



Brasil

Nº 03
Junho 2012

UM BRASIL REALIZANDO O FUTURO MELHOR



Para ajudar a Micro e Pequena Empresa, o Empreendedor Individual e o potencial empreendedor a fazer parte do time que busca transformar a Copa do Mundo Fifa 2014 na maior realização de desenvolvimento e sustentabilidade da história do País, o Programa Sebrae 2014 abrigará projetos nacionais e estaduais em nove setores: **Construção Civil, Madeira e Móveis, Moda, Artesanato, Agronegócios, Turismo, Tecnologia da informação, Comércio varejista e Serviços.**

A adesão ao Programa é feita por intermédio da Unidade do Sebrae no estado mais próximo em que está localizado o empreendimento. As empresas, cujas atividades estejam entre os nove setores acima citados, serão vinculadas a projetos estaduais e receberão o acompanhamento daquela Unidade enquanto durar o projeto.

Uma vez estabelecida a relação com o Programa Sebrae 2014, o Sebrae local providenciará para que as empresas preencham a Matriz de Competitividade. Um questionário que foi desenvolvido pelo Sebrae Nacional e reúne um conjunto

de indicadores com o objetivo de medir o nível de competitividade em que as empresas se encontram na ocasião da adesão ao projeto.

Essa Matriz é composta por três dimensões:

- **Gestão** – formada por oito critérios utilizados pelo Sebrae no Prêmio MPE Brasil: Liderança, Estratégias e Planos, Clientes, Sociedade, Informação e Conhecimento, Pessoas, Processos e Resultados.
- **Oportunidades** – formada por indicadores baseados nos aspectos relevantes para atuação da empresa no setor em que ela está inserida, de acordo com o mapeamento de oportunidades realizado pela Fundação Getúlio Vargas.
- **Medições T** – formada pelos resultados dos projetos, ou seja, as metas a serem alcançadas pelas empresas participantes.

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas



Depois de conhecido o nível de competitividade das empresas, elas receberão como sugestão para o Desenvolvimento Empresarial um conjunto de soluções estruturadas de forma a propiciar a melhoria do desempenho das organizações.

A partir daí, as empresas estarão aptas a participar das ações dos projetos estaduais, que são

desenvolvidos por grupos de trabalhos formados por instituições públicas e privadas, parceiras dos setores envolvidos.

Para obter mais informações, basta entrar em contato com o Sebrae mais próximo.

Por internet: www.sebrae2014.com.br
Por telefone: 0800 570 0800

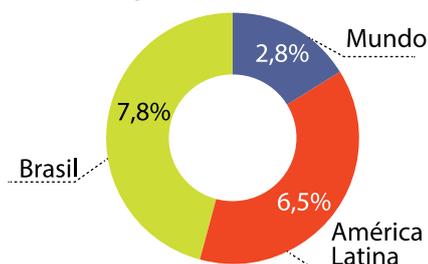
BRASIL BRASILEIRO E TAMBÉM ESTRANGEIRO

Em 2011, o Turismo doméstico teve um crescimento de 6,5% e movimentou 130 bilhões de dólares, enquanto o internacional movimentou 7 bilhões de dólares na economia brasileira. Então, se o turismo no Brasil é bem brasileiro, é também bem estrangeiro, pois todos estão em plena rota de crescimento. Dados divulgados pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) revelaram que o mercado brasileiro de turismo contribuiu com 78,5 bilhões de dólares para o PIB em 2011. Resultado em números absolutos que classifica o País como o sexto maior do mundo em tamanho, ficando atrás apenas de Estados Unidos, China, Japão, França e Espanha. O WTTC projeta ainda o crescimento de 7,8% para o Brasil em 2012 e acredita que em 2022 o País continuará classificado em sexto lugar no turismo mundial. Veja o quadro em destaque.

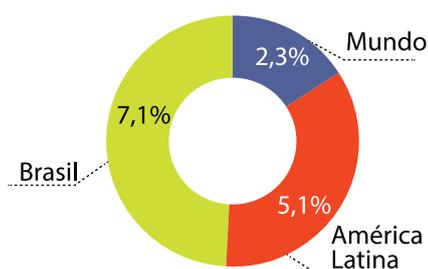
Comparação* das projeções de crescimento do setor em 2012:

América Latina e, principalmente, o Brasil crescendo de forma muito superior à média mundial.

