

# HUB Economia Rio

VOLUME 5 • NÚMERO 20 • 09/2018

A photograph of a modern office space. In the foreground, there are several round wooden tables with black ergonomic chairs. The floor is highly reflective. In the background, a bright yellow wall features motivational text: "creativity", "INTELLIGENCE", "having FUN", and "WORK DOESN'T CHANGE THE PLAN". There are also some potted plants and modern pendant lights hanging from the ceiling.

**ESPAÇO PARA CRESCER:  
REDE SEBRAE RUMO  
AO FUTURO**

UMA PLATAFORMA DE NEGÓCIOS EM DEFESA DAS EMPRESAS FLUMINENSES. Um hub de conhecimento e negócios, com viés fortemente desenvolvimentista. Serve, basicamente, a um propósito que desde sempre nos acompanha: a imperiosa necessidade de criarmos sentimento regional de defesa dos nossos interesses empresariais.

**Diretor:** Luiz Alberto Bettencourt  
**Editor:** João Estrella de Bettencourt  
**Diretor de Arte:** Marco Brito  
**Administrativo:** Eliana Rodrigues e Beth Pinheiro



**UNIVERITAS**

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVERSUS VERITAS

**APOIO ACADÊMICO  
UNIVERITAS**

End: Rua Marquês de Abrantes, 55,  
Flamengo, Rio de Janeiro-RJ

Tel.: +55 (21) 4020-9734

[www.univeritas.com](http://www.univeritas.com)

**4** — A caminho do mar

**8** — Inove aqui

**12** — Desburocratização  
fluminense avança



**REDAÇÃO, PUBLICIDADE E  
ADMINISTRAÇÃO  
PENSAR COMUNICAÇÃO**

End: Rua Miguel Pereira, 64,  
Humaitá, Rio de Janeiro-RJ

Tel.: +55 (21) 3970-1552

[www.pensarcomunic.com.br](http://www.pensarcomunic.com.br)



## Sociedade de ideias

Esta edição de Economia Rio é apoiada pelo Sebrae Rio.

Quis a instituição expor ideias, programas, novas atividades e até compartilhar com os leitores reflexões sobre a necessidade de a pequena empresa ser integrada às políticas globais de desenvolvimento do estado como parte das cadeias de valor da economia fluminense.

Não obstante o caráter promocional deste número, Economia Rio se associa plenamente à ideia de que a pequena empresa deve ter associação orgânica com o processo produtivo, e não apenas ser objeto de iniciativas de promoção, assistência e atendimento.

Essa posição é extremamente salutar para o processo econômico do estado, cuja valorização é o cerne da nossa política editorial.

**Luiz Alberto Bettencourt**  
Diretor Pensar Comunicação

# A caminho do mar

Alexandre Gaspari

A crise econômica que se abateu sobre o Brasil a partir de 2015 não chegou às praias de Cabo Frio, na Região dos Lagos. Ao menos não na tradicional Rua dos Biquínis, polo de moda praia da cidade litorânea, que começou há 65 anos, em 1953, com a iniciativa da costureira Nilza Rodrigues Lisboa, e hoje reúne mais de 200 empresas. O local – único em todo o mundo a reunir em um mesmo espaço tamanha diversidade de fabricantes dessas peças de vestuário – é uma das atrações turísticas da cidade praiana, recebendo milhares de pessoas anualmente.

O bom resultado foi atestado por um grande estudo realizado pelo Sebrae Rio em 2017. De acordo com o levantamento, o setor de moda praia de Cabo Frio registrou um significativo ganho de valor de produção, na contramão de grande parte dos setores econômicos do país. “Fizemos um extenso trabalho de capacitação dessas empresas em termos de design e de diferencial de produtos. Sabemos que não dá para competir por preço. Por isso, os números são tão positivos”, destaca Fabiana Pereira Leite, coordenadora de Moda do Sebrae Rio.

