

Revista do **FRANQUEADO**

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ANO 3 | NÚMERO 05

ASBRAF
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS

NOVO CENÁRIO

Como a covid-19 impactou o mercado de seguros brasileiro e quais seus efeitos colaterais

MODERNIZA BRASIL

Transformação digital da gestão e dos serviços do governo gera economia aos cofres públicos

ISS

STF se posiciona sobre a incidência do imposto nos contratos de franquia

INTEGRAÇÃO, INVESTIMENTO E NOVAS TECNOLOGIAS

Essas são as palavras-chave para definir o propósito da gestão do ministro Marcos Pontes, que defende a ciência como essencial para a geração de riquezas e de melhoria da qualidade de vida da população



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 n.º 8.955/1994, que vigorou até 26 de março, e da Lei n.º 13.966/2019, que, a partir de 27 de março de 2020, dispõe sobre contrato de *franchising*.

O direcionamento estratégico da Asbrafr para o biênio 2020 – 2021 considera, em suas ações programáticas, os impactos da pandemia da covid-19 nos empreendimentos que operam no sistema de *franchising* brasileiro. Além disso, a relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos, que registraram, no ano de 2020, o significativo faturamento de R\$ 167,1 bilhões obtidos por 2.668 franqueadores por meio de 156,7 mil unidades franqueadas em operação no País. Essas relações de negócios, formatadas no modelo de franquia empresarial, geraram, em 2020, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o expressivo número de 1.258 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 n.º 13.966/2019.

UMA NOVA ERA IMPULSIONARÁ O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DO FRANCHISING BRASILEIRO

O ano de 2022 promete ser o ano do fortalecimento do ambiente de negócios. Apesar dos temores do surgimento de novas variantes e os possíveis impactos socioeconômicos que esses fatores podem causar, a economia brasileira mostra sinais de recuperação, que trazem esperança especialmente para o setor do *franchising* brasileiro.

A aprovação do Projeto de Lei n.º 2.541/2021, que prorroga por dois anos a desoneração da folha de pagamento para 17 setores da economia, será determinante para a correção dos altos índices de desemprego, da subocupação, cada vez mais crescente, que atinge milhões de pequenos empreendedores que

operam na economia informal em todas as regiões do País, principalmente para a sobrevivência das milhares de empresas que operam no modelo de negócio franquia empresarial (*franchising*), nos setores calçados, *call center*, comunicação, confecção/vestuário, construção e transporte no modelo de negócio franquia empresarial (*franchising*).

A vacinação em massa da população brasileira trouxe, a partir do meio do ano, a retomada da economia em um ritmo de crescimento acima do esperado. As exportações brasileiras responderam positivamente, batendo o recorde com um crescimento de 36% no primeiro trimestre de 2021, segundo o Ministério da Economia. Além disso,

o Banco Mundial divulgou, no último mês de outubro, que a economia brasileira deve crescer 5,3% em 2021 – contra os 4,3% projetados até o primeiro semestre de 2021.

A pandemia incorporou novos desafios para os setores econômicos e acelerou o processo de transformação digital que já estava em andamento. Para o sistema de franquias não poderia ter sido diferente. As restrições de circulação fizeram com que imergíssemos completamente no modelo de vendas on-line, no qual o marketing digital personalizado e interações virtuais foram as soluções para tentar mitigar os danos da parada do comércio presencial.

Com isso, resta clara a importância de se ter uma legislação consolidada e conhecida pelos empresários e pelos empreendedores. O *e-commerce* cresceu exponencialmente em 2020 e alcançou números assombrosos em 2021. A 44ª edição do *Webshoppers*, o mais amplo relatório sobre comércio eletrônico do País, elaborado pela Ebit | Nielsen e realizado em parceria com o Bexs Banco, empresa especializada em câmbio e soluções de pagamentos digitais internacionais, mostra que o comércio eletrônico no Brasil cresceu 31% no primeiro trimestre de 2021, em comparação ao mesmo período de 2020 – movimentando R\$ 53,4 bilhões.





Vários são os fatores que contribuem para um horizonte de crescimento e de retomada. No entanto, ainda são necessárias ações para solidificar o ambiente de negócios do sistema de *franchising* brasileiro e das economias brasileira e mundial.

O setor de telecomunicações continua sendo de fundamental importância para qualquer nação desenvolvida. Economicamente, as comunicações ganharam ainda mais visibilidade depois da pandemia de covid-19 por conta da necessidade trazida pela demanda de *e-commerce* durante o período de *lockdown*. Dessa forma, o estabeleci-

mento da rede 5G no Brasil trará um gigantesco impacto em todas as áreas da sociedade, especialmente saúde, educação, telefonia, mobilidade e economia.

Os impactos da nova tecnologia são imensos – e já podem ser percebidos mesmo antes de sua real implantação. O 5G é uma evolução da tecnologia já utilizada nos celulares de hoje em dia – o 4G. Tecnicamente, a velocidade de transmissão de dados será muito mais alta, possibilitando demandas instantâneas de resposta entre dispositivos e redes de comunicação.

Para o setor de *franchising*, o 5G mudará radicalmente como os negócios se

comunicam com seus consumidores. Ele permitirá uma maior qualidade na comunicação, além de maior interatividade. Por outro lado, os franqueados precisarão criar um maior nível de agilidade em sua relação com os clientes – será necessário lançar novos produtos de forma muito mais rápida, analisar dados, responder dúvidas e satisfazer necessidades cada vez mais sofisticadas.

Nesse contexto, merece destaque, ainda, a Proposta de Emenda à Constituição n.º 23/2021, chamada de PEC dos Precatórios, que propõe o parcelamento das dívidas que deveriam ser pagas pelo governo federal até o final de 2022. A PEC corrige os valores dessas dívidas pela taxa Selic e muda a forma de calcular o Teto de Gastos Públicos. Na prática, a Emenda libera R\$ 91,6 bilhões para investimentos em infraestrutura e possibilita a manutenção do pagamento do recém-criado Auxílio Brasil, que substitui o Bolsa Família.

Outra medida que entrou em vigor em 2020 e teve ainda mais importância neste ano é a Lei Geral de Proteção e Dados (LGPD), Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018. O setor de franquias sofrerá significativos impactos na implementação dos requisitos legais relacionados à política de segurança da informação que deve ser adotada por franqueadores e franqueados nas interfaces comerciais com clientes e consumidores.

No entanto, é fundamental que a LGPD respeite, também, o modelo e o tamanho de cada negócio, especialmente os de micro e pequeno portes que atuam no modelo de negócio franquia empresarial. A Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), em março de

2021, apoiou a proposta de adequação da LGPD à realidade das micro e pequenas, apresentada pelo SEBRAE ao Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Ministério da Economia, que somou contribuições de outras entidades, como da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC); da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA); da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB); da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL); da Rede Governança Brasil e da Frente Empresarial pela LGPD. O material consolidado foi encaminhado para a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), responsável pela fiscalização e regulação da Lei.

Devemos manter a boa perspectiva para 2022, apesar dos desafios que ainda enfrentaremos no combate à pandemia. O mundo pós-covid ainda se desenha em nosso cotidiano, porém é uma oportunidade de aprendizado para evitarmos as futuras crises que possam chegar. Nós, da Asbraf, continuaremos juntos em prol de um sistema de *franchising* mais justo e inovador, que garantirá sucesso e crescimento a todos.

Brasília, dezembro de 2021.



Raul Canal

Presidente da Asbraf

Associação Brasileira de Franqueados

14

PANORAMA

Novos tempos, novos rumos,
novas institucionalidades:
os desafios da Frente
Parlamentar Mista de Apoio
às Empresas Franqueadas



60

ENTREVISTA COM ENIO DUARTE

ESG no ambiente de negócios,
nas interfaces empresariais e no
sistema de franchising brasileiro:
quais os impactos?

76

PROTEÇÃO DE DADOS

A adequação à LGPD
contribui com a melhoria
do seu negócio



96

PREPARAÇÃO

As megatendências e o
comportamento dos clientes:
o poder mudou de mãos

- 20 LEGISLAÇÃO**
Franchising, ISS e prestação de serviços pelo franqueador na visão do STF
- 28 ENTREVISTA DE CAPA - MINISTRO MARCOS PONTES**
A ciência como agente de transformação social e de impulsionamento do empreendedorismo
- 38 ADAPTAÇÃO**
Educação financeira: uma ferramenta estratégica para a sustentabilidade e competitividade de empreendimentos franqueados
- 46 NEGÓCIOS**
Quatro pilares fundamentais para uma eficiente gestão empresarial
- 51 ESTÍMULO**
"Vamos Vencer": programa do governo federal orienta empresários em tempos de pandemia
- 54 INFORME PUBLICITÁRIO**
Aos 10 anos, Elo celebra evolução e chegada à liderança no débito
- 56 TECNOLOGIA**
Transformação digital no varejo
- 70 ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**
A Política Nacional de Modernização do Estado Moderniza Brasil e o *GovTech Maturity Index*
- 82 MODELO DE NEGÓCIOS**
Empreendedorismo e gestão: competências essenciais e complementares no modelo de franquia
- 86 DISCUSSÃO**
A necessidade da Reforma Fiscal sob o prisma da urgência e relevância X densidade política
- 92 SOLUÇÕES**
Após 15 anos, MPes terão Política Nacional: proposta de decreto para o setor contou com participação da Asbraf
- 102 DESENVOLVIMENTO**
"10 anos em 2": impactos da covid-19 no mercado de seguros brasileiro e seus efeitos colaterais

EXPEDIENTE

CONSELHO DIRETOR DA ASBRAf
(ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS)

Diretor-Presidente
RAUL CANAL

Diretor Vice-Presidente
JOSÉ ANTONIO GONÇALVES LIRA
Diretora Administrativa-Financeira
IONE SOUZA MEDEIROS
Diretor Jurídico
LIANDER MICHELON
Diretora de Inteligência e Mercado
HORTÊNSIA MARIA ALVES DE LUCENA
Diretor de Relações Institucionais
DOUGLAS ROBSON BEZERRA NUNES
Diretor de Estudos e Pesquisas
MARCELO DE MATOS FEIJÓ ARAÚJO
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
ENZO BLUM
DANIEL COSTA
Diagramação
ANGELO GABRIEL
Impressão
GRÁFICA ATHALAlA
Tiragem
3 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".





Encontre soluções inovadoras para o seu negócio com Elo.

A Elo tem muitas soluções para contribuir com o seu negócio, como já faz com as maiores empresas do Brasil. Pagamentos por aproximação, carteiras digitais e soluções antifraude são só algumas delas.

Conheça o portfólio completo.




Visite elo.com.br

Vai na sua.
Vai com elo

**economia
política
esporte
música
notícias
e mais**

APP SUCESSO NEWS FM



   [sucessonewsbsb](https://www.instagram.com/sucessonewsbsb)

As novidades estão chegando mais rápido do que você imagina

2021 foi um ano muito acelerado em tudo. Política, esporte, economia e dia a dia.

As novidades, boas ou ruins, se transformam em notícias mais rápido do que dá para acompanhar.

Mas aqui vai uma notícia boa de se acompanhar: a **Sucesso News FM chegou!** Música combinada com informações e notícias para você ouvir onde quiser. **Sintonize 100.5 FM.**



Aponte a câmera do seu celular para o QR CODE e acesse nosso site.



NOVOS TEMPOS, NOVOS RUMOS, NOVAS INSTITUCIONALIDADES:

OS DESAFIOS DA FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS

No atual contexto das mudanças ocorridas nos cenários econômico e social no País, a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, que tenho a honra de presidir, pretende ser um instrumento efetivamente transformador do Sistema de Franchising Brasileiro, ajudando a instalar um ambiente favorável ao florescimento sustentável dos empreendimentos que atuam no modelo de negócios de franquia empresarial, e gerar conhecimentos sobre esse relevante segmento do setor empresarial, contribuindo, assim, para a construção de um Brasil mais justo.

O caminho do crescimento econômico como único fator gerador do desenvolvimento perdeu força e a ideia de promover o bem-estar social de um determinado local ou região ganhou espaço, a partir de modelos de gestão altamente descentralizados, que permitam a sociedade, pela facilidade do acesso, conhecer os reais benefícios dos produtos e serviços que lhes são ofertados.

A educadora Tania Zapata, coordenadora executiva do Estudo Desenvolvimento Institucional e Construção de Parcerias para o Desenvolvimento Local – Projeto BNDES-PNUD¹, afirma que:

No atual momento do desenvolvimento da humanidade, os territórios e as instituições estão sendo testados em sua capacidade de adaptação e parece ter se reduzido o espaço para estruturas de dominação por meio do paternalismo/clientelismo, abrindo espaço para novas formas menos hierárquicas, mais críticas, flexíveis e autônomas. O estágio evoluído da autonomia á alcançado por meio da intensificação da solidariedade, da cooperação, da confiança, da comunicação, da participação, e da corresponsabilidade.

Aproximar-se das comunidades, em parceria com o poder público municipal e outras entidades, tem-se mostrado, após a aprovação do Novo Marco Legal das Franquias, Lei n.º 13.966, de 26 de dezembro de 2019, uma correta estratégia de descentralização. O conceito *chegar junto* é essencial para a implementação de programas e projetos com foco no desenvolvimento local, sobretudo dos milhares de pequenos negócios que operam na modalidade microfranquia em todas as regiões do País. A Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf) desenvolverá, no triênio



FOTO: LUIS MACEDO | CÂMARA DOS DEPUTADOS

2022 – 2025, com o apoio da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, o Programa de Desenvolvimento Local Sustentável, cujas ações se fundamentam no movimento *Global Environment, Social and Governance* (ESG), em português, governança ambiental, social e corporativa.

A convocação da comunidade para, em parceria com o poder público, entidades e instituições que atuam no fortalecimento dos microempreendedores, das micros e pequenas empresas, pensar e discutir os problemas enfrentados, constitui-se uma relevante ferramenta de gestão. A adoção de um modelo colaborativo, gerador de informações válidas, num processo de livre escolha, compromete e envolve as pessoas com as mudanças planejadas.

Para saber quais as ações que devem ser realizadas nos territórios municipais, o desenvolvimento local prevê a elaboração de um diagnóstico participativo, em que a comunidade, organizada em fóruns, identifica e planeja um plano de ação para resolver seus problemas. Esse planejamento é chamado de *Agenda Local*. Durante essa etapa do processo, o principal objetivo é colocar a comunidade local como protagonista do próprio desenvolvimento.

Outra característica do modelo de desenvolvimento local, segundo a especialista Tania Zapata, é que:

A estratégia de desenvolvimento local deve incorporar a dimensão institucional por meio da articulação institucional e construção de parcerias, da capacitação de organizações parceiras, em especial das prefeituras municipais, bem como da construção de novas institucionalidades que representem uma nova esfera pública em nível local. Para levar a efeito uma estratégia de apoio ao desenvolvimento local, é necessário conhecer o quadro institucional existente, mapeando as instituições que atuam no território e as relações entre elas e a comunidade.

O novo paradigma de desenvolvimento local articula três grandes questões: o conceito de desenvolvimento, os mecanismos que favorecem os processos de desenvolvimento e as formas eficazes de atuação dos atores econômicos, sociais e políticos.

O conceito de empoderamento e fortalecimento da comunidade é essencial para a compreensão do desenvolvimento local ou endógeno. Contempla valores como autonomia, democracia, dignidade da pessoa humana, solidariedade, equidade e respeito ao meio ambiente.

Desenvolvimento local é um processo orgânico, um fenômeno humano, portanto, não padronizado. Envolve os valores e os comportamentos dos participantes. Suscita práticas imaginativas, atitudes inovadoras, espírito empreendedor. Conclama à adoção de parcerias para mobilizar os recursos e as energias. Isso aponta para diferentes caminhos, segundo as características e a capacidade de cada economia e comunidade local.

O modelo de desenvolvimento local exige o cumprimento dos seguintes requisitos pela comunidade e pelos gestores municipais:

- **O protagonismo local:** os principais responsáveis pelo desenvolvimento de uma localidade são as pessoas que ali vivem;
- **a parceria entre Estado, mercado e sociedade:** o desenvolvimento não é uma responsabilidade exclusiva das organizações governamentais, mas também das empresas, das organizações sociais e das pessoas que vivem nos municípios;
- **a capacitação permanente para a gestão local:** a comunidade local pode planejar e gerenciar, de forma compartilhada, seu próprio processo de desenvolvimento, desde que seja permanentemente capacitada para isso;
- **o compromisso dos gestores com a qualidade de vida da população local:** o titular do poder público local deve entender o desen-



volvimento como um processo de conquista de melhores condições de vida para todos, o que exige o respeito à cidadania, à democracia e à sustentabilidade;

- **a transferência e a mobilização de recursos endógenos:** recursos públicos ou privados que são aportados por agentes externos à comunidade local;
- **a combinação do trabalho profissional com o trabalho voluntário;**
- **a população mobilizada e despertada para as vantagens de um processo de desenvolvimento solidário;** e
- **o estímulo à diversidade econômica e à complementariedade de empreendimentos e negócios,** favorecendo o surgimento de cadeias produtivas sustentáveis e competitivas.

A estratégia de desenvolvimento sustentável prevista pelo Programa se propõe a, além de desenvolver os aspectos produtivos, potencializar as dimensões sociais e culturais das comunidades.

Conforme nos ensina a educadora Tania Zapata:

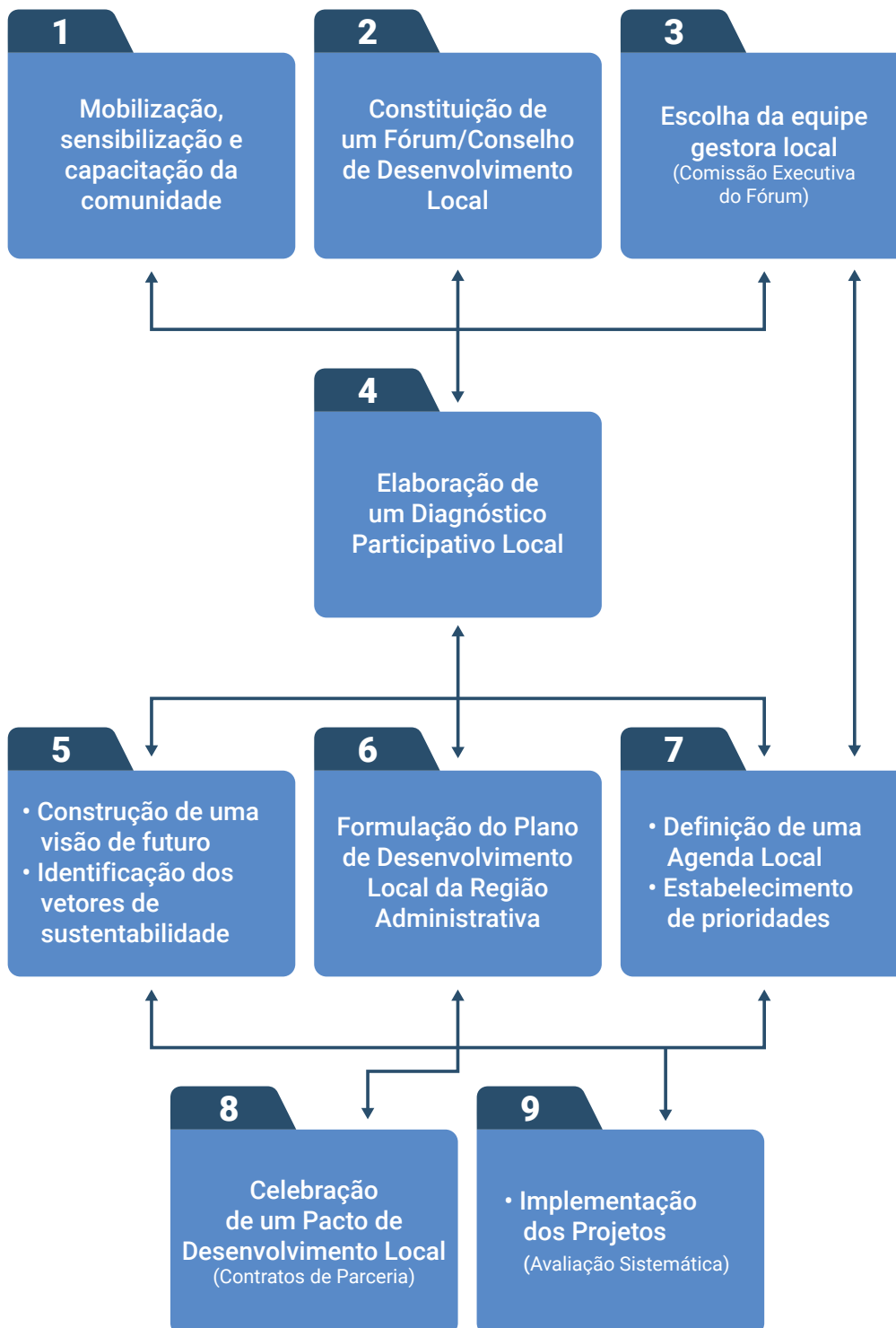
A dimensão institucional do desenvolvimento passa a ganhar relevância no exercício do novo paradigma de desenvolvimento humano sustentável. Trata-se do desenvolvimento e/ou das mudanças institucionais das organizações do governo, da sociedade civil e dos agentes produtivos, buscando a construção de novas formas de articulação entre essas esferas.

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA DO PROGRAMA

Os elementos que integram as ações metodológicas do Programa de Desenvolvimento Local Sustentável, se caracterizam por processos eminentemente colaborativos e participativos e visam ao alcance de resultados solidários.

Os processos previstos, caracterizados por etapas no Diagrama do Fluxo de Trabalho (DFT), são passos básicos que nem sempre poderão ser executados em uma mesma sequência. O mais importante é que nessa estratégia de promoção do desenvolvimento, cabe à comunidade o papel de protagonista, de ator principal, de condutor do processo, segundo seu próprio ritmo, respeitando suas dificuldades e as condições da região.

DIAGRAMA DO FLUXO DE TRABALHO – DFT



DESCRIÇÃO DAS ETAPAS DO DFT

1. Mobilização, sensibilização e capacitação da comunidade para a gestão participativa do processo de desenvolvimento sustentável do município.
2. Constituição de um Fórum, Conselho ou Agência de Desenvolvimento Local. Trata-se de uma instância colegiada, democrática e participativa, na qual devem estar presentes os principais agentes envolvidos no processo de Desenvolvimento Local Sustentável.
3. Escolha de uma equipe gestora local que funcione como Comissão-Executiva do Fórum, Conselho ou Agência de Desenvolvimento Local. Trata-se de uma instância pequena, de caráter operativo, que disponha dos meios necessários para ter dedicação exclusiva ao trabalho de promoção do Desenvolvimento Local Sustentável.
4. Elaboração, pelo Fórum, Conselho ou Agência de Desenvolvimento Local, de um Diagnóstico Participativo Local. É um retrato da realidade local sob todos os pontos de vista: social, cultural, econômico, ambiental, físico-territorial e político-institucional. Trata-se de um exercício de análise, no qual a própria comunidade deve procurar identificar os recursos disponíveis, as atividades econômicas já existentes, os fatores restritivos do desenvolvimento que precisam ser superados, as vocações, as potencialidades e as vantagens comparativas que podem ser exploradas.
5. Construção, pelo Fórum, Conselho ou Agência de Desenvolvimento Local, de forma participativa e compartilhada, de uma Visão de Futuro, que identifique os vetores de sustentabilidade do desenvolvimento local.
6. Formulação, pelo Fórum, Conselho ou Agência de Desenvolvimento Local, também de forma participativa, de um Plano de Desenvolvimento Local. Trata-se da materialização da Visão de Futuro construída pela comunidade, traduzida em desafios, metas e propostas de ação.
7. Definição e negociação de uma Agenda Local, que estabeleça as prioridades a partir do Plano de Desenvolvimento Local. A implantação dessa agência será o objeto de trabalho da Equipe Gestora Local.
8. Celebração de um Pacto de Desenvolvimento Local que torne públicos os compromissos assumidos pelos diversos parceiros, governamentais e não governamentais, comprometidos com o processo de Desenvolvimento Local Sustentável do município. Esse pacto será formalizado por meio de Contratos de Parcerias com instituições públicas e privadas, organismos nacionais e internacionais e do terceiro setor.
9. A implantação dos projetos contidos na Agenda Local será monitorada e avaliada de forma sistemática, de modo a reforçar e estimular as melhores práticas/projetos.



