

Os Negócios Promissores em 2015

UGE/NA
Núcleo de Estudos e Pesquisas

Outubro/2014



2014. © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei n.º 9.610).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Gestão Estratégica – UGE

Núcleo de Estudos e Pesquisas

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – Brasília/DF – CEP: 70200-645

Telefone: (61) 3348-7180 /Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Unidade de Gestão Estratégica

Pio Cortizo

Gerente

Elizis Maria de Faria

Gerente Adjunta

Equipe Técnica

Marco Aurélio Bedê (coordenador)

Ramon de Almeida Bispo

Série Ambiente dos Pequenos Negócios

- Índice de Confiança dos Pequenos Negócios (ICPN)
- A participação das MPE na Economia Brasileira
- Sobrevivência das Empresas no Brasil
- Inovação nos Pequenos Negócios
- Financiamento dos Pequenos Negócios
- Cenário Econômico e Social
- Sustentabilidade nos Pequenos Negócios

Sumário

1. Introdução	4
2. A economia mundial e a economia brasileira em 2015	5
3. O forte processo de formalização dos Pequenos Negócios no Brasil	6
4. Negócios com alto potencial de expansão	8
5. Variáveis relevantes e impactos potenciais nos PN	16
5.1- A taxa de juros em 2015	16
5.2- A taxa de câmbio em 2015	17
5.3- O rendimento médio real dos trabalhadores em 2015	18
5.4- A safra agrícola de 2015	19
5.5- “Eventos” relevantes no Brasil em 2015	20
5.6- As novas tecnologias em 2015	20
6. O setor externo em 2015	23
6.1- Mercados com maior expansão no exterior em 2015	23
6.2- “Eventos” relevantes no exterior em 2015	25
7. Considerações finais	27

1. Introdução

O presente relatório foi idealizado inicialmente com o propósito identificar os negócios mais promissores para 2015. Porém, à medida que o trabalho foi sendo realizado, percebeu-se que o mesmo não poderia prescindir de uma abordagem mais ampla que levasse em conta o conjunto das perspectivas, econômicas e sociais, para os próximos anos. Assim, mais do que identificar os negócios promissores, o objetivo passou a ser identificar as principais tendências para os Pequenos Negócios a partir de 2015.

Após esta introdução, no capítulo 2, é apresentada uma discussão do cenário macroeconômico mais provável para os próximos cinco anos, no nível nacional e internacional, segundo as expectativas das principais autoridades neste assunto: o Fundo Monetário Internacional e o Banco Central do Brasil, por meio do seu Boletim Focus.

Na sequência, no capítulo 3, é apresentada uma análise da evolução recente dos Pequenos Negócios no Brasil, com destaque para o forte processo de formalização que vem ocorrendo na economia brasileira nos últimos cinco anos. Processo que deve continuar como um dos principais destaques na economia brasileira em 2015.

No capítulo 4, encontra-se uma discussão sobre os negócios com alto potencial de expansão no país, à luz do desempenho recente dos Pequenos Negócios, utilizando como referência as bases de dados da Secretaria da Receita Federal (SRF), quanto à criação de novas empresas. Esta análise foi feita a partir dos registros de novos estabelecimentos com CNPJ no país, na última década, mas com destaque para os setores que mais crescem.

Em seguida, no capítulo 5, são analisadas algumas das principais variáveis que tendem a influenciar os negócios em 2015, com destaque para os possíveis impactos das mesmas sobre os PN. Neste capítulo são abordadas as expectativas quanto à taxa de juros, taxa de câmbio, rendimento médio dos trabalhadores, safra agrícola, eventos internos e novas tecnologias, bem como os negócios que mais tendem a se beneficiar (ou se prejudicar) com o comportamento dessas variáveis.

No capítulo 6, é apresentada uma análise específica sobre as tendências do mercado externo, com vistas a identificar os mercados mais promissores para as exportações, em 2015.

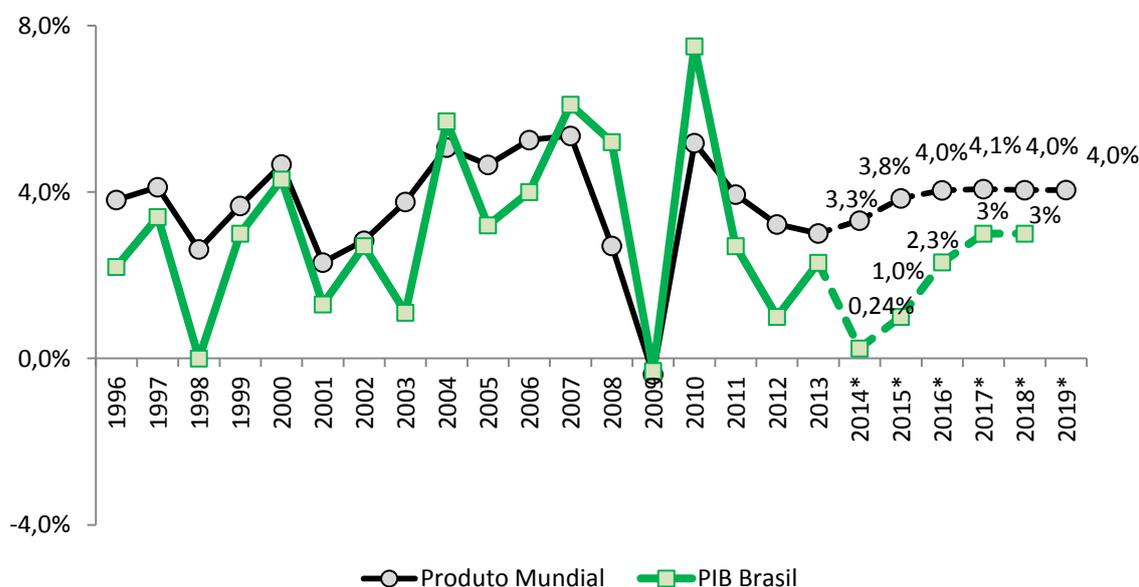
Finalmente, o último capítulo é reservado às considerações finais.

2. A economia mundial e a economia brasileira em 2015

Nos últimos 15 anos, a taxa de crescimento do PIB brasileiro acompanhou de perto a verificada na economia mundial. Em 2014 e 2015, no entanto, o país deverá crescer a taxas relativamente baixas, e abaixo da média mundial, com um *gap* maior em relação à evolução esperada para o Produto Mundial (Gráfico 1).

