

Revista do

FRANQUEADO

ANO 4 | NÚMERO 06

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ASBRA F
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS

SAÚDE MENTAL

Bem-estar e produtividade andam juntos

NOVA REALIDADE

Especialista do Sebrae Nacional explica como se adequar ao cenário pós-pandêmico

PESQUISA

Contexto econômico afetou otimismo dos comerciantes



O ANO DO RETORNO DA ESPERANÇA EMPRESARIAL

Essa é a aposta do superintendente do Sebrae/DF, Antônio Valdir Oliveira Filho, para 2022. Para o dirigente, a retomada do positivismo e as soluções para muitos problemas da categoria podem ser encontradas na política, não só na economia. Com a aproximação do fim da pandemia e do período eleitoral, tem-se o cenário ideal para a garantia da dignidade e do futuro dos pequenos e microempreendedores. Mas, ele afirma: “é necessário mais envolvimento da população brasileira”



FRANQUEADOS UNIDOS, FRANCHISING FORTALECIDO

Associe-se: www.asbraf.com

QUEM SOMOS



A Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados) é uma entidade civil, em forma de associação, sem fins econômicos, político-partidário ou religioso, de âmbito nacional. A Asbraf 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 Asbraf para o biênio 2022–2023 considera, em suas ações programáticas, a nova realidade enfrentada pelos empreendimentos que operam no sistema de franchising brasileiro após a pandemia de covid-19. Além disso, a relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos, que registraram, no ano de 2021, o significativo faturamento de R\$ 185 bilhões obtidos por 2.882 franqueadores por meio de 170 mil unidades franqueadas em operação no País. Essas relações de negócios, formatadas no modelo de franquia empresarial, geraram, em 2021, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o expressivo número de 1,4 milhão de empregos. A Asbraf 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.

HORA DE ENXERGAR “O COPO MEIO CHEIO”

O ano de 2022 promete ser o ano do fortalecimento do ambiente de negócios. Apesar dos temores do surgimento de novas variantes da covid-19 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.

Na mesma semana em que mais de 15 estados e o Distrito Federal finalmente anunciaram o fim da obrigatoriedade do uso de máscaras em locais abertos e/ou fechados, o governo brasileiro lançou um pacote bilionário para reaquecer a economia, que já vinha mostrando indícios de melhora desde o ano passado.

O otimismo do mercado devido à desaceleração dos indicadores da pandemia (número de infecções, internações e óbitos) e à vacinação em massa ganha reforço com medidas que devem impactar a geração de empregos, postos de trabalho e a renda de trabalhadores formais e informais, assim como impulsionar empresas que adotam o mo-

delo de negócio franquia empresarial (franchising). São elas: liberação de novos saques do FGTS; antecipação de abono salarial para aposentados; ampliação do limite de consignado; microcrédito digital simplificado para empreendedores e microcrédito para beneficiários do Auxílio Brasil.

Com assinatura do Ministério do Trabalho e Previdência e atuação do Ministério da Economia, o programa Renda e Oportunidade conta com orçamento de aproximadamente R\$ 160 bilhões. A estimativa é que o conjunto de ações publicado no Diário Oficial da União em 18 de março tenha efeito direto na vida de mais de 140 milhões de cidadãos, incentivando a redução do endividamento e o aumento do consumo no País.

Apenas o saque extraordinário do FGTS atingirá cerca de 40 milhões de trabalhadores, que poderão ter acesso a até R\$ 1 mil cada. Já o pagamento antecipado do 13º salário para 30,5 milhões de beneficiários do INSS em todo o território nacional deverá injetar R\$ 56,7 bilhões na economia.

Com a ampliação da margem de crédito consignado em até 5% (de 35% da renda consignável para até 40%), serão liberados R\$ 77 bilhões em empréstimos com juros reduzidos para mais de 50 milhões de brasileiros (aposentados e pensionistas do INSS; beneficiários de programas assistenciais, como o Benefício de Prestação Continuada – BPC e o Auxílio Brasil).

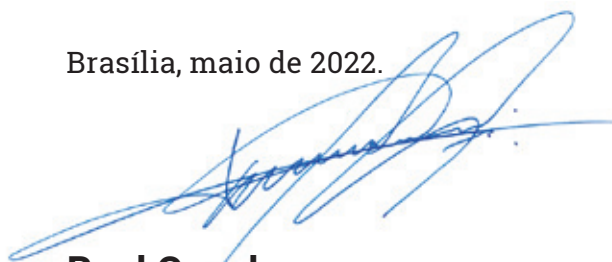
Além disso, mais de 18 milhões de microempreendedores individuais terão acesso ao SIM Digital, um novo programa que simplifica a contratação do microcrédito. O objetivo é atingir, principalmente, quem nunca teve apoio creditício dos bancos. Também foi criada uma linha de crédito com juros mais baixos para cerca de 30 milhões de brasileiros cadastrados no Auxílio Brasil, inclusive, pela primeira vez, os inadimplentes.

É preciso lembrar de medidas anteriores que já mostravam o reconhecimento do governo quanto ao papel fundamental das micro e pequenas empresas para a retomada da economia brasileira. Entre as ações, foram liberados R\$ 62,4 bilhões em mais de 850 mil operações de crédito pelo Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte).

Para se ter uma ideia da importância deste segmento, segundo o Ministério da Economia, as micro e pequenas empresas ajudaram o Brasil a encerrar o primeiro ano de pandemia com saldo positivo de mais de 142 mil novos postos de trabalho. Representando 99% do total de empresas nacionais, elas são responsáveis por 62% dos empregos e por 27% do PIB. Embora, em 2022, ainda exijam atenção as consequências ocasionadas pela guerra na Ucrânia

e pela possibilidade do surgimento de novas variantes da covid-19, o sistema de franquias brasileiro pode e deve continuar vindo o copo meio cheio. Muito ainda precisa ser feito, inclusive por iniciativa própria do setor, mas tudo indica que a direção que está sendo tomada é a mais segura e permitirá encarar os próximos desafios.

Brasília, maio de 2022.



Raul Canal

Presidente da Asbraf

Associação Brasileira de Franqueados



54

**ENTREVISTA COM
PAULO ALVIM**

Brasil como “criadouro”
de ecossistemas de
inovação



68

INOVAÇÃO

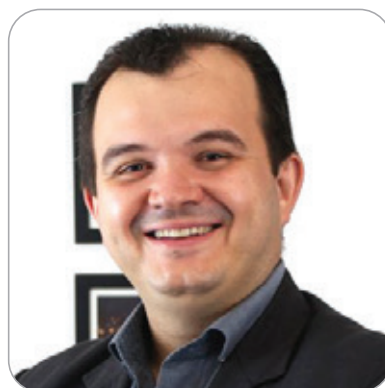
Uma proposta de sistema de
capacitação e financiamento do
aumento da produtividade das
MPEs com pagamento quando e
se o negócio prosperar



96

NEGÓCIOS

Franchising e os setores
de saúde e bem-estar



74

PROTEÇÃO DE DADOS

Empresas de pequeno
porte na LGPD

- 12 CRESCIMENTO**
A retomada da economia e os pequenos negócios
- 16 EMPREENDEDORISMO**
Ambiente de negócios ou concorrência: o que mais influencia na sobrevivência de empresas?
- 20 ENTREVISTA DE CAPA – DIRETOR REGIONAL DO SEBRAE, ANTÔNIO VALDIR**
Desburocratização, inovação, menos impostos e acesso ao crédito: caminhos para a sustentabilidade das MPEs
- 34 INFORME PUBLICITÁRIO**
Aos 10 anos, Elo celebra evolução e chegada à liderança no débito
- 36 TECNOLOGIA**
Digital Brazil 2022
- 42 AVANÇOS**
O plano da modernização e o ambiente de negócios do franchising
- 53 ESTÍMULO**
“Vamos vencer”. Programa do governo federal orienta empresários em tempos de pandemia
- 84 ENTREVISTA COM ENIO DUARTE**
Pós-pandemia: expectativas e necessidades de adequação dos micros e pequenos empreendedores
- 92 DESEMPENHO**
Saúde mental e produtividade nas redes de franquias
- 102 POLÍTICA**
5 anos de fundação: frente parlamentar mista de apoio às empresas franqueadas celebra diversas conquistas
- 106 REESTRUTURAÇÃO**
Será que agora vai? Um novo capítulo da Reforma Tributária
- 110 ECONOMIA**
Confiança empresarial se ajusta espelhando os acontecimentos globais

EXPEDIENTE

**CONSELHO DIRETOR DA ASBRAF
(ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS)**

Diretor-presidente
RAUL CANAL

Diretor Vice-presidente
JOSÉ ANTONIO GONÇALVES LIRA
Diretora Administrativo-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 (DRT 13356/DF)
CAMILA GONZALEZ
Diagramação
ANGELO GABRIEL
Impressão
GRÁFICA ATHALAlA
Tiragem
2 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

ANADEM

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DIREITO MÉDICO E BIOÉTICA

A segurança do paciente, aliada à qualidade dos serviços assistenciais, deve ser sempre a primeira, a principal e a mais óbvia preocupação do profissional ao qual um outro ser humano entrega seu corpo, sua integridade física e sua própria vida a fim de preservar, manter ou recuperar a sua saúde.

De acordo com dados estatísticos do Cirurgia Segura, de 1,7% a 3% das cirurgias plásticas realizadas no Brasil geram algum tipo de intercorrência. Ou seja, se considerarmos que são realizadas, anualmente, no Brasil, 1,5 milhão de cirurgias plásticas, de 25.500 a 45 mil pacientes serão vítimas de algum evento adverso. E estamos falando de pacientes, em princípio e em sua maioria, fisicamente hígidos e saudáveis, que pretendiam apenas melhorar sua aparência externa com a intenção de sentir e provocar novas emoções.

Por isso, a Anadem sempre reforça em seus materiais que a segurança envolve muito mais do que a estrutura física de uma clínica ou hospital. É necessário o envolvimento total da equipe de saúde para não expor o paciente a nenhum dano evitável.



Veja mais informações em nossos manuais, disponíveis para download gratuito no site:



 www.anadem.org.br



ASSOCIE-SE

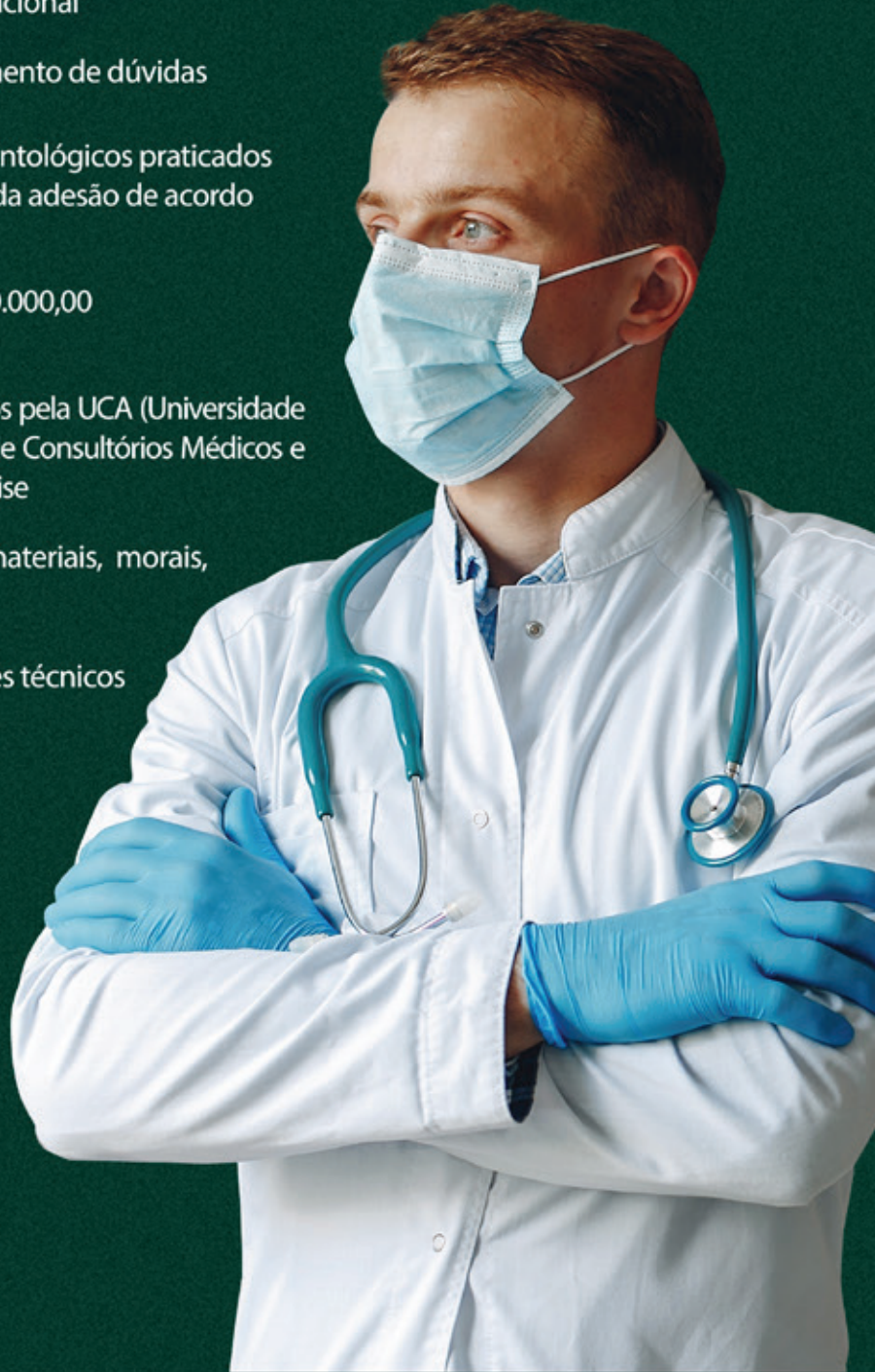
Central de Atendimento 24 horas: 0800-61-3333

SHS Quadra 02 - Bloco J - Sala 103 - CEP 70322-901 - Mezanino - Brasília (DF)

www.anadem.org.br |  @anademoficial  /anademoficial

Vantagens de ser um associado Anadem

- ✓ Assistência jurídica especializada em Direito Médico e Odontológico, por meio de renomados escritórios de advocacia credenciados em todo o território nacional
- ✓ Plantão permanente para esclarecimento de dúvidas
- ✓ Ressarcimento de atos médicos/odontológicos praticados antes e após a data de deferimento da adesão de acordo com o plano contratado
- ✓ Indenização financeira de até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)*
- ✓ Cursos de extensão gratuitos ofertados pela UCA (Universidade Corporativa Anadem), como Gestão de Consultórios Médicos e Odontológicos, LGPD e Profilaxia da Crise
- ✓ Cobertura para danos corporais, materiais, morais, estéticos e existenciais*
- ✓ Remuneração de peritos e assistentes técnicos
- ✓ Gerenciamento de crise de imagem
- ✓ Sem sub-limitações de cobertura
- ✓ Sem denúnciação à lide
- ✓ Sem limite de processos
- ✓ Antecipação de tutela
- ✓ Cobertura nacional
- ✓ Não há franquia



*Contratada por meio de uma apólice de responsabilidade civil profissional coletiva, pactuada com uma Seguradora Idônea.





A RETOMADA DA ECONOMIA E OS PEQUENOS NEGÓCIOS

FOTO: ENVATO ELEMENTS





Em 2020, os pequenos negócios sofreram substancialmente com a queda no faturamento, em função do fechamento imposto pelos estados e municípios. Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae, em abril de 2020, 59% das empresas estavam com suas atividades interrompidas, o que resultou em queda de 87% no faturamento. Mas, a partir de 2021, com a retomada da economia, os pequenos negócios tiveram restabelecidos, ainda que não na sua totalidade, suas atividades e seu faturamento. Pela mesma pesquisa citada, em novembro de 2021, apenas 9% das empresas ainda estavam com suas atividades interrompidas e 13% relataram que houve aumento do faturamento.

Segundo dados divulgados pelo IBGE, o PIB cresceu 4,6% em 2021 na comparação com 2020. Alguns setores têm tido resultados expressivos nos últimos meses. A indústria de construção cresceu 9,7%, os serviços de TI cresceram 12,3% e, de acordo com estudo realizado pela Feco-

mércio/SP, o setor de turismo teve crescimento de 12% em 2021.

Em consonância com os dados apresentados, também houve crescimento na geração de empregos. Segundo o Ministério do Trabalho, em 2021, foram criadas 2,73 milhões de novas vagas de emprego. O destaque foi o setor de serviços, responsável pela geração de 1,23 milhão de vagas. Esses resultados refletiram no crescimento de 3,9% do PIB per capita, o que significa mais dinheiro no bolso do brasileiro.

A partir desses números, surge uma dúvida na cabeça dos empreendedores: o que fazer neste momento? Investir ou esperar ainda um pouco mais de tempo para a consolidação da retomada da atividade econômica? No meu entendimento, se a empresa estiver em condições, o momento é propício para realizar os investimentos necessários para aproveitar a retomada das atividades.



Abaixo, há alguns pontos importantes para que o empreendedor possa aproveitar esse momento de crescimento:

1. MERCADO QUE ATUA



Embora a retomada esteja acontecendo de forma generalizada e em nível nacional, a atividade local pode não estar crescendo no mesmo ritmo. Sem essa análise, o empreendedor pode tomar uma decisão equivocada e, em lugar de aproveitar o momento, acabar por prejudicar a sua atividade.

2. FORÇA DE TRABALHO



A queda da atividade, no ano de 2020, acabou por fazer com que muitas empresas dispensassem boa parte da força de trabalho. A queda só não foi maior em função do Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda implementado pelo governo federal.

No entanto, com a retomada econômica, houve um retorno considerável dos empregos. Mas o empreendedor deve avaliar bem se as vagas que ele demanda são as mesmas de antes. Se tiver havido alguma mudança nas operações da empresa, esse, talvez, seja o melhor momento para transformar o perfil dos colaboradores. Muitas empresas iniciaram o processo de digitalização, passando, por exemplo, a vender pela internet ou fazendo entregas, o que requer qualidades profissionais diferentes das anteriores.



3. COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES

As mudanças decorrentes do fechamento de algumas empresas impactaram, também, no comportamento dos consumidores. De acostumados a comprar presencialmente, passaram a comprar virtualmente.

Essa mudança de comportamento deve ser acompanhada pelos empreendedores, com ajustes em seus processos produtivo, comercial e financeiro. A implementação de processos mais ágeis, como realizar a entrega e permitir o pagamento pelas diversas modalidades existentes, atualmente, passaram a ser mandatórios para alguns setores. Sem isso, a empresa pode não aproveitar o momento e acabar sendo ultrapassada pela concorrência.



4. TOMADA DE CRÉDITO

Muitos dos investimentos necessários para realizar os ajustes na empresa podem demandar a tomada de crédito. Mas não se pode esquecer que crédito é sinônimo de dívida, que terá de ser paga no futuro.

Nesse aspecto, entendo que o melhor é esperar um pouco mais. Recentemente, o ministro da economia, Paulo Guedes, tem comentado a respeito da retomada dos programas emergenciais, implementados em 2020, com uma estimativa de disponibilizar cerca de R\$ 100 bilhões em crédito aos pequenos negócios. Cautela, neste momento, pode ser a melhor alternativa.

Ao tomar esses cuidados, o empreendedor terá amplas condições de melhorar os resultados do seu negócio, ampliar a base de clientes e, em consequência, o seu faturamento e lucro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Adalberto de Sousa Luiz

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

COMPROMISSO COM A **INFORMAÇÃO**
E COM A **IDONEIDADE**



**DIRETO DO
PLANALTO
CENTRAL**

COM RAUL CANAL

ACOMPANHE DIARIAMENTE PELO



FOTO: FREEPIK



AMBIENTE DE NEGÓCIOS OU CONCORRÊNCIA

O QUE MAIS INFLUENCIA NA SOBREVIVÊNCIA DE EMPRESAS?

O número de empresas segue crescendo no Brasil: ao todo são 19 milhões, sendo 99% delas micros e pequenas empresas (MPEs). No ano passado, a abertura de novos CNPJs superou a marca de 4 milhões – um avanço de 20% em relação a 2020.

No franchising, o crescimento, no número de unidades, foi de 9%, com aumento de 10,7% do faturamento. Para o ano que vem, as estimativas apontam mais crescimento: de 9% no faturamento e de 7% nas unidades.

Com a retomada das oportunidades de negócios, volta à tona um antigo desafio do empreendedorismo brasileiro: a competitividade e a sobrevivência dessas empresas. De acordo com o Sebrae, a taxa de sobrevivência das empresas, nos últimos 5 anos, foi de 38%, sendo menor nas atividades de comércio, enquanto o gap de produtividade das MPEs em relação às demais companhias continua amplo e soberano em relação as outras economias, inclusive as latino-americanas.





“Quanto maior a concorrência, maior a taxa de risco de fechamento precoce das empresas”

Ao considerar os impactos da concorrência e do ambiente de negócios na sobrevivência das empresas, as estatísticas indicam que o nível de concorrência é o fator mais impactante para os negócios. Empresas que se situam em ambientes de baixa concorrência têm uma taxa de mortalidade até 40% inferior às empresas que atuam em alto grau de concorrência. Outros fatores, como a qualidade do ambiente de negócios, não possuem um impacto tão claro na sobrevivência das empresas.

ANÁLISES DE SOBREVIVÊNCIA E A CONCORRÊNCIA

As análises de sobrevivência são definidas como um conjunto de técnicas estatísticas para descrever e quantificar o tempo para determinado evento, o que é utilizado para avaliar situações, como a sobrevivência de um paciente, o tempo que as pessoas permanecem desempregadas após uma perda de emprego e até o surgimento de alguma doença exótica.

A partir dos métodos de Análise de Sobrevivência, de Kaplan Meier e Cox Proportional-Hazard, avaliamos as bases de dados da Receita Federal para cálculo das taxas de concorrência das atividades econômicas entre os municípios e do Índice Firjan de Desenvolvimento Econômico como indicador do ambiente de negócios das empresas.

De modo geral, os índices de concorrência mostram que, de fato, quanto maior a concorrência, maior a taxa de risco (ou mortalidade) das empresas. Por outro lado, os fatores de desenvolvimento municipal mostram menor relevância na sobrevivência das empresas.

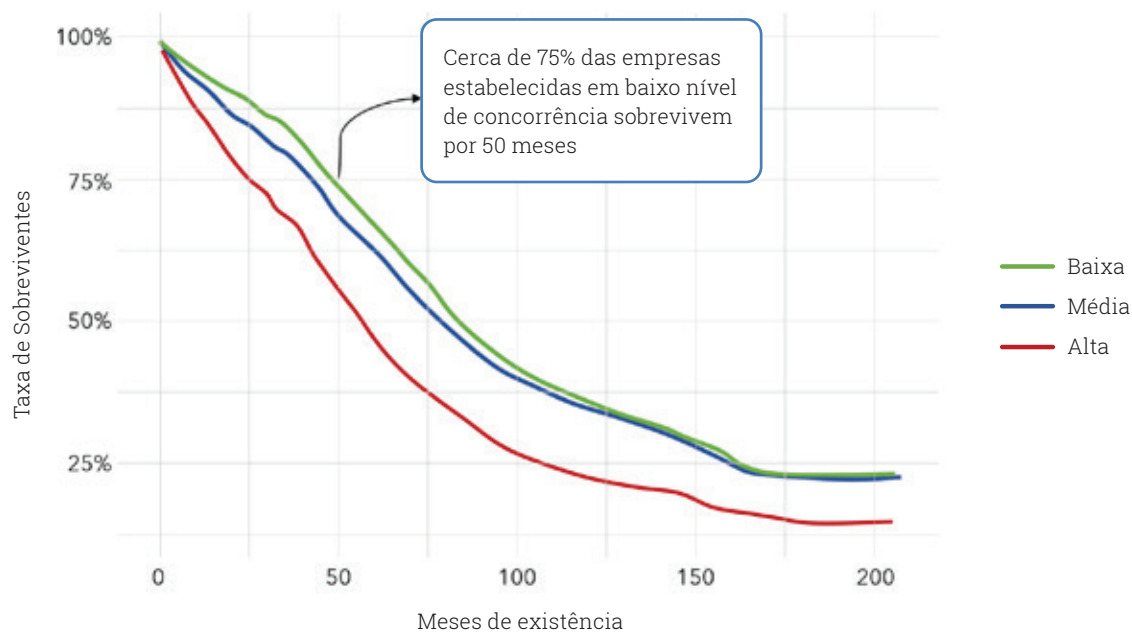
A depender do setor econômico, os modelos estatísticos aplicados a seis tipos de negócios, os quais permeiam comércio, serviços e indústria, apresentam resultados diferentes entre si, tanto na relevância dos fatores avaliados quanto na estrutura da sobrevivência em si. Os salões de beleza e comércio de vestuário apresentam taxas de sobrevivência mais curtas. Em ambas as atividades, após pouco mais de 4 anos de operação, apenas 50% continuam ativas. Já os mercados e restaurantes possuem níveis de sobrevivência mais elevados, com cerca de 60% das empresas ativas após 100 meses de operação. Os setores da construção, de lanches e de bares são os que possuem maior grau de distância entre as curvas de baixa e alta concorrência. Por outro lado, o comércio de vestuário apresentou uma inversão das concorrências, sendo que para esse caso quanto maior a concorrência, maior a chance de a empresa se manter ativa, contrariando os demais comportamentos observados.

Em resumo, os modelos confirmam a diferença notória entre as curvas de sobrevivência apenas para negócios em que a concorrência é baixa. Para os restaurantes e mercados, a taxa de mortalidade é cerca de 10% inferior ao de alta concorrência. Já para a construção, a taxa de mortalidade para negócios em baixa concorrência é cerca de 40% menor do que para as atividades de alta concorrência.