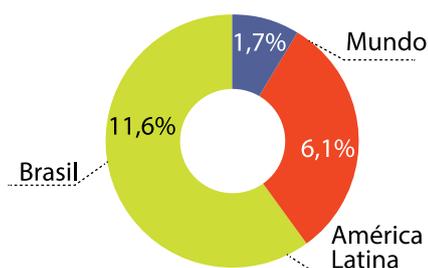
CONTRIBUIÇÃO DIRETA PARA O PIB



GERAÇÃO DE EMPREGOS DIRETOS



GASTOS DE ESTRANGEIROS: EXPORTAÇÕES



*Dados de crescimento em 2012 comparados com dados do ano passado.



Porém, o Ministério do Turismo quer chegar a 2022 como a terceira maior economia turística do planeta e, para isso, iniciou a apresentação do PNT – Plano Nacional de Turismo 2012-2015, em maio. Entre as diretrizes, estão geração de oportunidade de emprego e empreendedorismo; promoção da sustentabilidade; incentivo à inovação e ao conhecimento; incremento à geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros; incentivo ao brasileiro para viajar pelo País; melhoria da qualidade e o aumento da competitividade do turismo brasileiro; preparação do segmento para megaeventos; e classificação e certificação dos serviços turísticos brasileiros. Para conhecer a apresentação do PNT, acesse o link abaixo:

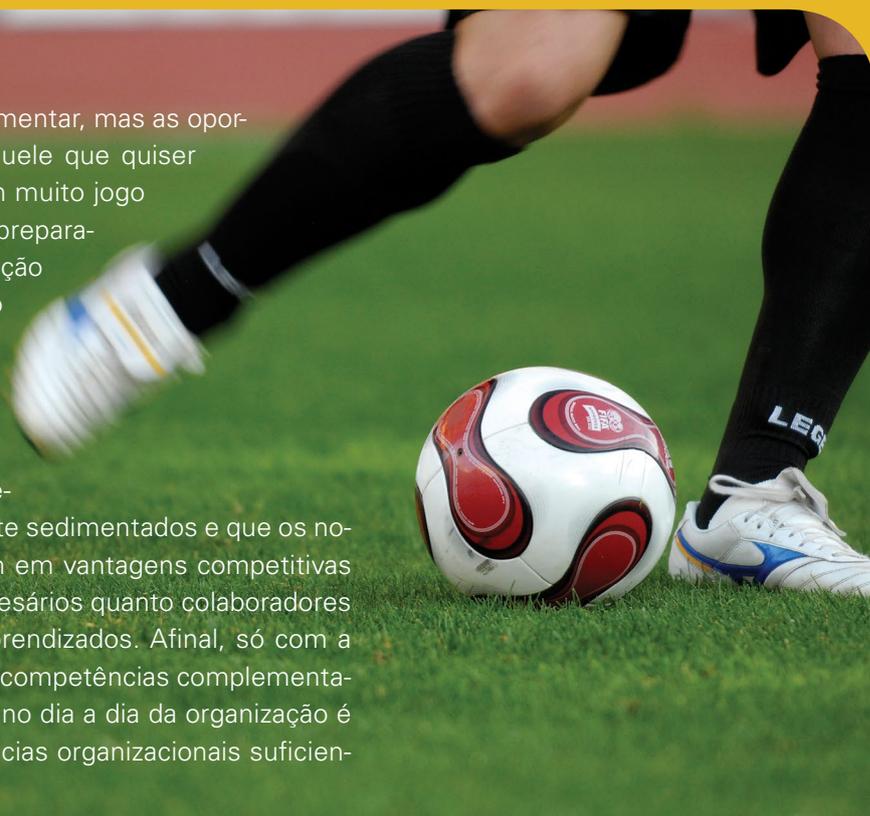
<http://www.slideshare.net/ecopasalvador/apresentao-do-ministerio-do-turismo-no-salvador-e-os-megaeventos-esportivos>

Concentradas nesse planejamento, as políticas públicas trabalharão para chegar a 2015 com 7,1 milhões de visitantes estrangeiros (contra 5,4 milhões no ano passado), US\$ 10 bilhões em receita (contra US\$ 6,7 bilhões) e 240 milhões de viagens domésticas (contra 195 milhões).

