está no topo dos países mais empreendedores do mundo. As MPEs, que operam em todas as regiões brasileiras, correspondem à 97% de todas as empresas do País, ficando apenas 3% do total com as empresas médias e grandes. O senhor considera as medidas econômicas para o enfrentamento da covid-19, anunciadas pelo governo federal nas áreas de crédito e mercado, suficientes para evitar o fechamento desses pequenos negócios?

ENIO DUARTE – Seguramente o governo está avançando. Ainda não entregou o todo do paco-

te, mas está acertando no que entregou. As medidas de viabilizar as folhas de pagamento dos pequenos negócios por 2 meses e o diferimento de tributos federais, por exemplo, vão ao encontro das reais necessidades do pequeno negócio. No período da 2ª quinzena de março à 1ª quinzena de setembro de 2020, os pequenos negócios tiveram suas receitas quase que nulas ou receberam por alguma coisa que venderam a prazo no passado ou obtiveram uma renda adicional com alguma coisa que estão conseguindo fazer de entregas, de delivery, de vendas a distância. Porém, seus custos, principalmente os fixos, permanecem. Então, o diferimento de tributos e a viabilização da folha ajudam bastante o pequeno empreendedor. Outro ponto bem relevante é a folga de capital que foi dada às instituições financeiras. Os grandes bancos, já de imediato, anunciaram duas questões muito críticas para o pequeno empresário. A primeira foi postergar, em até 60 dias, o pagamento de dívidas e de contratos de créditos vigentes junto aos bancos. O segundo anúncio é que os bancos vão começar a divulgar também linhas de crédito customizadas para este cenário e para este momento, voltadas, principalmente, para o capital de giro e com períodos de carência prolongados, por volta de 12 meses – coisa que não é ordinário em empréstimos. Isso é próprio de financiamento para imobilizado técnico, mas, não, para capital de giro. Essa possibilidade de carência em condições favoráveis, juntamente ao apoio do Sebrae, que entra como avalista por meio do seu FAMPE (Fundo de Aval para as Micro e Pequenas Empresas), vai ajudar de forma definitiva na recuperação dos pequenos negócios, a exemplo dos Pronampe 1 e 2 (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte).

“

O empreendedor vai retomar, de maneira formal, o seu negócio depois de ver todos os benefícios que está tendo

”

A pesquisa “Categorias Econômicas Brasil Microempreendedor Individual – MEI”, realizada pela Diretoria de Estudos e Pesquisas da Asbraf, indica que, no período compreendido de 31 de julho de 2009 a 30 de novembro de 2020, 11.255.656 pequenos negócios, que atuam nos setores do comércio, de serviços e da indústria, saíram da informalidade, regularizando suas atividades, ou seja, obtendo CNPJ. Na sua opinião, qual o papel desse extraordinário contingente de negócios na retomada do crescimento socioeconômico do País pós-covid-19?

ENIO DUARTE – De fato, o contingente de pequenos negócios tem apresentado elevados percentuais de formalização – na casa de 1 milhão de novos negócios por ano. É um número muito expressivo em qualquer país do mundo. Essa oportunidade de formalizar os pequenos negócios, tirando-os da informalidade, traz consigo pacotes econômico e previdenciário, favoráveis a esse segmento. Vamos citar a possibilidade de bancarização, o acesso à nota fiscal, vendas governamentais. No pacote previdenciário, a perspectiva de se aposentar os auxílios maternidade e saúde, seguros para família. Além desses dois, a formalização traz consigo uma mudança atitudinal e de comportamento. O empreendedor que passou a ter CNPJ entende que agora é para valer, ou seja, ele deixou a informalidade, o fundo de quintal e correrá atrás de profissionalizar a gestão do negócio também. Então, a oportunidade que esses empreendedores tiveram de experimentar o gostinho da formalização, de sair da marginalidade do mundo dos negócios e atuar de maneira mais profissional no mercado, será decisiva na retomada pós-covid-19. O empreendedor vai retomar, de maneira formal, o seu negócio depois



de ver todos os benefícios que está tendo, principalmente, por meio da figura do MEI – benefícios com custo-benefício muito favorável, já que os recolhimentos para que ele tenha todas essas possibilidades giram na casa de 50, 55 reais por mês. Esse extraordinário contingente de MEIs, são potenciais pequenos investidores para a tendência atual de negócios na modalidade microfranquias.

Na busca de medidas que minimizem os sérios impactos que a pandemia da covid-19 causará aos pequenos negócios, o senhor considera o CREDMEI (Programa de Simplificação do Acesso Digital a Produtos e Serviços Financeiros para o Microempreendedor Individual), lançado pelo Ministério da Economia, um instrumento fortalecedor da sustentabilidade e competitividade dos pequenos negócios? A criação da ESC (Empresa Simples de Crédito) foi uma decisão estratégica do Sebrae, que contou com o apoio do Ministério da Economia, para desburocratizar e democratizar o acesso pelos pequenos negócios ao crédito. O senhor acredita que, num momento de poucas oportunidades de negócios como o que estamos enfrentando com a pandemia da covid-19, a ESC é um instrumento de manutenção de emprego e postos de trabalho?

ENIO DUARTE – No cenário atual, o fechamento dos pequenos negócios de varejo para o mercado, para o público em geral, traz um desequilíbrio de caixa grave. De um lado, mantêm-se os custos fixos da organização; do outro, praticamente cessam todas as receitas. Então, naturalmente, além de tentar minimizar ao máximo os custos fixos, restringindo-se apenas aqueles que, de fato, agregam valor ao seu cliente nes-

se momento de crise, o empresário também tem que buscar alternativas de receita. Naturalmente terá que demandar crédito para honrar esse gap, esse hiato entre receitas e custos que está se estabelecendo. Portanto, todas as iniciativas de simplificar o acesso aos serviços financeiros e ao crédito, como a ESC, são muito bem-vindas. No entanto, tudo isso ainda será pouco em função da demanda, da carência do pequeno empreendedor e da dificuldade que ele tem de acessar créditos mais formais. Nós temos sinalizado várias opções que ficam em aberto para o pequeno empreendedor, como as *fintechs* e as cooperativas. O americano fala do *love money*, que é aquele recurso que você tem



Todas as iniciativas de simplificar o acesso aos serviços financeiros e ao crédito, como a ESC, são muito bem-vindas



que conseguir junto à familiares, amigos. Tudo está valendo. Ainda assim, nunca se deve esquecer que o principal financiador do pequeno empreendedor, no seu dia a dia, é o seu próprio fornecedor. O que o pequeno empreendedor terá que fazer agora, é negociar prazos e melhores condições junto aos fornecedores. Muitas vezes, esse fornecedor, uma empresa de médio ou grande porte, pode conceder essa facilidade de crédito no pagamento aos pequenos empreendedores – porque ele, sim, obtém crédito com facilidade

junto às instituições financeiras. Ele tem reciprocidade, tem garantias que nem sempre são possíveis para o pequeno empreendedor oferecer a fim de ter acesso ao crédito formal. Assim, vamos “lançar mão” de *fintechs*, cooperativas de crédito, *love money*, tudo que tiver disponível no mercado. Porém – insisto! –, principal e essencialmente, negociar dívidas e condições de pagamento com fornecedores. E, se você ainda estiver conseguindo vender alguma coisa, tente ao máximo desovar o que tem de estoque por meio de promoções. Para que o dinheiro volte para a sua mão e você torne a ter



liquidez, tente vender ao máximo à vista e negociar prazos com os fornecedores. Dessa forma, você minimiza a necessidade de capital de giro, volta a ter algum recurso na mão e alguma liquidez, além de permitir que o seu negócio não encerre as atividades.

Com o fechamento do atendimento presencial nos Postos e Pontos de Atendimento do Sebrae em todo o País, como será feito o acesso dos micros e pequenos empresários aos produtos e serviços do Sebrae? Quais as ferramentas de gestão que serão disponibilizadas, durante a pandemia da covid-19, para os pequenos empreendedores brasileiros, uma vez que foi suspensa a realização de consultorias e treinamentos de programas do Sebrae que requerem a realização de contatos presenciais com os empreendimentos?

ENIO DUARTE – Se tem algum legado positivo em toda essa crise, é o de que estamos experimentando uma transformação digital a “fórceps”, tanto por parte dos empreendedores quanto por parte das instituições de apoio aos empreendedores. O Sebrae, de alguma maneira,

está igualmente experimentando isso. Iniciativas que iriam acontecer dentro de um horizonte de 1 ou 2 anos, estão sendo aceleradas. O Sebrae migrou todo o seu processo de atendimento presencial para um atendimento remoto e digital. O que acontecia e continua disponível nas agências físicas de atendimento do Sebrae, está acontecendo em larga escala, agora, por meio do seu portal, no qual interagimos com o empreendedor por meio de *likes*, de *chats*, de *e-mail*, disponibilizando conteúdos, além de aplicativos. Para continuar atendendo o empreendedor, temos “lançado mão” de todos os canais possíveis, digitais e remotos para não o deixar desassistido. Exemplos disso são os atendimentos por meio do 0800 e do *WhatsApp*, que oferecem um atendimento não digital, mas ainda remoto. E a coisa tem funcionado muito bem! Para nossa surpresa, a nossa performance em 2020 supera, com larga vantagem, o mesmo período de atendimento em 2019, quando tínhamos uma rede física de agências com mais de 1800 pontos espalhados por todo o País. Então, o que está viabilizando o atendimento ao pequeno empreendedor, para além do presencial, é a rede de esforço digital e remoto que se está realizando.



FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO PESSOAL

Como economista, com experiência de mais de 3 décadas em programas e projetos de geração de empregos e renda no Sebrae Nacional, além de cursos em instituições como o Insead, em Fontainebleau (França), ILO, em Turim (Itália) e Stainbeis, em Stuttgart (Alemanha), qual sua mensagem aos pequenos negócios para o enfrentamento dos sérios problemas socioeconômicos que advirão da pandemia da covid-19?

ENIO DUARTE – De fato, vivemos um quadro de muito ineditismo, uma situação ímpar, nunca vivida pelas gerações atuais. Talvez, só um cenário de guerra seja similar ao que estamos vivenciando nesse momento. Entretanto, não deixa de ser apenas uma crise. Crise já vivemos outras. Nas crises, sabemos que os fortes saem ainda mais fortes no final. É uma oportunidade de você profissionalizar ainda mais a sua gestão, porque agora a gestão tem que ser feita, inclusive a micro gestão, diariamente. É preciso buscar um diferencial, uma inovação, para que você se destaque den-

“

Nas crises, sabemos que os fortes saem ainda mais fortes no final

”

tre tudo que todos estão fazendo. Então, é “sair da caixinha”, quebrar os paradigmas. É ficar com a sua parábola permanentemente ligada e identificar, nos problemas, oportunidades. Os empreendedores de vanguarda são aqueles que transformam problemas em oportunidades. Os problemas, na verdade, são oportunidades esperando para serem descobertas. De mais a mais, é uma chance de a gente acelerar processos que eram inexoráveis nos negócios e que ficavam sempre para depois. Hoje, é fundamental que você diversifique os canais de acesso para seu cliente, persiga o que a gente chama de omnicanalidade, que é a fusão do *on* e do *off*, para que você, de fato, seja relevante ao final de toda essa crise junto ao seu cliente.



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



Cuide do que
mais importa por um preço
que cabe no bolso!

Com o Cartão
Sempre Amigo
você tem consultas
médicas

a partir de **R\$ 29,90**



+ Proteção

Serviços de chaveiro, encanador, vidraceiro, socorro mecânico e guincho 24h. Sempre que precisar.



Além de contar com orientação jurídica, acolhimento psicológico e rastreador veicular.



+ Saúde Bucal

Acesso exclusivo à clínica odontológica **Sempre Amigo**. Seu sorriso agradece.



+ Segurança

Assistência funeral familiar e seguro de acidentes pessoais. Um apoio nos momentos mais difíceis.

Peça o seu cartão!

SAC 0800 606 4665

WhatsApp (61) 99166-0801



Saiba mais em
www.sempreamigo.com.br

Você também pode acessar
o site através do QR Code

*O Cartão Sempre Amigo não é plano de saúde.
É uma cartão de descontos e benefícios.



OS MEIOS DE PAGAMENTOS COMO ALIADOS AO SEU NEGÓCIO

Oferecer serviços e soluções financeiras para seus clientes, parceiros e funcionários é fundamental para alavancar o seu empreendimento



Muita coisa mudou nos últimos meses, e a forma como as pessoas passaram a consumir, comprar e pagar também acompanhou essas mudanças. Diante deste cenário, fica cada vez mais evidente a importância e também a necessidade das empresas de oferecer um leque cada vez maior de serviços financeiros e meios de pagamentos.

Um levantamento feito pelo Instituto Locomotiva e divulgado pela Agência Brasil, apontou que as compras feitas por meio de aplicativos cresceram 30% desde o início da quarentena. Segundo o estudo, cerca de 49% dos entrevistados declararam que pretendem continuar a utilizar esses meios de pagamento mesmo após a pandemia.

O entusiasmo do consumidor brasileiro com novas tecnologias também se torna um grande fator de propulsão para que empresas passem a pensar e oferecer alternativas de compra, que devem ser seguras, além de práticas. Uma curiosidade interessante é que nos últimos anos o brasileiro passou a confiar mais em provedores alternativos de pagamento do que em bancos tradicionais e outras organizações.

