

Balcão Único da Jucesp completa um ano de funcionamento

“O Balcão Único é o melhor exemplo do processo de transformação digital que estamos implantando na Jucesp: praticidade, agilidade e redução de custos para o cidadão, o que traz reflexos positivos para o empreendedorismo no Estado”

Laçado em 15 de janeiro de 2021, o Balcão Único é uma ferramenta online da Junta Comercial de São Paulo (Jucesp) que agrupa, em apenas um formulário, todos os dados necessários para a abertura de uma empresa e os distribui para órgãos das esferas federal, estadual e municipal de maneira automática. Isso permite que o usuário abra gratuitamente uma empresa em poucos minutos. Em 2021, foram abertas 17.885 empresas pelo sistema.

É uma funcionalidade do Integrador Estadual, plataforma que reúne os órgãos responsáveis pelas diferentes etapas de abertura de uma empresa: a viabilidade do nome e do local de funcionamento, a emissão do CNPJ, o registro da empresa, a emissão das inscrições tributárias e o licenciamento. Enquanto no fluxo tradicional o usuário preenche formulários diferentes, no Balcão Único



Em 2021, através do Balcão Único, foram abertas 17.885 empresas.

as etapas acontecem de maneira instantânea, o que permite ao usuário abrir a empresa em poucos minutos, dependendo apenas de ter os dados à mão durante o procedimento.

“O Balcão Único é o melhor exemplo do processo de transformação digital que estamos implantando na Jucesp: praticidade, agilidade e redução de custos para o cidadão, o que traz reflexos

positivos para o empreendedorismo no Estado”, explica Walter Ioshii, presidente do órgão. A média do tempo de abertura de uma empresa pelo Balcão Único tem sido de 1h09, sendo que 47% dos casos acontecem em menos de uma hora e 11% em menos de quinze minutos. O recorde até o momento é de apenas 3m23s.

Vale ressaltar que a contagem deste índice inclui todo

o tempo em que o usuário está logado, do início ao fim do processo. É um dos poucos do país com todas as etapas automatizadas, tendo sido necessárias adaptações nos procedimentos de cada órgão envolvido para que isso acontecesse. No registro, por exemplo, o usuário deve utilizar um contrato padrão emitido pelo sistema, que será preenchido com os dados inseridos no formulário.

A Receita modernizou seu sistema para que a emissão do CNPJ acontecesse de maneira automática. A viabilidade em relação ao zoneamento da sede da empresa e a inscrição tributária dependem de sistemas automatizados nos municípios. Por isso, o serviço está disponível por enquanto apenas para a cidade de São Paulo, pelo fato da capital já possuir a automação em seus sistemas de viabilidade, inscrição municipal e licenciamento (AI/Jucesp).

Como eu me vejo e você me vê

Pedro Signorelli (*)

“Sou como você me vê. Posso ser leve como uma brisa ou forte como uma ventania. Depende de quando e como você me vê passar”

Essa afirmação é da escritora e jornalista ucraniana Clarice Lispector. A frase traz uma reflexão sobre como nos vemos e os outros nos veem, e que, por vezes, é diferente do que somos de fato. Nesse contexto, nas relações profissionais, por exemplo, nem sempre atendemos às expectativas, o que gera frustrações para ambos os lados, para quem entrega e para aquele que recebe.

Isso, seguramente, em decorrência da nossa percepção individual, dos nossos vieses e excesso de conhecimento ou falta dele. As nossas experiências pessoais e profissionais tendem a indicar o melhor caminho para a realização de um trabalho e indicar uma solução aos clientes. Por outro lado, assim como nós, o nosso parceiro ou cliente também possui o próprio discernimento do que lhe parece ser a melhor, ou seja, mesmo com a certeza da melhor entrega, quem recebe nem sempre compartilha da mesma percepção.

A partir de uma experiência pessoal, comecei a refletir sobre essa questão, em tempos de pandemia. Por conta das restrições sociais, muitos precisaram se adaptar em relação às atividades do cotidiano como a ida ao cabeleireiro ou barbeiro. Como no meu caso em que decidi cortar, pela primeira vez, o cabelo do meu filho. Fiz o meu melhor e pelo resultado tive a certeza de ter realizado um excelente trabalho, contudo ao finalizar notei nitidamente o descontentamento dele.