Em seguida, o MTur apresentou o Plano de Preparação do Turismo para a Copa do Mundo Fifa 2014, fundamentado na certeza de que o próximo período reserva um crescimento considerável do turismo estrangeiro no País. Como legado dos megaeventos esportivos, o governo federal prioriza consolidar o Brasil como destino turístico internacional. É, sim, um Brasil brasileiro e também cada vez mais turisticamente estrangeiro.

SE É PARA JOGAR, MELHOR COMEÇAR A TREINAR

A competitividade é grande e vai aumentar, mas as oportunidades também aumentarão. Aquele que quiser jogar, melhor começar a treinar. Tem muito jogo pela frente, mas tem que haver preparação. Por isso, a linha mestra de ação para preparar o setor turístico para o Mundial de Futebol é a qualificação que, numa perspectiva de médio e longo prazos, trará vantagens e benefícios para empresários e profissionais. Contudo, para que tais benefícios e vantagens sejam realmente sedimentados e que os novos conhecimentos se transformem em vantagens competitivas nas empresas turísticas, tanto empresários quanto colaboradores terão que se dedicarem a novos aprendizados. Afinal, só com a união das qualificações certas e das competências complementares de todas as pessoas envolvidas no dia a dia da organização é que haverá qualificação e competências organizacionais suficien-





tes para enfrentar a alta competitividade e para dominar alguma oportunidade no setor.

É recomendado que o empresário conheça a real necessidade, assim como a distância entre o nível existente e o desejado de conhecimento dos colaboradores, buscando depois disso desenvolver um plano de capacitação continuado. A oferta de capacitação também cresce na mesma medida em que se percebe a imensa necessidade de qualificação no Brasil, por isso é importante ter em foco que quanto melhor o treino, melhor o jogo.

O Sebrae também preparou uma carteira de produtos para atender o setor turístico em todas as Unidades da Federação e as cidades-sede da Copa 2014 contam com Projetos Turismo Sebrae 2014, que integram setores que atendam conformidades com as vocações locais.

Brasília, por exemplo, no seu Projeto, reúne setores de hospedagem, gastronomia, eventos, receptivo, mobilidade e produção associada.

Para obter informações a respeito do Projeto em seu estado, acesse www.sebrae.com.br.

Além do Projeto, as empresas podem se beneficiar de soluções como Sebrae Mais. Empresas estabelecidas há mais de 2 anos, com mais de nove funcionários e que estejam buscando a evolução de seus negócios, contam com o Programa que traz um conjunto de soluções práticas que podem ser aplicadas imediatamente. Elas podem ser aplicadas conforme as necessidades da empresa, reunindo diversas modalidades – consultoria individualizada por empresa, workshops, capacitação, palestras e encontros. Acesse <http://sebraemais.com.br/> ou ligue 0800 570 0800.

MAIS CHANCES DE EXPANSÃO NO TURISMO DE NEGÓCIOS



A Copa do Mundo Fifa 2014, por sua expressão e visibilidade mundial, pode vir a ser uma mola propulsora para novas oportunidades no turismo de negócios em todas as cidades-sede dos jogos. Isso porque o nível de investimentos públicos e privados em aeroportos, mobilidade urbana, acessibilidade, sinalização, saúde, segurança pública, redes de hospedagem e circuito gastronômico, potencializá os destinos na oferta e na melhoria integrada desses serviços, fazendo com que as cidades ampliem a qualificação dos critérios para realização desse tipo de evento.

Qualificação que tornará o País ainda mais atrativo a um segmento que, em 2011, o classificou na 7ª colocação mundial em quantidade de



eventos internacionais, sendo o único da América Latina entre os 10 primeiros do mundo, de acordo com os critérios da ICCA – *International Congress And Convention Association*.