Em relação ao ambiente de negócios, as diferenças entre as curvas não foram tão notáveis. Nos casos dos restaurantes, lanches e bares, existe uma influência positiva do ambiente de negócios apenas no início dos negócios, mas vão perdendo essa relevância ao longo do tempo.

Novamente, o setor de vendas de vestuário apresentou comportamento contrário aos demais. Esse resultado pode se apresentar pela

SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS DE CONSTRUÇÃO POR NÍVEL DE CONCORRÊNCIA



ampla variedade de estilos de vestimentas disponíveis, definindo um nicho para cada comércio e indicando a necessidade de considerar as características específicas de cada segmento.

QUAL O APRENDIZADO QUE FICA?

A concorrência exerce uma influência muito mais significativa e clara na sobrevivência das empresas. Quanto maior a concorrência, maior a taxa de risco de fechamento precoce das empresas. Esse resultado foi praticamente unânime entre os segmentos avaliados, à exceção da atividade de comércio de vestuário, que teve comportamento inverso.

Por outro lado, os fatores do ambiente de negócios também têm sua participação, mas não conseguiram mostrar sensíveis impactos na sobrevivência das empresas. Apesar de, em alguns segmentos, a melhora dos serviços públicos ter se apresentado como favorável aos

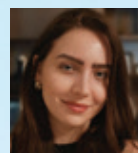
negócios, isso não ocorreu em quatro dos seis segmentos avaliados.

Destaca-se que a análise dos fatores relacionados à sobrevivência das empresas tem se apresentado como fundamental para a orientação das políticas públicas e para a evolução da literatura relacionada ao empreendedorismo. Em função da matriz produtiva do Brasil ser pautada em pequenas empresas e a taxa de sobrevivência ser consideravelmente baixa, principalmente em setores de baixa intensidade de capital, como o de salões de beleza, é primordial direcionar esforços para a promoção da competitividade e da sustentabilidade das empresas.

Entre tais esforços, também é preciso refletir sobre o papel do empreendedor nesse processo. Os resultados do impacto da concorrência mostram que pesquisas de mercado previamente conduzidas podem ser determinantes para a sustentabilidade das empresas e da economia local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Carolina Custodio

Pesquisadora na Caravela e mestranda em Economia pelo IDP-DF



DESBUROCRATIZAÇÃO, INOVAÇÃO, MENOS IMPOSTOS E ACESSO AO CRÉDITO: CAMINHOS PARA A SUSTENTABILIDADE DAS MPEs

O desenvolvimento sustentável das micros e pequenas empresas (MPEs), responsáveis, atualmente, por 27% do PIB (Produto Interno Bruto), depende não só de um, mas de diversos fatores. Superintendente do Sebrae/DF, Antônio Valdir Oliveira Filho, aposta no processo de desburocratização – que como consequência traz mais liberdade e agilidade aos empreendedores – como uma das saídas da crise econômica, impulsionada por uma crise política e vivida por todo o País, segundo ele, desde 2014. A Política de Renda Mínima Empresarial; as classificações regionais ou estaduais de faturamento para tratamento diferenciado; e a facilitação de acesso ao crédito, que como consequência traz mais suporte para a inovação, também são essenciais nesse processo.



FOTO: REPRODUÇÃO | FOCUS FOTOGRAFIA

Antônio Valdir Oliveira Filho é bacharel em Administração de Empresas com pós-graduação em Elaboração de Projetos e Finanças pela FGV (Fundação Getúlio Vargas) e funcionário de carreira do Banco do Brasil, com larga experiência em políticas públicas e propostas de geração de emprego e renda como forma de desenvolvimento sustentável de comunidades. Em março de 2011, exerceu a função de superintendente do Sebrae no Distrito Federal e presidiu por 4 anos a Associação Brasileira dos Sebrae/Estaduais (Abase), na qual realizou e cumpriu as diretrizes e prioridades da instituição até março de 2017, quando foi nomeado Secretário de Economia, Desenvolvimento, Inovação, Ciência e Tecnologia do Distrito Federal (SEDICT/DF), contribuindo com o processo de transformação da economia do Distrito Federal. Atualmente, retomou a Superintendência do Sebrae no DF, quadriênio 2019/2022, com o objetivo de dar continuidade à consolidação de um ambiente favorável ao empreendedorismo na capital federal.

Recentemente, ao analisar os efeitos da pandemia na sustentabilidade e na competitividade de pequenos empreendimentos, o senhor afirmou que “nós precisamos de um estado que tenha o mínimo de intervenção e o máximo de empatia com quem está atendendo”. A miséria tem rostos e necessidades diferentes conforme a região. A realidade no campo é uma, na cidade é outra. Quais medidas o senhor acredita que seriam determinantes para a melhoria do ambiente de negócios e para a correção dos desequilíbrios que afetam as atividades de milhões de microempreendedores individuais (MEIs) e MPEs que atuam em todas as regiões do País?

ANTÔNIO VALDIR – Empatia é a palavra-chave para um bom gestor. Para resolver o problema do cidadão, há que sentir a sua dor. A crise sanitária trouxe a crise econômica e desencadeou o prenúncio de um caos social que deve ser combatido. Não existe modelo de Estado que seja único para qualquer sociedade ou para qualquer momento. Em momentos de crise, como estamos passando agora, é fundamental um Estado que possa intervir para garantir um mínimo de sobrevivência, para termos as condições necessárias para a retomada de um desenvolvimento. Não há como falar em desenvolvimento econômico em um caos social. Precisamos primeiro de resgate para, então, entrarmos com medidas de desenvolvimento que possam trazer geração de emprego e distribuição de renda.

Os pequenos negócios são os grandes geradores de emprego, já que respondem por 52% dos empregos formais no Brasil e representam 27% do PIB. Segundo estudos, os pequenos negócios não aguentam mais que 26 dias sem faturar. Nessa pandemia, muitos ficaram meses de portas fechadas e isso trouxe um grande número de fechamentos de empresas. Como consequência, um elevado número de desem-

pregados. A retomada do pós-pandemia, à medida que a segurança sanitária permite, deve ser focada nos pequenos negócios. Precisamos ter um grande processo de desburocratização para que nossos pequenos empreendedores possam ter liberdade e agilidade para tocar suas atividades econômicas, além de um acesso ao crédito que ultrapasse as barreiras impostas pelo sistema financeiro. Com crédito e liberdades, nossos pequenos empreendedores encontrarão, de forma rápida, o caminho da retomada da nossa economia.

O microcrédito foi criado, em Bangladesh, em 1977, pelo economista e banqueiro Muhammad Yunus com o objetivo de auxiliar os trabalhadores autônomos individuais que se encontravam em situação de pobreza extrema a se livrarem dos altos juros cobrados pelos agiotas. Experiências de implantação desse mecanismo de financiamento no Brasil demonstram que a participação do microcrédito no Sistema Financeiro Nacional é muito pequena e vem sendo reduzida em um momento em que o número de empreendedores informais tem aumentado consideravelmente.

Na sua visão, quais os principais entraves que dificultam a implementação do microcrédito em nosso País?

ANTÔNIO VALDIR – Conheci o modelo do Grameen Bank em Bangladesh, em 2001. Estive com o Professor Yunus e sua equipe em Daka e visitei as aldeias para conhecer a operação do banco. Primeiramente, é importante compreender que o microcrédito implantado em Bangladesh não pode ser replicado de forma direta no Brasil. São realidades distintas. Lá, o Banco Central é sócio do Grameen Bank e não

existe a organização do sistema financeiro como temos aqui no Brasil.

A criação do Grameen foi paralela à emancipação de Bangladesh no início dos anos 1970. Lá, as mulheres eram as excluídas dos excluídos, por isso, o Professor Yunus criou uma iniciativa focada nelas. A lógica era o crédito como instrumento de resgate da pobreza e não como uma operação comercial. O livro “O Banqueiro dos Pobres” retrata bem a lógica de criação do Banco.

O microcrédito cresce fora ou dentro do sistema financeiro, conforme o momento econômico que estamos vivendo. Os bancos trabalham baseados em risco. Em momentos de crescimento econômico, os bancos avançam para aquisição de base de clientes, principalmente entre os mais pobres, já que a disputa pelos que têm mais recursos é muito acirrada. Como o risco reduz em momentos de prosperidade, os bancos conseguem avançar. Quando temos uma crise instalada, os bancos retraem suas operações, desassistindo os que têm mais dificuldade financeira. O microcrédito precisa crescer nas cadeias paralelas ao sistema financeiro.

Os atacados podem ser os grandes alavancadores do grande varejo, as grandes redes de varejo podem ser as alavancadoras do crédito para a informalidade e as instituições/empresas que operam com esse modelo, como OSCIPs ou empresa simples de crédito, podem ser, juntas, o impulso para que o crédito chegue a quem precisa, independentemente do sistema financeiro. O governo pode ser o grande articulador desse sistema paralelo, seja com funding ou com normatização/regulamentação dessas operações.



Em momentos de crise, o empreendedorismo por necessidade cresce muito, como busca pela sobrevivência





O Relatório Executivo GEM 2019 demonstra que a taxa de empreendedorismo total no Brasil foi de 38,7%, revelando, mais uma vez, o quanto o empreendedorismo é presente e sentido no cotidiano de grande parte dos brasileiros. O percentual indica que, em números absolutos, a estimativa seja de 53,5 milhões de brasileiros entre 18 a 64 anos à frente de alguma atividade empreendedora: envolvidos na criação de novo empreendimento, consolidando um novo negócio ou realizando esforços para manter um empreendimento já estabelecido. Na sua opinião, em que pese a inexistência de políticas públicas governamentais e programas efetivos de educação e capacitação, o que leva o brasileiro a empreender?

ANTÔNIO VALDIR – A necessidade de sobrevivência e a criatividade do nosso povo. O brasileiro é conhecido pelo seu “jeitinho” para enfrentar as adversidades. Isso também está presente no perfil empreendedor. O Professor Bezamat de Souza, em sua tese de doutorado, no início dos anos 2000, fez um grande estudo antropológico, no qual identificou o empreendedor brasileiro como “o virador”, ou seja, aquele que se vira para viver. A cada período do dia, ele desenvolverá uma atividade de sobrevivência. Essa é a característica do brasileiro, o sobrevivente com a criatividade inerente a nossa cultura.

Em momentos de crise, o empreendedorismo por necessidade cresce muito, como busca pela sobrevivência. Desde 2014, vivemos uma crise econômica impulsionada por uma crise política. Essas crises levam, em um primeiro instante, à redução de faturamento e consequente corte de custos das empresas,

principalmente na mão de obra, gerando desemprego. O desempregado procura a informalidade para sua sobrevivência. Nesse momento, muitos buscam sua formalização como MEIs, gerando um alto número na busca por CNPJ. E, por meio disso, vem o crescimento do empreendedorismo como alternativa para essas pessoas.

Para mitigar os danos econômicos causados pela pandemia, o governo brasileiro concebeu e colocou em prática um pacote de medidas de estímulo que superou o montante de R\$ 1,169 trilhão. As MPEs e os MEIs foram

beneficiados com diversas iniciativas, entre as quais o diferimento de impostos, como o Simples Nacional, das contribuições da seguridade social e do pagamento de débitos. O senhor tem defendido a institucionalização de uma Política de Renda Mínima Empresarial. Poderia descrever quais as diretrizes e ações estratégicas dessa Política?

ANTÔNIO VALDIR – Precisamos separar aqueles que precisam de crédito dos que precisam de política de renda mínima ou compensatória. Quem está com fome

não pode ter seus problemas resolvidos com crédito. A divisão entre elite e proletariado, utilizada para caracterizar o empresário e o trabalhador, é ultrapassada e não combina mais com a realidade do Brasil. Mais de 90% dos nossos empreendedores são proprietários de pequenos negócios, nos quais a média do pró-labore é de dois salários mínimos, e não é incomum encontrarmos funcionários que têm salário maior que o pró-labore do empresário. Seguindo esse raciocínio, quem é o proletário nessa história?



Para uma comunidade se desenvolver, precisamos romper com a lógica na qual o pobre produz para o rico consumir





Nessa pandemia, o governo encontrou duas formas de ajuda: o auxílio emergencial e o crédito. O auxílio emergencial foi direcionado para os mais vulneráveis, enquanto o crédito foi direcionado para as empresas. No auxílio, o governo incluiu os MEIs. No crédito, o caminho da disponibilização da ajuda foram os bancos. Se, em momentos de paz, os pequenos têm dificuldade de acesso ao crédito, não seria no momento de guerra que eles encontrariam esse caminho. Mesmo para aqueles que tiveram acesso ao crédito, a necessidade básica de sua família vem em primeiro lugar.

Utilizar crédito para necessidades básicas é ampliar o problema. Por isso, defendo uma política de renda mínima empresarial, para socorrer os pequenos empreendedores, principalmente os classificados como microem-

presários, que possuem um faturamento médio entre R\$ 10 mil e R\$ 20 mil por mês. Com recursos a fundo perdido, eles encontram a sobrevivência, enquanto o crédito ajuda a retomar a sua operação comercial.

Como afirma a socióloga Tânia Zapata: “as políticas macroeconômicas são insuficientes para combater a pobreza e reduzir as desigualdades. O desenvolvimento não depende unicamente do setor público. O desenvolvimento depende de forma decisiva de se organizar o conjunto dos atores sociais em cada território. Desenvolvimento é mudança política, novos padrões de organização e de governança”. O senhor acredita que a construção de novas institucionalidades que representem as novas relações entre os diversos atores é um instru-



mento estratégico para assegurar a sustentabilidade do desenvolvimento socioeconômico?

ANTÔNIO VALDIR – O desenvolvimento acontece no micro. É lá que a vida acontece. Não é de hoje que sabemos que o desenvolvimento local impacta de forma mais forte os mais vulneráveis. As políticas nacionais são norteadoras e criam oportunidades, mas é em cada comunidade que elas se realizam. Para uma comunidade se desenvolver, precisamos

romper com a lógica na qual o pobre produz para o rico consumir. O desenvolvimento das comunidades se dará à medida que o pobre possa produzir para o pobre consumir. Assim, os agentes econômicos crescem economicamente e de forma sustentável.

Articular os atores locais para essa lógica de desenvolvimento é o segredo do sucesso do resgate de comunidades mais vulneráveis. São muitas as ferramentas utilizadas para a construção de modelos de desenvolvimento

local com intervenção transformadora. Sejam com bancos comunitários, moedas sociais, trabalhos associativos ou qualificação profissional, falando mais especificamente de uma pauta econômica/empreendedora. O importante é romper o pacto da mediocridade, aquele no qual o rico sente pena do pobre e lhe oferece ajuda, desde que o pobre continue pobre e o rico continue rico. Essa lógica traz a concentração de renda e a submissão dos mais vulneráveis, com a ilusão de que é melhor poucos gerando a riqueza, em detrimento da carência de muitos.

É na governança local das comunidades que as transformações podem ser fortalecidas, trazendo desenvolvimento para os mais pobres. Só por meio de atuações locais nas comunidades poderemos oportunizar a renda para os mais pobres e o crescimento econômico sustentável dos mais vulneráveis, rompendo com a lógica de submissão econômica e da exploração dos mais pobres pelos mais ricos.

A experiência adquirida na presidência da Associação Brasileira dos Sebrae/Estaduais (Abase) durante 4 anos (2013 – 2017) lhe permitiu conhecer a realidade dos ambientes de negócios em todas as regiões do País, em que milhões de pequenos empreendimentos dos setores comercial, de serviços, industrial e do agronegócio enfrentam dificuldades de acesso ao crédito, ao mercado, à inovação e à tecnologia, ao apoio e à orientação. Que medidas de estímulo ao fortalecimento do empreendedorismo o senhor considera essenciais para promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das MPes?

ANTÔNIO VALDIR – O período em que presidi a Abase foi muito rico para conhecer a realidade do empreendedorismo brasileiro. Não podemos tratar os empreendedores dos diversos estados do Brasil de forma igual. A realidade de um pequeno negócio é diferente dependendo do mercado em que ele esteja inserido. Os impactos também são diferentes, porque envolvem legislações estaduais e municipais que se direcionam à realidade de faturamentos diferentes. Ao acompanhar as demandas de cada estado e participar de discussões re-

gionais, vivi essa diferença de realidade e entendo que padronizar a caracterização das empresas por faturamento foge da realidade.

Deveríamos ter, no Brasil, classificações regionais ou estaduais de faturamento para tratamento diferenciado. Uma empresa que fatura R\$ 3 milhões/ano em São Paulo é diferente da que fatura a mesma coisa no Norte do País. Para fortalecer o empreendedorismo, entendo que deveríamos focar nas realidades locais para privilégios tributários; aumentar a faixa de isenção do Simples em muitos estados; e combater a Substituição Tributária (ST), que é uma fuga do privilégio tributário previsto na Constituição Federal de 1988. Com

a ST, os pequenos negócios recolhem seus tributos como se fossem grandes empresas.

Além dessas ações de ajustes no ambiente empreendedor local, precisamos investir em inovação para melhorar a produtividade dos nossos pequenos negócios. Perdemos a produtividade de nossas empresas ao longo dos anos. No passado, nossas empresas tinham 40% da produtividade das empresas americanas e, hoje, têm, em média, 20%. Ineficiência gerada pela perda da produtividade, pela eleva-



Padronizar a caracterização das empresas por faturamento foge da realidade.

Deveríamos ter, no Brasil, classificações regionais ou estaduais de faturamento para tratamento diferenciado





ção de custos e pela diminuição da capacidade competitiva das nossas empresas. O caminho é melhorar o ambiente empreendedor e levar inovação para nossos pequenos negócios. É assim que teremos o desenvolvimento sustentável dos nossos pequenos negócios no Brasil.

As MPEs respondem por 27% do PIB, 98% das empresas formalizadas, 44% dos empregos formais e 50% das remunerações do setor de comércio. Dada a importância do setor, especialistas defendem a institucionalização urgente de uma Política Nacional de Apoio e Desenvolvimento de Micro e Pequenas Empresas, prevista na Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006. Na sua visão e experiência, que eixos temáticos de uma política nacional podem contribuir para o desenvolvimento econômico e social do País, por meio de ações e iniciativas públicas que induzam aumento de produtividade das microempresas e empresas de pequeno porte (EPPs)?

ANTÔNIO VALDIR – Trabalhar com eixos temáticos é a melhor forma de planejar a atuação para que o Estado possa ser o indutor do desenvolvimento do ambiente empresarial, construindo, de forma sinérgica, a atuação associativa ou em arranjos produtivos locais. O complemento das atividades econômicas potencializa os negócios, ampliando as oportunidades e melhorando a eficiência. Mas o ambiente dos pequenos negócios é o reflexo da dinâmica da vida nas comunidades. Onde há vida, há necessidades. E onde há necessidade, haverá um pequeno empreendedor para atendê-la.

Essa dinâmica acontecerá Brasil a fora, com ou sem planejamento, porque o empreendedor se adapta ao ciclo de produção/consumo mes-

mo que não existam regras para ordenar essa relação. Essa é a diferença do Brasil Real e do Brasil Formal. Enquanto criamos regras e induções para termos um Brasil formal, o Brasil Real cresce nas comunidades, sem planejamento e sem regramento. Assim, o adequado é planejar o fomento ao empreendedorismo mediante metodologias que possam trazer sinergia entre atividades econômicas e deixar o ambiente empreendedor com regramento de limites de risco, mas com liberdade para implantação de pequenos negócios integrados na dinâmica da vida da comunidade, como salão de beleza, pequenos varejos etc.



A crise levará ao crescimento dos negócios de franquias pela procura pelo baixo risco



A Pesquisa de Desempenho 4º Trimestre 2021 da Associação Brasileira de Franchising (ABF) demonstra que o setor de franchising está em franca recuperação, comparado ao mesmo período de 2020 – ápice da pandemia da covid-19. A relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos registraram, no ano de 2021, o significativo faturamento de R\$ 185.068 bilhões, obtidos por 2.882 franqueadores, por meio de 170.999 unidades franqueadas. Esses negócios, dentre os quais se encontram milhares de microfranquias, geraram em 2021 o expressivo número de 1.411.319 empregos diretos, 12,1% acima dos 1.258.884 postos de trabalho gerados neste mesmo ano. O modelo de negócio franquia empresarial (franchising) ficou mais fortalecido com o Novo Marco Regulatório das Franquias, a Lei n.º 13.966, de 26 de dezembro de 2019?

ANTÔNIO VALDIR – O modelo de franquia traz mais segurança para os negócios. Em momentos de crise, a busca por minimizar riscos leva a procura por esse modelo de negócios, por ter a implantação testada e facilitada.

FOTO: REPRODUÇÃO | FOCUS FOTOGRAFIA





Dois perfis são importantes para que um negócio se desenvolva com sustentabilidade. O primeiro é o perfil empreendedor, aquele que vê solução onde outros veem problemas. O empreendedor é o insatisfeito com status quo, que quer avançar e descobrir novas oportunidades para alavancar o seu negócio. O outro perfil é o do administrador/gestor. É esse que cuida do dia a dia da empresa, trata as rotinas para que o negócio se desenvolva com equilíbrio. Enquanto o perfil empreendedor avança nas oportunidades, o gestor cuida para que esse avanço não traga prejuízos para a operação, para que a empresa não dê um passo maior que as pernas, como diz o ditado popular.

No modelo de franquia, o empreendedor já fez o papel dele. Já encontrou um produto que se encaixa no desejo de um nicho de mercado, já manualizou a operação para incorporar a

inovação em sua operação comercial. Ele precisa agora de um “tocador”, de alguém que ponha em prática sua operação, que faça investimentos – nos quais os riscos são minimizados pelo modelo de negócio estudado e testado – e gerencie o ponto comercial.

O Novo Marco Legal do Franchising no Brasil, aprovado pela Lei n.º 13.966/2019, traz para a legalidade práticas comerciais que já eram utilizadas no País. É importante que a regulamentação de setor seja sempre atualizada para que a relação entre fraqueados e franqueadores se torne cada dia mais saudável e sustentável. Precisa ser uma relação de “ganha-ganha” e de cumplicidade simbiótica na parceria. Essa simbiose precisa ser transformada em resultado com segurança jurídica, principalmente nesse momento, em que a crise levará ao crescimento dos negócios de franquias pela procura pelo baixo risco.

O Brasil caiu da 123ª para a 125ª posição no ranking do Banco Mundial sobre ambiente de negócios em 190 países do mundo, apesar de ter registrado um pequeno avanço na sua performance. A queda relativa foi consequência de progressos ainda maiores em outras 146 nações. Todos os sócios do Brasil no Mercosul (Mercado Comum do Sul) e todos os seus parceiros no Brics (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) estão à frente na classificação do Doing Business, o relatório anual que mede o impacto de regulações e da burocracia no funcionamento das empresas. Na sua concepção, a Medida Provisória (MP) n.º 1040, de 29 de março de 2021, apelidada pelo mercado de MPAN, MP do ambiente de negócios, promoverá mudanças no ambiente de negócios no País?

ANTÔNIO VALDIR – O grande desafio para o gestor público é fazer com que o tempo de formalização de uma empresa seja o mesmo da criação e da implantação de uma ideia de negócio.

A origem da burocracia no ambiente empreendedor do Brasil está na formalização das empresas. Esse processo de formalização é composto de três fases: abertura, licenciamento e baixa de empresas. Quanto mais automatizado esse processo, mais ágil ele será. Essa automação é a digitalização das normas que regulam as fases de formalização. No caso da abertura e da baixa de empresas, já evoluímos o suficiente para termos a agilidade para a obtenção do CNPJ ou do registro da baixa da empresa. O gargalo se encontra no licenciamento. O emaranhado de normas, que envolve legislações estaduais e municipais, transforma a luta do empreen-

dedor em um verdadeiro manicômio burocrático, no qual as interpretações e as definições locais obedecem a critérios diferentes e, muitas vezes, desalinhados com a necessidade do empreendedor, que precisa da agilidade para implantar o seu negócio.

Para vencer esse desafio de unificar os procedimentos visando a agilizar o licenciamento, precisamos de uma legislação federal que possa unificar ou criar as condições necessárias para que os entes federados possam caminhar na padronização de seus procedimentos. A Medida Provisória conhecida

como MPAN, assim como a Medida Provisória da Liberdade Econômica, são iniciativas que visam a essa agilização no processo de licenciamento e, se implementadas, darão aos empreendedores as condições de formalização de suas empresas alinhada ao prazo de criação e implantação de suas ideias de negócios.

O mercado de trabalho no País chegou ao quarto trimestre de 2021 com proporção recorde de desemprego de longo prazo: mais de 30% dos cerca de 12,1 milhões de desempregados estavam em busca de uma vaga havia 2 anos ou mais, maior percentual de

pessoas nessa situação em toda a série histórica, iniciada em 2012, segundo levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). Os números indicam que o aumento do tempo de permanência no desemprego demonstra uma situação desafiadora do mercado de trabalho. As elevadas taxas de desemprego se constituem após a crise sanitária da covid-19 como o maior desafio do País para a retomada do crescimento socioeconômico?



O emaranhado de normas que envolvem legislações estaduais e municipais transforma a luta do empreendedor em um verdadeiro manicômio burocrático





ANTÔNIO VALDIR – Sem dúvida. O desemprego é um mal que desencadeia uma crise social de enormes proporções. A ausência de perspectiva de sustento é a perda da esperança e, quando isso se soma à imaturidade, o caminho da marginalidade se torna uma realidade. Se os pais sofrem por não ter como sustentar seus filhos, imagine os filhos que, muitas vezes, em sua imaturidade, aliam-se ao crime?

O maior desafio do Brasil, agora, é a geração de emprego. Se a crise sanitária está dando sinais de controle, precisamos retomar a vida por meio da economia e torcer para não termos recaída da pandemia.

Nesses tempos, com negócios fechados, desemprego, elevado índice de depressão por termos as pessoas com medo e presas em casa, a desesperança passou a ser o sentimento presente nas pessoas. É hora de trazermos a esperança de volta. E nossos líderes precisam ter nela seu principal desafio. Despertar a esperança, mostrar a existência de caminhos viáveis para propiciar o retorno da dignidade e o futuro dos jovens. A importância da empatia nos líderes, nesse momento, torna-se vital.

