



**ROGER BARROS**  
Profissões  
do futuro



**FRED BRAGA**  
Financiamentos:  
destinos incríveis



**PEDRO DURÃO**  
Negócios com  
a Adm. Pública

ANO **1** EDIÇÃO **07** JUNHO 2018 DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

**ArtNer** EDITORA  
Comunicação



# Negócios Empreendedorismo Inovação

**ATUALIDADES, GESTÃO, FINANÇAS,  
E INOVAÇÃO NOS NEGÓCIOS**

**POLÊMICA!**

**Marcas kamicases: brincando com fogo**



**DICAS DE LEITURA: VEJA AS SUGESTÕES DE IÊDO FLÁVIO.**

**Os artigos e anúncios aqui publicados são de inteira responsabilidade de seus autores e não expressam necessariamente o pensamento do editor.**

**Esta revista é uma publicação de propriedade**



**Contatos  
(79) 3043-1744 • 99131-7653**

**site: <http://artner.com.br/>**

**e-mail  
[joselitomkt@hotmail.com](mailto:joselitomkt@hotmail.com)**

**Facebook  
<https://www.facebook.com/artnercomunicacao/>**

**Twitter  
[@artnercom](https://twitter.com/artnercom)**

Olá!

**O**lá pessoal! Mais uma vez por acesar / baixar esta edição da nossa revista Negócios, Empreendedorismo e Inovação.

Temos motivos positivos para comemorar: a presença de articulistas inéditos. E, como sempre, trazendo para os nossos leitores assuntos de interesse.

Vejam por exemplo: Roger Barros, da Chip&Cia, falando sobre as profissões do futuro; Alan Farias, do Conselho de Jovens Empreendedores, nos traz o tema atualíssimo - o impacto da corrupção nos negócios; Fred Braga, da Fecomércio, fala sobre investimentos; Lúcio Flávio, do Movimento Brasil200, por sua vez, traz um excelente artigo sobre o equívoco de associar marcas aos temas plêmicos e o procurador Pedro Durão discorrendo a respeito de negociação com a administração pública.

Enfim, a revista Empreendedorismo, busca, mais uma vez, inovar em assuntos e articulistas, trazendo temas de interesse do empreendedor, do empresário e do consumidor em geral

Divulgue e compartilhe a revista entre seus contatos. Indique o site para baixar as edições anteriores: <http://artner.com.br/> - é só clicar neste link. Querendo emitir a sua opinião ou uma contribuição, envie sua mensagem para o e-mail: [joselitomkt@hotmail.com](mailto:joselitomkt@hotmail.com)

Abraço e boa leitura.



**JOSELITO MIRANDA  
DE SOUZA**

**Empreendedor editorial  
da ArtNer Comunicação**



# 10 dicas de **gestão** para grandes líderes

## **1** **COMPARTILHE INFORMAÇÕES**

Comunique as novidades que você pode falar. Evite boatos e mentes vagando no “achismo”.

## **2** **AJUSTE O SEU ESTILO**

Pessoas são diferentes e possuem formas diferentes de agir. Não pense que pode de uma única maneira gerir todos, pois nem todos gostam de ser gerenciados da forma que você gostaria de ser.

## **3** **FOQUE SEU TEMPO**

Concentre a maior parte do seu tempo em 20% das pessoas que produzem 80% de todo o resultado.

## **4** **DIVIRTA-SE**

Seu time quer sentir-se bem no trabalho, portanto, descontraia pelo menos 10 minutos por dia.

## **5** **SEJA AGRADECIDO**

Todos gostam de sentir-se apreciados! Um simples “Obrigado!” não custa nada e faz uma enorme diferença.

## **6** **REMOVA OBSTÁCULOS**

Burocracia sufoca a criatividade e a inovação. Mantenha somente a papelada extremamente necessária.

## **7** **CAPACITE DELEGANDO**

Você sabe que ninguém fará como você faz, entretanto é preciso delegar para dedicar-se a tarefas mais estratégicas.

## **8** **MÃOS NA MASSA**

Ao invés de falar, faça! Sua atitude pró-ativa estimula seu time a segui-lo, fortalecendo sua liderança

## **9** **DEFINA METAS ATINGÍVEIS**

Não crie metas impossíveis, pois isso ao invés de motivar, desmotiva pela não atingimento. Crie metas proporcionais ao tamanho do seu time

## **10** **DÊ E RECEBA FEEDBACK**

O feedback é fundamental na gestão do seu time. É por meio dele que mostramos que é possível fazer, e na era de Gestão de Pessoas é a grande chave para a melhoria contínua e para a evolução.



**ROGER DANTAS  
BARROS**

Presidente  
CHIP & CIA

O investimento no capital intelectual é de fundamental importância para que possamos evoluir e estarmos preparados para os novos desafios.