Gonzaga Patriota

Deputado federal (PSB/PE) e presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas

ESTATUTO DA FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS

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



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



FRANCHISING, ISS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PELO FRANQUEADOR NA VISÃO DO STF

DO POSICIONAMENTO DO STF QUANTO À INCIDÊNCIA DE ISS NOS CONTRATOS DE FRANQUIA

Em recente decisão em Embargos de Declaração em Recurso Extraordinário (RE n.º 603136), publicada em 27 de setembro de 2021¹, o Supremo Tribunal Federal (STF) afastou, de forma unânime, a modulação dos efeitos do acórdão² que reconheceu a constitucionalidade da incidência de Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) sobre contratos de franquia (*franchising*). Com essa decisão, os franqueadores deverão se submeter à taxação de ISS pelos municípios e pelo Distrito Federal, tendo o acórdão efeito retroativo, afastando a pretensão da Associação Brasileira de Franchising (ABF) para que a cobrança do tributo passasse a valer apenas após o trânsito em julgado da decisão do STF.

A cobrança de ISS está expressamente prevista no inciso III do art. 156 da Constituição Federal³ (CF/88), que assevera competir aos municípios instituir impostos sobre serviços de qualquer natureza que serão definidos em lei completar.



FOTO: ENVATO



Analisando o referido comando constitucional, o STF já havia decidido, em sede de repercussão geral (RE n.º 784439 - Tema 296, de relatoria da Ministra Rosa Weber)⁴, que, para o ocorrer a incidência de ISS, a atividade a ser tributada deve constar expressamente da lista de serviços sujeitos ao ISS anexa à Lei Complementar n.º 116, de 31 de julho de 2003, sendo a referida lista taxativa⁵.

Ao apreciar o RE n.º 784.439, entendeu a Excel-sa Corte que aquilo que não consta expressamen-te da lista foi tacitamente excluído pelo legisla-dor complementar do conceito de serviço para fins de incidência de ISS, ainda que pudesse, de fato, ser tomado como serviço noutra contexto.

Também nessa linha, defendendo a taxativi-dade da lista, o RE-AgR 450.342, de relatoria do ministro Celso de Mello (DJ 3/8/2007) entendeu que o rol que nela se contém constitui *numerus clausus*. Colha-se do voto do Relator:

A lista de serviços, como se sabe, é taxativa (RTJ 89/281). O rol que nela se contém constitui 'nu-merus clausus', embora admissível a sua interpreta-ção compreensiva (RDA 118/155, Rel. Min. Thompson Flores). O que se não pode aceitar – até como na-tural consectário do princípio constitucional da re-serva de lei em matéria tributária - é a inovação do rol, para, nele, acrescentar-se, em sede normativa meramente local, categoria de serviços não previs-ta na lista elaborada pela União Federal.

Depreende-se do entendimento esposado no voto acima descrito que a mera inclusão na lista de serviços anexa à Lei Complementar n.º 116/2003 não transforma em serviço a ativida-de que, pela sua natureza, tenha outra qualificação jurídica, mas a sua falta, a sua não previsão, na li-

nha da jurisprudência STF, afasta a incidência do Imposto Sobre Serviços sobre a atuação que não consta expressamente da lista de serviços.

No caso específico dos contratos de *franchising*, os serviços estão expressamente previstos nos itens 10.04 e 17.08 da referida lista, não dando dúvida para qualquer conclusão diversa, senão vejamos:

10.04 – Agenciamento, corretagem ou intermediação de contratos de arrendamento mercantil (**leasing**), de franquia (**franchising**) e de faturização (**factoring**).

[...]

17.08 – Franquia (**franchising**).

Segundo Maggiore: “Sem a interpretação, a lei, isolada em sua abstração e generalidade, seria letra morta. A interpretação dá vida à lei”⁶. Ocorre que, no caso concreto, a lista anexa à LC n.º 116/2003 escancara a atividade de *franchising* como serviço, sendo um dos casos, como bem lembrado pela Ministra Rosa Weber, em que a máxima *in claris cessat interpretatio* se mostra adequada à realização do preceito normativo⁷.

Não por outra razão, o STF fixou a seguinte tese de repercussão geral: “É constitucional a incidência de Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) sobre contratos de franquia (*franchising*) (itens 10.04 e 17.08 da lista de serviços prevista no Anexo da Lei Complementar 116/2003).”

DO CONTRATO DE FRANQUIA COMO PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PELO FRANQUEADOR

Entendem os defensores da tese contrária à agasalhada pelo STF, que não pode incidir ISS nos contratos de franquia, porque o objeto do contrato é essencialmente uma obrigação de dar e não uma obrigação de fazer, não estando a obrigação de dar sujeita à exação municipal (ISS). Entretanto, esse argumento não resiste à uma mera aná-

“ Sem a interpretação, a lei, isolada em sua abstração e generalidade, seria letra morta. A interpretação dá vida à lei ”

Maggiore

lise perfunctória, pois os contratos de franquia possuem clara natureza híbrida, com diversas prestações obrigacionais do franqueador, como se depreende do voto do ministro Gilmar Mendes no *leading case* que fixou a repercussão geral:

A questão não é simples assim, e a controvérsia, segundo me parece, reside na natureza híbrida, na maneira de ser complexa desse contrato mercantil, o contrato de franquia empresarial. A bem dizer, diferentes prestações podem estar compreendidas no bojo do contrato de franquia, tais como a cessão do uso de marca, a assistência técnica, direito de distribuição de produtos ou serviços, entre outras. Algumas delas podem ser tomadas como atividades-meio; outras, como atividades-fim no contexto da relação entre franqueador e franqueado. Esse, aliás, é um aspecto destacado com muita ênfase pela doutrina brasileira, sempre no sentido de que se trata de um contrato “híbrido”, “misto”, “complexo” ou “ecletico”, isto é, um negócio jurídico que não tem por objeto uma só prestação.

Ainda, segundo o Relator, esse caráter híbrido, complexo ou eclético se faz ver na própria legislação que regula o contrato de franquia no Brasil⁸, ressaltando que a nova Lei de Franquias (Lei n.º 13.966, de 26 de dezembro de 2019), não mudou esse aspec-



to conceitual, que caracteriza a franquia como um contrato híbrido e complexo, não deixando dúvidas quanto à variedade de prestação envolvida nessa relação contratual, asseverando que:

Com relação a esse ponto, assinalei que o contrato de franquia é uma unidade, um plexo de obrigações contrapostas que inclui diferentes atividades, **reunidas num só negócio jurídico, que envolve muito mais do que apenas uma cessão de marca, mas, sim, diversas formas de prestação de diferentes serviços, a ensejar a incidência de ISS, como prevê a Lei complementar.** Nesse contexto, nem a cessão de uso de marca, tampouco uma relação de assistência técnica ou transferência de *know how* ou segredo de indústria seria suficiente para definir essa relação contratual. Assim, separar umas das outras acabaria por desnaturar a relação contratual em questão, mudando-lhe o sentido prático e o escopo.

E conclui o ministro Gilmar Mendes:

De toda sorte, ainda que possam ser diversos os efeitos e as prestações implicadas num dado contrato de franquia, uma coisa me parece certa. Não condiz com a realidade atual das trocas comerciais pretender que a relação estabelecida em decorrência de um contrato de franquia – refiro-me, é claro, à relação interna entre franqueador e franqueado – resume-se a uma simples cessão de direitos, sem qualquer forma de prestação de serviços, como pretendem fazer crer os que defendem a tese da não incidência de ISS. Isso simplesmente não é correto. O contrato de franquia inclui, sim, uma prestação de serviço passível de sofrer incidência do imposto municipal. Há, nesse liame contratual, inegável aplicação de esforço humano destinado a gerar utilidade em favor de outrem (o franqueado). O vínculo contratual, nesse caso, não se limita a uma mera

obrigação de dar, nem à mera obrigação de fazer. No mesmo sentido, sirvo-me, novamente, da doutrina do direito comercial. Diz Waldo Fazzio Júnior: “Ao esboçar o perfil da franquia, verifica-se que não se trata de singela licença para utilização de marca, mas de sistema de distribuição de bens e serviços distinto da concessão mercantil, envolvendo complexo suporte organizacional, ainda que o licenciamento entremostre-se como sua característica essencial”. (FAZZIO JÚNIOR, Waldo. Manual de Direito Comercial. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 570).

Em síntese, há serviços, para os efeitos do inciso III do artigo 156 da Constituição, que, por serem de qualquer natureza, não consubstanciam típicas obrigações de fazer. Raciocínio adverso a este conduziria à afirmação de que haveria serviço apenas nas prestações de fazer, nos termos do que define o direito privado. Note-se, contudo, que afirmação como tal faz tábula rasa da expressão de qualquer natureza, afirmada do texto da Constituição. Não me excedo em lembrar que toda atividade de dar consubstancia também um fazer e há inúmeras atividades de fazer que envolvem um dar”. Por todas essas razões, creio já estar muito clara minha posição no sentido da constitucionalidade dessa cobrança. Entendo que é constitucional a incidência de ISS sobre os contratos de franquia empresarial.

Outro não foi o entendimento do ministro Alexandre de Moraes, no RE n.º 603136, ao acompanhar o voto do relator:

Diferentemente do que afirma a ora recorrente, o contrato de franquia não se restringe à cessão de uso das marcas e patentes, pois envolve a prestação de diversos serviços de organização empresarial, que deverão estar previamente estabelecidos, conforme dispõe o artigo 3º, inciso XII, da Lei n.º 8955/1994º.



Claro, portanto, o caráter híbrido e complexo do contrato de franquia que prevê a prestação de serviços pelo franqueador ao franqueado.

DA REPERCUSSÃO DA INTERPRETAÇÃO DO STF NOS CONTRATOS DE FRANQUIA

As repercussões desse paradigmático *leading case* não são apenas tributárias, uma vez que o STF, contrariando o posicionamento expresso da Associação Brasileira de Franchising (ABF), entendeu que o franqueador efetivamente presta serviços ao franqueado.

A decisão foi duramente criticada pela ABF que, em nota¹⁰, afirmou que “lamenta profundamente a decisão do Supremo”. Os argumentos da ABF de que o pagamento dos royalties seriam uma contraprestação pelo uso da marca e transferência de know-how foram solidamente rejeitados pela Suprema Corte Brasileira, que reconheceu que os contratos de franquia preveem expressamente a prestação de serviços ao franqueado.

Afirmou a ABF¹¹ que a decisão do STF acerca de ISS sobre royalties de franquias eliminará empregos e inviabilizará negócios. Ora, é óbvio que convivemos com uma carga tributária medieval, que segundo o próprio governo, chega a 31,44% do PIB¹². O Banco Mundial afirma que, no Brasil, as empresas gastam em média 1.501 horas anuais ou 62,54 dias para preparar, declarar e pagar impostos, sendo a maior carga horária do mundo dedicada à burocracia tributária¹³.

Não se comemora a decisão do STF sobre prisma tributário, longe disso, até porque os custos dos impostos decorrentes da decisão judicial certamente serão repassados aos franqueados e ao consumidor final. Mas, sim, se festeja a decisão sobre a ótica contratual, pois o STF reconheceu que o franqueador presta serviços ao franqueado, decorrendo daí um necessário reequilíbrio contratual, impondo ao franqueador o dever de bem prestar assessoria ao franqueado e provar, em litígios perante as cortes arbitrais e os tribunais,

que efetivamente cumpriu com todas as suas obrigações contratuais, dentre as quais, a satisfatória prestação dos serviços contratados pelo franqueado junto ao franqueador.

Nos ensina Braga que:

[...] considerando os elementos essenciais do conceito de franquia empresarial [...] podemos identificar algumas obrigações características”, [...] e que “[a]s obrigações do franqueador, por sua vez, são: (i) conceder ao franqueado o direito de uso de sua marca; (ii) **prestar os serviços de assessoria técnica de organização empresarial**¹⁴.

Ora, é consabido o desequilíbrio econômico normalmente existente entre franqueador e franqueado, considerando a abissal diferença financeira entre as partes contratantes. O novel entendimento do STF trará, na prática, um maior equilíbrio contratual, pois, ao definir que o contrato de franquia compreende a prestação de serviços, o STF prestigia a aplicação do disposto no art. 476 do Código Civil Brasileiro (CC), que assevera que nos contratos bilaterais, nenhum dos contratantes, antes de cumprida a sua obrigação, pode exigir o implemento da do outro¹⁵.

Assim, será mandatória na apreciação da culpa contratual a comprovação de que o franqueador prestou seus serviços a contento. Em razão dos contratos de franquia serem de adesão¹⁶, muitos juízes entendiam que comportavam somente obrigação de dar (contraprestação pelo uso da marca e transferência de know-how) e não de fazer (prestação de serviços), pendendo a balança injustamente a favor dos franqueadores.

Com efeito, muitos franqueadores, abusando de seu poder econômico, defendiam que o *pacta sunt servanda*, previsto nos arts. 421, 421-A e 422 do CC¹⁷, servia apenas para os franqueados, como nos lembra Forgioni:

Se lhes fosse permitido, os agentes econômicos valer-se-iam dos contratos para vincular apenas seus parceiros comerciais, e nunca a si próprios. No momento inicial, as partes creem que o negócio ser-lhes-á vantajoso; todavia, com o passar do tempo, é possível que o vínculo deixe de interessar a uma delas. Nasce anseio de se livrar da amarra contratual para seguir outro caminho. Partindo dessa premissa, compreende-se **a importância sistêmica da força vinculante dos contratos**; na sua ausência, seria impossível a coibição do descumprimento da palavra empenhada e o desestímulo de comportamentos oportunistas prejudiciais ao tráfico. **O princípio do “pacta sunt servanda” mostra-se necessário ao giro mercantil na medida em que freia o natural oportunismo dos agentes econômicos**¹⁸.

Por todo o exposto, festeja-se o reconhecimento pelo STF de que os contratos de franquia não podem ser considerados apenas como obrigações de dar, mas também de fazer, impondo um maior rigor na fiscalização dos serviços prestados pelos franqueadores aos franqueados, reequilibrando as relações contratuais e os eventuais litígios.



Danny Fabrício Cabral Gomes
Secretário da Comissão do Conselho Federal da OAB para o novo Código Comercial



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



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

Tel.: + 55 61 2196-7899

Campo Grande

Tel.: + 55 67 3025-2500

Cuiabá

Tel.: + 55 65 2127-5314



A CIÊNCIA COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL E DE IMPULSIONAMENTO DO EMPREENDEDORISMO

À frente do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) desde 2019, Marcos Pontes tem demonstrado se importar com a classe empreendedora brasileira. Prova disso é o trabalho que tem realizado em parceria com ministérios como o da Agricultura e o da Economia, nos quais foram criados projetos que visam a fortalecer, por meio da liberação de recursos governamentais, o desenvolvimento de novas tecnologias.



FOTO: BRUNO PERES | MCTIC

Considerado o primeiro e, até o momento, único astronauta e cosmonauta brasileiro, Marcos Pontes, 58, nasceu na cidade paulista de Bauru. É tenente-coronel aviador R1 da FAB; bacharel em Ciências Aeronáuticas e Administração Pública pela Academia da FAB; engenheiro aeronáutico, formado pelo ITA; mestre em Engenharia de Sistemas pela *Naval Post Graduate School*, na Califórnia (Estados Unidos); e piloto de teste de aviões de caça. Na função de ministro do MCTI, Pontes tem como foco o estabelecimento de cooperações nacionais e internacionais para a estimular a popularização e promoção do estudo da ciência, tecnologia e inovação junto às crianças e jovens, pois acredita que esse é o caminho para o impulsionamento do desenvolvimento tecnológico, social e econômico do Brasil.

Com a finalidade de orientar, coordenar e articular as estratégias, os programas e as ações de fomento à inovação no setor produtivo e para estimular o aumento da produtividade e da competitividade das empresas e demais instituições que gerem inovação no País, o governo instituiu, em 28 de outubro de 2020, por meio do Decreto n.º 10.534, a Política Nacional de Inovação. O senhor considera que esse novo modelo de governança federal fortalece um ambiente propício ao

desenvolvimento científico, tecnológico e de inovações no Brasil?

MINISTRO MARCOS PONTES – Quando assumi o Ministério, junto a minha equipe, nós estabelecemos como missão usar a ciência e a tecnologia para produzir conhecimentos, gerar riquezas e melhorar a qualidade de vida da população. O tema de inovação se encaixa nesses objetivos porque ele conversa com todas as áreas. Agricultura, saúde, energia, indústria, turismo, todos esses setores se beneficiam com novos produtos e tecnologias. Uma das principais novidades trazidas pelo novo decreto é a criação da Câmara de Inovação, um colegiado liderado pela Casa Civil, composto de 10 ministérios, tendo o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) como secretaria executiva. A Câmara gera um debate qualificado entre os atores governamentais envolvidos com políticas de inovação e de sociedade. Ela também contribui para a construção de ações integradas, aumentando a coesão das políticas, facilitando a troca de experiências e possibilitando a identificação de lacunas e de desafios a serem enfrentados. Outra vantagem da Câmara é a possibilidade de criação de grupos temáticos, que permitem a união dos atores do governo, da academia e do setor privado para enfrentarem desafios específicos. Hoje, a Câmara já tem dois grupos em funcionamento: um que estuda ações para aumentar a interação entre instituições de pesquisa (ICTs) e o setor produtivo e outro que busca levantar as necessidades de formação de capital humano para setores intensivos em inovação.

A Estratégia Nacional de Inovação, publicada em 21 de julho de 2021, estabelece as iniciativas para o tema nos próximos 4 anos, dando continuidade à Política Nacional de Inovação. Os dois instrumentos visam a um novo paradigma para a gestão governamen-

tal, buscando aumentar a coesão, a sinergia e a efetividade das políticas voltadas à inovação. Podemos afirmar que estamos diante de uma grande transformação na governança das políticas de inovação do País?

MINISTRO MARCOS PONTES – Na verdade, a Política e a Estratégia são os primeiros passos para aperfeiçoar a governança das ações de inovação no País. A Política estabeleceu diretrizes estratégicas a serem seguidas por toda a Administração Pública, enquanto a Estratégia traçou um conjunto de ações para atender aos objetivos da Política. Finalmente, os planos de ação temáticos, publicados em conjunto com a Estratégia, mapearam as ações já em andamento para colocar em prática o que foi disposto nas iniciativas. O próximo passo na construção dessa governança é identificar outras ações para atender ao disposto na Política. Além disso, está sendo construída uma estratégia de monitoramento e avaliação, que vai permitir o acompanhamento, possíveis ajustes na sua trajetória e, também, medir os resultados da política. O governo também pretende realizar uma discussão sobre os setores prioritários para programas de fomento a partir de um grupo de trabalho da Câmara que está em fase de implantação.

A 31ª Conferência Anprotec de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação deste ano debateu o tema “*The great reset: a redefinição dos ambientes de inovação*”. O evento abordou a importância dos mecanismos de inovação, além de discorrer sobre como a pandemia trouxe a oportunidade de abranger diferentes espaços, por meio dos novos modelos de operação. Os parques tecnológi-

cos do País estão preparados para participar desse ecossistema e para enfrentar os desafios dessa intensa aceleração digital?

MINISTRO MARCOS PONTES – O ecossistema de parques tecnológicos brasileiro é heterogêneo. Temos vários casos de sucesso importantes, como o Porto Digital em Recife; o TecnoPUC e o TecnoSinos em Porto Alegre, entre outros. Por outro lado, temos vários parques tecnológicos que ainda estão em fase de implantação ou de consolidação. Para apoiar o processo de transformação e de atualização de tais infraestruturas, de importância fundamental para o ecossistema de inovação, o MCTI, por meio da FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), empresa pública vinculada ao Ministério, está preparando um edital que oferecerá recursos para ambientes de inovação, a ser lançado no início de 2022. O edital inova ao oferecer recursos para ambientes de todos os portes, desde laboratórios de prototipagem (*fab labs* ou *maker spaces*), passando por centros de inovação, parques tecnológicos em implantação e em operação.

Vamos dar especial atenção às propostas que apontem modelos de governança robustos, que garantam a sustentabilidade dos ambientes e sua integração com o ecossistema de inovação da região.

A Lei Complementar n.º 182, de 1º de junho de 2021, que instituiu o Marco Legal das *Startups* e do Empreendedorismo Inovador, registra que, entre os objetivos, estão a modernização do ambiente de negócios brasileiro e o incentivo ao empreendedorismo inovador como meio de promoção da produtividade e da competitividade da economia



Estabelecemos que o MCTI deve funcionar como uma caixa de ferramentas à disposição de todos os ministérios





brasileira e de geração de postos de trabalho qualificados. Na sua opinião, o Marco Legal das Startups proporciona maior segurança jurídica para empreendedores e investidores?

MINISTRO MARCOS PONTES – Um dos principais objetivos do Marco Legal das *Startups*, construído de forma conjunta entre o MCTI e o Ministério da Economia e com forte apoio de vários atores do ecossistema, foi exatamente ampliar a segurança jurídica para empreendedores e investidores. Entre as medidas introduzidas pelo Marco, nesse sentido, está o reconhecimento do conceito de investidor-anjo, que realiza investimentos, mas não é sócio da empresa. A Lei dá total flexibilidade para que as partes estabeleçam modelos remuneratórios inovadores, de acordo com o modelo de negócio e o interesse dos atores envolvidos. O Marco estabelece limite de responsabilidade dos investidores-anjo, evitando que eles tenham que assumir prejuízos maiores do que os recursos investidos, exceto no caso de dolo ou de fraude. Outro exemplo é a simplificação das exigências para sociedades anônimas enquadradas no Marco Legal das *Startups*, tais como número mínimo de diretores e necessidade de publicação de balanços em jornais de grande circulação. O Marco Legal também introduz o dispositivo de *sandbox* regulatório, que permite o teste de novas tecnologias por meio da suspensão temporária de regulações setoriais, o que dá maior flexibilidade e segurança legal para as empresas, assim como garante que o Estado avalie de forma prática a melhor forma de se regular novas tecnologias e modelos de negócio. Também foram introduzidas outras medi-



Um dos principais objetivos do Marco Legal das Startups [...] foi exatamente ampliar a segurança jurídica para empreendedores e investidores



das relevantes de apoio ao ecossistema, tais como a facilitação para a compra pública de inovações e a liberação de recursos de pesquisa e de desenvolvimento oriundos de obrigações de pesquisa e desenvolvimento para fundos de investimento em *startups*.