O estudo apontou que houve um aumento anual de 4,2% no valor de produção, já descontada a inflação. Apenas em 2017, a alta das receitas nominais foi de consideráveis 17,3%. E os valores em dólar subiram 28,5%. “Apesar de a atividade industrial ter registrado números fracos em todo o país, isso mostra que o polo de moda praia de Cabo Frio persiste e se

consolida como a capital da moda do Estado do Rio de Janeiro e também do Brasil. Afinal, trata-se de uma grande concentração de marcas de moda praia, resort e fitness em um único local”, avalia Fabiana.

O projeto setorial desenvolvido pelo Sebrae Rio com os produtores da Rua dos Biquínis se estende por quatro anos e teve apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico do Rio de Janeiro, atual Secretaria de Estado da Casa Civil e Desenvolvimento Econômico. Além da capacitação e da profissionalização de empresários, o programa resultou na criação da marca Polo Moda Praia Cabo Frio, desenvolvida pela Crama Design, e no lançamento do livro Biquíni – duas peças que mudaram a rua e o mundo, do jornalista Alexei Waichenberg, que apresenta não somente a história da peça de vestuário, mas também traz depoimentos de 26 empresários estabelecidos na famosa rua.

Para a coordenadora do Sebrae, tudo isso é parte de uma mudança no próprio ecossistema local: “Além dos números positivos, o trabalho de capacitação e consultoria feito pelo Sebrae Rio causou outro efeito. Se antes a rua era quase que exclusivamente formada por produtores de moda praia, nossa atuação fez com que muitos fabricantes diversificassem seus negócios, ampliando seus universos para a moda resort, de roupas pós-praia, mais confortáveis para se usar no verão e manter a elegância, e fitness. As vendas são

muito alavancadas com o turismo na região e a rota de cruzeiros.”

Outro resultado bastante positivo do projeto foi a união dos empresários locais em prol de um objetivo comum: transformar a Rua dos Biquínis em uma referência de qualidade. “Conseguimos mostrar a moda praia como um vetor de desenvolvimento econômico não apenas da cidade de Cabo Frio como também do Estado. Eles empregam muita gente, é uma força muito grande dos pequenos negócios. Verificamos que eles têm se aprimorado cada vez mais em temas como o atendimento ao cliente e a revitalização da rua. Há uma preocupação real de todas as empresas em se unirem para que todos saiam ganhando. Então, os empresários conseguiram ver que é possível se unir em torno de um bem comum e ainda manter a livre concorrência entre eles”, ressaltou Fabiana.

## Design diferenciado

A diversificação dos negócios caminha conjuntamente com o desenvolvimento de um design diferenciado, que se torne uma marca registrada e exclusiva da Rua dos Biquínis, como explica a coordenadora: “Já estamos apoiando essas empresas há muitos anos, com eventos de negócios, capacitação, consultorias, e-commerce, planejamento e desenvolvimento de coleções. Tentamos sempre fixar nos empresários que sua competitividade vai ser garantida com o fortalecimento do design e do

Enseada Moda Praia: marca recebeu pedido e vai exportar duas mil peças para a Argentina

Foto: Divulgação / Enseada Moda Praia



valor agregado às peças. E o estudo de 2017 confirmou que isso está funcionando. Os produtos passaram a valer mais no mercado, justamente por causa de seus diferenciais”, explica a coordenadora.

O que vem ocorrendo em Cabo Frio nos últimos anos confirma uma vocação que já é percebida há bastante tempo. A fama internacional da cidade do Rio de Janeiro e o clima bastante favorável de norte a sul do território fluminense, além do litoral, que é reconhecidamente um dos mais bonitos do país, fazem com que o estado seja um lançador de tendências em se tratando de moda praia.

De acordo com uma pesquisa feita pelo Instituto de Estudos e Marketing Industrial do Sebrae, foram produzidas 90,5 milhões de peças em todo o estado do Rio em 2016. Esse volume representou 8,8% do total produzido nacionalmente, na linha de moda praia e fitness.