Segundo o Boletim Focus do BACEN (13/10/14), a expectativa de crescimento do PIB brasileiro é de 0,28% em 2014 e 1% em 2015. Para estes mesmos anos, o FMI prevê que a economia mundial cresça entre 3,3% e 3,8%.

Gráfico 1 – Taxa de crescimento da economia



Fonte: BACEN (Boletim Focus 13/10/14) e FMI (*World Economic Outlook Database*, out/14)

Nota: * projeções

Ainda, de acordo com o Boletim Focus, até dez/15 é esperado um aumento das taxa de juros SELIC para algo próximo a 12% a.a. Neste contexto, a criação de novas empresas no país tende a encontrar um ambiente menos favorável que o verificado nos últimos 4 anos. Logo, é possível que, em 2015, o ritmo de criação de novas Micro Empresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) seja mais modesto que o verificado no passado recente.

3. O forte processo de formalização dos Pequenos Negócios no Brasil

A despeito do fraco desempenho esperado para a evolução do PIB, em 2015, é razoável esperar uma continuidade do forte movimento de formalização de Pequenos Negócios, principalmente por meio do Micro Empreendedor Individual (MEI).

Corrobora para isso o desempenho verificado, nos últimos anos, em termos de novos registros no CNPJ, na Secretaria da Receita Federal (SRF). O Gráfico 2, por exemplo, mostra que, entre 2010 e 2012, ocorreram sucessivos recordes no registro de novos CNPJ, apesar da forte redução da taxa de crescimento do PIB, registrada em 2011 e 2012 (Gráfico 1).

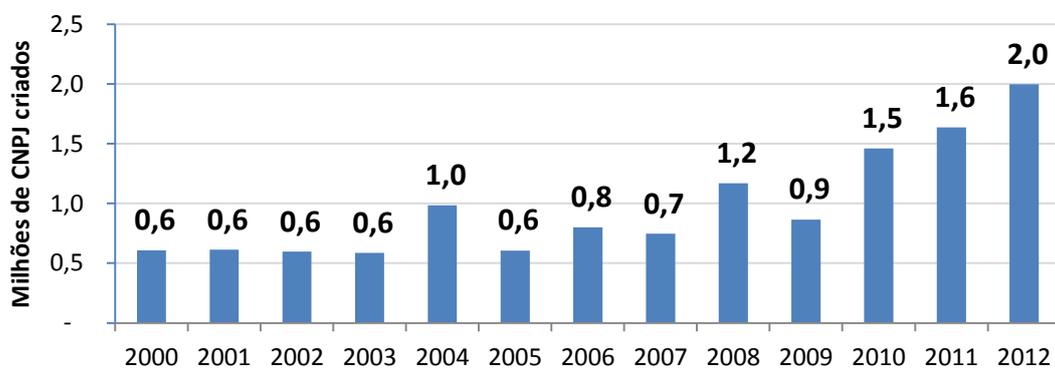
Por sua vez, o Gráfico 3 mostra que o crescimento exponencial do número de optantes pelo Simples Nacional, nos últimos 5 anos, continua apresentando vigor até o último dado disponível (até 4/10/2014), mesmo no presente ano, cuja expectativa de crescimento do PIB é próxima de zero.

É digno de destaque que mesmo com a expectativa de crescimento do PIB brasileiro de apenas 0,28% a.a., em 2014, nos primeiros 10 meses deste ano, já haviam sido criados quase 1 milhão de novos registros de MEI.

Entre 2010 e 2014 (até out/14), a taxa média de crescimento dos MEI foi de 55% a.a., enquanto que, no mesmo período, a taxa média de crescimento das demais Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) optantes pelo Simples foi de 8% a.a.

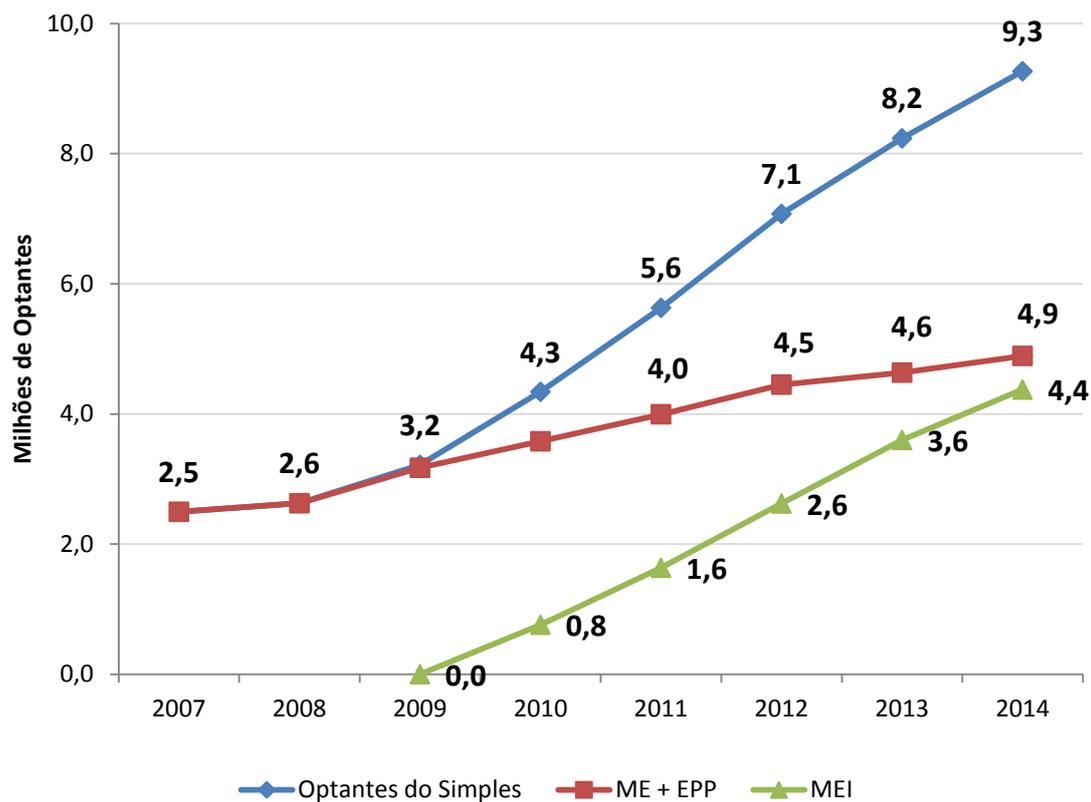
Esses dados mostram que o forte movimento de formalização de empresas, por meio do MEI, pode ocorrer mesmo em um contexto de baixo crescimento do PIB. Na verdade, a forte formalização dos MEI tem pouco impacto no PIB, visto que estes são “nano empreendimentos”. A despeito dos impactos importantes na vida das pessoas que formalizam seu negócio, em termos de recuperação da cidadania (p.ex. reconhecimento formal do negócio, acesso à emissão de nota fiscal, melhora do acesso ao crédito, etc), é relativamente baixo o seu impacto em termos de valor agregado. Logo, afetam pouco a taxa de crescimento do PIB.

