

Três em cada dez MEI fecham as portas em até cinco anos

Os microempreendedores individuais (MEI) são os que apresentam a maior taxa de mortalidade em até cinco anos

De acordo com a pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020), realizada pelo Sebrae com base em dados da Receita Federal e com pesquisa de campo, a taxa de mortalidade desse porte de negócio é de 29%. Já as microempresas têm uma taxa de mortalidade, após cinco anos, de 21,6% e as de pequeno porte, 17%.

De acordo com o presidente do Sebrae, Carlos Melles, o estudo comprova a tese de que quanto maior o porte, maior a sobrevivência, pois o empresário tem um maior preparo e muitas vezes opta por empreender por oportunidade e não por necessidade. “Entre os microempreendedores individuais há uma maior proporção de pessoas que estavam de-



A maior taxa de mortalidade é verificada no comércio, onde 30,2% fecham as portas em 5 anos.

sempregadas antes de abrir o negócio e que, por isso, se capacitam menos e possuem um menor conhecimento e experiência anterior no ramo que escolheram, o que afeta diretamente a sobrevivência do negócio”.

Segundo o estudo, é possível inferir que a maior taxa

de mortalidade dos MEI também esteja associada à extrema facilidade de abrir e de fechar esse tipo de empreendimento. Para Melles, este sistema se assemelha ao padrão norte-americano de abrir e fechar empresa. Logo, com a maior facilidade de registro e baixa,

passa a ser natural entrar e sair de uma atividade, sem que isso gere implicações burocráticas excessivas. No entanto, quanto menor o porte da empresa, mais difícil obter crédito para manter o capital de giro e conseguir superar obstáculos como os ocasionados pela pandemia.

Ao analisar a sobrevivência por setor, o levantamento feito pelo Sebrae detectou que a maior taxa de mortalidade é verificada no comércio, onde 30,2% fecham as portas em 5 anos. Na sequência, aparecem na Indústria da Transformação (com 27,3%) e Serviços, com 26,6%. As menores taxas de mortalidade estão na Indústria Extrativa (14,3%) e na Agropecuária (18%) (AI/SEBRAE).

Felicidade do brasileiro caiu drasticamente em meio a pandemia

As desigualdades sociais aumentaram no Brasil durante a pandemia da Covid-19, e os indicadores de felicidade do brasileiro estão no menor ponto da série histórica.

De acordo com a pesquisa Bem-Estar Trabalhista, Felicidade e Pandemia, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), o país atingiu, em 2020, a pior nota média de satisfação com a vida desde 2006. Já a desigualdade, medida pelo chamado índice de Gini, atingiu o patamar mais alto, batendo também o recorde de toda a série histórica no primeiro trimestre de 2021.

O estudo mostra que a renda média foi de R\$ 1.122 entre janeiro e março de 2020, a R\$ 995, no primeiro trimestre de 2021, o menor valor da série histórica, marcando, pela primeira vez, um montante abaixo de R\$ 1 mil. Já o bem-estar social caiu 19,4%, entre o primeiro trimestre de 2020 e o mesmo período de 2021, chegando a um novo piso da série. O índice de Gini, usado para avaliar a distribuição de riquezas de determinado lugar, passou de 0,642 no primeiro trimestre de 2020 para 0,674 no mesmo período de 2021, o que é considerado “um grande salto de desigualdade”.

Os brasileiros estão com mais raiva (19% para 24%, de 2019 para 2020) e relatam estar mais preocupados (56% para 62%), mais estressados (43% para 47%) e mais tristes (26% para 31%). Já quando o assunto é diversão, a percepção do brasileiro é de queda, de 72%, em 2019 para 66%, em 2020. Para o diretor do FGV Social e coordenador da pesquisa, Marcelo Neri, as perdas materiais explicam a perda de felicidade, mas não são o único motivo. “Nosso dia a dia é muito difícil, em isolamento social, perda de entes queridos, tudo isso, para além da renda, ajuda a explicar essa perda da felicidade”, diz.