# Profissões do Futuro



**E**stamos vivendo a era da transformação digital e, com ela, uma verdadeira revolução tecnológica que muda completamente a forma como as pessoas se relacionam e realizam seus trabalhos. Esta nova era onde o compartilhamento de recursos é cada vez mais valorizado e a interação entre as pessoas sendo feita de forma online através das redes sociais geram novas oportunidades de carreiras e formas de trabalhar seja presencial ou remotamente. Mas com toda esta automação de processos e o avanço da Inteligência Artificial muitas das tarefas que eram realizadas até o momento por nós estão sendo substituídas pela máquina o que nos leva a uma nova realidade onde temos o desafio de buscarmos nos posicionar de forma que tenhamos novas atribuições dentro de toda esta nova conjuntura. Mesmo com a extinção de algumas carreiras, outras serão criadas para suprir estas novas necessidades. Seguem algumas delas (Fonte Hotmart):

- 1 Especialistas em Experiência de Usuário/Cliente:** existem algumas variações para esse profissional no mercado, como Customer Success ou na tradução literal, Sucesso do Cliente. A função desse profissional é fazer com que o cliente tenha toda a assessoria necessária de algum produto/serviço contratado. Já é comum encontrar esses profissionais em empresas de e-commerces e outras plataformas, que prezam pelo resultado e experiência positiva do cliente.

## ATUALIDADE

**2 Creators:** esses profissionais já estão em alta e prometem ficar nos próximos anos. São aquelas pessoas que vivem de produzir conteúdo para a internet, também conhecidos como digital influencers.

**3 Profissional de marketing digital:** apesar do marketing ser uma carreira antiga, esse profissional vem se fortalecendo cada vez mais no meio online, criando uma especialização de carreira cada vez mais voltada para a internet.

**4 Analista de Big Data:** profissional que analisa todas as informações provenientes de um sistema que circula na internet e que pode influenciar em um negócio/empresa.

**5 Gestor de comunidade:** esse profissional é responsável por lidar com os consumidores e comunidade ao redor de uma empresa, a fim de recolher opiniões para melhorar o negócio e o posicionamento da empresa com essas pessoas. Alguns negócios já possuem profissionais focados nessa função, que irá se expandir nos próximos anos.

**6 Gestor de resíduos:** a produção de resíduos vem aumentando consideravelmente, principalmente do tipo sólido, gerando a necessidade de uma gestão dessa matéria sendo produzida massivamente.

**7 Arquiteto e Engenheiro 3D:** no setor de engenharia, arquitetura e urbanismo, será possível projetar ambientes em 3D e por isso, os profissionais deverão se especializar nesse ramo para entregar uma experiência cada vez mais real ao seu cliente.

**8 Desenvolvedor de dispositivos wearables:** em uma tradução livre, "weareable" significa "vestível". São óculos, lentes, reló-

gios e outros equipamentos que tenham algum tipo de tecnologia que facilite a vida das pessoas. E os profissionais capazes de desenvolver esses dispositivos estarão entre os mais procurados nos próximos anos.

**9 Gestor de inovação:** por mais que possa parecer um termo genérico, já é possível encontrar empresas que oferecem essa vaga. Esse profissional será responsável por repensar as estratégias de uma empresa, seja em seu core business ou para alguma área específica, com o intuito de melhorar seu modelo de negócio.

**10 Especialista em e-commerce:** o e-commerce já é um modelo de negócio trivial na vida das pessoas. Porém, com tantas lojas virtuais concorrendo na internet, será preciso se destacar cada vez mais para atrair clientes. Por isso, o profissional especialista em e-commerce ainda tem um tempo longo de vida garantido.

Portanto, o investimento no capital intelectual é de fundamental importância para que possamos evoluir e estarmos preparados para os novos desafios que o mundo virtual vem provocando em nossas vidas. Não é uma tarefa fácil pois num país como o nosso onde os investimentos em educação são escassos e os de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico foram reduzidos fazem com que o aumento do desemprego se eleve e tenhamos uma escassez cada vez maior de mão de obra qualificada para suportar toda a demanda que vem crescendo com toda esta transformação digital. Precisamos rapidamente mudar esse cenário a fim de que possamos construir uma base sólida para suportar todos estes desafios e diminuir a desigualdade social no Brasil gerando novas oportunidades de trabalho para todos.



ALAN FARIAS  
COSTA

Administrador,  
especialista em  
Comunicação e  
Marketing Empresarial,  
palestrante e membro  
do Conselho de Jovens  
Empreendedores de  
Sergipe (CJE-SE)

A corrupção  
gera um  
cenário de  
concorrência  
desleal e  
impacta toda  
uma cadeia.

## O impacto da corrupção nos negócios



**N**os últimos anos muito se falou sobre corrupção, principalmente no meio político. Grandes escândalos com impactos nacionais foram veiculados na mídia para que todo mundo tivesse ciência. O que muitas vezes não fica claro, é que essa corrupção política que temos acompanhado também afeta o mundo dos negócios e a vida do empreendedor brasileiro. Afinal, o que é essa tal corrupção?