A sociedade precisa acreditar nos seus líderes para ter esperança de dias melhores. Só assim uniremos todos para a construção de um Brasil melhor, mais justo e empreendedor. Muitas vezes, a solução está na política e não na economia. Por isso, devemos, todos, participar do ambiente político: se não como protagonistas eleitorais, com a honrada função de eleitor que definirá os rumos da nossa sociedade. Omitir-se, nesse momento, deixar que os outros decidam por você, significa entregar o seu presente e o seu futuro a um interesse diferente do seu. Dessa forma, devemos participar desse momento para que tenhamos um

alinhamento entre o Brasil que virá e o próprio sonho de Brasil.

A Resolução CD/ANPD n.º 2, de 27 de janeiro de 2022, aprova o Regulamento de Aplicação da Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Com a Resolução, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) atendeu, para agentes de tratamento de pequeno porte, parte da proposta enviada pelo Ministério da Economia, a qual contou com a contribuição de mais de 17 entidades, com destaque para o Sebrae na elaboração da minuta e organização das sugestões. O senhor

acredita que essa medida será suficiente para que as MPEs adaptem suas gestões de proteção e de segurança de dados pessoais e sensíveis de clientes, consumidores e fornecedores?

ANTÔNIO VALDIR – O mercado vem consolidando uma mudança em seus modelos de negócio e de relacionamento, nos quais os canais digitais se tornaram a verdadeira arena de negócios. Junto ao novo mercado, temos a formação

de atores, que serão protagonistas nesse novo mundo digital de negócios e que estão construindo a sua cultura com seus princípios. É importante, desde o início, termos arraigada, nessa cultura, a ética como princípio norteador das relações comerciais. E não podemos aceitar que a manipulação realizada por meio da obtenção e da utilização de dados pessoais possa servir aos interesses comerciais sem que seja de conhecimento e com autorização de cada um de nós.

No período recente, a promiscuidade nas relações comerciais entre o Estado e a iniciativa privada foi descortinada, mostrando que, des-



O maior desafio do Brasil, agora, é a geração de emprego





de o início, essas relações não foram baseadas em princípios éticos e acabaram por trazer prejuízos à sociedade. Não devemos permitir que isso se repita na construção das novas relações comerciais no mercado digital. Por isso, é importante que, desde o início, os pequenos negócios possam ter a ética como base das relações comerciais nesse novo mercado, na arena do mundo digital.

A LGPD é um instrumento importante para essa formação, devendo a sua implantação respeitar as condições diferentes impostas pelo porte das empresas. Assumir a ética como princípio nem sempre é tratar as exigências de procedimentos e conduções de forma igual, tanto para a grande como para a pequena empresa. Se a adaptação dos proce-

dimentos respeitar as condições do porte da empresa, a proteção a todos os stakeholders trará uma nova forma de relacionamento de negócios, tendo a ética como cláusula pétrea na realização dos negócios.



Andrew Simek

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



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

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.



DIGITAL BRAZIL 2022

O ano de 2021 foi um portador de boas notícias para o mercado digital no Brasil. Isso segundo os dados mais recentes do Relatório Digital 2022, divulgado, agora em março, pela We Are Social e Hootsuite e que traz as principais informações da internet no Brasil e no mundo.

Após um excelente 2020, impulsionado pela pandemia e pela consequente mudança do comportamento de consumo, que inseriu mais de 40 milhões de novos compradores no mundo digital, agora os resultados mostram a consolidação do canal digital como importante gerador de receita.

Abaixo destaco alguns pontos interessantes na comparação de 2022 com 2021.

DADOS GERAIS

- A população cresceu 1,4 milhão (0,7%), enquanto o número de usuários de internet aumentou 3,3%, e, em redes sociais, cresceu 14,3%. Como fator de comparação para vermos o salto das redes sociais, em 2021, o crescimento da população foi similar (0,7%), de usuários de internet quase o dobro (6%) e de redes sociais pouco mais que a metade (8,2%);
- houve crescimento dos usuários de internet, passando de 150 milhões (2020) para 160 milhões (2021), chegando a 165,3 milhões em 2021. Isso representa 77% da população conectada;

- o tempo de uso da internet por dia subiu de 9h17 (2020) para 10h08 (2021) e aumentou, ainda mais, em 2022, para 10h19; e
- TikTok, Kwai e Telegram despontam como as redes sociais que mais cresceram, em um contexto no qual o grupo Meta ainda domina esse território, mas já começa a ver os concorrentes pelo retrovisor.

REDES SOCIAIS

O crescimento de usuários nas redes sociais dobrou no último ano, passando de 7,1% (2021) para 14,3% (2022). Em janeiro de 2020, eram 140 milhões de usuários, número que passou para 150 milhões (2021) e saltou para 171 milhões (2022). Considerando o aumento de usuários e, também, do tempo que as pessoas estão passando nas redes, esse canal se torna cada vez mais importante na estratégia de presença digital das empresas.

Cabe destacar que boa parte dessas pessoas estão nas redes procurando conteúdo (44,5%), produtos para comprar (46,7%) ou algo para fazer ou comprar (44,5%). Claro sinal de que conseguir conectar o produto certo com o consumidor certo e na hora certa se torna uma tarefa mais facilitada pela dinâmica de propensão ao consumo e à possibilidade de segmentação que as redes possibilitam.

Na lista das redes mais acessadas, este ano, o YouTube, que liderava com 96,4%, não foi relacionado. A seguir, é possível conferir quem ganhou e quem perdeu neste último ano:



FOTO: FREEPIK

“ O ano de 2021 foi um portador de boas notícias para o mercado digital no Brasil ”

- WhatsApp cresceu e assumiu o percentual do YouTube no ano anterior (96,4%) e se consolidou como a principal rede social no Brasil;
- Instagram amplia a base de usuários de 86,3% para 90,1% ultrapassando o Facebook, que caiu de 89,8% para 88,2%;
- TikTok continua crescendo e passa de 47,9% para 69,6%, assumindo, assim, a quarta posição, atrás das redes do grupo Meta; e à frente de mais uma rede deles, o Facebook Messenger, que apresenta pequena queda de 68,5% para 67,8%;
- o grande destaque do ano fica por conta do Kwai, que aparece pela primeira vez na lista, já na sexta colocação, com 62,3%, e deixa para trás o Telegram (com forte aumento de 29,4% para 55,4%) e o Pinterest (que passa de 47,1% para 51,1%); e
- em outra frente, algumas redes perdem relevância, com quedas acentuadas no número de usuários. Twitter (caiu de 51,6% para 47,9%); LinkedIn (passa de 42,6% para 38%); Skype (caiu de 28,8% para 23,7%); e Snapchat (com queda de 25,3% para 20,6%).

E-COMMERCE

O número de pessoas que visitaram lojas virtuais aumentou 9,3%, chegando a 114,7 milhões. Desse, 74,4% buscam pelas marcas on-line antes de realizar a compra, seja pelos canais digitais ou em algum outro como presenciais ou por telefone.

A lista dos principais motivadores de compra mostra 15 valiosos apontamentos a serem trabalhados pelos empresários e que podem colaborar, de forma rápida, com o aumento da conversão de vendas. Por outro lado, quem não prestar atenção nesses indutores, está deixando dinheiro na mesa:

1. entrega grátis: 73%;
2. cupons e descontos: 58,2%;
3. avaliações de outros consumidores: 48,9%;
4. check-out simplificado;
5. entrega no dia seguinte: 44,7%;
6. opção de parcelamento sem juros: 43,4%;
7. facilidade para retornar: 36,9%;
8. pontos fidelidade: 36,4%;
9. selo de sustentabilidade: 28,7%;
10. likes e comentários em redes sociais: 24,5%;
11. conteúdo exclusivo: 19,6%;
12. chat on-line: 19,2%;
13. pagamento em dinheiro na entrega: 16,7%;
14. clique e coleta: 11,9%; e
15. check-out como visitante: 11,6%.

O faturamento teve grande variação esse ano nos principais segmentos, embora algumas visões tenham ficado sem comparação por terem sido alteradas. A seguir, o comportamento de compras nos segmentos:

- **eletrônicos:** de US\$ 5.66 bilhões para US\$ 16.38 bilhões;
- **moda:** de US\$ 4.51 bilhões para US\$ 7.13 bilhões;
- **móveis e utensílios:** de US\$ 3.53 bilhões para US\$ 3.15 bilhões;
- **brinquedos, bricolagem e lazer:** de US\$ 4.09 bilhões para US\$ 1.67 bilhão;
- **cuidado pessoal:** de US\$ 1.3 bilhão para US\$ 3.43 bilhões;
- **alimentos:** US\$ 4.44 bilhões*;
- **bebidas:** US\$ 256.6 milhões*;
- **mídia física:** US\$ 781.4 milhões*.

* Não havia dado específico no ano anterior.



TABELA 1 – APPS MAIS BAIXADOS

| POSIÇÃO | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1 | Facebook Messenger | TikTok | TikTok |
| 2 | Facebook | Caixa TEM | Shopee |
| 3 | WhatsApp | WhatsApp | Kwai |
| 4 | Instagram | Facebook | Instagram |
| 5 | Kwai | Instagram | WhatsApp |
| 6 | Uber | Kwai | Nubank |
| 7 | Netflix | Google Meet | Shein |
| 8 | 99 Táxi | Americanas | Facebook |
| 9 | Mercado Livre | Shopee | Resso |
| 10 | Caixa | Facebook Messenger | PicPay |

Fonte: Date Reportal, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3lic9tp>>. Elaboração do autor.

TABELA 2 – TOTAL DE USUÁRIOS ATIVOS

| POSIÇÃO | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1 | WhatsApp | WhatsApp | WhatsApp |
| 2 | Facebook | Facebook | Facebook |
| 3 | Facebook Messenger | Instagram | Instagram |
| 4 | Instagram | Facebook Messenger | Facebook Messenger |
| 5 | Uber | Netflix | TikTok |
| 6 | Netflix | TikTok | Netflix |
| 7 | Mercado Livre | Spotify | Mercado Livre |
| 8 | Spotify | Uber | Spotify |
| 9 | Caixa | Mercado Livre | Uber |
| 10 | Waze | Ifood | Ifood |

Fonte: Date Reportal, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3lic9tp>>. Elaboração do autor.



As compras por aplicativos de delivery tiveram crescimento de 25,5%, pelo segundo ano consecutivo, chegando a 54,43 milhões de compradores e faturamento de US\$ 2.65 bilhões.

MOBILE

O celular é, há anos, o equipamento mais utilizado pelos internautas brasileiros para acesso à internet. Em 2022, esse acesso cresceu 1,1% e chegou a 97,2% da população navegando via celular. Na outra ponta, acessos via computador caíram 6%, chegando a 76,7%.

Em número de downloads, o TikTok continua na liderança, tendo a Shopee em segundo lugar, após ganhar sete posições, e Kwai subindo de sexto para a terceira colocação. Instagram, WhatsApp e Facebook continuam na lista, caindo algumas posições. O e-commerce Shein entra no grupo dos novatos, juntamente aos bancos Nubank e PicPay e o streaming de música Resso. Ver Tabela 1.

Com relação ao total de usuários ativos, as posições mudam pouco e os presentes na lista não se alteraram nos 2 últimos anos, com destaque

para o grupo Meta nas quatro primeiras colocações e TikTok logo atrás, passando a ocupar a quinta. Ver Tabela 2.

Essas informações ratificam a relevância da internet para a população brasileira e joga luz sobre o comportamento do consumidor, que se consolida cada vez mais pelos canais digitais. Nesse sentido, vale reforçar a importância da presença digital com foco em vendas como estratégia fundamental para sobrevivência e expansão dos negócios e dos dados como balizador dessa tomada de decisão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Ivan Tonet

Analista de Relacionamento com Clientes no Sebrae. Especialista em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral (FDC)

PODE CONFIAR: PROTEÇÃO VEICULAR É LEGAL

Acesse: protecaoveicularelegal.com.br

para saber mais e se associar a uma filiada AAAPV





O PLANO DA MODERNIZAÇÃO E O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DO FRANCHISING



FOTO: FREEPIK

O Fórum Nacional de Modernização do Estado (FNME), que aprovou o Plano da Modernização, foi criado como instância máxima de governança da Política Nacional de Modernização do Estado – Moderniza Brasil, conforme definido no Decreto n.º 10.609, de 26 de janeiro de 2021.

O colegiado tem por objetivo assessorar a Presidência da República na integração, na articulação, na implementação, no monitoramento e na avaliação de políticas, de programas, de ações e de iniciativas de modernização do Estado. De forma esquemática, tem-se, na Figura 1, o objetivo do FNME. Ver Figura 1.

A estrutura do FNME é composta por Plenário, Câmaras Temáticas, Grupos de Trabalho

e Secretaria-Executiva. Tem como princípios e diretrizes a transparência, a eficiência, o planejamento, a cooperação entre os agentes públicos e privados e o conhecimento como fonte de ação.

O Plenário é presidido pelo ministro de Estado Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República e é formado por representantes – obrigatoriamente ocupantes de cargo de Natureza Especial (NES) – da Casa Civil; do Ministério da Economia; do Ministério das Comunicações; do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações; da Controladoria-Geral da União; da Secretaria de Governo da Presidência da República; da Advocacia-Geral da União e da Secretaria Especial de Modernização do Estado da Presidência da República.

A POLÍTICA DE MODERNIZAÇÃO VERSUS O PLANO DA MODERNIZAÇÃO?

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.

Além disso, a Política Nacional de Modernização do Estado – Moderniza Brasil se organiza por cinco eixos (Figura 2), que contemplarão, de forma agregada, os temas estratégicos e impulsores da modernização do Estado nos próximos anos. Ver Figura 2.

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. Ademais, os temas e os objetivos a serem tratados em cada eixo, geralmente, têm caráter de transversalidade e sinergia.

Assim, a premissa da integração presente se revela também como importante no âmbito da Política Nacional de Modernização, evidenciando que a efetiva concretização dos princípios, das diretrizes e das expectativas dos beneficiários depende do desenvolvimento equilibrado e coordenado entre os eixos.

INSTRUMENTOS DO MODERNIZA BRASIL

A Política Nacional de Modernização do Estado – Moderniza Brasil previu dois instrumentos principais, sem prejuízo de outros a serem constituídos, sempre se observando os seus princípios, diretrizes e eixos. Os instrumentos, já publicizados no Decreto n.º 10.609/2021, são os seguintes:

1. Plano Nacional de Modernização do Estado – Plano da Modernização; e
2. Selo Nacional de Modernização do Estado – Selo da Modernização.

O Plano da Modernização segue os eixos e as diretrizes da Política Nacional de Modernização do Estado, identificando ações prioritárias de modernização, para construção dos Objetivos Específicos e seus Indicadores. A vigência será de 1º de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2023.

Portanto, o Plano da Modernização, que foi aprovado por meio da Resolução do FNME n.º 2, de 23 de dezembro de 2021, trouxe para os Eixos Temáticos acima os Objetivos Específicos e seus indicadores aos respectivos eixos. Já o Selo da Modernização terá os objetivos de identificar, de certificar e de incentivar as iniciativas de modernização do Estado. Esse instrumento está em fase final de elaboração e, em breve, terá o primeiro edital de seleção divulgado.

Portanto, a partir de agora, traremos o detalhamento do Plano da Modernização e, posteriormente, sua vinculação com a melhoria do Ambiente de Negócios do Franchising.

DETALHAMENTO DO PLANO DA MODERNIZAÇÃO

Primeiramente, cabe esclarecer que as Câmaras Temáticas do FNME foram instrumentos para validação dos Objetivos Específicos e seus indicadores. Durante as reuniões ocorridas em outubro e novembro de 2021 foram validados todos os Objetivos Específicos dos Eixos Temáticos. Dessa forma, a partir da validação dos Objetivos Específicos, pode-se ter o Mapa Estratégico do Moderniza Brasil, pois, com o Decreto que instituiu o Moderniza Brasil, tínhamos, até então, somente os cinco eixos. Com o Plano passamos a ter, portanto, o destrinchamento dos eixos em Objetivos Específicos e Indicadores.



FOTO: ENVATO / GETTY IMAGES

No que diz respeito aos indicadores, optou-se por validá-los em formato de índice estruturante e, durante as reuniões de 2022, serão definidos os indicadores base ou específicos que compõem cada índice estruturante, bem como sua metodologia de cálculo e eventuais metas.

Assim, temos o seguinte detalhamento para cada um dos Eixos Temáticos da Política Nacional de Modernização do Estado:

Eixo 1 – Ambiente de Negócios Próspero

Assim, foram validados e aprovados três Objetivos Específicos e três indicadores para o Eixo Temático 1, Ambiente de Negócios Próspero, para compor o Plano da Modernização (Resolução do FNME n.º 2/2021). Ver Figura 3.

Eixo 2 – Capacidades do Estado Moderno

Assim, foram validados e aprovados quatro Objetivos Específicos e seis indicadores para o Eixo Temático 2, Capacidades do Estado Moderno, para compor o Plano da Modernização (Resolução do FNME n.º 2/2021). Ver Figura 4.

Eixo 3 – Evolução dos Serviços Públicos

Assim, foram validados e aprovados quatro Objetivos Específicos e cinco indicadores para o Eixo Temático 3, Evolução dos Serviços Públicos, para compor o Plano da Modernização (Resolução do FNME n.º 2/2021). Ver Figura 5.

Eixo 4 – Cooperação e Articulação entre Agentes Públicos e Privados

Assim, foram validados e aprovados três Objetivos Específicos e 14 indicadores para o Eixo Temático 4, Cooperação e Articulação entre Agentes Públicos e Privados, para compor o Plano da Modernização (Resolução do FNME n.º 2/2021). Ver Figura 6.

Eixo 5 – Governo e Sociedade Digital

Assim, foram validados e aprovados 3 Objetivos Específicos e 14 foram validados e aprovados, 4 Objetivos Específicos e 23 indicadores para o Eixo Temático 5, Governo e Sociedade Digital, para compor o Plano da Modernização (Resolução do FNME n.º 2/2021). Ver Figura 7.

“O Moderniza Brasil e seu respectivo instrumento (Plano da Modernização) surgem na esteira das ações que buscam tornar a Administração Pública mais efetiva”

COMO ANDA O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DO FRANCHISING?

Para a análise do Ambiente de Negócios do Franchising buscamos os dados da Pesquisa de Desempenho do Franchising Brasileiro, realizada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF).

No que diz respeito ao faturamento, a pesquisa registra R\$ 185,068 bilhões de faturamento em 2021. Portanto, o Ambiente de Negócios do Franchising não apenas apurou crescimento nominal de 10,7% sobre o ano anterior, como recuperou o patamar de receita apurado antes do início da pandemia, em 2019, quando a receita do setor atingiu R\$ 186,755 bilhões. Resumidamente, temos, no Gráfico 1, o faturamento dos últimos 5 anos.

Além disso, temos que, de 2020 para 2021, o setor de franquias também registrou expansões expressivas em número de unidades (+9,1% para 170.999) e em redes de franquia (+8,0% para 2.882). Resumidamente, temos, no Gráfico 2, o número de redes do Ambiente de Negócios do Franchising dos últimos 5 anos.

Além disso, no Ambiente de Negócios do Franchising, verifica-se um boom do e-commerce com uma maior adesão às franquias

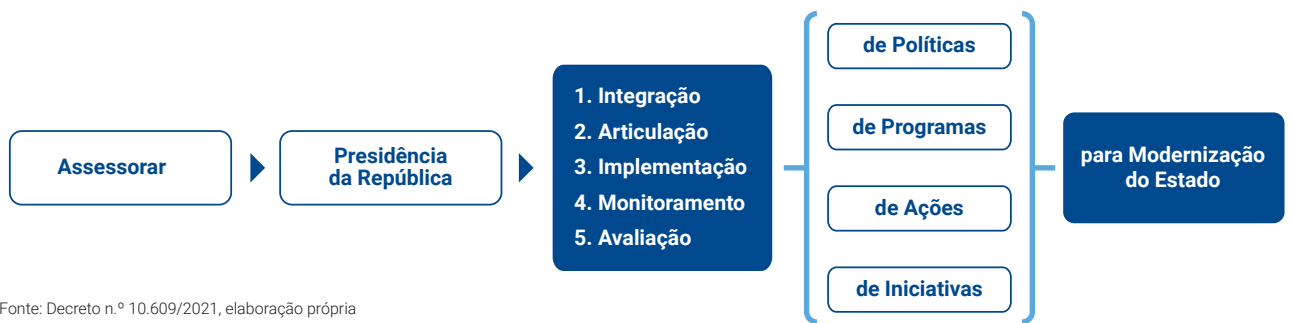
home based e virtuais, que têm uma implantação mais rápida e com menor demanda de investimento. Inclusive, no levantamento da Associação Brasileira de Franchising, no que diz respeito à operação das unidades, 82% operam com lojas (ante 90% de 2020) e 18% operam com outros modelos (ante 10% do ano anterior), como quiosques, *home based*, unidades móveis e formatos digitais.

Outro grande destaque do Ambiente de Negócios do Franchising foi o crescimento do número de empregos diretos. No ano passado, houve um aumento de +12,1% para 1.411.319. Em 2021, em média, cada unidade de franquia gerou oito empregos diretos. Muitos desses trabalhadores estão em sua primeira experiência e as redes têm o importante papel de formação. Resumidamente, temos, no Gráfico 3, a geração do número de empregos do Ambiente de Negócios do Franchising dos últimos 5 anos.

Do mesmo modo dos dados da Pesquisa de Desempenho do Franchising Brasileiro, o levantamento apurou que a taxa de mortalidade caiu de 9,2% em 2020 para 5,5% em 2021, retornando a patamares próximos ao período pré-pandemia. O número de unidades abertas também aumentou de 6,6% para 14,6% na comparação dos períodos, fazendo com que o saldo de unidades passasse de um déficit de -2,6% para um excedente de 9,1%, totalizando 170.999 unidades – temos que de 2020 para 2021 houve um aumento no número de unidades em +9,1%. Resumidamente, temos, no Gráfico 4, o número de Unidades do Ambiente de Negócios do Franchising dos últimos 5 anos.

Por fim, com base nos dados Pesquisa de Desempenho do Franchising Brasileiro, projeta-se para o Ambiente de Negócios do Franchising em 2022 um crescimento de 9% do faturamento (superando R\$ 200 bilhões), de 5% das redes (rompendo a marca de 3 mil), de 7% em unidades (para quase 183 mil) e de 5% no número de empregos diretos gerados pelo setor (para perto de 1,5 milhão). Ver Quadro 1.