A medida geral de felicidade é dada por uma nota de avaliação de satisfação com a vida numa escala de 0 a 10. Essa nota chegou a melhorar em 2019, atingindo 6,5 pontos. Em 2020, no



Os brasileiros estão com mais raiva, mais preocupados, mais estressados e mais tristes.

entanto, caiu 0,4 ponto, chegando a 6,1 - a menor pontuação da série histórica, desde 2006. A felicidade na pandemia também é desigual. Entre os 20% mais ricos, esse indicador aumentou de 6,8 para 6,9, de 2019 para 2020. Entre os 40% mais pobres, caiu de 6,3 para 5,5. Essa queda está concentrada na base da distribuição de renda brasileira, uma piora da desigualdade de felicidade.

A pesquisa também comparou os resultados com os de 40 outros países. Em média, a “nota de felicidade” ficou parada no restante do mundo, em torno de 6 pontos. “O que a pesquisa mostra é que, embora a pandemia seja um fenômeno global que afetou a todos os países, o Brasil tem um desempenho nesses aspectos subjetivos pior. A gente talvez precise repensar como a gente está lidando com a pandemia em termos de políticas, em termos de enfrentamento, enquanto ação coletiva”, diz o coordenador do estudo (ABR).

Alimentos e bebidas: o consumidor da nova realidade

Maurício Godinho (*)

A sociedade está atravessando um período intenso de complexas transformações

Por um lado, os avanços tecnológicos se tornaram exponenciais. Por outro, o mundo enfrenta uma grave pandemia. Cenários assim geram dificuldades, mas também quebram paradigmas e estimulam inovações. No mercado de Alimentos e Bebidas há mudanças relevantes também.

Dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia) revelam que o faturamento do setor cresceu 12,8% em 2020 em relação a 2019, atingindo R\$ 789,2 bilhões e fazendo o setor representar mais de 10% do PIB nacional. Além disso, há mudanças nas demandas da sociedade e nos hábitos de consumo, com duas vertentes principais no mercado atualmente.

Cadeia de suprimentos transparente e ética: o consumidor passou a exigir e priorizar marcas com propósito claro e cadeias de suprimentos com estas características. Empresas próximas de fornecedores e parceiros de negócios, que investem em relações sustentáveis em todos os elos da cadeia, são mais reconhecidas.

Estas marcas se preocupam com seleção, monitoramento e planejamento de ações preditivas, preventivas e corretivas para barrar mão de obra escrava, proteger o meio ambiente e promover a sustentabilidade. O consumidor da “nova realidade” sente a necessidade de orientar escolhas para marcas responsáveis com propósito. Há uma preocupação crescente com o meio ambiente e as sociedades em que elas operam.

Inovação: o setor de alimentos e bebidas está evoluindo muito em saúde e bem-estar. A pandemia fez

os consumidores buscarem marcas que promovam bem-estar físico, mental e emocional. Alimentos que usam vegetais em vez de compostos animais ganham mais importância e destaque.

Há casos de empresas que já usam Inteligência Artificial em Pesquisa e Desenvolvimento simulando ingredientes naturais (plantas) em formulações testadas por chefs. Elas são capazes de simular alimentos tradicionais sem qualquer fonte animal. Já é possível produzir alimentos combinando plantas que simulam os mesmos sentidos (olfato, paladar e textura) de alimentos convencionais.

Este processo inovador já está sendo usado por algumas empresas. São produtos modernos, ecologicamente sustentáveis e com apelo de marca poderoso. Não somente por minimizarem ou zerarem impactos na fauna, mas por usarem ingredientes vegetais locais combinando plantas diversas e não necessariamente monoculturas de alimentos tradicionais.

Esses alimentos inovadores promovem benefícios funcionais e saúde aos consumidores, quando comparados aos alimentos de fonte animal. Resumindo, o consumidor da “nova realidade” perguntará cada vez mais: “Esta marca, ou produto, faz bem para mim e faz bem para o planeta?”.

Há um futuro amplo de possibilidades, impulsionado por consumidores conscientes e conectados. Empresas de alimentos e bebidas que investirem em cadeias de suprimentos éticas e transparentes e adotarem práticas de Inovação, Pesquisa e Desenvolvimento com produtos saudáveis, ecologicamente corretos e ingredientes sustentáveis, estarão à frente das demais nesta nova realidade.