Gráfico 2 – Criação de CNPJ (em milhões)



Fonte: SRF

Gráfico 3 – Empresas optantes pelo SIMPLES (em milhões)



Fonte: SRF

Nota: (*) 2014= dados até 4/10/2014.

4. Negócios com alto potencial de expansão

No Gráfico 4, é possível verificar a dispersão das 400 subclasses CNAE com maior número de novos CNPJ criados no ano de 2012, e suas respectivas taxas de expansão (taxa média de crescimento, entre 2009 e 2012, em % a.a.). Naquele conjunto de quatro gráficos, são expostas as 100 atividades (subclasses CNAE) mais importantes, por setor de atividade (Indústria, Construção, Comércio e Serviços).

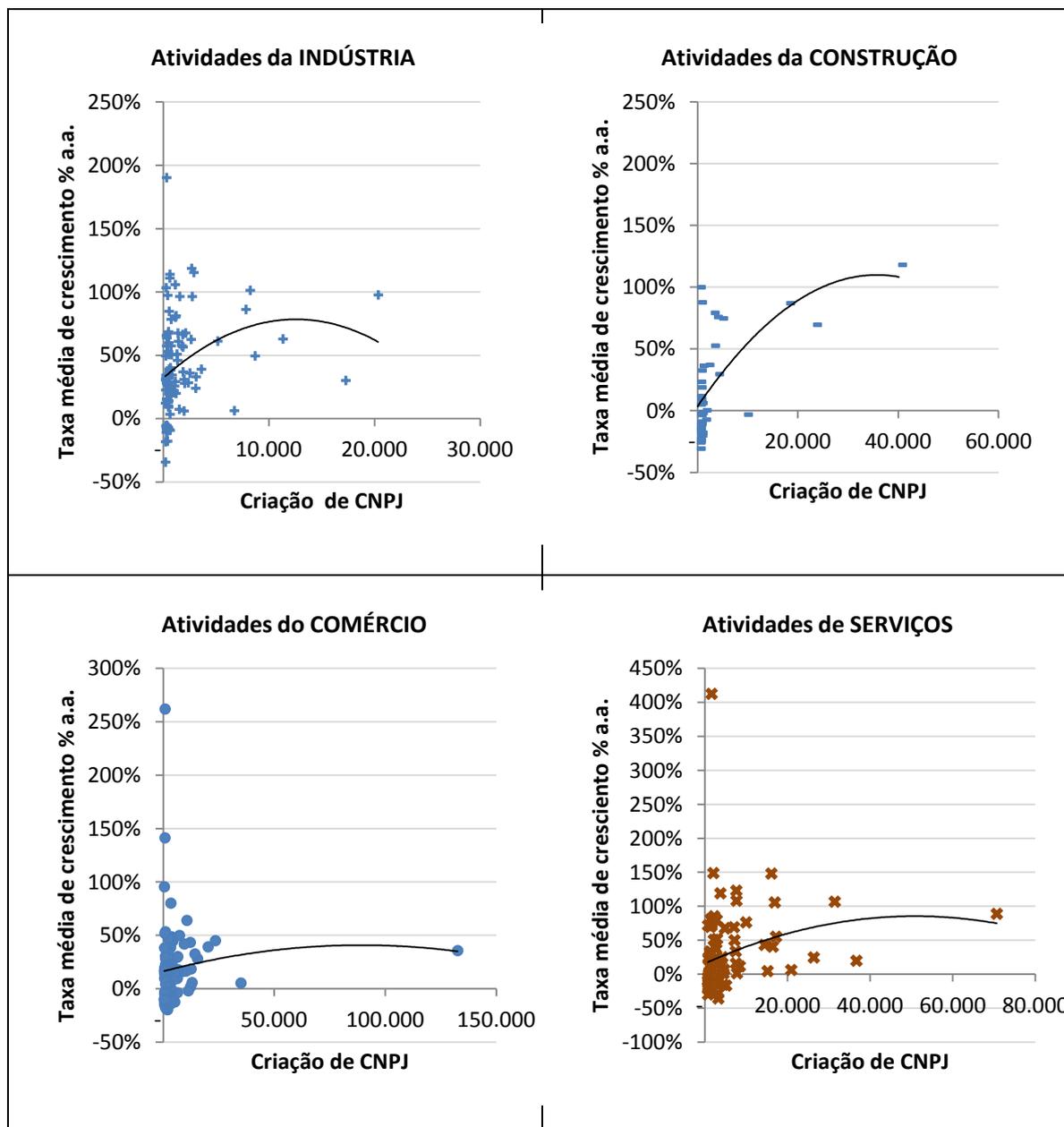
A combinação de um alto número de constituições (em 2012) com altas taxas médias de crescimento (2009/2012) indicam as atividades com elevado potencial de criação de novos negócios, no período em questão. Vale observar que, parte destas atividades tende a continuar figurando entre as de maior destaque no ano de 2015, em especial, em termos de número de CNPJ criados. Estes dados, em parte, apontam para aqueles segmentos de atividade onde a formalização tem sido mais intensa (com alta probabilidade de continuidade deste movimento em 2015). Estes dados são, portanto, indicativos das atividades que **podem** estar entre as de maior destaque em 2015 (em termos de criação absoluta de CNPJ).

As Tabelas 1.1, 2.1, 3.1 e 4.1 apresentam as 10 principais atividades (subclasse CNAE) com maior número de criações de CNPJ em 2012, por setor de atividade.

As Tabelas 1.2, 2.2, 3.2 e 4.2 apresentam as 10 principais atividades (subclasse CNAE) com maior taxa média de crescimento do período 2009-2012 (últimos 3 anos), por setor de atividade.