Figura 1 – Objetivo do Fórum Nacional de Modernização do Estado (FNME)



Fonte: Decreto n.º 10.609/2021, elaboração própria

Figura 2 – 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: Decreto n.º 10.609/2021, elaboração própria

Figura 3 – Objetivos Específicos do Eixo Temático 1

| AMBIENTE DE NEGÓCIOS PRÓSPERO | | | |
|-------------------------------|--|---|---|
| OBJETIVOS | FACILITAR AS REGRAS PARA ABERTURA E FECHAMENTO DE EMPRESAS | PROMOVER O APERFEIÇOAMENTO DAS LEGISLAÇÕES TRIBUTÁRIA, REGULATÓRIA E ADMINISTRATIVA DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS | INCENTIVAR A MODERNIZAÇÃO DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS NAS DIFERENTES ESFERAS GOVERNAMENTAIS (UNIÃO, ESTADOS E MUNICÍPIOS) |
| INDICADORES | Tempo Médio de Abertura de Empresas | Facilidade de se fazer negócios no Brasil | Subnacional (Média simples da colocação do Brasil nos índices subnacionais publicados) |

Fonte: Elaboração Própria (2022)

Figura 4 – Objetivos Específicos do Eixo Temático 2

| CAPACIDADES DO ESTADO MODERNO | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|---|
| OBJETIVOS | APRIMORAR OS PROCESSOS DE TRABALHO | SIMPLIFICAR AS ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS DO ESTADO | FORTALECER A PROFISSIONALIZAÇÃO DA ATUAÇÃO PÚBLICA | FOMENTAR A INOVAÇÃO EM GOVERNO |
| INDICADORES | Economia de recursos oriundos do aprimoramento de processos | Redução de cargos na administração pública federal | Melhoria da percepção do cidadão do serviço público prestado | Quantidade de soluções e modelos incorporados como projetos de Estado |
| | Quantidade de processos de trabalhos mapeados, revisados e implantados | Eliminação de estruturas que exerçam as mesmas atividades para as mesmas finalidades | | |

Fonte: Elaboração Própria (2022)



Figura 5 – Objetivos Específicos do Eixo Temático 3

| EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS | | | |
|--------------------------------|---|--|--|
| OBJETIVOS | AMPLIAR A CAPACIDADE DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO COM O CIDADÃO | APRIMORAR OS SERVIÇOS PÚBLICOS OFERTADOS | PROMOVER A INTEGRAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE SERVIÇOS E POLÍTICAS PÚBLICAS |
| INDICADORES | Índice de interação com o cidadão | Índice de otimização de serviços | Índice de integração das plataformas |
| | | Número de serviços oferecidos por aplicativos em dispositivos móveis | |
| | | Percepção da qualidade dos serviços públicos a ser medida em pesquisa de opinião | |

Fonte: Elaboração Própria (2022)

Figura 6 – Objetivos Específicos do Eixo Temático 4

| COOPERAÇÃO E ARTICULAÇÃO ENTRE AGENTES PÚBLICOS E PRIVADOS | | | |
|--|--|---|---|
| OBJETIVOS | FORTALECER AS INSTÂNCIAS PERMANENTES DE DIÁLOGO E PACTUAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS COM OS ENTES FEDERADOS | AMPLIAR A COLABORAÇÃO ENTRE OS SETORES PÚBLICO E PRIVADO, COORDENANDO ESFORÇOS PARA AUMENTAR A QUALIDADE E A EFICIÊNCIA DOS SERVIÇOS PÚBLICOS | FOMENTAR O EMPREENDEDORISMO |
| INDICADORES | Número de governos estaduais e municipais participantes | Adesão das entidades mapeadas e convidadas a participar | Taxa de crescimento do Programa Nacional de Educação Empreendedora - PNEE |
| | Número de pactos de políticas públicas firmados | Quantidade de propostas apresentadas pelas entidades participantes | Quantidade de empreendimentos criados |
| | Pelo Portal, acompanhar: número de pactos firmados ou selos da modernização concedidos | Percepção da qualidade dos serviços públicos a ser medida em pesquisa de opinião | Quantidade de empreendedores beneficiados |
| | | Pelo Portal, acompanhar: número de pactos firmados ou selos da modernização concedidos | Principal processo: número de alunos atingidos pela meta |
| | | | Número de escolas envolvidas |
| | | | Número de temas de treinamentos disponibilizados |
| | | | Número de horas/aula disponibilizado em temas |

Fonte: Elaboração Própria (2022)



Figura 7 – Objetivos Específicos do Eixo Temático 5

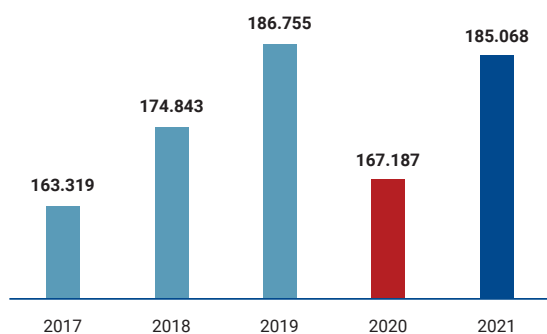
| GOVERNO E SOCIEDADE DIGITAL | | | | |
|-----------------------------|---|--|---|---|
| OBJETIVOS | PROMOVER A DIGITALIZAÇÃO E DIGITIZAÇÃO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS | GARANTIR O ACESSO E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO | PROMOVER A INCLUSÃO DIGITAL DOS CIDADÃOS | FOMENTAR A PARTICIPAÇÃO SOCIAL NOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO ESTADO |
| INDICADORES | Número de serviços públicos digitais do governo federal disponibilizados no gov.br | Índice de Segurança da Informação | Quantitativo de usuários com acesso aos serviços do governo federal por meio digital | O fomento da participação social nos serviços prestados pelo Estado |
| | Número de serviços públicos digitais dos governos estaduais e municipais disponibilizados no gov.br | Disponibilidade de acesso aos serviços | Percentual de domicílios com acesso à internet | Quantidade de serviços com Módulo de Avaliação implantados |
| | Número de serviços pactuados entre os 3 órgãos (SEME, SGD e órgão dono de serviço) | Quantitativo de serviços aderentes ao Login Único | Número de cidadãos com ID digital | Nota média dos serviços públicos digitais |
| | Percentual de avaliações positivas em relação à qualidade dos serviços públicos digitalizados e digitizados | Número de serviços públicos integrados via Conecta | Quantitativo de usuários com acesso aos serviços do governo federal por meio digital por região | Percentual e avaliações positivas dos serviços no gov.br |
| | | | | Número de órgãos públicos que submetem consulta pública no Participa+Brasil |
| | | | | Quantidade mensal de comentários/sugestões no Participa + Brasil |
| | | | | Avaliação on-line: acompanhar painel de avaliação do gov.br |
| | | | | Pelo Participa + Brasil, acompanhar: número de comentários e sugestões e quantidade de órgãos |
| | | | | Quantitativo de compromissos de governo aberto pactuado pelos estados e municípios |
| | | | | Quantitativo de compromissos de governo aberto pactuado pela União |
| | | | | Número de conselheiros participantes do Conselho de Usuários |

Fonte: Elaboração Própria (2022)

Assim, podemos inicialmente inferir que entre os fatores que contribuíram para o desempenho do franchising em 2021 estão a suspensão das medidas restritivas de distanciamento social, ampliando o funcionamento do comércio em geral; o aumento do movimento dos shopping centers, com a retomada gradual dos hábitos dos

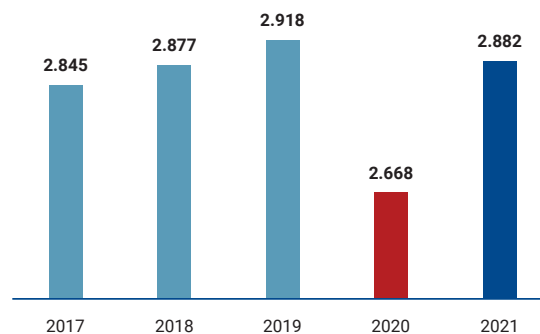
consumidores; o bom desempenho de alguns setores beneficiados pela maior permanência das famílias em casa; e os ganhos de eficiência das redes de franquias, que investiram mais na digitalização de suas operações, na multicanalidade e em novos modelos de negócios (*home based* e virtuais).

Gráfico 1 – Faturamento do Franchising
(Valor em R\$ bilhões)



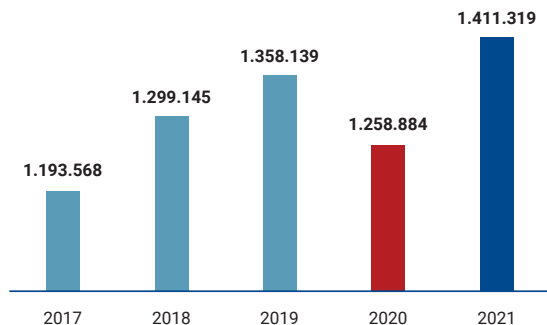
Fonte: Elaboração Própria (2022), a partir de dados da pesquisa da ABF

Gráfico 2 – Número de Redes do Franchising



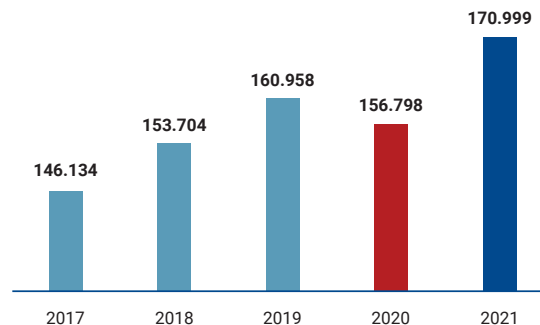
Fonte: Elaboração Própria (2022), a partir de dados da pesquisa da ABF

Gráfico 3 – Geração de Empregos do Franchising



Fonte: Elaboração Própria (2022), a partir de dados da pesquisa da ABF

Gráfico 4 – Número de Unidades do Franchising



Fonte: Elaboração Própria (2022), a partir de dados da pesquisa da ABF

Quadro 1 – Projeções 2022 para o Franchising

| ASPECTO | % | Valor |
|-------------|-----|---------------------|
| Faturamento | +9% | R\$ 201.724 bilhões |
| Redes | +5% | 3.026 |
| Unidades | +7% | 182.969 |
| Empregos | +5% | 1.481.885 |

Fonte: Elaboração Própria (2022), a partir de dados da pesquisa da ABF

Entretanto, para o avanço do ambiente de negócios do franchising de forma mais célere em todos os aspectos, mas, em especial, no aumento de unidades e na maior geração de empregos, um ambiente menos burocrático e com uma carga tributária mais equilibrada certamente alavancariam ainda mais esses resultados. No Plano da Modernização, verifica-se a busca para alcançar tais desafios com os seguintes Objetivos Específicos:

1. promover alterações das normas visando à simplificação, à unificação e à automatização dos processos, proporcionando aos empresários menor tempo na realização das tarefas;
2. incentivar a modernização do ambiente de negócios nas diferentes esferas governamentais (União, estados e municípios);
3. facilitar as regras para abertura de empresas; e
4. fomentar o empreendedorismo.

Além disso, os reflexos das ações e das medidas a serem tomadas pelo governo no âmbito do Plano da Modernização para o alcance dos seus Objetivos Específicos e Indicadores devem aparecer com mais força durante os anos de 2022 e 2023, dado que, de forma geral, as políticas públicas demoram alguns meses para chegar a seu desempenho pleno.

O Moderniza Brasil e seu respectivo instrumento (Plano da Modernização) surgem 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 governo para empresa; aumentar a transparência e reduzir a corrupção; e melhorar a governança e a supervisão e modernizar o Estado.

Ora, o Ambiente de Negócios do Franchising é pujante, como se verifica nos dados da pesquisa de Desempenho do Franchising Brasileiro. O Plano da Modernização, em todos os seus Eixos Temáticos, com os respectivos Objetivos Específicos atua para melhorar esse Ambiente de Negócios do Franchising – alguns mais diretamente, outros indiretamente.

Atualmente, um dos grandes pilares da modernização do Estado é a Modernização do Ambiente de Negócios, atuando fortemente com escopo na melhoria dos seguintes aspectos: abertura de empresas, obtenção de alvarás, registro de propriedades, pagamento de impostos e execução de contratos.

E ainda, atualmente, todos os brasileiros podem acessar as melhores práticas nesses aspectos acima citados e cobrarem as melhorias nos diversos âmbitos governamentais, as quais estão disponíveis no seguinte endereço eletrônico <<https://www.gov.br/secretariageral/pt-br/moderniza-brasil/doing-business-subnacional/melhores-praticas-nacional>>.

Por fim, o mais importante, ainda, de tudo isso, é que a Governança do Plano da Modernização, que fará monitoramentos e avaliações trimestrais, se dará no FNME, por meio das três câmaras temáticas, de caráter permanente, nas seguintes áreas: Modernização do Ambiente de Negócios, Governo Digital e Sociedade Digital, inclusive, com a participação da sociedade por meio de especialistas e representantes de entidades privadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Edivan do Socorro F. de Miranda

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



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



“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 pequeno porte, indústria de médio e grande porte, comércio de pequeno porte, comércio de médio e grande porte, serviços de pequeno porte e serviços de médio e grande 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 Crise de Imagem



BRASIL COMO “CRIADOURO” DE ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO

Recentemente empossado como ministro da Ciência, Tecnologia e Inovações, Paulo Alvim, ainda à frente da Secretaria de Empreendedorismo e Inovação (Sempi), concedeu entrevista à Revista do Franqueado. Tratou de temas como o Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT), o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador e a destinação de recursos para parques tecnológicos, laboratórios de prototipagem e centros de inovação, estruturas conhecidas, também, como “ecossistemas de inovação” – ambientes que promovem o desenvolvimento da sociedade do conhecimento. Com as previsões de investimentos para os próximos anos, o País tem tudo para se tornar um “criadouro” desse tipo de negócio.

*Entrevista realizada durante o mês de março de 2022, antes da nomeação do senhor Paulo Alvim ao cargo de ministro.



Formado em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília (UnB), Paulo César Rezende de Carvalho Alvim já atuou na Secretaria de Ciência e Tecnologia da Presidência da República, no Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio, no Governo do Distrito Federal, na Finep/MCTI, no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/MCTI) e no Sebrae Nacional. É o atual ministro da Ciência, Tecnologia e Inovações e antes estava à frente da Secretaria de Empreendedorismo e Inovação (Sempi), que faz parte da pasta.

Dentre as competências da Secretaria de Empreendedorismo e Inovação (Sempi), destaca-se o propósito de propor programas, projetos, ações e estudos que subsidiem a formulação e a implementação de políticas de estímulo e programas de desenvolvimento tecnológico, empreendedorismo e inovação. Quais ações programáticas foram implementadas pela Sempi após a institucionalização em 28 de outubro de 2020, por meio do Decreto n.º 10.534, da Política Nacional de Inovação?

MINISTRO PAULO ALVIM – A Política Nacional de Inovação objetiva organizar a atuação do Estado brasileiro em relação ao tema, que por sua natureza é transversal, envolvendo vários ministérios. Assim, o Decreto n.º 10.534/2020 também criou a Câmara de Inovação, colegiado composto por dez ministérios e liderado pela Casa Civil, a qual tem se reunido periodicamente, já tendo como resultados a elaboração da Estratégia Nacional de Inovação – documento que estabelece iniciativas estratégicas voltadas para enfrentar os principais desafios a serem superados para que o País dê um salto na produção inovadora. Além disso, fazem parte da Estratégia os planos de ação temáticos, que identificaram as principais ações a serem realizadas dentro do gover-

no, em vários ministérios, em prol da inovação. A partir da publicação da Estratégia, a Câmara tem trabalhado em identificar quais ações seriam necessárias para se alcançar os resultados esperados com as iniciativas estratégicas. Para isso, foram criados, inicialmente, dois grupos de trabalho: um que busca identificar ações que melhorem a interação entre instituições de pesquisa e o setor produtivo, e outro que está trabalhando para identificar as principais necessidades de formação acadêmica relacionadas à inovação. Ambos os grupos devem entregar seus resultados no segundo semestre de 2022. Além disso, a secretaria tem trabalhado intensamente para ampliar os recursos disponíveis para o ecossistema de inovação, apoiando iniciativas e programas de alto impacto e alinhados com os objetivos da Política Nacional de Inovação. Cabe destacar, entre outras iniciativas, o edital de apoio a ambientes de inovação (parques tecnológicos, centros de inovação, laboratórios de prototipagem etc.), com previsão de R\$ 600 milhões de investimentos em 3 anos; a retomada do programa RHAE, de bolsas para pesquisadores em empresas, cujo edital de 2021 contemplará mais de R\$ 100 milhões em projetos; a diversidade de programas de apoio às startups, como o Centelha, o Conecta Startup Brasil, o Mulheres

Inovadoras e o Tecnova; e os diversos editais de subvenção a projetos inovadores, como o recém-lançado edital de R\$ 80 milhões para projetos na área de inteligência artificial. Além disso, a Secretaria tem trabalhado no aperfeiçoamento de instrumentos consagrados, como a Lei do Bem – não só por meio da melhoria da fiscalização, mas debatendo com o Congresso Nacional futuras alterações legislativas.

O Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT), criado em 1969, tem como objetivo financiar a inovação e o desenvolvimento científico e tecnológico, com vistas a promover o desenvolvimento econômico e social do País. Os editais do Ministério da Ciência, Tecnologias e Inovações (MCTI) têm contemplado projetos de empreendedorismo e inovação que favorecem as micros, pequenas e empresas de pequeno porte que operam nos setores comercial, industrial, de serviços e do agronegócio em todas as regiões do País. O corte dos recursos do FNDCT prejudicou a implementação da Chamada Universal (novos editais), anunciada pelo MCTI em agosto de 2021?

MINISTRO PAULO ALVIM – Os cortes de 2021 comprometeram a execução do Plano Anual de Investimento 21, mas não comprometeram a chamada universal, pois, dos recursos liberados em 2021, foi priorizado o valor de R\$ 100 milhões da chamada universal. O restante está sendo liberado este ano. Ao todo, R\$ 200 milhões.

A inovação tecnológica é a grande aliada do empreendedor, uma vez que, por meio da tecnologia, processos podem ser automatizados e padronizados, a fim de diminuir custos e alcançar

melhorias. Considerando tal premissa, podemos afirmar que o desafio da Sempí de identificar e selecionar tecnologias existentes ou em desenvolvimento para aplicação nos setores estratégicos e no bem-estar da sociedade constitui uma ação prioritária da própria Sempí?

MINISTRO PAULO ALVIM – Sim, e realizamos esse acompanhamento por meio de programas como o Centelha, que busca ideias com grande potencial de se tornarem um negócio de sucesso e que desenvolvam produtos, processos ou serviços inovadores, que contribuam para o desenvolvimento da economia nacional. Outro exemplo é o programa Conecta Startup Brasil, que busca fomentar o empreendedorismo e estimular a Inovação Aberta por meio de uma ação integrada de ideação, conexão, capacitação e investimento, cujo principal objetivo consiste em aumentar a densidade de startups brasileiras alinhadas a desafios reais do setor produtivo. Temos, ainda, o programa Núcleos de Apoio à Gestão da Inovação para Transformação Digital do setor produtivo, conhecido como Nagi Digital, entre outras iniciativas.

“

Nos últimos 10 anos, o número de parques tecnológicos em operação no Brasil saltou de 20 para 55, uma alta de 175% nesse período

”

No estudo Parques Tecnológicos do Brasil (MCTI, 2021), o senhor destacou a importância desses equipamentos como instrumentos determinantes para o fortalecimento das ações de fomento à inovação no setor produtivo, para estimular o aumento da produtividade e da competitividade das empresas e demais instituições que gerem inovação no País. Na sua opinião, tendo em vista a complexidade de planejamento, de gestão e de operação de um parque tecnológico, quais são os fatores críticos de sucesso para que esses empreendimentos ope-



rem efetivamente como agentes promotores do desenvolvimento em empresas existentes e, notadamente, na criação de novas empresas de base tecnológica? Quais os impactos das ações programáticas do Programa Nacional de Apoio aos Ambientes Inovadores (PNI) nos parques tecnológicos que operam no País?

MINISTRO PAULO ALVIM – A Portaria MCTI n.º 6.762, de 17 de dezembro de 2019, instituiu o Programa Nacional de Apoio aos Ambientes Inovadores (PNI), visando a fomentar o surgimento e a consolidação de ecossistemas de inovação e de mecanismos de geração de empreendimentos inovadores no País. Essa Portaria traz, entre outras coisas, a definição do que se considera um parque tecnológico, como sendo um dos possíveis ecossistemas de inovação:

“II – ecossistemas de inovação - espaços que agregam infraestrutura e arranjos institucionais e culturais, que atraem empreendedores e recursos financeiros, constituem lugares que potencializam o desenvolvimento da sociedade do conhecimento, e compreendem, entre outros:

a) parque científico e tecnológico - complexo planejado de desenvolvimento empresarial e tecnológico, promotor da cultura de inovação, da competitividade industrial, da capacitação empresarial e da promoção de sinergias em atividades de pesquisa científica, de desenvolvimento tecnológico e de inovação, entre empresas e uma ou mais ICTs, com ou sem vínculo entre si”. O estudo mencionado na questão pode ser acessado por meio do QR Code no final dessa entrevista.

Um levantamento realizado pelo MCTI em parceria com a Universidade Federal de Viçosa (UFV) mostra a evolução da disseminação

de parques tecnológicos no País. Nos últimos 10 anos, o número de parques tecnológicos em operação no Brasil saltou de 20 para 55, uma alta de 175% nesse período. A maior parte desses parques está localizada na Região Sul do País, 28 no total. Nas demais regiões, 19 estão na Região Sudeste, 7 na Nordeste, 3 na Centro-oeste e 1 na Norte. O estudo sobre os sistemas de gestão e governança dos parques tecnológicos no Brasil à luz do modelo da hélice tríplice – Fase II revela um dado interessante. Os parques tecnológicos brasileiros são relativamente jovens, uma vez que 20% têm mais de 14 anos de operação e

65% estão com menos de 10 anos de funcionamento. Sobre as áreas de atuação, 82% desses parques são voltados para o setor tecnologia da informação, seguido pelo de energia com 61%. A saúde, área importante para este momento de pandemia, tem 46% dos parques tecnológicos nacionais. Os dados foram colhidos pela plataforma MCTI InovaData-BR, desenvolvida ainda no início do projeto promovido no âmbito do Programa Nacional de Apoio aos Ambientes Inovadores (PNI), orientado pela Secretaria de Empreendedorismo e Inovação (Sempi/MCTI) por meio da Coordenação-geral de

Ambientes Inovadores e Startups, do Departamento de Empreendedorismo Inovador da Secretaria. Ainda de acordo com o levantamento, os parques tecnológicos nacionais empregam mais de 43 mil pessoas e tem um faturamento estimado em R\$ 3,7 bilhões por ano. Hoje, nos 55 parques tecnológicos em operação no País, estão hospedadas 1.993 empresas. Além de fazer uma fotografia dos parques tecnológicos nacionais, o estudo também aponta o que será preciso para vencer os desafios enfrentados pelo setor no futuro. Um desses desafios é a escassez de recursos para a expansão e melhoria da infraestrutura



A instalação de um parque tecnológico requer um profundo diagnóstico sobre a oportunidade, sua viabilidade e sua sustentabilidade





desses ambientes. Esse tem sido um dos gargalos para atrair empresas âncoras que financiem e apoiem as ideias inovadoras elaboradas a partir desses parques.

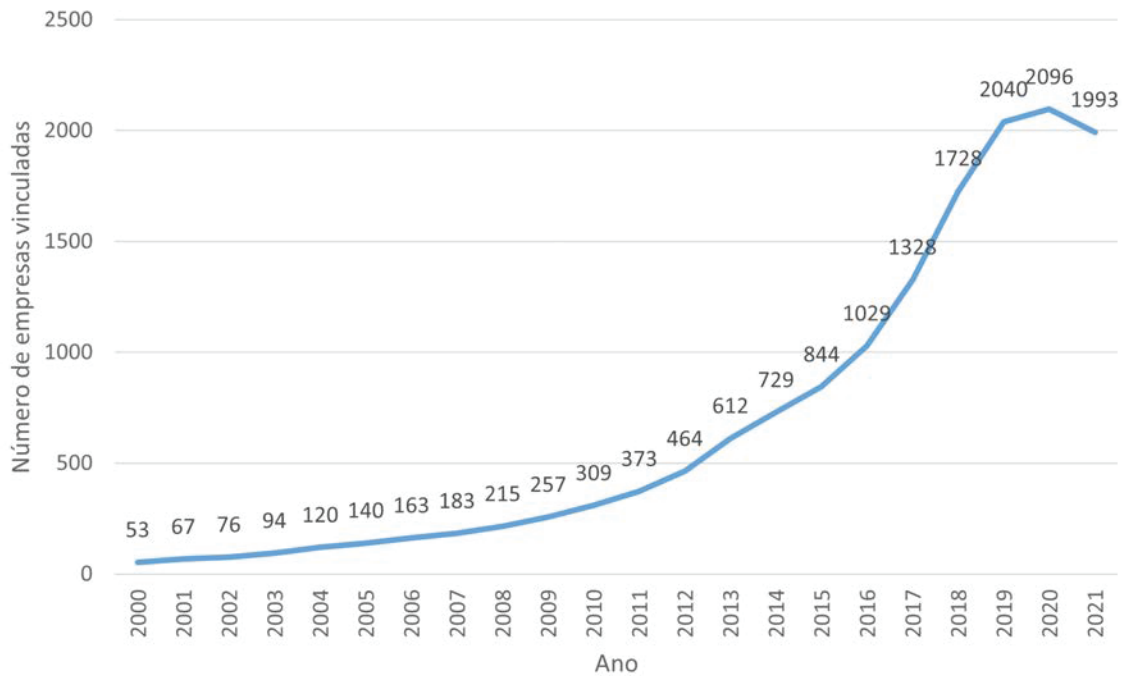
O estudo traz importantes elementos a serem considerados para o sucesso dos parques tecnológicos e relaciona os seguintes 15 fatores:

1. forte base científica e tecnológica;
2. processo de governança;
3. localização do parque;
4. infraestrutura;
5. cultura de inovação;
6. cultura empreendedora;
7. equipe de gestão qualificada;
8. serviço de valor agregado;
9. empresas âncoras;
10. network;
11. suporte governamental;
12. financiamentos para os residentes;
13. imagem e reputação;
14. idade do parque; e
15. tamanho do parque.

Como se pode ver, são muitos os fatores críticos para o sucesso de um parque tecnológico e devem sempre ser considerados tanto no momento da decisão de se criar e instalar uma organização dessa complexidade quanto na sua gestão. Ou seja, a instalação de um parque tecnológico requer um profundo diagnóstico sobre a oportunidade, sua viabilidade e sua sustentabilidade. Nesse sentido, torna-se decisivo que os principais atores do ecossistema de inovação (empresas, universidades e entes federativos) trabalhem de modo sinérgico e harmonioso. Assim, o modelo de gestão de um parque tecnológico requer uma capacidade de articulação e de mobilização de atores que tradicionalmente operam de forma autônoma. Tem-se, pois, o im-

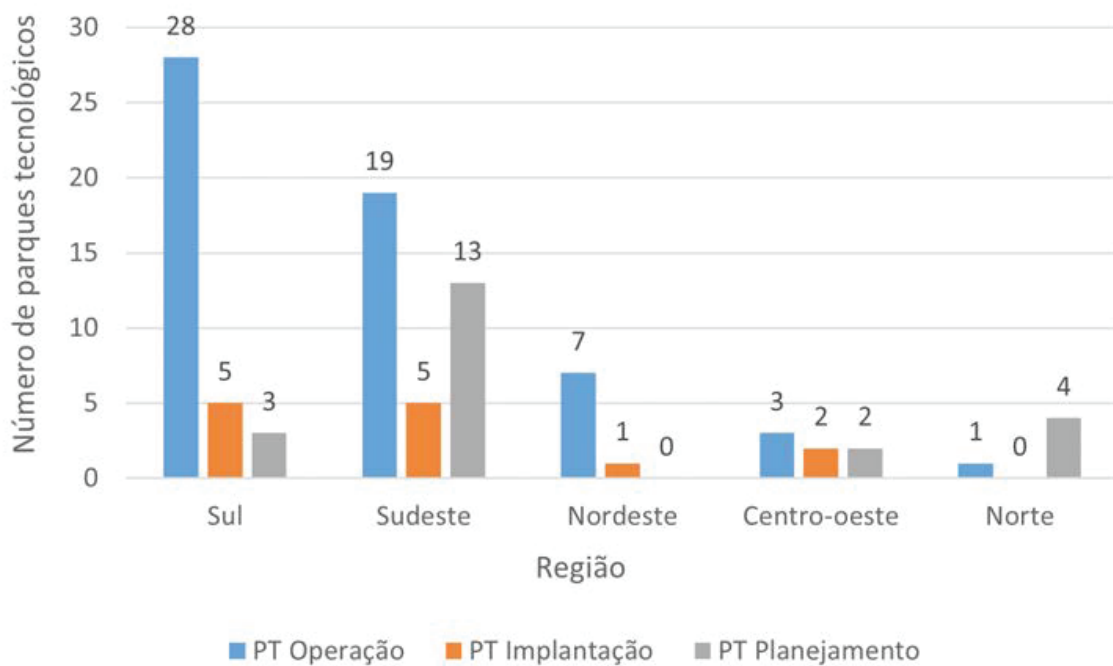


Figura 1 – Evolução do número de empresas vinculadas aos 55 parques tecnológicos em operação, com as Informações Gerais confirmadas na Plataforma MCTI-InovaData-Br, de 2000 a 2021.