Corrupção é o efeito ou ato de corromper alguém ou algo, com a finalidade de obter vantagens em relação aos outros por meios considerados ilegais ou ilícitos.

O empreendedorismo no mundo dos negócios tem como objetivo gerar emprego, renda, riqueza e transformação para a sociedade de uma maneira geral. Quando a corrupção se encontra com o mundo dos

## ATUALIDADE

negócios | empreendedorismo essa conta se inverte, os benefícios que o negócio traria para a sociedade ao redor são extintos, pois a corrupção visa o unilateralismo, um pequeno grupo enriquecendo ou levando vantagem enquanto toda uma cadeia fica impactada negativamente.

**A corrupção gera um cenário de concorrência desleal e impacta toda uma cadeia.** A partir do momento que um membro do ecossistema empreendedor é corrompido, todos são impactados por essa ação. Corrupção é como se fosse um iceberg, vemos uma pequena parte exposta, porém não temos a visão do estrago que o todo pode fazer.

Pesquisa inédita do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) mostra que **31% dos empreendedores entrevistados apontaram a corrupção como o principal obstáculo enfrentado em 2017**, seguido pelo desemprego alto (25%) e pela taxa de juros elevada (17%). Para 52% dos donos de pequenos negócios, o ano de 2017 foi pior do que 2016<sup>1</sup>.

Enquanto tivermos corrupção sendo praticada por nossos políticos (de todas as esferas), por empresários (como o caso da Carne Fraca e Lava-Jato demonstraram), pelo nosso Judiciário e mesmo pelo nosso povo em termos gerais (a velha história do “jeitinho brasileiro”), nunca seremos um país verdadeiramente de “ORDEM E PROGRESSO”.

Com todo esse cenário atual, mui-



to vem se falando sobre como combater a corrupção no mundo dos negócios. Nesse quesito o COMPLIACE está em evidência, sendo implantando pelas grandes corporações. Trata-se de ação interna da empresa voltada a garantir que o negócio se mantenha dentro das regras estabelecidas pelos órgãos reguladores.

Não há dúvidas que o desenvolvimento do país seria muito maior se tivéssemos menos corrupção, o Brasil é um país de empreendedores criativos e inovadores. Penso que é necessário tornar a corrupção mais custosa para os seus praticantes, punindo com menos flexibilidades e regalias. Afinal, ninguém deveria estar acima da lei.

1 - <https://dcomercio.com.br/categoria/brasil/corrupcao-atrapalha-emprtesarios-de-pequenos-negocios>



**THIAGO NORONHA**

Advogado. Sócio do  
Álvares Carvalho &  
Noronha – Advocacia  
Especializada  
(ACNLaw).  
Pós-Graduando em  
Direito Empresarial  
pela PUC/MG.  
Diretor Jurídico do  
Conselho de Jovens  
Empreendedores  
de Sergipe (CJE/  
SE). Membro da  
Escola Superior de  
Advocacia (ESA/SE).

## Negócios inovadores impõem desafios para tributação no Brasil



**A**irbnb, Uber, Netflix, Spotify, dentre outros negócios inovadores – que começaram como Startups, entretanto hoje estão se consolidando com uma base de usuários exponencial – estão mudando a forma como as pessoas enxergam o mundo. A economia compartilhada – onde oferta e demanda se equalizam resolvendo problemas básicos como mobilidade, estadia, entretenimento, estacionamento – não é mais paradigma e sim realidade. Segundo uma projeção da consultoria PwC feita em 2017, o setor deve movimentar mundialmente US\$ 335 bilhões no ano de 2025<sup>1</sup>.

A agressividade inovadora, na contramão, desperta a fúria das empresas e conglomerados econômicos con-

<sup>1</sup> Fonte: <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2017/10/compartilhamento-devera-ser-30-do-pib-de-servicos.html>



solidados nos mercados, a exemplo da hostilidade existente ainda hoje entre taxistas e motoristas de aplicativos. A hostilidade também surge sob outro aspecto que parece em segundo plano, porém vem ganhando cada vez mais notoriedade na mídia: **estes novos negócios terão a incidência de impostos? Se sim, quais?**

Na Europa e nos EUA o debate está muito adiantado e resvala principalmente nas sofisticadas operações utilizadas por essas empresas para reduzir o pagamento de impostos. Manobras possíveis por causa da própria natureza destes negócios: grande parte do seu valor está em sua propriedade intelectual e os sistemas tributários em todo mundo ainda não estão preparados para lidar com isso. Desta forma, remessas de dinheiro que poderiam ser consideradas lucros, e sofrer taxaço, são movimentadas como royalties sobre o uso de propriedade intelectual sem que sejam taxadas.