“A moda que é feita no Rio de Janeiro desperta o interesse de compradores tanto de varejo quanto de atacado de várias outras partes do Brasil. As estampas criadas e produzidas aqui são feitas com exclusividade. Já ouvi casos de pessoas que viajaram para a China e viram estampas de marcas consagradas de moda praia do Rio copiadas por estamparias chinesas”, cita Fabiana.

Não à toa, o projeto liderado pelo Sebrae Rio com empresários de Cabo Frio incluiu missões internacionais e capacitações em marketing e em melhoria de produtividade.

#### Além da sazonalidade

Apesar do clima quente “de janeiro a janeiro” no litoral fluminense, é inegável que o verão é a estação que atrai mais público.



Foto: André Telles

Desenvolvimento de design diferenciado foi crucial para o aumento do valor de produção na Rua dos Biquínis na contramão da crise, explica Fabiana Pereira Leite, coordenadora de Moda do Sebrae Rio

Na Região dos Lagos, que tem as suas belas praias como maior atrativo, essa concentração temporal é nítida, sobretudo considerando o deslocamento de turistas do próprio Rio e de estados vizinhos, que aproveitam o período de férias escolares, a partir de dezembro.

Assim, um dos desafios para os empresários da Rua dos Biquínis é manter suas vendas ao longo de todo o ano. “Trabalhamos muito, com os fabricantes, estratégias para minimizar a sazonalidade. 81% do total de vendas dessas marcas ocorrem entre novembro e fevereiro. Por isso, elas precisam desenvolver outras ações de março a outubro”, diz a coordenadora do Sebrae Rio.

Várias iniciativas são promovidas em parceria com a entidade para atingir esse objetivo. Há feiras de descontos em feriados prolongados, dias que costumam atrair muitos

visitantes para a região; iniciativas de atacado, com venda para outros estados; e, inclusive, marcas que exportam, aproveitando o verão no hemisfério norte ou o interesse de compradores de outros países do sul para manter suas vendas.

Um exemplo de busca pelo mercado externo vem da Enseada Moda Praia, que tem duas lojas na Rua dos Biquínis e outros três estabelecimentos em pontos diversos de Cabo Frio. Sócia da marca, a empresária Ielra Nunes conta que recebeu recentemente um pedido de duas mil peças de um comprador da Argentina. “Embora não seja minha prática a fabricação por atacado, foi um bom pedido. Isso me motivou a aceitá-lo”, afirma ela.

A sócia da Enseada explica que a Rua dos Biquínis ainda se caracteriza muito pela pronta entrega. Por isso, são poucas as marcas que vendem

grandes volumes, ainda mais para o exterior. A coordenadora do Sebrae Rio reitera essa posição. “Mesmo com essa e outras experiências positivas, ainda precisamos capacitar mais empresas para o mercado externo. Há um potencial a ser explorado. Obviamente, as empresas têm de querer isso. Têm de fazer parte do modelo de negócios e da estratégia. A decisão é empresarial. Sabemos que a exportação não é um caminho fácil, um golpe de sorte”, atesta Fabiana.

O mundo pode ser o limite. Mas a coordenadora acredita que, antes disso, é preciso levar a Rua dos Biquínis a todos os cantos do país. Isso consolidaria o polo de Cabo Frio como a referência de moda praia no Brasil. “O maior desafio do polo é se tornar conhecido em âmbito nacional. Todo o trabalho deve se voltar a disseminar ainda mais a cidade de Cabo Frio como a capital do biquíni para todo o Brasil.”



Cabo Frio agrega valor aos seus produtos, pensa o branding e se diversifica

Fotos: Divulgação



Fotos: Divulgação

# INOVE AQUI

Do on-line às agências, o Sebrae como um hub da pequena empresa no Estado do Rio de Janeiro

João Estrella de Bettencourt

Novo modelo de agência do Sebrae Rio busca a interação entre empreendedores e a criação de redes

Nos últimos anos, o perfil do empreendedor vem se alterando, o que se percebe, particularmente, nas micros e pequenas empresas. Desenvolver o próprio negócio deixou de ser, para muitos, uma alternativa em tempos de crise para se tornar um objetivo de carreira.