Fonte: MCTI-InovaData-Br (2021).

Figura 2 – Localização regional das 93 iniciativas de parques tecnológicos, cadastradas no MCTI-InovaData-Br, em 2021, por região no Brasil.



Fonte: MCTI-InovaData-Br (2021).

perativo de se garantir um modelo de gestão e de negócios que não reste capturado por interesses particulares. Não pode ser um projeto orientado, por exemplo, apenas pelos interesses das entidades acadêmicas, nem de empresas específicas ou tampouco de governos, já que se trata de projeto de Estado em parceria com a sociedade. O processo de concepção, de implementação e de maturação de um parque tecnológico, em geral, extrapola o mandato de um governo e não pode sofrer descontinuidades. Assim, a forma adotada para a gestão e a governança de um parque tecnológico deve garantir autonomia e independência para que suas atividades não sofram solução de continuidade. Garantir que o processo decisório contemple as diferentes visões e os diferentes interesses em pauta se afigura como desafio nevrálgico. Diante da de toda essa dimensão e da importância que os parques adquiriram em nosso país, mesmo considerando as dificuldades econômicas pelas quais passamos, conseguimos voltar a apoiar tais ecossistemas de inovação. São vários editais, para ambientes de diferentes portes. O primeiro edital a ser lançado, para parques tecnológicos, irá destinar R\$ 180 milhões de recursos não reembolsáveis a projetos de parques em implantação ou em operação. O objetivo é incentivar o desenvolvimento tecnológico local e regional, o aumento da competitividade e a interação entre empresas e instituições de Ciência e Tecnologia, além de promover ecossistemas de inovação e da sociedade do conhecimento. Também já foram lançados os editais referentes aos Centros de Inovação e aos Laboratórios Abertos de Prototipagem. A estratégia de atendimento a ambientes de diferentes portes amplia o leque de atuação do Ministério, permitindo que os inves-



O primeiro edital a ser lançado, para parques tecnológicos, irá destinar R\$ 180 milhões de recursos não reembolsáveis a projetos de parques em implantação ou em operação



timentos não fiquem apenas focados em grandes centros. Como ressalta o diretor de Desenvolvimento Científico e Tecnológico da Finep, Marcelo Bortolini, “o edital vem atender importante demanda dos ecossistemas de inovação, que, desde 2013, não contavam com um programa desta monta. Os recursos aportados totalizam os valores dedicados aos parques nos últimos 10 anos, representando, assim, grande esforço para um novo impulso aos parques tecnológicos do Brasil.” Desde 2002, a Finep apoia a criação e o desenvolvimento de parques tecnológicos. Os dois primeiros editais datam de 2002, quando 11

projetos foram aprovados. O último, em 2013, apoiou 16. Esse suporte foi responsável pela estruturação dos principais parques tecnológicos e incubadoras do País, que tiveram a Finep/FNDCT como seu segundo maior financiador. É o caso do Porto Digital, que, já em 2018, totalizava cerca de 300 empresas instaladas; do Tecnopuc, eleito três vezes como o melhor parque tecnológico do Brasil pela Anprotec (2009, 2014 e 2016); e do Parque Tecnológico da UFRJ, eleito como o melhor do Brasil pela Anprotec, em 2013. Outros exemplos são o Parque Tecnológico de São José dos Campos, com 330 empresas e organizações vinculadas, e o Parque Tecnológico de

Campina Grande, que tem a Finep/FNDCT como sua maior financiadora. Mais informações sobre os editais em andamento podem ser obtidas no sítio da Finep (<http://www.finep.gov.br>).

Nos debates sobre o tema “Desafios para a Ciência e Tecnologia no Mundo Contemporâneo”, no II Congresso Brasileiro Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia (CoBICET), realizado em maio de 2021, o senhor chamou a atenção para o desafio de formar profissionais nas áreas de ciência



e de tecnologia, destacando que o País ocupa a 13ª posição no campo da ciência e tecnologia e 62º lugar no ranking de países que mais inovam. Existem iniciativas e ações, no MCTI, voltadas para a formação de profissionais com foco na correção desses desequilíbrios?

MINISTRO PAULO ALVIM – Sim. Há pelo menos 2 anos, a Secretaria de Empreendedorismo e Inovação tem apoiado iniciativas – alicerçadas na política para o setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), em que um dos principais objetivos concerne ao fomento, junto ao setor empresarial, da percepção de que investir em pesquisa e desenvolvimento, embasado particularmente na construção de interações com a Academia e Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs), é um elemento vital para a competitividade – que visam a ampliar a formação de recursos humanos especializados. Um elemento diferencial nessas iniciativas é que, por meio de abordagens metodológicas e pedagógicas, fundamentadas no enfrentamento de desafios reais identificados em diferentes cadeias de valor (propostos por empresas dos mais diferentes setores, como, finanças, agronegócios ou logística) e cuja superação exige o emprego de tecnologias no campo das TICs (como, por exemplo, a Inteligência Artificial ou técnicas de criptografia), busca-se tanto capacitar para o ingresso no mercado de trabalho, despertar para o interesse pela educação continuada para atuar em PD&I no campo das TICs quanto estimular vocações para empreender. Para tal, procura-se – afora a abordagem de capacitar por meio da solução de desafios – não apenas reforçar ou ampliar conteúdos que o estudante adquire em

sua instituição de Ensino, mas também ministrar disciplinas que o preparem do ponto de vista socioemocional. Como exemplo, posso citar o Projeto “Residência em TIC”, programa que tem como viés fortalecer a capacitação para atuar no desenvolvimento de softwares no atual paradigma – caracterizado por conectividade crescente, diversidade de plataformas e geração massiva de dados, cujos acesso e recuperação exigem desempenho e confiabilidade –, com parcela dos recursos aplicados por empresas incentivadas

no âmbito da Lei n.º 8.248, de 23 de outubro de 1991, a chamada Lei das TICs. O Projeto, que tem como meta capacitar mais de 40 estudantes universitários com a abordagem citada, já mobiliza mais de 15 ICTs – entre Universidades e Institutos de Pesquisa –, com previsão de aporte de montante superior a R\$ 100 milhões. Outra iniciativa, que julgo oportuna citar, é o Projeto IA2 (Inovação Aberta em Inteligência Artificial). Nesse caso, o que se prioriza é capacitar para empreender, incorporando aspectos subjacentes à abordagem empregada na residência em TIC – especialmente, no tocante a explorar o enfoque de treinar por meio da participação dos estudantes na realização de projetos que abordam situações reais propostos por empresas parceiras.

Com vistas a sistematizar e, eventualmente, ampliar essas iniciativas, além de sinalizar a disposição desta pasta ministerial em mobilizar diferentes instrumentos sob sua gestão (tais como, leis de incentivos à P&D, como o caso da citada Lei das TICs, ou o FNDCT) e a contribuir com esforços empreendidos por outros setores de governo ou mesmo da sociedade (caso do Sistema S) para o enfrentamento do desafio de ampliar a base de recursos humanos qualifi-



A Lei [que instituiu o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador] trouxe importantes mudanças nas regras para esse tipo de empresa, facilitando a inserção e a competitividade do Brasil no mercado global





cados num cenário de grande volatilidade que caracteriza a Economia Contemporânea, o MCTI lançou, em 2021, o programa “MCTI Futuro: Futuro do Trabalho, Trabalho do Futuro”, institucionalizado por meio da Portaria n.º 5.156, de 30 de agosto de 2021. Por meio do programa “MCTI Futuro”, tem-se como meta apoiar a capacitação de milhares de estudantes desde os níveis mais básicos de sua formação até o ensino superior e pós-graduação. O objetivo é, não apenas melhor capacitá-los para as novas exigências do mercado de trabalho, mas contribuir para que, ao criar pontes entre ações de fomento à ideiação (programa Centelha) ou ao empreendedorismo de base tecnológica (Start Up Brasil), fomentem-se um círculo virtuoso entre educação e trabalho de elevada qualificação. Além disso, há o incentivo à expansão das conexões entre

Academia/Institutos de PD&I e o setor empresarial, um dos focos da atuação do MCTI, o que certamente contribui para que se alcancem os objetivos preconizados pela Tríplice (Quádrupla) Hélice. Nesse momento, a Sempri, inclusive, já vem coordenando a submissão de novas iniciativas à avaliação da Coordenação do FNDCT e esperamos poder, em breve, dar ampla divulgação junto à sociedade em caso de acolhimento das propostas.

Em junho de 2021, o governo federal sancionou o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador. A Lei Complementar n.º 182/21 trouxe importantes mudanças nas regras para esse tipo de empresa, facilitando a inserção e a competitividade do Brasil no mercado global e impactando positivamente o empreende-

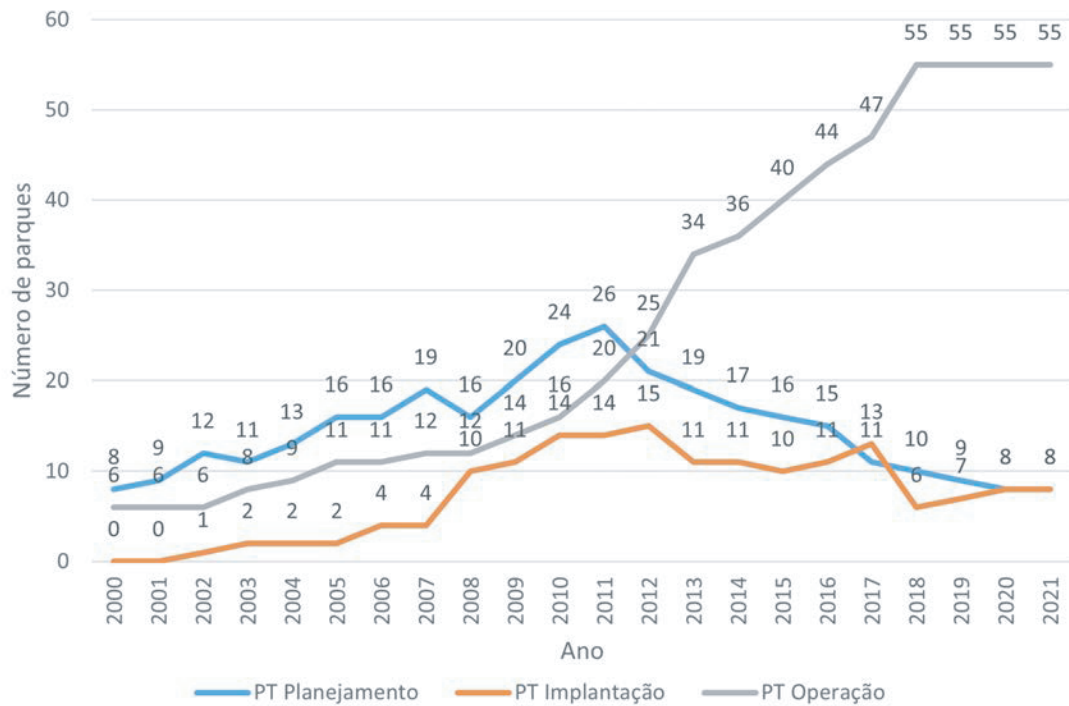


dorismo inovador no País. Na sua opinião o Marco Legal das Startups promove a melhoria do ambiente de negócios no País? Negócios inovadores serão beneficiados com o aumento da oferta de capital de investimento? A nova Lei vai criar mecanismos para que a Administração Pública possa contratar startups para fornecer soluções inovadoras, contribuindo para a modernização da gestão?

MINISTRO PAULO ALVIM – Em junho de 2021, o governo federal sancionou a Lei Complementar n.º 182, que instituiu o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador. A Lei trouxe importantes mudanças nas regras para esse tipo de empresa, facilitando a inserção e a competitividade do Brasil no mercado global e impactando positivamente o empreendedorismo inovador no País. O MCTI trabalhou na construção do texto que foi encaminhado ao Congres-

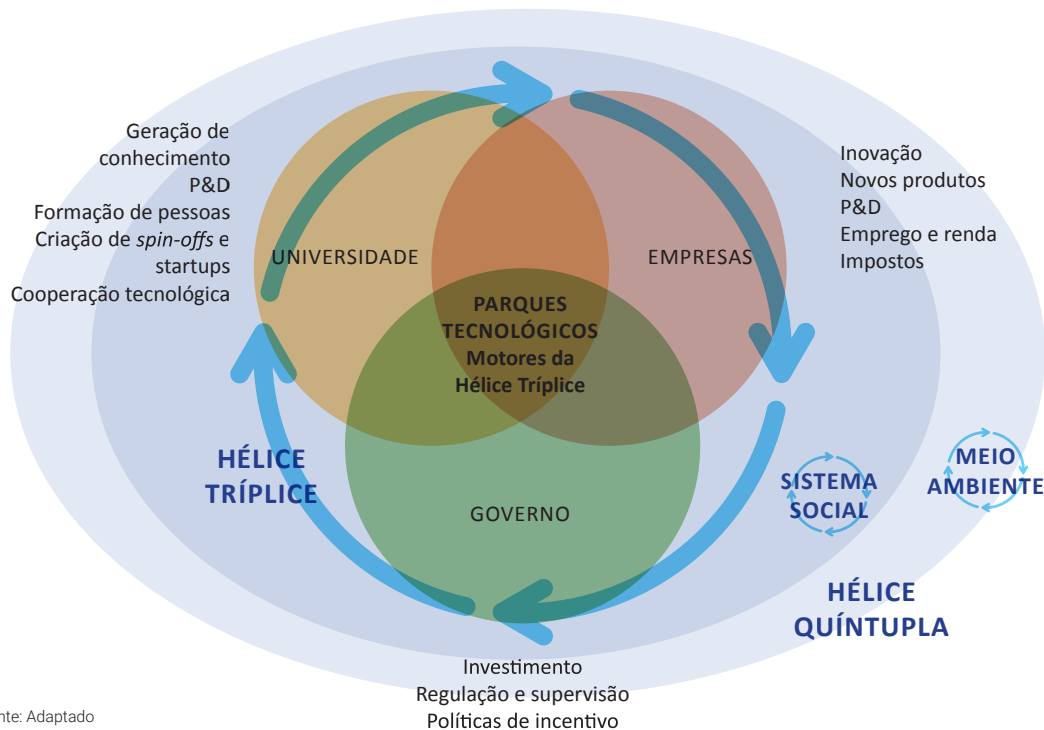
so Nacional, acompanhou toda sua tramitação na Câmara dos Deputados, o encaminhamento ao Senado Federal, o posterior retorno e a aprovação definitiva para ir à sanção presidencial. Entre outras novidades, pode-se destacar a instituição do “Sandbox Regulatório”, definido como: “Ambiente regulatório experimental (sandbox regulatório): conjunto de condições especiais simplificadas para que as pessoas jurídicas participantes possam receber autorização temporária dos órgãos ou das entidades com competência de regulamentação setorial para desenvolver modelos de negócios inovadores e testar técnicas e tecnologias experimentais, mediante o cumprimento de critérios e de limites previamente estabelecidos pelo órgão ou entidade reguladora e por meio de procedimento facilitado.” Com a nova legislação, as startups podem receber investimentos de pessoas físi-

Figura 3 – Evolução dos parques tecnológicos no Brasil de 2000 a 2021, com Informações Gerais confirmadas no MCTI-InovaData-Br.



Fonte: MCTI-InovaData-Br (2021)

Figura 4 – Elementos conceituais dos modelos de inovação da Hélice Tríplice e Hélice Quintupla e os parques tecnológicos como organizações intermediárias.



Fonte: Adaptado



cas ou jurídicas, que poderão resultar ou não em participação no capital social da startup, a depender da modalidade escolhida pelas partes. Nesse sentido, o art. 9º da Lei traz novas possibilidades de investimento:

“Art. 9º. As empresas que possuem obrigações de investimento em pesquisa, desenvolvimento e inovação, decorrentes de outorgas ou de delegações firmadas por meio de agências reguladoras, ficam autorizadas a cumprir seus compromissos com aporte de recursos em startups por meio de:

I – fundos patrimoniais de que trata a Lei n.º 13.800, de 4 de janeiro de 2019, destinados à inovação, na forma do regulamento;

II – Fundos de Investimento em Participações (FIP), autorizados pela CVM, nas categorias:

a) capital semente;

b) empresas emergentes; e

c) empresas com produção econômica intensiva em pesquisa, desenvolvimento e inovação; e

III – investimentos em programas, em editais ou em concursos destinados a financiamento, a aceleração e a escalabilidade de startups, gerenciados por instituições públicas, tais como empresas públicas direcionadas ao desenvolvimento de pesquisa, inovação e novas tecnologias, fundações universitárias, entidades paraestatais e bancos de fomento que tenham como finalidade o desenvolvimento de empresas de base tecnológica, de ecossistemas empreendedores e de estímulo à inovação.”

Outra novidade trazida pelo Marco Legal é a criação de modalidade de compra pública, que possibilita a realização de testes de inovação e

**PARQUES TECNOLÓGICOS
DO BRASIL – 2021**

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



posterior contratação direta de soluções desenvolvidas por startups para a Administração Pública. Nesse aspecto, a Lei trouxe importantes inovações sobre compras públicas de startups. Tanto o processo licitatório trouxe a novidade de se poder licitar o desenvolvimento de soluções ainda não existentes quanto o processo de contratação em si instituiu o Contrato Público para Solução Inovadora (CPSI), que garante a contratação do desenvolvimento da solução necessária. Mesmo após o encerramento do CPSI, conforme o art. 15 da Lei:

“Art. 15. Encerrado o contrato de que trata o art. 14 desta Lei Complementar, a administração pública poderá celebrar com a mesma contratada, sem nova licitação, contrato para o fornecimento do produto, do processo ou da solução resultante do CPSI ou, se for o caso, para integração da solução à infraestrutura tecnológica ou ao processo de trabalho da administração pública.”

São consideradas startups empresas com atuação na inovação aplicada a modelo de negócios ou a produtos e serviços ofertados. Essas empresas devem ter receita bruta anual de até R\$ 16 milhões e até 10 anos de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ). Também precisam declarar, em seus atos constitutivos, que fazem uso do modelo de negócio inovador em sua atividade.



Andrew Simek

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



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

A vida pode ser
uma caixinha
de surpresas.

**A sua
proteção
não.**



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



UMA PROPOSTA DE SISTEMA DE CAPACITAÇÃO E FINANCIAMENTO DO AUMENTO DA PRODUTIVIDADE DAS MPES COM PAGAMENTO QUANDO E SE O NEGÓCIO PROSPERAR

Este artigo trata de uma proposta inovadora que tem por finalidade constituir um instrumento destinado a capacitar e financiar micro e pequenas empresas (MPes), com vistas a torná-las mais produtivas e favorecer seu crescimento, melhorando significativamente a qualidade da contribuição desse segmento ao desenvolvimento do País. Nosso objetivo com este texto é apresentar e debater uma alternativa que oferece soluções mais viáveis e mais eficazes do que as políticas públicas de hoje e de ontem na remoção das falhas de mercado mormente identificadas nos mercados de capitais para as MPes e fartamente documentadas e discutidas na literatura.

Ressalte-se que a política delineada neste estudo se destina ao grupo de empreendedores que desejam e buscam oportunidades de crescimento, de expansão de seus negócios e, para tanto, dispõem-se a assumir riscos com alavancagem. Ou seja, trata-se de um instrumento para financiar o investimento em expansão produtiva. Não é, pois, leitura recomendada para quem procura caminhos para desenhar um programa social focalizado em empreendedores por necessidade, que empreendem apenas como auto emprego, ou mesmo para estruturar um programa de financiamento de capital de giro MPes ou MEIs. Esses objetivos, igualmente importantes, demandam abordagens completamente distintas desta e que não são o objeto desta proposta.





A proposta envolve as seguintes etapas:

1) Capacitação:



as MPEs interessadas em buscar fontes de financiamento para projetos de inovação ou de expansão de suas atividades passam por um programa de capacitação gerencial e tecnológica. Essa etapa é concluída por meio de um processo de certificação do plano de negócios submetido pela MPE ao final do programa de capacitação. A princípio, sugere-se um processo de acreditação tanto para as entidades interessadas em fornecer essa capacitação quanto para as entidades que cuidariam da certificação dos planos de negócio elaborados durante a capacitação.

2) Financiamento:



as MPEs aprovadas no programa de capacitação gerencial e tecnológica e com o plano de negócios certificado saem dele com uma espécie de “carta de recomendação”, que sinaliza a potenciais financiadores sua elegibilidade à obtenção de um empréstimo com amortizações condicionadas ao faturamento, mais conhecidos como empréstimos com amortizações condicionadas à renda (ECR), ou de um income share agreement (ISA). O primeiro é uma modalidade de crédito, enquanto o segundo é uma ferramenta de equity, ambas espécies de financiamento com pagamentos vinculados à renda futura. Os potenciais financiadores seriam as instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central do Brasil (BCB) a funcionar no Brasil e credenciadas para a concessão de ECRs e ISAs.

3) Reembolso:



MPEs que obtiverem financiamento via ECRs ou ISAs passam a ser contribuintes de uma nova Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (Cide) incidente sobre o faturamento de micro e pequenas empresas financiadas pelo Sistema Nacional de Financiamento Vinculado ao Faturamento de Micro e Pequenas Empresas.

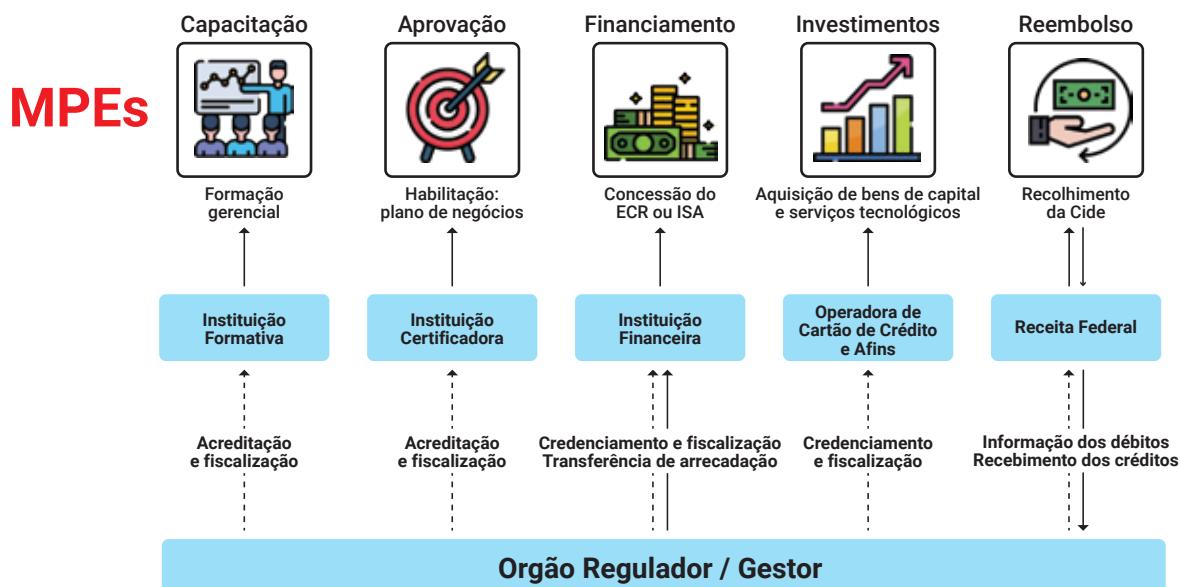
Propõe-se a criação de uma nova Cide (utilizaremos inicialmente para ela a sigla Cide-MPE) para viabilizar que os reembolsos dos ECRs e os dividendos dos ISAs sejam vinculados ao faturamento das MPEs financiadas e sejam recolhidos na fonte pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB). Nessa proposta, coloca-se como sujeito passivo da obrigação tributária a MPE que contrate ECR ou ISA nos moldes da lei, caracterizando como fato gerador do tributo a aferição de faturamento mensal superior ao patamar mínimo estabelecido nos instrumentos regulatórios do novo sistema – sendo de 3% a alíquota sugerida para a Cide-MPE, incidente sobre todo o faturamento descontado do valor da folha de pagamentos. Assim, por um lado, garante-se que o pagamento não exceda a capacidade financeira da empresa, enquanto, por outro, como se trata de um tributo, minimizam-se as possibilidades de não pagamento, inclusive no caso do encerramento da empresa, uma vez que passivos tributários são transferidos aos sócios.

Trata-se de um sistema integrado destinado a apoiar o aprimoramento de habilidades e o financiamento para MPEs, com papéis complementares sendo desempenhados pelas próprias empresas, pelo governo e por bancos, fundos de investimento, fintechs e outros potenciais financiadores/investidores. Denominamo-lo-emos, por ora, Sistema Nacional de Financiamento Vinculado ao Faturamento de Micro e Pequenas Empresas. Em última instância, o que se propõe é a regulação de um mercado, hoje inexistente, de ECRs e ISAs para MPEs, no qual atuariam:

- instituições de ensino, incubadoras e instituições de apoio às MPEs: na capacitação das MPEs e na sinalização às instituições financeiras das MPEs elegíveis a capital de risco via ECRs e ISAs;
- agências de acreditação: na acreditação das instituições formativas envolvidas na etapa de capacitação;

FIGURA 1

O sistema de capacitação e financiamento do aumento da produtividade das MPEs com pagamento contingente à receita: institucionalidade, operacionalização e papel do governo.



INOVAÇÃO POR QUÊ?