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) estima, em 2017, que 240 bilhões de dólares foram evitados em impostos todos os anos em operações como essas<sup>2</sup>. O valor é quase metade de toda a arrecadação do Brasil em 2016. Apesar disto, seria impróprio dizer que estas empresas atuam na ilegalidade. Pelo contrário, a engenhosidade e a arrojado são marcar registradas dos negócios inovadores e, infelizmente, os governos ao redor do globo são lentos e burocráticos, enquanto as Startups são ágeis e adaptáveis.

<sup>2</sup> Fonte: <https://socioeconomia.org/uber-airbnb-o-que-os-icone-da-economia-compartilhada-nao-compartilham-com-voce/>



A intangibilidade destes negócios propõe uma releitura e um refino jurídico e interpretativo no qual os órgãos do Estado ainda não preparados, a começar que muitos sequer compreendem a natureza deles. Afinal, um serviço realizado na nuvem como definir onde recolher o ISS, por exemplo? Entre estas e outras dúvidas, surgem iniciativas a exemplo do Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 748/2015 que visa regulamentar o compartilhamento de imóveis residenciais por meio de sítios eletrônicos ou aplicativos, a exemplo do Airbnb. Desde 23/02/2017 o projeto está com a relatoria e, enquanto isso, seguimos em meio a mudanças cada vez mais agressivas. Talvez, quando o PLS se tornar lei, a economia compartilha já tenha sido substituída por outra inovação. Afinal, como diz o bom e velho latim, *tempus fugit*.



FRED BRAGA

Consultor financeiro,  
especialista em  
captação de recursos  
financeiro para  
investimentos da  
Ampla Projetos

Membro da CAMAJE  
– Câmara do Jovem  
Empresário da  
FECOMÉRCIO.

# Caminhos difíceis te levam a **destinos incríveis**



**S**e você tem ou pensa em ter uma empresa, vale a pena reconhecer qual tipo de capital é o mais adequado para fazê-la crescer: o capital de giro ou de investimento. Entre eles, o mais utilizado é o de giro, direcionado para custear as despesas operacionais, entre elas: os salários, os impostos, os insumos e os fornecedores.

De forma alternativa, também pode-se optar pelo capital de investimento, desta vez direcionado para a montagem ou aperfeiçoamento do negócio, ou seja: construção e reforma da sede da empresa, aquisição de máquinas, equipamentos, veículos, móveis, utensílios e capital de giro associado ao investimento. Em outras palavras, esse capital proporciona tudo o que é necessário para o perfeito funcionamento da empresa.



As diferenças entre os dois são gritantes. Enquanto o capital de giro possui altas taxas de juros, curtos prazos de pagamento, pouca carência e financia valores modestos, o capital de investimento possui taxas de juros baixas, prazos de pagamento longos, carência média de até 4 anos e financia valores elevados. Esse último, entretanto, requer garantias para sua utilização.

### **Mas como saber qual é o melhor capital para o seu investimento e onde você pode encontrá-lo?**

Se o dinheiro for utilizado para implantar o negócio, ampliar, modificar, melhorar a tecnologia, alterar o layout ou qualquer tipo de gasto que não será, de fato, repassado e vendido para o cliente, o capital será de investimento. Por outro lado, se o dinheiro for utilizado para compra de insumos e itens que serão vendidos para clientes, para pagamentos de funcionários que trabalham direta ou indiretamente na empresa ou qualquer outra despesa do dia a dia, o capital será de giro.

Sabendo qual tipo de capital você precisa, é possível escolher a melhor linha para cada demanda do seu empreendimento. Se a necessidade for de capital de investimento, você pode encontrar linhas como o FNE, que possui taxas de até 0,4% ao

mês (04/2018) repassadas em Sergipe pelo BNB ou pelo BANESE. Ou até mesmo o BNDES, que possui taxas médias de 1,2% ao mês, repassadas pelos principais bancos de Sergipe. Já em outras regiões, o capital de investimento pode ser obtido por meio do Banco do Brasil, Banco de Brasília e Banco da Amazônia.

Todavia, se a necessidade for de capital de giro, você pode encontrar linhas de financiamento tanto na Caixa Econômica Federal como no BNB (Banco do Nordeste). A diferença entre eles é taxa de juros. Enquanto essa equivale a 1,2% ao mês na primeira opção, a mesma passa a valer 0,51% ao mês na segunda, quando empregada para compra direta de insumo. (03/2018)

Portanto, vá ao banco sabendo exatamente qual tipo de capital você precisa e qual linha é a mais adequada para o seu investimento. De preferência, vá acompanhado de alguém experiente na área de captação de recursos financeiros, tendo em vista que os bancos lucram pelos juros e podem fazer com que o barato saia caro nas condições do seu financiamento. E por último: seja paciente. Afinal, a captação de recursos pode parecer difícil e demorada, mas ainda é a melhor opção para o crescimento da sua empresa.

