

VEÍCULO:
Brasil Econômico

DATA:
01/12/14

EDITORIA:
Empresas

ROBERTA DA MATA
A futura
empreendedora

Há dois meses, Roberta da Mata deixou o emprego em uma empresa da área comercial, onde permaneceu por 17 anos, disposta a se tornar dona do próprio negócio. Roberta pensa na abertura de uma microempresa na área de Pet Shop e ser também microempreendedora individual (MEI) em uma empresa de adesivos escolares para impressão pela internet. Mas vê na elaboração de um plano de negócios eficaz o principal entrave para dar o passo seguinte. "Não somos efetivamente educados para sermos empreendedores. Isso deveria entrar na grade curricular. Eu sei exatamente o que quero e o local onde abrir a minha empresa. Mas acho muito complicado montar sozinho um plano estratégico. Se busco ajuda de consultorias, elas cobram valores que não posso arcar, caso contrário reduz o capital que quero destinar para implementar os meus negócios", comenta Roberta.

Decidida, ela não pretende voltar a ter um empregador. "Meu objetivo com tudo isso é fazer o que gosto e ser feliz. Quem quer abrir um negócio tem que passar por cima desse obstáculo", diz ela, que acredita no sucesso dos empreendimentos que pretende abrir. "Aproveitei a minha vinda aqui na Feira do Empreendedor para buscar mais informações, sobretudo sobre a questão que mais me preocupa. Um pequeno empresário precisa eliminar ao máximo os erros no caminho. Descobri que posso contar com a ajuda dos consultores do Sebrae para desenvolver o meu plano e vou procurar saber mais sobre isso".



Estefan Radonitz

O que querem os pequenos empresários

Condições melhores de acesso ao crédito, menor carga tributária e mais visibilidade estão entre as necessidades

Erica Ribeiro
eribeiro@brasilconomico.com.br

O que falta aos micro e pequenos empreendedores para deslanchar? E quais são as dúvidas de quem quer empreender? Quatro pessoas ouvidas pelo **Brasil Econômico** — uma candidata a empreendedora, um microempreendedor individual, um microempresário e um pequeno empresário — destacaram o que percebem como entrave para o crescimento. E o que esperam que seja feito por eles, que representam um mercado que tem, no país, mais de 90% das empresas nesse patamar.

"Os pequenos empreendedores são os que movimentam

a nossa economia. É preciso ter empresas fortes e iniciativas que possam melhorar o ambiente de negócio para elas. O Sebrae faz muito por elas. Mas o poder público também precisa fazer o seu papel", afirma o **secretário estadual de Desenvolvimento do Rio, Julio Bueno**.

Ele destaca a **agência de fomento fluminense, a AgeRio**, como um meio facilitador de acesso a crédito, que dispõe hoje de R\$ 3 bilhões para empréstimos. Além disso, diz ele, o **Compra Rio** incentiva grandes empresas do estado a comprar de pequenos fornecedores locais, projeto que, em quatro anos, movimentou R\$ 1 bilhão em negócios.

LEANDRO GOMES DA SILVA
Financiamento ainda
é para poucos

Microempreendedor individual, com uma pequena linha de fabricação de salgadinhos em Jacarepaguá, Leandro Gomes da Silva já pensa em ir além e, em breve, se tornar um microempresário. Vontade não falta, afirma ele, que acredita no sucesso dos produtos que faz e vende em sua região. Mas, cair no gosto do cliente e ser bom de tempero não são os únicos ingredientes para subir de posto.

"Para que eu possa crescer, preciso ampliar o volume de salgadinhos que produzo, aumentar a clientela, ter condições de ir mais longe com as entregas. Caso contrário, permaneço no mesmo lugar. Mas o problema que um microempreendedor individual enfrenta é que eu considero o maior deles é a falta de acesso a crédito em condições que caibam no meu orçamento", reclama ele, que sonha com a compra de um equipamento que vai acelerar o processo de produção de seus salgadinhos. O problema está no custo da máquina. Nada menos que R\$ 20 mil, valor muito alto para arcar sozinho.