- Reduz custos de transação e otimiza reembolso
- Minimiza riscos de não pagamento
- Preserva saúde financeira da MPE mesmo em cenários adversos
- Reduz custos de gestão do financiamento
- Faixa de isenção e regras de perdão limitam subsídios a não pagamento por perene incapacidade financeira

Elaboração dos autores.

- órgãos de certificação: na certificação dos planos de negócio a serem submetidos ao final da capacitação tecnológica e gerencial;
- instituições financeiras: na oferta de ECRs e ISAs às MPEs com plano de negócios habilitado após a etapa de capacitação;
- a RFB: no recolhimento da Cide a ser usada como instrumento de cobrança dos pagamentos vinculados ao faturamento das MPEs financiadas; e
- uma entidade – estatal ou paraestatal, existente ou por ser criada – que assumiria o papel de agência reguladora desse novo mercado.

A Figura 1 ilustra a arquitetura da nova política. O sistema proposto reduz significativamente e de duas formas os custos de transação. De um lado,

remove assimetrias de informação, via o componente de capacitação tecnológica e gerencial que conduziria a uma espécie de “carta de recomendação” para as MPEs que cumprissem essa etapa. De outro, minimiza riscos de não pagamento por ato deliberado das MPEs que tomarem ECRs ou captarem investimentos na forma de ISAs, além de reduzir custos com a judicialização. Por fim, reduz os custos operacionais das instituições financeiras na cobrança de amortizações de empréstimos concedidos, uma vez que essa tarefa – com custos extremamente menores – passa a ser desempenhada pela RFB..

Os riscos de não pagamento por ato deliberado da MPE são reduzidos ao se atribuir à RFB o recolhimento dos pagamentos, por meio de uma Cide. Os relativos à judicialização, ao circuns-

“Nosso objetivo com este texto é apresentar e debater uma alternativa que oferece soluções mais viáveis e mais eficazes do que as políticas públicas de hoje”

crevê-los a eventuais cobranças judiciais de um tributo que deveria ter sido recolhido na fonte, não a cobranças judiciais das parcelas de um empréstimo ou de dividendos previstos, uma vez que pagamentos de empréstimos e de dividendos são mais sensíveis à discricionariedade e a maquiagens contábeis do pagador do que pagamentos de tributos na fonte. Como o sistema implica uma “renegociação automática” de dívidas por conta de dificuldades do devedor, acaba também por reduzir as provisões para devedores duvidosos do sistema financeiro.

Ao mesmo tempo, ao ser previsto um limite mínimo de faturamento para a incidência da Cide-MPE e ao conferir uma natureza de custo variável e não de custo fixo às amortizações, o sistema proposto protege as MPEs que vierem a ter sua capacidade de pagamento comprometida por eventos alheios ao seu controle – como a pandemia de covid-19, por exemplo – ou mesmo por consequência de escolhas que vierem futuramente a se revelar pouco produtivas mas que fazem parte do risco de qualquer negócio. Além disso, esvazia-se de conteúdo jurídico a figura da inadimplência e elimina-se a pressão sobre o par-

lamento para aprovar normas de repactuação de dívidas, os famigerados programas de recuperação fiscal (Refis).

Pelo próprio *modus operandi* dos ECRs, que não dispõem de prazo preestabelecido de amortização, os pagamentos são definidos em função do rendimento – no caso, do faturamento – de quem recebe o financiamento. São automaticamente suspensos nos momentos em que o faturamento aferido não alcança o piso que enseja a cobrança do tributo. Sem piso de faturamento para desencadear o fato gerador do tributo, as dívidas são então refinanciadas também de forma automática, sem tampouco recair sobre quem deve qualquer rótulo de “inadimplente”, nem os efeitos jurídicos que tal qualificação poderia engendrar.

Já os ISAs, por serem uma modalidade de investimento de risco e terem um prazo preestabelecido para o recolhimento dos dividendos, trazem em sua própria definição a possibilidade de não pagamento: quem financia tem a garantia de que seus dividendos serão devidamente recolhidos pela RFB por meio da Cide-MPE, porém está ciente de que esse recolhimento é vinculado ao faturamento da MPE na qual investiu seu capital. O insucesso de quem empreende, portanto, se traduz em perdas para quem investe, sendo parte do risco do negócio.

Supera-se, com o desenho proposto, problemas usuais em programas de apoio a MPEs: incentivos mal alinhados, inflexibilidade, distorções de prioridades e ausência de um viés no desenvolvimento de capacidades para preparar empreendedores para investimentos que visem a ganhos de produtividade e expansão. Os problemas de risco moral e de seleção adversa, aos quais evidentemente os ECRs e ISAs não são imunes, restam sendo minorados por meio de dois componentes do sistema de financiamento. Um, a necessidade de a MPE se habilitar à solicitação de ECRs e ISAs, por intermédio de uma capacitação gerencial e tecnológica cujo ápice é a elaboração de um plano de negócios a ser certificado por organização externa



à instituição formativa, ou seja, a MPE já busca os operadores financeiros em posse de uma espécie de “carta de recomendação” que sinalize a exequibilidade de seu plano de expansão. O outro, o próprio fato de os pagamentos do financiamento serem recolhidos pela RFB na forma de um tributo, reduzindo substancialmente os riscos de não pagamento – tributo esse que se estende aos sócios e às sócias do empreendimento em caso de seu encerramento prematuro, eliminando a possibilidade de elisão pela prática de split de empresas.

Vale ressaltar que, dada a necessidade de uma Cide para fazer funcionar a contento o sistema proposto, as recomendações deste texto trazem implicações para a reforma tributária. Basta uma lei ordinária para instituir uma nova Cide, medida que também poderia regular o mecanismo proposto neste estudo.

A fim de possibilitar a operacionalização desse sistema, uma lei ordinária específica também se faz necessária para criar a agência reguladora, ou para dotar de atribuições de agência reguladora um órgão já existente. Decreto, instruções normativas e portarias complementariam a regulamentação do sistema proposto, como visto na Figura 1.

Ao Estado, além dos papéis de administração da cobrança da nova Cide (via RFB), de fiscalização, regulamentação e controle do novo sistema (via agência reguladora, cabe, via ministérios e variados órgãos, informar a população sobre a

nova política e estimular a participação dos diversos agentes potencialmente envolvidos nela.

Além disso, a existência desse mecanismo no mercado de capitais possibilitaria ao Estado o desenvolvimento de novas políticas públicas muito melhor focalizadas e orientadas para, por intermédio de seus agentes de crédito (bancos de desenvolvimento, agências de fomento etc.), promover o aumento da produtividade e da competitividade das MPEs potencialmente mais promissoras e, com isso, produzir um considerável impacto positivo na produtividade e na competitividade da economia brasileira.

As ideias aqui expressas são de caráter eminentemente pessoais, não espelhando a posição das instituições às quais o autor e seus parceiros estão vinculados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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



Mauro Oddo Nogueira

Técnico de planejamento e pesquisa na Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação e Infraestrutura (Diset) do Ipea; e professor do mestrado do Ipea



EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NA LGPD

Publicada em 2018 e com extenso período de *vacatio legis*, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018, teve sua vigência definitiva em agosto de 2020 e consigo estabeleceu critérios e condições, em sua maioria principiológicas, para o adequado uso de dados pessoais.

Na esteira de um movimento mundial, o Brasil se alinha a diversos países, como Argentina, Japão, Estados Unidos, México e União Europeia, entre outros, ao garantir a proteção e a privacidade de dados.

Não se trata – é importante destacar – de impedir o uso de dados para atividades comerciais de qualquer negócio ou organização. Pretende-se, no entanto, participar o principal interessado quanto a como, quando, por qual motivação e objetivo seus dados serão utilizados. Ou seja, a LGPD, assim como as demais legislações sobre o tema no mundo, antes de criar impedimentos, empodera o titular de dados em relação ao tratamento ao qual suas informações serão submetidas e limita o uso de tais informações a certas condições, com o propósito de evitar riscos ou danos ao titular.

Com a expansão da informática, dados passaram a ter um papel fundamental no processo de criação de produtos e de campanhas de vendas e na análise de risco para crédito e para oferta de serviços. Pessoas passaram a ser medidas, ava-

liadas, e seus acessos habilitados ou revogados conforme seu perfil calculado e seus interesses diversos. Esse movimento não pode e nem deve ser contido: ele é natural.

No entanto, o acesso aos dados, muitas vezes, não ocorre com a participação direta do titular da informação, assim como os resultados da “seleção” não são divulgados ou conhecidos. Essa condição gera segregação, limitação ao desenvolvimento e, em certas circunstâncias, pode levar à ações preconceituosas e discriminatórias.

De outro lado, o acúmulo de informações sobre uma pessoa, seus hábitos e interesses podem ser causa de graves violações à intimidade e à honra. Dados armazenados sem o devido cuidado e sem garantias quanto ao controle de acesso podem ser expostos em ambiente públicos, expondo indivíduos a condições vexatórias, com repercussões tão graves quanto a morte por suicídio, por exemplo.

Não obstante ao exposto quanto aos riscos individuais que o mau uso de dados pessoais pode causar, ao segregar pessoas por interesses, hábitos e consumo, também se mostrou possível o uso de algoritmos em sistemas informatizados (redes sociais) para incentivar ações para consumo e para decisões coletivas, como eleições para governantes. Ou seja, uma interferência direta na capacidade de escolha do indivíduo, revelando-se como um risco para a democracia e para a sociedade.



FOTO: FREEPIK



“O acúmulo de informações sobre uma pessoa, seus hábitos e interesses podem ser causa de graves violações à intimidade e à honra”

Assim, a LGPD, ao estabelecer condições para participar o indivíduo da tomada de decisão quanto ao uso de seus dados e, ainda, por determinar que organizações definam explicitamente a finalidade de suas ações, bem como garantam a adequada proteção, com medidas técnicas e administrativas, às informações que tratam, consolida a privacidade como um direito do cidadão brasileiro.

No histórico da proteção de dados e da privacidade na legislação brasileira, devemos destacar que a Constituição Federal (CF/88) já garantia a inviolabilidade da vida privada, da intimidade e da honra, e que outros dispositivos legais tangenciam o tema “dados pessoais”, como:

- Lei n.º 14.181, de 1º de julho de 2021 – Lei do Superendividamento;
- Lei n.º 12.965, de 23 de abril de 2014 – Marco Civil da Internet;
- Lei n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011 – Lei de Acesso à Informação;
- Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor;
- Lei Complementar n.º 105, de 10 de janeiro de 2001 – Lei do Sigilo Bancário; entre outras.

Ou seja, o tema “proteção de dados pessoais” não é novidade no ordenamento jurídico brasileiro, mas ganha novos contornos e nova objetividade com a publicação da LGPD. Tanto é assim que, em 10 de fevereiro de 2022, o Congresso Nacional promulgou a Emenda Constitucional n.º 115, que assegurou o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais, como direito fundamental.

Ao garantir o direito à proteção de dados ao titular de dados pessoais, a LGPD determinou também quais são aqueles que devem se submeter às suas regras e condições. A LGPD se aplica a qualquer pessoa, natural ou jurídica, de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que realize o tratamento de dados pessoais no território brasileiro e cujo objetivo do tratamento seja a oferta de bens ou serviços.

As exceções são para os casos de tratamento de dados realizado para fins particulares e não econômicos e, ainda, fins exclusivamente jornalísticos, artísticos ou acadêmicos. Também são excluídos os tratamentos para segurança pública, defesa nacional, segurança do Estado e atividade de investigação e repressão de infrações penais.

Desse modo, todo aquele que utilize dados pessoais para oferta de produtos ou serviços, seja pessoa física ou jurídica, independentemente do volume de uso, de que seja em papel ou informatizado, deverá observar os critérios e diretrizes da LGPD para o tratamento de dados pessoais, sob pena de sanções administrativas e/ou judiciais.

É o caso do condomínio, em relação aos dados dos proprietários e dos locatários, bem como do médico, contador e advogado no exercício de sua profissão. Também estarão obrigados a grande corporação de processamento de dados; assim como, o hospital; a clínica; a loja que fornece crediário e emite nota fiscal; e a representante de grandes marcas de cosméticos, com seus controles manuais de dívidas, acertos e pedidos. Igualmente estão obrigados os cartórios, os tribunais, os serviços públicos de saúde e as escolas.



FOTO: FREEPIK

A LGPD separa os agentes de tratamento em dois grupos, quais sejam: a) controladores e b) operadores. Os primeiros, controladores, são aqueles que, por sua condição de relação com o titular – direta ou indireta –, detêm condições de tomar decisões quanto ao uso dos dados pessoais. Tais decisões passam por definir o escopo da necessidade e da adequação de uso, bem como a finalidade, o tempo de processamento, as regras de guarda e descarte. Aos segundos, operadores, caberá a missão de tratar dados, observando com rigor as ordens e as determinações lícitas emitidas pelo controlador. Seu desvio, frente a essa condição, aumenta sua responsabilidade, colocando-o na condição de controlador ilegítimo e o expondo às sanções administrativas mais gravosas.

Em 27 de janeiro de 2022, foi publicada a Resolução n.º 2 da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), aprovando o Regulamento de Aplicação da LGPD, para agente de tratamento de pequeno porte.

O Regulamento define claramente as condições para reconhecimento de empresas que se enquadrem nas seguintes leis:

- Lei n.º 14.195, de 26 de agosto de 2021 (art. 41) – microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP): sociedade empresária, sociedade simples, sociedade limitada unipessoal;
- Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (art. 906) – empresário;
- LC n.º 123, de 14 de dezembro de 2006 (arts. 3º e 18, §1º) – Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas; e
- LC n.º 182, de 1º de junho de 2021 (Capítulo II) – startups.

Entretanto, não bastará se enquadrar nas definições das respectivas leis destacadas. Para se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado pre-



visto no Regulamento, os agentes de tratamento de pequeno porte não poderão realizar tratamento de dados que coloque o titular em alto risco; ter receita anual superior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), no caso das EPPs, e de até R\$ 16.000.000,00 (dezesesseis milhões de reais), para as startups; ou pertencer a grupo econômico, de fato ou de direito, que tenha receita de até R\$ 16.000.000,00 (dezesesseis milhões de reais)/ano.

Como os critérios de exceção por receita são objetivos, resta-nos compreender a expressão “alto risco”. Para tanto, o Regulamento estabelece dois grupos de critérios, gerais e específicos, de forma que a empresa não se enquadrará, se cumular ao menos um critério em cada grupo. Isto é, se a organização se identificar com ao menos uma opção em cada um dos grupos, não se enquadrará nos requisitos da Resolução e não será considerada de “pequeno porte” para tratamento de dados pela ANPD.

Posicionar-se adequadamente na relação contratual como controladora ou operadora e, agora, enquadrada ou não como de “pequeno porte”, é um

requisito para ter condições de atender adequadamente às disposições da LGPD.

A LGPD, ao definir direitos e garantias e estabelecer deveres e responsabilidades, como vimos, também definiu quando sua aplicação deve ser observada, não apenas quanto aos agentes de tratamento, mas quanto ao uso dos dados e sua aplicação.

Ao definir dado pessoal, a LGPD o descreve como “informação relacionada a uma pessoa natural identificada ou identificável”, sendo essa pessoa natural a titular dos dados em tratamento. Embora singelo, o conceito “titular” tem a missão de deixar clara a propriedade dos dados. Ao definir a titularidade, também define sua condição pessoal, intransferível e inegociável, e dá ao titular o poder de escolher com quem deseja compartilhá-lo.

Ao observar os princípios da LGPD, não restará dúvidas de suas características como direito dos titulares. Contudo, a Norma também estabelece direitos objetivos, com forma e condições, que devem ser observados pelos agentes de tratamento, como nos arts. 9º, 17, 18 e 19, nos quais encontra-

mos a orientação quanto à forma e aos critérios para conceder ao titular acesso preliminar quanto ao tratamento de dados que será realizado com suas informações.

Amplamente divulgada como “Política de Privacidade”, muito explorada em websites e plataformas digitais, tal divulgação se trata de um aviso, um alerta ao titular emitido pelo controlador, pelo qual explicita a forma e o uso dos dados após a coleta. Apenas o aviso não é suficiente, ele precisa ser claro, de fácil acesso, informado antes da coleta e, sempre que necessário, deve acompanhar o termo de consentimento, com menção e orientação. É pelo aviso de privacidade que a organização garantirá o princípio da transparência.

Para empresas enquadradas como de “pequeno porte” pela ANPD, tal condição pode ser atendida em formato físico ou digital ou, ainda, em qualquer outro que assegure os direitos dos titulares e seu acesso facilitado às informações.

No que se refere aos prazos de atendimento às requisições dos titulares, cujo período de resposta é imediato, para empresas de “pequeno porte” a ANPD definiu que o prazo é de 15 dias – uma vantagem. Quanto ao prazo para demais requisições, o qual é de 15 dias para as demais empresas, para as de “pequeno porte” é de 30 dias.

Às empresas de “pequeno porte” também é facultada a organização em entidades de classe ou representação para gestão de conflitos com titulares, por mediação ou conciliação. Tal medida é muito relevante, uma vez que titulares e empresa terão seus direitos preservados e garantidos em um ambiente preliminar para resolução de demandas, minimizando os impactos em procedimentos administrativos ou judiciais.

Quanto ao encarregado de dados, embora não seja uma função nova para empresas de tecnologia e de relacionamento internacional, esse não era comum nas organizações brasileiras. O DPO, como comumente é chamado por sua equivalência estrangeira, tem um papel fundamental no projeto para adequação à Norma, mas essencial-

mente na manutenção da gestão da governança. A LGPD estabeleceu três papéis para o encarregado de proteção de dados e os definiu no art. 41 da Norma, de forma que caberá a ele receber e diligenciar reclamações e solicitações dos titulares, assim como receber notificação da ANPD e dar providências, e, por fim, orientar funcionários e prestadores de serviço quanto às práticas de privacidade da organização.

Os contatos do encarregado de proteção de dados devem ser divulgados tanto no aviso de privacidade (art. 9º) como nos canais de contato com o titular, indicando a lei a preferência para que esteja também no site da organização. Para empresas enquadradas como “pequeno porte”, não há obrigação de indicação do encarregado. No entanto, o dever de disponibilizar o canal de contato para o titular exercer seus direitos é mantido e deve ser observado. Ou seja, a empresa de “pequeno porte” que não indicar o encarregado de proteção de dados deverá minimamente indicar um canal de comunicação para que o titular exerça seus direitos de solicitação de informações e de conduta.

Importante destacar que, a ANPD declara que reconhecerá como medida de boa prática a indicação de um encarregado de proteção de dados quando da execução de processo sancionador.

Quanto à documentação, a LGPD, em poucas oportunidades, define critérios e requisitos objetivos de entrega. Um desses exemplos é o art. 37, que determina a manutenção de um registro das operações de tratamento de dados. Tal registro ficou conhecido como Mapa de Dados ou Data Mapping ou ainda como ROPA (Record of Processing Activities). Todas as variáveis para uma mesma entrega.

Trata-se de documento pelo qual os agentes de tratamento, cada um em sua função, registram a atividade pela qual trataram o dado pessoal, descrevendo o procedimento; a finalidade; o fluxo de dados e as responsabilidades; a forma e as condições de armazenamento; a troca e a transferência. Ainda, apontam e justificam o uso de bases legais e sinalizam contratos, riscos e relatórios complementares.



“Posicionar-se adequadamente na relação contratual como controladora ou operadora e, agora, enquadrada ou não como de “pequeno porte”, é um requisito para ter condições de atender adequadamente às disposições da LGPD”

O registro de tratamento de dados deve ser detalhado e atualizado, sendo o principal objeto de trabalho do encarregado de proteção de dados. Com ele é possível definir áreas e processos críticos, determinar auditoria e avaliar a performance da organização quanto aos seus controles de privacidade e de segurança.

Para empresas enquadradas como “pequeno porte”, permite que tal registro seja realizado em formato simplificado e emitirá modelo para orientação (vide § único do art. 9º da Resolução n.º 2 ANPD).

No que se refere à segurança e às boas práticas, a LGPD dedica um capítulo exclusivo para tratar o assunto, sinalizando que tais condutas devem ser observadas sempre conjuntamente. E nos parece muito adequado, uma vez que é pouco útil ter dispositivos e sistemas de segurança em um ambiente no qual não existem regras definidas, práticas estabelecidas e avaliadas constantemente.

No art. 48, a LGPD trata do procedimento de comunicação, determinando que o controlador deve

comunicar à autoridade nacional e ao titular a ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante aos titulares.

A atuação preventiva por parte do agente de tratamento não é uma expectativa da LGPD, mas uma ordem, prevista em princípios e repetida no art. 46. Ou seja, o agente de tratamento de dados deverá, continuamente, manter seu processo de tratamento de dados revisado e com garantias de segurança, apoiadas em medidas técnicas e administrativas, para garantir a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade das informações, preservando a privacidade e a segurança dos titulares.

Não obstante às garantias oferecidas pelo agente de tratamento ao seu processo, a LGPD reconhece a possibilidade de incidentes de segurança e, em alguns casos, quando ocorrer violação de dados pessoais com potencial de levar riscos ou danos relevantes aos titulares, exige que seja registrada a notificação do incidente, a qual, entre outras informações, deverá conter informações acerca das medidas de prevenção, de reação e de planejamento para não apenas conter a ocorrência, mas garantir que não ocorra novamente, sob as mesmas circunstâncias.

Ao estabelecer o protocolo de comunicação, a LGPD reconhece que, no mundo atual, em especial com o elevado uso de tecnologia e o crescente interesse em dados de pessoas, não é possível adotar ações que sejam suficientes para garantir a segurança plena, mas tão somente assegurar que o que era possível ser feito foi executado. Assim, a organização deverá adotar protocolos de segurança e monitoramento contínuo, com medidas técnicas (software e hardware) e administrativas (política, normas, procedimentos, treinamentos e monitoramento) e, ainda, um plano de resposta a incidentes, que observe o padrão de comunicação previsto no art. 48.

Para as empresas que se enquadrarem nos requisitos para “pequeno porte”, o art. 10 da Resolução n.º 2 da ANPD estabelece a criação de um



procedimento simplificado, a ser regulamentado. No entanto, a Resolução não dispensa as EPPs da adoção de medidas técnicas e administrativas.

A Resolução estabelece, em seu art. 12, que “os agentes de tratamento de pequeno porte devem adotar medidas administrativas e técnicas essenciais e necessárias, com base em requisitos mínimos de segurança da informação para proteção dos dados pessoais[...]”. A expressão “deve” indica um comando e não uma recomendação.

No que se refere aos guias orientativos e às recomendações, em outubro de 2021, a ANPD publicou o “Guia orientativo sobre segurança da informação para agentes de tratamento de pequeno porte versão 1.0”, que pode e deve ser consultado por meio do QR Code abaixo.

**GUIA ORIENTATIVO SOBRE
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO
PARA AGENTES DE TRATAMENTO
DE PEQUENO PORTE VERSÃO 1.0**

Acesse o guia via QR Code.



Quanto ao estabelecimento de políticas, a ANPD determina que as EPPs “podem” estabelecer políticas simplificadas de segurança da informação. Diferentemente da orientação quanto às medidas técnicas e administrativas de segurança, o art. 13 deixa claro que, por se tratar de ação de criação e de desenvolvimento de mecanismos de gestão aplicáveis às estruturas empresariais complexas, políticas e normas não são obrigatórias, mas são bem-vindas, ainda que de forma simplificada, e serão utilizadas com boa prática em eventual procedimento sancionador.

A leitura dos arts. 12 e 13 da Resolução n.º 2 favorece a interpretação do art. 50 da LGPD, quando vemos observar que o agente que trata dados pessoais tem obrigação de zelar pela segurança e não deve fazê-lo com ações isoladas, mas com ações de melhoria contínua e de constante investimento e monitoração. Quanto às políticas, normas e aos procedimentos, treinamentos e preparação de pessoas, revisão de contratos e auditorias, são processos complexos e que exigirão atenção e governança das lideranças para sua manutenção.



Avançando agora para a responsabilidade dos agentes de tratamento, a LGPD, ao elencar entre seus princípios a segurança, a prevenção, a não discriminação, a responsabilidade e a prestação de contas, define claramente que a falta de cuidado e a exposição de titulares a riscos são responsabilidade do agente. No art. 42, complementa acrescentando que “o controlador ou o operador que, em razão do exercício de atividade de tratamento de dados pessoais, causar a outrem dano patrimonial, moral, individual ou coletivo, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, é obrigado a repará-lo.”

Dentre as responsabilidades e as obrigações dos agentes de tratamento, incluem-se o atendimento aos direitos dos titulares; as garantias de segurança; as medidas de boas práticas; a emissão e a manutenção do relatório geral de processamento de dados; o relatório de impacto à proteção de dados e a comunicação de incidentes.

Todas as obrigações estão previstas na LGPD e o descumprimento poderá ensejar uma das sanções previstas no art. 52, variando de simples advertência, passando por multa simples, multa diária, suspensão da atividade de tratamento de dados, podendo chegar na exclusão da base de dados, o que, para algumas organizações, considerando seu objeto e negócio, pode causar o encerramento das atividades.

Nesse ponto, em nada muda ou flexibiliza a Resolução n.º 2 da ANPD, que trata das empresas enquadradas como “pequeno porte”. Sua responsabilidade frente aos titulares é a mesma, assim como a previsão de sanções. Assim, é certo que a ANPD, ao publicar a Resolução n.º 2, presta uma grande contribuição para o processo de ampliação e de divulgação do que é mais importante na LGPD, que é conferir transparência ao processo de tratamento de dados por empresas e profissionais liberais, permitindo que os titulares de dados tenham informação e adequados canais para o exercício de seus direitos.

A ANPD faz isso reconhecendo as diferenças entre as organizações e definindo critérios muito específicos que, antes de flexibilizar obrigações, priorizam a garantia dos direitos individuais e a prevenção ao risco de ocorrência de graves violações.

