

Sete em cada dez micro e pequenos empresários estão otimistas com futuro da economia

Entre os que mostram-se confiantes, 40% apoiam medidas adotadas por equipe econômica do governo; 33% dos MPEs relatam melhora no próprio negócio. Indicador de Confiança MPE marca 62,0 pontos em setembro, acima do registrado no mesmo período do ano passado

Apesar de o desempenho da economia ter frustrado boa parte do empresariado ao longo do ano, o ambiente é de otimismo entre os setores varejista e de serviços com o futuro do país. Dados do Indicador de Confiança da Micro e Pequena Empresa, apurados pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), revelam que sete em cada dez (67%) micro e pequenos empresários estão confiantes com o cenário econômico para os próximos seis meses.

A razão que mais pesa para essa dose de ânimo é o fato de 40% concordarem com as medidas adotadas pelo governo. Outros 35% disseram não ter um motivo concreto. Em contrapartida, o número de pessimistas é de apenas 12%. Dentre esses, o fator principal para o sentimento negativo está ligado às incertezas no campo político (49%). Além disso, tanto o desemprego quanto o aumento dos preços também são vistos como entrave para 38% dos pessimistas, enquanto 34% afirmaram discordar das decisões econômicas tomadas pelo governo.

Quando se observa as perspectivas para seus negócios, 76% dos micro e pequenos empresários mostraram-se confiantes em algum grau, contra 6% de pessimistas. Os otimistas atribuem essa reação ao período do ano ser favorável às vendas (29%). Já 28% mencionaram estar investindo no próprio negócio, o que deve favorecer melhores resultados e 28% justificaram uma boa gestão do negócio como desempenho acima do esperado.

Na avaliação do presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, a liberação dos saques do FGTS pode impulsionar o consumo, que deve crescer com a chegada de datas comemorativas importantes, como Black Friday e Natal. "Além, disso, o empresariado acaba sendo mais otimista

com a sua empresa do que com a situação do país porque apostam em fatores que estão ligados às suas estratégias de negócio. Mesmo com a economia patinando, muitos acreditam que uma boa gestão pode minimizar os efeitos externos negativos", ressalta.

Indicador de Confiança MPE marca 62,0 pontos em setembro

O Índice de Confiança alcançou 62,0 pontos em setembro — número bem acima do verificado no mesmo mês do ano passado, que foi de 51,0 pontos. Em contrapartida, na comparação mensal ficou abaixo do registrado em agosto último, com 63,0 pontos. Ou seja, um recuo de 1,6%. Pela metodologia do indicador, a confiança é medida em uma escala de zero a 100 pontos, sendo que quanto mais próximo de 100, maior é a confiança com a economia e seus negócios e, quanto mais perto de zero, menos confiantes estão os micro e pequenos empresários.

Destoando das expectativas para o futuro, a avaliação do momento atual, tanto da economia quanto dos negócios, mostra que, em setembro, 34% dos micro e pequenos empresários têm a percepção de que as condições gerais da economia pioraram. Outros 31% avaliaram que houve uma melhora na situação do país. Observa-se, assim, que os empresários estão divididos quanto ao desempenho da economia.

Governo de Sergipe/Reprodução

Quando a avaliação se detém sobre o desempenho atual dos negócios, um terço (33%) aponta que as condições gerais de suas empresas melhoraram nos últimos seis meses, enquanto para 27% as condições pioraram. Entre os principais motivos do otimismo estão o aumento das vendas (63%), melhora na gestão (32%) e redução dos custos (18%). Aqueles que estão pessimistas, creditam as razões à queda das vendas (71%), ao aumento da concorrência (27%) e à alta dos preços de insumos e matéria-prima (23%).



Muitos empresários acreditam que uma boa gestão pode minimizar os efeitos externos negativos.

64% dos empresários ouvidos esperam aumento do faturamento

A proximidade com uma das melhores datas para o comércio em termos de faturamento tem levado os empresários a apostar em um melhor desempenho nos próximos meses. Para 64%, a expectativa é de aumento nas vendas, ante apenas 4% que acreditam em uma queda na receita. Ainda há 31% que não esperam mudanças no faturamento.



Um terço dos empresários aponta que as condições gerais de suas empresas melhoraram nos últimos seis meses.

Questionados sobre possíveis investimentos no negócio, mais da metade (56%) disse ter feito alguma melhoria, como compra de equipamentos (34%), reforma da empresa (29%), ampliação do estoque (24%) e qualificação da mão-de-obra (21%). Em contrapartida, 44% reconhecem não ter conseguido realizar nenhum tipo de investimento para melhorias nos negócios.

Quanto ao desempenho das vendas nos últimos seis meses, a maioria dos MPEs (49%) possui uma visão positiva. Em contrapartida, 18% avaliam os resultados como ruins ou péssimos. Já 33% disseram ter tido um faturamento regular (AI/SPC Brasil/CNDL).



Entre os motivos do otimismo estão o aumento das vendas (63%), melhora na gestão (32%) e redução dos custos (18%).

Marcas semelhantes

Valdomiro Soares (*)

O consumidor, frequentemente, quando vai adquirir um produto, se depara com inúmeras marcas parecidas, mas que são completamente diferentes em suas funções.

São incontáveis as mercadorias parecidas que circulam nas prateleiras, muitas vezes com nomes semelhantes e características quase idênticas. Um exemplo recente é o caso em que a 3ª turma do STJ proveu recurso da Ambev e manteve registro da marca nominativa Liber. Nesta situação, uma empresa alegou ser titular de registros com a expressão Líder para distinguir bebidas em geral.

E que, por isso, o INPI não poderia ter concedido à Ambev o registro contendo a expressão Liber para distinguir cervejas. Já que a extrema semelhança entre as marcas, tanto no aspecto gráfico quanto fonético, possibilitaria a confusão, por parte do público consumidor, quanto aos produtos ofertados.

A decisão deste caso tem por base a aplicabilidade do inciso VI, do Art. 124, da Lei de Propriedade Industrial, que garante a coexistência pacífica de marcas comuns, descritivas, desde que revestidas de caráter suficientemente distintivo. Trata-se, pois, de uma mitigação do princípio de exclusividade de uso da marca e está em perfeita harmonia ao entendimento que se tem adotado em discussões análogas

Tanto que a relatora do recurso da Ambev, ministra Nancy Andrighi, concluiu que a expressão Líder tem menor grau distintivo, sendo termo da língua vernácula de uso comum. Destacando também que as marcas em conflito apresentam significados completamente diversos, pois enquanto a expressão Líder remete a uma situação de superioridade ou predomínio, a Liber significa liberdade ou autodeterminação.

Ainda mais, apesar do longo tempo de convivência entre as marcas, não foram deduzidas alegações de que algum consumidor tenha sido confundido ou tenha associado a marca do recorrente a do recorrido. Até por-



que o recorrido atua basicamente no segmento de vinhos e espumantes, jamais tendo usado o termo Líder para qualquer cerveja, segmento no qual a Ambev utiliza a expressão Liber.

Esse é apenas um dos casos em que ocorrem, pois essas situações são frequentes. Uma das razões é o fato dos registros de

marcas estarem em níveis exponenciais de crescimento, já que, em recentes ações do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), houve uma aceleração nos processos de julgamentos de registros de marcas e inovações junto ao órgão.

(*) - É presidente do Grupo Marpa - Marcas, Patentes, Inovações e Gestão Tributária.