Nesse contexto, um fator se sobressai: a conectividade. A palavra serve para descrever não somente a busca pela tecnologia e pela atuação através de canais on-line como também o crescimento dos negócios com a formação de redes colaborativas.

Diante dessas novas necessidades, interesses e até hábitos, o mercado precisa se adaptar. É dessa análise que nasce a profunda reestruturação que o Sebrae Rio, principal instituição de apoio e representação do setor, está realizando em sua rede de atendimento e que Economia Rio traz aqui em primeira mão.

#### Uma nova estrutura para um novo empreendedor

“Tivemos, no Brasil e no Rio, principalmente, muitas mudanças econômicas e houve, junto a isso, uma transformação cultural. As pessoas decidem empreender independentemente de terem um emprego. Os sonhos são outros. Os mercados são globais. Fomos adaptando a oferta de soluções, de consultorias, de capacitações – as redes sociais, por exemplo, se tornaram imprescindíveis. Mas fomos percebendo também que, além de modernizar e trazer novos temas, precisávamos repensar a própria estrutura”, explica, entusiasmada, a gerente de Atendimento do Sebrae Rio, Flávia Guerra.

Essa evolução, segundo ela, se baseia em dois pontos centrais:

1) A diversificação e o ganho de agilidade no atendimento on-line e remoto. Hoje o empreendedor já pode contatar o Sebrae por diversos canais. É possível mandar perguntas por e-mail, fazer uma consulta por telefone – pelo 0800 – ou pelo chat, no portal do Sebrae Rio. Tudo sem agendamento prévio. Fora o atendimento de porta a porta.

“Todos esses formatos vão continuar”, salienta Flávia. “Mas cada um deles vai agregar novidades. Serão integrados a novos aplicativos, que os tornarão mais próximos, adaptados e acessíveis para os diferentes interesses e meios das micros e pequenas empresas. E outras possibilidades serão criadas, como o atendimento por videoconferência ou terminais de autoatendimento, que podem inclusive estar em um shopping ou em uma grande rede varejista, onde o empresário já vai normalmente comprar insumos”, complementa.

2) A transformação, conceitual e física, da rede de agências do Sebrae, que se tornarão espaços de interação, possibilitando trocas de experiências, parcerias e encadeamentos produtivos. Trata-se de derrubar paredes, física e metaforicamente, para que cada agência passe a ser menos um lugar para se aprender sobre negócios, individualmente – papel crescentemente absorvido pelos serviços on-line –, do que um lugar para se fazer negócios em rede.

“A maioria das pessoas hoje, por questões de mobilidade e de tempo, procura resolver tudo o que pode sem se deslocar. O cliente do Sebrae não é diferente. Tudo o que ele puder fazer on-line ele já faz. Por isso, a agência precisa ganhar um novo sentido. Vamos manter o atendimento individualizado, que aí, sim, é com agendamento prévio, para que haja um especialista adequado

às questões específicas que foram demandadas; mas é preciso abrir uma outra dimensão. Corresponder às necessidades do empreendedor, no mercado atual, se sente muito sozinho e precisa de um ecossistema”, detalha Flávia. “Isso significa agregar novas formas de atuação e fazer da agência um espaço do próprio empreendedor.”

#### Programação fixa e modelagem de negócios

Para chegar lá, será realizada uma reorganização de atividades e objetivos, como sublinha a gerente: “Hoje temos palestras e workshops, que são importantes, mas muitas vezes, para a pequena empresa, acabam sendo pontuais. Então, com essa mudança, vamos implementar uma grade fixa de eventos e, ao mesmo tempo, focar na modelagem e prototipagem de negócios. Digamos, por exemplo, que toda quarta-feira vai ser o dia das oficinas de modelagem. O empreendedor vai receber essa programação – é só se inscrever no portal – e, imediatamente, passará a fazer parte de um grupo, no qual, junto com outros, trocará aprendizados e oportunidades”, destaca ela.