ICCA 2011 = "TOP 10" POR PAÍS		
Ranking	País	Nº de Eventos
1º	EUA	759
2º	Alemanha	577
3º	Espanha	463
4º	Reino Unido	434
5º	França	428
6º	Itália	363
7º	Brasil	304
8º	China	302
9º	Holanda	291
10º	Áustria	267

ICCA 2011 = "TOP 10" AMÉRICAS		
Ranking	Cidade	Nº de Eventos
1º	Buenos Aires	94
2º	Rio de Janeiro	69
3º	São Paulo	60
4º	Vancouver	55
5º	Cidade do México	51
6º	Washington	51
7º	Montreal	50
8º	Santiago	49
9º	Bogotá/Boston	44
10º	Lima/Toronto	44

[Por Business Travel Magazine, 10/05/2012]

A classificação do ICCA delimita eventos itinerantes, com periodicidade fixa, que já tenha sido realizado pelo menos três vezes e que tenha no mínimo 50 participantes. Quesito no qual, de acordo com o "Top 10 Américas", a cidade do Rio de Janeiro ficou na frente de São Paulo, gerando ao todo mais de US\$ 160,5 milhões de renda somente em 2011.

NESSA ROTA DE EXPANSÃO, A EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO TRABALHA PARA CONSOLIDAR O BRASIL COMO UM DOS MAIORES RECEPTORES DE EVENTOS DO MUNDO E, NESTE ANO, ESTÁ PROMOVEDO O PAÍS EM 25 FEIRAS INTERNACIONAIS, NAS QUAIS EXPOSITORES LEVARÃO SEUS PRODUTOS PARA SEREM VENDIDOS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA DE OUTROS PAÍSES.

Na esfera privada, entre as instituições que reúnem os empresários da cadeia produtiva em defesa dos interesses do setor, está a Abeoc – Associação Brasileira de Empresas de Eventos –, que busca tornar a atividade de organização e prestação de serviços em eventos reconhecida, valorizada e respeitada perante o mercado e entidades institucionais e órgãos públicos; promover e incentivar as relações entre suas associadas no sentido de possibilitar intercâmbio técnico e comercial por meio da promoção, realização e apoio de encontros, reuniões, eventos, cursos, projetos e similares; além de orientar em como proceder para atuar na área de eventos de acordo com a legislação; e estimular a prática de atividades com um elevado sentido ético nas relações entre as associadas e entre essas e o mercado.



DE ACORDO COM A ABEOC, O MERCADO DE FEIRAS DE NEGÓCIOS DEVERÁ CRESCER 11,6% E MOVIMENTAR R\$ 4,8 BILHÕES NESTE ANO EM TODO O PAÍS.

Esse mercado, que se consagra principalmente por uma agenda geralmente realizada fora dos períodos de alta temporada de férias para garantir ocupação mais continuada a hotéis e todos os agentes de turismo, está, na verdade, além das fronteiras das capitais. Pernambuco é um exemplo claro disso, uma vez que o recém-divulgado ranking anual da ICCA aponta que, das dez cidades brasileiras que mais receberam eventos no padrão ICCA, Recife e Porto de Galinhas, juntas, colocaram o estado em terceiro lugar no país em eventos internacionais.

Com um público de 14.500 turistas e acompanhantes e um gasto médio diário em torno de 285 dólares, a realização desses encontros gerou 72.500 diárias nos equipamentos hoteleiros da região e um impacto na economia acima de 20 milhões de dólares.

O fato é que o incremento do turismo de negócios está sendo potencializado pelos investimentos para a realização do Mundial de Futebol, que trará um legado de infraestrutura e melhoria no conglomerado de serviços, nos qual residirá boa parte das oportunidades para consolidar o Brasil como um dos maiores receptores de eventos do mundo.

Para aqueles que querem entender melhor como se estrutura o setor, o Ministério do Turismo publicou uma Cartilha de Orientações Básicas, cujo link está disponível abaixo.

Cartilha Orientações Básicas
‘Turismo de Negócios e Eventos’
Ministério do Turismo
<http://www.turismo.gov.br/>



AFINAL, O QUE OS TURISTAS QUEREM?

Quanto você pagaria para ter uma resposta verdadeira e sincera sobre a pergunta acima? Se você acredita que obter essa resposta custa muito caro e que apenas grandes empresas com verbas gordas para investir em pesquisa de mercado têm acesso a essas e outras valiosas informações sobre os turistas, está enganado. Graças à proliferação do acesso à internet e ao celular, assim como também a intensificação do uso de redes mundiais como Twitter, Facebook e Youtube, as relações comerciais têm se transformado e o consumidor atual tem o poder de compartilhar suas opiniões de forma fácil, rápida, gratuita e em tempo real.