(*) - É sócio-diretor líder de Alimentos e Bebidas da KPMG no Brasil.

lobato@netjen.com.br

A – Cursos Semipresenciais

O Senai-SP acaba de abrir processo seletivo para 3840 vagas gratuitas para cursos técnicos semipresenciais, nas mais diversas áreas tecnológicas, como Alimentos, Eletroeletrônica, Eletromecânica, Logística, Manutenção Automotiva, Mecânica, Mecatrônica, Redes de Computadores, Refrigeração e Climatização e Segurança do Trabalho. Há oportunidades em 60 escolas do estado de São Paulo. Os cursos possuem duração de um ano e meio a dois anos, sendo 80% online e 20% presencial. Para a etapa presencial, poderá ser escolhido o período da manhã, tarde e noite, em dias da semana ou aos sábados, de acordo com a disponibilidade da unidade escolar. Mais informações: (www.sp.senai.br) e (bit.ly/tecnicosemipresencial).

B – Novos Talentos

A Populos, empresa especializada em soluções de End User Computing, Infraestrutura e Cloud, anuncia o lançamento do Geração Tech, programa de estágios que tem como objetivo atrair e preparar novos talentos para o mercado de trabalho. Candidatos a partir de 16 anos, com disponibilidade para estagiar seis horas por dia, num modelo de trabalho híbrido, que inclui atividades remotas e presenciais na cidade de São Paulo. É obrigatório que o interessado esteja regularmente matriculado no Ensino Médio técnico ou superior em áreas relacionadas à TI. Os principais critérios de avaliação serão o nível de envolvimento dos candidatos com TI, iniciativa e vontade de aprender. Inscrições: (www.populos.com.br).

C – Oportunidades de Emprego

O ZAP+, unidade de negócios da OLX Brasil dedicada ao mercado imobiliário, está com processo seletivo aberto para 65 vagas. As oportunidades vão dos níveis de assistente a gerente, em diferentes áreas da empresa, incluindo operações, marketing, relacionamento e experiência, planejamento comercial, desenvolvimento de novos produtos e inteligência de dados. Desde janeiro, 49 profissionais já foram contratados. Agora, são 24 oportunidades para atuar na área corporativa, e 41 para posições em Tecnologia - essas serão mantidas em trabalho 100% em home office após a pandemia, possibilitando a candidatura mesmo de profissionais que não residam no Rio de Janeiro e São Paulo, cidades onde ficam os escritórios da empresa. As inscrições podem ser feitas por meio do link (careers.smartrecruiters.com/OLXBrasil).

D – Design & Comunicação

A École Intuit Lab abre inscrições para o curso Design & Comunicação - Atualização Profissional, voltado aos profissionais inte-

ressados em “turbinar” suas carreiras com novas experiências e conhecimentos, ou mesmo dar uma “guinada” em sua trajetória. O programa é composto por três módulos, que podem ser realizados em módulos independentes, conferindo flexibilidade ao percurso formativo. Ao final de cada módulo, o aluno recebe dois certificados, um brasileiro e outro emitido pelo Ministério do Trabalho francês. A partir do segundo semestre do curso, a programação inclui masterclasses e palestras com professores visitantes internacionais, que trarão aos alunos experiências inovadoras no contexto global. Inscrições e mais informações pelo site (https://processoseletivo.ecole-intuit-lab.com.br/).

E – Trainee em Minas

O Grupo Supernosso, empresa do segmento varejista, está com inscrições abertas para o “Trainee Grupo Supernosso 2021”. Podem se candidatar profissionais de nível superior, de qualquer curso, formados entre junho de 2018 e agosto de 2021. É necessário também ter disponibilidade para trabalhar em Belo Horizonte ou Contagem. O processo de seleção será 100% online e após uma triagem inicial, os candidatos passarão por testes de lógica, avaliação de habilidades e comportamento, dinâmicas e entrevistas. Os selecionados vão trabalhar em diversas áreas da empresa como: operações, comercial, gestão, projetos, financeiro, RH, marketing, logística e indústria. Para se inscrever, o candidato deve acessar o site: (https://traíneegruposupernosso.com.br/).