O conjunto das 40 atividades listadas nestas tabelas pode ser visto como uma listagem preliminar das atividades que podem continuar em destaque nos próximos anos. Com base em uma análise de cunho qualitativo, é possível selecionar deste conjunto uma lista mais restrita de atividades que tendem a permanecer no grupo das mais promissoras em 2015, como exposto mais à frente.

Gráfico 4 – Criação de novas empresas (CNPJ) vs taxa de expansão, por Subclasse CNAE



Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Nota: A “criação de CNPJ” é referente a 2012. A taxa média de crescimento % a.a. é referente a 2009-2012 (taxa média de crescimento nos últimos 3 anos).

Tabela 1.1 – Atividades da Indústria com maior número de CNPJ criados em 2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	2.634	15.766	19.173	20.350	98%
2	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	7.834	8.317	19.429	17.275	30%
3	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2.622	21.470	12.466	11.335	63%
4	Fabricação de móveis com predominância de madeira	2.600	8.452	8.650	8.695	50%
5	Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	1.009	7.207	7.505	8.231	101%
6	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	1.213	10.268	7.582	7.833	86%
7	Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria	5.606	4.106	2.346	6.731	6%
8	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	1.231	5.263	5.417	5.156	61%
9	Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê	1.342	3.205	3.777	3.607	39%
10	Serviços de usinagem, tornearia e solda	1.321	3.250	3.232	3.110	33%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Tabela 1.2 – Atividades da Indústria com maior taxa de crescimento % a.a. 2009-2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Serviços de encadernação e plastificação	13	64	420	318	190%
2	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	257	333	1.826	2.685	119%
3	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	290	2.578	2.647	2.898	115%
4	Facção de roupas profissionais	64	720	806	627	114%
5	Serviços de confecção de armações metálicas para a construção	66	322	500	620	111%
6	Fabricação de artefatos de tapeçaria	130	1.251	1.324	1.133	106%
7	Serviços de tratamento e revestimento em metais	32	64	327	269	103%
8	Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	1.009	7.207	7.505	8.231	101%
9	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	2.634	15.766	19.173	20.350	98%
10	Recuperação de sucatas de alumínio	54	341	414	415	97%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Tabela 2.1 – Atividades da Construção com maior número de CNPJ criados em 2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Obras de alvenaria	3.867	21.055	32.738	40.148	118%
2	Instalação e manutenção elétrica	4.753	15.785	21.153	23.195	70%
3	Serviços de pintura de edifícios em geral	2.725	11.288	15.339	17.836	87%
4	Construção de edifícios	10.362	11.587	13.652	9.430	-3%
5	Instalação e manutenção de sistemas centrais de ar condicionado, de ventilação e refrigeração	839	3.454	4.293	4.479	75%
6	Outras obras de acabamento da construção	1.693	3.352	3.873	3.686	30%
7	Obras de acabamento em gesso e estuque	632	2.417	3.183	3.438	76%
8	Instalações hidráulicas, sanitárias e de gás	806	2.269	2.741	2.866	53%
9	Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores	486	1.763	2.215	2.800	79%
10	Instalação de portas, janelas, tetos, divisórias e armários embutidos de qualquer material	679	1.374	1.701	1.749	37%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Tabela 2.2 – Atividades da Construção com maior taxa de crescimento % a.a. 2009-2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Obras de alvenaria	3.867	21.055	32.738	40.148	118%
2	Instalação de equipamentos para orientação à navegação marítima, fluvial e lacustre	3	21	32	24	100%
3	Tratamentos térmicos, acústicos ou de vibração	42	208	233	278	88%
4	Serviços de pintura de edifícios em geral	2.725	11.288	15.339	17.836	87%
5	Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores	486	1.763	2.215	2.800	79%
6	Obras de acabamento em gesso e estuque	632	2.417	3.183	3.438	76%
7	Instalação e manutenção de sistemas centrais de ar condicionado, de ventilação e refrigeração	839	3.454	4.293	4.479	75%
8	Instalação e manutenção elétrica	4.753	15.785	21.153	23.195	70%
9	Instalações hidráulicas, sanitárias e de gás	806	2.269	2.741	2.866	53%
10	Instalação de portas, janelas, tetos, divisórias e armários embutidos de qualquer material	679	1.374	1.701	1.749	37%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Tabela 3.1 – Atividades do Comércio com maior número de CNPJ criados em 2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	52.935	116.415	135.934	132.504	36%
2	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	29.856	42.013	42.685	34.945	5%
3	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	7.679	18.120	22.161	23.467	45%
4	Comércio varejista de bebidas	7.473	17.498	20.533	20.182	39%
5	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	7.314	13.460	15.838	15.418	28%
6	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	6.110	14.758	14.964	14.260	33%
7	Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática	10.943	16.559	16.632	12.973	6%
8	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	7.516	11.830	14.042	12.516	19%
9	Comércio varejista de materiais de construção em geral	11.581	14.413	15.204	12.292	2%
10	Comercio varejista de artigos de armarinho	4.117	12.584	13.528	12.149	43%

Tabela 3.2 – Atividades do Comércio com maior taxa de crescimento % a.a. 2009-2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Recarga de cartuchos para equipamentos de informática	17	84	1.001	807	262%
2	Comércio varejista de mercadorias em lojas de conveniência	54	108	967	760	141%
3	Reparação de jóias	67	507	561	501	96%
4	Manutenção e reparação de motocicletas e motonetas	582	2.972	3.209	3.406	80%
5	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	2.411	8.559	10.521	10.643	64%
6	Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados	263	1.564	1.201	950	53%
7	Reparação de calçados, bolsas e artigos de viagem	209	942	892	732	52%
8	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores	2.160	6.919	8.113	7.290	50%
9	Reparação e manutenção de equipamentos de comunicação	827	3.796	3.154	2.735	49%
10	Serviços de borracharia para veículos automotores	1.174	4.150	4.225	3.852	49%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Tabela 4.1 – Atividades de Serviços com maior número de CNPJ criados em 2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Cabeleireiros	10.474	61.739	71.733	70.666	89%
2	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	21.294	37.639	40.088	36.689	20%
3	Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	3.552	14.543	26.246	31.426	107%
4	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	13.608	25.799	28.412	26.359	25%
5	Restaurantes e similares	17.442	23.621	25.314	20.899	6%
6	Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	4.602	14.655	16.420	17.204	55%
7	Serviços ambulantes de alimentação	1.943	14.377	15.290	16.912	106%
8	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	5.907	20.090	17.919	16.429	41%
9	Promoção de vendas	1.052	9.095	14.624	16.094	148%
10	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional	13.271	16.644	19.196	15.173	5%