Essa confiança faz com que empresas de diversos setores vejam uma oportunidade para oferecer também serviços financeiros. Mas como isso é possível? Por meio do chamado *Bank as a Service* (BaaS), que em tradução livre quer dizer: banco como um serviço. Ou seja, qualquer empresa, por meio do BaaS, pode oferecer também serviços financeiros, tidos apenas como bancários.

O *Bank as a Service* permite que qualquer empresa possa oferecer serviços financeiros aos seus clientes, sem a obrigação de operar como uma instituição bancária. Serviços como: cartão de crédito, pagamentos de contas, transferências, saques, depósitos, entre outros, que antes eram oferecidos exclusivamente por bancos. Basta uma conta digital e um cartão integrados a um aplicativo, para que o usuário tenha acesso a uma experiência completa.

Um dos desafios enfrentados por empresas que buscam começar a oferecer esse tipo de serviço é encontrar empresas parceiras especializadas nesse

mercado. Afinal de contas, decidir ter o próprio banco requer uma estrutura que vai muito além do que o cliente final enxerga. É necessário contar com sistemas de segurança, suporte e tecnologias capazes de prestar o serviço com qualidade máxima.

A Bank10 é uma empresa referência no mercado de meios de pagamentos, que tem como propósito desenvolver serviços de meios de pagamentos exclusivos para as necessidades das empresas clientes e parceiras. Disponibilizando diversos serviços bancários, que atendem a milhares de oportunidades e milhões de usuários. Praticidade, flexibilidade e eficiência, oferece soluções financeiras que o seu negócio precisa.

O CEO da Bank10, Rodolfo Adriano Roriz Araújo, afirma que a empresa está preparada para traçar estratégias específicas para cada tipo de negócio. “Hoje os serviços da Bank10, sem dúvida, atendem às necessidades de empresas dos mais variados segmentos e tipos de negócios. De fintechs a empresas do varejo, contamos com soluções financeiras personalizadas para cada tipo de negócio”, contou.

Dentre os diversos serviços que a Bank10 oferece, a Conta Digital é um dos carros-chefes da companhia. Inicialmente, com três modelos disponíveis, as contas digitais se moldam de acordo com a demanda da empresa contratante.

Sendo uma das maiores vantagens a possibilidade de fazer todas as operações digitalmente, desde a abertura e operações até o relacionamento entre cliente e instituição. A conta digital Bank10 se propõe a facilitar a vida de seus usuários com menos burocracia e mais agilidade, trazendo muito mais simplicidade e rapidez nas operações para os seus usuários.

Arelada ou não a uma conta digital, a Bank10 também oferece soluções para empresas que precisam emitir seus próprios cartões pré-pagos. Por meio do Bin Sponsor Bank10, é muito mais simples e prático desenvolver cartões customizados e de acordo com as necessidades de cada empresa. Os cartões possuem a Bandeira Elo, sendo aceitos em todo o território nacional, além de contarem com a rede do Banco24Horas para saques.

MODELOS DE CONTA DIGITAL

White Label	Conta Garantida	Conta Garantida
Conta Digital Customizada	Conta Digital Customizada e com Administração Própria	Conta Digital Customizada e com Administração Própria
Aplicativo com funcionalidades <i>Cash-in/Cash-out</i>	Aplicativo com funcionalidades <i>Cash-in/Cash-out</i>	Aplicativo com funcionalidades <i>Cash-in/Cash-out</i>
Cartão Elo Customizado	Cartão Elo Customizado	Autorização via ISO 8583
Contratação de serviços Bank10	Contratação de serviços diretos	Cartão Elo Customizado
Administração de valores pela Bank10	Contratação de serviços diretos	Contratação de serviços diretos
Processamento <i>It's Pay</i>	Processamento <i>It's Pay</i>	Utilização de Conta Garantia
Inclui <i>Setup</i> e Manutenção	Inclui <i>Setup</i> e Manutenção	Processamento Próprio
		Inclui <i>Setup</i> e Manutenção

Segundo pesquisa realizada pelo SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), já são quase 52 milhões de usuários de cartões no Brasil. Em 2018, esse tipo de pagamento atingiu a marca de R\$1,55 trilhão. A Bank10 oferece uma família de cartões, que podem ser:

- **Compra e Saque:** um cartão simples e prático habilitado para realizar compras em lojas físicas ou digitais e também com a função saque na Rede Banco24horas.
- **Compra:** cartão recarregável, habilitado apenas para compras, sem restrição por MCC ou segmentação. Aceito em todo o território nacional em lojas físicas e *on-line*.
- **Corporativo:** a solução ideal para controlar os gastos corporativos como: hotéis, viagens, estacionamento, materiais e outros serviços. Modernize seu processo de reembolso.
- **Segmentado:** perfeito para quem quer modernizar a gestão de gastos com: saúde, vestuário, educação, transporte, alimentação e outros. Sem rede credenciada e aceito em todo o território nacional.

Pensando em personalizar ainda mais os serviços oferecidos às empresas parceiras e aos clientes, a Bank10 desenvolveu um formulário de

contato interativo. Nele, o futuro cliente preenche informações que são cruciais para que a proposta de negócios possa ser elaborada da melhor forma possível. Para ter acesso ao formulário, basta clicar em um dos botões “Fale com um especialista” espalhados pelo site.

A Bank10 está preparada para operar em qualquer modelo de negócio, em qualquer segmento. De fintechs a redes de varejo, de *startups* até grandes indústrias. Não importa o tamanho da sua empresa, ela tem as soluções financeiras que você precisa. Leve seu negócio para um novo nível com soluções financeiras completas em meios de pagamento.



Rodolfo Adriano Roriz Araújo

CEO da Bank 10, engenheiro civil e autor do blog “Meu Negócio S.A.”

ACESSE O SITE E FALE COM UM DE NOSSOS ESPECIALISTAS.





FUNDAÇÃO IDEAH

Conheça nossos projetos e ações humanitárias



Queimadura em Criança



Reconstrução de mama



Câncer de pele



Violência doméstica

A fundação Ideah realiza as ações humanitárias da sociedade brasileira de cirurgia plástica.

Nosso objetivo é promover ações que contribuam para o bem-estar e melhoria da saúde da população brasileira, prioritariamente das pessoas carentes que não têm acesso à informação e atendimento na área da cirurgia plástica reparadora.

Nosso consultório faz parte da rede de cirurgião plástico solidário



Acesse e faça a sua DOAÇÃO no QR Code acima.

Acesse o site: fundacaoideah.org.br

Apoio:



ATUAÇÃO CONSTANTE PARA MELHORES RESULTADOS

Presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, o deputado federal Gonzaga Patriota (PSB/PE) tem trabalhado arduamente com os membros do Congresso Nacional para aprovação de melhorias e de suportes para os empreendimentos franqueados, principalmente durante a pandemia. Ele é um dos responsáveis pelo novo marco regulatório do sistema de *franchising* brasileiro (Lei de nº 13.966/2019) e defensor da unificação de impostos por meio da Reforma Tributária.



Advogado, contador, administrador e jornalista, Luiz Gonzaga Patriota nasceu em Sertânia, no Sertão de Pernambuco. Com 74 anos, tem 31 obras publicadas e está em seu oitavo mandato como deputado federal pelo Partido Socialista Brasileiro de Pernambuco.

Como a Frente Parlamentar contribui na tramitação das propostas legislativas que afetam as MPEs e as empresas franqueadas?

DEP. GONZAGA PATRIOTA – Acompanhamos com afinco todos os 39 projetos de lei e projetos de lei complementares relacionados a esse tema, conforme preconiza o Estatuto da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas. Dentre eles, destacam-se o do deputado João H. Campos (PSB/PE), PL de nº 1344/2020, que trata de ações, medidas e diretrizes acerca do enfrentamento à covid-19, estabelecendo medidas de apoio às microempresas, aos microempreendedores individuais e profissionais de aplicativos de entregas e transporte; e o da parlamentar Perpétua Almeida (PcdoB/AC), de nº 1274/2020, que cria o programa de auxílio emergencial para as microempresas e empresas de pequeno porte, sob a forma de subsídio integral dos salários dos empregados, desde que o empregador mantenha o vínculo empregatício e de linha de crédito especial.

Quais as contribuições da Frente Parlamentar na consolidação das propostas dos comitês temáticos do fórum permanente das microempresas e empresas de pequeno porte?

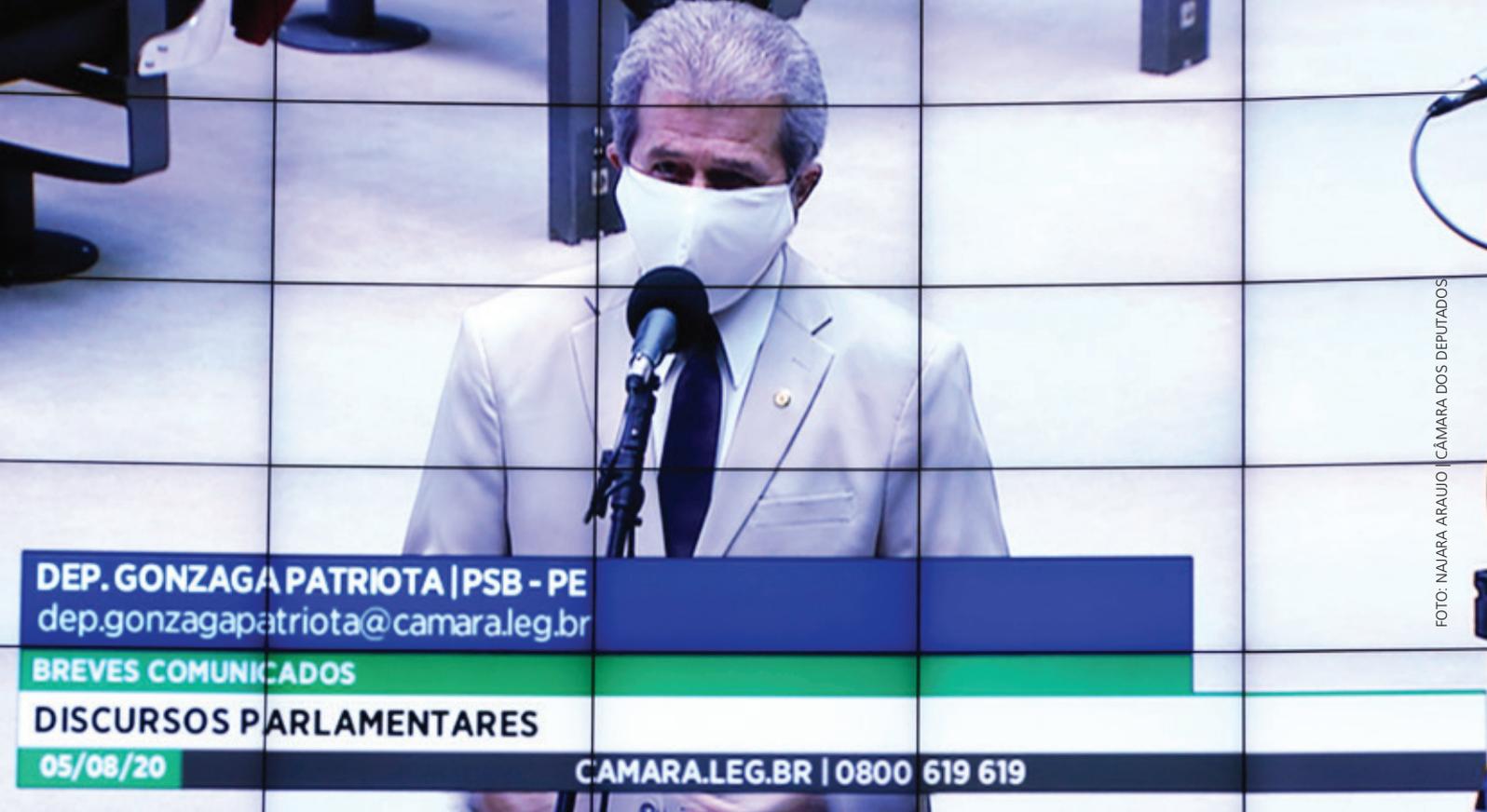
DEP. GONZAGA PATRIOTA – São seis comitês temáticos – racionalização legal e burocrática; acesso a mercados; tecnologia e inovação; investimento, financiamento e crédito; formação e capacitação empreendedora; e microempreendedor individual. As ações propostas por esses grupos de trabalho guardam total relação com o fortale-

cimento da competitividade e sustentabilidade dos pequenos negócios que desenvolvem suas operações em todo o território brasileiro, com destaque para os pequenos municípios interioranos. A Frente Parlamentar participou ativamente da aprovação das medidas emergenciais relacionadas à linhas de crédito, com destaque para o Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte).

O projeto Marco Legal do Reempreendedorismo (PLP 33/2020) foi aprovado de forma unânime no formato substitutivo apresentado pelo relator, senador Jorginho Mello (PL-SC). Agora, a matéria segue para a análise da Câmara dos Deputados. A Frente Parlamentar vai apoiar o substitutivo?

DEP. GONZAGA PATRIOTA – Nós apoiamos por completo, principalmente por favorecer pequenos empresários do Brasil, que mostraram, durante a pandemia, muita garra para reerguer a economia brasileira. Esta propositura tem como objetivo tornar o reempreendedorismo mais ágil e menos oneroso para credores e devedores e, também, para o Estado. Com isso, as pequenas e microempresas terão recuperação mais rápida. A retomada do crescimento econômico pós-covid passa por iniciativas desse porte.

