

Pronampe emprestou 40% dos recursos em dez dias

Em dez dias de funcionamento, a nova fase do Programa Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Pronampe) emprestou 40% dos recursos, informou o Ministério da Economia

Os R\$ 25 bilhões disponíveis, R\$ 10 bilhões haviam sido contratados até o fim da semana passada por cerca de 130 mil empresas. Caso o ritmo de empréstimos se mantenha, o programa esgotará os recursos no início da próxima semana.

Criado no ano passado para ajudar micro e pequenas empresas afetadas pela pandemia de Covid-19, o Pronampe tornou-se permanente neste ano, mas o volume que pode ser emprestado depende da quantidade injetada no Fundo Garantidor de Operações (FGO), que foi criado para cobrir eventuais calotes dos tomadores e facilitar a concessão de empréstimos. Neste ano, o governo injetou



O governo prevê atender de 280 mil até 325 mil empresas na atual rodada.

R\$ 5 bilhões no fundo, o que deve garantir R\$ 25 bilhões em empréstimos nesta fase do Pronampe, com a alavancagem dos bancos.

O governo prevê atender de 280 mil até 325 mil

empresas na atual rodada. De acordo com o Sebrae, atualmente cerca de 5 milhões de empresas se qualificam para pegar créditos no Pronampe. Caso todos os negócios enquadrados

pegassem empréstimos, seriam necessários de R\$ 160 bilhões a R\$ 200 bilhões para atender a todos os demandantes.

Só podem contrair empréstimos no Pronampe microempresas com receita bruta de até R\$ 360 mil ou pequenas empresas com receita bruta de até R\$ 4,8 milhões em 2020. As operações têm 48 meses (quatro anos), com 6 a 11 meses de carência (pausa para o pagamento da primeira prestação), dependendo do banco. Os juros equivalem à taxa Selic mais 6% ao ano. Atualmente, a Selic está em 4,25% ao ano. Cada empresa poderá pegar até R\$ 150 mil em crédito, somadas as operações já contratadas (ABR).

Poder de vendas dos influenciadores também na pequena empresa

Rodrigo Genoveze (*)

Seja por vontade, necessidade, ou uma mistura dos dois, o brasileiro é empreendedor

Somente em 2020, marcado pela pandemia, o Sebrae registrou a abertura de mais de 600 mil novas micro e pequenas empresas, das quais 85% eram microempresas e os outros 15% empresas de pequeno porte. Ele também apontou que, em janeiro, as PMEs (pequenas e médias empresas) foram responsáveis por cerca de 75% de todos os empregos formais gerados naquele mês.

Nesse cenário, onde novos negócios começam mesmo em um ano atípico, e levando em consideração que uma parcela significativa da população procura por seus produtos online, o que você pode fazer para que a sua empresa "apareça" em relação aos demais? Pense em como o usuário médio se comporta na internet.

De acordo com dados da QualiBest, os influenciadores digitais (que alcançam um público de aproximadamente 71% dos usuários online) se tornaram o segundo lugar na influência da decisão de compra de um produto, ficando atrás apenas dos parentes e amigos do consumidor. Além disso, a revista Insider nos mostra que as grandes marcas devem investir cerca de 78 bilhões de reais no mercado de influenciadores digitais em 2022.

Embora este tipo de ação de marketing seja visto como algo restrito (e amplamente utilizado) por grandes varejistas, novas tecnologias e programas de afiliados já permitem que uma pequena loja online, por exemplo, também desenvolva ações e consiga trazer compradores para

seu ambiente, sem deixar de remunerar os influenciadores por isso.

É claro que uma pequena ou média empresa terá dificuldades em fazer anúncios com influenciadores com dezenas de milhões de inscritos nas redes sociais, e que fazem publicidade para gigantes empresariais. No entanto, um influenciador com uma média de 100 mil seguidores pode fazer a diferença em gerar compradores para este tipo de negócio (enquanto este perfil de influenciador pode faturar até 15 mil reais por mês em comissões).

Além disso, existe o crescente mercado de influenciadores de nicho (ou microinfluenciadores), isto é, aqueles que se comunicam com um público bem específico. Ao procurar os programas de marketing de afiliados, que geram 16% de todos os pedidos feitos online (segundo dados da Awin Brasil), o cliente ou a empresa firma uma relação de confiança com uma equipe de especialistas em estratégias inovadoras de marketing digital, além de uma rede de influenciadores parceiros.

Todos os dados mostram que trabalhar com influenciadores e marketing digital é uma das maneiras mais assertivas de se atingir o público nos dias de hoje. O seu produto ou serviço pode de fato ser mais interessante que o da concorrência, mas se você não for capaz de colocá-lo em destaque, isso não fará muita diferença.

Por meio de um programa de afiliados, o marketing de seu produto fica na mão de quem tem as técnicas para vendê-lo online, e ele pode ser divulgado por alguém com relevância, e cuja opinião pesa na cabeça do seu consumidor.