Tabela 4.2 – Atividades de Serviços com maior taxa de crescimento % a.a. 2009-2012

	Subclasse CNAE	Número de CNPJ criados				Taxa média de crescimento % a.a. (2009/2012)
		2009	2010	2011	2012	
1	Serviços de tatuagem e colocação de piercing	12	145	1.608	1.618	413%
2	Atividades de fornecimento de infra-estrutura de apoio e assistência a paciente no domicílio	133	775	1.441	2.052	149%
3	Promoção de vendas	1.052	9.095	14.624	16.094	148%
4	Serviço de táxi	685	3.987	5.675	7.606	123%
5	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	356	2.191	3.276	3.748	119%
6	Marketing direto	848	2.573	3.366	7.655	108%
7	Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	3.552	14.543	26.246	31.426	107%
8	Serviços ambulantes de alimentação	1.943	14.377	15.290	16.912	106%
9	Cabeleireiros	10.474	61.739	71.733	70.666	89%
10	Outras atividades de telecomunicações não especificadas anteriormente	350	501	2.181	2.233	85%

Fonte: elaboração própria a partir da SRF

Do exposto até aqui, entre os negócios que podem se manter como promissores em 2015 estão, por exemplo, os listados no Quadro 1.

Quadro 1 – Negócios Promissores em 2015 (1)

Preparo de alimentos para consumo familiar	Construção (pequenas empresas de edificações e obras de reparação)
Confecção	Instalações (elétrica, sanitária, hidráulica e gás)
Cabeleireiros	Comércio de alimentos e vestuário
Bijutérias e artefatos semelhantes	Reparação de veículos automotores e motocicletas
Atividades de estética/beleza	Reparação de computadores e equipamentos de informática
Comércio de cosméticos	Reparação e recarga de cartuchos para equipamento de informática
Reciclagem	

Fonte: Sebrae

Vale observar que estes negócios tendem a se manter como promissores, pelas seguintes razões:

- Algumas das atividades do Quadro 1 estão tradicionalmente entre as que mais criam PN, em qualquer conjuntura econômica, por serem atividade típicas de Pequenos Negócios. Por exemplo: preparo de alimentos para consumo familiar, confecções, comercialização de alimentos e vestuário, construção (edificações) e instalações (elétrica, sanitária, hidráulica e gás). Estas são atividades que atendem às necessidades básicas da população (alimento, vestuário e moradia), e que crescem

mesmo em períodos de baixo crescimento do PIB. Seu crescimento está mais associado ao crescimento absoluto da população do que ao crescimento da renda.

- Algumas das atividades do Quadro 1 têm sistematicamente se mantido entre as que mais apresentam elevado número de registros de formalização de MEI, desde 2009. P.ex.: cabeleireiros, atividades associadas à estética e beleza, comércio de cosméticos e bijuterias e artefatos semelhantes. Estas são atividades associadas aos cuidados pessoais. Estão associadas, por exemplo, à uma mudança recente de hábitos da população, de se preocupar, cada vez mais com as necessidades de estética e beleza. A manutenção dessas atividades entre as que tendem a permanecer em destaque em 2015 se deve à combinação dessa mudança de hábitos, com o fato de que seus produtos/serviços são de baixo valor, o que facilita a manutenção dessas despesas dentro do orçamento familiar. São bens e serviços pouco elásticos à renda, ou seja, mesmo em um contexto de queda do rendimento médio real dos trabalhadores, tendem a permanecer relativamente constante dentro do orçamento das famílias.
- Um terceiro conjunto de atividades citadas no Quadro 1 deve continuar em evidência porque estão associadas à reparação de produtos duráveis que foram muito disseminados na economia brasileira, nos últimos anos. Por exemplo: reparação de autos, motos, computadores e equipamentos de informática, e recarga de cartuchos para equipamento de informática e reciclagem. Observe-se que, tradicionalmente, em períodos de baixo crescimento da economia, como o esperado para 2015, as famílias tendem a priorizar mais a reparação/manutenção dos bens duráveis (autos, motos, computadores) que já possuem, favorecendo os pequenos negócios do setor, do que a troca destes bens duráveis por produtos novos (em geral produzidos por grandes empresas);

5. Variáveis relevantes e impactos potenciais nos PN

5.1- A taxa de juros em 2015

A expectativa de mercado é de um aumento da taxa básica de juros da economia (taxa SELIC), até dez/15, visando o combate à inflação. Isso deve levar a um aumento do conjunto das taxas de juros no mercado brasileiro até fins do próximo ano.



Fonte: BACEN (Boletim Focus, 13/10/14)

<u>QUEM GANHA:</u>	<u>QUEM PERDE:</u>
<ul style="list-style-type: none">• O setor financeiro (maiores lucros das operações de empréstimo)• Possível redução da inflação (o aumento dos juros deve conter o consumo na economia)• As atividades de reparação/manutenção de bens duráveis (as famílias devem investir mais na reparação/manutenção dos bens duráveis que já possui, do que na troca destes por novos bens duráveis)	<ul style="list-style-type: none">• A venda de bens duráveis (automóveis, produtos das linhas branca, cinza e o setor da construção civil, em especial a construção pesada)• As vendas de máquinas e equipamentos• As vendas da indústria de transformação, em geral, já que este setor é fortemente dependente das taxas de juros• O crescimento da economia brasileira (crescimento mais lento do PIB e crescimento mais lento do número de ME e EPP, quando comparado a um cenário de juros mais baixos)

5.2- A taxa de câmbio em 2015

A expectativa de mercado para 2015 é de aumento da taxa de câmbio (R\$/US\$), até chegar ao nível de R\$2,50 em dez/2015. Isto em função da menor oferta de dólar esperada nos próximos anos, na economia brasileira.