O setor de *franchising* recebeu o novo marco regulatório, Lei nº 13.966/2019, com euforia. O senhor acredita que as relações entre franqueadores e franqueados melhorarão e que os negócios franqueados terão melhores condições de convivência com os franqueadores?



DEP. GONZAGA PATRIOTA – A Lei veio para fazer justiça à um setor que foi oprimido durante décadas, principalmente por ações autoritárias de grandes franqueadores. Nos últimos 26 anos, respaldados pela lei anterior (nº 8955/94), eles contribuíram para o fechamento de centenas de pequenos negócios franqueados em todo o País. Os principais destaques do Novo Marco Regulatório corrigem distorções históricas, tais como obrigatoriedade de aquisição de cotas fixas pelos franqueados e concorrência desleal de grupos franqueadores pela prática do *e-commerce* e lojas virtuais próprias.

Como a frente parlamentar vai se posicionar nas discussões da reforma tributária, considerando que a elevada taxação por parte do governo afeta a sustentabilidade e competitividade dos milhares de empreendimentos que operam no modelo de negócio franquia empresarial no País?

“

A Frente Parlamentar participou ativamente da aprovação das medidas emergenciais relacionadas à linhas de crédito, com destaque para o Pronampe

”

DEP. GONZAGA PATRIOTA – A elevada tributação brasileira é a principal responsável pela mortalidade de negócios no Brasil. Os mais afetados são os microempreendedores, microempresários e empresários de pequeno porte, que atuam nos setores comercial, de serviços, industrial e do agronegócio. A Frente apoiará a proposta dos estados, que desejam a unificação de todos impostos sobre consumo, e não apenas o PIS e COFINS, que são tributos federais. Isso faz com que a carga tributária total seja menor no fim do mês, e elimina a guerra fiscal, fazendo com que Estado e municípios facilitem o trabalho dos produtores e prestadores de serviços, dentre outros.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista, MBA em Marketing e pós-graduado em Gestão da Comunicação e em Crise de Imagem

2020:

O ANO DE RENOVAÇÃO OU DE SEPULTAMENTO DE CNPJs

Este ano, de início, surgiu como uma esperança para o setor de *franchising* brasileiro. Ao fim de 2019, o presidente Jair Bolsonaro sancionou a Lei nº 13.966/19 (novo marco legal do *franchising*), que revoga e substitui a Lei nº 8.955/94. Mas tudo mudou em março, quando fomos surpreendidos e encurralados pela pandemia da covid-19 que, infelizmente, além de sepultar pessoas, também levou diversos CNPJs.

Dentro deste cenário de mudanças, o setor de *franchising* não ficou de fora e foi um dos mais atingidos. O modo de comercialização de produtos, a adoção de diversas medidas sanitárias e as novas necessidades dos consumidores fizeram com que os grandes e pequenos empresários transformassem a forma de venda e interação com os clientes.

No entanto, mesmo diante de um cenário desesperador e incerto, o governo trouxe um afago: o Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), iniciativa que prevê uma linha especial de crédito para micro e pequenos empresários que necessitem de aporte financeiro durante a pandemia.

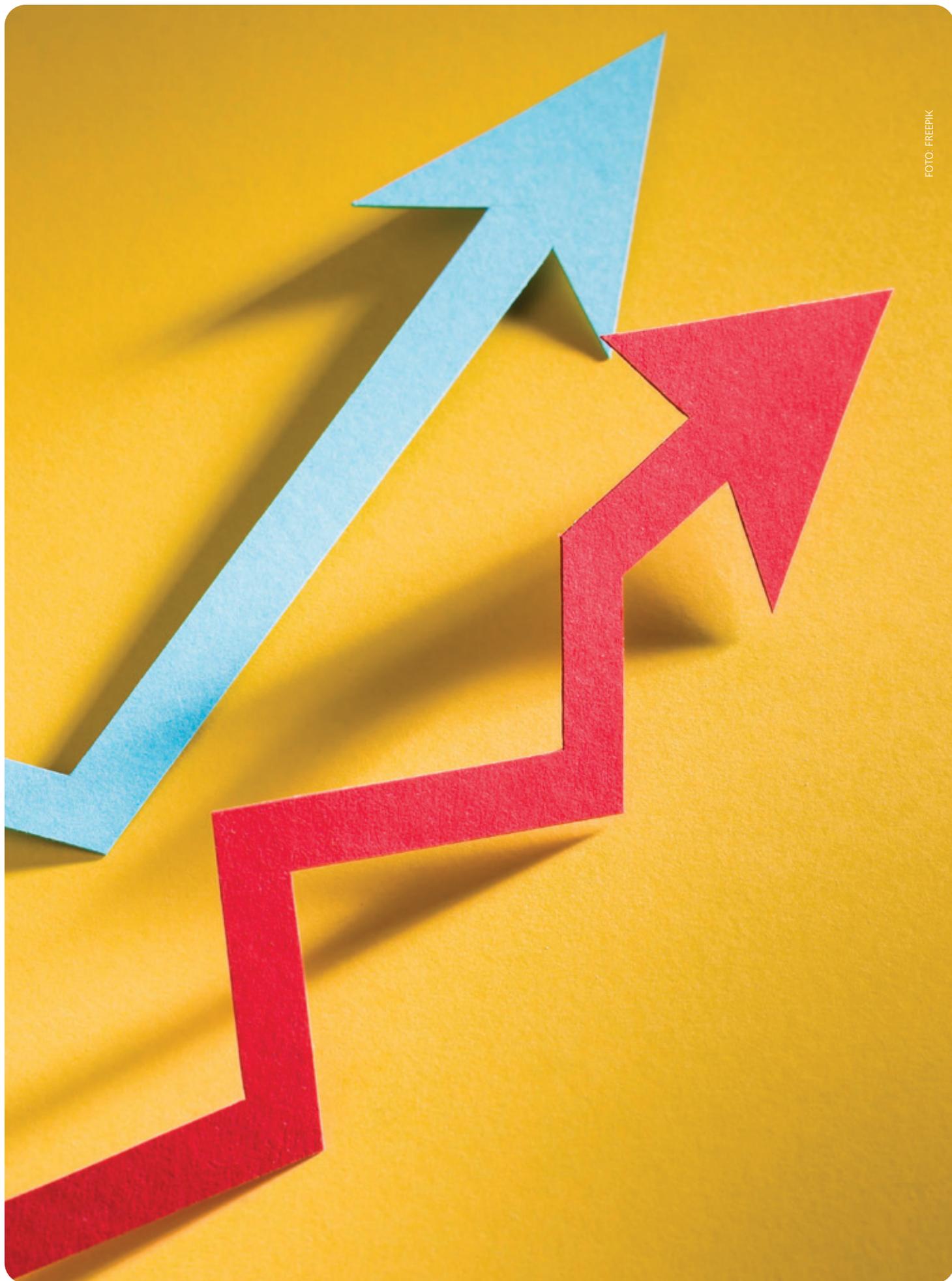
Essa linha de crédito, destinada a quem desejar realizar investimentos – como adquirir má-

quinas, equipamentos – ou utilizar a verba para cobrir despesas operacionais – como salário dos funcionários e pagamento de contas –, deixou de ser temporária e poderá ser permanente. No dia 10 de dezembro, o Senado aprovou um projeto que prevê essa mudança, e agora a propositura segue para a Câmara dos Deputados.

Outra novidade foi a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), que entrou em vigor no dia 17 de setembro de 2020. Em um cenário tão digital quanto este, não poderíamos ter medida mais apropriada. No entanto, o quão difícil pode ser para micro e pequenas empresas realizarem a implementação correta desta legislação?

Um estudo da CNI (Confederação Nacional de Indústria) mostrou que os gastos com profissionais de proteção de dados consumiriam das microempresas o total do faturamento anual. Em tempos de crise, a última coisa que uma micro e/ou pequena empresa teria de se preocupar é com a contratação obrigatória de novos profissionais.

É inegável a necessidade da LGPD no mercado, mas as suas obrigatoriedades devem respeitar, também, o tamanho de cada empresa. Para o setor de *franchising*, a pandemia tem representado um ataque direto ao faturamento, comprometendo a adaptação à LGPD. Por isso, a CNI e a Asbraf



“O futuro sempre é temido, mas jamais é adiado. O que deve ser feito, neste momento, é abraçarmos as mudanças munindo-nos de inovações e conhecimento”

(Associação Brasileira de Franqueados) defendem a criação de regras diferentes para micro e pequenas empresas, que estejam de acordo com a realidade do setor.

Fato é: quem estava preparado para lidar com uma pandemia que causaria uma reviravolta nos setores industrial, comercial e de serviços? Ninguém. Mas muitas empresas estão conseguindo sair vitoriosas dessa luta. O cenário é de reinvenção.

NOVO MARCO REGULATÓRIO

O mercado de franquias certamente mudou desde 1994, principalmente se considerarmos as atualizações causadas pela transformação digital e pelas reformas trabalhista, previdenciária, tributária e administrativa. Não era correto e muito menos justo que o setor de franquias continuasse regulado por uma lei arcaica. Apesar do novo marco regulatório, toda a sua implementação foi diretamente afetada em decorrência do coronavírus.

Como exemplo temos o fechamento de lojas. Diversos franqueados perderam sua principal fonte de renda e não conseguiram sustentar

mais os seus negócios. Muitos em decorrência da cobrança abusiva do 13º aluguel, realizada por shoppings centers. Quando o seu negócio é obrigado a fechar as portas, por tempo indeterminado, as contas não somem, é claro, mas os credores podem passar a abrandar a cobrança. Muitos locais chegam a cobrar 5% a 7% do faturamento mensal dos lojistas, além do 13º aluguel, cobrado em janeiro, ou até 14º em maio e 15º em junho. Vale lembrar que as franquias têm o faturamento somente de 12 meses, mas se veem obrigadas a custear aluguéis abusivos em mais meses por ano.

Diversos shoppings não aceitaram a negociação proposta por lojistas durante o tempo de *lockdown* ou, com o retorno das atividades, voltaram a cobrar os mesmos valores, sem considerar o faturamento negativo desses franqueados e a recuperação a passos curtos. Como, apesar de tantos empecilhos, algumas franquias têm conseguido sobreviver?

Pela transformação digital. O *e-commerce*, em 2020, cresceu em 10 semanas como em 10 anos na América Latina, e muitas franquias e lojistas utilizaram disso para continuar acessando o consumidor. Antes esse era um território dominado apenas pelas franqueadoras, que utilizavam este recurso de forma injusta, causando concorrência desleal.

Essa mudança também atingiu os bancos e criou novas formas de pagamento, como o Pix, uma plataforma de pagamentos operada pelo Banco Central. Ele veio para ficar e oferecer um método mais barato de pagar e receber, custando R\$ 0,0001 para comerciantes, prestadores de serviços e pequenas indústrias, com transações instantâneas apenas pelo uso de um *smartphone*. Enquanto forem criadas inovações dentro do mercado da tecnologia, tanto em formas de vender e consumir quanto em formas de pagar e receber, vão existir novas oportunidades para os franqueados expandirem os negócios e não desistirem do mercado.



FOTO: FREEPIK

FORMALIZAÇÃO

De acordo com estudos realizados pelo Ministério da Economia, dentro da Simef (Estatística Simples Nacional), enquadradas na CNAE Brasil (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), no período de julho de 2009 a novembro de 2020, 572 categorias profissionais que desenvolvem atividades nos setores do comércio, de serviços e da indústria optaram por legalizar os negócios com os benefícios e vantagens da Lei Complementar nº 128/2008, totalizando 11.255.656 formalizações.

Os dados surpreendem também ao revelar que, até 5 de dezembro de 2020, 24,38% dos MEIs (Microempreendedores Individuais) formalizados estavam nas faixas etárias de 16-17 anos (0,01%); de 8-20 anos (1,41%); e de 21-30 anos (22,96%). O novo mundo de empreendedores se forma com cada vez mais jovens, que criam uma nova história para o *franchising* brasileiro.

Segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), as pesquisas mostram resultados otimistas para o último trimestre de 2020, em comparação aos dados anteriores. Os números em relação a 2019 não são melhores, mas ainda as-

sim representam avanço e recuperação, fórmulas essenciais para superar este momento.

Apesar da grande baixa, o ICE (Índice de Confiança Empresarial) e o ICC (Índice de Confiança do Consumidor) também se mantiveram próximos aos números de 2019 a partir do mês de agosto, subindo gradativamente para uma realidade em que as franquias superarão as baixas.

O futuro sempre é temido, mas jamais é adiado. O que deve ser feito, neste momento, é abraçarmos as mudanças munindo-nos de inovações e conhecimento. Batalhar para um *franchising* mais inovador, legalmente amparado, com segurança para o franqueado é uma demanda e luta constante da Asbraf. Não baixaremos a guarda e não seremos derrubados. 2021 será um grande ano, para aqueles que se adequam à nova realidade que se avizinha.



Raul Canal

Presidente da Asbraf



FOTO: FREEPIK

UMA GRANDE VITÓRIA DOS PEQUENOS EMPREENDEDORES:

ANÁLISE DO PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 33, DE 2020.