De acordo com cálculos do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), em 2020, o agronegócio brasileiro alcançou participação de 26,6% no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil e poderá ultrapassar os 30%

em 2021. As ações programáticas do MCTI priorizam estratégias com foco no desenvolvimento de tecnologias prioritárias para o agronegócio?

MINISTRO MARCOS PONTES – No início de nossa gestão, estabelecemos que o MCTI deve funcionar como uma caixa de ferramentas à disposição de todos os ministérios. Na parte do Agro, nosso intuito é estimular o ambiente de inovação digital no agronegócio, por meio de soluções práticas e aplicadas às cadeias de valor nos segmentos dentro e fora da portei-

ra, como também em ecossistema de cadeias produtivas. Estamos alavancando o futuro do agronegócio com foco em aumento de eficiência, de produtividade e de redução de custos junto a produtores e indústrias. Os Ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) lançaram, em outubro de 2019, a Câmara do Agro 4.0 com a missão de integrar a iniciativa privada, as universidades e os Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCTs) em ações de expansão da internet no



meio rural e na aquisição de tecnologias e de serviços inovadores no ambiente rural. Vale mencionar, também, o Acordo de Cooperação Técnica assinado entre o MAPA, o MCTI e a FINEP, cujo objetivo é elevar os investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação, por meio de financiamento reembolsável (crédito) e não-reembolsável da FINEP/MCTI, seguindo diretrizes estabelecidas pelas duas pastas.

A sua gestão à frente do MCTI tem se caracterizado pelo relacionamento da pasta com as demandas do mercado e da sociedade civil. A atuação das Câmaras Setoriais, ligadas ao Programa Nacional de Internet das Coisas (IoT), estabelecidas em cinco áreas – Saúde, Cidades, Indústria, Agro e Turismo –, demonstra, apesar das dificuldades de orça-

mento, o acerto das decisões estratégicas do MCTI. Quais as principais ações que, no seu entendimento, foram e/ou estão sendo implementadas para a correção dos problemas que atingem as cinco áreas contempladas pelo Programa Nacional IoT?

MINISTRO MARCOS PONTES – A Internet das Coisas é uma tecnologia que vai revolucionar todas as áreas no mundo todo, e o Brasil não pode ficar de fora. O MCTI acompanhou de perto as discussões sobre o tema no País e dialogou com os setores produtivos para preparar o Brasil. Uma das principais ações nessa área foi a criação das Câmaras específicas para cada tema, com grupos de trabalho e planos de ação com iniciativas práticas que buscam alavancar cada setor. Vale ressaltar que as



câmaras são iniciativas do MCTI com outros ministérios e contam também com a participação dos atores interessados em cada tema. A reunião de diversos atores em um fórum comum permite concentrar esforços em ações de maior impacto, sem fragmentação e sobreposição de políticas voltadas para cada setor, com a utilização mais eficaz e eficiente dos recursos disponíveis.

A popularização da ciência é uma das ferramentas de comunicação científica usadas para transmitir conhecimento a vários públicos. Quando se populariza ciência, há o desejo de reduzir a famosa “lacuna” que separa “cientistas” de “leigos” e tornar a ciência um assunto de todos. O que o MCTI tem realizado para conectar a ciência às necessidades das pessoas?

MINISTRO MARCOS PONTES – Aqui, no MCTI, nós criamos uma secretaria exclusiva para

esse objetivo. É a Secretaria de Articulação e Promoção da Ciência (SEAPC), que é voltada a aproximar a ciência do dia a dia das pessoas. Nessa direção, nós temos um programa chamado “Bate-papo ciência e tecnologia no dia a dia”, que transmitimos às terças-feiras, às 19h30, nas redes do Ministério, no qual trazemos convidados e falamos sobre as políticas do Ministério em diversas áreas. Outra ação de muito sucesso são as olimpíadas do conhecimento. Essas competições mobilizam milhões de crianças e jovens nas mais variadas áreas – matemática, ciências, astronomia, etc. – e mostram para eles como encontrar uma vocação nas carreiras científicas e a importância dos estudos. O MCTI passou a apoiar mais de 60 competições desse tipo. Recentemente, um grupo de alunos brasileiros conquistou 10 medalhas na Olimpíada Internacional de Astronomia, incluindo um ouro inédito. Eu tenho participado em várias

ocasiões das cerimônias de distribuição de medalhas dessas competições e vejo a alegria desses jovens em serem reconhecidos por meio da educação. Isso dá confiança para a garotada e mostra como a educação pode fazer a diferença no futuro deles.

Com a queda de investimento em ciência e tecnologia, o Brasil perde talentos para outros países. O fenômeno, conhecido como “fuga de cérebros”, tem impacto direto na economia e no futuro do País. No ranking dos que mais mantêm profissionais qualificados, o Brasil despencou 25 posições de 2019 para 2020, passando da posição 45 para a 70. Como o senhor encara essa perda de notáveis cientistas em áreas do conhecimento estratégicas para a retomada do crescimento socioeconômico do País?

MINISTRO MARCOS PONTES – O Ministério está atento a esse problema e tem pensado em soluções para manter esses talentos no Brasil. Há dois caminhos para se enfrentar o desafio de garantir a adequada disponibilidade de mão de obra para pesquisa, desenvolvimento e inovação no país. Primeiramente, é necessário ampliar a formação de profissionais qualificados e garantir que eles estejam recebendo a educação adequada. Cabe ressaltar que, nesse aspecto, a Política Nacional de Inovação possui um eixo específico de sistemas educacionais, com um conjunto robusto de iniciativas e ações que buscam não apenas garantir a formação de profissionais necessária para o ecossistema, mas, igualmente, ampliar a presença dos temas de empreendedorismo e inovação em todos os níveis. Em outra iniciativa, o Ministério também oferece políticas públicas voltadas

à retenção e ao desenvolvimento de profissionais altamente qualificados. Entre elas, se destaca o programa Recursos Humanos em Áreas Estratégicas (RHAE) – em parceria com o CNPq, que é uma fundação vinculada ao Ministério –, o qual oferece bolsas para pesquisadores trabalhando em empresas. O sucesso do programa se reflete nos resultados do recente edital, que recebeu mais de 800 projetos, com uma demanda estimada em aproximadamente R\$ 200 milhões. Outra forma de incentivar profissionais altamente qualificados a permanecer no Brasil é por meio de políticas de apoio ao empreendedorismo de base tecnológica. Entre elas, se destaca, no portfólio do Ministério, o programa Centelha MCTI. Na sua primeira edição, o Centelha MCTI recebeu 15 mil ideias inovadoras e apoiou 500 *startups* com subvenção financeira, bolsas, mentoria e aceleração, entre outros benefícios. O programa tem um efeito multiplicador no ecossistema, já que não apenas estimula especialistas a abrirem seus negócios no Brasil, mas, também, estimula a geração de empregos altamente qualificados. O programa está na sua segunda edição e temos lançado editais em diferentes estados para continuar essa iniciativa bem-sucedida.



O ecossistema de parques tecnológicos brasileiro é heterogêneo. Temos vários casos de sucesso importantes



Andrew Simek

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



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



OXIGENOTERAPIA HIPERBÁRICA

A partir do desenvolvimento tecnológico, os tratamentos medicinais ganharam em diversidade e excelência, isto é, a tecnologia permitiu o surgimento de novos e melhores procedimentos para cuidar da saúde.

Antes de tudo, uma dessas conquistas é a Câmara Hiperbárica, um equipamento médico, vaso de pressão humano, fechado e utilizado para tratar feridas, prevenir amputações, melhorar o condicionamento físico, acelerar o processo de recuperação muscular e até mesmo uma grande contribuição no tratamento contra a COVID-19. Tudo isso por meio da inalação de oxigênio a uma pressão que pode ser duas vezes e meia maior do que a pressão atmosférica.

Primeiro, o procedimento chamado oxigenoterapia hiperbárica vem sendo difundido nos setores hospitalares, embora seu principal instrumento — a própria Câmara Hiperbárica — não seja encontrada com tanta facilidade assim em hospitais brasileiros.

A Oxy Câmaras Hiperbáricas atua há mais de 20 anos no mercado brasileiro ajudando a levar o tratamento com eficiência e cuidado. Conheça mais sobre o nosso trabalho nas nossas redes sociais.

www.oxycamaras.com.br

 @oxycamaras

 /oxycamaras





DIRETO DO PLANALTO CENTRAL

COM RAUL CANAL



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



EDUCAÇÃO FINANCEIRA:

UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA A SUSTENTABILIDADE E COMPETITIVIDADE DE EMPREENDIMENTOS FRANQUEADOS

A educação financeira entra no rol do conjunto dos aditivos para combater o desequilíbrio financeiro causado pelo superendividamento como um elemento que vem para proporcionar alívio para a vida das pessoas que se enrolam com dinheiro, uma vez que traz consigo o componente educacional.

Segundo Houaiss, o verbete *educação* se relaciona com a aplicação de métodos próprios para assegurar a formação e o desenvolvimento por meio do ensino, do conhecimento, do preparo. Não bastasse pode se constituir num processo de inculcação, de adestramento, também.

Já a matéria *educação financeira* estaria relacionada a um espectro mais amplo, abrangido pelo tema da educação aplicada às finanças, ao uso, à alocação e aos gastos com o dinheiro. Na extensão do tema, poderia ser vista de maneira mais simples, assim resumida: “É o domínio das competências financeiras.”

As competências financeiras envolvem, inclusive, atributos pessoais e sociais, os quais podem ser inatos ou adquiridos, intrínsecos à pessoa ou não, aprendidos e apreendidos, e que são peças do conhecimento limitadas pelo tamanho da moldura do orçamento pessoal ou familiar, do

qual se mensura a destinação dos gastos a partir dos ganhos.

As competências têm a ver diretamente com a capacidade do indivíduo e suas habilidades, sua psique, seu domínio dos desejos e dos impulsos para efetuar despesas, bem como com a própria qualificação técnica para saber o que fazer com seus recursos. Por exemplo, no mundo atual da disseminação da informação, é importantíssimo e vantajoso saber aplicar o dinheiro e ganhar com ele. E, sobre isso, a realidade do mercado nacional espelha que nem todo mundo está preparado.

A verdade é que a maioria não sabe responder questões, como “poupança é uma boa?”, “o que são CDBs?”, “quando começo a previdência privada?”, “onde investir no mercado de capitais?” ou “como entender de ações?”. Por aí vai...

Hoje em dia, o tema educação financeira vem sendo explorado de diversas maneiras por diferentes atores. Na internet não faltam cursos, palestrantes, professores, motivadores, coaches, educadores, entre inúmeros profissionais que desfiam métodos para que as pessoas venham a aprender o básico, possam realizar sonhos, adquirir cursos e livros, tornarem-se ricas e muito mais. As propostas para tornar sonhos em reali-



dade têm sido um tópico para levar as pessoas a estudarem, conhecerem as aplicações e se organizarem financeiramente, quando possível, a fim de transformarem suas vidas.

Com o endividamento crescente, infere-se que muitos dos sonhos podem estar associados ao aumento de dívidas. Por outro lado, as transformações pessoais também podem levar a mudanças que permitam ao cidadão se organizar melhor e viver de acordo com a sua renda e dentro das limitações impostas pela restrição orçamentária.

Na prática, o tema educação financeira é deveras complexo e, por conseguinte, muito sensível e extenso, dependendo de cada um. Ele se relaciona com dinheiro, com capacidade de ganho e com necessidades. A sua dimensão (individualmente) pode ser extrapolada pelo tamanho do sonho, mas se restringe até a fronteira do orçamento e da capacidade de endividamento.

Educação financeira tem uma característica importantíssima na vida de qualquer um. Ela faz a ligação direta do presente com o futuro, constituindo-se no percurso inevitável que requer capacidade, competência, talento, esforço, determinação e foco.

Em geral, os passos são mais ou menos assim: em primeiro lugar, as pessoas necessitam de se conscientizar de que precisam aprender a fazer com que seus desejos e suas necessidades, em relação a bens e a serviços, caibam no orçamento, preferencialmente.

Depois, em um segundo momento, seria justamente aprender a constituir poupança, que tem como característica ser formada a partir da renúncia do consumo presente em prol do consumo futuro.

Em terceiro lugar, para que um plano de vida tenha maiores efeitos lá na frente, as pessoas precisam reconhecer a sua finitude e despertar para o fato de que possuem um ciclo de vida com boa expectativa de anos, de maneira que, crescem, se desenvolvem, amadurecem e falecem.

Jamais esquecer e deixar de focar no longo prazo. Mais para a frente, todos seremos idosos – se o processo natural não for abreviado antes disso.

No contexto das etapas de um ciclo de vida, estar preparado para chegar na aposentadoria desde jovem se torna um tremendo desafio. Perpassar pelas vicissitudes dos acontecimentos e das escolhas durante essa travessia sem desviar o foco não parece tarefa fácil. Pelo contrário, para muita gente isso pode não existir e/ou se constituir no impossível. Para os educados financeiramente, fica mais leve possuir um planejamento de vida no qual se possa vislumbrar perspectivas de realizações de curto, médio e longo prazos.

A educação financeira nada mais é, então, do que um processo, um aprendizado de vivência segundo as possibilidades determinadas pelo orçamento e pelos sonhos, espécie de esteira contínua que não para de avançar com o tempo, no sentido de transformar hábitos, gostos e preferências.

Nesse contexto, seu fim é o de melhorar a capacidade individual de manuseio do dinheiro, não perdendo o foco nas condições de construir poupança e de planejar gastos para o futuro, notadamente, quando a aposentadoria chegar.

Para avançar na direção da educação financeira é importante dominar um rol de assuntos, como saber planejar, realizar orçamentos, fazer diagnósticos dos gastos e guardar dinheiro. Se possível, desde jovem, começar a se preparar para o futuro, tornando-se inicialmente um agente superavitário para depois compreender/aprender a etapa de como aplicar a poupança com vistas à perspectiva de realizações de curto, médio e longo prazos nas mais diversificadas formas de aplicação.

Ao começar a pensar, desde cedo, na aposentadoria, tem-se uma mostra de amadurecimento, do reconhecimento da finitude, porque, por meio da formação da poupança específica para a chegada da idade avançada, consegue-se aproximar a situação idealizada no passado com a esperada para o presente.



O PROCESSO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Por revelar conteúdos, muitas vezes, sensíveis e complexos, a educação financeira deveria começar dentro de casa, com os pais procurando ensinar de maneira lúdica aos seus filhos a importância do dinheiro, seja para como fazer gastos, usar os cartões ou fazer compras pela internet e tal.

Para ter educação financeira, quanto mais cedo a criança começar, melhor, porque, desde a infância, ela poderá aprender a importância do dinheiro e estabelecer relação com a materialização das suas vontades. Nesse aspecto, a participação dos pais é primordial.

Os ensinamentos poderão se tornar raízes na vida da criança educada financeiramente, que vai estar melhor preparada para o futuro. Se ela aprender que guardar dinheiro é muito melhor do que não guardar, que gastar menos do que ganha pavimentará o caminho sustentável para poder aproveitar melhor a vida, que a renúncia às vontades pode trazer mais vantagens do que desvantagens, com o tempo, tudo isso pode formar um adulto consciente e programado para enfrentar a vida, saber lidar com questões financeiras e estar pronto para a velhice.

No conjunto dos ensinamentos, a criança, desde logo, precisa compreender a limitação dos

seus pais e que o limite dos gastos é determinado pela composição e pelo tamanho do orçamento familiar.

Outra coisa superinteressante, com o passar dos anos, será a da realização com a obtenção de resultados e a coleta dos frutos com o aprendido. Por exemplo, se, ao longo do tempo, ela puder acompanhar a evolução do seu progresso por meio do aumento do saldo das suas aplicações, da poupança constituída, acompanhando o montante evoluir.

No ambiente doméstico, o diálogo é outro instrumento a ser levado sobremaneira em consideração. Sem ele, a família pode construir problemas com a comunicação. Para a criança, na linguagem apropriada, esse processo será fundamental para que entenda limites e padrões de consumo, segundo a sua ótica de observação do mundo.

As fases da educação financeira compõem as pedras basilares para os fundamentos de uma boa vida no futuro, por conseguinte. Com a educação financeira, pode-se pensar, acumular poupança, investir, capitalizar e usufruir das aplicações que são oferecidas pelos mercados de capitais e bancário e ter condições, por isso mes-

“ No processo de mudança e aprendizado, alguns eixos do ensinamento passam pelo planejamento, pelo controle dos gastos, pela resiliência diante dos problemas, pelo foco e pela elaboração de metas ”

mo, de aproveitar melhor a vida – principalmente se aposentar melhor do antes, quando não se tinha educação financeira.

Não importa qual seja o sonho, o desejo futuro, seja esse a compra de um bem, uma viagem ou outra coisa qualquer. O que certamente não dá para pensar é as possibilidades existirem sem que haja mudanças de comportamento, de atitude diante das necessidades ou dos impulsos para gastos.

No processo de mudança e aprendizado, alguns eixos do ensinamento passam pelo planejamento, pelo controle dos gastos, pela resiliência diante dos problemas, pelo foco e pela elaboração de metas.

Saiba-se que a vida de qualquer um pode vir a ser melhorada, dependendo das escolhas e das preferências. Nesse aspecto, a educação financeira abarca tudo isso – e muito mais –, tendo um papel importantíssimo na transformação social e no uso do dinheiro para que as pessoas mitiguem o endividamento e possam fazer melhores escolhas de consumo e gastos de uma maneira em geral.

A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO ANTÍDOTO PARA O ENDIVIDAMENTO

Recentemente, foi sancionada a Lei n.º 14.181, de 1º de julho de 2021, alterando a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), que trata da proteção do consumidor.

Especialistas analisaram a nova legislação e elencaram uma série de dicas para evitar o excesso de endividamento, tais como:

- i)** Não gastar mais do que se ganha;
- ii)** ter cuidado com o crédito fácil;
- iii)** não assumir dívidas sem antes refletir e conversar com a família;
- iv)** ler contratos e o prospecto;
- v)** exigir informações sobre as taxas de juros mensal e anual;
- vi)** exigir o prévio cálculo do valor total da dívida e avaliar se é compatível com a sua renda;
- vii)** comparar a taxa de juros com a dos concorrentes;
- viii)** não assumir dívidas em benefício de terceiros;
- ix)** não assumir dívidas nem fornecer seus dados por telefone ou internet; e
- x)** reservar parte da sua renda para as despesas de sobrevivência.

Nesse contexto, a legislação do endividamento trouxe mudanças visando a facilitar a vida das pessoas com dívidas. Vale citar algumas, como por exemplo:

- i)** Condições mais justas de negociação para quem contrata crédito;
- ii)** recuperação judicial;
- iii)** garantia do mínimo existencial;
- iv)** maior transparência;
- v)** fim do assédio e pressão ao cliente;
- vi)** suporte ao consumidor; e
- vii)** educação financeira.

ALGUNS GRANDES NÚMEROS DA PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR

Hoje, no Brasil, somam-se 291 entidades fechadas de previdência complementar. A movimentação do setor ultrapassa a casa de R\$ 1 trilhão, algo em torno de 14% do PIB. Ao todo são 105 planos de benefícios previdenciários com cerca de 2,7 milhões de brasileiros contribuintes ativos, sendo que, deste total, tem-se que 852 mil são beneficiários, participantes que gozam do benefício. Estima-se o universo de 75 milhões de brasileiros impactados direta e indiretamente nesse mercado.

O número de participantes nesse sistema se encontra relativamente baixo, quando se estima que a população que trabalha e possui carteira assinada ultrapassa 30 milhões. Em simultâneo, também reflete nível cultural muito baixo para a constituição desse tipo de poupança. Ou seja, o processo ainda se apresenta incipiente, existindo escalabilidade enorme para crescer.

Atualmente, pode-se inferir que, embora os números dos últimos anos desse mercado se apresentem com tendência de crescimento, a crise pandêmica e o desemprego podem ter abortado sonhos e planejamentos de muitas pessoas, servindo de freio nesse processo.

USO DOS CARTÕES

Para a Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços (Abecs), cada vez menos se manipula papel moeda e mais as diversas modalidades de cartões se fazem presentes no cotidiano. Sinal de que a carteira pode guardar mais cartões, enquanto o espaço para cédulas tem se reduzido.

A mudança de hábitos dá contorno à modernidade, porque os cartões são práticos e quase que universalmente aceitos (em todos os lugares). Então, mais as compras com cartões de crédito, débito e pré-pagos avançam, quer seja para compras de valores altos e médios ou para as de baixo valor.

Seja o motorista de taxi, o vendedor de frutas

da barraca da esquina, o borracheiro de bicicletas do final de semana na praça, o vendedor de churros, o ambulante da praia, o prestador de serviços que vai em casa para consertar o gotejamento da pia ou ajeitar a cortina ou o estofador que vai mudar o estofado do sofá e a palha da cadeira, entre outros profissionais, o que se tem é que todos que quiserem vender algo ou prestar algum tipo de serviço precisam de maquininhas para aceitar cartões, atrair consumidores e fidelizar clientes.

Esse cenário pode ser montado se depreendendo da estimativa da Abecs a respeito do montante pago com cartões, cuja cifra deve chegar a R\$ 2,3 trilhões em 2021, algo entre 18% e 20% acima da movimentação em 2020.

O crescimento esperado incorpora alta de 19% a 21% nas compras com cartões de crédito, de 13% a 15% com os cartões de débito e o dobro do uso com os pré-pagos, estes cada vez mais sendo incorporados ao dia a dia das pessoas por causa da restrição do seu limite e porque possibilita aos usuários grande aprendizagem com a limitação dos gastos.

O ENDIVIDAMENTO

De acordo com pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o aumento sucessivo do endividamento das famílias pode ser uma preocupação presente com sérias consequências no futuro.

Em julho deste ano, 71,4% das famílias possuíam algum tipo de dívida e, desse grupo, cerca de 25,6% se encontravam numa situação de contas em atraso. No curto prazo, a situação se deteriorou, pois em junho eram 25,1%.

Para complicar o panorama, a participação do número de pessoas que registraram total incapacidade para honrar compromissos financeiros se elevou marginalmente na passagem de julho (10,9%) sobre junho (10,8%) – embora o patamar de dívidas ou contas em atraso (25,6%) ainda seja melhor do que em julho do ano passado (26,3%).



Ainda segundo a CNC, em julho deste ano, 82,7% do endividamento foi registrado com o cartão de crédito, enquanto, no mesmo mês do ano passado, o volume de pessoas com dívidas no cartão era bem menor (76,2%).

O aumento de mais de 6 pontos percentuais em 12 meses reflete, portanto, a utilização do cartão de crédito como o principal instrumento para financiar compras, diferentemente das demais modalidades de dívida.

INFORMAÇÕES DO BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN)

Quanto aos juros do cartão de crédito, segundo o Banco Central, o custo do crédito com o cartão revela grande diapasão entre as instituições, bem como enorme diferença, quando se examina a diferença entre as taxas mínimas e máximas, mensais ou anuais.