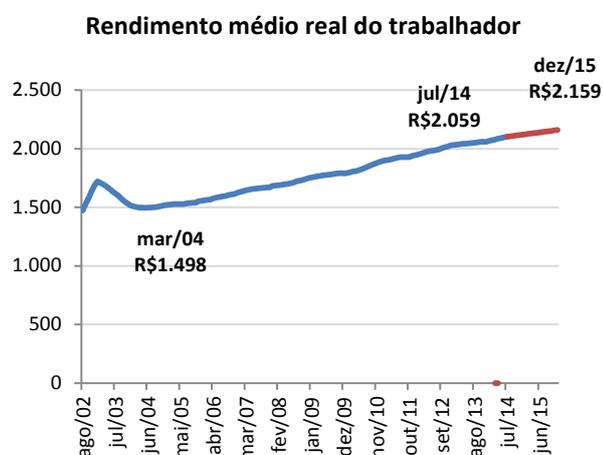


Fonte: BACEN (Boletim Focus, 13/10/14)

<u>QUEM GANHA:</u>	<u>QUEM PERDE:</u>
<ul style="list-style-type: none">• As empresas exportadoras (maior rentabilidade em reais para cada dólar exportado)	<ul style="list-style-type: none">• As empresas importadoras (terão de pagar mais reais para cada dólar em insumos/mercadorias importadas)• As empresas que tem dívida em dólares• As empresas que consomem matérias-primas e insumos importados (p.ex. indústria de transformação)• Possível pressão inflacionária, em especial, proveniente dos preços dos combustíveis e máquinas e equipamentos importados, que vão ficar mais caros em reais.

5.3- O rendimento médio real dos trabalhadores em 2015

Desde início de 2004, o rendimento médio real dos trabalhadores vem apresentando tendência de expansão. Tem sido determinante para isso o lento crescimento da oferta de mão de obra, no mercado de trabalho. Isso se deve, em especial, a dois fatores: a baixa taxa de crescimento da população e a maior permanência do jovem nas escolas. Fatores que tendem a permanecer atuantes em 2015.



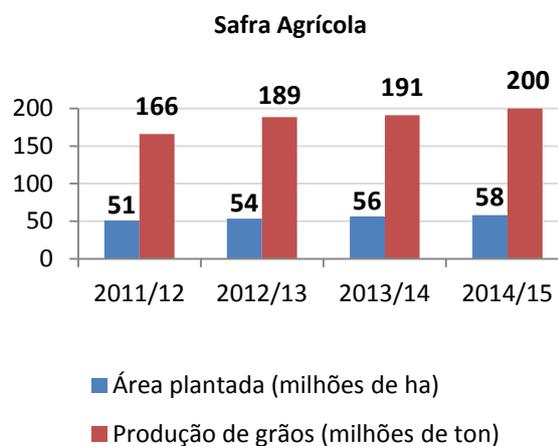
Fonte: IBGE (PME) e projeções do Sebrae

Nos últimos 10 anos, o rendimento médio real do trabalhador brasileiro cresceu 37%. Mantido o ritmo atual de crescimento, até dez/15, o rendimento médio dos trabalhadores poderá crescer mais 4,9%. (atingindo R\$ 2.159). Em paralelo a isso, o Salário Mínimo deverá ser corrigido em mais de 10%, em janeiro de 2015 (acima da inflação anual de 6,3% esperada para o ano). Ou seja, deverá haver um aumento real do S.M. superior a 3,5 pontos percentuais, em 2015.

<u>QUEM GANHA:</u>	<u>QUEM PERDE:</u>
<ul style="list-style-type: none">A indústria e o comércio de bens não duráveis (p.ex. alimentos, vestuário e calçados), visto que os salários que mais crescem tendem a continuar sendo os salários mais baixos	<ul style="list-style-type: none">Pressão inflacionária

5.4- A safra agrícola de 2015

Segundo o Ministério da Agricultura, a safra agrícola de 2014/2015 deverá atingir novo recorde em termos de produção de grãos (200 milhões de grãos) e de área plantada (58 milhões de hectares). Prevê-se uma expansão de 3% no total de hectares plantados e 5% na produção de grãos, em relação à safra anterior.



Fonte: Conab/Ministério da Agricultura

<u>QUEM GANHA:</u>	<u>QUEM PERDE:</u>
<ul style="list-style-type: none">• Produtores de produtos agrícolas (p.ex. café, soja, laranja, açúcar e milho)• Produção e comercialização de insumos e implementos agrícolas• Comercialização de alimentos• Atividade do comércio, em geral, nas cidades de médio e pequeno porte do interior, próximas às áreas de produção agrícola (que se beneficiam com a injeção de renda do agronegócio)• Redução da pressão inflacionária• Serviços de alimentação, em especial, nos grandes centros urbanos (que terão acesso a produtos agrícolas mais baratos);	

5.5- “Eventos” relevantes no Brasil em 2015

O principal evento previsto para ocorrer no Brasil em 2015 é a Copa América. A exemplo do que ocorreu com a Copa do Mundo da FIFA, a Copa América tende a favorecer pontualmente as seguintes atividades:

- Turismo;
- Comércio de bebidas;
- Comércio de alimentos;
- Comércio do vestuário.

Porém, em menor medida, visto que se trata de evento esportivo de interesse regional (América Latina). Deve-se observar que não está prevista a paralisação das atividades nos dias de jogos da Copa América, fator que prejudicou a economia brasileira durante a Copa do Mundo da FIFA, em 2014.

5.6- As novas tecnologias em 2015

Entre as novas tecnologias, as que tendem a se destacar, nos próximos anos (não necessariamente em 2015), estão, por exemplo¹:

- Na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs):
 - Integração entre tecnologias de som, imagem, movimento e computação (ex. *Robots* com asas, cidades inteligentes, sistemas de vigilância urbana, aumento da eletrônica embarcada, novas utilizações para drones, equipamentos híbridos *tablet/PC*, TV com tela curva, etc),
 - novos equipamentos de impressão (mais leves, mais econômicos, impressão em 3 dimensões);
 - novos formatos de armazenamento e transmissão de dados (p.ex. *Cloud Computing*, Redes 5G, nós de redes inteligentes em substituição ao protocolo TCP/IP, etc);
 - Novas TVs com Ultra Alta Definição;
 - Novos equipamentos e novos aplicativos de telefonia móvel/celular;

¹ Seção desenvolvida, principalmente, com base nas informações disponíveis nos sites www.euronews.com, www.tecmundo.com.br, www.cienciahoje.pt e www.cietec.org.br