No primeiro momento, não compreendi o motivo do aborrecimento, uma vez que o corte ficou muito bom e alinhado. Mesmo orgulhoso do meu feito, questionei o que teria o entristecido. Ele me respondeu que esperava a

finalização do corte. Quando vai ao cabeleireiro, o profissional que o atende já sabe que ele é fã de dinossauros, e finalizava o visual modelando o cabelo dele com gel em formato de escamas, assim como os animais jurássicos.

Por um lado, eu estava certo de que fiz o meu melhor, mas isso, não foi suficiente para atender à expectativa do meu filho, falhei no detalhe e, neste caso, todo o esforço anterior tornou-se irrelevante. Esse relato pode nos trazer reflexões e aprendizados no mundo dos negócios. No campo profissional atuamos, em nossa maioria, focados na entrega e certos de oferecer o melhor serviço ou solução.

Contudo, nem sempre o que julgamos ser o melhor ou a parte mais importante é o esperado por quem demanda. Às vezes pode ser no detalhe o caminho para nossas maiores conquistas. Na gestão isso é sempre muito presente. É preciso entender o que o cliente vislumbra e estar atento às expectativas dos integrantes do time. Quando abre uma empresa, o fundador sabe para onde quer ir, é o seu propósito.

A chave para o sucesso é justamente conseguir conectar essa missão da companhia ao dia a dia das pessoas que passam a integrar o time. Na gestão por OKR - Objectives and Keys Results - essa conexão é permanente. Porque está no O (Objetivo) a narrativa do propósito da companhia.

Pensando nos novos gestores que podem vir a integrar uma equipe lembrei do que diz o professor e palestrante Ram Charan, certamente um dos maiores gurus de liderança na atualidade. “Amplie sua visão, não apenas lendo livros, mas olhando sob a ótica dos outros”. O corte de cabelo era perfeito, mas não correspondia à expectativa do meu cliente.

(*) - Especialista na implementação do método OKR, fundou a Pragmática Consultoria em Gestão, para ajudar outras organizações em suas jornadas de transformação e gestão (www.gestaopragmatica.com.br).

Setor de serviços cresceu 2,4%, após dois meses de queda

O setor de serviços cresceu 2,4% na passagem de outubro para novembro, após dois meses de taxas negativas, recuperando a perda acumulada de 2,2%. Com o resultado de novembro, o setor ficou 4,5% acima do patamar pré-pandemia, registrado em fevereiro de 2020, mas está 7,3% abaixo do recorde alcançado em novembro de 2014. Os dados são da pesquisa divulgada ontem (13) pelo IBGE.

Segundo o gerente da pesquisa, Rodrigo Lobo, a recuperação do mês de novembro coloca o setor no maior patamar dos últimos seis anos, igualando-se ao nível de dezembro de 2015. “Das últimas 18 informações divulgadas, na comparação mês contra mês anterior, 15 foram positivas e 3 foram negativas: março, devido à segunda onda de Covid-19, e setembro e outubro, por conta de aumentos de preços em telecomunicações e passagens aéreas”, disse, em nota, o pesquisador.

Segundo o IBGE, quatro das cinco atividades pesquisadas avançaram no mês de novembro, com destaque para serviços de informação e comunicação (5,4%), que



Sobressaiu o setor de TI, nos segmentos de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca da internet.

recuperaram a perda de 2,9% verificada nos dois meses anteriores. Com isso, a atividade se coloca num patamar 13,7% acima de fevereiro de 2020. “Nessa atividade, sobressai o setor de TI, nos segmentos de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca da internet; desenvolvimento e licenciamento de softwares e consultoria em tecnologia da informação”, disse Lobo.

O setor de TI cresceu 10,7% de outubro para novembro, maior taxa desde janeiro de 2018 (11,8%), ficando 47,4% acima do patamar pré-pandemia. O segundo impacto positivo veio da atividade de transportes, que cresceu 1,8% e praticamente recuperou a perda de 1,9% observada entre setembro e outubro. Com isso, a atividade está num patamar 7,2% acima de fevereiro de 2020. “Os destaques na área de transportes foram transporte aéreo de passageiros, correio e transporte rodoviário de carga”, informou Lobo.