# É melhor uma vaga com salário maior ou com muitos **benefícios**?

*Plano de saúde, horário flexível, home office, massagem contam mais do que um “salarião” no fim do mês?*

**R**esponda rapidamente a esta pergunta: se você recebesse agora duas propostas de emprego, escolheria a empresa que oferece o maior salário ou aquela que possui um conjunto de benefícios? Muitas pessoas, diante desse impasse, acabam por escolher a vaga que tem um salário mais gordinho. Mas será que essa é uma boa aposta sempre?

A oferta de benefícios e incentivos não financeiros é uma tendência, não apenas um recurso em épocas de crise. Sabemos que o dinheiro pode impulsionar o desempenho do profissional no curto prazo, mas para sustentar essa motivação é necessário também oferecer benefícios com valor intangível. Um ponto importante a se saber é que cada empresa oferece benefícios que condizem com sua cultura, portanto, avaliar se esses incentivos são interessantes ou não também é uma forma de analisar se a cultura daquela organização combina com o seu perfil e seus valores.

Algumas empresas oferecem aos funcionários plano de saúde, cursos de aperfeiçoamento, idiomas e certificações como forma de atrair e reter seus talentos. Esses costumam ser os benefícios não financeiros mais praticados pelas empresas. No entanto, nos últimos anos, com



as mudanças que o universo do trabalho vem sofrendo, horário flexível e home office são os dois incentivos que mais têm sido oferecidos como diferenciais.

Uma dica que eu gosto de dar para quem está na dúvida entre escolher o salário mais gordinho ou o conjunto de benefícios é: coloque na balança – e na ponta do lápis! – o quanto vale para você, tanto no bolso quanto na sua rotina, o que está sendo oferecido.

Por exemplo, um berçário ou creche no local de trabalho é um benefício não finan-

## INFORME PUBLICITÁRIO

ceiro que pode pesar bastante na decisão de se manter ou aceitar uma nova proposta para as mulheres que são mães há pouco tempo, muito mais por poder estar perto de seus filhos do que pela economia com a mensalidade da escolinha. Já academia no escritório, um programa de corrida e massagem durante o expediente podem ser grandes incentivadores para outro perfil de pessoa.

Ao avaliar os incentivos não financeiros em uma nova proposta de trabalho o mais importante é fazer uma avaliação interna do que realmente te motiva. Depois que você pesar essas questões fazer a escolha da oferta que mais tem a ver com você será fácil. Experimente!

Quer um aliado para fazer esse controle e trazer muitas outras vantagens?



Conheça o BOOM CARD, uma plataforma completa de gestão de benefícios para sua empresa, seu sindicato ou associação.

Acesse: <http://boomcard.com.br/>

A man in a light blue shirt and dark tie is sitting cross-legged on the floor, looking at a laptop. The background is a light gray with geometric shapes. The text "A SUA EDITORA" is written in large, bold letters, with "A SUA" in black and "EDITORA" in red. The ArtNer logo is in the bottom right corner, featuring the word "ArtNer" in a stylized font with "EDITORA" above it and "Comunicação" below it.

Acesse: <http://artner.com.br/> e conheça os serviços e o blog, onde há artigos sobre negócios e empreendedorismo.



**LÚCIO FLÁVIO**

Empresário e professor universitário, formado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade & Propaganda e Pós-Graduado em Marketing. É coordenador do Movimento Brasil200 em Sergipe, Vice-coordenador da Câmara de Jovens Empresários da Fecomércio/SE e Conselheiro da Associação Comercial e Empresarial de Sergipe.

# Marcas kamikazes Brincando com fogo



**A**proveito o climão do dia dos namorados, uma das mais importantes datas do varejo, para tratar de um tema pouco explorado entre gestores, dada a sua inclinação à polêmica. Trata-se de um texto voltado a empreendedores que enxergam seus negócios de forma racional, e não passional, sem mimimi.

Há anos que estudo sobre *branding* e gerenciamento de crise na área de marketing. Estudei inúmeros casos de marcas que se deparavam com grandes problemas junto ao público, tais como o fatídico acidente aéreo da TAM, a mudança de nome da Petrobras e a mudança de logo da GAP. De forma prática também atuei diretamente em alguns casos nesta área junto a empresas e autoridades. E tudo que li e vivi me levou a crer que devemos estar sempre preparados para apagar incêndios, torcendo para que eles jamais aconteçam.

Uma marca não é, e jamais poderá ser comparada a uma pessoa física. A necessidade de uma empresa é objetiva e financeira, e jamais emocional. A pirâmide de Maslow não serve para CNPJs. Desta forma, é quase um crime uma marca ser exposta a tomar partidos e assumir pautas bombas. Pessoas assumem bandeiras, empresas, não. Um exemplo bastante didático é quando um empresário sente afinidade por determinado

time, como o meu Bahia, e resolve patrociná-lo ou decorar a loja inteira com as cores do escudo, esquecendo-se que, salvo exceções, a empresa não deve refletir o gosto pessoal do dono. Nisto há a mistura de interesses da pessoa física com a pessoa jurídica. E quanto aos torcedores rivais, de outros times? Como enxergarão a marca ou a loja? É de uma irresponsabilidade sem tamanho valorizar um grupo de clientes sob o risco de perder outros. É desinteligente e antieconômico. Gostando ou não, meu Bahia deve ficar longe das marcas que eu atuo ou faço consultoria. Por mais apaixonado que eu seja.