“Essa visão colaborativa vai permear toda a nova concepção do espaço. Será possível fazer, na própria agência, reuniões ou contatos entre os próprios empreendedores, ou entre grupos de empreendedores e o Sebrae”, conclui. Para ela, as agências passarão a ser “quase um hub para o desenvolvimento do negócio”.

Flávia cita, inclusive, o exemplo da chamada cultura maker, ligada à tecnologia e muito forte entre os jovens: “Várias vezes são muito criativos, com excelentes ideias, mas não têm experiência. Com a grade fixa e o foco na modelagem,

eles poderão vir para o Sebrae e estruturar o projeto antes de se lançarem no mercado. E mais: como é uma operação em rede, podem se aproximar de outras empresas, com organizações já maduras mas que, por sua vez, precisam de inovação. São pontas que se unem.”

#### Primeira etapa: sete agências até 2019

A renovação das agências já está em curso. Duas ficarão prontas ainda este ano – Petrópolis e Centro do Rio –, e mais cinco no ano que vem: Friburgo, Campos, Nova Iguaçu, Niterói e Barra. “Temos 14 agências no estado, então essas sete que constituem a fase 1 do projeto foram escolhidas pela maturidade de uma série de fatores, como densidade de empreendedores, atratividade e circulação de pessoas. E, também, pela existência de parceiros que pudessem se integrar ao Sebrae nessa iniciativa, como universidades ou centros tecnológicos. Esse recorte já representa 80% dos atendimentos, mas posteriormente, na fase 2, alcançaremos os outros 20%, incluindo todos os 14 espaços”, expõe a gerente.

Flávia ressalta, no entanto, que as agências que comporão a fase 2 não são menos importantes: “A questão é que nessas primeiras conseguimos rapidamente estruturar, dar uma cara e consolidar o planejamento (VER TABELA). Mas, em seguida, vamos ter evoluído, aprendido com o que já terá sido feito, de modo que, acredito, a implantação será muito mais acelerada.”

A conclusão? Por todo o estado, espaços se conectam e o Sebrae avança no acolhimento ao empreendedor, para a criação, em suas próprias agências, de um novo ambiente de negócios.

## AGÊNCIAS QUE COMPÕEM A FASE 1 DO PROGRAMA – O ECOSISTEMA LOCAL

### Região Serrana II – Petrópolis (Teresópolis, São José do Vale do Rio Preto e Itaipava)

- Universidade + Centro Tecnológico;
- Lideranças ativas.

### Região Leste Fluminense – Niterói (São Gonçalo, Itaboraí, Rio Bonito, Tanguá e Maricá)

- Economia do petróleo que volta a se fortalecer - retomada do Comperj;
- Cidade de Niterói cresce em termos de empreendedorismo.

### Região Baixada Fluminense I – Nova Iguaçu (Belford Roxo, Nilópolis, Mesquita, Japeri, Queimados, Seropédica, Itaguaí, Paracambi e São João de Meriti)

- Forte identidade e juventude empresarial com objetivo de fazer negócios e viver na cidade.

### Região Norte – Campos dos Goytacazes (São João da Barra, São Francisco do Itabapoana, São Fidelis, Cardoso Moreira, Macaé, Rio das Ostras, Quissamã e Carapebus)

- Cadeia do petróleo;
- Busca agregar valor com inovação e tecnologia.

### Rio de Janeiro I – bairros do Centro / Zona Sul e Rio de Janeiro II – Barra da Tijuca e Zona Oeste

- Rio é vitrine;
- Barra e zona oeste são as áreas que mais cresceram nos últimos dez anos.

### Região Serrana I – Nova Friburgo (Bom Jardim, Cordeiro, Cantagalo e Cachoeiras de Macacu)

- Agência totalmente nova;
- Sebrae é âncora em projeto de revitalização de fábrica abandonada, no modelo da LX Factory, em Lisboa, um case internacional.