Em junho deste ano, o Banco Central pesquisou que a mínima mensal do cartão em atraso, nas modalidades parcelado, rotativo regular e não-regular, praticada pelas instituições financeiras, ficou em 0,68% nessas três opções. Contudo, mesmo num cenário restritivo, com desemprego alto e carestia, houve instituições que calibraram os juros num teto de 17,9%.

No ambiente da matemática financeira, as taxas mensais constituem o piso para a formação das taxas efetivas anuais. Na mesma pesquisa, o Banco Central detectou que a mínima anual (em 12 meses) cravou 8,47%, quando algumas instituições chegaram a cobrar perto de 620,0% e outras até 881,9% ao ano – padrão que coloca o Brasil no

pódio dos países com taxa de juros exacerbadas nessa modalidade, evidentemente.

As estatísticas a respeito do endividamento no Brasil, ao longo dos últimos 9 anos, acusam números crescentes, sistematicamente. Em destaque, a rapidez com que tem subido nos anos recentes.

Os saldos das operações de crédito das pessoas físicas ultrapassaram a casa do R\$ 1 trilhão em julho de 2012. Só depois de 7 anos e 5 meses, em dezembro de 2019, bateram mais de R\$ 2 trilhões, o dobro do primeiro patamar.

Pelo que se observa na tendência formada pela curva, os saldos de empréstimos para pessoas físicas podem continuar crescendo, sendo que, vale chamar a atenção, com coeficiente maior, ou seja, ele se dá num ritmo crescente, mais acelerado. Em março de 2021, chega-se perto do volume de R\$ 2,4 trilhões em apenas 15 meses. Por esse e outros motivos a economia se mantém viva, fermentada e crescente, via produção e consumo, por intermédio do crédito. Outro dos motivos tem sido o fácil acesso ao crédito com a popularização dos cartões, das *fintechs*, dos novos meios de pagamento, entre outros.

Por outro lado, o endividamento crescente pode acender uma luz amarela de alerta, na medida em que vai ser importante, mais para a frente, que as pessoas continuem tendo capacidade, condições para tomarem (novos) empréstimos, conseguindo honrar com os compromissos financeiros para fazer com que a roda da economia continue girando e a variável *consumo das famílias* continue sendo o maior componente da demanda agregada.

INFLAÇÃO AO CONSUMIDOR

Um fenômeno, que vem atrapalhando decisões de consumo e a composição orçamentária das famílias, podendo levar ao endividamento, é a inflação.

O sentimento tem a ver com a continuidade do aumento de preços para os consumidores, seja mensal ou pelo critério de medição em 12 meses. Nos dois cenários, a evolução dos preços se encontra alta e os orçamentos ficaram achatados pela trajetória ascendente. O fato é que para os consumidores pesa o custo de vida, transmitindo a sensação de que a inflação pode desgarrar no curto prazo, na medida em que as coisas ficam mais caras, numa proporção maior dentro da renda.

Ao atingir 8,99%, a inflação acumulada em 12 meses explodiu o teto definido como meta para este ano – o centro para 2021 está estabelecido em 4,25%, tendo como teto o intervalo aceitável até a variação de 5,75%. (Ver Gráfico 1).

Sobre comportamento de preços, um fenômeno surgiu com a pandemia: os preços no atacado aceleraram e passaram a pressionar os formados pelo varejo. Houve desorganização na cadeia global para formação dos preços em geral, aqui ou em outros países. Por causa disso, têm-se as medidas de combate à inflação que vêm sendo aplicadas pelo Banco Central.

O mercado estima que a inflação de 2021 poderá fechar em 6,4% e que, a partir do ano que vem, poderá iniciar trajetória de declínio suave, nos próximos anos, para os níveis de 3,75% em 2022, 3,25% em 2023 e 3,00% em 2024. Por outro lado, à medida em que a crise hídrica pressiona tarifas energéticas, a inflação alta pode se estender para 2022, vindo a arrefecer somente em 2023.

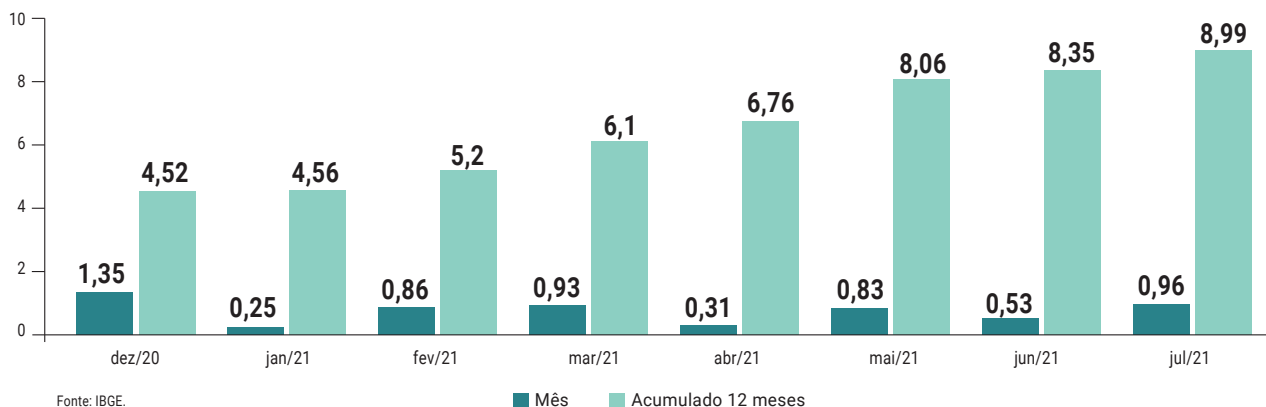
No corrente exercício, a inflação se manteve baixa em janeiro, entretanto depois passou a ficar próxima de 1,0% em fevereiro e março, aliviando movimento de subida em abril. Em maio, com a distensão social e a vacinação, houve repique de preços, que pode ter sido influenciado pela recomposição de margens, repasse das tarifas energéticas e entrada do frio juntamente com a falta de chuvas. Em junho, os preços retomaram o processo de desaceleração, sendo que em julho passaram a subir mais.

Antonio Everton Chaves Junior



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

Gráfico 1 – Inflação mensal e anual
(Em %)





QUATRO PILARES FUNDAMENTAIS PARA UMA EFICIENTE GESTÃO EMPRESARIAL

Frequentemente ouvimos alguns termos e não levamos em conta, pensando se tratar de algo exclusivo do universo das grandes corporações. Por muitas vezes, a expressão *gestão empresarial* é vista dessa forma.

Um dos motivos pelos quais isso ocorre é o entendimento extremamente amplo de que alguns consultores e autores formulam sobre seus conceitos e sua aplicabilidade. Sim, gestão é um termo que envolve inúmeras tarefas e atividades, para diversos setores e para empresas de todos os portes.

No entanto, por mais simples ou complexos que sejam os processos de gestão empresarial, existem quatro pilares fundamentais que devem ser considerados por todo empreendedor, inclusive os que operam no modelo de negócio franquia empresarial (*franchising*) – desde o empresário individual, que investe em micro franquias, até o acionista majoritário de uma grande empresa e investidores como os multifranqueados, que gerenciam investi-

mentos no setor de franquia. Esses pilares estão sintetizados na figura 1.

Portanto, *gestão empresarial* é uma estratégia de condução dos negócios na obtenção dos melhores resultados por meio das gestões de finanças, de pessoas, de operações, de comunicação e de marketing.

Note que esses pilares estão interrelacionados entre si, demonstrando que a eficiência empresarial deve levar em conta os quatro pilares simultaneamente. Atuar em um pilar e abandonar outro não trará os resultados esperados. Vamos aprofundar um pouco em cada um desses pilares.

FINANÇAS

A gestão das finanças de uma empresa tem grande importância no seu resultado ao final do período de análise. O lucro ou o prejuízo é identificado por meio da gestão das finanças.

Existem várias técnicas e ferramentas para uma gestão financeira eficiente. Desde a mais simples, como é o caso do fluxo de caixa, até a mais completa, que analisa a performance das ações de uma empresa na bolsa de valores. No universo dos pequenos negócios, eu recomendo que se implemente, pelo menos, os seguintes controles financeiros. (Ver Figura 2).

Figura 1 – Quatro pilares fundamentais do processo de gestão empresarial



“Gestão empresarial é uma estratégia de condução dos negócios na obtenção dos melhores resultados por meio das gestões de finanças, de pessoas, de operações, de comunicação e de marketing”

Figura 2 – Controles financeiros

FLUXO DE CAIXA	CONTROLE DE CUSTOS	ANÁLISE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> ● O fluxo de caixa apura, de maneira rápida e eficaz, o resultado da empresa em determinado período: lucro = receita - despesas; e ● ampliando para o fluxo de caixa projetado, pode-se identificar períodos de melhores e de piores resultados e atuar para maximizar o primeiro e minimizar o último. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Identifica os custos envolvidos na produção e na prestação de serviços; e ● possibilita buscar alternativas de menor custo de produção ou de novos fornecedores. 	<ul style="list-style-type: none"> ● A margem de contribuição permite identificar o impacto de cada produto na geração de caixa e de lucro da empresa; ● assim, é possível ver qual produto é mais rentável e buscar ampliar suas vendas; e ● também, os produtos que dão prejuízo e analisar se devem ser descontinuados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● O DRE (Demonstrativo dos Resultados Empresariais) é muito parecido com o fluxo de caixa, mas é apurado, normalmente, ao final de um ano; e ● ele detalha mais as fontes de receitas e despesas, envolve os custos de produção, os valores de impostos, dentre outras contas contábeis.

PESSOAS

Esse talvez seja o pilar mais desafiador da gestão empresarial. Enquanto para o controle financeiro são exigidos conhecimentos racionais, com técnicas bem definidas, a gestão de pessoas, embora também contenha muita técnica, passa por questões emocionais, cujo desenvolvimento não é obtido de um dia para o outro.

A gestão de pessoas começa pela assertividade na contratação e na alocação dos colaboradores onde eles são mais produtivos e têm mais motivação para trabalhar. Saber montar uma equipe, na qual cada um saiba o seu papel e o desempenho com grande afinco, é desafiador para a maioria dos líderes.

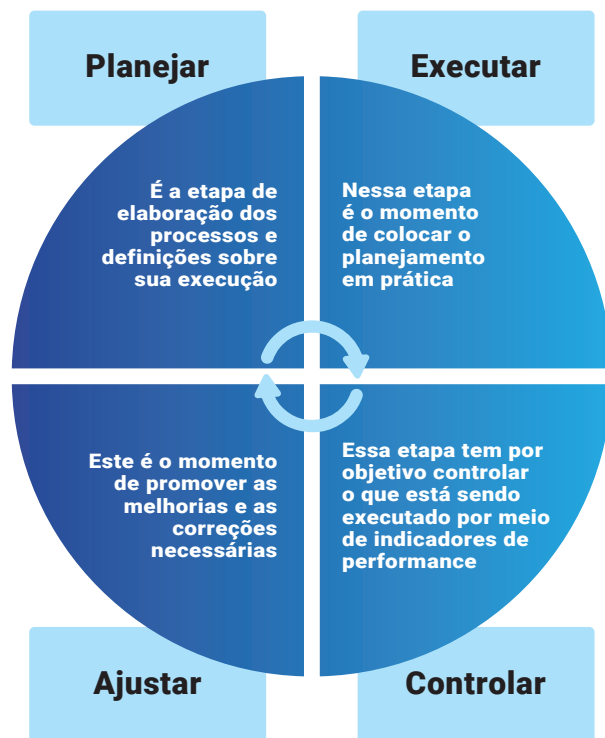
Veja o exemplo de uma equipe de Fórmula 1. Eles são capazes de trocar os quatro pneus dos carros em menos de dois segundos. Isso só acontece, porque, no momento da troca, estão os melhores colaboradores para cada uma das tarefas: parar o carro no lugar certo, afrouxar a roda, tirar o pneu velho, colocar o pneu novo, apertar a roda e liberar o carro.

No ambiente empresarial, as coisas devem funcionar da mesma forma. É necessário ter as pessoas certas, fazendo as coisas certas na hora certa. Improvisar ou “dar o jeitinho” não é uma boa prática.

A capacitação contínua e o reconhecimento são outras ações importantes para que se faça uma boa gestão de pessoas. Mesmos nos processos mais simples, há sempre uma novidade, uma transformação acontecendo. Há alguns anos, um vendedor de cachorro-quente só precisava comprar o pão e fazer o molho de salsicha. Hoje em dia, o cachorro-quente tem tantos ingredientes e tantas variedades de receitas que até curso para produzir o lanche já existe.

Por fim, é imprescindível reconhecer o esforço e os resultados que os colaboradores apresentam em determinado período. Uma empresa é uma equipe e seus resultados são decorrentes do esforço e da dedicação de todos. Portanto, o reco-

Figura 3 – Etapas da gestão dos processos operacionais



hecimento deve fazer parte da gestão empresarial e, para isso, não é necessário investir grandes fortunas. Muitas pesquisas demonstram que um dia de folga é uma ação de reconhecimento das mais valorizadas pelos colaboradores. E o custo disso é bem pequeno, não é mesmo?

OPERAÇÕES

Todos os modelos empresariais, dos mais simples aos mais sofisticados, têm processos operacionais no dia a dia do negócio. Compra de insumos para produção, atendimento ao cliente, processo de vendas e controles gerenciais são alguns dos mais comuns.

A gestão dos processos operacionais é muito importante para que as coisas funcionem den-



tro do planejado. Um restaurante, por exemplo, não pode decidir o que comprar para o almoço às 10 horas da manhã, do mesmo dia. Nesse caso, o planejamento e a gestão operacionais fazem a diferença.

O mesmo acontece, por exemplo, com o processo de vendas. Para realizar uma promoção para queima de estoque, é necessário definir os produtos a serem ofertados, qual o percentual de desconto e a forma de pagamento, dentre outros. Isso não deve ser feito de uma hora para outra.

Em linhas gerais, a gestão dos processos operacionais passa pelas seguintes etapas. (Ver Figura 3).

Importante observar que as etapas estão interligadas, sendo, portanto, importante cumprir esse rito para não correr o risco de que algo planejado não venha a ser executado corretamente ou não se deixe de ver oportunidades de melhorias e aprimoramentos.

COMUNICAÇÃO E MARKETING

Tornar a empresa e seus produtos conhecidos é fundamental para seu sucesso. Mas, da mesma forma que os processos citados, a comunicação deve ser bem planejada, considerando, principalmente: o mercado de atuação (nacional ou regio-

nal); o público-alvo (idade, escolaridade, renda familiar, dentre outros); e os canais de comunicação mais efetivos (redes sociais, aplicativos de mensagens, *marketplace* ou site próprio).

De posse dessas informações, o empreendedor poderá traçar suas estratégias de comunicação, seja para o lançamento de um novo produto, seja para tornar a empresa conhecida em um novo mercado de atuação ou para reforçar sua presença junto aos clientes.

É importante destacar que os custos com comunicação devem ser considerados como investimentos, uma vez que os resultados advindos desse processo virão a médio e a longo prazo.

Acredito que, com essas informações, os empreendedores poderão planejar melhor o seu negócio, buscando melhores resultados e mais eficiência. Busque organizar sua empresa com base nesses quatro pilares e acompanhe os resultados. Você vai ver que, com disciplina e dedicação, a gestão empresarial, afinal de contas, não é um bicho de sete cabeças.



Adalberto de Sousa Luiz

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

“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 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 sobre como conseguir dar 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

La diferencia entre comer y saborear



Restaurante

Libertango

Brasília-DF

Premiações:

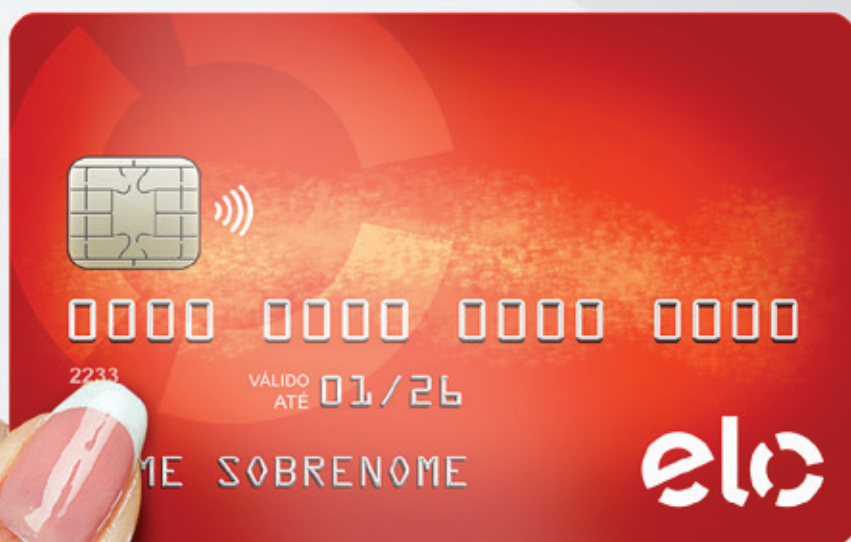


Reservas:

 **(61) 3554-1727**

 SHS Quadra 2, Bloco J, Hotel Bonaparte

AOS 10 ANOS, ELO CELEBRA EVOLUÇÃO E CHEGADA À LIDERANÇA NO DÉBITO



Somos a Elo. Nascemos em 2011, criados por Banco do Brasil, Caixa e Bradesco, como uma bandeira, e rapidamente passamos por um processo de evolução que possibilitou nos tornarmos, em menos de uma década, uma das maiores empresas de tecnologia de pagamentos no Brasil e chegarmos à liderança no mercado de débito em 2020.

Atuamos em um modelo de negócios sustentável, inovador, ágil e digital, para clientes e para o mercado, com um portfólio completo de soluções de pagamento, suportado pelo arranjo de pagamentos desenvolvido 100% no País, pensado e adaptado às especificidades locais.

Com 10 anos de mercado completos neste ano, somamos mais de 140 milhões de cartões, emitidos em parceria com mais de 30 emissores, aceitos em mais de 14 milhões de estabelecimentos, em todo o País. Ademais, estamos presentes em 200 países e territórios, resultado da parceria com a *Discover Global Network*, marca global de pagamentos da *Discover Financial Services*.

Somos brasileiros e entendemos as particularidades do País. Levamos ao mercado dados relevantes sobre o setor de pagamentos, que apontam cenários e tendências, em análises qualificadas. Nosso apoio ao mercado também se reflete na proximidade com os parceiros comerciais e na elaboração de produtos e de serviços adaptados ao nosso idioma local. Todos os manuais técnicos, de tarifas ou de intercâmbio também são em português, o que proporciona mais autonomia aos parceiros e agilidade para a tomada de decisões.

Além dos cartões de débito, de crédito e pré-pago, temos, em nosso portfólio, os mais diversos produtos e serviços voltados para o setor de pagamentos como: cartão virtual (VCN); cartões

empresariais para compras e despesas corporativas; cartões para viagens, para compra de passagens aéreas e pagamento de hotéis; cartões de incentivo, de premiação, de despesas, de multi-benefícios e de pagamento de salários; *hub* de *QR Code*; *cashback*; *e-commerce token*; carteiras digitais; Elo Flex (plataforma de personalização de benefícios); soluções para contas de pagamento; consultorias de finanças e de negócios; e diversos serviços antifraude.

No dia a dia, apoiamos a frente de negócios dos parceiros e a jornada do cliente com ofertas e benefícios exclusivos, apoio aos nossos pilares da marca! Todas nossas campanhas podem ser aproveitadas pelos parceiros, proporcionando conteúdo e otimizando a geração de valor para os clientes Elo.

Com o entendimento de que cada cliente é único, criamos a Elo Flex, primeira plataforma de personalização de benefícios do mercado, que permite a customização de benefícios vinculados ao cartão de acordo com o estilo de vida de cada um. Todos os nossos cartões, Elo Mais, Elo Grafite, Elo Nanquim e Elo Diners Club pessoa física, já oferecem esse benefício adicional, sem custos, para os clientes. E, em breve, também vamos integrar os cartões PJ e corporativos à plataforma.

Apoiamos seu negócio com suporte de parceiros para processamento e gestão de plataformas de serviços para contas digitais, programas de fidelidade, serviços de *token*, preparação de dados para chip e *contactless*, inclusive, com a possibilidade de ampliar a aceitação de cartões *private label* por meio de solução *QR Code* ou embandeiramento.

Gostou das vantagens e tem interesse em se tornar um emissor, então, venha conversar com a gente em negocios@elo.com.br.

**QUER SABER MAIS
SOBRE A GENTE?**

Acesse nosso site: elo.com.br
e confira muito mais.



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO VAREJO

Em agosto, foi lançada a mais recente pesquisa sobre *e-commerce*, realizada pelo PayPal em conjunto com a BigDataCorp. A série, que conta com sete edições, permite acompanhar a evolução do *e-commerce* no País, com números animadores sobre crescimento, profissionalização e ampliação dos canais de vendas. Por outro lado, apresenta uma realidade ainda desafiadora, pois, ao mesmo tempo que atingimos recordes de faturamento, pedidos e ticket médio nas vendas por canais digitais, é possível ver que as empresas de varejo que operam estritamente por canais tradicionais ainda representam a absoluta maioria.

Detalhando melhor os números apresentados, percebe-se o crescimento da quantidade de lojas virtuais, que passaram de 1,3 milhão para 1,5 milhão, e a entrada das empresas para comercialização em *marketplaces* e aplicativos, que chegou a 600 mil e 300 mil respectivamente. Esse total de 1,5 milhão representa, segundo o estudo, 6,19% do total de lojas do varejo no País, um número ainda tímido, mesmo quando a busca por novos canais de vendas foi alavancada pelo cenário pandêmico.

Considerando que 84% do faturamento do *e-commerce* monitorado – digo monitorado, pois é um recorte que, nesse caso, exclui Mercado Livre, Elo 7 e Enjoei, por exemplo – passa pelos *marketplaces*,

a questão é de ampliar a capilaridade, chegando a públicos antes praticamente inviáveis às pequenas empresas. Isso vale para produtos (que são monitorados), serviços e *delivery* de alimentação (não inclusos na pesquisa), pois o diferencial desse modelo de plataforma é, justamente, buscar a maior audiência possível para permitir que *sellers* (vendedores) entreguem seu valor. (Ver Gráfico 1).





Online Shopping

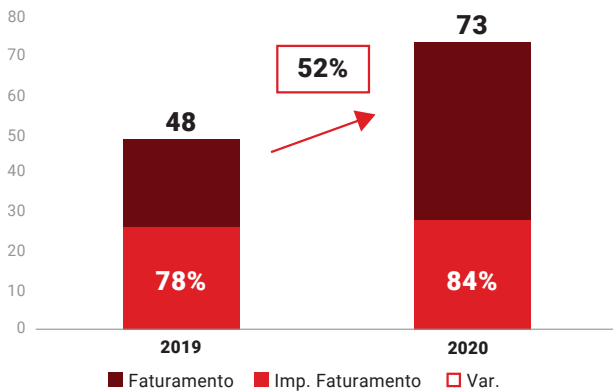
COMPRAR



FOTO: FREEPIK



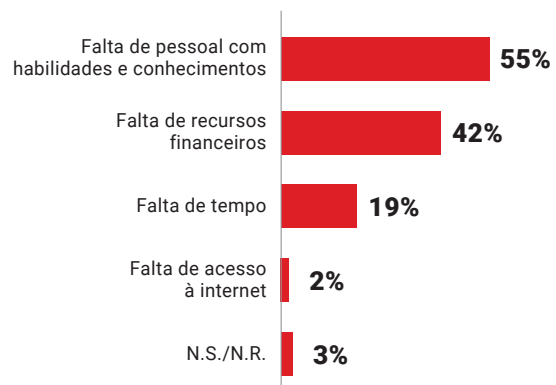
Gráfico 1 – Evolução do marketplace em faturamento (R\$ Bi)



Fonte: Ebit / Nielsen – estudo Marketplaces B2C – produtos novos.
Obs.: Não inclui Mercado Livre, Elo7 e Enjoei.