**Quando presto consultoria ou dou palestras, a primeira pergunta que faço para vacinar este problema é: Você está construindo uma marca para somente você ser cliente dela? Ou você também tem interesse em ter clientes que possuem gostos diversos e diferentes do seu?**

Pautas polêmicas como aborto, descriminalização de drogas, campanhas LGBTs são as que mais geram amor e ódio na mídia atualmente. Sou especialista na área e posso dizer sem medo de errar que uma marca consciente, racional e madura não deve levantar nenhum tipo destas bandeiras. Primeiro por que quando uma marca levanta uma bandeira deste tipo, ela não está sendo nada honesta, tendo em vista que para uma empresa, pouco importa a cor, o sexo ou a religião do comprador. Para o caixa ou balanço da empresa, por mais insensível que isto soe, pouco importa se o dinheiro veio de um conservador ou de uma feminista, se veio de um militante da esquerda ou da direita, se veio de um hétero ou de um homo. O que importa é que este ou aquele cliente prefira comprar na sua empresa e não no concorrente. Que o cliente se sinta realizado e suprido ali e não em outro lugar. Importa é que ele venha.

Um grande exemplo de como superar temas polêmicos sem passar pela rejeição foi a última campanha do dia dos namorados da Cacau Show. A marca deu uma verdadeira

aula com um jingle que tinha como base dois personagens: um rapaz que falava com ironia que “adorou” a camisa que ganhou, mas que vai precisar engordar alguns quilos para conseguir usá-la. Atenção ao detalhe: o rapaz falava que ganhou a camisa de presente de namorados mas não disse se ganhou de um homem ou de uma mulher. Num segundo momento ouve-se uma garota dizendo ironicamente que “amou” o vestido que ganhou pois a estampa cairá bem para usar como toalha de mesa. Perceba: ela também não falou se ganhou de uma garota ou de um garoto o presente. Resumindo: A Cacau Show deixou claro que dar um chocolate reflete emoção e sentimentos e é difícil ser um presente “mico”, ou seja: não tem erro. De quebra, ainda mostrou dois exemplos de namorados, sem levantar bandeiras ou gerar rejeições. Todo casal se sentia representado nesta mensagem. Todos podiam se enxergar na campanha. Um golaço.

Por levantar bandeiras, diversas marcas já foram frontalmente criticadas pelo seu público, especialmente em redes sociais. A Boticário, por exemplo, sofreu diversas críticas pelo público conservador e por cristãos ao apresentar casais gays em seus comerciais de namorados. Já a Riachuelo chegou a ser criticada por movimentos extremistas pelo fato de casais gays não figurarem na campanha da marca. Neste ano, por exemplo, influenciada por modinhas de internet, a Reserva lançou uma campanha de namorados com “memes” bastante ousados e provocativos. A marca foi massacrada nas redes sociais e teve que se retratar tirando todas as peças do ar, suspendendo a campanha definitivamente. Gerenciou muito bem e com maestria esta crise, diga-se de passagem, mas errou ao expor-se desnecessariamente.

A única bandeira que verdadeiramente as empresas deveriam estar levantando nos dias de hoje é mesmo a da experiência de consumo, maior tendência de marketing da atualidade. Mas isto é um tema para uma próxima coluna.



PEDRO DURÃO

Doutor e Mestre em Direito. Advogado e Procurador do Estado. Professor de Pós-graduação de Direito Empresarial e Administrativo em diversas instituições de Ensino Superior. Autor de livros e de diversos artigos jurídicos

## Pequenas empresas: privilégios negociais com a administração pública



**A** livre concorrência estabelece a autonomia e a liberdade de opção do empresário aplicar suas ideias em ação empreendedora na produção de bens e serviços. Adota-se um sistema de liberdade do **empreendedor** para atuar no segmento desejado, evidentemente pagando os tributos pelo exercício de sua atividade.

A empresa, como os seres humanos, possui nascimento, vida e morte. O homem tem seu nascedouro com a vida e o registro pela certidão de nascimento, desenvolvendo seu vigor pela saúde na plenitude de seus objetivos até o falecimento de suas forças físicas. De forma similar, a **atividade empresarial** detém seu nascimento com o seu devido registro nos órgãos cartoriais ou junta comercial, começando sua vida e afazeres negociais em busca da lucratividade até eventual perecimento de suas atividades ou morte empresarial pela extinção da empresa

Por sua vez, o **dinamismo** indica a vitalidade que deve ter um empresário frente ao espírito inovador e atualizado ante as modernas práticas e tecnologias. O exemplo das Startups indica essa marcante característica, com a criação de pequenos modelos de negócios para suprir novas demandas do mercado e dos consumidores, firme em um altivo e visionário



## NEGÓCIOS

empreendedorismo. A Regra é não engessar as ideias galopantes dos empreendedores que fazem girar a economia de um país. É evidente que neste aspecto o Brasil precisa melhorar muito na rapidez de abertura e encerramento de empresas.