Nas últimas semanas do atribulado ano de 2020, em voto marcado por prévias discussões técnicas entre setores da economia, secretarias do governo federal e senadores atentos aos cuidados legislativos que merecem as microempresas (MEs) e as empresas de pequeno porte (EPPs), foi aprovado o Projeto de Lei Complementar nº 33, de 2020 (PLP 33/2020), para tutelar, de forma substancial e pragmática, o cenário de insolvência das MEs e EPPs.

De autoria do senador Angelo Coronel, relatado pelo senador Jorginho Mello, o PLP 33/2020 trouxe, ao cenário jurídico, o novo tratamento destinado às MEs e às EPPs em estado passageiro de insolvência. Trouxe, também, figuras novas e mais adequadas capazes de conduzir as MEs e as EPPs pela estrada da solução de seu estado de crise, seja mediante uma renegociação extrajudicial ou judicial, seja mediante a sua completa liquidação, sem o incômodo instituto chamado falência.

Em sua versão primitiva, a judicialização absoluta evidenciava graves entraves ao alcance da melhor solução possível, sendo esse ponto, portanto, o atrativo para a instalação das discussões técnicas sobre o texto.

Fato é, nas palavras do relator, Jorginho Mello, que “o objeto principal da proposta é disciplinar procedimentos de negociação de dívidas, em sua maioria com atores privados, privilegiando a solução extrajudicial”.

Mas como prestigiar a solução negocial, se os procedimentos previstos no PLP em sua versão primitiva reclamavam a chancela do Poder Judiciário atentando contra os comezinhos preceitos afetos à autonomia da vontade? Será que ainda não entramos na era do prestígio à autonomia da vontade? Do prestígio à liberdade de contratar?

O art. 73-F, em sua versão primitiva, rompia a frieza da lei ao dispor:

art. 73-F: o ajuizamento do pedido de renegociação especial extrajudicial, o ajuizamento do pedido de renegociação especial judicial, o protocolo do pedido de registro da liquidação especial sumária ou a decretação da falência.

“O Projeto precisava de urgente alinhamento com as disposições legais destinadas a tornar fluido o ambiente negocial, em especial, por aquelas estampadas na Lei de Liberdade Econômica (LLE)”

Não há como se conceber um modelo simplificado se esse for regado a partir de regras complexas num ambiente judicial. Fato é que a taxa de congestionamento promovida pelas demandas em curso afasta qualquer hipótese de aumento de procedimentos judiciais, sob pena de uma precária prestação jurisdicional.

Tornando ao ponto do debate, o Projeto precisava de urgente alinhamento com as disposições legais destinadas a tornar fluido o ambiente negocial, em especial, por aquelas estampadas na Lei de Liberdade Econômica (LLE). Foi justamente observando essa tônica, verdadeiro mantra de uma produção legislativa liberal, que uma emenda substitutiva global apresentada pela senadora Soraya Thronicke trouxe ao Projeto a simetria reclamada pelo mercado em que estão inseridas as MEs e as EPPs, ou seja, quase todos os mercados.

A começar pela ementa, que substituiu a terminologia empregada pelo autor do projeto, o PLP 33/2020 ganhou contornos mais afinados aos desejos do mercado, na esteira do sugerido pela senadora Soraya, por promover alterações na Lei

Complementar nº 123, de 2006, e

estabelecer e disciplinar a renegociação especial extrajudicial, a renegociação especial judicial, a liquidação simplificada e dispor sobre a falência das microempresas e das empresas de pequeno porte.

Dissociada do texto primitivo, a emenda sugeriu que a renegociação especial extrajudicial transcorresse mediante arquivamento em registro público do rol de documentos estampados na seção II, em prestígio à liberdade do devedor das MEs ou das EPPs, de negociar livremente seus débitos, contudo dentro de um procedimento simplificado capaz de gerar alguma segurança e observar os mais diversos interesses homogêneos e heterogêneos manifestos, de modo a permitir que devedor pague e o credor receba.

A renegociação especial judicial, por sua vez, assemelhada ao instituto da recuperação judicial prevista na Lei nº 11.101, de 2005, trouxe ao cenário jurídico instrumentos aptos a permitir a livre negociação num ambiente mais controlado, com regras mais específicas, tudo com a chancela do Poder Judiciário, certamente para a tutela de situações mais complexas, não socorridas pela renegociação especial extrajudicial.

Ambas as hipóteses foram concebidas levando-se em conta a necessidade de simplificar e de desburocratizar.

Entretantes, a cereja do bolo do PLP foi a criação do “instituto liquidação simplificada”, nomenclatura adotada em substituição à versão primitiva liquidação especial sumária.

A versão dessa nova modalidade de liquidação, adotada no relatório apresentado pelo senador Jorginho, também foi temperada pela emenda da senadora Soraya Thronicke, por fixar que o



procedimento capaz de efetivar a liquidação das MEs ou das EPPs será conduzido pela figura que efetivamente cuida do sistema concursal, que trabalha a lógica da insolvência: o administrador judicial, grande protagonista da Lei de Recuperação e Falências,

(...) profissional idôneo, preferencialmente advogado, economista, administrador de empresas ou contador, ou pessoa jurídica especializada” (art. 21, da Lei nº 11.101, de 2005).

O art. 73-U, dispôs que:

o ato jurídico do devedor que aprovar a liquidação simplificada deverá ser instruído com: (...) a nomeação do liquidante pelo devedor, que deve ser administrador judicial,

de modo a conferir às MPEs ou às EPPs a segurança da adoção dos procedimentos de liquidação por profissional capacitado, dotado das responsabilidades legais para tanto.

Muito embora esse artigo não contemple todas as alterações introduzidas pelo PLP 33/2020, considero-o um grande avanço, uma verdadeira vitória das microempresas e empresas de pequeno porte, já que suas disposições efetivamente serão capazes de socorrer esses pequenos atores do grande mercado econômico que se chama Brasil.

Não há como seguir em frente, rumo ao crescimento econômico, sem a tutela específica, pontual e customizada dos verdadeiros empreendedores que movimentam a economia brasileira: as MEs e as EPPs.

Parabenizo os senadores que participaram da construção do PLP 33/2020, sobretudo pelo prestígio à solução extrajudicial dos conflitos entre credor e devedor, permitindo que arestas sejam aparadas em ambientes de acordo, sempre iluminados pela autonomia da vontade e respeito aos contratantes.

Cabe agora à Câmara dos Deputados cuidar desse tema, desse socorro ao grande mercado movimentado pelas MEs e pelas EPPs. Casa Legislativa que, certamente, adotará o melhor tratamento ao tema.



Victor Teixeira Nepomuceno

Advogado especialista em Direito Empresarial, Recuperação e Falência e secretário parlamentar no Senado Federal



Já imaginou a sua franquia ter o **próprio banco?**

A Bank10 atua no mercado de meios de pagamento como Bank as a Service e tem como propósito desenvolver serviços financeiros.

Tenha uma conta digital customizada exclusivamente para a sua empresa e desenvolva diversos cartões Elo para a sua franquia e clientes, economizando tempo com soluções inteligentes de pagamento.

Disponibilizamos diversos serviços bancários, que atendem a milhares de oportunidades para milhões de clientes.

Cash-In

1. Transferências TED/DOC
 2. Depósitos via Boleto Bancário
 3. Depósitos em Lotérica (PEC)
 4. P2P entre Contas Digitais
 5. Cargas Corporativas
- 

Conta Digital



Cash-Out

1. Compras com Cartão Elo
2. Saque na Rede Banco 24Horas
3. Compras via QR Code Elo
4. Pagamento de Contas
5. Recarga de Celular
6. Aquisição de Vouchers
7. P2P entre Contas Digitais
8. Transferências TED/DOC
9. Saque em Lotérica (REC)

homologado pela



Saiba mais em:
bank10.com.br

**Ou fale direto com um
Especialista Bank10 >**





DA SIMPLIFICAÇÃO DE PROCESSOS AO CRESCIMENTO ECONÔMICO

Como a Lei de Liberdade Econômica está impactando a economia brasileira

Responsável por relatar o projeto que converteu uma Medida Provisória na Lei de Liberdade Econômica (LLE) em 2019, a senadora Soraya Thronicke (PSL/MS) conta, com orgulho, quais mudanças já podem ser vistas na prática. A parlamentar também fala sobre os principais pontos da Lei e sobre o impacto positivo da legislação durante a pandemia da covid-19.

FOTO: MARCOS OLIVEIRA | AGENCIA SENADO



Nascida em Dourados, Mato Grosso do Sul, a advogada e senadora da República Soraya Thronicke, 47, se considera conservadora nos costumes e liberal na economia. Eleita com 373.712 votos em 2018, atualmente é presidente da Comissão de Agricultura e Reforma Agrária (CRA) do Senado Federal e membra (titular ou suplente) de outras 21 comissões e subcomissões, permanentes e temporárias, grupos e frentes parlamentares, conselhos, comitês e representações brasileiras.

Qual sua avaliação sobre a Lei da Liberdade Econômica (LLE)?

SEN. SORAYA THRONICKE – A LLE foi um dos grandes marcos da agenda liberal do governo federal para destravar a economia e trazer o Brasil para os trilhos do crescimento. Não preciso dizer que o Brasil caminhava, nas gestões anteriores, na contramão das grandes economias; nem dizer que a burocracia construída endureceu as engrenagens para permitir o crescimento orgânico da corrupção. Fato é que a LLE rompeu com esse cenário de retrocesso e pavimentou a estrada para o desenvolvimento. A redução do tamanho do Estado era e é necessária; o particular, o cidadão, o empresário, não podem ser vistos pelas lentes da má-fé, que era o que acontecia. A Lei veio para afastar, de uma vez por todas, as lentes da má-fé, substituindo-as pelas lentes da boa-fé.

Mais de um ano se passou após a sanção da Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019. A senhora acredita que já podemos ver os resultados?

SEN. SORAYA THRONICKE – Certamente. A diminuição da burocracia talvez seja um dos resultados mais evidentes da LLE. Hoje, qualquer empreendedor pode iniciar seu empreendimento sem o excesso da burocracia do passado, pela dispensa ou pela flexibilização dos inúmeros alvarás e licenças para as atividades tidas com baixo e médio risco. Outro exemplo que salta aos olhos é a necessidade de uma resposta efetiva, a tempo e a modo, pela Administração Pública. A inércia absoluta foi abolida. A Administração Pública não pode deixar de responder o cidadão num prazo justo e adequado.

Em sua opinião, quais os pontos fortes da Lei? Como eles podem impactar o setor de *franchising*?

SEN. SORAYA THRONICKE – Os pontos fortes da LLE, disparados, são a redução da burocracia do Estado, a paridade e a simetria entre partes contratantes e o esclarecimento dos critérios de permissão para que o Poder Judiciário promova uma desconsideração de personalidade jurídica. A norma, como um todo, em especial os pontos fortes que destaquei, de fato, socorre também o setor de *franchising*. Esse setor talvez seja um dos mais multifacetados da economia, por acomodar quase todo tipo de atividade empresarial. As atividades variam da bike de brigadeiros gourmet até sistemas complexos de recuperação de tributos, grandes fábricas de produtos, etc. Portanto, uma legislação que coloca a interpretação do contrato na rota da paridade, que respeita a autonomia da vontade e que reduz a burocracia do Estado, certamente impacta de modo muito positivo o setor de *franchising*.

Podemos dizer que a Liberdade Econômica também favoreceu os trabalhadores? Se sim, por quê?

SEN. SORAYA THRONICKE – Com toda certeza. Primeiramente essa Lei destacou que é direito de toda pessoa desenvolver atividades econômicas sem restrição de horários e sem cobranças adicionais. No momento delicado em que vivemos, muitos precisaram se reinventar; muitos trabalhadores perderam suas funções e tiveram que empreender para garantir seu sustento. A LLE garantiu que esses honrados cidadãos pudessem o fazer, sem mais uma carga que, certamente, o Estado os faria suportar. A carteira de trabalho eletrônica também veio para simplificar a vida do trabalhador.

E durante a pandemia, quais os impactos da Liberdade Econômica no auxílio do governo, principalmente às micro e pequenas empresas (MPes) franqueadas?

SEN. SORAYA THRONICKE – Na linha de toda a simplificação do Estado, para fins especialmente do desenvolvimento de atividades econômicas, a LLE teve uma importância gigantesca para as microempresas, justamente em razão dos critérios simplificados trazidos por ela. Só a dispensa e a flexibilização de tantos documentos, como licenças e alvarás, para atividades de baixo risco, permitiram que as pequenas empresas franqueadas pudessem expandir seus negócios em meio à crise. A desburocratização e a simplificação atenderam todos os mercados, sejam os das grandes e médias empresas, como os das micro e pequenas empresas. O MEI, por exemplo, consegue seu registro por meio da internet, em uma velocidade gigantesca.

“

Hoje, qualquer empreendedor pode iniciar seu empreendimento sem o excesso da burocracia do passado

”

Como relatora do projeto de conversão no Senado, sente orgulho pela sua contribuição à população brasileira?

SEN. SORAYA THRONICKE – Com certeza; me senti honrada ao relatar o projeto que converteu a Medida Provisória em LLE. Um dos artigos que mais me alegra no texto da Lei é o art. 2º, que revela para que veio a Lei: colocar o Brasil na rota do crescimento e da prosperidade, respeitando o particular e

a sua autonomia. Vamos seguir rumo a novas fases da liberdade econômica. Tanto o Executivo quanto o Congresso Nacional, têm buscado inserir no plano empresarial novas e modernas ferramentas capazes de simplificar mais ainda o ambiente de negócios.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista, MBA em Marketing e pós-graduado em Gestão da Comunicação e em Crise de Imagem



BALANÇO PRONAMPE E PERSPECTIVAS

Um dos maiores desafios que temos na Subsecretaria de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedorismo e Artesanato é o aumento da produtividade dos negócios. Segundo dados da OCDE, o nível de produtividade de uma microempresa, no Brasil, é equivalente a apenas 10% do nível de produtividade de uma grande empresa. O cenário é similar quando falamos das empresas de pequeno porte: se comparadas às grandes empresas brasileiras, a produtividade é equivalente a 27%.