Com alta de 2,8%, os serviços prestados às famílias representaram o terceiro impacto positivo no mês. “Esta é a oitava taxa positiva seguida, acumulando um crescimento de 60,4%, mas ainda insuficiente para voltar ao patamar pré-pandemia. O segmento está operando num nível 11,8% abaixo de fevereiro de 2020”, explicou o pesquisador. Por outro lado, com queda de 0,3%, os serviços profissionais, administrativos e complementares apresentam a quarta taxa negativa seguida, acumulando perda de 3,7% (ABR).



NEGÓCIOS em **PAUTA**

lobato@netjen.com.br

A – Livros Espanhóis

Não existe mais limite territorial para literatura de qualidade. Com o mercado editorial cada vez mais promissor, o Escritório Econômico e Comercial da Embaixada da Espanha em São Paulo, acaba de soltar sua lista com os títulos espanhóis cujos direitos autorais estão disponíveis para as editoras brasileiras. A lista pode ser vista no portal (www.newspanishbooks.br.com). O Ministério da Cultura espanhol também oferece concessões para incentivar e promover o conhecimento no Brasil das obras que compõem o patrimônio cultural espanhol, financiando o custo da tradução para a língua portuguesa. De acordo com o Instituto Cervantes, 7,8% da população mundial, ou 650 milhões de pessoas, falam espanhol.

B – Crédito Pesqueiro

A Caixa está disponibilizando linhas de crédito para pescadores artesanais enquadrados no Pronaf. A taxa de juros é a partir de 3% ao ano e o prazo para reembolso é de até 12 meses na modalidade de custeio da atividade pesqueira e de até 120 meses para quem contrata os recursos para investimento. Na modalidade de custeio, é possível contratar até R\$ 250 mil e o recurso pode ser utilizado para financiamento das despesas relacionadas à captura do pescado e à conservação das embarcações e equipamentos. Para investimento, o pescador pode financiar até R\$ 200 mil para aquisição e reforma de máquinas e equipamentos, bem como para construção ou ampliação de benfeitorias.

C – Jazz Festival

Manaus se transformará na capital mundial do jazz em 2022, com a realização do Amazonas Green Jazz Festival. Serão 16 apresentações, reunindo a nata da música instrumental brasileira com a elite internacional do gênero, no palco do Teatro Amazonas, entre os dias 22 e 30 de julho. Durante a maratona de jazz na cidade, serão dois concertos por noite. “Uma oportunidade ímpar de conferir de perto alguns dos maiores instrumentistas e intérpretes da atualidade, além de aproveitar a ampla programação multicultural que ocorrerá durante o festival”, destaca Marcos Apolo Muniz, titular da Secretaria de Cultura. O público poderá garantir os ingressos para os espetáculos, a partir de 1º de fevereiro, na bilheteria do teatro ou pelo site: (www.festivalamazonasjazz.com.br). Os valores variam de R\$ 30 a R\$ 100 (inteira).

D – Transações em Dólar

A Conta Global do C6 Bank ganhou uma funcionalidade que vai facilitar a vida de quem precisa realizar transações financeiras internacionais. Já

disponível no app para um grupo de clientes, o recurso de transferência para outros países permite que o correntista, em poucos passos, envie e receba dólares de qualquer conta bancária no exterior. É preciso ter a conta para usufruir do serviço. Atende ao cliente que deseja, por exemplo, enviar dinheiro para o filho no exterior, receber salário de empresa estrangeira, realizar investimentos em outro país, receber aluguel de imóvel próprio situado no exterior, pagar cursos, entre outras necessidades. O prazo para o envio de dólares é de dois dias úteis e a taxa é de US\$ 30. Saiba mais em: (https://www.c6bank.com.br).

E – Região Enoturística

O Alentejo, maior região de Portugal, recebeu uma importante distinção do jornal norte-americano New York Times. O destino foi incluído na lista “52 Places for a Changed World”, que selecionou os destaques ao redor do mundo onde os viajantes podem ser parte da solução para o planeta. Foi destacado como uma região enoturística, pois tem os elementos para a viticultura: sol, solo, diferentes castas de uvas e uma tradição na produção de vinho. No entanto, faltam chuvas para que as condições sejam perfeitas. Por isso, em 2015, o Alentejo criou o Programa de Sustentabilidade, com medidas que priorizam a conservação de água e ajudaram as herdades a reduzir o consumo de água Alguas, que utilizavam 14 litros de água para produzir um único litro de vinho, diminuíram esse número para 6 litros. Para mais informações, visite (www.turismodoalentejo.com.br).