Com a Constituição Federal de 1988 determinou-se entre os postulados que regem a ordem econômica: o *“tratamento favorecido às empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país.”*<sup>1</sup> De acordo com o princípio da igualdade, há de existir **tratamento desigual** aqueles que estão em condição de desigualdade, para que se busque o equilíbrio.

Daí as indagações: Pode-se privilegiar o pequeno empresário nas vendas de seus produtos e serviços à administração pública? O Microempresário (ME) e a Empresa de Pequeno Porte (EPP) teriam benefícios nas compras governamentais? Sim. Vale destacar que, entre as diversas espécies empresariais que apresentam suas propostas de contratação, a **contratação de pequenas empresas** (ME e EPP)<sup>2</sup> obedecerá às regras do certame e os princípios licitatórios gerais.

Destaquem-se alguns pontos importantes de **benefícios ao pequeno empresário**: a) cálculo da receita bruta anual da empresa (Estatuto da ME, art. 2º, I e II). b) simplificação do regime previdenciário e trabalhista; c) disponibilidade de linhas de crédito específicas por instituições financeiras privadas, com estímulo fiscal (Estatuto da ME, arts. 10 e 14); d) aplicação de, no mínimo, 20% dos recursos federais aplicados no desenvolvimento empresarial (Estatuto da ME, art. 20); e) opção pelo SIMPLES (Sistema

Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições) - pagamento mensal unificado do IRPJ, PIS/PASEP, CSLL e COFINS; e f) critérios de desempate com preferência de contratação (Lei complementar 123/06,<sup>3</sup> alterada pela LC 144/14).

Com o advento da LC 123/06, as ME e EPP passaram a ter **tratamento diferenciado e favorecido** por parte da União, Estados, Distrito Federal e Municípios. As inovações referentes ao tratamento diferenciado e favorecido<sup>4</sup> são basicamente: a) apuração e recolhimento de impostos e contribuições, mediante regime único de arrecadação, incluídas aqui obrigações acessórias; b) cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias; c) acesso ao crédito e ao mercado, bem como, d) preferência nas aquisições bens e serviços pelos poderes públicos.

De feito, nas contratações públicas da administração direta e indireta, autárquica e fundacional, federal, estadual e municipal, deverá ser concedido tratamento diversificado e simplificado para as ME e EPP objetivando a promoção do desenvolvimento econômico e social, a ampliação da eficiência das políticas públicas e o incentivo à inovação tecnológica. Observe-se que a ideia do legislador foi tornar menos complicada a vida do pequeno empresário, criando uma atmosfera favorável ao desenvolvimento de negócios, com redução da burocracia fiscal, sob uma política de apoio governamental.

Assim, **prepare-se!** Avalie a possibilidade de vender seus produtos e serviços participando de licitações públicas como forma de ampliar suas oportunidades e seu espaço empreendedor com a alternativa das **vendas governamentais**.

1 BRASIL. Constituição Federal. Ver art. 170, IX e 179. Ver Lei Complementar 123/06 (Estatuto Nacional da ME e da EPP).

2 ME e EPP são aquelas devidamente registradas no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme a situação, desde que aufera, em cada ano-calendário, a ME uma receita bruta anual (RBA) em 2018, igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e a EPP receba rendimento bruto anual superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e até R\$ 4.800.000,00 (Quatro milhões e oitocentos mil reais).

3 Ver art. 44 e 46 da lei Complementar 123/06, alterada pela LC 144/14.

4 Ampliar no art. 1º da Lei Complementar 123/06.

# O maior evento de Marketing e Empreendedorismo do nordeste brasileiro

**S**e você é empresário, empreendedor ou tem o sonho do empreendedorismo correndo nas suas veias, esse é o evento obrigatório para você estar. Ou você pode aceitar a mediocridade e continuar com os mesmos resultados que você tem hoje.

## A escolha é sua.

Você imaginou, pensou e confirmou que era preciso ir até a São Paulo, Rio enfim... Para ter a oportunidade de pelo menos ouvir as histórias de superação, os desafios e as vitórias dos maiores nomes do empreendedorismo digital brasileiro.

Nos podemos dizer uma coisa: eles vão vir até você. Não existe e quem sabe pode não existir uma oportunidade como essa novamente. Momentos ao lado desses guerreiros da vitória. Pode mudar a sua história pelo resto da sua vida, do seu negócio.