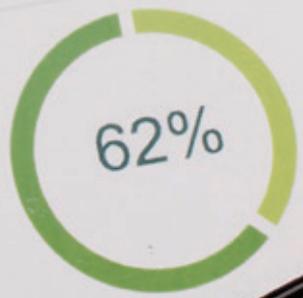
Dentre os fatores que contribuem para a baixa produtividade nos pequenos negócios, está justamente a falta de acesso ao crédito, seja para capital de giro ou para investimentos. Durante meses, a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, do Ministério da Economia, dedicou-se a estudar as principais causas dessa dificuldade tão comum entre os empresários brasileiros. O resultado foi um diagnóstico claro do que precisaria ser feito para melhorar o acesso das micro e pequenas empresas ao sistema financeiro a longo prazo.

A primeira conclusão foi de que existe uma assimetria de informação entre as empresas e

os agentes financeiros. Em outras palavras, tanto a informação contábil quanto a comprovação da performance econômico-financeira das empresas são questionadas com frequência pelos credores, em parte pela fragilidade dos documentos apresentados. Essa assimetria informacional é uma das principais barreiras na hora da tomada do empréstimo e um dos fatores responsáveis pela alta taxa de juros praticadas para esse público.

A segunda barreira identificada está relacionada ao risco dos pequenos negócios e à falta de garantias. Segundo pesquisa do SEBRAE, 36% das empresas alegam que a falta de avalista ou de garantia reais é a segunda maior dificuldade para obter um novo empréstimo ou financiamento. Em média, as instituições financeiras solicitam 130% do valor financiado em garantias.

O cenário se agravou com a chegada da pandemia causada pelo coronavírus. Os pequenos negócios, que já contavam com poucos recursos em caixa, foram, em sua maioria, obrigados a paralisar atividades e tiveram seu faturamento comprometido. As principais alternativas de financiamento (fornecedores, cartão de crédito, cheque especial, etc.) se esgotaram. Os empresários, portanto, viram-se desesperados em busca de empréstimos.



546,00
GENERAL EXPENSES FOR MONTH

550,00

0.00

Founded, the Million Dollar Global, Independent
 Association of Financial Services Professionals (AIFSP) has more
 than 62,000 of the world's leading life insurance
 companies in 69 countries. MDR members
 demonstrate exceptional professional knowledge, strict
 ethics, and outstanding client service. Membership
 is held internationally. A standard of excellence in
 the life insurance and financial services business.



O conhecimento profundo da realidade desses empreendedores foi o que proporcionou sucesso nas medidas de crédito anunciadas pelo governo federal nos últimos meses. Tanto o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) quanto o Programa Emergencial de Acesso a Crédito (PEAC) foram programas de crédito que funcionaram e que atenderam aos apelos de fazer o recurso “chegar na ponta”.

Ambos programas foram criados a partir da mesma crença: a de que a atuação mais eficiente do governo federal se daria no aporte de recursos adicionais nos fundos garantidores, dos quais a União já era cotista. Além de reduzir o tempo de implementação do programa, atuar na garantia dos empréstimos das micro, pequenas e médias empresas aumentaria o apetite dos agentes financeiros em fechar contratos com esse público, pelos motivos apontados anteriormente.

Adicionalmente, o Pronampe também resolveu o problema da assimetria de informação por meio do envio de uma declaração de faturamento pela Receita Federal aos empresários. Por meio de um código presente na declaração, os agentes financeiros podiam verificar a veracidade do documento.

Hoje, praticamente 100% do potencial de geração de crédito do Pronampe e do PEAC foi atingido. Juntos, os programas foram responsáveis por mais de R\$ 108 bilhões de reais de empréstimos e beneficiaram mais de 580 mil micro, pequenas e médias empresas.

Fato é que 2020 foi um bom ano para o crédito. Dados do Banco Central evidenciam que as carteiras de crédito para pessoa jurídica foram superiores aos números de 2019. O estoque de crédito bancário para as micro, pequenas e médias empresas atingiu, em setembro, uma taxa de crescimento de 28%, índice de expansão que não se via desde 2010.

Agora, o objetivo da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, do Ministério da Economia, é seguir nessa tendência de melhoria do cenário de crédito com medidas estruturantes e de longo prazo. A exemplo disso, temos o Sistema Nacional de Garantias, previsto na Lei Complementar nº 123/2006 e que será regulamentando ainda este ano.

O acesso a crédito é crucial para que nossos pequenos negócios possam prosperar em suas áreas de atuação e, assim, sigam sendo o motor do crescimento e do emprego no nosso País.



Carlos da Costa

Secretário Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do ME



Antonia Tallarida

Subsecretária de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedorismo e Artesanato do ME

SECRETARIA ESPECIAL DE
PRODUTIVIDADE, EMPREGO E
COMPETITIVIDADE

MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

“VAMOS VENCER”

PROGRAMA DO GOVERNO FEDERAL ORIENTA EMPRESÁRIOS EM TEMPOS DE PANDEMIA



Página criada pelo Ministério da Economia é atualizada constantemente e apresenta soluções para os segmentos da indústria, do comércio e de serviços

Os impactos causados pelo novo coronavírus na economia brasileira ainda são imensuráveis. Com o objetivo de diminuir os danos aos empresários, a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec/ME) lançou recentemente a página “Vamos Vencer”, que contém diversas medidas de apoio ao setor produtivo brasileiro.

O adiamento do pagamento dos Impostos Federais no Simples Nacional; a criação de linhas de crédito em condições especiais; e a suspensão de processos de cobrança da dívida ativa da União são algumas das medidas tomadas e expostas no portal, que é atualizado constantemente.

Também constam orientações de fôlego ao fluxo de caixa, flexibilização trabalhista, crédito, seguro e garantias para os seguintes perfis: indústria de grande e médio porte; indústria de pequeno porte; comércio de grande e médio porte; comércio de pequeno porte; serviços de grande e médio porte; e serviços de pequeno porte.

Acesse e saiba mais: www.gov.br/vamosvencer.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista, MBA em Marketing e pós-graduado em Gestão da Comunicação e em Crise de Imagem



CARTÃO BNDES ESTÁ COM A MENOR TAXA DE SUA HISTÓRIA

A taxa de juros de 0,85% ao mês, em vigor em novembro de 2020, é a menor na história do Cartão BNDES e consideravelmente menor, se comparada à praticada em outubro deste ano, quando era de 0,96%. Níveis mais baixos devem continuar sendo observados. Desde 1º de novembro, a referência de custo financeiro para a definição dos juros das operações no Cartão BNDES passou a ser a Selic, não mais a Taxa de Longo Prazo (TLP).

Com essa mudança, ficou mais barato comprar balcões, armários, checkouts, mesas, cadeiras e financiar material para reformas. Isso é apenas uma amostra dos 270 mil itens credenciados pelo Cartão BNDES. A melhor forma de conhecer toda a lista é consultando a base de produtos no portal na internet. No portal, há ainda uma área específica para franquias, na qual os franqueados podem usar seu Cartão para comprar todos os itens cadastrados dentro das especificações de cada uma das nove franquias parceiras.

Outra forma possível de utilizar o Cartão BNDES são as compras diretas via internet nos

sites dos seguintes autorizados: Americanas Empresas, Borex, Fast Shop, Furukawa, Grupo Martins, Kalunga, Leroy Merlin, Refrigeração Dufrio, ShopFácil, Tipler.

CLIENTE SATISFEITO

“Gosto muito do Cartão! Se a taxa ficou menor, será melhor ainda”, observou Marly Hiromi, que tem o Cartão desde 2014. Há cerca de 20 anos, ela é sócia de franquias da China in Box e de restaurantes japoneses. Em todos os casos, usou o Cartão BNDES para financiar obras em seus negócios.

Como exemplo, citou a reforma de uma das lojas da franquia de comida chinesa. As obras, materiais de construção e quase todos os equipamentos foram financiados usando o Cartão BNDES. “Conseguí montar uma cozinha melhor, porque tinha uma condição de financiamento melhor e isso foi possível pelo Cartão”.

Outro caso que destacou foi a marcenaria de um de seus restaurantes japoneses. Apontando a dificuldade do trabalho em função da especialidade, lembrou que foi possível encontrar um marceneiro que aceitava o Cartão, condição



FOTO: FREEPIK



Cartão BNDES

O produto é destinado aos microempreendedores individuais, micro, pequenas e médias empresas, com receita bruta anual de até R\$ 300 milhões.

Limite: R\$ Até 2 milhões por banco emissor

Prazo: Até 48 meses

Taxa de juros: 0,85% a.m (em novembro/2020)

Informações: www.cartaobndes.gov.br

O QUE PODE SER FINANCIADO?

O Cartão BNDES pode ser usado para adquirir mais de 270 mil itens de fornecedores credenciados. Entre esses estão:

- materiais para construção civil;
- artigos de vestuário, de cama, de mesa, de banho e de decoração;
- embalagens;
- aço, outros metais não ferrosos e peças de ferro fundido para o setor metal-mecânico;
- insumos para os setores de fabricação de móveis, da indústria têxtil e de confecção, coureiro-calçadista, de embalagens e de rochas ornamentais;
- componentes, partes e peças de máquinas, equipamentos de informática e automação industrial;
- autopeças e pneus;
- resinas termoplásticas e termofixas;
- farinha de trigo para panificação;
- comunicação visual, como letreiros luminosos, fachadas e adesivos;
- serviços tecnológicos para desenvolvimento e adequação de produtos para exportação;
- serviços de metrologia, de normalização, de regulamentação técnica e de avaliação de conformidade, incluindo as avaliações para certificação ISO 9000, ISO 14000 e ISO 15100;
- serviços de acreditação de hospitais, de clínicas e de laboratórios;
- serviços de pesquisa, de desenvolvimento e de inovação;
- serviços de design, de ergonomia e de modelagem de produtos e de embalagens;
- serviços de registro de propriedade intelectual no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI);
- diagnóstico de eficiência energética;
- qualificação profissional para o turismo;
- cursos de língua estrangeira, nos idiomas inglês e espanhol;
- papel e serviços de impressão e de editoração de livros; e
- software de acompanhamento e de gerenciamento de exportações.



China in Box é uma das nove franquias parceiras do Cartão BNDES

necessária para fechar negócio. “Procuro o fornecedor e pergunto logo se ele aceita o Cartão BNDES. Se disser que não, nem peço orçamento para não dar esse trabalho a ele à toa”.

Ela destacou ainda que, nesse particular, a cada ano tem observado a ampliação e a diversificação dos fornecedores que aceitam o Cartão BNDES. “De qualquer forma, se pudesse dar uma sugestão para vocês, seria de investir ainda mais para aumentar a quantidade de fornecedores inscritos”, comentou.

“**Procuro o fornecedor e pergunto logo se ele aceita o Cartão BNDES. Se disser que não, nem peço orçamento para não dar esse trabalho a ele à toa**”

Marly Hiromi

Sócia de franquias da China in Box

Quer saber mais?

Acesse área de “Busca de Produtos” ou “Categoria de Produtos” no site do Cartão BNDES



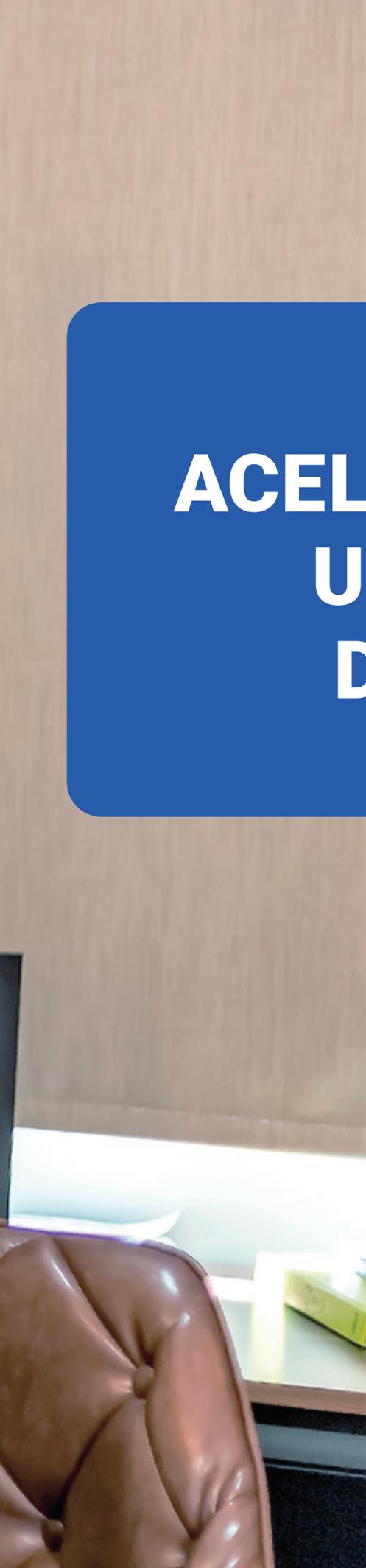
BNDES

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social



FOTO: DIVULGAÇÃO | ARQUIVO PESSOAL





ACELERAÇÃO DIGITAL: UMA HERANÇA DA PANDEMIA

A crise no setor de beleza forçou empresas a se reinventarem. Novos protocolos de biossegurança foram adotados e um outro fenômeno também foi visto, e ficará como legado dessa pandemia – a adaptação tecnológica acelerada. Alisson Ramalho, vice-presidente do Grupo Sobrancelhas Design (SD), comenta como foi a adaptação da SD e quais medidas tomaram para o enfrentamento da crise causada pela covid-19.