- Novos serviços corporativos na área de TI
- Novos produtos/serviços associados à:
 - Cuidados com a saúde. P.ex. novos equipamentos de simulação e diagnóstico (ex. ossos sintéticos para simulações cirúrgicas; novos testes cerebrais para identificação do autismo, etc), novos equipamentos e tratamentos para deficientes (p.ex. óculos para deficientes visuais, novos equipamentos para deficientes físicos, p.ex. exoesqueleto robotizado, cadeira de rodas guiadas pelo olhar, lentes de contato com zoom, etc); uso de novos materiais que reduzem infecções hospitalares (p.ex. uso de tecidos com cobre com propriedades antibacteridas);
 - Economia de recursos naturais e reciclagem (p.ex. equipamentos que consomem menos energia elétrica, menos combustível, que utilizam fontes de energia renováveis, não tradicionais e mais econômicos, consultoria sobre redução do uso de recursos, reutilização de materiais diversos, etc)
 - Aumento da escolaridade (sofisticação dos ensinos médio e superior, novos cursos de pós-graduação, EAD, etc);
 - Aumento dos negócios voltados para as faixas etárias mais maduras e da melhor idade. São exemplos: entretenimento, viagem e turismo, academias de ginástica, atividades esportivas, assistência, casa de repouso, geriatria, informática na terceira idade, lojas especializadas na terceira idade, etc;
 - Aumento da participação da mulher no mercado de trabalho (ex. equipamentos, softwares e aplicativos específicos para as mulheres, facilidades do lar, etc)

Vale lembrar que, de acordo com o GEM 2013, no Brasil, em 98,8% dos negócios criados pelos Empreendedores Iniciais, “ninguém considera novo” os seus produtos e serviços, e apenas em 1,2% dos Novos Negócios afirmam que seus produtos e serviços “são considerados novos por alguns” (dos seus clientes). Assim, a maioria dos Pequenos Negócios tende a se envolver com as novas tecnologias aqui citadas como usuário. Não obstante isso, a maior utilização dessas novas tecnologias pelos Pequenos Negócios deverá gerar o melhor atendimento dos seus clientes, com produtos e serviços diferenciados e com maior valor agregado.

Por exemplo, na área da saúde, os novos avanços acima comentados tendem a ter nos Pequenos Negócios (p.ex. hospitais e clínicas médicas) seu principal público usuário.

Finalmente, ainda que a maioria dos Pequenos Negócios sejam usuários potenciais das novas tecnologias, em alguns casos, eles protagonizar a própria geração dessas novas tecnologias, por exemplo: os fabricantes de equipamentos e instrumentos médico-hospitalares; os fabricantes de ossos sintéticos e equipamentos de diagnóstico; os desenvolvedores de software; os desenvolvedores de aplicativos para celular; fabricantes de bioprodutos para o controle de pragas e doenças no agronegócio; produtores de alimentos funcionais naturais orgânicos e liofilizados; a consultoria na área ambiental; a reciclagem de energia; a produção de embalagens biodegradáveis; o desenvolvimento de drones para o monitoramento de grandes áreas de plantio, etc. Negócios como esses podem ser encontrados, em gestação ou já em atividade, oriundos, por exemplo, das principais Incubadoras de Empresas e/ou Institutos de Pesquisas do país, como o CIETEC e a Embrapa.

Quadro 2 – Negócios Promissores em 2015 (2)

TICs

Cuidados com a saúde

Economia de recursos naturais e reciclagem

Ensino (mais sofisticados)

3ª idade (produtos e serviços especializados)

Mulheres (produtos e serviços especializados)

Produtos e serviços de maior valor agregado, associados ao uso de novas tecnologias

Fonte: Sebrae

6. O setor externo em 2015

6.1- Mercados com maior expansão no exterior em 2015

Como visto anteriormente, as projeções do FMI para 2015 é de uma recuperação lenta da economia mundial. Por conta disso, os principais produtos de exportação do Brasil devem sofrer com um mercado externo pouco dinâmico. Os dados acumulados de exportação de jan/set 14, por exemplo, já apresentam sinais de retração do valor exportado nos seguintes:

- Manufaturados (ex. automóveis, veículos de carga, autopeças e açúcar refinado),
- Semimanufaturados (produtos metalúrgicos derivados de cobre, ferro e alumínio, açúcar bruto e óleo de soja em bruto)

Embora tais produtos sejam predominantemente ofertados por empresas de grande e médio porte, a redução no valor das suas exportações tende a gerar impacto negativo sobre as respectivas cadeias produtivas. Como exemplo de segmentos onde há Pequenos Negócios que podem ser prejudicados estão aqueles que atuam como fabricantes de partes, peças e componentes e empresas do setor metal mecânico.

Entre os mercados de destino das exportações brasileiras, os que têm tido pior desempenho têm sido a Argentina e Zona do Euro, justamente os principais destinos das exportações das MPE brasileiras.

De acordo com o FMI (out/14), a Argentina sofrerá uma queda de 1,7% no seu PIB em 2014 e uma nova queda de 1,5% em 2015. Para a Zona do Euro, o FMI projeta variação de 0,8% em 2014 e 1,3% em 2015, na média da região.

Os USA, por sua vez, tendem a retomar seu crescimento em 2015, mas a um ritmo ainda abaixo da sua média histórica. Apesar disso, alguns produtos básicos devem continuar apresentando evolução positiva nas exportações, em 2014 e 2015, graças à demanda da China: petróleo em bruto, café em grão, carne suína, minério de cobre, farelo de soja, carne bovina e soja em grão. O principal mercado consumidor das exportações brasileiras, a China, está desacelerando seu crescimento, porém continua a demandar commodities em boa quantidade.

De acordo com a SECEX, no período jan/set 2014, os principais países de destino do total das exportações brasileiras foram: 1º) China (US\$ 34,6 bilhões), 2º) Estados Unidos (US\$ 20,2 bilhões), 3º) Argentina (US\$ 11,0 bilhões), 4º) Países Baixos (US\$ 10,5 bilhões) e 5º) Japão (US\$ 5,0 bilhões).

De acordo com o Sebrae (2012), os principais blocos de destino das exportações das MPE são: 1º) Mercosul (26%), 2º) Aladi (18%), 3º) União Européia (17%), 4º) Estados Unidos e Canadá (15%); 5º) Ásia-Pacífico (10%) e 6º) Demais países (15%).

Como pode ser observado na Tabela 5, no grupo das 20 maiores economias, os países que mais tendem a crescer em 2015 (Ásia-Pacífico) não estão entre os principais mercados destino das exportações das Micro e Pequenas Empresas brasileiras.