Desta forma, para conhecer a opinião dos seus potenciais clientes ou até mesmo para saber o quan-

to eles estão satisfeito ou não, basta abrir os olhos para o que eles estão compartilhando nas redes sociais. A boa notícia é que esse acesso é gratuito. Logo, do empreendedor individual às grandes corporações multinacionais, todos que desejam realmente conhecer e satisfazer seu cliente precisam apenas estar dispostos a compreender esse novo modo de fazer negócios e “entrar na rede”.

Os empreendedores interessados em compreender melhor de que forma a internet e as redes sociais impactam o seu negócio, sugerimos a leitura de um estudo realizado pela empresa TerraForum consultores. Intitulado de Turismo 2.0, o objetivo do trabalho foi compreender a nova realidade do



setor, ou seja, de que forma as redes sociais vêm influenciando o modo de fazer negócios e ganhar dinheiro com o turismo. Rico em dados, informações e análises sobre diferentes atores da cadeia de turismo, o estudo alerta que no Brasil pouca gente percebeu que o Turismo 2.0 já é uma realidade de alto impacto em vários países e tipos de negócios ao redor mundo.

Segundo a pesquisa realizada pela TerraForum, nos últimos anos o turista tornou-se mais independente de prestadores de serviços turísticos e mais envolvido com outros viajantes. O chamado Turista 2.0 são pessoas que utilizam a internet para buscar, compartilhar ou gerar informações de viagens, dentre estes existem também os aficionados 2.0, que, além de usar a internet para definir uma viagem, usa para escrever sobre determinados roteiros ou nicho turístico. Eles compartilham experiências pessoais e pesquisas feitas em benefício próprio com outras pessoas que possam ter o mesmo interesse.

Ao se propor a sediar megaeventos, o Brasil trouxe a todos os atores que atuam no setor de turismo nacional uma rara e valiosa oportunidade de crescimento, mas junto com isso vem o desafio de se preparar para bem receber esse turista. Turista este que estará conectado ao mundo e com poder para compartilhar sua opinião sobre tudo aquilo de bom e de ruim que ocorrer durante e após sua viagem ao nosso país.

Não subestime o impacto que a opinião que um Turista 2.0 compartilha nas redes sociais pode ter sobre o seu negócio. Hoje, qualquer potencial viajante com acesso à internet pode facilmente pesquisar uma infinidade de informações sobre os locais que deseja conhecer com apenas alguns cliques.

Para entender melhor como isso funciona esse novo modo de vender e comprar turismo, vale a pena entrar nos seguintes sites indicados no estudo do TerraForum:

NACIONAIS:

- Guia 4 rodas
www.viajeaquii.abrir.com.br/guia4rodas
- Embratur e Ministério do Turismo
www.braziltour.com

O estudo completo da TerraForum Consultores pode ser baixado em formato PDF no seguinte endereço: <http://biblioteca.terraforum.com.br/Paginas/estudoturismo20.aspx>

INTERNACIONAIS:

- Travel Insights 100
www.uptake.com/travelinsights100/
- Tornando divertidas as viagens com crianças
www.deliciousbaby.com
- Lonely Planet –
www.lonelyplan.com
- Tripadvisor.com
www.tripadvisor.com
- Turista Virtual
www.virtualtourist.com
- Tripit
www.tripit.com

PROGRAMA SEBRAE 2014

Conte com o Sebrae para compreender as oportunidades e desafios que se abrem ao seu negócio graças ao novo cenário do turismo mundial e à chegada dos turistas estrangeiros em massa ao nosso belo país. O Programa Sebrae 2014 trabalha o período de antes, durante e depois da Copa do Mundo de 2014 para que sua empresa possa aproveitar todas as oportunidades oferecidas pelo maior evento futebolístico do mundo.

Acesse o portal da instituição e saiba qual é o Sebrae mais perto de você: <http://www.sebrae2014.com.br/>



ARTESANATO, OPORTUNIDADES PARA EMPREENDEDORES DE TODOS OS TAMANHOS

O artesanato brasileiro tem pela frente a grande oportunidade de se colocar em destaque no mercado nacional e internacional, graças ao volume de turistas que virão ao Brasil por conta dos megaeventos a serem realizados nos próximos anos. Outra boa notícia é que mesmo as cidades não sede da Copa do Mundo Fifa 2014 podem ganhar com o crescimento desse setor. Além disso, o setor gera oportunidades para empreendedores de todos os tamanhos (do empreendedor individual até empresas com produção em certa escala). No entanto, é preciso investir na qualificação dos artesãos e também encontrar um bom canal de comercialização dos produtos.