Alisson Ramalho, 43 anos, empreendedor, especialista em Varejo pela FGV/RJ (Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro), é nome de referência do mercado de franquias. Especialista em varejo e *franchising*, atua há mais de 27 anos no mercado. É sócio-fundador e vice-presidente do Grupo SD, multinacional com mais de 500 franquias comercializadas no Brasil, EUA, Europa e América Central.

Quais as principais dificuldades que empresas do segmento de beleza enfrentam durante a pandemia?

ALISSON RAMALHO – Primeiramente, todos foram impactados com o fechamento dos Pontos de Vendas (PDVs) na pandemia, o que gerou ausência da aplicação de serviços. Este mercado depende muito dos PDVs. Um segundo ponto, que também pegou a grande maioria de surpresa, é o despreparo, não falo de relacionamento, mas da comercialização digital e de vendas *on-line*. Esses dois pontos foram que, realmente, bateram de frente para todo mundo do mercado de beleza. Mesmo intensificando o trabalho de home care, que é o atendimento em casa, a covid-19 trouxe muita restrição. Então, nos primeiros meses e no pico da pandemia, não era possível atendimento em casa ou no escritório, porque as pessoas não estavam abertas, mesmo com biossegurança, a receberem as marcas.

Hoje, como está o cenário? Existe uma retomada do crescimento? Se não, existe previsão?

ALISSON RAMALHO – A retomada é bem positiva no segmento, porque ela acontece em “V” – da mesma maneira que você cai, você tem uma demanda reprimida que, na hora que retoma, vai bem. No mês de novembro, o Grupo já fez 90% do que foi feito em 2019, o ano *sales*. Isso é interessante e pretendemos agora chegar em dezembro com 95%, 98% do que foi realizado em 2019. Então, é um dos segmentos que retomou muito bem, e a tendência é de que os números continuem aumentando num cenário pós-retomada.

A sua empresa estava preparada para um cenário como esse? Quais estratégias utilizaram para passar por esta situação?

ALISSON RAMALHO – Acredito que nenhuma empresa estava preparada. O cenário que tínhamos era de negócios que já estavam avançando na área tecnológica, operacionalizando, mas ninguém estava, de fato, pronto para o que viria. Então, a questão do empoderamento e da aceleração digital atingiu 100% dos setores, 100% dos segmentos e 100% das marcas. Não esperávamos um efeito de *lockdown*, inclusive com tanta extensão como ocorreu na pandemia. No Grupo, criamos um comitê emergencial. Dentro desse comitê, fizemos um cronograma de relacionamento com a rede, então potencializamos as ferramentas *on-line*, inclusive a própria plataforma do Zoom, do Google Meet. Tomamos decisões em conjunto, inclusive com planejamento, geran-

Sobrancelhas Design



do incentivo e benefícios, e isso tudo trouxe uma proximidade que nos impressionou. Nós fizemos uma transformação e amadurecemos muito rápido todos os projetos digitais. Já eram existentes, mas começamos a ter *bieyes* exclusivos e treinamento para venda *on-line* e, assim, sistematicamente.

Pode-se dizer que o governo federal criou incentivos para o segmento empresarial durante a pandemia? Como avalia a atuação do estado perante esta situação?

ALISSON RAMALHO – O governo ajudou muito, de todos os lados, por meio do Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), que foi uma linha inteligente e de fácil acesso. Então, tivemos uma grande parte da rede que conseguiu o Programa com facilidade, bem como subsídios do governo,

junto aos funcionários, para a questão salarial. Esses dois pontos foram fundamentais para ajudar no período de *lockdown*. Fato é que a grande maioria das empresas não estava preparada, por não ter um fluxo de caixa. Talvez esse tenha sido um dos maiores aprendizados da pandemia: não ter empresa frágil. Logo, o caixa tem que ser forte.

Os novos custos, principalmente com biossegurança, afetaram o valor dos serviços dentro da SD?

ALISSON RAMALHO – Antes da pandemia já adotávamos praticamente todas as medidas que vigoram atualmente. Trabalhávamos com kit individualizado, luvas, máscaras e autoclave. O processo da nossa loja nasceu dentro de um protocolo de biossegurança. Dessa forma, no que tange ao serviço, a gente não teve ne-

nhuma alteração. Quanto ao produto, sofremos muito com logística internacional, principalmente por conta do câmbio que estourou, o dólar, o euro. Por isso fizemos dois reajustes no valor do serviço, que foram necessários, mas, inclusive, muito bem aceitos, tanto pela rede quanto o próprio consumidor.

O comportamento do consumidor mudou e, principalmente, as suas exigências. Quais merecem mais destaque e, diante dessas novas percepções, o que a SD irá modificar ou já modificou?

ALISSON RAMALHO – Quando a gente fala em “comportamento do consumidor”, sempre realço que tem duas vertentes. A primeira é o consumo. Houve uma mudança drástica de grande parte dos consumidores que não compravam, que não consumiam por meio do digital, e que migraram e hoje fazem isso rotineiramente. Além disso, uma das principais mudanças foi o consumidor consciente. São pessoas preocupadas com o meio ambiente, com o social, com a governança, e que estão comprando de empresas que têm procedimentos e medidas sustentáveis ao humano e ao planeta. Nesse ponto, entendo que a SD foi bem favorecida, porque somos uma empresa que já trabalha na linha de sustentabilidade, de tratamentos e produtos naturais, com processos veganos, *eco-friendly*, etc. Temos ainda o Instituto SD, uma ação social que mantém projetos muito grandes. Então, tudo isso está envolvido no âmbito consumo consciente. O que nós modificamos foi a aceleração digital. Já fazíamos, mas aprimoramos o nosso *Customer Relationship Management* (CRM), demos um ‘up’ muito forte no relacionamento e no *costume service*, colocando o cliente no centro de

tudo. Eu sempre falo que precisamos aprender com a crise, e realmente tivemos vantagens bem bacanas.

Mudando um pouco o foco, a SD e o ISD têm o selo FSC (*forest stewardship council*) – de responsabilidade com a sustentabilidade. Fale um pouco sobre a certificação e esse projeto social, por favor.



É um dos segmentos que retomou muito bem, e a tendência é de que os números continuem aumentando num cenário pós-retomada



ALISSON RAMALHO – Na linha da empresa sustentável e dos procedimentos sustentáveis, que é o nosso foco, a experiência SD ficou muito boa. Inclusive, não havia citado, mas fizemos uma melhoria no layout das lojas durante o período de pandemia. Já tínhamos uma loja com ambiente bem agradável, bem natural, e melhoramos isso. Hoje, 29% dos nossos clientes vêm por conta da apresentação da loja, e esse é um ponto bem interessante. Intensificamos também o nosso projeto social, porque mais do que nunca nós aprendemos que o mundo só vai estar salvo quando

todos estiverem salvos. O ISD (Instituto Sobancelhas Design) tem mais de 10 anos executando um trabalho extraordinário, e agora nós colocamos uma ação muito legal que, para cada linha de tratamento, doaremos duas refeições para o Instituto. Além disso, todas as nossas sacolas possuem o selo de “reflorestamento internacional” (FSC), pois preservamos tudo que venha a atingir diretamente o mundo ou causar prejuízo para o meio ambiente.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista, MBA em Marketing e pós-graduado em Gestão da Comunicação e em Crise de Imagem

Seu tratamento transforma *vidas*



=



A cada Linha de Tratamento comercializada, **2 pratos de comida são doados** para o Instituto SD



Fale com a gente!



@sobrancelhasdesign



Sobrancelhas Design



sobrancelhasdesign.com.br



INSTITUTO SD
UM OLHAR PARA O FUTURO



MAKE·UP



Sobrancelhas Design

COMO OBTER CRÉDITO PARA MEU NEGÓCIO:

UMA PERSPECTIVA QUE VAI ALÉM DO MERCADO BANCÁRIO TRADICIONAL

A pesar de representarem cerca de 90% dos estabelecimentos formais, serem responsáveis por cerca de 55% dos postos de trabalho e 30% do PIB, apenas 20% do crédito destinado às empresas brasileiras é acessado pelos pequenos negócios. Muito embora os efeitos da pandemia tenham agravado essa situação, esse percentual vem se repetindo ao longo de muitos anos, conforme demonstrado no Gráfico 1.

A última edição da pesquisa “O Financiamento dos Pequenos Negócios”, realizada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em junho de 2019, deixa claro os motivos da dificuldade de acesso à crédito por parte desse enorme contingente empresarial. Em primeiro lugar está a alta taxa de juros (44%), seguida pela falta de garantias reais ou de avalistas (23%) e, por fim, a falta de documentação contábil organizada (13%).

Essas dificuldades vêm se repetindo em todos os anos da pesquisa e se agravaram durante a pandemia, quando, mesmo com o incremento de recursos para crédito por parte do governo federal com a implementação do Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte) e do Pese (Programa Emergencial de Suporte a Empregos), não houve alteração no acesso por parte dos pequenos negócios.

Diante desse cenário adverso, os pequenos negócios acabam por desistir da busca por crédito, deixando de considerar outras alternativas que, muitas vezes, estão mais abertas a negociar com essas empresas. Eu costumo me referir a elas como “inovações financeiras”, apesar de algumas já existirem há mais de 20 anos. Vejamos quais são e como acessá-las para negociar linhas de crédito.

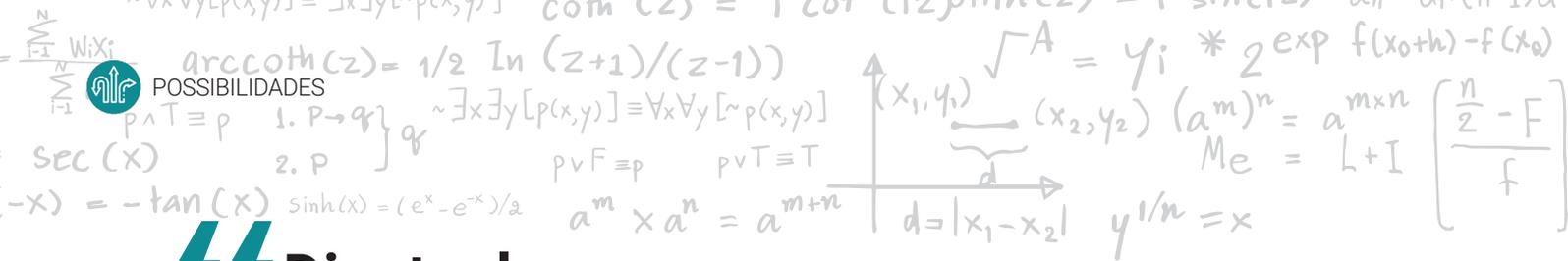
COOPERATIVAS DE CRÉDITO

O sistema de cooperativismo de crédito é regulado pela Lei Complementar nº 130, de 17 de abril de 2009, e fiscalizado pelo Banco Central do Brasil. Ao longo desse período de mais de 10 anos de existência, foram criadas mais de 900 cooperativas organizadas por meio de diversos sistemas: Sicoob, Sicredi, Cresol, Unicred, Cecoop (somente no Espírito Santo), Ailos, Cecrers (somente Rio Grande do Sul), CrediSis e Uniprime.

Segundo dados do Banco Central relativos à dezembro de 2019, existem no País 875 cooperativas de crédito em operação. No total, essas cooperativas dispõem de 6.830 unidades de atendimento, com crescimento de 10,2% em relação a 2018. Esse número coloca o cooperativismo de crédito em primeiro lugar na quantidade de postos de atendimento, quase o dobro dos postos de atendimento do Itaú. Em 204 municípios, existem apenas cooperativas de crédito para a prestação de serviços financeiros à população. Vide Tabela 1.



FOTO: FREEPIK



Diante desse cenário adverso, os pequenos negócios acabam por desistir da busca por crédito, deixando de considerar outras alternativas que, muitas vezes, estão mais abertas a negociar com essas empresas

Do ponto de vista da participação na carteira de crédito, os números são mais modestos, muito em função da alta concentração bancária. A Tabela 2 demonstra claramente essa concentração na concessão de crédito aos pequenos negócios.

Contudo, é importante destacar que as cooperativas de crédito já representam 14% do crédito para esse segmento, com aumento de 25,8%, se comparado com 2018, e de 27,1%, se comparado a 2019.

Já em relação às taxas de juros, as cooperativas demonstram sua força junto aos pequenos negócios. O Gráfico 1 demonstra que a taxa média de juros anuais para as microempresas praticada pelas cooperativas de crédito (39,1%) é 36% mais baixa do que aquelas praticadas pelas instituições financeiras tradicionais (61,5%).

Essa é uma diferença que merece ser considerada na hora de buscar crédito para financiar suas atividades. Para localizar uma cooperativa e saber se existe uma na sua cidade, visite os sites dos sistemas cooperativistas. Veja o box no final desta matéria.