(*) - É Country Manager da Awin Brasil, especialista em tecnologia para marketing de influência.

Setor de rochas tem melhor 1º semestre dos últimos 5 anos

As exportações brasileiras de rochas ornamentais registraram o melhor primeiro semestre dos últimos cinco anos. De janeiro a junho de 2021, o setor somou faturamento de US\$ 572 milhões, contra US\$ 566 milhões listado no mesmo período em 2017. Os dados foram divulgados esta semana pelo Centro Brasileiro dos Exportadores de Rochas Ornamentais (Centrorochas), que, no final de maio, assinou convênio setorial com a Apex-Brasil para promoção das rochas brasileiras no mercado internacional.

Considerando os três últimos anos, do período pré-pandemia aos dias atuais, o segmento registrou alta. Em 2019, ano anterior aos impactos causados pela crise sanitária mundial, o Brasil fechou o primeiro semestre com faturamento de US\$ 489 milhões. Em 2020, no auge de toda tensão e instabilidade mercadológica, o faturamento caiu para US\$ 397 milhões.

No entanto, de janeiro a junho deste ano, ainda com restrições, mas com a economia dando sinais de recuperação, o setor registrou alta de quase 17% no faturamento com as exportações. Estados Unidos, China e Itália foram os três maiores consumidores das rochas brasileiras nos seis primeiros meses. O mercado americano consome prioritariamente rochas manufaturas (chapas), enquanto no mercado chinês e italiano, as rochas brutas (blocos) são as preferidas.

A região sudeste brasileira é responsável por 93% das exportações nacionais. Espírito Santo (82%) e Minas Gerais (11%) se destacam entre os maiores estados exportadores, seguidos pelo Ceará (2%) e Bahia (1%). Nos últimos dois anos, considerando o faturamento com as exportações no primeiro semestre, o Ceará computou aumento de 35% referente ao envio de rochas ornamentais para o mercado



Estados Unidos, China e Itália foram os três maiores consumidores das rochas brasileiras nos seis primeiros meses.

internacional. Em 2019, registrou uma receita de US\$ 10 milhões contra US\$ 14 milhões neste ano.

No mesmo período, o Espírito Santo viu seu faturamento subir 17% (foram US\$ 399 milhões em 2019, contra US\$ 471 em 2021). Já, Minas Gerais, contabilizou alta de 15% (US\$ 54 milhões em 2019 e US\$ 63 milhões em 2021). O setor de rochas brasileiro espera crescer 4,2% neste ano, com relação ao ano passado. O segmento registrou US\$ 987 milhões em faturamento em 2020 e espera, com base nas projeções, fechar 2021 com um montante de US\$ 1,029 bilhão. Fonte e outras informações: (www.centrorochas.org.br).

Empresas & Negócios
Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para **3106-4171**
www.netjen.com.br

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A - Anti Fake News

A Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) acaba de lançar o "Manual Prático para Lidar com a Desinformação nas Empresas", um guia elaborado para ajudar as organizações a enfrentar a questão das fake news, sobretudo no ambiente corporativo. Trata-se de uma iniciativa do projeto Aliança Aberje de Combate às Fake News, o primeiro movimento empresarial criado no Brasil para tratar da questão da desinformação. No manual, será possível encontrar orientação para verificar se a organização está internamente preparada para enfrentar informações enganosas, identificar as áreas mais vulneráveis, montar um plano de contingência e definir o papel das suas lideranças contra notícias falsas. Mais informações: (www.aberje.com.br).

B - Negócios Inovadores

Empreendedores com negócios de base tecnológica, que estão em processo de validação da ideia ou em fase inicial de funcionamento, podem se inscrever para participar do processo seletivo do ciclo da Supera Incubadora de Empresas de Base Tecnológica. O objetivo é apoiar empreendedores para que viabilizem seus projetos e negócios de inovação com as melhores práticas do mercado. A incubação no Supera visa fomentar negócios inovadores de alto valor agregado, sobretudo nas áreas de saúde, biotecnologia, tecnologia da informação e agronegócio, que são vocações científicas e empresariais de nossa região. Empresas de outros segmentos também podem participar, desde que sejam negócios de base tecnológica. Saiba mais em: (http://superaparque.com.br/selecao-de-empresas).

C - Profissional do Ano

A professora Renata Bandeira, do curso de graduação em Ciências Contábeis da Universidade Presbiteriana Mackenzie, foi eleita a profissional do ano na categoria Contabilidade do 36º Prêmio ANEFAC (Associação Nacional dos Executivos de Finanças), criado em 1985 para nomear executivos de maior destaque em suas áreas de trabalho. A cerimônia de premiação ocorre hoje (21), às 18h com transmissão online. Além da atuação como professora, Renata trabalha como diretora de controladoria e impostos da Azul Linhas Aéreas. A professora afirma que o reconhecimento pelo evento a fez se sentir uma profissional em um patamar diferenciado.