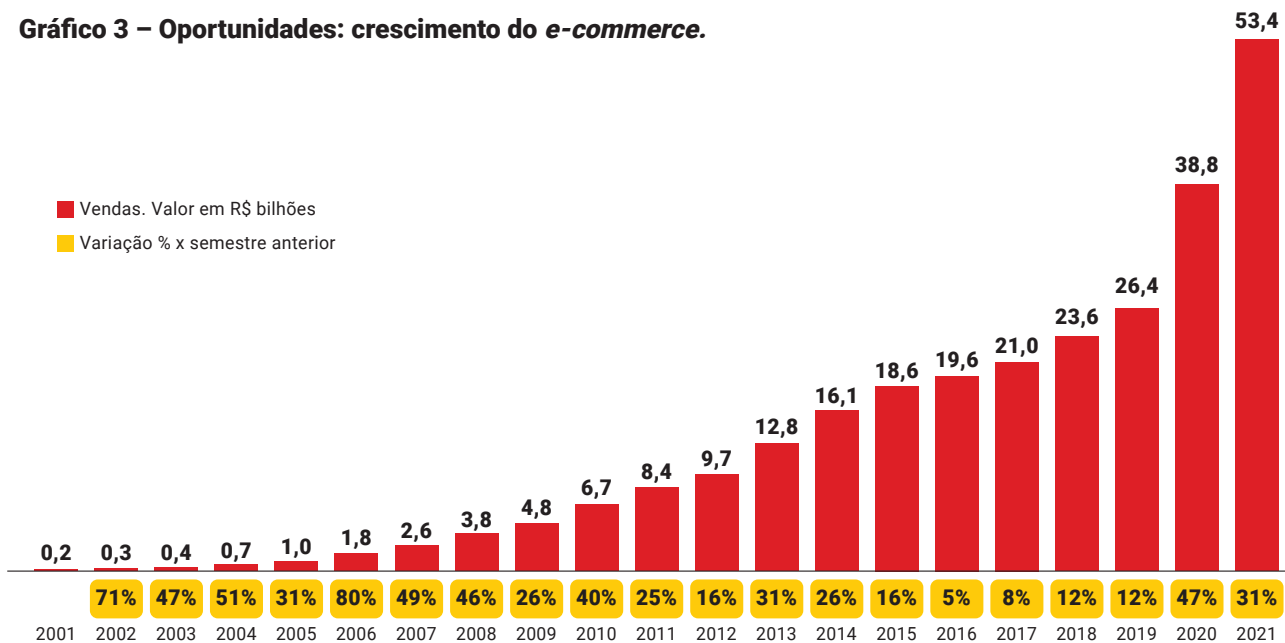
Gráfico 2 – Quais as dificuldades que a sua empresa tem para estar presente no mundo digital (internet)?

BRASIL



Fonte: Sebrae, 2021.

Gráfico 3 – Oportunidades: crescimento do e-commerce.



Fonte: Webshoppers, Ebit | Nielsen. Obs.: os números são referentes ao 1º semestre de cada ano.

No caso das lojas virtuais, a operação muda um pouco, agregando vantagens, como: relacionamento próximo do cliente, margens maiores, jornada de compra customizável, menor destaque para comparação de preços e complemento de modelos de negócio com clube de assinatura e afiliados. Essa flexibilidade deve ser explorada de forma positiva, integrando as redes sociais e outras ferramentas de geração de tráfego, pois, aqui, essa atividade é por conta do lojista e não conta com o potencial dos *marketplaces*.

Interessante considerar que, de acordo com a pesquisa do PayPal e da BigDataCorp, a grande maioria das lojas virtuais são pequenas, sendo que 79,5% comercializam menos de 10 SKUs (produtos, com suas variações), 83% recebem menos de 10 mil visitas por mês, 53% faturam abaixo de R\$ 250 mil por ano e mais de 70% atuam com até um funcionário contratado ou sem vínculo algum.

Em relação aos pequenos negócios, em outro estudo, chamado “Pesquisa Sebrae – Defesa da concorrência e acesso a mercados digitais”, realizado em janeiro de 2021, pelo Sebrae, Unctad e Cepal com microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), 49% dos respondentes que atuam no mundo digital disseram ter dificuldades para vender on-line. Na outra ponta, 76% disseram que vão entrar nos próximos 6 meses, mas não possuem pessoal qualificado (55%), recurso financeiro (42%) ou tempo (19%) para isso. (Ver Gráfico 2).

Além da pesquisa do PayPal e do Sebrae, outra informação me chamou atenção. Segundo a 44ª edição da pesquisa *Webshoppers*, realizada pela Ebit / Nilsen, entre agosto e setembro deste ano, o faturamento no *e-commerce* cresceu 31% no primeiro semestre de 2021, consolidando a tendência de mudança no comportamento de compra do consumidor, mesmo após a flexibilização das restrições de circulação. Ou seja, as compras por canais digitais vieram para ficar. (Ver Gráfico 3).

Longe do romantismo de ter uma sociedade

“Interessante considerar que, de acordo com a pesquisa do PayPal e da BigDataCorp, a grande maioria das lojas virtuais são pequenas”

mais tecnológica para viajar ao futuro ou para andar em carros voadores – o que já está mais próximo do que nunca –, apoiar essas empresas a entrarem no mundo digital, de forma organizada e sustentável, é uma questão de sobrevivência para elas e de mitigação de impactos negativos em todos os atores que se relacionam com esse pequeno negócio, que vão de colaboradores a clientes, passando por fornecedores e entidades representativas.

Conciliar essa gama de informação, com atuação do ecossistema, nos permite lançar um olhar sobre a importância de temas, como desenvolvimento de produtos, gestão de fornecedores, marketing digital, gestão de tempo, implantação de loja virtual, planejamento de vendas em *marketplaces*, gestão de estoque e logística para a sobrevivência dos pequenos negócios. É por conta da importância deles, da dificuldade de entrada no mercado digital e na manutenção dessa presença, que o Sebrae disponibiliza uma série de conteúdos, parcerias, cursos, ferramentas e consultorias que facilitam a jornada de cada empresário no mundo digital. Basta acessar www.sebrae.com.br/mercadodigital.



Ivan Tonet

Analista de relacionamento com clientes no Sebrae. Especialista em gestão de negócios pela Fundação Dom Cabral (FDC).



ESG NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS, NAS INTERFACES EMPRESARIAIS E NO SISTEMA DE FRANCHISING BRASILEIRO: QUAIS OS IMPACTOS?

O especialista em economia e em Gestão Empreendedora, Enio Duarte Pinto, tem as respostas. Além de abordar as vantagens da implementação de melhores práticas ambientais, sociais e de governança (ESG - *Environmental, Social and Governance*, em inglês), o gerente da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional fala sobre como a entidade tem trabalhado para a adoção dessas ações no sistema empresarial brasileiro.



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).

Melhores práticas ambientais, sociais e de governança, ESG (*Environmental, Social and Governance*), sigla em inglês, vêm recebendo atenção mundialmente por estarem associadas a negócios sólidos, de baixo custo de capital e de melhor resiliência contra riscos relacionados ao clima e à sustentabilidade. ESG é um termo que está sendo cada vez mais utilizado por consultores financeiros, bancos e fundos de investimento, para avaliar empresas de acordo com seus impactos e seu desempenho em três áreas: meio ambiente, sociedade e governança. No Brasil, os parâmetros ESG estão em seu estágio inicial. Sendo assim, o senhor acredita que o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) está considerando, para os próximos anos, os impactos do movimento ESG na implementação de suas ações programáticas estruturantes junto às Micro e Pequenas Empresas (MPes) que atuam em todo o território nacional?

ENIO DUARTE PINTO – Com certeza, o Sebrae considera, em todo o seu planejamento e em toda a sua atuação, os parâmetros ESG. Muito mais do que simplesmente uma questão de politicamente correto ou de socialmente justo, é crítico para o pequeno negócio o economicamente viável. Sempre que se adota uma

prática sustentável nos empreendimentos de pequeno porte, além de reduzir custos, no momento em que se cria mais eficiência energética e hídrica, também se diminui os consumos de insumos. Ao reutilizar resíduos, além de se reduzir toda a estrutura de custos, também, do outro lado, mobiliza-se mais consumidores conscientes para o seu empreendimento. Começa-se a vender como um negócio “verde”, alinhado às boas práticas de mercado e isso atrai um consumidor mais preparado. Então, assim, a lucratividade tende a aumentar tanto pela redução de custos quanto pela ampliação de receita. Considerando os parâmetros ESG, há projetos concretos acontecendo. O Sebrae tem projetos bem alinhados com essa prática, como o Sebrae TEC, em que se subsidia consultorias de inovação tecnológica e todo esse pacote de sustentabilidade; o projeto Inova Amazônia, um edital, de aceleração para *startups* da floresta; e o Sebrae de Sustentabilidade, que traz todo o conteúdo ligado a essa temática e alimenta o sistema Sebrae como um todo, operando em Cuiabá, no Mato Grosso. Sendo assim, o Sebrae não fica só no discurso.

A pandemia da covid-19 acelerou um cenário que o Sebrae tem continuamente debatido nos últimos anos: para sobreviver, os Microempreendedores Individuais (MEIs) e

as MPEs, além de necessitarem de crédito, têm de adotar práticas de competitividade e de sustentabilidade. As práticas incluem conhecimentos e regras de transparência com fornecedores e consumidores, reciclagem de produtos e reaproveitamento de insumos, comercialização com foco nas experiências dos clientes, apoio à comunidade e à sustentabilidade local. Na sua opinião, as ações de capacitação e consultoria e os sistemas de suporte e de orientação adotados pelo Sebrae no atendimento aos MEIs e às MPEs estão adequados à realidade da velocidade, da intensidade e da complexidade das transformações que estamos vivendo atualmente?

ENIO DUARTE PINTO – Seguramente, não só o Sebrae foi capitalizado e acelerado pelo processo de quarentena. Os nossos clientes também aceleraram a adoção de boas práticas. Com a razão de ser do Sebrae, que é atender aos clientes, toda a operação do serviço se catalisou. Viramos a chave e, com isso, houve uma transformação digital na operação. Saímos de uma presença analógica para uma presença híbrida e sólida, retomando, só agora, com a flexibilização das quarentenas e com a diversificação dos nossos canais, a diversificação do nosso portfólio para o mundo digital. Portanto, o Sebrae lançou mão de várias parcerias estratégicas, no sentido de buscar portfólios complementares e convergentes a nossa ação e que vão contribuir muito para esse momento do pequeno empreendedor.

Em junho de 2021, o governo sancionou o Novo Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador (Lei Complementar n.º 182,

de 1º de junho de 2021). O Marco guarda conformidade com o movimento ESG, apresenta medidas de estímulo à criação de empresas inovadoras e estabelece incentivos aos investimentos por meio do aprimoramento do ambiente de negócios no País. No seu entendimento, as novas regras criam um ambiente adequado para unir empreendedores com boas ideias e investidores interessados em apostar em inovação? O Novo Marco Legal melhorará os índices de competitividade e de inovação das empresas, aumentará o número de empreendimentos, promoverá a geração de renda e de emprego e ampliará a oferta de bens e serviços inovadores à sociedade brasileira?



Ao reutilizar resíduos, além de se reduzir toda a estrutura de custos, também, do outro lado, mobiliza-se mais consumidores conscientes para o seu empreendimento



ENIO DUARTE PINTO – Seguramente, o novo Marco Legal das *Startups* alavancará a economia como um todo. Focado nas *startups* – mas isso reverbera para o mercado na íntegra –, O Sebrae está completamente alinhado a essas iniciativas e tem, hoje, programas específicos de aceleração para *startups*, que contemplam mentoria, acesso aos investidores e aos mercados internacionais e até bolsas para empreendedores que estão alavancando *startups* vinculadas à

questão sustentável e que utilizam artigos da floresta para fazer negócios. Dessa forma, o Sebrae vem, inclusive, fortalecendo os nossos agentes locais de inovação, que são colaboradores indiretos e que têm uma atuação ativa e in loco nos empreendimentos, os personal innovators. Estamos quase dobrando o número de ALIs (Agentes Locais de Inovação), a fim de alavancarmos ainda mais negócios inovadores e disruptivos.



Em 2020, o Sebrae e a Caixa Econômica Federal (CEF) a sinaram um acordo para facilitar o acesso dos empreendedores ao financiamento de capital de giro: uma linha especial de R\$ 7,5 bilhões, disponibilizada pelo banco e garantida pelo Sebrae, por meio do Fundo de Aval para as Micro e Pequenas Empresas (Fampe), que potencializa o acesso dos pequenos negócios a uma linha de capital de giro. Essa parceria fortalece o papel do Sebrae como agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento das MPEs e reforça o princípio governança do ESG. Como funciona o acompanhamento empresarial assistido pelo Sebrae, que tem foco no crédito orientado (capacitação, consultoria, orientação financeira)?

ENIO DUARTE PINTO – O acompanhamento empresarial assistido, o crédito orientado, promovido pelo Sebrae, contempla, primeiramente, uma fase pré-credito, em que vamos até a empresa para ver a real necessidade de ela fazer esse endividamento. Muitas vezes, a empresa tem um descasamento de fluxos, ou seja, ela não tem contas a pagar alinhadas às contas a receber. Tem muita liquidez parada e presa em excesso de estoques. Então, orientamos sobre a real necessidade de crédito. Feito isso, ajudamos no cálculo da necessidade de capital de giro. A empresa, às vezes, pensa que vai precisar de uma quantia além, por isso, com esse cálculo, tentamos fazê-la se endividar o mínimo possível. Por fim, fazemos um cálculo da real capacidade de pagamento dessa empresa e qual o grau de endividamento que ela pode assumir. No pós-credito, durante o período de carência, é aplicado um diagnóstico empresarial. Assim, percebemos os pontos em que estão determinadas fragilidades do empre-

sário e montamos toda uma trilha de soluções para corrigir essas eventuais fragilidades, no sentido de que o proprietário não tenha nenhuma dificuldade em honrar com o compromisso dele. Em um terceiro momento, se o proprietário apresentar inadimplência, a gente faz uma visita à empresa, para ajudá-lo no processo de renegociação dessa dívida. Portanto, o lucro total, contemplando pré-credito, pós-credito e a eventual inadimplência, assegura que o empreendedor venha a ter menos problemas de inadimplência.



Quando você resolve um problema da comunidade, como um todo, a possibilidade de sucesso econômico é maior



Pesquisa realizada pela Diretoria de Estudos e Pesquisas da Asbraf revela que, no período compreendido de julho/2009 a agosto/2021, 562 categorias profissionais, dentre as quais se enquadram as microfranquias que desenvolvem atividades nos setores do comércio, serviços e indústria em todas as regiões do País, optaram pela legalização dos seus negócios, totalizando 12.751.946 formalizações. Recentemente, o Senado Federal aprovou o Projeto de Lei Complementar (PLP n.º 108/2021), que aumenta o limite de faturamento para o enquadramento MEI, passando de R\$ 81 mil para R\$ 130

mil. A proposta também autoriza o aumento de um para dois no número de empregados que o microempreendedor poderá contratar. Na sua opinião, os benefícios econômicos e sociais do PLP n.º 108/2021 contribuirão para a redução da informalidade no País?

ENIO DUARTE PINTO – A criação do MEI já foi uma contribuição para a diminuição da informalidade. Entendo que foi a experiência mais exitosa, nesse sentido, no Brasil. Poucas experiências no mundo tem o resultado que temos.

ESG




AMBIENTAL
ENVIRONMENT

Estratégia de mudança climática, Biodiversidade, Eficiência hídrica, Eficiência energética, Intensidade de carbono, Sistema de gestão ambiental.



SOCIAL
SOCIAL

Oportunidades iguais, Liberdade de associação, Saúde e segurança, Direitos humanos, Responsabilidade com clientela e produtos, Trabalho infantil.



GOVERNANÇA
GOVERNMENT

Ética empresarial, Conformidade, Independência da Diretoria (do Conselho), Compensação executiva, Democracia Acionária.

Afinal de contas, no conjunto de 19 milhões de CNPJs, no Brasil, 12 milhões são correspondentes às MEIs. Qualquer melhoria, flexibilização ou alargamento de teto e bandas são sempre bem-vindos para a operacionalização do meio. Com o atual teto de R\$ 81 mil, quando você tem um recorte mensal disso, a gente está falando em R\$ 6.750 de faturamento por mês. Isso, se o empreendedor estiver faturando no limite dos enquadramentos (R\$ 6.750). Não fica na forma de lucro no bolso desse empreendedor, então, mesmo se ele faturar no teto e tiver uma boa gestão financeira desse empreendimento, até a contratação de um único colaborador fica muito difícil, tanto que o percentual de MEIs que têm funcionários é muito pequeno. Com a ampliação do teto para R\$ 130 mil, a gente sai de R\$ 6 pra R\$ 10 mil, em um recorte mensal de

faturamento e fica muito mais viável para ter um ou até dois colaboradores recebendo um salário-mínimo.

O caminho do crescimento econômico como único fator gerador do desenvolvimento perdeu força e ganhou espaço a ideia ESG de promover a sustentabilidade do meio ambiente e do bem-estar social, de um determinado local ou região, a partir de uma governança em que a participação da sociedade civil em conjunto com os governos federal, estadual e municipal seria responsável por identificar o potencial produtivo da comunidade e criar condições melhores de vida. Qual a sua opinião sobre a retomada do crescimento socioeconômico por meio da estratégia *Agenda Local de Desenvolvimento Sustentável*?



COMO FUNCIONA O ACOMPANHAMENTO EMPRESARIAL ASSISTIDO PELO SEBRAE

Os donos de micro e pequenas empresas serão acompanhados ao longo de todas as fases da operação, através da oferta de capacitações e soluções adequadas às necessidades de cada empreendedor e ao estágio em que ele se encontra no processo do crédito. Isso possibilita uma melhor gestão dos recursos e conseqüentemente torna a MPE mais preparada para o mercado.



FASE 1 – PRÉ-EMPRÉSTIMO

O empresário entra na página do Sebrae e assiste ao vídeo tutorial e tem acesso a conteúdos de apoio para calcular a real necessidade de capital de giro e avaliar sua capacidade de pagamento das futuras prestações. Além disso, pode fazer cursos online específicos para aprender a organizar melhor a vida financeira da empresa. O Fale com o Sebrae está disponível para tirar dúvidas e fornecer orientação técnica on-line.



FASE 2 – EMPRESA QUE JÁ CONSEGUIU O CRÉDITO COM O FAMPE

Após obter o empréstimo, o empreendedor recebe um comunicado do Sebrae com informações e dicas importantes para manter a saúde da empresa. O cliente aprende a aplicar autodiagnóstico de gestão empresarial e identificar áreas da empresa que precisam de melhorias, como vendas, marketing, gestão de pessoas, entre outras. De acordo com o seu diagnóstico, o Sebrae oferece uma trilha personalizada de cursos.



FASE 3 - SINAIS DE INADIMPLÊNCIA

O Sebrae também tem solução para quem começar a ter dificuldade de honrar as parcelas. Trata-se de uma consultoria online de recuperação empresarial e renegociação de dívida.





ENIO DUARTE PINTO – O propósito do Sebrae está no sentido de transformar os pequenos negócios em protagonistas de um desenvolvimento sustentável no Brasil. Transformar pelo empreendedorismo, com atuação em desenvolvimento de cultura, de gestão e de melhoria de ambiente para a pequena empresa. Portanto, não faria sentido transformar o empreendedor em um protagonista que não focasse no desenvolvimento mais holístico, que não contemplasse os aspectos social, ambiental e econômico. Então, a proposta é fazer um desenvolvimento que considere os três eixos. Estimulamos um empreendedorismo sustentável, ou seja, uma atuação consciente do nosso cliente-empendedor, que escolhe minimizar os impactos da sua atividade produtiva no Planeta Terra para não

esgotar os recursos naturais. Em uma visão mais recortada para cada negócio, empresas existem para resolver problemas dos seus clientes, e, quando você resolve um problema da comunidade, como um todo, a possibilidade de sucesso econômico é maior.



Andrew Simek

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



**Núcleo de Estudos,
Pesquisas e Inteligência
da Asbraf**

Não conte com a sorte para proteger seu veículo.



Acredite: o impossível pode acontecer. **Conte com a Protege Auto** para proteger sua moto, carro de trabalho, dia a dia ou passeio contra incêndio, pane, furto, roubo, colisão e ainda desfrute de assistência 24h para ficar tranquilo sem ter que depender da sorte.



Fale conosco:
0800-730-0330 | (61) 99866-3029



PROTEÇÃO VEICULAR É **LEGAL**

Conheça nossa história, como funcionamos e
saiba porque você pode confiar em:

www.protecaoveicularelegal.com.br



 **AAAPV**
Agência de Autorregulamentação das Entidades de Autogestão de Planos de Proteção Contra Riscos Patrimoniais

 @AAAPVBRASIL



A POLÍTICA NACIONAL DE MODERNIZAÇÃO DO ESTADO

MODERNIZA BRASIL E O GOVTECH MATURITY INDEX



FOTO: FREEPIK

O QUE É EXATAMENTE “GOVTECH”?

Primeiramente, *GovTech* pode ser entendido como um conjunto de infraestruturas, soluções e atores que utilizam a inovação e a tecnologia para melhorar serviços e processos públicos, solucionando problemas complexos e gerando impacto na sociedade.

Segundo o relatório “As *Startups GovTech* e o futuro do governo no Brasil”, elaborado pelo BrazilLAB em parceria com o Banco de Desenvolvimento da América Latina – CAF:

o conceito de **GovTech (governo + tecnologia)** representa a aplicação eficiente de soluções tecnológicas inovadoras aos serviços de interesse público, como forma de impactar positivamente as políticas públicas e alcançar melhorias efetivas e de larga abrangência à vida dos cidadãos.

[...] A visão do que é *GovTech* deve ser feita de forma sistêmica, representando o ecossistema em que os governos colaboram com as *startups* e outros atores que usam **inteligência de dados, tecnologias digitais e metodologias inovadoras** para entregar produtos e serviços voltados para a solução de problemas públicos. (Grifo nosso)

Dessa forma, o termo *GovTech* pode ser entendido tanto como *startups* com o foco em resolver problemas públicos por meio de parcerias com o setor público, bem como um ecossistema, que envolve as *startups*, o poder público e a inovação, como pilares estruturais do sistema, mas, também, a academia (universidades e centros tecnológicos), os investidores, as empresas, os organismos de fomento e o Terceiro Setor.