F – Educação Financeira

Duas empresas unem forças para contribuir de forma ativa na educação financeira dos consumidores. É com esse objetivo que o Reclame AQUI e a Xpeed School anunciam uma parceria inédita no Brasil, uma gama de cursos - desde o básico até o avançado - para ensinar os consumidores não só a se organizar financeiramente, mas também a investir para aumentar seu poder de compra. A meta é ambiciosa: levar educação financeira aos mais de 30 milhões de usuários e 400 mil empresas cadastradas atualmente no Reclame AQUI. São nove cursos totalmente online e distribuídos em três trilhas preparadas e ministradas com grandes nomes do mercado financeiro. Inscrições e mais informações: (https://xpeedschool.com.br/empresas/reclame-aqui/).

G – Viagens com Benefícios

O myWorld Benefit Program, líder mundial de benefícios, multicanal e multissetorial, que permite aos seus consumidores receberem diversas vantagens, como Cashback (dinheiro de volta) e Shopping Points (SP), acaba de lançar a TravelWorld, sua mais nova plataforma online de viagens

que chega agora ao Brasil. A marca que já oferece compra de voos e reserva de hotéis, futuramente também terá também em seu portfólio pacotes de viagem, passeios turísticos e aluguel de carros, contando atualmente com mais de 1.5 milhão de hotéis e acomodações espalhados em todo o mundo. No Brasil, as viagens nacionais estão tendo maior procura e sendo mais incentivadas. Muitas empresas aéreas já estão reativando suas malhas e aumentando suas operações gradativamente. Saiba mais em: (www.travelworld.com).

H – Caminhões a Gás

A TransMaroni chega a 50 caminhões movidos a gás (natural e/ou biometano) da Scania e entra para a história do transporte nacional com a maior frota já adquirida desta solução alternativa ao diesel. Com isso, a transportadora inicia um novo posicionamento que traz a sustentabilidade como prioridade, e conclui um ciclo de investimento na ordem de R\$ 50 milhões, em várias ações neste campo e não apenas relativas a esta compra. Os veículos são usados nos segmentos alimentício, varejo, higiene e limpeza, cosméticos e e-commerce em diversos estados brasileiros. Parte já tem contratos com B2W, Carrefour, Grupo Big, JBS, L'Oréal, Nestlé e Unilever. A Scania, que lidera a transição para um sistema de transporte mais sustentável, atinge a marca de 150 caminhões com esta tecnologia desde o início das vendas em outubro de 2019. Outras informações: (www.scania.com.br).

I – Fundos Imobiliários

O Brazil-Florida Business Council, Inc. realiza o webinar “Investindo em Fundos Imobiliários nos EUA e Brasil: Desafios e Oportunidades”, no próximo dia 21, às 12 horas (horário de Brasília). O evento joga uma luz sobre os FIIs - Fundos Imobiliários americanos, conhecidos como REITs (do inglês Real Estate Investment Trust), os quais começaram a ser negociados na década de 1960 e se assemelham aos do Brasil, por conta de oferecerem ativos de empréstimo, escritórios, galpões logísticos, áreas industriais, hotéis, hospitais, residências e outros. O mercado de FIIs está em crescimento acelerado e se tornou um atrativo para quem busca uma renda mensal de dividendos sem grandes oscilações. A participação é gratuita, com tradução simultânea em português. Para inscrições e informações: (rsvp@brazilfloridabusiness.com).

J – Estradas Vicinais

O governo paulista apresentou a nova fase do programa Novas Estradas Vicinais, que vai beneficiar outras 140 vias com 1.531 km de melhorias e investimentos de R\$ 1,08 bilhão em recursos do BID. O programa coordenado pelo Departamento de Estradas de Rodagem já soma investimentos de R\$ 2,29 bilhões e vai gerar 25 mil empregos, entre vagas diretas e indiretas. São quase 200 municípios diretamente beneficiados e 3,1 mil km de estradas melhoradas e sinalizadas, oferecendo melhores condições de segurança para a população. As estradas vicinais são importantes para o escoamento da produção agrícola e para a economia regional e essenciais para o deslocamento da população aos grandes centros urbanos. Mais informações: (www.transportes.sp.gov.br).