Enfim... A única ação que você precisa tomar esta em suas mãos.

Eu te digo.

Os desafios que você já passou no seu negócio. As dificuldades que muitos oi até os mais próximos não souberam.

Mais esse é o momento de você mostrar pra você mesmo que valeu a pena pagar o preço do sucesso. E se ainda não aprendeu como fazer isso. Esse evento vai extrair de vocês o protagonista da sua vida e do seu negócio. Vai tirar de você o verdadeiro e próspero empreendedor que você ainda não encontrou. Se você quer ter o gosto do sangue empreendedor correr na suas veias essa poder ser quem sabe a melhor e a única oportunidade que você pode ter.

EMPREENDA3.0

**ESTÁ CHEGANDO!**

O MAIOR EVENTO DE  
EMPREENDEADORISMO E MARKETING  
DO NORDESTE BRASILEIRO

TEATRO TOBIAS BARRETO-ARACAJU

**5 E 6 DE JUNHO**

20%  
DE DESCONTO

boomcard

**Para se inscrever, clique em um desses links:**

[www.empreenda30.com.br](http://www.empreenda30.com.br)

Link Gold 20OFF: <https://eduzz.com/g/49155/?cupom=BOOM1000FF>

Link VIP: <https://eduzz.com/g/49156/?cupom=BOOM200FF>

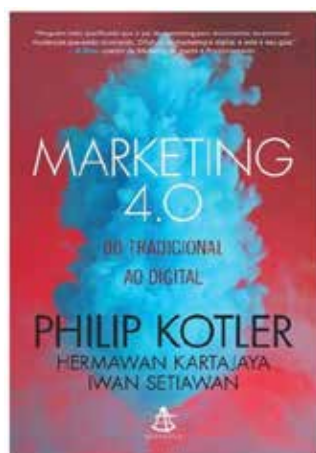
Link Diamond: <https://eduzz.com/g/49157/?cupom=BOOM200FF>

## INDICAÇÃO DE LEITURA



### IÊDO FLÁVIO DE ANDRADE FILHO

Administrador da Sergipe Gás S.A. - SERGAS  
Presidente da ACAD-SE - Academia de Ciências de  
Administração de Sergipe  
Diretor-presidente da Junior Achievement  
Presidente do Conselho Fiscal do MCS



*Obra: Marketing 4.0 - do Tradicional Ao Digital.*

*Autores: Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan.*

*Editora: Sextante, 2017.*

*Sinopse: Os autores do são três profissionais renomados e que dispensam apresentações.*

Kotler é autor de mais de 50 obras e professor de marketing da Kellogg School of Management da Northwestern University, Hermawan Kartajaya é fundador e CEO da maior empresa de consultoria de marketing da Indonésia e foi considerado um dos 50 gurus que moldaram o futuro do marketing. Iwan Setiawan é consultor na área de marketing e executivo-chefe de operações da maior empresa de consultoria de marketing da Indonésia. Apesar de ser um livro técnico, a leitura é leve e agradável, levando o leitor a entender que o marketing deve se adaptar à natureza mutável dos caminhos do consumidor na economia digital e que o papel dos profissionais de marketing é guiar os clientes para sua jornada desde o estágio de assimilação do produto/serviço até se tornarem defensores da marca.

*Site/loja para comprar: Amazon; Saraiva; Livraria Cultura e [extra.com.br](http://extra.com.br)  
Valor: de R\$ 29,90 a R\$ 31,00*



*Obra: Resultado - A liderança além dos números.*

*Autor: Alexandre Prates.*

*Editora: Integreare Editora, 2015.*

*Sinopse: Profissional destaque na área de desenvolvimento humano, liderança e*

performance organizacional, o autor é palestrante reconhecido e apresenta em seu currículo mais de 10 anos de atuação como coaching. Em sua segunda obra, Prates provoca o profissional a refletir sobre a palavra capa do livro: Resultado. Procura trazer para os leitores respostas para questões ligadas ao tema, como: o que está além dos resultados? O que provoca um resultado? E como estar no controle do resultado? As respostas provocarão a busca de uma liderança que está além dos números, fazendo com que essa busca na carreira do profissional seja impulsionada pelos números. Em seu conteúdo, o livro traz casos, técnicas e ferramentas práticas. Enfim... o autor apresenta o resultados de uma forma que vai além do tradicional alcance de metas. Boa leitura!

*Site/loja para comprar: Livraria da folha; Saraiva; Livraria Cultura; Amazon.  
Valor: de R\$ 30,40 a R\$ 45,00*

**Sabe aquele seu livro que você quer publicar?**

*Fale com a gente!*

**ArtNer**<sup>EDITORA</sup>  
Comunicação

LIVROS • REVISTAS • JORNAIS

Contatos

(79) 99131-7653 • 30431744

[joselitomkt@hotmail.com](mailto:joselitomkt@hotmail.com)

<http://artner.com.br/>