A DIGITIZAÇÃO, A DIGITALIZAÇÃO E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A *digitização* é uma palavra que vem do termo *digitalization*, em inglês. Embora pareça ser relacionada com a palavra *digitalização*, ela não tem essa correlação¹.

Já o conceito de *digitalização* está relacionado com a passagem dos dados físicos para o meio digital. Ou seja, de forma prática, por exemplo, consiste em eliminar a pilha de papéis que estão aí na sua mesa e passar os dados contidos nesses documentos para o formato digital.

Dessa forma, nos últimos anos, o termo *digitização*, aparentemente escrito de forma errada, começou a ser usado pelas organizações pública e privadas. Normalmente, esse termo está envolvido em atividades de revisão de processos e de inovação de negócios. Embora pareça estar errado, ele existe, sim. No entanto, o termo ainda não está disponível na maioria dos dicionários de língua portuguesa.

Portanto, a *digitização* se refere ao processo de transformar o negócio – serviço público ou política pública – em digital, o que exige mudanças mais profundas, que envolvem desde o seu modelo de negócios até o seu fluxo de valor. Para isso, a organização, seja ela privada ou pública, lança mão de novos processos, sistemas, ferramentas e meios de colaboração. Sendo assim, implica em mudanças na forma de atuar, modificando os processos atuais e complicados, transformando-os em processos simples e mais inteligentes.

Grosso modo, na *digitização*, o serviço público ou a política pública já nasceu digital, na certidão de nascimento consta digital. Já na *digitalização*, o serviço público ou a política pública nasceu analógico e a administração pública quer torná-lo digital, na certidão de nascimento consta analógico. Assim, no cerne disso, está o argumento de que a *digitização* não pode ocorrer sem a *digitalização*.

Dessa forma, a *digitalização* é a conversão de analógico em digital, enquanto a *digitização* é o

uso de tecnologias digitais, dados e informações já digitalizados para impactar a forma como o trabalho é feito e isso transforma a forma como as empresas, os clientes e os cidadãos se envolvem e interagem nos novos fluxos (digital).

E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL?

Embora os gestores em geral muitas vezes usem *digitização* como um termo guarda-chuva para *transformação digital*, os termos são muito diferentes.

A *transformação digital* requer uma adoção muito mais ampla da tecnologia digital (seja *digitalização* ou *digitização*) e, além disso, devemos acrescentar a isso a mudança cultural: das estruturas, processos e pessoas.

Portanto, a *transformação digital* pode envolver *digitalização* e/ou *digitização*, mas vai além disso. Nesse processo, a empresa faz uso de ferramentas e metodologias de análises de dados tecnológicas – como o *Big Data*, o *Business Intelligence* (o famoso BI), o *People Analytics*, entre outros. Mas, primordialmente e conjuntamente, a transformação da gestão das estruturas, dos processos e das pessoas.

Desse modo, a *transformação digital* tem mais a ver com estruturas, processos e, em especial, pessoas do que com tecnologia digital. Exige mudanças organizacionais centradas no cliente/cidadão, apoiadas pela liderança e impulsionadas por desafios radicais à cultura, e o aproveitamento de tecnologias.

POR QUE DIFERENCIAR E ENTENDER OS TERMOS?

É importante diferenciar os termos antes de avançarmos e nos debruçarmos sob o atual nível de “Maturidade Digital em Governo” do Brasil, pois sabemos que muitos gestores, às vezes, consideram que a *transformação digital* é a *digitização* ou é a *digitalização*. Voltando um pouco mais até algum tempo atrás, chamavam de *informatização*.



E A VINCULAÇÃO DE TUDO ISSO COM O MODERNIZA BRASIL?

Inicialmente, cabe registrar que o Decreto Presidencial instituidor do Moderniza Brasil trouxe, no art. 3º, os Princípios e, no art. 4º, as Diretrizes, observando-se um paralelismo entre os oito Princípios e as oito Diretrizes da Política Nacional de Modernização do Estado.

Para maiores detalhes dos Princípios e das Diretrizes, novamente, registramos que, sobre a Política Nacional de Modernização do Estado – Moderniza Brasil, já fizemos um artigo na edição anterior da Revista.

Mas, o que queremos trazer de importante, nesse momento, é que, entre as oito Diretrizes do Moderniza Brasil, temos a seguinte: promover a transformação digital da gestão e dos serviços. E, como escopo dessa diretriz, de acordo com o Documento Referencial da Moderniza: promover as mudanças de infraestrutura digital, de processos e procedimentos, de forma a adequá-los às tendências de *digitalização* e *digitização*.

Além disso, a Política Nacional de Modernização do Estado – Moderniza Brasil se organiza por cinco eixos (figura 1), que contemplam, de forma agregada, os temas estratégicos e impulsionadores da modernização do Estado para os próximos anos, a saber:

Figura 1 – Eixos Temáticos do Moderniza Brasil

1. Ambiente de negócios próspero;
2. capacidades do Estado moderno;
3. evolução dos serviços públicos;
4. cooperação e articulação entre agentes públicos e privados; e
5. governo e sociedade digital.



Fonte: BRASIL, 2021.
Elaboração do autor.

Os eixos possuem entendimentos e efeitos complementares e que precisam ser impulsionados conjuntamente para avançar e fortalecer o campo de forma estruturada.

Portanto, o recorte, em cada eixo, visa a facilitar a organização das iniciativas e dos objetivos a serem alcançados, uma vez que, para alguns temas, não é possível estabelecer fronteiras definitivas entre os eixos, haja vista existir uma forte interrelação entre eles.



Mas o que queremos trazer de importante, nesse momento, é, que entre os cinco Eixos do Moderniza Brasil temos o Eixo 5, “Governo e Sociedade Digital”, o qual é entendido como a transformação digital do País, com atenção à governança de dados, à Internet das Coisas (IoT), à *digitalização* da economia, à *digitalização* e *digitização* de serviços, à integração das bases e à estrutura de conectividade.

Dessa maneira, por meio da Diretriz “promover a transformação digital da gestão e dos serviços” e o do Eixo 5, “Governo e Sociedade Digital”, o Moderniza Brasil visa a aumentar a eficiência do governo e melhorar o acesso e a qualidade da prestação de serviços; fornecer mais comunicações de governo para cidadão e de governo para empresa; aumentar a transparência e reduzir a corrupção; melhorar a governança e supervisão; e modernizar o Estado.

E OS AVANÇOS RECENTES DO GOVERNO BRASILEIRO?

A Transformação Digital dos serviços do governo brasileiro objetiva facilitar a vida dos cidadãos. A premissa é de que a relação do cidadão com o Estado deve ser simples e acessível de qualquer lugar, a qualquer hora, na palma da mão.

O *Gov.br* é um projeto de unificação de canais digitais do governo federal, que sintetiza o esforço da *Estratégia de Governo Digital*, Decreto n.º 10.332, de 28 de abril de 2020: um governo centrado no cidadão, integrado, inteligente, confiável, transparente, aberto e eficiente. Um total de 119 sites institucionais da administração federal, totalizando 183 URLs, foram migrados para o *Gov.br* de 2019 a maio de 2021.

O Portal *Gov.br* reúne, em um só lugar, serviços – alguns digitalizados e outros já nascendo digitalizados – para o cidadão e informações sobre a atuação das áreas do governo. Com o Portal *Gov.br*, a população passa a dispor de serviços e de informações de forma on-line, demandados no tempo e no local que melhor convierem,

além de assegurar uma experiência uniforme e acessível de relacionamento com o governo. Implantando definitivamente um ecossistema *GovTech* (governo + tecnologia).

Para tanto, a implementação do Portal *Gov.br* (ecossistema *GovTech*) demandou um trabalho prévio de mapeamento e de descrição de todos os serviços prestados por todos os órgãos da administração pública federal com o intuito de que fossem digitalizados e para que todos os novos serviços, já com a atual cultura, passassem a ser digitalizados. Paralelamente, o governo se esforçou para disponibilizar canais digitais que assegurassem o pleno acesso a esses serviços.

De 2019 a maio de 2021, foram digitalizados mais de 1.337 serviços. Ao todo, mais de 68% dos serviços podem ser solicitados pelo site. A meta é chegar ao final de 2022 com a disponibilização de canal digital para todos os serviços públicos que possam ser realizados a distância.

Por fim, a estimativa de economia com a transformação digital do governo é de R\$ 2 bilhões por ano, sendo aproximadamente R\$ 500 milhões para o governo e R\$ 1,5 bilhão para a população, que deixa de gastar com deslocamentos, filas e burocracia para consumir serviços tornados digitais – digitalizados e digitizados.

GOVTECH MATURITY INDEX (ÍNDICE DE MATURIDADE DIGITAL EM GOVERNO)

Os governos vêm usando tecnologia para modernizar o setor público há décadas. No Brasil, não foi diferente. Hoje, o País está entre os sete países do mundo com maior maturidade digital. A classificação consta do *GovTech Maturity Index 2020*, ranking, divulgado pelo Banco Mundial, que avalia a transformação digital do serviço público em 198 países. De acordo com o relatório, o Brasil é o mais digitalmente maduro das Américas, à frente dos Estados Unidos, Canadá e México, por exemplo. Além disso, o País é o único com mais de 100 milhões de habitantes dentre os dez mais bem colocados.

O Índice de Maturidade *GovTech* considerou quatro aspectos: 1) suporte aos principais sistemas de governo; 2) aprimoramento da prestação de serviços; 3) integração do engajamento do cidadão; e 4) incentivo às habilidades digitais das pessoas no setor público, ao regime legal e regulatório apropriado. Segundo o documento, o Brasil demonstrou avanços nas quatro áreas e superou a média dos chamados líderes em *GovTech* em todos os itens avaliados.

De acordo com a pesquisa, a inovação no serviço público, a Estratégia de Governo Digital e a Plataforma Gov.br foram determinantes para a classificação, que teve o desempenho considerado muito alto pelo Banco Mundial. Somente 43 nações obtiveram esse título.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Moderniza Brasil surge na esteira das ações que buscam tornar a administração pública mais efetiva. Além disso, aumentar a eficiência do governo e melhorar o acesso e a qualidade da prestação de serviços; fornecer mais comunicações de governo para cidadão e de governo para empresa; aumentar a transparência e reduzir a corrupção; melhorar a governança e a supervisão; e modernizar o Estado.

Atualmente, os pilares da modernização do Estado já contam com quatro programas em seu portfólio: TransformaGov, Modernização do Ambiente de Negócios, Brasil+Digital e Racionalização Legal e Patrimonial do Imobiliário da União². Sendo que o Brasil+Digital, que engloba a Estratégia de Governo Digital, e a Plataforma Gov.br foram determinantes para a classificação do Brasil *GovTech Maturity Index 2020*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



“O Moderniza Brasil surge na esteira das ações que buscam tornar a administração pública mais efetiva”

Esses programas abarcam quase 3 mil ações de modernização em mais de 80 órgãos da administração. Desse total, cerca de 1,4 mil já foram executadas ou estão em curso, enquanto outras já estão sendo preparadas, conforme relato no lançamento do Moderniza Brasil. Outro resultado importante é a Plataforma Gov.br, que hoje já dispõe de mais de 115 milhões de usuários. No início de 2019, os acessos eram feitos por cerca de 1,8 milhão de pessoas.

Além disso, o Brasil avança em soluções digitais de impacto massivo, como Auxílio Emergencial, Meu INSS, Seguro-desemprego e Seguro-desemprego do Empregado Doméstico, Carteiras Digitais de Trabalho e Nacional de Trânsito e o PIX.

Por fim, a completa implementação do Moderniza Brasil será um dos grandes desafios na administração pública, aos gestores públicos e a todos nós, cidadãos e usuários de serviços públicos.



Edivan do Socorro F. de Miranda

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



Everson Pinto da Silva

Mestre em Engenharia da Produção e diretor de transformação da Gestão da SEME da Presidência da República



A ADEQUAÇÃO À LGPD CONTRIBUI COM A MELHORIA DO SEU NEGÓCIO

Em 14 de agosto de 2018, foi publicada a Lei n.º 13.709, Lei Geral de Proteção de Dados, simplificada na sigla LGPD. Em setembro de 2020, após mais de 2 anos para que as empresas se preparassem, a LGPD inaugurou sua vigência para obrigações e suas sanções passaram a ser aplicadas apenas em agosto de 2021.

Foram 3 anos de preparação e, finalmente, estamos diante da vigência plena e, ainda, de muitas oportunidades de aprendizado, com um ambiente muito aberto para debates e melhoramentos, em especial, quanto à regulamentação pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

A LGPD foi publicada na esteira de uma discussão mundial quanto aos limites e às condições para uso e tratamento de dados pessoais e à formação de bancos de dados com os perfis econômicos, sociais, de consumo e de saúde de pessoas por todo o globo.

Afinal de contas, de quem são os dados que as empresas processam? Quais os limites para esse uso? Pessoas podem ser selecionadas, discriminadas, limitadas em direitos e em oportunidades

a partir da análise de seus dados? Pessoas podem ser influenciadas, direcionadas em suas opiniões conforme o interesse de grupos capazes de comprar tais direcionamentos?

As respostas que, a princípio, parecem simples, embalam debates pelo mundo todo há anos. A existência de legislações como a *General Data Protection Regulation* (GDPR), na União Europeia, e a LGPD, no Brasil, tem o condão de trazer respostas para todas essas questões e, mais que definir direitos, definem padrões mínimos de segurança e governança para o uso das informações.

Com aplicação ampla, a LGPD alcança todos aqueles que tratam dados pessoais. Ou seja, qualquer pessoa, física ou jurídica, de direito público ou privado, que receba, armazene, compartilhe ou elimine dados pessoais com o propósito diferente de uso particular, está sujeito às obrigações e às responsabilidades trazidas pela Lei.

Com fundamentos e princípios bem definidos, a Lei n.º 13.709/2018, ao longo do seu texto, apresenta coerência e integração com sua principal regra: respeito à privacidade. Não devemos pensar na LGPD como uma lei de restrições, pelo



FOTO: FREEPIK



“ Não devemos pensar na LGPD como uma lei de restrições, pelo contrário, ela estimula a livre concorrência, o desenvolvimento tecnológico e, também, os direitos dos consumidores ”

contrário, ela estimula a livre concorrência, o desenvolvimento tecnológico e, também, os direitos dos consumidores. Em contrapartida, exige que os dados sejam tratados com segurança e que o titular seja informado, a todo momento, quanto ao uso que será aplicado a seus dados.

É comum existir uma certa confusão, favorecendo o entendimento de que se trata de limitação ao desenvolvimento das organizações. Contudo, é exatamente o contrário.

Ao reconhecer a titularidade dos dados a quem, de fato, detém tal condição, a Lei convida a refletir quanto ao tratamento que oferecemos, em especial, quanto aos excessos em relação ao envio de e-mails, correspondências e ligações, mas também – e principalmente –, quanto à segurança com a qual tratamos essas informações.

Ao estabelecer condições para o tratamento, previstas nos artigos 7º e 11, a Lei suscita avaliar a motivação para o tratamento, justificando tais ações de forma a garantir que o tratamento seja adequado, limitado ao necessário e alinhado a um propósito específico.

Ao exigir que aquele que trata os dados publique suas intenções de uso em um aviso – ou po-

lítica, como comumente se tem tratado –, a LGPD orienta a reconhecer um vínculo de confiança com aqueles que confiam seus dados para um processamento, com um compromisso de limites e obrigações.

Em meio a todas essas necessidades e novas obrigações, um incômodo é saber que são “novas obrigações”, novas exigências, novos controles e, agora, novos cenários de risco para a organização, que pode comprometer imagem e financeiro. Diante disso, é natural que a LGPD seja observada como uma dificuldade ou mesmo como um problema.

Pensando assim, a LGPD trará consigo apenas obrigações sem retorno. Apenas novas despesas, novas dificuldades, novos riscos. Contudo, é possível ver o “copo meio cheio” – e eu vejo o copo completamente cheio de oportunidades.

Gosto de trabalhar a adequação à LGPD em quatro partes. Valendo-me do modelo BSC, vejo o processo todo: entregas estratégicas, com objetivos claros, bem definidos e controlados. O modelo funciona assim: “Conhecer”, “Controlar”, “Garantir” e, por fim, “Evidenciar”. Esses quatro pontos vou chamar de pilares.

E, logo no pilar “Conhecer”, já observo os primeiros sinais de contribuição da LGPD com a evolução do negócio. Uma vez que preciso ter transparência no processamento, ter alinhamento com bases legais e, assim, processar com segurança apenas aqueles dados que são necessários, é bastante difícil fazer isso sem revisar meus processos e minhas rotinas.

Nesse momento, devemos visitar nossas atividades, estabelecer vínculos em procedimentos, avaliar documentos e sistemas que são utilizados, checar acessos de usuários e pertinência para tais acessos. Toda essa atividade permitirá conhecer origem e destino da informação; estabelecer motivação para o uso de dados; e revisar documentos, coleta, guarda e descarte. Essa etapa é um excelente momento para redefinir o fluxo do seu trabalho, retirar o que não é necessário, identificar pontos

críticos e melhorar. Nos projetos em que trabalhei, 100% deles, na entrevista de levantamento, já era possível definir ações simples de melhoria do processo, que iam além da LGPD.

Quando perguntamos “por que se faz isso”, não é incomum não ter resposta ou ter respostas vazias como “sempre fiz assim”. Esse é o momento de melhorar!

Após essa etapa, perguntas como “quem é controlador do dado?”, “por que o tratamento é realizado?”, “onde os dados são armazenados?” e “quem acessa os dados?” estarão respondidas. Uma leitura rápida pelo gestor nesse documento já é suficiente para observar inconsistências, retrabalho, burocracia desnecessária e riscos para o negócio.

O segundo pilar é desdobramento do primeiro, com o complemento de controle para atendimento a requisitos mínimos de gestão que a LGPD exige e, assim como o primeiro, permite que a organização avance em seus controles.

Controlar requisições, denúncias, tempo de processamento e descarte de informações desnecessárias são alguns pontos que devem ser trabalhados nessa etapa. A LGPD define que os titulares de dados possuem direito de requisitar informações, pedir que os dados sejam alterados, solicitar cópia das informações e até, conforme o caso, exigir que seus dados sejam eliminados. Embora não sejam direitos absolutos, ou seja, não necessariamente podem ser atendidos em razão de outras leis, no mínimo, devemos ter condições de responder o que pode, o que não pode e justificar a decisão. Esse controle é fundamental, e definirá a qualidade do processo do controlador.

Saber “quando” e “porque” é o mínimo, mas saber “como” é demonstrar que se tem o controle da situação e da empresa, além de uma boa gestão do negócio. A LGPD também determina quando se encerra o uso de dados, não permitindo que se admita o uso por tempo indeterminado. Com essa medida, a Lei orienta quanto a dois controles necessários, quais sejam: por quanto tempo devo processar uma informação e como eu descarto essas informações. Em relação ao tempo para uso e guarda, tal medida auxilia empresas para a tomada de decisão que, muitas das vezes, encontra a melhor resposta em “vamos deixar isso no arquivo morto”. No que tange ao descarte, permite que as organizações se organizem para o “como vamos destruir as informações”. Ambas, quando bem trabalhadas em política interna e em gestão e controle, contribuem para a segurança da informação, para a redução do custo operacional com arquivos e locações e com a regularidade dos processos.





O terceiro pilar é direcionado para o ambiente de segurança, física e digital. Ao garantir que os dados estejam seguros, o controlador observará oportunidades de revisar contratos, definir responsabilidades, atualizar seus softwares e equipamentos, avaliar sua estrutura de portaria e controle de acesso, definindo critérios e controles para cada ambiente da organização.

Estamos diante de uma pauta, infelizmente, pouco explorada por gestores. Segurança da informação é a palavra do momento – e não é em razão da LGPD apenas, mas também da própria existência do negócio. Cada vez mais, as informações da organização estão em sistemas, computadores e nuvens. Revisar esses pontos, redefinir critérios e implantar tecnologia e rotina de proteção é o maior legado da LGPD para a organização.

O último pilar é aquele revisor que consolida todos os anteriores. A capacidade de demonstrar sua regularidade com a LGPD também é sua oportunidade de cuidar cotidianamente da sua organização. Ser ou estar conforme não é entregar um conjunto de documentos apenas: é ter ação.

O próprio texto da Lei fala em ações reiteradas, demonstradas. Ou seja, o que você tem feito pela privacidade e pela segurança? O que você tem feito pela segurança da sua empresa?

Talvez novamente estejamos com aquele pensamento do início. Mais burocracia, mais papel, mais trabalho. Mas não! O que se pretende é ver quais são suas medidas de controle, de acompanhamento, de gestão. Assim como controlamos

nosso estoque, nosso fluxo de caixa, nosso saldo bancário, devemos ter controle quanto à segurança da informação, aos planos de ação para melhoria, aos indicadores de treinamento de equipe e de tentativa de invasão.

Ao estabelecer seus controles e os acompanhar com registro, avaliação crítica e plano de melhoria contínua, você demonstrará sua conformidade com a LGPD, mas também demonstrará sua conformidade gerencial.

Ao estabelecer pontos de auditoria, de revisão do seu mapa de dados, de acompanhamento de execução de planos de ação, você entregará à sua empresa a regularidade dos processos e a oportunidade de melhorar em resultados.

A LGPD tem como objetivo a proteção dos direitos dos titulares de dados pessoais, mas quem são os titulares? São aqueles que confiam em nossas empresas, que depositam seus dados para que seja possível a prestação de um serviço, a venda de um produto, a construção de uma melhor experiência, o desenvolvimento de um mundo melhor em todos os sentidos. Seja qual for seu propósito com os dados, ao protegê-los, você estará protegendo sua organização e garantindo que ela prospere com controle e gestão de resultados.

Pense nisso!



João Paulo Gonçalves

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



CRED +

Você Conhece o CRED+?

Programa de Simplificação do Acesso a Produtos e Serviços Financeiros para os Pequenos Negócios (CRED+) facilita o acesso do microempreendedor individual e da micro e pequena empresa a diversas soluções financeiras que os ajudam a crescer.

Como funciona o CRED+?

O CRED+ apresenta o portfólio de produtos e serviços das instituições financeiras cadastradas no sistema que operam em seu município ou em localidades próximas. Assim, quando você, empreendedor(a), escolher uma opção específica, terá todas as informações sobre a linha de crédito, máquina de cartão ou solução financeira escolhida.

Como o empreendedor acessa a ferramenta?

Para facilitar o seu acesso ao portal do CRED+, siga o passo a passo a seguir:

1. Acesse o Portal do Empreendedor no seguinte endereço:

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>



EMPREENDEDORISMO E GESTÃO

COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS E COMPLEMENTARES NO MODELO DE FRANQUIA

O modelo de negócios de franquia é a relação sinérgica entre gestão e empreendedorismo. Nela, cada um tem o seu papel, e trabalhar de forma integrada é o segredo do sucesso para esse modelo de negócios.

O perfil empreendedor é o descortinar do novo, é exercitar a empatia com um exército de pessoas que vivem um problema e que buscam a sua solução. Em um país como o nosso, tão grande em extensão e com uma população tão diversa, não faltam problemas a serem resolvidos.

