

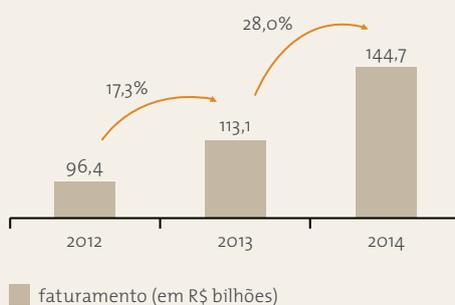
## EMPRESAS DE INTERNET CRESCEM APESAR DA CRISE

PESQUISA DA ABRANET MOSTRA QUE O SETOR FATUROU QUASE R\$ 145 BILHÕES NO ANO PASSADO E SUPEROU SEGMENTOS COMO ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR E EDUCAÇÃO

Em meio a um cenário econômico pessimista, com sucessivos resultados negativos na indústria, no comércio e no setor de serviços, as empresas de internet (tecnologia da informação, comunicação, provedores, programação etc.) parecem não sentir os efeitos da crise. No ano em que a rede mundial de computadores completa 20 anos no Brasil, um recente estudo divulgado pela Associação Brasileira de Internet (Abranet) mostrou que o faturamento das empresas que atuam no setor atingiu R\$ 144,7 bilhões em 2014, um crescimento de 28% em relação ao ano anterior.

Essa cifra corresponde a 1,74% do faturamento de todas as empresas brasileiras, e já supera o de setores relevantes como alimentação fora do lar (1,13%) e educação (1,03%).

EMPRESAS DE INTERNET | Fonte: Abranet



Entre 2012 e 2014, o setor criou 51.180 postos de trabalho, o que representa um crescimento de 17,5% no total de empregados do setor. O número de estabelecimentos também aumentou significativamente no mesmo período, com 27,6% de crescimento.

PORTE DAS EMPRESAS (EM % DO TOTAL)

Fonte: Abranet/Valor Econômico

Grande	2,1%
Média	14,8%
Pequena	10,8%
Microempresa	41,9%
MEI	21,5%
Entidades públicas e privadas	9,0%

Assim como no mundo real, os Microempreendedores Individuais (MEI) e as micros e pequenas empresas virtuais, com faturamento anual de até R\$ 3,6 milhões, representam juntas 74,2% do total – e são as que mais empregam. [6]