# DESBUROCRATIZAÇÃO FLUMINENSE AVANÇA

## A pequena empresa pede passagem

**E**m tempos de empreendedorismo em alta e da crescente vontade das pessoas de terem seus próprios negócios, é crucial facilitar a vida de quem deseja colocar a mão na massa. No entanto, historicamente, o Brasil não costuma ser lembrado como exemplo de apoio à abertura de empresas. Instâncias variadas nas três esferas de poder – federal, estaduais e municipais – com pouca ou nenhuma comunicação entre si, exigências infinitas de documentos e morosidade na análise dos pedidos, entre outras burocracias, sempre foram barreiras que desestimularam quem queria empreender e, sobretudo, quem queria legalizar seu negócio.

Há pouco mais de dez anos, porém, esse cenário começou a mudar, com a Lei Federal nº 11.598, de 3 de dezembro de 2007, que estabeleceu procedimentos para simplificar e integrar o processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas e criou a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (Redesim). A chamada Redesimples, já que inclui companhias enquadradas no regime fiscal do Simples Nacional.

No Rio de Janeiro, as (boas) notícias mais recentes envolvem os Microempreendedores Individuais (MEI), que faturam até R\$ 81 mil anualmente. Fruto da articulação do

Sebrae Rio e da Junta Comercial do Estado do Rio (Jucerja), o Sistema de Registro Integrado (Regin) passou a disponibilizar os dados do MEI ativos até 29 de maio de 2018, facilitando o acesso de todos os órgãos integrados ao sistema, sejam eles do governo do estado ou dos municípios. E desde agosto o processamento e a atualização de dados dos microempreendedores, como inscrição, alteração, baixa, enquadramento e desenquadramento, passaram a ocorrer de forma automática, conforme operações realizadas no Portal do Empreendedor, do governo federal.

Um dos efeitos imediatos da medida sobre o processo de licenciamento desses negócios envolve a emissão de alvará. Isso porque muitos municípios fluminenses cobravam o comparecimento físico dos MEI à prefeitura para a concessão do documento. Com a novidade, as cidades já integradas à Redesimples poderão licenciar as atividades do microempreendedor de forma on-line.

### Regin e Redesimples

O Sistema de Registro Integrado (Regin) está atrelado à Lei Federal de 2007 e contribui de forma fundamental, justamente, no processo de desburocratização. É parte de um amplo esforço do Sebrae Rio nesse sentido. “As premissas básicas da Redesimples envolvem a eliminação

### Alexandre Gaspari

de toda e qualquer duplicidade no processo de abertura de uma empresa. Atualmente, esse processo engloba três entes federativos: o governo federal, o governo estadual e os municípios. E muitos procedimentos eram duplicados. Dependendo da situação, era necessário que o empreendedor tivesse de fornecer a mesma informação a 11 instâncias diferentes, considerando todos os órgãos municipais, estaduais e federais que se relacionam com os empresários no momento de formalização de uma pessoa jurídica”, explica Juliana Lohmann, analista do Sebrae Rio.

Para atingir o estado da arte e facilitar a vida dos empresários, a legislação prevê, entre outras questões, o licenciamento on-line, com a automatização dos procedimentos. Isso exigiu uma mudança de visão dos órgãos de registro das atividades, que passaram a permitir a autodeclaração do empresário de que está cumprindo com todas as exigências legais para abrir seu negócio, em vez de exigir pilhas e pilhas de documentos para atestar sua boa-fé. Além disso, com o sistema informatizado, todo e qualquer órgão envolvido no registro tem acesso às mesmas informações, já que as compartilham, o que facilita, inclusive, o controle das atividades.

Fruto de um trabalho de mais de dez anos, no momento, 79 dos 92 municípios do estado do Rio já estão integrados à Redesimples. Desses, 45



já disponibilizam a emissão de alvará remotamente, de forma on-line. Os demais 34 estão integrados de forma parcial, o que permite a consulta de viabilidade do negócio.