Oportunidades de negócio vão estar sempre vestidas em trajes de problemas. Uri Levine, cofundador do Waze e empreendedor em série, proferiu a célebre frase mundialmente conhecida: "apaixone-se pelo problema e não pela solução." Ser empreendedor é isso, é buscar a solução para o problema do consumidor, para suprir a sua necessidade ou o seu desejo de consumo. Não é só ganhar dinheiro que seduz o perfil empreendedor, é saber que sua criação vai ganhar o mundo em forma de negócio. E esse negócio se torna a materialização do seu sonho. Não é à toa que ter o próprio negócio é o segundo maior sonho do brasileiro, de acordo com o que mostrou a pesquisa GEM de 2020. (Ver Figura 1).





IDEIA

START UP!



ESTATISTICAS



**Figura 1 – “Ter o próprio negócio” é o 2º maior sonho do brasileiro**

1º Viajar pelo Brasil	63%
2º Ter o próprio negócio	59%
3º Comprar a casa própria	54%
4º Viajar para o exterior	54%



Fonte: dados da Pesquisa GEM 2020.

O problema é que esse cenário atraente e bem pintado guarda alguns perigos que não podemos ignorar. O estudo Sobrevivência das Empresas, publicado pelo Sebrae em junho 2021, mostrou que muitos negócios não conseguem sobreviver até o quinto ano de atividade. São vários os fatores que contribuem para essa taxa de insucesso. Na visão desses empresários, o principal motivo foi a pandemia da covid-19 (41%). Ela foi um fator imprevisível e atingiu todos os setores – alguns sobreviveram, outros não. A pesquisa apontou como causa mortis dos empreendimentos um conjunto de elementos que inclui o despreparo do empreendedor (faltou experiência, não se capacitou ou se empreendeu por necessidade), falta de planejamento suficiente ou, ainda, gestão do negócio deficitária.

É por isso que o empreendedor é uma figura tão admirável! Ele encontra a oportunidade no problema e cria uma solução (o que) desejável pelos seus consumidores. Mas, além de conceber a solução, é preciso entregá-la (como), gerando valor para o consumidor e para o negócio, que precisa ser sustentável. É aí que está o “pulo do gato”! Ter um olhar para o mercado e um olhar para a gestão. Essas características podem ser difíceis de se encontrar em um mesmo indivíduo e a solução que muitos encontram para essa complementarieda-

de de competências é se associar com alguém que tenha o que falta em você. Lembrou de um casamento? Ótimo! Uma sociedade é quase isso.

O gestor, na concepção clássica de Fayol, planeja, executa, monitora e corrige rotas e processos. Gestor é o tocador de obra. É quem faz o negócio produzir e entregar a solução que se encaixa na necessidade do cliente. É fácil perceber que ambos, tanto o empreendedor quanto o gestor, são essenciais para o bom desempenho e para o futuro do negócio.

Trabalhando há anos no Sebrae e lidando com empresários de diversos setores e origens, é muito comum encontrar um empreendedor se aventurando como gestor ou o contrário. Existem casos em que o mesmo indivíduo reúne as características dos dois perfis, mas a mais comum é a velha história de quem quer inovar, criar e gerir sem o preparo e o perfil adequados e acaba pecando na criação, se perdendo na construção do modelo de negócio e fazendo uma gestão sofrível, impedindo a consolidação do mesmo.

Para o segmento de franquias, o franqueador faz o papel do empreendedor. Mas e quanto ao franqueado? Se o franqueador cumprir seu papel de empreendedor, faz toda a diferença que o franqueado seja um bom gestor. Esse é seu maior desafio!

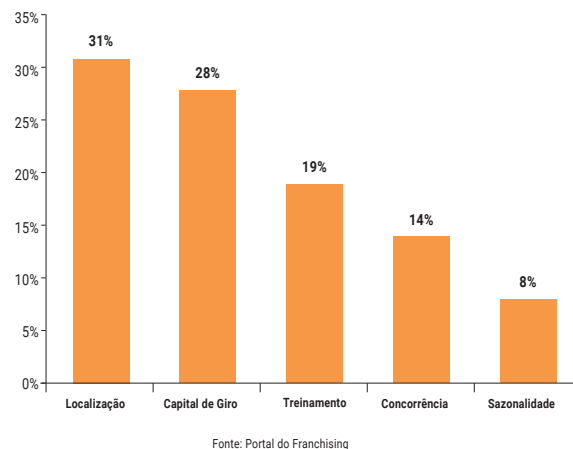
“Gestor é o toçador de obra. É quem faz o negócio produzir e entregar a solução que se encaixa na necessidade do cliente”

Enquanto a taxa de mortalidade dos pequenos negócios no Brasil, nos primeiros 5 anos, atinge 23%, segundo os estudos do Sebrae, entre os franqueados esse número é bem menor: 3%. Isso é o que afirma o Portal do Franchising e não é difícil entender o porquê. Franquias são modelos de negócios que já foram testados, a marca já é reconhecida pelos consumidores e os processos operacionais já estão bem definidos. Isso reduz consideravelmente os riscos dos investidores nesse modelo. Além disso, investimentos em publicidade, ferramentas gerenciais disponíveis e a assessoria do franqueado ajudam muito. Porém, o exercício da gestão pelo franqueado é decisivo para o sucesso do negócio.

O Portal do Franchising publicou a síntese dos cinco principais motivos para o fechamento da franquia. (Ver Gráfico 1).

É muito fácil perceber como esses fatores influenciam o desempenho do negócio. A localização, em geral, é definida pelo franqueado com o aval do franqueador, mas é a primeira decisão a ser tomada e está certamente relacionada a fatores gerenciais e não apenas de mercado. Custos, condições contratuais de locação ou aquisição, investimento no espaço físico, gerenciamento temporal dos custos de pré-funcionamento e por aí vai. Disponibilidade de capital de giro e sua correta aplicação, treinamento de equipe – todos esses fatores têm forte cunho gerencial e vão definir a sobrevivência do negócio e o retorno sobre o investimento.

Gráfico 1 – 5 principais motivos para o fechamento da franquia



É fácil concluir que o empreendedor, visionário e audacioso por natureza, figura uma imagem forte, resiliente e até heroica, sobretudo em um País em que o ambiente de negócios é tão desafiador. A “cabeça nas nuvens” o permite ter um olhar amplo e diferenciado da maioria das pessoas, todavia, essa mesma “cabeça nas nuvens” só se mantém erguida com a atitude “pés-no-chão” de um bom gestor. Engana-se quem pensa que simplesmente optando pelo modelo de franquia o negócio é 100% seguro. Isso é uma fantasia! O franqueador trilhou uma parte importante e desafiadora dessa jornada e por isso alcançou o sucesso em construir sua rede. O franqueador cumpriu o papel empreendedor no negócio, com o modelo e o produto inovador, na medida da necessidade do consumidor, mas o franqueado que ingressa no sonho do próprio negócio precisa ter sempre em mente que é a boa gestão que o manterá de pé, qualquer que seja a crise.



Antônio Valdir Oliveira Filho

Diretor superintendente do Sebrae/DF



Jorge Adriano Soares da Silva

Gerente de estratégia do Sebrae/DF

FOTO: FREEPIK



A NECESSIDADE DA REFORMA FISCAL SOB O PRISMA DA URGÊNCIA E RELEVÂNCIA X DENSIDADE POLÍTICA

O tema reforma tributária não é novo, mas, sim, recorrente. Sua origem é de difícil identificação e seu destino é de difícil previsão.

Não há dúvidas de que os principais problemas existentes no sistema tributário brasileiro foram delineados, todavia as dificuldades de se propor (e aprovar) uma reforma tributária ampla, que confira conformidade ao sistema, ainda se sobrepõem ao desejo e à necessidade de uma grande reformulação do modelo constitucional tributário.

O atual sistema tributário nacional é fruto de duas reformas: a primeira, que remonta aos idos de 1966 e resultou na criação do Código Tributário Nacional; a segunda, ocorrida em 1988, com a promulgação da Constituição Federal (CF/88). Essas duas reformas visaram, em linhas gerais, à luz de suas especificidades, a combater o déficit governamental, aumentando a arrecadação tributária.

Contudo, fenômenos internos e externos reclamaram a adoção de um novo modelo capaz de socorrer o sistema, não apenas sob o prisma puro

e simples da redução do déficit governamental, mas também – e principalmente – sob a lógica da simplificação e modernização, na busca da tão almejada redução da carga tributária.

Nesse contexto, o Congresso Nacional analisa três grandes propostas que prometem alterar substancialmente o sistema tributário: a PEC n.º 45, de 2019, que tramita na Câmara dos Deputados; a PEC n.º 110, de 2019, que tramita no Senado Federal; e a Emenda Substitutiva Global n.º 144, apelidada de SIMPLIFICA JÁ, apresentada na PEC n.º 110, de 2019.

A PEC n.º 45, de 2019, originada do economista Bernard Appy, propõe a unificação do PIS, da Cofins, do IPI, do ICMS e do ISS num único imposto, chamado Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), com alíquota única e igual para todos os setores. O IBS teria o valor formado pela soma das alíquotas federal, estaduais e municipais. Muito embora não permita a concessão de benefícios fiscais, autoriza o estabelecimento de um imposto seletivo, incidindo sobre bens e serviços cujo consumo se deseja desestimular.

A PEC n.º 110, de 2019, do economista Luiz Carlos Hauly, por sua vez, unifica, além dos 5 tributos tratados na PEC n.º 45, o IOF, o Pasep, o CIDE-Combustíveis e o Salário-Educação em um tributo único.

Por fim, tramitam, no Senado Federal, o Projeto de Lei n.º 2.337, de 2021, já aprovado na Câmara dos Deputados, que reformula "(...) a legislação do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza das pessoas físicas e das pessoas jurídicas e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)" (art. 1º); e, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei n.º 3.887, de 2020, que institui a Contribuição Social sobre Operações com Bens e Serviços (CBS), alterando a legislação tributária federal, dentre outros pontos, para unificar PIS e Cofins.

Em recente publicação, a Asbraf cuidou de abordar a discussão sobre a reforma tributária, apontando como viável a modulação pretendida com a Emenda n.º 144, apresentada na PEC n.º 110, de 2019, chamada de SIMPLIFICA JÁ, em especial, diante dos pontos trazidos na emenda. (Ver Quadro).

“Diante de tudo isso, dessa inegável paralisia do sistema, a pergunta que fica é: vamos aprimorar a tributação?”

Contudo, em que pese a multiplicidade de propostas, o fato é que todas elas buscaram padronizar as normas tributárias de modo a simplificar a vida dos contribuintes. Esse é o grande ponto comum a todas as proposições legislativas que tramitaram – e tramitam – nas últimas décadas.

Mesmo diante de tão importante ponto comum, – simplificar a vida dos contribuintes para reduzir a carga tributária – a insegurança gerada pelo sistema tributário brasileiro aumentou expressivamente ao longo dos anos, a ponto de se tornar o grande entrave para a captação de inves-



OS PRINCIPAIS PONTOS, TRAZIDOS NA EMENDA DO SIMPLIFICA JÁ, SÃO OS SEGUINTE:

- Unificação dos cadastros tributários municipais, estaduais e federal em um único cadastro de pessoas físicas e jurídicas, em nível nacional, com imediata redução dos quase 6.000 modelos de notas fiscais em apenas uma nota fiscal eletrônica nacional;
- eliminação de milhares de obrigações acessórias: existirá apenas o cadastro único nacional para a emissão das notas fiscais, cujos tributos serão calculados pelo sistema;
- unificação das 5.570 leis municipais do ISS em uma Lei Complementar Nacional do ISS, assim como das 27 leis estaduais de ICMS;
- unificação de PIS e COFINS em uma contribuição de valor agregado federal;
- modernização da legislação do IPI;
- desoneração da folha de pagamento; e
- tributação mais transparente (por fora), de tal modo que não haja impostos embutidos no preço.



timentos, sobretudo os internacionais, o que reflete negativamente no seguimento de franquias.

Contrariando a orientação do economista Ricardo Varsano (1996, p. 22), no sentido de que “o processo de evolução do sistema tributário ao longo de um século contém um grande número de ensinamentos que não convém apenas deixar guardados em gavetas de um arquivo histórico. Precisam estar vivos nas mentes dos que, por ofício ou circunstância, dedicam-se ao aprimoramento da tributação”, os ensinamentos relacionados ao aprimoramento da tributação foram lançados no vazio das gavetas de um arquivo histórico e lá permanecem. Esse descaso ocasionou o colapso do sistema, afastou o investidor e revelou ser praticamente impossível o cumprimento de todas as normas tributárias para todo e qualquer tipo de atividade.

Diante de tudo isso, dessa inegável paralisia do sistema, a pergunta que fica é: vamos aprimorar a tributação? A resposta, obviamente, é: sim, vamos aprimorar a tributação, reduzir a carga tributária e simplificar a vida do cidadão. Porém, a incerteza do momento revela a baixa densidade para aprovação do tema, por mais urgente e relevante que seja.

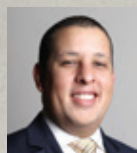
Os movimentos do Congresso Nacional estampam a inexorável verdade do momento: o governo não possui o combustível necessário para fazer a travessia das águas turvas e inseguras do sistema tributário vigente para as águas cristalinas, calmas e previsíveis de um novo modelo, qualquer que seja a proposta aprovada pelo Parlamento.

Ainda que pareça desanimador e que não haja o combustível necessário para o governo federal acelerar a aprovação de um novo modelo, o Parlamento poderá protagonizar a maior e mais adequada mudança do sistema tributário. Como disse, todas as propostas estão pautadas na simplificação e certamente funcionarão como alavanca para um ambiente mais competitivo e confiável, sobretudo para o pequeno e o médio franqueado, diante da descompressão trazida pelo novo sistema.

Portanto, seja a PEC n.º 45, seja a PEC n.º 110, seja a Emenda n.º 144, seja a simples reformulação do Imposto de Renda ou a criação da CBS (unificação de PIS e Cofins), não há como aguardar mais 5, 10, 20 ou 30 anos para reformulação do sistema constitucional tributário – a reforma precisa acontecer já.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Victor Teixeira Nepomuceno

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












Você já parou para pensar o que acontecerá com seu paciente se ele tiver uma **complicação** durante a **cirurgia ou no pós-cirúrgico**?

De 4% a 10% dessas cirurgias poderão ter algum tipo de intercorrência, independentemente do tipo de cirurgia e das condições clínicas do paciente, e adicionarão significativo custo para o paciente ou para o médico. Alguém tem que pagar por isso. **Mas quem?**

CONHEÇA O CIRURGIA SEGURA

Uma proteção financeira para atender despesas de até **R\$ 150.000,00** com **intercorrências cirúrgicas e eventuais complicações** (perioperatórias/pós-operatórias) experimentadas pelo paciente, das quais decorram necessidades de novos procedimentos ou novas condutas terapêuticas.

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:

-  Excelente relação custo-benefício, inclusive para pacientes com plano de saúde
-  Pagamento flexível (paciente, médico, hospital)
-  Sem custo e livre de mensalidades para o médico
-  Pagamento único e pode ser parcelado!
-  Até R\$ 150.000 de proteção
-  Abrangência de 60 dias (até 365 para tratamento)
-  Proteção contra infecções
-  Hospitais regionais referenciados
-  Reembolso rápido. Atendimento 24h/7 via 0800

Fale com um de nossos representantes e veja como o Cirurgia Segura pode ajudar a proteger o seu paciente e o seu trabalho!

Cirurgia Segura: segurança e tranquilidade para pacientes, médicos e hospitais

www.cirurgiasegura.com

Central de Atendimento 24h: **0800 61 3333**

  [cirurgiaseguraoficial](#)

Hospital IPO Inaugura Centro de Coleta e Pesquisa com Células-tronco em Curitiba.

Em parceria com Anadem e R-Crio, o Hospital IPO - Instituto Paranaense de Otorrinolaringologia - inaugurou em setembro o **primeiro centro de coleta de células-tronco mesenquimais de Curitiba, no Paraná.**

A iniciativa busca fomentar pesquisas, educação e a realização das chamadas Terapias Celulares Avançadas no Brasil e, principalmente, no Hospital IPO, por meio de seu corpo clínico.

Multiplicando possibilidades

Células-tronco são células sem especialidade definida que, com o incentivo correto, podem se transformar em outras células do organismo, como células de órgãos, ossos, pele, cartilagem, neurônios, músculos, entre muitos outros tipos.

Por esse motivo, médicos e dentistas já enxergam o armazenamento de células-tronco como possibilidade dos pacientes guardarem suas próprias "peças de reposição", utilizando as células congeladas - e com suas idades biológicas paralisadas - em tratamentos regenerativos por toda a vida.

Oportunidade e Visão

Profissionais e instituições de saúde, como o IPO, já enxergam a medicina regenerativa como parte de uma nova era da prática médica. Em 2020 e 2021, a ANVISA passou a registrar produtos de terapias avançadas no Brasil. Esses produtos, compreendidos como produtos de Terapia Celular, Terapia Gênica e Engenharia Tecidual, prometem revolucionar a medicina, uma vez que oferecem abordagens inovadoras para tratamentos de doenças que ainda não possuem cura.

“ Vincular procedimentos e novas técnicas é a chave para desenvolver melhores tratamentos e tornar possível a redução, cada vez mais rápida e simples, da agressividade de determinados quadros clínicos. **Estamos muito felizes e orgulhosos por esse pioneirismo.** Dessa relação, vamos poder pensar em novos produtos, novas operações e obter novos conhecimentos”

João Luiz Garcia de Faria, Diretor do Hospital IPO

Descubra o tesouro inexplorado dentro do seu próprio corpo!

Faça sua coleta com os profissionais do **Hospital IPO**

Instituto Paranaense de Otorrinolaringologia
Av. Rep. Argentina, 2069 - Água Verde, Curitiba - PR, 80620-010

ATENDIMENTO HOSPITAL IPO

41 99112-7878
Telefone e WhatsApp

ANADEM
SOCIEDADE PARANAENSE DE OTO-RINO-LARINGOLOGIA E NEURO-OTOLOGIA

www.anadem.org.br

R.Crio
células-tronco

www.r-crio.com

HOSPITAL IPO
OTORRINOLARINGOLOGIA
CITOPATOLOGIA

www.hospitalipo.com



APÓS 15 ANOS, MPES TERÃO POLÍTICA NACIONAL:

PROPOSTA DE DECRETO PARA O SETOR CONTOU COM PARTICIPAÇÃO DA ASBRAF

A pesar de ainda vivermos um cenário bastante complexo na economia brasileira, com reflexos da pandemia da covid-19 ainda presentes no nosso dia a dia e com incertezas sobre a retomada da produção e do consumo, o setor das micro e pequenas empresas (MPes) tem uma vitória importante para comemorar em 2021. No mês em que comemora o Dia Nacional das MPes, em 5 de outubro, o Fórum Permanente da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (FPMPE), órgão consultivo do Ministério da Economia (ME), entregou a proposta de decreto que institui a Política Nacional de Apoio e Desenvolvimento das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PNADEMPE), após 15 anos de espera.

Autorizado pela Lei n.º 9.841, de 5 de outubro de 1999, conhecida como Estatuto das MPes, o

Fórum Permanente das MPes é o espaço de interlocução entre o governo federal, as instituições nacionais de apoio e representatividade das MPes e os fóruns regionais das 27 unidades da federação. Instituído em 2000, o Fórum conta hoje com mais de 40 entidades integrantes, as quais defendem e debatem as políticas públicas voltadas aos pequenos negócios no País.

Desde 2006, com a sanção da Lei Geral das MPes (Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006), o FPMPE também passou a contar com a missão de orientar e assessorar a formulação e a coordenação da política nacional de desenvolvimento das microempresas e empresas de pequeno porte, bem como acompanhar e avaliar a sua implantação. Apesar dos diversos esforços e discussões ao longo dos anos, somente em 2021 as organizações das MPes



FOTO: FREEPIK

conseguiram chegar a um texto de consenso, o qual está em estágio avançado de tramitação no ME. (Ver Figura 1).

Recentemente, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) publicou, em versão preliminar, o artigo que detalhou o processo de elaboração da proposta da PNADEMPE, bem como as premissas e justificativas que nortearam o trabalho no âmbito do FPMPE. A proposta, que ora está sendo analisada pelo ME, contou com a participação ativa de pelo menos 26 entidades públicas e privadas, por meio de reuniões, documentos e debates ao longo dos últimos meses.

Entre as entidades que contribuíram com esse processo está a Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), que representa os empreendimentos que operam no sistema de *franchising* brasileiro, setor com números expressivos. Para termos uma ideia, os 2.668 franqueados brasileiros registraram, no ano de 2020, o significativo faturamento de R\$ 167,1 bilhões, por meio de 156,7 mil unidades em operação no País, as quais geram cerca de 1,3 milhão de empregos. Esses são apenas alguns dos milhões de brasileiros que se beneficiarão de uma Política Nacional voltada aos pequenos negócios, uma vez que os franqueados, em grande parte, são pequenos ou operam em parceria com pequenas empresas.

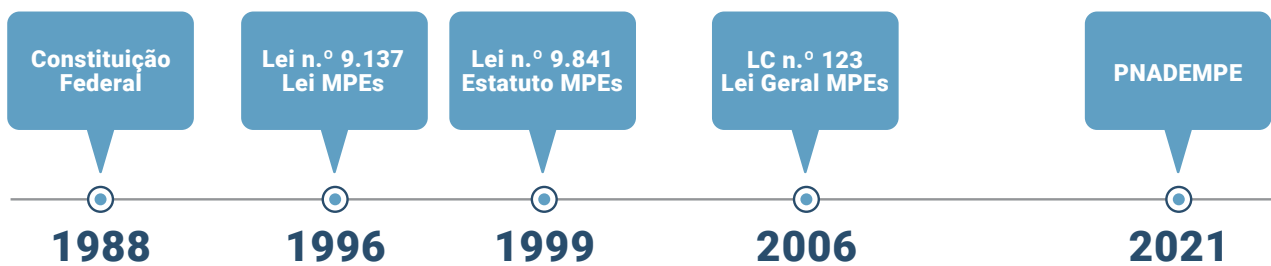
Para entendermos a importância da PNADEMPE para os pequenos negócios, é preciso detalharmos um pouco suas características.

Primeiramente, como motivação, a Política teve basicamente três objetivos: (a) produzir uma base conceitual para o debate público em torno do tema das MPEs; (b) estabelecer um norte que permita integrar e coordenar as ações voltadas às MPEs, em todas as esferas da administração pública, em uma única direção; e (c) prover um referencial que possibilite uma avaliação contínua e robusta da efetividade dessas ações.

Em relação à base conceitual, a proposta construída no FPMPE aproveitou toda a bagagem teórica e prática das entidades participantes do Fórum, bem como o histórico de políticas públicas e normativos que dão suporte ao setor das pequenas empresas. Conceitos como produtividade, informalidade, semiformalidade, trabalho decente e inovação foram claramente definidos na proposta de regulamentação da Política.

O estabelecimento de um norte para integrar e coordenar as diversas ações públicas e privadas em prol das MPEs foi materializado no artigo 1º da proposta de decreto, que traz as finalidades da PNADEMPE: (I) orientar e harmonizar os programas, projetos, ações e iniciativas em todas as esferas da administração pública direta e indireta, dos serviços sociais autônomos, de entidades paraestatais e privadas que impactem no ambiente das microempresas e das empresas de pequeno porte; e (II) promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, por meio da estruturação de eixos es-

Figura 1 – Linha de tempo dos marcos legais voltados ao setor das MPEs



Fonte: Ipea, 2021.



tratégicos, da articulação e do incentivo ao empreendedorismo como elemento mobilizador da economia e desenvolvimento do País.