Ao dobrar prazos, simplificar procedimentos e desobrigar quanto à composição de complexas estruturas de gestão administrativa, como é a implementação de um programa de governança, a ANPD demonstra preocupação em tornar a LGPD efetiva, protegendo titulares e permitindo que os agentes de tratamento tenham condições mínimas para se adequarem. Contudo, o processo de adequação à LGPD, independentemente do porte da empresa, exigirá que o empresário, seus sócios e demais lideranças se conscientizem quanto à propriedade dos dados, aos riscos que suas atividades podem causar e aos impactos individuais e sociais de suas ações.

Conheça seus processos, oriente seus colaboradores, revise seus protocolos de segurança: são os primeiros e sólidos passos para alcançar a adequação à LGPD. Proteja quem confia em você!

**RESOLUÇÃO CD_ANPD Nº 2,
DE 27 DE JANEIRO DE 2022**

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



João Paulo Gonçalves

Advogado, gestor em Saúde e
cofundador da *Health Data
Privacy Office* (HDPO)



A NOVA RÁDIO **SUCESSO** DE BRASÍLIA

**MÚSICAS, NOTÍCIAS, PRÊMIOS,
PODCASTS E MUITO MAIS!**

SINTONIZE **100.5 FM**



APONTE A CÂMERA DO
SEU CELULAR PARA P
QR CODE E ACESSE
NOSSO SITE



 **@SUCESSONEWSBSB**

 **SUCESSO NEWS**

SUCESSONEWSBSB.COM.BR



PÓS-PANDEMIA: EXPECTATIVAS E NECESSIDADES DE ADEQUAÇÃO DOS MICROS E PEQUENOS EMPREENDEDORES

Referência em capacitação, na promoção do desenvolvimento econômico e na competitividade de micro e pequenas empresas (MPEs), neste ano, o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) comemora 5 décadas de criação. Também em 2022, o Brasil e o mundo começam a enxergar a porta de saída do cenário pandêmico. Especialista em Economia e em Gestão Empreendedora, o gerente da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional, Enio Duarte Pinto, fala, em entrevista, sobre quais são os marcos históricos da instituição, os novos programas de crédito, as tendências dos consumidores e as necessidades de adequação às novas realidades econômica e social do País.



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, na França; ILO, em Turim, na Itália; e Stainbeis, em Stuttgart, na Alemanha.

Em 2022, o Sebrae celebra 50 anos de existência com atividades em torno do tema “Criar o futuro é fazer história”. Denominado Projeto Sebrae 50+50, a iniciativa enfatiza os três pilares de atuação da instituição: promover a cultura empreendedora, aprimorar a gestão empresarial e desenvolver um ambiente de negócios saudável e inovador para os pequenos negócios no Brasil. Dentre os marcos históricos do Sebrae, ao longo de 5 décadas, quais conquistas o senhor considera com maior relevância e que foram determinantes para o fortalecimento, a sustentabilidade e a competitividade das MPes?

ENIO DUARTE PINTO – O Sebrae tem uma linda história ao longo desses 50 anos e, de fato, tem esse tripé que, de alguma forma, organiza todo o esforço de trabalho: a cultura empreendedora, dentro da qual fomentamos, inclusive, o empreendedorismo nas escolas; a gestão empresarial, que é mais focada nos negócios e nos candidatos a empresários; e a criação de um ambiente de negócios saudável, que ajude a florescer, a desenvolver e a crescer, de maneira sustentável, os negócios no Brasil. Quando se fala em marco, não se pode fugir da criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, que teve uma participação

crítica do Sebrae. Nós celebramos, agora, os 15 anos dessa Lei, que é um instrumento, um marco legal, que, de fato, reconhece a importância e trata, de forma diferenciada e favorecida, as micro e as pequenas empresas. Dentre outros benefícios, a Lei Geral permite que o pequeno empreendedor faça vendas para o governo e compras públicas de forma diferenciada; simplifique todos os trâmites em processos de exportação; desburocratize muito todo o recolhimento de tributos e impostos; e usufrua de um sistema tributário de fato diferenciado, com alíquotas que cabem no bolso do pequeno empreendedor. A cereja do bolo é que Carlos Melles, presidente do Sistema Sebrae, quando deputado, foi o relator dessa Lei. Então, ficamos felizes em estar celebrando esse marco, especificamente.

Um outro ponto que se coloca como um marco foi o apoio na criação da figura do Microempreendedor Individual (MEI), que se entende como primeiro degrau. Numa legislação de inclusão no mundo do empreendedorismo, a gente entende que o MEI é um lampejo de empreendedorismo. Muda o psicológico de quem está se formalizando. Hoje, há em torno de 12 milhões de MEIs, que foram tirados do limítrofe, da marginalidade. Essa mudança no psicológico, ou seja, “eu sou empreendedor”, é uma fagulha que de fato incendeia o espírito

empreendedor desses brasileiros que dão o primeiro passo ao se tornarem MEIs e depois se transformam em microempresas, em EPPs e em empresas. A gente pode dizer, de fato, que o MEI é a maior política de inclusão empreendedora do mundo.

O painel “Precisa de crédito para inovar?” atraiu a atenção, em São Paulo, dos participantes da nona edição do Congresso Brasileiro de Inovação da Indústria, os quais acompanhavam as atividades do Espaço Sebrae, com destaque para a parceria do Sebrae com a Finep Inovação e Pesquisa por meio do programa de crédito lançado em dezembro de 2021, que vai disponibilizar R\$ 1 bilhão através de cinco linhas de crédito de financiamento às MEs e às EPPs que operam em todas as regiões do País. O senhor poderia detalhar como será o engajamento do Sebrae nesse programa? As microempresas e as empresas de pequeno porte receberão que tipo de apoio e assistência do Sebrae? Será disponibilizada para as MPEs alguma modalidade de garantia aos financiamentos por meio de fundos de aval?

ENIO DUARTE PINTO – Um diferencial bem relevante é a participação do Sebrae, que oportuniza aos empreendedores utilizarem consultores especializados na formulação dos projetos que precisam apresentar para acessar esse crédito. O dinheiro, em muitas situações, era disponibilizado e oportunizado ao segmento do empreendedorismo inovador, mas não conseguia ser acessado, em função da dificuldade da apresentação de projetos consistentes. Hoje, resolve-se isso colocando à disposição um quadro de consultores especializados, a custo zero para o empresariado, para que formulem esses projetos.

Outra participação relevante do Sebrae é que ele entra com o Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), que será disponibilizado para avalizar esses empreendimentos inovadores, fomentados por meio da parceria Sebrae-Finep. Essa parceria, de fato, foi um golaço. Afinal de contas, fala-se de R\$ 1 bilhão que serão escoados por meio de cinco linhas de crédito com condições bastante diferenciadas. A Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) tem, hoje, um conjunto de 25 bancos e agentes financeiros, que são seus credenciados e que fazem a distribuição desses recursos e da linha de crédito. Além do recurso, bastante importante, de R\$ 1 bilhão, terão taxas de juros que vão variar de 4,5 a 8,2 ao mês; carências que vão de 12 a 24 meses; e o tempo total para quitação do crédito de até 12 anos, dependendo da linha de crédito e projeto. Então, são condições muito favoráveis.

“

Todo negócio, hoje, tem que nascer com presença digital

”

Como economista e gestor, no Sebrae Nacional, de programas e projetos voltados para o tema empreendedorismo, o senhor realizou, durante a pandemia da covid-19, análises macroeconômicas, buscando identificar os desafios e as oportunidades de novos negócios pós-pandemia. No seu entendimento, quais são os fatores determinantes para que um empreendedor supere as imensas dificuldades de um ambiente de negócios volátil, complexo e carente de mecanismos ágeis de apoio e de orientação?

ENIO DUARTE PINTO – O pós-pandemia, de fato, apresenta um cenário com alguns ajustes. O “novo normal” deixa um legado que passa pela necessidade absoluta de higienização: de ambientes, de produtos, na manipulação de



insumos, do quadro de colaboradores, do cliente. Além da tendência de buscar, cada vez mais, ambientes abertos, que permitam a circulação do seu transeunte sem confinamento. E o aceleração do processo de transformação digital é inexorável, não tem volta. Os modelos de negócios têm de nascer considerando isso tudo. Entretanto, não muda a essência de que empresas existem para resolver problemas. Hoje, saímos do foco da necessidade dos clientes, passamos pelo desejo e acertamos em cheio na realização de sonhos deles. Ou seja, é mais do que atender às necessidades e aos desejos, é realizar os sonhos dos clientes. Lembrando que vivemos em uma economia na qual os empreendedores querem acesso fluido aos produtos e aos serviços. Querem que, além do benefício de compra, tudo isso se dê por meio de uma experiência incrível.

O Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro recuperou o caminho do crescimento em 2021, apontando para o início da retomada econômica e para a recuperação da recessão vivida em razão da pandemia. Os principais destaques dessa evolução foram os setores de serviços e indústria, que registraram altas de 4,7% e 4,5% respectivamente. O que os pequenos negócios, dentre os quais se enquadram as microfranquias, devem considerar para aproveitar as oportunidades desse ciclo de crescimento?

ENIO DUARTE PINTO – O pequeno empreendedor que quiser surfar essa onda de crescimento terá que reabrir suas portas no pós-pandemia, absolutamente alinhado aos legados deixados por ela. O cliente precisa se sentir muito seguro para voltar a consumir.

Uma outra questão é a de que, com certeza, acelerou seu processo de transformação digital. Atualmente, uma presença digital profissional é inexorável e inegociável. Então, ele, de fato, tem que sair de um eventual amadorismo e partir para uma presença digital profissional. Todo negócio, hoje, tem que nascer com essa presença, porque todos os empreendimentos são “fígital”, que é uma fusão de presença física, mas também da utilização de marketplace, de redes sociais, de e-commerce, de canais digitais para chegar ao cliente. Por fim, ninguém terá sucesso, se não entregar de fato valor para o cliente. Lembre-se de que o cliente paga preço,

mas quer receber valor. E valor é uma equação simples: é a entrega de um benefício concreto por meio de um produto ou serviço somada à uma experiência incrível. O cliente, hoje, está absolutamente focado na questão da experiência.

O Congresso e a Câmara derrubaram, no início de março deste ano, o veto do presidente Jair Bolsonaro ao Projeto de Lei Complementar (PLP) n.º 46/2021, que cria um programa de parcelamento de dívidas das micros e pequenas empresas participantes do Simples Nacional (RELP), inclusive beneficia milhões de MEIs. O senhor acredita que essa medida fortalecerá a sustentabilidade e a competitividade das MPes, contribuindo para a manutenção desses pequenos negócios no regime tributário Simples Nacional?

ENIO DUARTE PINTO – Todo parcelamento de dívida é sempre muito bem-vindo, pois alivia diretamente seu fluxo de caixa e te dá mais liquidez para imprimir dinamismo na gestão do seu negócio. Considerando que as empresas,



Com o negócio estabelecido, ele [PNBOX] funciona como uma bússola ou como um guia do norte que você almeja





no pós-pandemia, ficaram muito endividadas, quase todas recorreram ao crédito para giro, para não encerrar suas atividades. Ou seja, tem um item de custo a mais, que é a parcela de financiamento de empréstimo que adquiriu junto ao banco. Logo, todas essas empresas vão, de fato, beneficiar-se com essa medida.

A pesquisa “Transformação Digital nas MPes”, realizada pelo Sebrae entre abril e junho de 2021, que identificou a informatização das micros e pequenas empresas, demonstra que, nos últimos 3 anos, os pequenos negócios, no Brasil, apostaram na informatização e na utilização de novas ferramentas digitais, em especial nas redes sociais. Atualmente, 72% do segmento utiliza o WhatsApp para se comunicar com clientes e 40% possuem perfil no Facebook. Como as micros e pequenas empresas podem implementar a transformação digital no desenvolvimento dos seus negócios?

ENIO DUARTE PINTO – Um primeiro passo para a implementação de transformação digital no pequeno negócio é adotar os caminhos eleitos pelo consumidor. Não reinventar rodas, mas pegar carona em canais que já são consagrados junto aos clientes, ou seja, Instagram, WhatsApp e Facebook, principalmente. Se você não tem uma atuação digital já consolidada, é necessário que, dentro do possível, busque sócios ou parceiros digitais. O ideal é que você, de fato, tenha um pequeno departamento no seu negócio focado em canais digitais. Perseguir a fusão dos canais físicos e dos canais digitais é muito importante. O cliente tem que, inclusive, começar a negociar em um e concluir no outro. Ele escolhe por onde entrar e contactar o seu negócio. É a conhecida omnicanalidade. O ideal é, dentro do possível, ter uma estratégia de marketing digital bastante agressiva, operacionalizada por meio de um CRM.



O Sebrae, preocupado com os danos causados pela pandemia da covid-19 nas micros e pequenas empresas, desenvolveu uma inovadora ferramenta totalmente digital para elaboração de um Plano de Negócios, denominada PNBOX. O plano de negócios é uma ferramenta de planejamento e de gestão importantíssima para a sustentabilidade de qualquer empreendimento, principalmente dos pequenos negócios. O plano funciona como uma espécie de raio X, que descreve a ideia de negócio, os objetivos prioritários e os meios necessários para alcançar esses objetivos. O senhor poderia destacar as principais características do PNBOX e como o pequeno empresário poderá acessar essa ferramenta?

ENIO DUARTE PINTO – É fato que o plano de negócio é uma ferramenta poderosa, e o PNBOX, em essência, é um plano de negócio utilizado, em um primeiro momento, por quem vai iniciar um empreendimento, no qual as ideias são tiradas da cabeça e colocadas nesse instrumento para testar a viabilidade do em-

preendimento. Nele, você pode sair do achismo, constatar que, de fato, é uma oportunidade concreta de negócio. Com o negócio estabelecido, ele funciona como uma bússola ou como um guia do norte que você almeja. Além de exercer todo um papel de instrumento de comunicação: apresentar um bom plano de negócio; facilitar bastante a obtenção de crédito, a captação de investidores, a prospecção de parceiros e até para mostrar para os seus colaboradores o que é o seu empreendimento. Essa ferramenta é gratuita e está disponível no portal do Sebrae, www.sebrae.com.br.



Andrew Simek

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



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



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](#)



SAÚDE MENTAL E PRODUTIVIDADE NAS REDES DE FRANQUIAS

A cada ano, um em cada cinco adultos sofrerá de doença mental. No entanto, apenas um em cada três que precisa de ajuda a obterá. Como resultado, muitas pessoas perderão o trabalho ou o desempenho. Este último é conhecido como presenteísmo, quando as pessoas não trabalham enquanto lutam com problemas de saúde física ou mental, estão presentes, mas mentalmente ausentes.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que a depressão e a ansiedade custam à economia global US\$ 1 trilhão por ano em perda de produtividade. Mas a Organização também descobriu que, para cada US\$ 1 gasto no tratamento de problemas comuns de saúde mental, há um retorno de US\$ 4 em melhoria da saúde e produtividade.

De acordo com a The Society for Human Resources Management (SHRM), muitos empregadores estão aumentando os benefícios emocionais e de saúde mental. Os tipos de apoio podem variar desde o gerenciamento do estresse até o tratamento de deficiências invisíveis, como ansiedade e depressão.

Enquanto mais e mais franquias estão percebendo a importância de benefícios abrangentes de saúde mental e de diálogos abertos, algumas estão liderando o caminho para melhorar a cultura e os benefícios da empresa, a fim de colo-

car a saúde mental em primeiro lugar. Qualquer rede pode levar essas questões a sério e fazer mudanças positivas.

O QUE É SAÚDE MENTAL?

A saúde mental é um estado de bem-estar no qual um indivíduo pode lidar com estressores cotidianos, mas mesmo assim, trabalhar de forma produtiva, atingir seu pleno potencial e contribuir para sua comunidade.

A saúde mental, juntamente à saúde física e ao bem-estar social, é um componente essencial da saúde geral. **Também é importante ressaltar que ela é mais do que a ausência de doença mental.** Você pode ter uma saúde mental ruim sem ter uma doença e, da mesma forma, você pode ter uma boa saúde mental com uma doença mental.

Acreditamos que a saúde mental e o desempenho humano não são duas atividades separadas, mas, sim, duas partes da mesma equação. Combinadas, elas são o que fazem os humanos florescerem e as redes de franquias prosperarem.

A relação entre corpo e mente é um componente essencial da saúde mental. Juntos, eles compõem nosso equilíbrio interno.

No mundo de hoje, a saúde mental dos funcionários deve ser uma prioridade para as franquias que desejam contratar e reter equipes de alto desempenho.



FOTO: FREEPIK



“ Em 2016, a OMS informou que se o tratamento para a saúde mental não fosse ampliado, o mundo perderia 12 bilhões de dias de trabalho para depressão e transtornos de ansiedade até 2030 ”

Para resumir, as cinco principais conclusões sobre saúde mental são:

1. a saúde mental é mais do que a ausência de doença mental;
2. você não pode ter saúde física sem saúde mental;
3. saúde mental ajuda a lidar com o estresse;
4. desempenho humano e saúde mental andam de mãos dadas; e
5. o bem-estar no local de trabalho deve ser uma prioridade.

Os benefícios potenciais de apoiar a saúde mental dos funcionários incluem:

- **aumento da produtividade:** 86% dos funcionários tratados para depressão relatam melhor desempenho no trabalho. E, em alguns estudos, o tratamento da depressão demonstrou reduzir o absenteísmo e o presenteísmo de 40 a 60%;
- **maior retenção:** em uma pesquisa de 2019 com mais de 1.500 funcionários nos EUA, mais de

um terço dos entrevistados disseram que deixaram o emprego devido, pelo menos em parte, à saúde mental. Destes, 59% disseram que a saúde mental era o principal motivo; e

- **redução dos custos com a saúde:** de acordo com a National Alliance on Mental Illness (NAMI) dos EUA, as taxas de doenças cardiovasculares e metabólicas são duas vezes maiores em adultos com doenças mentais graves.

OS PROBLEMAS DE SAÚDE MENTAL AFETAM O TRABALHO?

Em 2016, a OMS informou que se o tratamento para a saúde mental não fosse ampliado, o mundo perderia 12 bilhões de dias de trabalho para depressão e transtornos de ansiedade até 2030. E não são apenas os dias fora do escritório que contam, mas os dias no escritório com produtividade reduzida. Como, muitas vezes, não há precedente para tirar um dia de folga por um problema de saúde mental, muitos funcionários ainda vão ao trabalho, mas não conseguem se concentrar, o que só serve para aumentar o estresse e amplificar o problema. Em um documento técnico da Harvard Business Review foi relatado que “economias significativas de custos” foram demonstradas quando iniciativas de saúde mental são implementadas no local de trabalho.

Funcionários felizes são 12% mais produtivos do que os infelizes

Em uma pesquisa feita pela Anxiety and Depression Association of America (ADAA), mais da metade das pessoas pesquisadas com ansiedade no local de trabalho relataram sentir-se desmotivadas e cansadas. A exaustão e a falta de motivação devido à ansiedade fazem com que os funcionários precisem de mais tempo para concluir as tarefas. As horas de perda de produtividade se somam. Por isso, vale a pena se preocupar com o bem-estar mental de seus funcionários. Funcionários felizes mostram maior lealdade e são mais 12% produtivos que os infelizes.



Quando você se sente bem mental e emocionalmente, você aborda seu trabalho com boa saúde mental. Você é adaptável, flexível e resiliente. Você é capaz de lidar com desafios. Suas contribuições para sua equipe são significativas e você prospera em sua vida pessoal e profissional. Mas quando você está lutando com problemas de saúde mental no trabalho, mesmo que não seja extremo, isso afeta negativamente seu trabalho de várias maneiras.

Quando os locais de trabalho são mentalmente saudáveis, vemos enormes benefícios para os funcionários, franqueados, franqueadores e, conseqüentemente, para a consolidação da marca, como:

- **melhor desempenho e produtividade no trabalho:** o desempenho é melhor quando temos altos níveis de bem-estar psicológico e maior satisfação no trabalho;
- **melhorias para os resultados da rede:** redução de rotatividade de pessoal, custos de recrutamento e treinamento; menos dias de doença e presenteísmo (estar no trabalho, mas não poder trabalhar em capacidade); maior produtividade e criatividade são boas para o seu negócio, pois aumenta a receita e diminui os custos; e

- **melhorias para o bem-estar da equipe:** o trabalho infunde um senso de propósito, fornece redes sociais e suporte, oferece oportunidades de crescimento e desenvolvimento e ajuda a alcançar áreas de força. Todos fatores importantes que contribuem para o bem-estar do time.

Para aqueles que vivem com doença mental, o trabalho pode desempenhar um papel importante na recuperação. Muitas doenças mentais que vemos no local de trabalho são tratáveis e, em alguns casos, evitáveis.

CONCLUSÃO

A cultura organizacional da rede de franquias pautada na valorização do capital humano estará em grande vantagem competitiva, tanto pelas 4 perspectivas do Balanced Score Card (financeiro, clientes, aprendizado e processos) como pelos 3 pilares do ESG (responsabilidade ambiental, social e de governança).



André Chiga

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

FRANCHISING E OS SETORES DE SAÚDE E BEM-ESTAR



A pandemia do coronavírus foi devastadora em todos os sentidos. Além das incontáveis vidas ceifadas ou arruinadas – estima-se, no Brasil, mais de 650.000 causalidades –, diversos setores econômicos sofreram danos de difícil e incerta reparação, que somente agora ensaiam uma tímida recuperação. São setores como os das atividades artísticas, criativas e de espetáculos; transporte de passageiros; hotelaria; restaurantes; e fabricação de veículos automotores e autopeças.

Mesmo com o pagamento do Auxílio Emergencial pelo governo federal, o consumo das famílias experimentou forte retração. Se, de um lado, o setor de serviços, que representa cerca de 75% do PIB brasileiro, sofreu um tombo recorde, de outro, o agronegócio brasileiro passou praticamente incólume à pandemia.

Com efeito, a pandemia de covid-19 gerou uma disrupção econômica que está fazendo a sociedade refletir sobre a maneira de se produzir valor. O

Fórum Econômico Mundial (FEM) apontou 20 setores que transformarão a economia global no pós-pandemia, a saber: 1) veículos elétricos; 2) licença para emissão de gases; 3) hidrogênio; 4) reciclagem de plástico; 5) serviços de reflorestamento; 6) monitoramento e qualidade da água; 7) antivirais de amplo espectro; 8) cuidados com a saúde e higiene; 9) dados; 10) serviços financeiros digitais; 11) *edtechs* e serviços de requalificação; 12) serviços de transporte baseados em *hiperloop*; 13) novos antibióticos; 14) medicina de precisão e medicamentos órfãos; 15) capital de habilidades pessoais; 16) seguro desemprego; 17) inteligência artificial; 18) genes e sequenciamento de DNA; 19) serviços de satélite; e 20) voos espaciais.



Percebe-se que todos os 20 nichos econômicos indicados pelo FEM podem ser objeto de operação de franchising, seja na execução direta dos serviços, seja na venda dos produtos derivados da produção industrial. Ademais, o FEM indicou sete condições para que segmentos promissores floresçam em um ecossistema econômico pós-pandêmico:

“Inovação (produto ou ativo relevante que pode ser produzido de forma sustentável e em escala); produção (iniciativas maduras para fornecer produtos e ativos confiáveis para o mercado); consumo (demanda suficiente para sustentar um mercado comercialmente viável); padronização (definição clara de padrões de mercado para que os produtos possam surgir e se tornar uma possibilidade entre os atores do ecossistema); valor (convergência e senso comum do valor social e mercadológico do novo produto ou ativo); codificação (estruturas legais claras para que o produto ou ativo existam e tornem o mercado economicamente e legalmente viável); e estrutura (verificar a necessidade de intervenções na infraestrutura do negócio para a concepção do produto ou ativo).”

Percebe-se que essas condições se tornam mais facilmente presentes e escaláveis em operações de franquia, tendo em vista as peculiaridades do sistema de franchising, no qual se deve sempre primar pela padronização dos produtos e dos serviços, bem como pela presença das demais condições de sucesso indicadas pelo FEM.

Verifica-se também que mais da metade dos setores tido como promissores pelo FEM tem ligação direta com os ramos de saúde e *life sciences*, talvez um dos setores mais prósperos da economia.

Segundo o Relatório do Desempenho do Franchising Brasileiro, elaborado pela Associa-

“Existem no mercado inúmeras oportunidades de franquia nos ramos de saúde e bem-estar, bem como um potencial gigantesco de negócios que podem ser formatados sob a estrutura de franchising”

ção Brasileira de Franchising (ABF) em 17 de novembro de 2021, o desempenho do setor de franquias no Brasil até o terceiro trimestre de 2021 teve uma variação positiva de 10,7% em comparação com os 12 meses anteriores, o que demonstra o sucesso e a resiliência das franquias e sua aceitação pelo mercado consumidor.

Confirmando as tendências indicadas pelo FEM, o segmento de saúde, beleza e bem-estar é o mais bem sucedido do franchising brasileiro, com o maior faturamento (R\$ 38.976 milhões) em 2021, superior ao dos segmentos de alimentação (R\$ 32.776 milhões), serviços (R\$ 29.597 milhões) e moda (R\$ 22.070 milhões).

A consolidação do setor de saúde, no Brasil, está extremamente aquecida, com mais de uma centena de operações de fusões e aquisições em 2021, gerando o equivalente a mais de R\$ 20 bilhões em volume de negócio. Esse movimento de consolidação não deve parar tão cedo, uma vez que os dados da Agência Nacional da Saúde Suplementar (ANSS) dão conta que, no Brasil, há mais de 950 operadoras de saúde com beneficiários e, segundo



a Confederação Nacional de Saúde (CNSaúde), há mais de 4 mil hospitais privados.

Com efeito, existem no mercado inúmeras oportunidades de franquia nos ramos de saúde e bem-estar, bem como um potencial gigantesco de negócios que podem ser formatados sob a estrutura de franchising.