OSCIPS DE MICROCRÉDITO

As OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público) foram criadas em 1999 por meio da Lei nº 9.790. Essas instituições, apesar de não serem reguladas pelo Banco Central do Brasil, fazem parte do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), que está sob a responsabilidade do Ministério da Economia.

Esse programa visa à ampliar o acesso ao crédito aos pequenos negócios por meio de repasses para que as OSCIPs realizem operações de crédito de forma descentralizada e com modelos de análise de crédito e constituição de garantias inovadores.

Embora o foco principal do programa, cujo limite de crédito é de R\$ 25 mil, sejam os Microempreendedores Individuais (MEIs), ele atinge boa parte das micro e pequenas empresas.

Para se ter uma ideia da importância desse setor na oferta de crédito, somente as OSCIPs associadas à Associação das Instituições de Microcrédito e Microfinanças da Região Sul do Brasil (AMCRED-SUL)¹ realizaram mais de 1 milhão de operações que totalizaram mais de R\$ 3,6 bilhões em crédito, disponibilizados na sua região de atuação.

Outro importante ator desse ecossistema, o Banco do Nordeste Brasileiro, por meio do programa CrediAmigo,² somente em 2019, realizou mais de 4,58 milhões de operações, disponibilizando mais de R\$ 10,6 bilhões em crédito no nordeste brasileiro.

Sem dúvida alguma, as OSCIPs são uma ótima alternativa para os pequenos negócios que estão localizados na sua região de atuação.

Para identificar uma OSCIP de microcrédito, verifique o site da Associação Brasileira de Entidades Operadoras de Microcrédito e Microfinanças em: www.abcred.org.br.

GRÁFICO 1: Concessão de créditos por portes de empresas (Em R\$ bilhões)

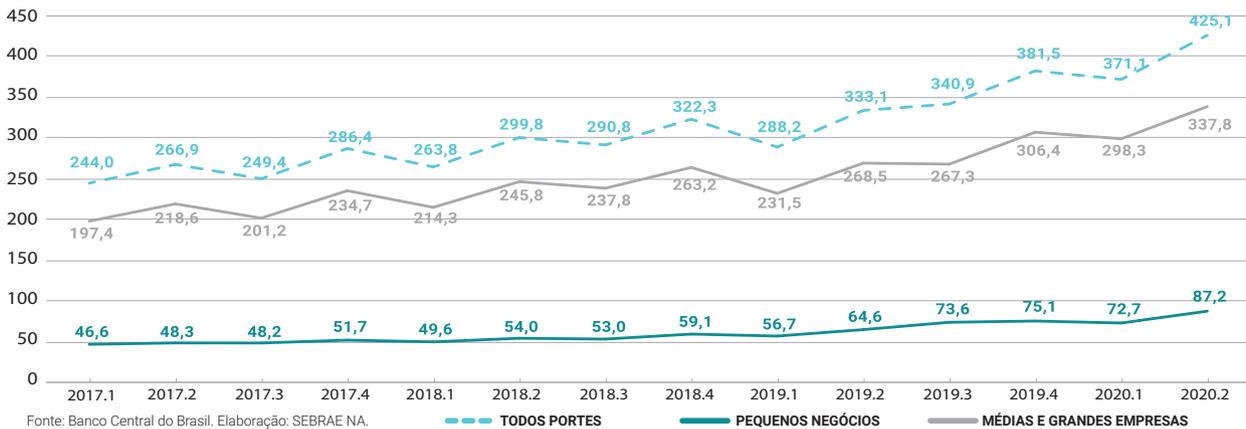


TABELA 1: Unidades de atendimento

ORDEM	INSTITUIÇÃO	DEZ/18	DEZ/19	VAR
1	COOPERATIVAS DE CRÉDITO	6.198	6.830	632
2	BANCO BRADESCO S.A	4.612	4.474	-138
3	BANCO DO BRASIL S.A	4.722	4.356	-366
4	CAIXA ECONOMICA FEDERAL	3.375	3.373	-2
5	ITAÚ UNIBANCO S.A.	3.331	2.966	-365

Fonte: BC/dezembro-2019.

GRÁFICO 2: Taxa média de juros - segmento bancário x segmento cooperativas microempresas (% a.a.)



TABELA 2: Concessão de crédito para pequenos negócios por segmento concedente

SEGMENTO	2019 (jan a jul) (R\$ milhões)	%	2020 (jan a jul) (R\$ milhões)	%	VARIÇÃO(%) jan a jul - 2019 a 2020
Agência de Fomento	5.007	3,3	7.599	3,8	51,8
Bancos Múltiplos e Comerciais	120.815	80,0	159.934	80,3	32,4
Cooperativas de Crédito	22.511	14,9	28.616	14,4	27,1
Instituições Financeiras Não-Bancárias	2.775	1,8	3.069	1,5	10,6
Total	151.108	100,0	199.218	100,0	31,8

Fonte: Banco Central do Brasil. Elaboração: UCSF - SEBRAE NA.



FINTECHS

Outro importante ator na oferta de crédito aos pequenos negócios são as *fintechs*. Essas instituições se caracterizam pela oferta de crédito por meio de plataformas digitais, totalmente *on-line* e sem burocracia.

Boa parte das *fintechs* atua como correspondente bancário de instituições financeiras reguladas pelo Banco Central do Brasil, promovendo a ampliação da oferta de crédito dessas instituições e, conseqüentemente, o acesso a esse crédito pelas empresas demandantes.

A outra parte atua com oferta de crédito com capital próprio tendo, de certa forma, mais independência na análise e concessão.

Esses novos *players* são ainda incipientes no mercado brasileiro de crédito, portanto, ainda não existem dados disponíveis sobre suas operações. No entanto, há que se destacar a inovação na oferta de crédito por parte dessas instituições, principalmente, na possibilidade de concessão de crédito, mesmo para quem está com algum problema com certidões negativas, por meio da utilização de imóvel ou veículo como garantia da operação.

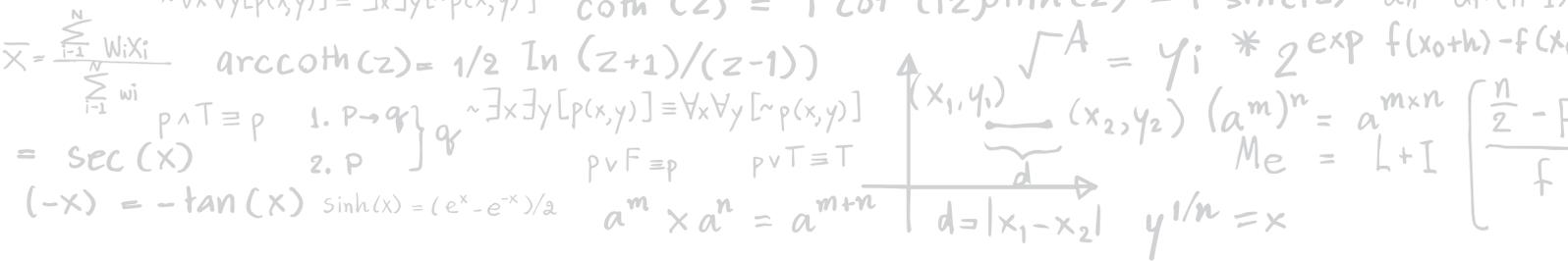
Essa forma de atuar diferencia as *fintechs* do mercado financeiro tradicional e, sem dúvida, abre novas possibilidades para que as micro e pequenas empresas possam acessar o crédito de maneira mais fácil e rápida.

Segundo dados divulgados pelo Fintechlab,³ com base em agosto de 2020, existem, no Brasil, 114 *fintechs* que atuam no mercado de empréstimos em geral, inclusive renegociações de dívidas. As *fintechs* estão reunidas em duas associações representativas: a Associação Brasileira de Crédito Digital (ABCD)⁴ e a Associação Brasileira de *Fintechs* (ABFintech).⁵

No site dessas duas associações, é possível consultar as *fintechs* associadas e, assim, fazer simulações de crédito e escolher a melhor oferta dentro das condições estabelecidas. E tudo isso sem ter de deixar a administração da empresa, fazendo tudo pelo computador.

EMPRESAS SIMPLES DE CRÉDITO (ESCs)

As Empresas Simples de Crédito (ESCs) têm sua regulamentação estabelecida na Lei Complementar nº 167, de 24 de abril de 2019. A Lei estabelece que a ESC só pode realizar operações



de empréstimo, de financiamento e de desconto de títulos de crédito exclusivamente para MEI, microempresas e empresas de pequeno porte. Portanto, é uma alternativa de crédito específica para os pequenos negócios.

Outro diferencial das ESCs é que elas são proibidas de cobrar qualquer tipo de tarifa, ou seja, somente podem cobrar os juros estabelecidos no contrato. Isso facilita o cálculo do valor da operação e das parcelas e reduz o custo para o tomador.

Além disso, as ESCs só podem realizar operações no município sede e nos limítrofes, promovendo o desenvolvimento local, pois o recurso auferido pela ESC será aplicado também em sua região de atuação, algo que não acontece com os bancos tradicionais.

De acordo com dados da Redesim⁶ compilados pelo Sebrae, existem, atualmente, 785 ESCs em operação no País, cujo valor total disponível para empréstimo chega a R\$ 379 milhões. Para consultar se na sua cidade existe uma ESC, consulte o site do Sebrae.

MAQUININHAS DE CARTÕES (ADQUIRENTES)

As empresas de cartões de crédito, comumente conhecidas como “maquininhas de cartões”, cuja denominação formal é adquirentes, representam um importante setor econômico, tendo transacionado, em 2019, R\$ 1,84 trilhões, somados os cartões de crédito, débito e pré-pago (*voucher*), com um crescimento de 18,7% em relação a 2018.⁷

Dentre as empresas mais conhecidas desse mercado, podemos citar Cielo, Rede, Getnet, Stone, Pag Seguro e SafraPay. No entanto, atualmente, existem mais de 100 opções de empresas que atuam nesse mercado.

Essas empresas já atuam, de certa forma, com a oferta de crédito quando realizam a antecipação de recebíveis das vendas realizadas com car-

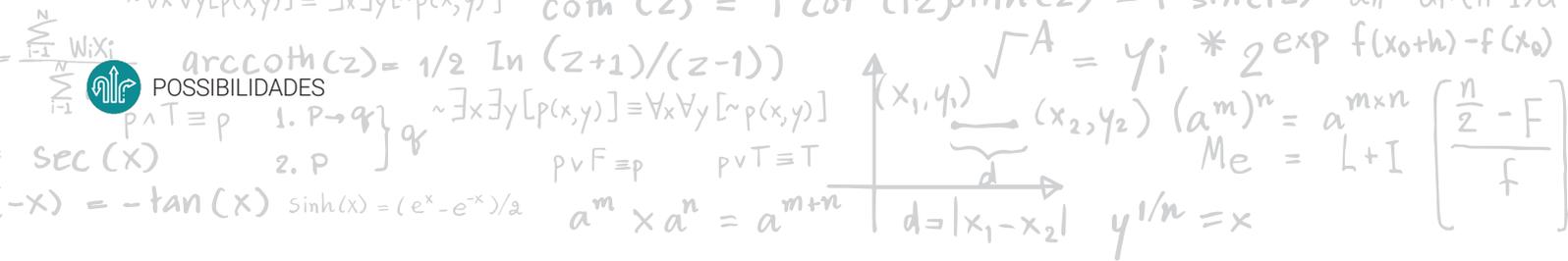
“Se somarmos as quantidades de cooperativas de crédito, *fintechs*, ESCs e “maquininhas de cartões”, elas representam mais de 2 mil empresas ofertantes de crédito para o setor empresarial”

tão de crédito de 30 para 2 ou 3 dias, melhorando o fluxo de caixa das empresas que realizaram a venda por esse meio de pagamento.

No entanto, não podemos esquecer que, na venda por meio das “maquininhas”, são cobradas taxas pela transação e pela antecipação do recebimento que, em média, podem chegar a 4% do valor da venda, percentual significativamente alto, se comparado à taxa Selic que está em 2% ao ano.

Mas, com o intuito de minimizar esse custo e permitir que os pequenos negócios ganhem fôlego nesse momento que a economia está passando, o governo federal criou, por meio da Lei nº 14.042/2020, de 19 de agosto de 2020, o Programa Crédito Maquininhas, que é operacionalizado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Esse programa permite que as “maquininhas de cartões” ofereçam crédito aos seus clientes com a garantia apenas dos recebíveis das vendas por eles realizadas, desburocratizando o acesso a esse recurso.



As regras gerais da linha de crédito que faz parte do Programa são:

- taxa de juros: fixas de até 6% ao ano;
- prazos: 36 meses para o pagamento total da operação, incluído o prazo de carência de 6 meses para o início do pagamento;
- limite de valor por contratante: limitado ao dobro da média mensal das vendas de bens e prestações de serviços do contratante, não podendo ser superior a R\$ 50.000,00; e
- contratações: até 31/12/2020.

Como podemos observar, as condições de contratação da linha de crédito no Programa são bastante vantajosas, se comparadas com as condições expostas.

Até a publicação deste artigo, as empresas que estavam operando o Programa, conforme site do BNDES,⁸ eram: Banrisul, Inter, Money Plus Sociedade de Crédito Direto ao Microempreendedor e Safra. Acredito que em breve novas empresas passem a ofertar essa linha de crédito.