F – Consumo de Tilápia

O nome Saint Peters já é conhecido e facilmente confundido como uma variedade de peixes. Isso porque a marca, pertencente ao grupo GeneSeas, é sinônimo de excelência e está presente nas melhores redes de supermercados. Para a empresa, porém, esse é apenas o começo. A missão é ampliar o consumo de pescados no país, oferecendo um produto versátil e de qualidade, sem perder a redução do impacto ambiental através da aquicultura responsável. Foi montada uma estrutura de produção com atuação em todos os elos da cadeia, partindo da produção de ração, passando pela piscicultura, beneficiamento e distribuição. Se conseguiu, com isso, que, depois de abatida, a tilápia fosse embalada e congelada de forma que as propriedades nutricionais e o frescor do peixe permanecessem intactos (www.saintpeters.com.br).

G – Água e Alimentos

Para apoiar as famílias afetadas pelas chuvas que atingem a Bahia, o Grupo Ultra, em uma ação conjunta com a Ipiranga e a rede de lojas de conveniência AmPm, anunciou a doação de 4 mil cestas básicas e mais

de 10 mil litros de água potável para as cidades de Camaçari e Itabuna. Duas mil cestas estão sendo entregues ao Corpo de Bombeiros de Camaçari e 2 mil levadas à filial da Ultrazag em Itabuna. Mais de 10.200 litros de água potável foram entregues à filial da Ultrazag em Itabuna, e os próprios funcionários levarão até os abrigos 2.688 garrafas de 1,5 litro e 1.248 galões de cinco litros. As fortes chuvas no estado da Bahia causaram 26 mortes. Mais de 850 mil pessoas foram atingidas pelas tempestades em 176 cidades.

H – Inglês para Jornalistas

A Universidade da Pensilvânia, nos Estados Unidos, está iniciando um novo ciclo de seu curso de inglês para jornalistas, gratuito com legendas em português. O “English for Journalism” é destinado a profissionais do setor que já falem inglês mas não sejam nativos e queiram aperfeiçoar o domínio do idioma, e também a quem se interessa por temas como jornalismo internacional e mídia digital. Além de treinar os participantes no vocabulário da área, o curso cobre técnicas da prática jornalística, úteis para os que trabalham na imprensa ou em áreas afins e para os que desejam aprender mais a respeito da indústria de mídia. A escala é flexível, com as aulas podendo ser assistidas no horário mais conveniente para os participantes. Inscrições e mais informações: (https://www.classcentral.com/course/journalism-6009).

I – Diamantes das Cinzas

Para homenagear familiares ou amigos preciosos, eternizando-os, é que a Casa Funerária São João Batista, localizada na Barra da Tijuca/RJ e administrada pelo Grupo Riopae, firmou parceria exclusiva com o laboratório Heart in Diamond, com matriz no Reino Unido e filial na Califórnia, para lançar diamantes produzidos a partir das cinzas de pessoas que foram cremadas. É feito usando a fonte pessoal de carbono de uma pessoa, o que o torna uma lembrança única e com extremo envolvimento emocional por conter memórias valiosas. Para criar essa memória especial em meio ao luto, é possível escolher entre mais de 500 conjuntos de joias nas cores laranja amarelado, amarelo esverdeado, vermelho escuro, azul e branco, e receber o diamante em forma de anel, brinco ou colar. Saiba mais em: (https://we.tl/LqYR1FKznV) - (www.riopae.com.br).

J – Data Driven

A revolução data driven já é uma realidade que impacta diferentes áreas de negócios e o marketing e a comunicação não ficam de fora. Muitas companhias e profissionais da área, no entanto, não sabem como dar o primeiro passo para viabilizar esse tipo de ação. Não conhecem as ferramentas e ainda não possuem uma cultura guiada por dados. Pensando nisso, a Cortex promove, gratuitamente, no próximo dia 18 (terça-feira), às 9h, na Plataforma: Zoom, um bate-papo sob o tema: “Posicionamento da Marca com dados: use o Big Data para ações de Marketing e Comunicação”. Os participantes mostrarão como usar as inúmeras fontes de dados que temos disponíveis hoje para traçar um planejamento de posicionamento de marca para os diferentes tipos de empresa. Inscrições para o meetup já estão abertas em: (https://pages.cortex-intelligence.com/meetup-posicionamento-de-marca-com-dados).