Dentre os nichos já existentes ou que podem ser mais bem explorados, destacam-se: clínicas de câmaras hiperbáricas; seguros pontuais para cirurgias médicas e odontológicas; atendimento psicológico e psiquiátrico por teleatendimento; massagens terapêuticas; procedimentos estéticos; venda de alimentos funcionais e cosméticos funcionais. Enfim, não há limite para o capitalismo nos setores de saúde e bem-estar.

Entretanto, para que esses estratégicos setores da economia se desenvolvam ainda mais, é absolutamente necessário que toda a cadeia produtiva efetivamente aplique os princípios de ESG (*Environmental, Social and Governance*) ou em português: meio ambiente, social e governança.

O ESG conceitua uma conduta empresarial que busca a construção de uma atividade econômica inclusiva, ética, ambientalmente sustentável e a implementação de práticas de negócios que alinhem lucro, propósito, transparência e que estejam em conformidade com a legislação em vigor.

Na questão ambiental, em que pesem os avanços no setor, muito ainda deve ser feito, em especial a redução dos desmatamentos, a recuperação de extensões nativas e de pastagens degradadas, a recomposição de matas ciliares e de áreas assoreadas. Assim, produtos que respeitem ambientalmente seu local de origem e tenham métodos de produção sustentáveis terão mais chance de êxito comercial, pois defendem as bandeiras da saúde e do bem-estar do planeta.

No aspecto social, o respeito às condições dignas de trabalho e à remuneração dos colaboradores da franqueadora e dos franqueados servirá como bússola para os consumidores.



Por fim, o respeito à governança é mandatório. Não haverá futuro fácil para as atividades econômicas que não estejam em conformidade. Segundo relatório da PwC, até 2025, 57% dos ativos de fundos mútuos na Europa estarão em fundos que considerem os critérios ESG, o que representa US\$ 8,9 trilhões, em relação a 15,1% no fim do ano passado. Além disso, 77% dos investidores institucionais pesquisados pela PwC disseram que planejam parar de comprar produtos não ESG nos próximos 2 anos.

Não foi à toa que centenas de multinacionais limitaram, suspenderam ou encerraram suas atividades em território russo após a invasão da Ucrânia de forma a garantir, perante a comunidade de consumidores globais, que estão em *comply*, ou seja, que não estão em conformidade com o que consideram uma invasão de um país soberano a outro. Segundo a Universidade Yale, mais de 450 companhias aderiram às sanções impostas à Rússia, dando um claro recado que também às nações deve ser exigida uma prática de boa governança segundo os *standarts* internacionais.

Percebe-se que os meios de produção e o consumo de produtos e serviços convergem cada vez mais para a exigência das práticas de ESG, e que a saúde e o bem-estar do planeta, das companhias e dos consumidores estão intrinsecamente ligados, razão pela qual, esses nichos do franchising terão um futuro cada vez mais próspero.



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

5 ANOS DE FUNDAÇÃO:

FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS CELEBRA DIVERSAS CONQUISTAS

Neste ano, a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, criada e presidida pelo deputado federal Gonzaga Patriota (PSB/PE), comemora 5 anos de fundação. Dentre os 211 membros, são 193 deputados federais e 18 senadores da República. Na meia década de atuação, foram apresentadas diversas propostas que impactaram diretamente a vida de micro e pequenos empreendedores de todo o Brasil. Confira algumas conquistas:



Nova Lei de Franquias, Lei n.º 13.966, de 26 de dezembro de 2019: tornou a

relação entre franqueadores e franqueados mais transparente, ética, sustentável e competitiva. A legislação trouxe novas regras de concorrência territorial entre unidades próprias e franqueadas, novas condições de renovação e de prazos contratuais e estabeleceu regras específicas para a franquia no que se refere à sublocação do ponto comercial pelo franqueador ao franqueado, entre outras medidas positivas ao setor;



Lei da Liberdade Econômica (LLE), Lei n.º 13.874, de 20 de setembro de 2019: diminuiu o controle estatal sobre relações privadas. Com a

nova legislação, empresas novatas podem entrar no mercado com maior facilidade e previsibilidade, e atividades de baixo risco não precisam mais de autorizações. Logo, tem-se mais geração de emprego e renda. Além disso, as companhias têm mais liberdade para testar novos produtos, serviços e tecnologias; podem descartar comprovantes em papel após a digitalização; e dispõem de mais prazo para anotar a Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) dos trabalhadores que admitirem, utilizando a Carteira de Trabalho Digital e identificando o empregado pelo CPF;



Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018: estabeleceu diretrizes

importantes e obrigatórias para a coleta, o processamento e o armazenamento de dados pessoais. A Lei auxilia na aproximação



FOTO: LUIS MACEDO | CÂMARA DOS DEPUTADOS

e na fidelização do cliente, com o aumento da confiabilidade da instituição, além de organizar e melhorar a eficiência da companhia, com ampliação, também, da segurança jurídica sobre o tratamento de dados pessoais. A Frente tem apoiado a regulamentação da aplicação da LGPD para microempresas (MEs) e empresas de pequeno porte (EPPs);



Medida Provisória do Ambiente de Negócios (MPAN), MP n.º 1.040, de 29 de março de 2021: criou normas de proteção à livre iniciativa e ao livre exercício de atividade econômica.

Essa MP, que impacta diretamente na maneira de como se faz negócios no Brasil e no ranking Doing Business, do Banco Mundial, altera regras de abertura e funcionamento de empreendimentos e de procedimentos para exportação e importação;



Lei Complementar n.º 167, de 24 de abril de 2019: criou as Empresas Simples de Crédito (ESCs). É um novo tipo de negócio, que tem como objeto social a realização de operações de empréstimo, de financiamento e de desconto de títulos de crédito, exclusivamente com recursos próprios, tendo como contrapartes microempreendedores individuais (MEIs) ou micro e pequenas empresas;



Projeto de Lei (PL) n.º 5.575/2020: tornou o Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte) uma política oficial de crédito. Esse PL tramitou no Senado e foi aprovado com o objetivo de alterar a Lei n.º 13.999, de 18 de maio de 2020, a qual instituiu o programa e outras leis para que o Pronampe fosse utilizado de forma permanente, favorecendo micro e pequenas empresas para que elas se consolidem e atuem como agentes de sustentação e de desenvolvimento da economia nacional; e



Lei Complementar n.º 182, de 1º de junho de 2021: criou o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador. Essa Lei fomenta o ambiente de negócios, liberando startups para receber investimentos de pessoas físicas ou jurídicas que não tenham participação em seu capital social e cria, para empresas que faturem até R\$ 78 milhões ao ano, condições facilitadas ao adotarem a forma societária de Sociedade Anônima fechada.

No art. 20 do Estatuto da Frente Parlamentar, são elencadas as finalidades do grupo, tais como: apoiar e defender o sistema de franchising brasileiro como instrumento gerador de empregos, postos de trabalho e geração de renda; e promover o intercâmbio com as Casas Legislativas Estaduais, Municipais e Distrital, visando ao diálogo sobre políticas públicas voltadas para a sustentabilidade e a competitividade de empresas que desenvolvem seus negócios no sistema de franchising (franquia empresarial). Desígnios esses que vêm sendo trabalhados com frequência pelos parlamentares.

“O abuso do poder econômico e a concorrência desleal praticada por reconhecidas marcas franqueadoras, por meio da implantação de canais de comercialização, sem participação de ganhos financeiros dos seus franqueados, contribuíram para a situação de inadimplência, miséria e infortúnios em que se encontram milhares de empresários franqueados e suas famílias em todas as regiões do País, transformando sonhos em pesadelos. Vamos continuar empenhados para mudar essa infeliz realidade”, afirmou o deputado Gonzaga Patriota.



Andrew Simek

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



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>



SERÁ QUE AGORA VAI?

UM NOVO CAPÍTULO DA REFORMA TRIBUTÁRIA



Na edição anterior, em artigo por mim escrito, “A Necessidade da reforma fiscal sob o prisma da urgência e relevância X densidade política”, tratei de comentar sobre a necessidade de se reformar o sistema tributário, contrastando-a com a urgência do tema e sua densidade (ou falta dela) para tramitação e aprovação da tão cara transição de sistemas. Expus os principais problemas existentes no Sistema Tributário Nacional e a urgência de se aprovar uma reforma ampla, capaz de gerar conformidade

ao sistema por meio de uma grande reformulação do modelo constitucional tributário. Além disso, contextualizei as três grandes propostas que prometem refundar o sistema tributário: a Proposta de Emenda à Constituição (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 110/2019.

Pois bem, muito embora parecesse que o governo não possuía 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, o Senado Federal aqueceu suas velas de ignição e acelerou as discussões

para os contornos finais no relatório da PEC n.º 110/2019, de autoria do economista Luiz Carlos Hauly, o qual, em linhas gerais, unifica, além dos cinco tributos tratados na PEC n.º 45/2019, o IOF, o Pasep, a CIDE-Combustíveis e o Salário-Educação em um tributo único.

De forma bem objetiva, o novo relatório apresentado pelo relator, senador Roberto Rocha (PTB/MA), estabeleceu a lógica do IVA DUAL (CBS, que unifica PIS e Cofins; e IBS, que unifica ICMS e ISS) e do imposto seletivo.

De acordo com as previsões apresentadas pelo relator, a reforma impactará positivamente, aumentando o PIB brasileiro entre 12 e 20 pontos percentuais em 15 anos, além de conferir maior isonomia e segurança jurídica, dando cabo, de uma vez por todas, na guerra fiscal. Rocha destacou que *“Se a Reforma tivesse sido feita há 15 anos atrás, o PIB brasileiro em 2021 seria, no mínimo, R\$ 1 trilhão maior, o que significaria R\$ 4,7 mil a mais de renda anual para cada um dos 213 milhões de brasileiros”* (trecho da apresentação intitulada Reforma Tributária Ampla da Base Consumo, produzida pelo gabinete do senador Roberto Rocha).

Não há dúvidas que tudo que se busca em todas as propostas de reformas é padronizar as normas tributárias e simplificar a vida dos contribuintes. Creio eu que essa acelerada do Senado Federal retirará, do vazio das gavetas do arquivo histórico, os ensinamentos relacionados ao aprimoramento da tributação, que, ao longo do tempo, se perderam, seja por abandono político, seja por deficiências intransponíveis – até então – do sistema, seja, por fim, pela complexidade que lhes é peculiar.

No artigo anterior, fiz a seguinte pergunta: *“vamos aprimorar a tributação?”* Acho que o relator leu o artigo, sensibilizou-se e resolveu protagonizar a maior e a mais adequada mudança do sistema tributário visto em todos os tempos – apenas acho.

Os pequenos e médios franqueados sofrem,



FOTO: FREEPIK

“ De acordo com as previsões apresentadas pelo relator, a reforma impactará positivamente, aumentando o PIB brasileiro entre 12 e 20 pontos percentuais em 15 anos ”

hoje, mais pelas agruras da incerteza de um sistema claramente doente do que propriamente pela lógica demoníaca do sistema de arrecadação, que em nada contribui para um bom ambiente de negócios.

A PEC n.º 110, ainda que não incorpore em si a lógica trazida no SIMPLIFICA JÁ – que defendemos por melhor expressar o amálgama para uma transição de modelos –, certamente, conferirá maior conformidade ao sistema tributário e abrirá uma porta para que novos benefícios e desafios sejam gozados e enfrentados, em especial, pelos franqueados, que representam expressiva e importante parte da economia brasileira, além de serem responsáveis pela difusão,

no Brasil, de serviços e produtos disponíveis mundo afora.

O relator bem disse o que todos querem ouvir: haverá manutenção da carga tributária, ou seja, não haverá aumento de impostos e os investimentos serão completamente desonerados – encorajando, creio eu, empreendedores e investidores a acreditar novamente no Brasil, celeiro do mundo sob muitos prismas diferentes.

Em 16 de março do corrente ano, o relator atualizou o relatório, aperfeiçoando o texto da proposta de alteração constitucional e, ao final, disse:

A reforma dos tributos sobre o consumo de bens e serviços é uma das agendas mais importantes do Brasil – não apenas por seu impacto extremamente positivo sobre o crescimento do País, mas também por contribuir para a redução das desigualdades sociais e regionais. Essa reforma torna-se ainda mais urgente com o avanço do processo de adesão do Brasil à OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), pois a tributação de bens e serviços é uma das áreas em que nosso país mais se afasta das boas práticas internacionais. (trecho extraído da página 34, da complementação de voto apresentada em 16/03/2022).

Portanto, acredito que os longos 2 anos de amplo diálogo e amadurecimento, nas palavras do relator, ultimaram o desfecho tão esperado por brasileiros que nem sequer nasceram, mas já sofrem com as mazelas do sistema ainda no ventre materno: a reforma do sistema constitucional tributário chegou e deve acontecer.

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

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar o artigo.



Victor Teixeira Nepomuceno

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

CONFIANÇA EMPRESARIAL SE AJUSTA ESPELHANDO OS ACONTECIMENTOS GLOBAIS

A confiança do comerciante recuou 1,3% em março, intensificando o resultado de fevereiro (-1,2%). No primeiro trimestre do ano, o indicador acumulou queda de 1,12%. Os efeitos da inflação persistente, apertando orçamentos já com dívidas, e a transmissão sobre outros preços do aumento dos combustíveis são elementos-chave que explicam a baixa confiança empresarial. Em adição, o conflito entre Rússia e Ucrânia tem sido mais um vetor para criar dificuldades para o estabelecimento da confiança.

Para reforçar o clima de menor otimismo, a esses fatores se soma a sazonalidade, que pesa todo início de ano com a chegada de impostos aumentados (IPTU e IPVA) e novos valores para condomínio e dissídios, por exemplo.

Além disso, os juros reais, por volta de 5% acima da inflação, têm encarecido o custo do cré-

dito, contribuindo para a percepção dos empresários sobre uma conjuntura relativamente mais difícil a ser enfrentada pela frente.

A pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), realizada em todas as capitais mais o Distrito Federal, revelou, portanto, que o Índice da Confiança do Empresário do Comércio (Icec) aprofundou a tendência de diminuição no mês de março ao cair 0,1 ponto percentual sobre fevereiro.

Por outro lado, mesmo com a contração no mês, ressalta-se que o Icec se manteve na zona acima de 100 pontos, considerada de satisfação, com 118,0 pontos. No acumulado do primeiro trimestre, o indicador encolheu 1,12%, retornando à zona de pontuação de agosto e setembro do ano passado.

Em março, todos os três subíndices que compõem o Icec registraram variações negativas,





sendo que a percepção das condições atuais foi mais determinante (-1,6%) para o seu recuo, enquanto expectativas e intenções de investimentos caíram muito próximas, -1,2% e -1,1%, sucessivamente, com menor peso.

Dos nove subfatores que formam esses subíndices, apenas o que trata das intenções de investimentos em estoque mostrou sinal positivo (1,2%).

O subcomponente do Icec das condições atuais empresariais se apresentou como o menor até o momento, com 98,3 pontos.

Também contribuíram para derrubar o indicador nacional das condições atuais os subitens do setor (-1,9%) e da empresa (-1,8%), retratando dificuldades momentâneas que o comércio pode estar passando.

Apesar do indicador das condições atuais da economia ter se retraído menos (-1,0%) do que os outros dois citados acima, seu patamar chama atenção, porque é o que se apresenta no mais baixo nível dentre todos os nove subcomponentes do Icec (84,0 pontos).

Outro ponto do Icec a ganhar destaque foi a retração no conjunto das intenções de investimentos quanto à contratação de funcionários

(-3,5%). Apesar de constituir a segunda diminuição consecutiva – e com mais força –, em fevereiro, esse subfator caiu 0,4%. A expressiva variação pode sinalizar que as empresas estejam se preparando para fazer ajustes visando a adequar custos operacionais ao volume estimado da demanda e de receita.

Em relação ao mesmo mês do ano passado, o Icec se posicionou 13,9% para acima, ainda fruto de uma base de comparação relativamente comprimida, derivada das expectativas do início da vacinação. Nesse critério, chama atenção o incremento de 27,3% do subindicador das condições atuais como também o de 33,6% em relação às condições da economia.

Diante de um cenário potencial de crescimento da inflação por causa do comportamento dos preços internos e em virtude do quadro de incertezas com a invasão na Ucrânia, os preços, em geral, devem tender a se manter em alta, principalmente, em virtude da escalada dos combustíveis, das *commodities* e dos reflexos sobre a composição de outros.

Esse movimento crescente não é exclusividade brasileira. Pelo contrário. Com o processo se irradiando pelo resto do mundo, é possível constatar

a natureza complexa do problema em dimensão global, que é o da formação de preços. Uma prova disso é que a inflação americana superou 8% no acumulado de 12 meses, constituindo-se no maior nível dos últimos 50 anos. Assim, a conjuntura tem impactado o comerciante em virtude das altas promovidas no atacado, pressionando o repasse para os consumidores.

Noutro sentido, a sensibilidade da demanda limita a capacidade do repasse dos aumentos de preços e de custos, implicando em condições operacionais mais difíceis. Considerando que nem todo aumento de custo é transferido para o consumidor final, geram-se complicações aos negócios, essas materializadas na forma de redução de margem e/ou ganhos menores e necessidade de se promoverem outros ajustes, tais como adiar investimentos, reformas, substituição/eliminação de fatores de produção etc.

Se anteriormente e até há pouco tempo, o cenário se configurava otimista graças à vacinação para enfrentar a crise da ausência de consumidores nos estabelecimentos comerciais, agora, o problema assume nova dimensão e se dá em escala mundial, batendo forte na capacidade do comércio ofertar. Então, se, primeiramente, houve um choque de demanda, atualmente se tem, pelo lado da oferta, um novo choque, consumado através dos custos de produção.

Observando o comportamento do Icec nos últimos 13 meses, verifica-se que o indicador da confiança veio perdendo fôlego a partir de fevereiro do corrente ano, muito em função dos acontecimentos domésticos e internacionais e seus efeitos em cascata pelo mundo. Entre tais efeitos, a produção de incertezas; a volatilidade do dólar e as expectativas de alta dos juros; o menor crescimento da economia global; o estrangulamento da economia russa e o aumento dos preços na esfera produtiva no atacado, implicando em custos maiores para a produção comercial.

“Se,
primeiramente,
houve um choque
de demanda,
atualmente se tem,
pelo lado da oferta,
um novo choque,
consumado através
dos custos de
produção”

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL

Em março, o Icec sofreu maior influência da variação no Sudeste (-2,4%), região na qual os empresários demonstraram maior preocupação. A dimensão do Icec nessa área (116,9 pontos) só superou a do Nordeste (114,9 pontos).

Ao mesmo tempo, a alta de 0,9% no Norte reforçou a expressão da confiança empresarial local (124,9 pontos), seguida do Centro-Oeste, que subiu 0,3% e cujo patamar alcançou 121,7 pontos.

POR TAMANHO DE EMPRESAS

A diferença de variação do nível de confiança entre os dois grupos de empresas – micro-pequenas e médias-grandes – pode estar ligada ao reconhecimento empresarial das implicações das dificuldades que recaem sobre o seu negócio através da imposição de condições mais adversas.

No que concerne ao subindicador das condições atuais, os empresários das micros e pequenas (-1,7%) se reconheceram mais atingidos pela situação e pelas condições objetivas da economia do que os comerciantes das médias e grandes empresas, cujo indicador subiu 0,5%.

ICEC – COMPOSIÇÃO DO INDICADOR NACIONAL

| Índice | mar/22 | Variação Mensal* | Variação Anual |
|---|--------------|------------------|----------------|
| Condições Atuais do Empresário do Comércio | 98,3 | -1,6% | +27,3% |
| Economia | 84,0 | -1,0% | +33,6% |
| Setor | 100,8 | -1,9% | +25,6% |
| Empresa | 110,0 | -1,8% | +24,5% |
| Expectativas do Empresário do Comércio | 150,9 | -1,2% | +6,1% |
| Economia | 143,5 | -0,8% | +6,0% |
| Setor | 151,9 | -2,5% | +6,0% |
| Empresa | 157,4 | -2,2% | +6,4% |
| Intenções de Investimentos | 104,9 | -1,1% | +14,7% |
| Na contratação de funcionários | 126,6 | -3,5% | +11,2% |
| Na empresa | 99,8 | -0,2% | +27,1% |
| Em estoques | 88,3 | -2,2% | +7,7% |
| ICEC | 118,0 | -1,3% | +13,9% |

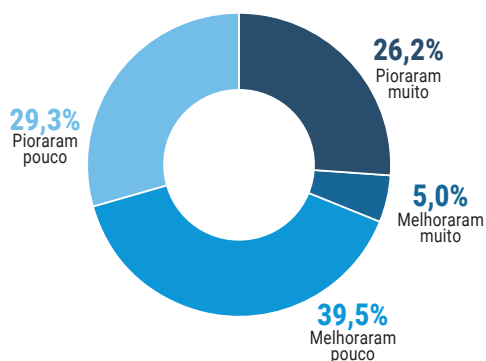
POR TAMANHO DE EMPRESAS

| Índice | mar/22 | Variação Mensal* | Variação Anual |
|------------------------------------|-------------|------------------|----------------|
| Empresas com até 50 empregados | 98,1 | -1,7% | +28,4% |
| Empresas com mais de 50 empregados | 108,2 | +0,5% | -6,6% |
| ICEC | 98,3 | -1,6% | +27,3% |

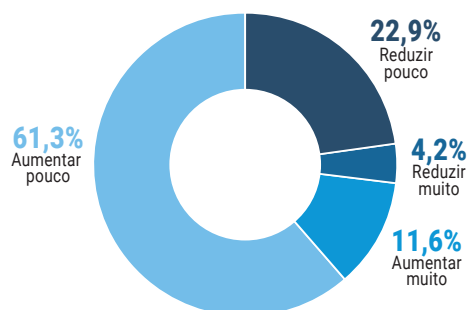
POR CATEGORIA DE USO

| Índice | mar/22 | Variação Mensal* | Variação Anual |
|--------------|--------------|------------------|----------------|
| Semiduráveis | 120,8 | -1,2% | +26,7% |
| Não Duráveis | 116,7 | -1,0% | +11,8% |
| Duráveis | 116,8 | -1,7% | +6,7% |
| ICEC | 118,0 | -1,3% | +13,9% |

CONDIÇÕES ATUAIS DA ECONOMIA (%)



EXPECTATIVA CONTRATAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS (%)





POR CATEGORIA DE USO

Na classificação por categoria de uso, o Icec revelou sinal contrário nas três. A queda mais aguda aconteceu com o segmento do comércio de bens duráveis (-1,7%), cuja característica são as vendas a prazo.

Nesse sentido, a alta dos juros, a volatilidade do dólar e os preços dos bens podem ter contribuído para o entendimento de que as vendas de bens duráveis poderão se tornar mais difíceis, considerando que as famílias se encontram bem endividadas em adição.

CONDIÇÕES ATUAIS DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO

As dificuldades enfrentadas pelos comerciantes em suportar as variabilidades do mercado se refletiram por intermédio do comportamento do Icec.

A participação dos que entenderam que as condições pioraram pouco (29,3%) e muito (26,2%) perfaz um resultado (55,5%) acima do grupo otimista, que totalizou 44,5%.

INTENÇÃO DE INVESTIMENTOS

A diminuição desse subindicador (-1,1%) se deveu basicamente à retração das opiniões sobre

intenções de contratação (-3,5%). Mesmo assim, o resultado subentendeu um componente positivo na medida em que podem aumentar o quadro de funcionários 61,3% e aumentar muito cerca de 11,6% dos respondentes.

EXPECTATIVAS

Há tempos esse subindicador do Icec tem se posicionado acima dos demais componentes, mantendo-se acima de 100 pontos, a despeito do mercado e das condições da economia.

Esse componente espelha relativo otimismo e boas expectativas do comerciante para com as vendas e a retomada do consumo. Essa visão pode ter a ver com a ansiedade a respeito da conjuntura, já que a vacinação tem sido um sucesso no Brasil. Os preços devem pressionar menos no segundo semestre, com a torcida para que a normalidade volte o mais rapidamente, após o fim do conflito na Ucrânia.

Antonio Everton Chaves Junior



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

Segurança e saúde em um só cartão!

Só quem é Sempre Amigo tem mais tranquilidade e proteção.

Além de todo o cuidado com a saúde, você tem serviços exclusivos e muito mais!

O Cartão Sempre Amigo Empresas oferece serviços de Medicina do Trabalho, Assessoria de Saúde e Segurança do Trabalho para empresas e leva saúde e bem-estar a preços acessíveis para os seus colaboradores!



CARTÃO
Sempre Amigo



Mais vantagens e benefícios!



Consultas, exames e medicamentos com até 60% de desconto*



Assistência funeral



Acolhimento psicológico on-line



Seguro de acidentes pessoais



Reparos residenciais, chaveiro, eletricista, vidraceiro e encanador



Orientação jurídica por telefone



Sorteio de R\$ 1.000,00/mês



Socorro mecânico e guincho 24h



Conta digital no Amigo Bank

Serviços cobertos



Programas de SST
Saúde e Segurança do Trabalho



PGR/PPRA
Programa de Gerenciamento de Riscos



LTCAT
Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho



PCMSO
Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional



Exames admissionais, demissionais, laboratoriais e complementares

Oportunidade de lançamento com tudo incluso

de R\$59,90

por **R\$39,90**

Promoção válida por tempo indeterminado
Cartão Sempre Amigo + Programa Medicina do Trabalho

 [cartaosempreamigobr](#)  (61) 99166-0801

CENTRAL DE ATENDIMENTO 0800 606 4665

Para mais informações, escaneie o QR CODE



La diferencia entre comer y saborear



Restaurante

Libertango

Brasília-DF

Premiações:



Reservas:

 **(61) 3554-1727**

 SHS Quadra 2, Bloco J, Hotel Bonaparte



O Brasil é um dos maiores mercados de chocolate do mundo

E a **Dolce Cacao** vem se tornando referência no segmento

Conheça a pâtisserie e seja um franqueado

 @dolcecacaobr