Tabela 5 - Projeções das taxas de crescimento da economia, por países, nas 20 principais economias do mundo (exceto o Brasil), hierarquizadas pela taxa de crescimento de 2015

	País	2014	2015
1	China	7,4%	7,1%
2	Índia	5,6%	6,4%
3	Indonésia	5,2%	5,5%
4	Arábia Saudita	4,6%	4,5%
5	Coréia	3,7%	4,0%
6	México	2,4%	3,5%
7	Estados Unidos	2,1%	3,1%
8	Turquia	3,0%	3,0%
9	Austrália	2,8%	2,9%
10	Reino Unido	3,2%	2,7%
11	Suécia	2,1%	2,7%
12	Canadá	2,3%	2,5%
13	Suíça	2,1%	2,0%
14	Espanha	1,3%	1,7%
15	Alemanha	1,4%	1,5%
16	Holanda	0,6%	1,4%
17	França	0,4%	0,9%
18	Japão	0,9%	0,8%
19	Itália	-0,2%	0,8%
20	Rússia	0,2%	0,5%

Fonte: FMI (*World Economic Outlook Database*, outubro 2014)

Tabela 6 - Países selecionados por faixa de taxa de crescimento esperada para 2015

3% a 4% a.a.	4% a 5% a.a.	mais de 5% a.a.
Taiwan	Paraguai	China
Coréia do Sul	Colômbia	Índia
Chile	Arábia Saudita	Peru
Singapura	Tailândia	Vietnam
México		Angola
Turquia		Malásia
Hong Kong		Bolívia

Fonte: FMI (*World Economic Outlook Database*, outubro 2014)

Em que pese o fraco desempenho esperado para a Argentina, principal parceiro do Brasil no Mercosul, existem outros países da América Latina cujo crescimento econômico esperado para 2015 supera o brasileiro (ex. Chile, México, Paraguai, Colômbia, Bolívia e Peru). Estes países constituem-se em mercados potenciais de exportações para as MPE. Além dos países do bloco Ásia-Pacífico, são estes países da América Latina onde atualmente existem mais oportunidades para as exportações das MPE brasileiras. A expansão das exportações para estes mercados, no entanto, depende de esforços adicionais de prospecção de clientes nesses mercados.

6.2- “Eventos” relevantes no exterior em 2015

Entre os principais eventos esperados no nível internacional destaca-se a crise da Rússia-Ucrânia. Em que pese o conflito político e bélico naquela região, em função dos embargos dos países mais desenvolvidos à Rússia, é possível que parte da demanda dos produtos importados por aquele país seja desviada para novas fontes de fornecedores. Esta pode ser uma oportunidade para as exportações do agronegócio brasileiro (p.ex. carne bovina, carne de frango e *commodities* agrícolas).

Quadro 3 – Negócios Promissores em 2015 (3)

Exportações para a região Ásia-Pacífico (países com alta expansão)

Exportações para países da América Latina (países com alta expansão)

Exportações para a Rússia

Fonte: Sebrae

7. Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi identificar os negócios mais promissores em 2015. O trabalho foi realizado tendo como referência a identificação dos segmentos com maior potencial de expansão já identificados nos últimos anos, assim como a identificação daqueles que mais tendem a se beneficiar com as tendências da nossa sociedade.

O fraco despenho da economia mundial e, em especial, da economia brasileira em 2015 não deve favorecer a expansão dos Pequenos Negócios, como o verificado nos últimos anos. A despeito disso, o forte processo de formalização dos Pequenos Negócios deverá continuar presente em 2015. Em 2014, por exemplo, com um crescimento econômico projetado para algo próximo a zero, deverão se formalizar cerca de 1 milhão de Micro Empreendedores Individuais. Tendem a se manter como destaques em 2015, alguns dos mesmos negócios que foram destaque em 2014, tais como os segmentos associados à alimentação, vestuário e construção. Também devem se destacar as atividades de reparação/manutenção de automóveis, motocicletas e equipamentos de informática e produtos da linha branca e cinza, em parte, devido à forte expansão do estoque desses bens nos últimos anos na economia brasileira.

Com os juros e o câmbio em alta, também devem favorecer esses segmentos de manutenção/reparação, visto que deve refrear, no país, a aquisição de novos bens duráveis. O câmbio mais desvalorizado deverá melhorar a rentabilidade das empresas exportadoras. Por sua vez, a esperada manutenção da taxa de crescimento do rendimento dos trabalhadores, em especial, dos salários mais baixos, em 2015, deve favorecer, mais uma vez, as vendas de bens não duráveis (p.ex. alimentos, vestuário e calçados).

A safra agrícola recorde de 2014/2015 deverá favorecer as vendas dos produtores rurais, assim como o comércio em geral, nas cidades de médio e pequeno porte, localizadas próximo às principais áreas de produção agropecuária, pois estes se beneficiarão com a injeção de renda do agronegócio.

Na área de eventos, a realização da Copa América no Brasil em 2015 deverá favorecer, pontualmente, atividades como o turismo e o comércio de bebidas, alimentos e vestuário, embora em menor medida, se comparado com a Copa do Mundo da Fifa em 2014. Porém, sem o efeito negativo da paralisação das atividades nos dias dos jogos, visto que não estão previstas, em 2015, as paralisações nos dias em que a seleção brasileira jogar.

Também devem ser favorecidos os negócios que conseguirem incorporar as novas tecnologias, em processo de disseminação na economia, por exemplo, as TICs, as novas tecnologias nas áreas da saúde, melhor utilização dos recursos naturais, no ensino e no melhor atendimento dos mercados representados pelas pessoas mais maduras e a 3ª idade e o segmento das mulheres, que vão, cada vez mais, demandar produtos e serviços especializados.

No âmbito externo, o baixo dinamismo dos principais mercados de destino das exportações das MPE (Argentina e Região do Euro) pode ser compensado pela expansão de exportações para os países com maior potencial de crescimento. São exemplos, os países da região Ásia-Pacífico (p.ex. China, Índia, Vietnã, Malásia, Taiwan, Coreia do Sul, Tailândia, Singapura, Hong Kong, Arábia Saudita e Turquia), os países da América Latina que crescem acima da média mundial (p.ex. Peru, Bolívia, Colômbia, Chile, México e Paraguai) e o mercado da Rússia, que deve redirecionar parte de sua demanda de importações, que vinham sendo atendidas pelos países mais desenvolvidos do ocidente, para outros mercados, beneficiando, por exemplo, as exportações brasileiras de produtos agropecuários. No entanto, este movimento de redirecionamento das exportações das MPE brasileiras só irá se materializar, se houver um esforço compatível dos exportadores, na prospecção desses mercados e adaptação de seus produtos às características destes mercados.

Finalmente, deve-se observar que as previsões aqui apresentadas são fundamentadas nas principais tendências, econômicas e sociais, podendo ser alteradas, caso ocorra alguma mudança forte do cenário básico aqui utilizado.