"O financiamento para compra de máquinas existe, mas a burocracia é muito grande na hora de pedir uma linha de crédito que possa cobrir um valor como este. Nem todas as garantias necessárias podem ser cobertas. É preciso simplificar o acesso ao crédito para quem deixou de ser informal."



JORIAN PHILIPPE
Mais pontes entre as micro e as grandes empresas

Visibilidade é a palavra que ronda as ações do microempresário Jorian Philippe, dono da Taverna Produções, uma empresa que trabalha com soluções de engajamento para empresas. "Eu pego o que é chato em uma corporação e crio uma ação que seja legal, seja um treinamento por meio de elementos usados em jogos, técnicas de teatro ou storytelling (criação de uma narrativa). Mas onde fica o nosso público? Nas grandes empresas. Nelas é que os maiores problemas de engajamento acontecem. Mas, para chegar a elas, preciso me tornar visível. E esse é o maior problema que um microempresário, em qualquer atividade, enfrenta", sentencia Jorian, que se torna o próprio cartão de visitas de sua empresa.

Para ele, entidades que representam as pequenas empresas e o mercado de economia criativa deveriam ampliar as oportunidades de relacionamento destes empreendedores com grandes corporações, criando eventos específicos, soluções de negócios ou qualquer outra atividade que encurtassem a distância entre as duas pontas. "Falta essa ponte entre a minha mostra suas ideias e as grandes compram as soluções. Minha dificuldade está na prospecção de mais clientes de grande porte para oferecer meu trabalho. Um canal específico para exportar o trabalho é fundamental. Esse não é um problema que se restringe ao profissional de economia criativa. É comum a todos os microempresários. Para darmos o passo seguinte e crescermos, precisamos ter volume de clientes e experiências para apresentar", diz ele, que se divide entre o trabalho em sistema home office e uma área em um espaço colaborativo, no Rio. Jorian afirma que, em outras áreas, o atendimento às micro e pequenas empresas teve ganhos de qualidade. "O acesso à informação sobre legalização, impostos, e orientações em geral são muito mais fáceis e amigáveis. Agora é preciso levar essa facilidade para a aproximação com potenciais clientes".



FABIO JUNIOR BARRETO
Mais incentivos para o pequeno empresário

Dono de uma pequena empresa especializada em serviços de atendimento automatizado de conversão de dados e voz, Fabio Junior Barreto abriu sua empresa, a Central Telecom, há três anos e hoje tem oito empregados. Está satisfeito. Mas acha que poderia ter ido além, não fosse o peso dos tributos, considerados por ele muito altos, além das dificuldades de acesso ao crédito e das dificuldades para participar de licitações. "Minha empresa trabalha com o desenvolvimento de serviços que são usados, por exemplo, em votações pela internet ou telefone, agendamentos para empresas, portais de voz, torpedos por SMS, enquetes e pesquisas. Trabalhamos muito para conquistar grandes clientes. Mas é uma tarefa complicada. O acesso a licitações para este tipo de serviço ainda é muito difícil para uma pequena empresa inicialmente tomar conhecimento e, em seguida, participar. Vem aí um problema que, na minha opinião, deveria ser resolvido com ações para nos tornar mais visíveis a esse mercado", diz ele.

Quanto aos tributos, Barreto diz que mesmo com todo o trabalho de reduzir a carga tributária, uma empresa formalizada que quer se manter em dia com seus compromissos e com seus empregados, ainda tem um peso muito grande para o seu tamanho e faturamento. "Essé é um processo que também precisa ser revisto. Afinal, as micro e pequenas empresas são a maioria em nosso país. Situações como essas é que acabam fazendo com que muitas empresas não permaneçam vivas por muito tempo. Os empresários sabem o que querem e onde querem chegar. Mas obstáculos como esses, somados a outros entraves como o da dificuldade de se obter crédito facilitado, são situações que podem desestimular futuros empreendedores e tirar o ânimo daqueles que já estão na estrada. Quem tem uma empresa não quer ficar estagnado."