Procurei neste artigo apresentar algumas alternativas de obtenção de crédito para os pequenos negócios, de forma que a negativa numa instituição não seja entendida como uma negativa do mercado. Há, sim, possibilidades diversas de obtenção de crédito, que, muitas vezes por desconhecimento, não são consideradas.

Se somarmos as quantidades de cooperativas de crédito, *fintechs*, ESCs e “maquininhas de cartões”, elas representam mais de 2 mil empresas ofertantes de crédito para o setor empresarial, principalmente, micro e pequenas empresas.

Não dá para restringir a obtenção de crédito apenas nos cinco maiores bancos, não é mesmo!

SITE DOS SISTEMAS COOPERATIVISTAS

CRESOL

Confederação das Cooperativas Centrais de Crédito Rural com interação Solidária:

www.cresolconfederacao.com.br

SICOOB

Confederação Nacional das Cooperativas do Sicoob: www.sicoob.com.br

SICREDI

Confederação interestadual das Cooperativas Ligadas ao Sicredi: www.sicredi.com.br

UNICRED DO BRASIL

Confederação Nacional das Cooperativas Centrais Unicred's: www.unicred.com.br

CECOOP

Central Cooperativa de Crédito no Estado do Espírito Santo: www.cecoop.com.br

CENTRAL AILOS

Cooperativa Central de Crédito Urbano: www.aiilos.coop.br

CECRERS

Central das Cooperativas de Crédito Mútuo do Rio Grande do Sul: www.cecrers.com.br

CREDISIS

Cooperativa Central de crédito Noroeste Brasileiro: www.credisis.com.br

UNIPRIME CENTRAL

Central Interestadual de Cooperativas de Crédito: www.uniprimecentral.com.br

Elaboração do autor

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Adalberto de Sousa Luiz

Economista especializado em Gestão Empresarial, MBA em Marketing e Finanças Corporativas

CASHADVOGADOS

**CRIATIVO.
IMPLACÁVEL.
EFETIVO.**



EXCELÊNCIA EM FRANCHISING

CASH Advogados atua na estruturação e na formatação legal de franquias em todo o território nacional, bem como em contencioso complexo, prestando assessoria jurídica nos seguintes temas em franchising:

- Ações Coletivas
- Arbitragem
- Contencioso Cível e Comercial
- Contratos e Circulares de Oferta
- Direito da Concorrência
- Pareceres
- Reestruturação e Insolvência
- Regulatório
- Societário e M&A
- Tributário

www.cash.adv.br

Brasília

T. + 55 61 2196-7899

Campo Grande

T. + 55 67 3025-2500

Cuiabá

T. + 55 65 2127-5314



A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO DOS JOVENS EMPREENDEDORES NA RETOMADA DO CRESCIMENTO ECONÔMICO PÓS-COVID-19

Na viabilização das medidas econômicas que têm foco no controle das despesas primárias e financeiras, na eliminação da ineficiência dos gastos públicos, na busca pelo fortalecimento dos ambientes de negócios, na melhoria do desempenho da prestação de serviços às camadas mais pobres da população e na implementação de uma complexa pauta de temas estruturantes, o governo enfrenta desafios que somente serão solucionados com a participação da quase totalidade das bancadas partidárias e de líderes de legendas com grande ascendência nas votações de projetos em plenário, o que sinaliza complexas articulações para o apoio do Congresso Nacional às reformas propostas, que se constituem em fatores determinantes para a participação dos pequenos negócios na retomada do crescimento econômico.

Esses desafios estão representados pela reforma da previdência, flexibilização de leis trabalhistas, reforma administrativa, reforma das alíquotas do ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços), endividamento crescente da dívida pública nos estados e municípios.

Em que pese a relevância e consistência técnica das medidas estratégicas implementadas pela equipe econômica nos últimos meses, com destaque para o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

(Pronampe), a elevada taxa de desemprego (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Mensal - PNAD Contínua, Outubro 2020), que atinge 14,4% dos trabalhadores no País e que, em números absolutos, representa 13,8 milhões de brasileiros fora do mercado e sem ocupação.

A adoção de medidas direcionadas ao acesso ao crédito, ao mercado, à inovação, à tecnologia e ao apoio e à orientação são fatores críticos de mudanças, que fortalecem a atuação e sustentabilidade dos pequenos negócios que atuam nos setores de indústria, comércio e serviços nas economias formal e informal, beneficiando diretamente as populações menos favorecidas, sobretudo nas regiões metropolitanas das capitais brasileiras e nos milhares de pequenos municípios localizados em todas as regiões do País.

O Relatório Executivo da Pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor/2017*), patrocinada no Brasil pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), indica que a Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) no País foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18 a 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio ou na manutenção de um negócio já estabelecido. Em números absolutos, isso indica que é de quase 50 milhões o contingente



FOTO: FREEPIK



de brasileiros que já empreendem e/ou realizaram, em 2017, alguma ação visando à criação de um empreendimento em um futuro próximo.

Em função da crise econômica que abala o País motivada pelos impactos da pandemia da covid-19, os brasileiros tornaram-se mais recios com relação a se envolver na abertura de um novo negócio. As informações da GEM/2017 indicam uma redução na proporção daqueles que enxergam oportunidades no ambiente de negócios, uma vez que um grande contingente de pequenos negócios que fecharam suas atividades impactados pelo coronavírus empreenderão por necessidades, pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda.

O estudo Optantes Microempreendedor Individual – MEI CNAE BRASIL, de 31/julho/2009 a 30/novembro/2020, realizado pela Diretoria de Estudos e Pesquisas da Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), revela que 24,38% dos Microempreendedores Individuais (MEIs) formalizados até 05 de dezembro de 2020 situam-se nas faixas etárias de 16 a 17 anos (0,01%), de 18 a 20 anos (1,41%) e de 21 a 30 anos (22,96%) (Tabela 1).

Essa tendência de jovens empreendedores que integram a população economicamente ativa do País na busca do enquadramento às vantagens e benefícios da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, guarda relação com o novo formato de negócios denominado Microfranquia, que demanda investimento inicial de até R\$ 90 mil. De acordo com a pesquisa Desempenho do *Franchising* em 2018 da Associação Brasileira de Franchising (ABF), 589 redes franqueadoras incluíram, em 2018, o modelo de negócio Microfranquia Empresarial em seus portfólios, com destaque para os segmentos de Saúde, Beleza e Bem-estar (96 unidades de microfranquias), Comunicação, Informática e Eletrônica (87 unidades), Serviços Educacionais (83 unidades), Alimentação (72 unidades), Serviços e Outros Negócios (80 unidades).

O estudo Optantes Microempreendedor Individual – MEI CNAE BRASIL, de 31/julho/2009 a 30/novembro/2020, realizado pela Diretoria de Estudos e Pesquisas da Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), revela que 24,38% dos Microempreendedores Individuais (MEIs) formalizados até 05 de dezembro de 2020 situam-se nas faixas etárias de 16 a 17 anos (0,01%), de 18 a 20 anos (1,41%) e de 21 a 30 anos (22,96%) (Tabela 1).

Tabela 1 – Total de formalizações por faixa etária
(de 31/07/2009 a 05/12/2020)

FAIXA ETÁRIA	Nº MEI	PERCENTUAL
16-17	1.631	0,01%
18-20	159.028	1,41%
21-30	2.589.379	22,96%
31-40	3.480.637	30,86%
41-50	2.638.332	23,39%
51-60	1.725.675	15,30%
61-70	578.754	5,13%
Acima de 70	105.912	0,94%
Menor de 16	1	0,00%
TOTAL	11.279.349	100%

Tabela 2 – Variação de formalizações por faixa etária
(de 05/09/2020 até 05/12/2020 - 03 meses)

FAIXA ETÁRIA	05/09/2020	05/12/2020	VARIAÇÃO
16-17	1.294	1.631	26,04%
18-20	128.817	159.028	23,45%
21-30	2.391.942	2.589.379	8,25%
31-40	3.323.548	3.480.637	4,73%
41-50	2.540.451	2.638.332	3,85%
51-60	1.674.136	1.725.675	3,08%
61-70	570.217	578.754	1,50%
Acima de 70	104.493	105.912	1,36%
Menor de 16	1	1	-
TOTAL	10.734.899	11.279.349	5,07%

Tabela 3 - Microempreendedores individuais - Brasil

POSIÇÃO	CNAE	DESCRIÇÃO CNAE (50 PRIMEIROS)	TOTAL OPTANTES	%
1º	9602501	Salão de cabeleireiros e afins	830.927	7,38
2º	4399103	Serviços de pedreiro	493.139	4,38
3º	7319002	Promotora de vendas, distribuição de panfletos, demonstração de produtos em pontos de vendas	397.175	3,53
4º	9602502	Serviços de higiene e beleza, manicure, maquiagem, depilação, estética, calistas	231.745	2,06
1º	4781400	Comércio varejista de artigos e acessórios do vestuário	825.131	7,33
2º	5620104	Fornecimento de alimentos preparados, marmitex, pizzarias (sem consumo local)	311.025	2,76
3º	5611203	Lanchonete, casas de chás, sucos e afins (serviços de alimentação)	301.684	2,68
4º	4712100	Mercearias, armazéns, empórios, mini mercados	256.465	2,28
1º	1091102	Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria	96.792	0,86
2º	1412602	Confecção de roupas sob medida (alfaites, costureiras)	94.824	0,84
3º	3101200	Marceneiro (fabricação de móveis com predominância de madeira)	79.937	0,71
4º	3299099	Fabricação de artigos diversos (artesanato em materiais diversos)	78.732	0,70
TOTAL			3.997.576	35,52
-	-	Outras 560 categorias profissionais	7.258.080	64,48
TOTAL GERAL			11.255.656	100,0

Setor Comércio
 Setor Serviços
 Setor Indústria



A análise da variação de formalizações por faixa etária, no período de 05 de setembro a 05 de dezembro de 2020 (Tabela 2 do estudo), indica que, nos últimos três meses, 57,74% dos Microempreendedores Individuais (MEI) formalizados situam-se nas faixas etárias de 16 a 17 anos (26,04%), de 18 a 20 anos (23,45%) e de 21 a 30 anos (8,25%), confirmando o desejo de abertura de um novo negócio (empreendimento).

A Asbraf está apoiando o PLP 274/2019 que adapta as regras do Microempreendedor Individual (MEI) previstas no Simples Nacional e cria uma nova faixa de faturamento de até R\$ 180 mil denominada Microempreendedor Jovem, com pagamento de impostos reduzidos e fixos (R\$ 122,98 por mês) exclusivamente para microempresas que tenham em seu quadro societário jovens de até 29 anos.

Os números da “Tabela 3 – Microempreendedores Individuais Brasil”, correspondentes às quatro primeiras posições dos setores Serviços, Comércio e Indústria nas categorias profissionais enquadradas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), são referentes a 12 enquadramentos nas 572 categorias profissionais identificadas pela figura jurídica Microempreendedor Individual de julho/2009 a novembro/2020, constituindo-se em um potencial para as operações de negócios, denominadas, no Sistema de Franchising Brasileiro, como Microfranquias.

“A adoção de medidas direcionadas ao acesso ao crédito, ao mercado, à inovação, à tecnologia e ao apoio e à orientação são fatores críticos de mudanças”

A notável socióloga Tânia Zapata, ao contextualizar sobre desenvolvimento sustentável, afirma que “As políticas macroeconômicas são insuficientes para combater a pobreza e reduzir as desigualdades. O desenvolvimento não depende unicamente do setor público. O desenvolvimento depende de forma decisiva de se organizar o conjunto dos atores sociais em cada território. Desenvolvimento é mudança política novos padrões de organização e de governança”. A área econômica do governo federal sinaliza a adoção desses princípios e conceitos por meio da construção de novas institucionalidades e programas estruturantes que representem as novas relações pós-covid-19 entre os diversos atores públicos e privados para assegurar a participação de milhões de pequenos negócios na retomada e sustentabilidade do crescimento econômico do País.



Estudo Optantes Microempreendedor individual - MEI CNAE Brasil
31/julho/2009 a 30/novembro/2020

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar o estudo via QR Code.



Projeto de Lei Complementar n° 274, de 2019

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar o Projeto via QR Code.



José Antonio Ramalho

Diretor de Gestão e Controle Organizacional da Asbraf

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



NA ASBRAAF, VOCÊ TERÁ



APOIO INSTITUCIONAL

No combate à concorrência desleal e abuso do poder econômico de empresas franqueadoras junto à empresas franqueadas.



REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL

Junto às autoridades governamentais, órgãos públicos e privados, entidades, associações de classe e formadores de opinião.



CONTRIBUIÇÃO PARA O APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO

Bem como da doutrina, jurisprudência e gestão do modelo de negócio franquia empresarial, fomentando ainda mais o desenvolvimento do franchising no Brasil.



ACESSO À REDE DE BENEFÍCIOS

Oriundos de convênios celebrados pela Asbraaf com fornecedores jurídicos, serviços de tecnologias de informação, insumos, acessórios, transportes e cargas.

E MUITO MAIS! VENHA PARA A ASBRAAF

Posicione o QR CODE e veja as classes de associados





DIRETO DO PLANALTO CENTRAL

COM RAUL CANAL



CRÔNICAS DO COTIDIANO APRESENTADAS
PELO COMUNICÓLOGO **RAUL CANAL**
ACOMPANHE PELO SPOTIFY