### pág. 02

#### EMPREENDEORISMO

Frente parlamentar defende interesses das MPES



### pág. 03

#### NEGÓCIO

Fachadas bem cuidadas aumentam vendas



### pág. 04

#### INVESTIMENTO

Fundos internacionais miram em imóveis



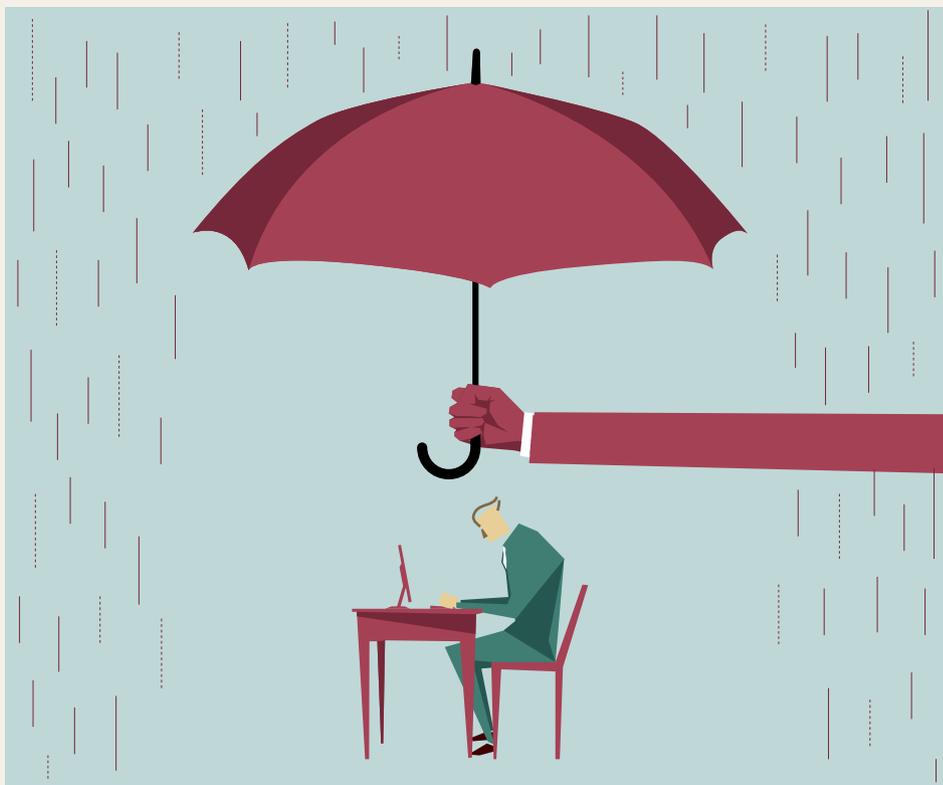
# FRENTE PARLAMENTAR DEFENDE MPES PAULISTAS

COMPOSTA POR 71 DEPUTADOS ESTADUAIS E 52 INSTITUIÇÕES, ENTRE ELAS A FECOMERCIO-SP, FREPEM VAI DISCUTIR TEMAS RELEVANTES AO EMPREENDEDORISMO

Recentemente, foi lançada pela Frente Parlamentar do Empreendedorismo e Combate à Guerra Fiscal (Frepem), da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, a 3ª Carta de São Paulo para o Empreendedorismo. Trata-se de uma série de propostas que visam à defesa e ao fortalecimento das Micros e Pequenas Empresas (MPEs) e que serão amplamente discutidas pela Frepem no decorrer deste ano.

Entre as propostas elencadas estão:

- Ampliação dos limites do Simples Nacional e criação de novas regras de transição entre alíquotas, para o aprimoramento do PLP 448/2014, que trata da revisão das tabelas do Simples Nacional;
- Desburocratização e simplificação do registro e funcionamento das MPES, com ampliação do programa Via Rápida Empresa e integração com a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (Redesim);
- Implementação da Lei nº 13.122/2008, que determina o tratamento diferenciado para as MPES nas compras públicas no Estado de São Paulo;
- Regulamentação da Lei nº 15.693/2015, que criou o Plano Estadual de Educação Empreendedora, com o objetivo de inserir o ensino de empreendedorismo nas escolas de ensino médio e escolas técnicas estaduais vinculadas à Secretaria da Educação e ao Centro Paula Souza;
- Implementação dos programas de inovação e de acesso à tecnologia para as MPES paulistas (Lei nº 15.099/2013);
- Implantação e consolidação dos programas de apoio ao Microempreendedor Individual (MEI);
- Incentivo e fortalecimento do empreendedorismo social;
- Identificação e promoção de arranjos produtivos locais focados na economia criativa;
- Regulamentação e implementação da Lei Geral das MPES nos 645 municípios de São Paulo;



- Expansão e modernização do Banco do Povo nos 645 municípios do Estado (Projeto de Lei nº 1067/2014);
- Criação de programa de fomento e capacitação para internacionalização de pequenas empresas paulistas;
- Fortalecimento da Subsecretaria de Empreendedorismo, Micro e Pequena Empresa;
- Promoção de reuniões do Fórum Estadual das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (Decreto nº 55.764/2014);
- Fim da substituição tributária para os optantes do Simples Nacional;
- Anistia às multas por atraso na entrega da Guia de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social (GFIP);
- Sociedades Uniprofissionais (SUPs). Alertar a Prefeitura Municipal de São Paulo e outros municípios quanto à inconveniência do desenquadramento das categorias

- das sociedades Uniprofissionais (SUPs) e outras penalidades;
- Melhoria da Hidrovia Tietê-Paraná com investimentos necessários para a navegabilidade da hidrovia em todos os meses do ano;
- Enfrentar e combater a guerra fiscal, que compromete a competitividade das empresas paulistas;
- Reforma Tributária, defesa da alíquota única do ICMS e desoneração na produção de bens de capital.

A Frepem é integrada por 71 deputados e 52 instituições da sociedade civil, entre elas a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). Serão realizadas diversas reuniões de trabalho para a discussão dos respectivos temas e encaminhamento de demandas. [&]

# DICAS PARA MELHORAR A FACHADA DE SUA LOJA



DISPOR DE UMA VITRINE BEM MONTADA, COM BOA EXPOSIÇÃO DOS PRODUTOS, UMA BOA ILUMINAÇÃO E ENTRADA CONVIDATIVA SÃO PONTOS FUNDAMENTAIS PARA AUMENTAR AS VENDAS

*A fachada da loja é o primeiro contato visual do cliente. Ela é o cartão de visitas do estabelecimento e deve transmitir uma mensagem que possa despertar o interesse dos passantes, uma vez que a percepção visual é o primeiro passo para atrair a atenção dos consumidores. Assim, para orientar o lojista a elaborar, ou a aprimorar, a fachada da loja, são apresentados a seguir alguns pontos importantes para atrair a atenção dos consumidores.*