Essas finalidades também foram reforçadas por meio dos princípios, diretrizes e objetivos da Política Nacional, expressos no capítulo II da proposta de decreto. Também foram propostos sete eixos de implementação política, detalhados no capítulo III da proposta, com o objetivo de organizar as ações, debates e atualizações necessárias à política. Foram eles: (I) desburocratização, simplificação, padronização e tratamento diferenciado; (II) mercados local, regional, nacional e internacional e compras públicas; (III) – tecnologia e inovação; (IV) investimento, financiamento e crédito; (V) sustentabilidade, recuperação e falência; (VI) formação e capacitação empreendedora e educação financeira; e (VII) empreendedorismo individual.

Finalmente, em relação ao referencial de avaliação contínua e robusta das ações em prol das MPEs, coube papel importante ao FPMPE, como instância de discussão, avaliação e promoção de iniciativas voltadas aos pequenos negócios. Assim, coube ao Fórum, conforme já determinado na LCP n.º 123/2006, o papel de elaborar e publicar anualmente o plano de trabalho da PNADEMPE, bem como zelar para que a Política não fique apenas no plano das ideias, mas que as ações e as boas práticas do setor sejam co-

nhecidas e replicadas Brasil à fora. O resultado de todo esse trabalho será medido por meio de indicadores e metas da política, que serão elaborados pelo FPMPE, com auxílio de suas entidades integrantes.

Toda essa estrutura de trabalho está descrita em detalhes na proposta que foi entregue ao ME, a qual aguardamos ansiosos que seja transformada em decreto presidencial, representando mais uma grande vitória dos guerreiros e das guerreiras que lutam diariamente por um ambiente de negócios e um arcabouço de políticas públicas que apoiem e fortaleçam esse importante setor da nossa economia, chamados de pequenos, mas que, juntos, representam 98% das empresas do País, 52% dos empregos gerados no Brasil e 40% da massa salarial, de acordo com números do Sebrae.

É para esses milhões de brasileiros e brasileiras que a Política Nacional foi desenhada, porém os benefícios dela serão sentidos por toda a sociedade brasileira. Essa é a esperança que a PNADEMPE traz em um momento de tantas incertezas!

Leonardo Meira Reis



Cientista político, representante da OCB e coordenador privado do Comitê Temático da Política Nacional do Fórum Permanente das MPEs no ME



AS MEGATENDÊNCIAS E O COMPORTAMENTO DOS CLIENTES: O PODER MUDOU DE MÃOS

A inteligência e a conectividade das tecnologias estão mudando a forma como vivemos e como as empresas fazem negócio.

O SUCESSO DO CLIENTE E A MUDANÇA DO CONTROLE IMPOSTA PELA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL 5.0

Fazendo uma viagem pela história, lembramos da Primeira Revolução Industrial, quando o vapor tornou possível a produção mecânica. A primeira máquina a vapor foi construída em 1784. Posteriormente, a Segunda Revolução Industrial, quando a energia elétrica tornou possível criar a produção em série. Na Terceira Revolução Industrial, o computador permitiu a automação da manufatura e tornou automáticos muitos movimentos repetitivos. Já na Quarta Revolução Industrial, a Internet das Coisas (IoT) tornou possível que a manufatura fosse conectada em rede.

E, agora, a transformação digital e, com ela, soluções digitais estão entrando no mercado. Inteligência artificial e Big Data. Ouso dizer que estamos saindo da era da informação e entrando na era da conexão e da reflexão sobre os dados.

O poder na era digital mudou de mãos. O principal impacto foi o empoderamento do cliente. A

era digital trouxe uma inversão do controle dominante que migra da indústria para o cliente. O acesso ao digital permitiu a elevação das expectativas em relação a serviços e experiências.

Em um mundo de incertezas, as marcas líderes da atualidade criam soluções não apenas para acionistas, mas para clientes, para colaboradores e para a sociedade. Soluções que impulsionam mudanças objetivas para todos.

"Há uma luz no final do túnel, esperamos que não seja o farol de outro trem vindo em nossa direção." E 2021 está sendo um ano de grande transição. Os consumidores estão recuperando a confiança e, com isso, retornam às compras.

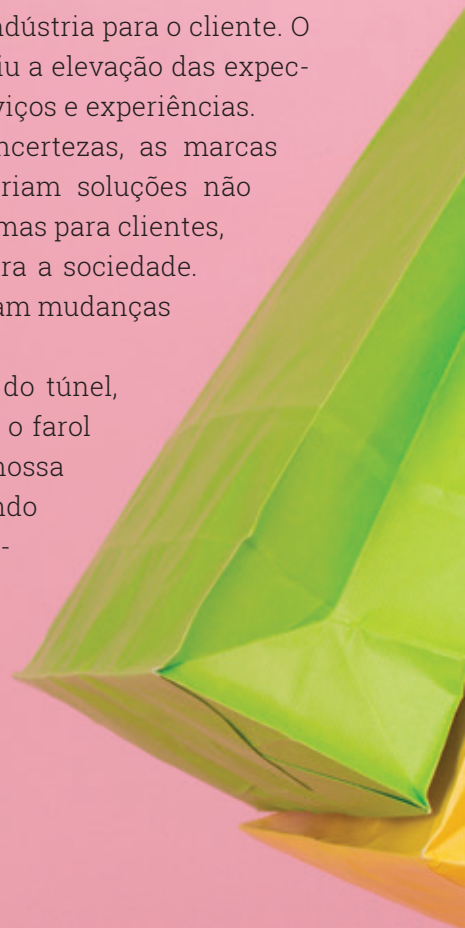




FOTO: FREEPIK



O QUE PODEMOS ESPERAR DOS NEGÓCIOS E DO TURISMO?

As viagens de lazer são movidas pelo desejo humano de explorar e desfrutar e isso não mudou. Na verdade, uma das primeiras coisas que as pessoas fazem, à medida que ficam mais prósperas, é viajar. Primeiramente, para perto de casa e, depois, para mais longe. Não há razão para acreditar que o aumento da prosperidade global encolherá ou que a curiosidade humana diminuirá. Contudo, o uso efetivo da tecnologia durante a pandemia e as restrições econômicas que muitas empresas enfrentarão por anos depois dela podem prenunciar o início de uma mudança estrutural de longo prazo nas viagens de negócios.

Vamos refletir, então, sobre alguns dados cedidos por Diego Carvalho, vice-presidente da Nurenberg Brasil, em sua conferência no Bourbon de Foz de Iguaçu, agora em setembro, na convenção nacional da Associação Brasileira de Hospitais Veterinários.



61%

dos consumidores demandam por mais transparência

Grandes corporações têm abusado da confiança do cliente por muito tempo. Temos visto muitos escândalos dentro de várias indústrias, de alimentos a de automóveis. Essa é a razão pela qual os clientes de hoje exigem transparência na cadeia de fornecimento, nos ingredientes, nos processos.



91%

dos consumidores aceleraram as compras on-line em busca de melhores experiências de entrega em domicílio

Os clientes estão procurando uma experiência que os encontre onde eles estiverem, quando for conveniente. A inteligência artificial e o serviço robusto ao cliente conduzirão a carga em todas as plataformas.

Comparam de casa, buscam na loja. Pesquisam numa das lojas da franquia e compram pela internet. Compram no shopping e recebem em casa.



89%

dos consumidores buscam um elemento "humano" maior em suas interações

As reuniões virtuais aumentaram em decorrência da ausência de reuniões presenciais, e têm acarretado em um maior número de pessoas ansiosas por conversas em tempo real e presenciais.



65%

dos clientes B2B reclamam que suas experiências de compra não se equiparam com as que têm na Amazon ou em sites similares

Os Clientes B2B continuarão a ter cada vez mais influência junto aos fornecedores de tecnologia, desde a verificação de revisões autênticas até a gestão do ciclo de vendas em sua linha de tempo, assim como se beneficiando dos preços de compra em grupo.



69%

dos consumidores não estão dispostos a trocar suas informações pessoais por serviços



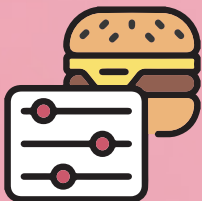
Os clientes vão exigir mais anonimato. Dadas as contínuas violações de dados combinadas com a recente politização das pegadas eletrônicas e de mídia social dos cidadãos privados, uma nova tendência surgirá, pois as garantias de segurança não serão mais suficientes. Vale atenção redobrada para a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Maior consciência social e ecológica nas compras é uma tendência comportamental a ser observada em 2021.



78%

dos consumidores da geração dos millennials preferem mais gastar dinheiro com experiências do que com produtos



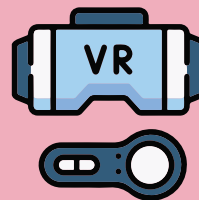
90%

dos consumidores consideram que a personalização de serviço ou produto influencia na compra



93%

dos consumidores possuem foco em produtos verdes



63%

dos consumidores de varejo esperam que a tecnologia de realidade virtual impacte sua experiência de compra no futuro



92%

dos consumidores acreditam em propaganda boca a boca



70%

acreditam em reviews na internet, enquanto



47%

apenas acreditam em propagandas pagas tradicionais



FOTO: FREEPIK

Descobrir necessidades não atendidas significa pensar em como a franquia faz seus clientes mais felizes e leais. Identificar o que eles precisam, seja no trabalho, em momentos de lazer ou em casa, e oferecer uma experiência incrível para eles, é fundamental.

Uma verdadeira cultura de inovação de experiências pede que sua franquia alinhe sua promessa de marca e as experiências que você oferece, mudando não apenas o que você diz, mas como você se comporta em toda sua organização.

TRILHE O CAMINHO CERTO INVESTINDO DE MANEIRA DIFERENTE

Tornar-se *Business of Experience* não é investir mais, contudo, trata-se de investir de forma diferente.

Reconectar dados, tecnologia e pessoas para permitir agilidade que revela continuamente eficiências que podem ser usadas em novas oportu-

nidades de desempenho e crescimento. Isso possibilita que eles melhorem as experiências e deem aos clientes exatamente o que eles desejam sem negociar rentabilidade e sustentabilidade.

A maneira mais econômica de administrar um negócio, hoje, é garantir que seus clientes sejam felizes e bem-sucedidos e isso exige o sucesso do cliente. O sucesso do cliente não é apenas uma nova palavra para suporte, mas para o atendimento proativo, o acompanhamento da jornada e as métricas de experiência.

MAS EXISTE O “PULO DO GATO”?

Os clientes buscam qualidade, preço, velocidade, disponibilidade e, cada vez mais, diferenciação. O tal “bom, bonito e barato.” Não diria barato, mas o preço justo. “Isso só é possível quando a franquia conta com gestão baseada em valor e resultado: estratégia inteligente, economia de escala e eficiência operacional.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



André Chiga

Médico, cardiologista, presidente da Sociedade Brasileira de Médicos Executivos - SOBAMEX.

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.



“10 ANOS EM 2”:

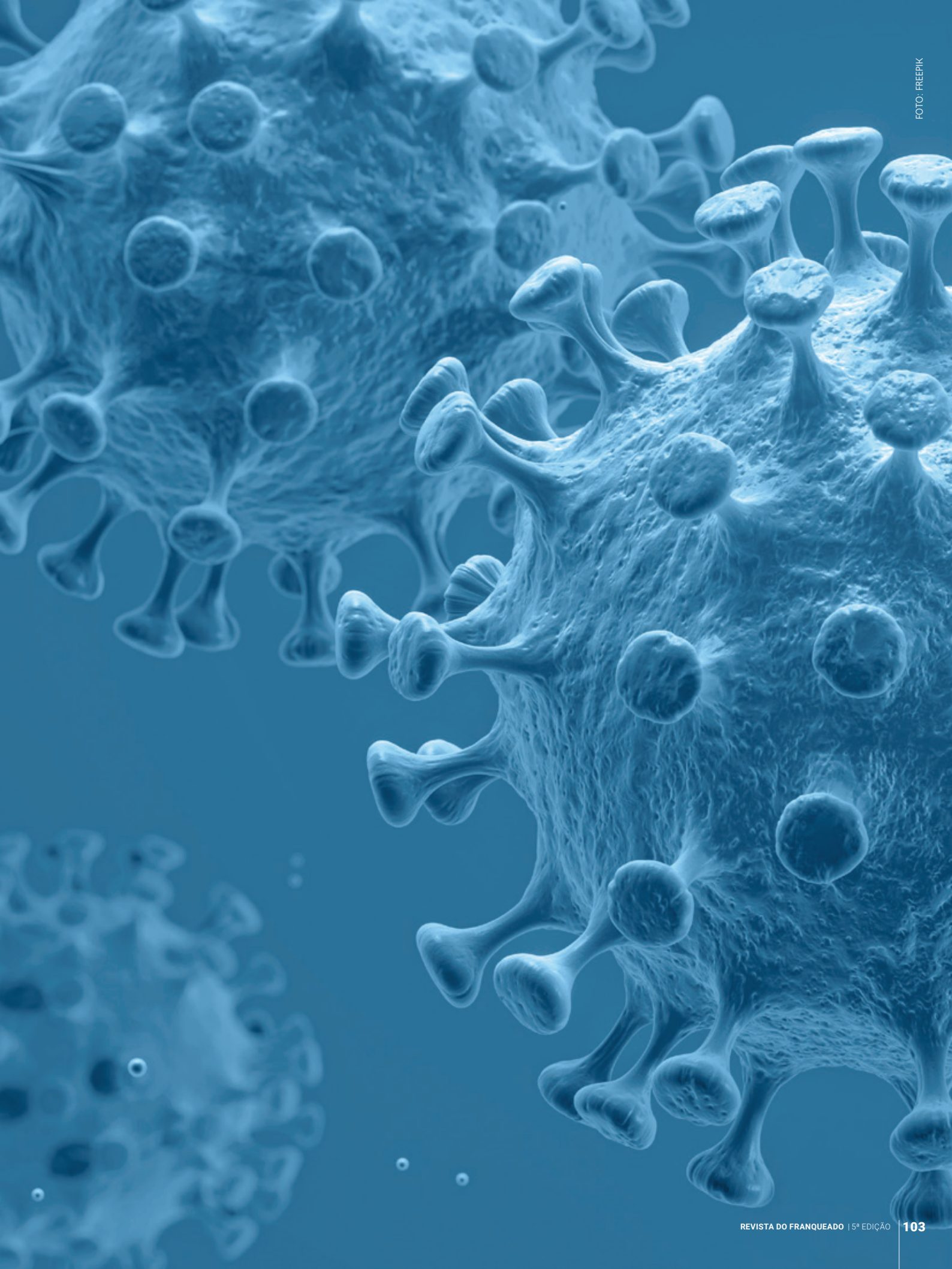
IMPACTOS DA COVID-19 NO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO E SEUS EFEITOS COLATERAIS

A famosa citação “50 anos em 5”, do ex-presidente Juscelino Kubitschek, pode ser facilmente adaptada para o cenário mundial atual. Por conta da pandemia da covid-19, o mundo viu-se obrigado a evoluir “10 anos em 2”. Mas, como dois anos de pandemia estão mudando o mercado de distribuição de seguros na visão da Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados)?

A convite da Asbraf, Mario Pereira, consultor de empresas que atua há mais de 25 anos no segmento de seguros, e o Dr. Raul Canal, presidente da Asbraf, abordaram o papel fundamental do modelo de distribuição por franquias de seguros no mundo pós-covid-19, discutindo a influência de temas como *Open Insurance*; *Open Bank*; *Sandbox* – Superintendência de Seguros Privados (Susep); Sociedades Iniciadoras de Serviço de Seguros (SISS), *Insurtechs* e LGPD no mercado tradicional de distribuição de seguros via corretor e o papel fundamental das franquias nesse novo cenário.

O mundo pós-covid-19 será digital, e um dos últimos segmentos econômicos que ainda não tinham sido acelerados era o de seguros. Porém, isso não é mais uma máxima: desde o final de 2018 até agora, o número de *insurtechs* mais que dobrou, sendo que já temos atualmente 127 empresas inovadoras, conforme o Mapa das *Insurtechs*, produzido pela Digital Insurance LatAm, com publicação parcial divulgada pelo Hugues Bertin, CEO da *Digital Insurance LatAm* no LinkedIn.¹

Dessa forma, entendemos que o movimento iniciado pelo CNSP (Conselho Nacional de Seguros Privados) e pela Susep, desde 2017, por meio da Resolução n.º 359, de 20 de dezembro de 2017, que modificou o texto do art. 4º da Resolução CNSP n.º 294, de 06 de setembro de 2013, permitiu às seguradoras emitirem, de forma digital, as apólices e os certificados individuais, bem como as seguintes iniciativas por eles capitaneadas:





- ▶ Permissão de seguros sob demanda ou intermitentes (Circular SUSEP n.º 592, de 26 de agosto de 2019);
- ▶ permissão para que entidades de previdência complementar e operadoras de planos de saúde contratem resseguro (Resolução CNSP n.º 380, de 04 de março de 2020), que se encontra *sub judice* – objeto de uma ação direta de inconstitucionalidade no STF promovida pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg);
- ▶ autorização para que *insurtechs* atuem temporariamente em ambiente regulatório simplificado, o chamado *sandbox* regulatório (Resolução CNSP n.º 381, de 04 de março de 2020);
- ▶ desenvolvimento de regras e de princípios de ética e de transparência aplicáveis aos intermediários (Resolução CNSP n.º 382, de 04 de março de 2020);
- ▶ desenvolvimento do Sistema Eletrônico de Registro de Operações (SRO) (Resolução CNSP n.º 383, de 20 de março de 2020);
- ▶ desenvolvimento de quatro segmentos de entidades supervisionadas, com a redução dos encargos regulatórios para empresas de menor porte (Resolução CNSP n.º 388, de 08 de setembro de 2020);
- ▶ criação de regras para emissão de dívida subordinada e viabilização de dívidas ordinárias, possibilitando a melhora da estrutura de capital dos entes regulados (Resolução CNSP n.º 391, de 30 de outubro de 2020);
- ▶ reformulação do marco sancionatório com foco preventivo e não punitivo (Resolução CNSP n.º 393, de 30 de outubro de 2020);
- ▶ desenvolvimento do marco regulatório para emissão de Instrumentos Ligados a Seguros (ILS) – *insurance linked security* – e criação de resseguradores de propósito (RPE), colocando o Brasil em paralelo a Londres, Singapura e Bermudas e viabilizando o País como um possível hub do mercado de dívida (Resolução CNSP n.º 396, de 11 de dezembro de 2020);
- ▶ simplificação da contratação de seguro no exterior (Circular SUSEP n.º 603, de 12 de maio de 2020); e
- ▶ flexibilização e simplificação das regras de seguros patrimoniais, com o fim de produtos estandardizados e engessados (Circular SUSEP n.º 620, de 29 de dezembro de 2020).

Portanto, num ambiente ideal de temperatura e pressão promovido pela Susep, começa a ser desenhado o novo mercado de seguros no Brasil. E como isso afeta, ou melhor, provoca a Asbraf?

Esse novo cenário vai exigir cada vez mais investimento por parte dos corretores de seguros em tecnologia, promovendo uma clusterização² acelerada do seguimento de pequenos e médios corretores, o que vai forçar um realinhamento do mercado.

O corretor está tendo de lidar com todas essas mudanças enquanto ainda enfrenta o desafio da substituição do papel pelo celular. A

grande maioria dos corretores de seguros no Brasil é formada por pequenos e médios empresários, com idade acima de 45 anos, tratando-se, majoritariamente, de empresas familiares, que estão sofrendo, ao mesmo tempo, os desafios da digitalização e da sucessão familiar dos negócios. Nesse cenário, o modelo de franquia passa a ser uma grande opção para esse duplo enfrentamento.

Prova disso é o crescimento de franquias no setor. Atualmente, estão entre eles: Quisto Corretora de Seguros, Reiback, Ana Terra Seguros, TSValle, Vida de Ouro, Une Corretora de Seguros,

Tudo Bem Seguros, Drs. Protect, Lien, Pentagonal Seguros, Sete Mares Seguros, É Seguro Corretora, Fácil Seg, e Consiga Cred.

Nesse segmento, destacam-se, entre as 20 maiores corretoras do País, a Lojacor, a Seguralta e a Barela, sendo que esta última pertence ao grupo It'sSeg Company, que acaba de ser adquirido pela americana *Acrisure – fintech*, empresa de rápido crescimento, que já é uma das dez maiores corretoras de seguros globais.

Diante desse cenário, ficam as perguntas feitas pelo presidente da Asbraf, Dr. Raul Canal: “que novo cenário é esse que deve acelerar o processo de união de pequenos e médios corretores?” e “quem irá defender os interesses e os direitos desses franqueados diante desse novo cenário?”.

Feitas as perguntas, iremos refletir como o modelo de franquia pode ser um grande aliado desses corretores no enfrentamento e na adaptação nesse novo mundo, bem como o importante papel Asbraf como aliada nessa jornada.

Os atuais *stakeholders* que regulam ou representam o mercado de distribuição de seguros – Sincor, Fenacor e Susep, por exemplo – não estão capacitados para atuar nesse contexto de franquias, pois essa relação foge do escopo do Sincor, da Susep e dos demais órgãos ou entidades representativas e deriva para uma relação de direito empresarial baseada em contrato e muitas obscuridades.

Nesse sentido, a Asbraf vem contribuir para o desenvolvimento e o fortalecimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo, junto às autoridades governamentais, aos órgãos públicos, às entidades, às associações de classe e aos formadores de opinião, os interesses, os ideais e os objetivos econômico-sociais de

“Que novo cenário é esse que deve acelerar o processo de união de pequenos e médios corretores e quem irá defender os interesses e os direitos desses franqueados diante desse novo cenário?”

empresas e de empreendimentos que realizam suas atividades na condição de franqueados, em conformidade com os princípios e a regulamentação da Lei n.º 13.966, de 26 de dezembro de 2019, que dispõe sobre contrato de franquia empresarial (franchising).

Sendo assim, a Asbraf vem propor a todos os *stakeholders* envolvidos uma discussão no âmbito de um fórum, com os objetivos de dar voz a esses franqueados, mitigar seus riscos e garantir seus direitos nessa nova relação comercial que se configura como a tendência a ser seguida pelo mercado.

Mario Pereira



Consultor de Estratégia e Inovação, assessor financeiro em investimentos e bacharel em Direito, com MBA em Gestão Negócios e Graduate Sustainability Management (CSM)

Raul Canal



Presidente da Asbraf e advogado especialista em Direito Médico e Odontológico e Terceiro Setor

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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





SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF
CEP: 70322-901 - Telefone: (61) 3213-2111

www.asbraf.com

UNIÃO, TRABALHO & COMPROMETIMENTO

A FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS FOI CRIADA COM O APOIO DA ASBRAF PARA FORTALECER O SISTEMA DE FRANCHISING NO PAÍS

FOTO: FREEPIK

ASSOCIE-SE À ASBRAF



A mais nova pâtisserie de Brasília é, também,
uma nova oportunidade de negócios no
mercado de franquias brasileiro

 @dolcecacaobr