D - Arrecadação de Alimentos

A Consigaz -engarrafamento e distribuição de Gás Liquefeito de Petróleo-, criou a campanha "Todo mundo doando um pouco ajuda o outro", ação em parceria com a Central Única das Favelas, que está sendo realizada em todo Estado de São Paulo até o próximo dia 31, para arrecadação de alimentos. A iniciativa teve início em abril e já contabilizou mais de 10 toneladas de produtos arrecadados, somando itens avulsos e cestas básicas. Agora, o objetivo é dobrar esse volume até o fim da campanha e receber outras dez toneladas, contabilizando 20 toneladas. A estimativa é beneficiar pelo menos 5 mil pessoas nas comunidades. As doações podem ser feitas nas lojas Consigaz. Saiba mais: (www.consigaz.com.br/campanha-de-doacao-de-alimento-2021-energiadobem/).

E - Direito Digital

A Faculdade Presbiteriana Mackenzie/Brasília inicia, em agosto, a primeira turma do curso de extensão sobre os fundamentos e os aspectos práticos do Direito Digital. A ideia é explorar, a partir da análise da legislação e da jurisprudência e de discussões de casos concretos, as principais questões jurídicas relacionadas ao Direito Digital, capacitando os participantes para a atuação profissional e acadêmica. As aulas serão ministradas pelos professores Rodolfo Tamanaha e Marcelo Bechara nos dias 16, 18, 23, 25 e 30 do próximo mês. A carga horária total é de 15 horas, com encontros síncronos (ao vivo e online). Inscrições (www.mackenzie.br/educacao-executiva).

F - Mercado Cearense

A Votorantim Cimentos, empresa de materiais de construção e soluções sustentáveis, anuncia o início da operação da nova linha de produção de sua fábrica de cimento no Complexo Industrial e Portuário do Pecém, no Ceará. Com a ampliação, a unidade passa a ter uma capacidade de produção da ordem de 1 milhão de toneladas de cimento por ano, volume suficiente para construir 40 estádios de futebol, por exemplo. Foram investidos cerca de R\$ 200 milhões no projeto, que teve duração de três anos e priorizou a estratégia de sustentabilidade da empresa. Para a execução das obras e início da operação, a unidade gerou mais de 600 empregos, entre diretos e indiretos.

G - Menos Calórica

A Athletic Beer nasce emplacando um importante marco para a indústria cervejeira: de cerveja puro malte menos calórica do Brasil. Na onda dos produtos saudáveis, a marca estreia com duas opções, a Premium Lager e a Session IPA, de baixa caloria e carboidratos e livre de conservantes. É para ser consumida com moderação e sem culpa, porque é possível ter um estilo de vida ativo e saudável sem abrir mão de uma boa cerveja. A Athletic Beer faz questão de informar a tabela nutricional completa de seus produtos. Uma iniciativa que agrega confiança ao mostrar para o consumidor o que está consumindo, mas, principalmente, que a cerveja é, comprovadamente, a menos calórica. Mais informações: (www.athleticbeer.com.br/loja).

H - Baleias no Litoral

Está começando a temporada das baleias no litoral brasileiro e os projetos Baleia Jubarte e ProFranca, patrocinados pelo Programa Petrobras Socioambiental, identificarão as pesquisas e os cruzeiros de observação, para monitorar e identificar estes animais. As espécies Jubarte e Franca migram para as águas quentes da costa brasileira para reprodução, de julho a novembro. Mas os pesquisadores ressaltam que, este ano, algumas chegaram mais cedo. Além do monitoramento com drone, o Projeto realiza saídas embarcadas para coletar amostras de pele das baleias-franca com o objetivo de obter informações sobre as áreas de alimentação da espécie. Mais informações (www.baleiajubarte.org.br) e (www.baleiafranca.org.br).

I - Técnicas de Negociação

A negociação está presente na vida de qualquer profissional. É importante, por exemplo, para resolver conflitos de ideias, divergências de percepções e, dessa forma, chegar a um consenso. O tema será foco da palestra de amanhã (22), no Espaço Conceito BB RJ, no Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro. Conduzida por Guilherme Miziara, a palestra 'Direto ao ponto: técnicas de negociação', tem por objetivo ajudar profissionais a potencializar sua desenvoltura de negociação e argumentação. As inscrições, gratuitas, estão abertas no (bit.ly/live-sespacobb) e a transmissão será pelo (youtube.com/bancodobrasil).

J - Segurança e Saúde

O Prêmio DuPont de Segurança e Saúde do Trabalhador, uma das maiores premiações do segmento na América Latina, chega à sua 11ª edição com novas premiações, mais categorias e outras novidades. O concurso reconhece e divulga as melhores práticas de empresas que aplicam tecnologias da DuPont para proteger vidas no ambiente de trabalho. Podem participar empresas (e seus profissionais) e estudantes do Brasil e da América Latina. Foram criadas duas novas categorias: a Sustentabilidade, para premiar a solução com menos impacto ambiental; e a Grand Prix, para a melhor entre todas as soluções. Inscrições e mais informações: (www.premio.dupont.com.br).