**Iluminação** – Deve destacar o logotipo e as vitrines externas, dando maior visibi-

*lidade aos produtos, a fim de despertar a curiosidade do consumidor. Chamadas promocionais também merecem destaque. O uso de fotos e imagens que transmitam o estilo da loja favorece a identificação do cliente e devem ficar à vista e bem iluminadas.*

**Entrada da loja** – A marcação da entrada da loja deve ser convidativa. As promoções ganham destaque nesse espaço, onde os preços devem ser os mais atrativos. Produtos de maior valor devem ficar em segundo plano, dentro da loja. Chamadas te-

*máticas costumam atrair as pessoas, que buscam produtos relacionados ao tema.*

**Vitrines externas** – A vitrine é a grande oportunidade do lojista de se diferenciar dos demais concorrentes. Ao visualizar a vitrine, o consumidor tem que sentir vontade de entrar na loja. No preparo das vitrines, é importante destacar produtos específicos – ou de acordo com a especialidade da loja. Trocar periodicamente os produtos é uma ação interessante, pois permite maior demonstração do estoque e possibilita aumento da oportunidade de vendas. [8]

## PROGRAMA APRENDIZAGEM GRATUITO NO SENAC.

# EMPRESA, FAÇA PARTE DO PROGRAMA APRENDIZAGEM NO SENAC E ESCOLHA MUDAR A VIDA DE MUITOS JOVENS.

Além de cumprir a lei, você ajuda a preparar os jovens para o mercado de trabalho. Uma ótima escolha para a empresa e para esta **futura geração de profissionais.**



# FUNDOS INTERNACIONAIS INVESTEM EM IMÓVEIS

ELES SÃO ATRAÍDOS PELO REAL DESVALORIZADO E PELOS DESCONTOS DE ATÉ 50% QUE AS CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS OFERECEM NESTE TIPO DE NEGÓCIO



Com a crise econômica, oportunidades também aparecem. Esse é um lugar comum, mas que de fato funciona ao menos para alguns investidores. Funciona para aqueles que, em tese, não se preocupam com resultados a curto prazo e detêm muitos recursos disponíveis (excessiva liquidez). Essa condição é normalmente encontrada nos fundos de investimento, principalmente os fundos de pensão.

Fundos de pensão internacionais, além de olharem para ativos de maturação a longo prazo (10, 20 ou 30 anos), mantêm em seu poder uma enormidade de recursos. Para completar, esses fundos são investidores globais e olham para retorno em dólares. Ou seja, não costumam fazer muitos investimentos onde percebem que a moeda está valorizada, como era o caso do Brasil nos últimos anos. Com a desvalorização do real, as oportunidades de boas barganhas para esses fundos voltam a aparecer.

O Brasil atrai a atenção desses fundos em um segmento específico atualmente: o imobiliário. Com o excesso de imóveis disponíveis, residenciais e comerciais, os

preços estão em queda, com índices de vacância muito elevados. Empresas do setor estão mudando suas políticas de negociação, ao oferecer condições especiais de pagamento como descontos, prazo e taxas de juros baixas, ou até mesmo sem juros para o saldo restante. Mesmo assim, as crises de consumo e de crédito são tão intensas que não há como reduzir o estoque de imóveis prontos e lançados contando com o mercado interno.

Foi nesse ambiente que surgiu uma nova modalidade de investidores: os fundos internacionais que buscam pacotes de imóveis por atacado. São investimentos a longo prazo, com aquisições de centenas de milhões de dólares por vez. As construtoras e incorporadoras proprietárias de muitos imóveis disponíveis vendem com descontos de 40% a 50% para essas compras por atacado de fundos internacionais. Esses negócios começam a se tornar relativamente comuns. Por um lado, desafogam o caixa dessas empresas, que não conseguem mais arcar com as despesas operacionais sem vender os imóveis. Por outro, são excelentes

opções para quem quer investir centenas de milhões e olha apenas a longo prazo, quando provavelmente vão obter um bom retorno, dado que irão comprar imóveis a preços muito baixos, principalmente em dólar.

Infelizmente, o pequeno investidor não pode participar desse negócio, pelo menos por enquanto. A tendência é de que, a médio prazo, grupos de investidores e fundos nacionais comecem a ofertar esses mesmos negócios, em moldes semelhantes a seus clientes, ou seja, com investimentos muito menores, na casa de poucas dezenas de milhares de reais. Investidores brasileiros poderão apostar no retorno elevado de seus investimentos em imóveis, comprados por atacado pelo fundo, que atomiza as vendas para investidores menores. Mesmo assim, é necessário ter o tempo a seu favor, pois pode demorar dois, cinco ou dez anos para que esse investimento traga o retorno esperado. Para quem não pode esperar, sobra o CDI e os CDBs, cada dia mais interessantes para aplicações a curto e médio prazos, de três meses a dois anos. [&]