Paraíba e Mato Grosso do Sul são estados que, apesar de não sediarem jogos do Mundial, estão investindo, com o apoio do Sebrae, na preparação dos artesãos para criar produtos sustentáveis e direcionados para o público de megaeventos. O Projeto Exporart Paraíba foi lançado em abril de 2012 e a iniciativa será realizada com artesãos de 35 cidades paraibanas e vai capacitar 150 empreendimentos: empreendedores individuais ou artesãos vinculados a associações, cooperativas e micro e pequenas empresas (MPE) dos polos da Zona da Mata, Borborema e Cariri. Já o Mato Grosso do Sul não perdeu tempo e saiu à procura de novos mercados em outros estados para seus produtos. Eles querem promover as peças com temática regional produzidas no estado e se preparar para vender aos turistas estrangeiros.

Nas 12 cidades-sede haverá espaços escolhidos estrategicamente para expor e comercializar os itens produzidos no próprio estado ou em outras regiões (Projeto ExpoArt). A ideia é criar grandes vitrines (showrooms) que atraiam os turistas a ponto de eles incluírem a atividade de visitar e consumir no ExpoArt de cada uma das cidades-sede em suas rotas de passeios. Além desses espaços, os artesãos podem realizar parcerias diretamente com empresários de meios de hospedagem ou bares e restaurantes locais, para que possam ofertar ou vender aos turistas seus produtos.

É muito importante que todo o trade turístico das cidades apoiem, divulguem e valorizem o trabalho dos arte-

sãos, em especial, porque, além das fotos e das lembranças, é o resultado do trabalho deles que os turistas levarão em suas malas até seus países de origem. Os objetos produzidos por esses artistas têm então o poder de criar um elo entre esses turistas e nosso país, e quem sabe entre nosso país e novos visitantes, que, admirados com a beleza dessas peças, desejem vir ao Brasil pessoalmente.

A Carteira de Artesanato do Sebrae conta com 63 projetos, mais de 4,1 mil micro e pequenas empresas (MPE) e 9,7 mil artesãos. Com o objetivo de profissionalizar o artesanato no país, o Sebrae investe atualmente em três grandes linhas de apoio ao setor, estimado em 8,5 milhões de profissionais em todo o país, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) referentes a 2005.

Um dos objetivos é qualificar os artesãos para atender às demandas que devem ser geradas com a Copa do Mundo de 2014. Outra linha de trabalho é a ampliação do Centro de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB), no centro do Rio de Janeiro (RJ), para um conjunto de três prédios históricos. O Sebrae está investindo na implantação de um espaço que servirá como ponto de exposição, comercialização e referencial em design, cultura e técnicas artesanais. A proposta é ter mostras temporárias de artesanato produzido em todo o país.

O Prêmio Sebrae TOP 100 de Artesanato, que já está na terceira edição, tem um papel importante na qualificação da produção brasileira. Já reconheceu o trabalho de 200 unidades produtivas de todo o país. Os vencedores deste ano serão conhecidos em 28 de agosto e terão a oportunidade de expor em quatro eventos comerciais de expressão nacional, além de usar o TOP 100 até o fim de 2014 e divulgar seus artigos no catálogo do prêmio.

Mais informações sobre as ações do Sebrae de incentivo ao artesanato podem ser obtidas no portal da instituição (<http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato>) ou no Blog do Artesanato (<http://artesanatosebrae.blogspot.com/>).

BOLETIM SEBRAE 2014

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros – UAMSF

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: **Roberto Simões** | Diretor-Presidente: **Luiz Barretto** | Diretor-Técnico: **Carlos Alberto dos Santos** | Diretor de Administração e Finanças: **José Claudio dos Santos** | Coordenação Nacional do Programa Sebrae 2014: **Dival Schmidt, Ivan Tonet, Rafael Castro** | Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros: **Paulo Alvim** | Planejamento e Execução: **Lucio Pires, Patrícia Mayana, Fabiana Castro e Ana Paula Capparelli**