“Hoje, se você quiser abrir uma empresa, basta acessar o site da Jucerja e indicar o município. O primeiro passo é a consulta prévia de local, para saber se é possível ter seu empreendimento em determinada rua. Isso já facilitou bastante, porque antes o empreendedor não sabia para onde ir”, explica Lohmann.

O próximo passo foca na inclusão das 13 cidades fluminenses que ainda não se integraram à Redesimples. Além da parceria com a Jucerja, o Sebrae Rio participa do Comitê Gestor de Integração do Registro Empresarial (Cogire), formado por órgãos de governo, como CRCRJ, Sescon-RJ, Casa Civil estadual, e lideranças empresariais, que trata da implantação da rede no estado.

“Já existe uma tratativa junto aos prefeitos desses municípios para sensibilizá-los sobre a importância de integrar suas cidades ao Regin

e à Redesimples. Hoje, não se está concorrendo apenas com a empresa da cidade vizinha. A concorrência se globalizou mesmo para os pequenos negócios. A Estônia, na Europa Oriental, por exemplo, permite que você formalize uma empresa estando no Brasil, sem precisar ir até lá. Assim, no momento em que você coloca a sua prefeitura com registro on-line, você fica visível não somente para todo o país, mas para o mundo”, conta a analista.

A integração, contudo, não facilita apenas a vida de quem quer empreender. Ela se torna uma ferramenta infalível para tornar o município atrativo para novos negócios. Afinal, a desburocratização reduz o tempo de abertura das empresas, o que se torna um diferencial decisivo. “A redução do tempo de abertura de uma empresa está diretamente ligada ao ambiente de negócios. Esse tempo é um indicador que faz com que o empresário pondere se vai abrir sua empresa em determinado país, estado ou cidade”, diz Lohmann.

Todo esse trabalho já rendeu frutos. Segundo a analista do Sebrae Rio, vem ocorrendo uma diminuição drástica no tempo de formalização de um negócio. Embora esse prazo ainda varie de acordo com cada município, Lohmann dá como exemplo a cidade do Rio de Janeiro para balizar o resultado positivo da integração.

“A cidade está integrada ao Regin e se tornou uma referência; já se consegue formalizar uma empresa em até cinco dias, dependendo de sua localização e da natureza do negócio. Dados do Banco Mundial apontam para uma média, no Brasil, de mais de três meses, ou seja, 90 dias, para a abertura de uma empresa. Na capital, em 2018, 56% dos alvarás emitidos levaram até três dias. Não se exige papel, tudo é feito 100% on-line. Isso é fantástico! E vale lembrar

que esses documentos foram emitidos sem a necessidade de o empresário se deslocar a qualquer repartição pública. Isso representa redução de custos não apenas para o empreendedor, que ganha tempo, mas também para a gestão pública. Num momento em que se vem procurando fechar qualquer tipo de torneira pela qual os recursos escapem, sobretudo as prefeituras, é uma medida superinteressante que os municípios podem tomar.”

#### Integração qualificada

Se integrar todas as cidades do estado ao Regin é a principal meta do Sebrae Rio, há outros passos necessários para agilizar ainda mais a formalização de negócios em território fluminense. E isso envolve também órgãos do governo do estado que ainda mantêm exigências que não podem ser atendidas via sistema.

“O Corpo de Bombeiros, por exemplo, está integrado ao Regin, mas de forma parcial, apenas para as atividades de baixo risco. Ampliar esse processo é um grande desafio. Situação similar ocorre com o Instituto Estadual do Ambiente (Inea), que ainda faz exigências fora do Regin de atividades que precisam de licenciamento ambiental. Ou seja, temos de qualificar a integração de órgãos que já fazem parte do sistema, mas ainda não de forma plena”, afirma Lohmann.

Apesar dos aperfeiçoamentos ainda necessários, é inegável que o Regin e todas as ações implementadas a partir de sua formalização facilitaram bastante a vida das empresas, ainda mais das micros e pequenas. Junto ao ganho de eficiência e transparência e da redução de custos, já analisados,

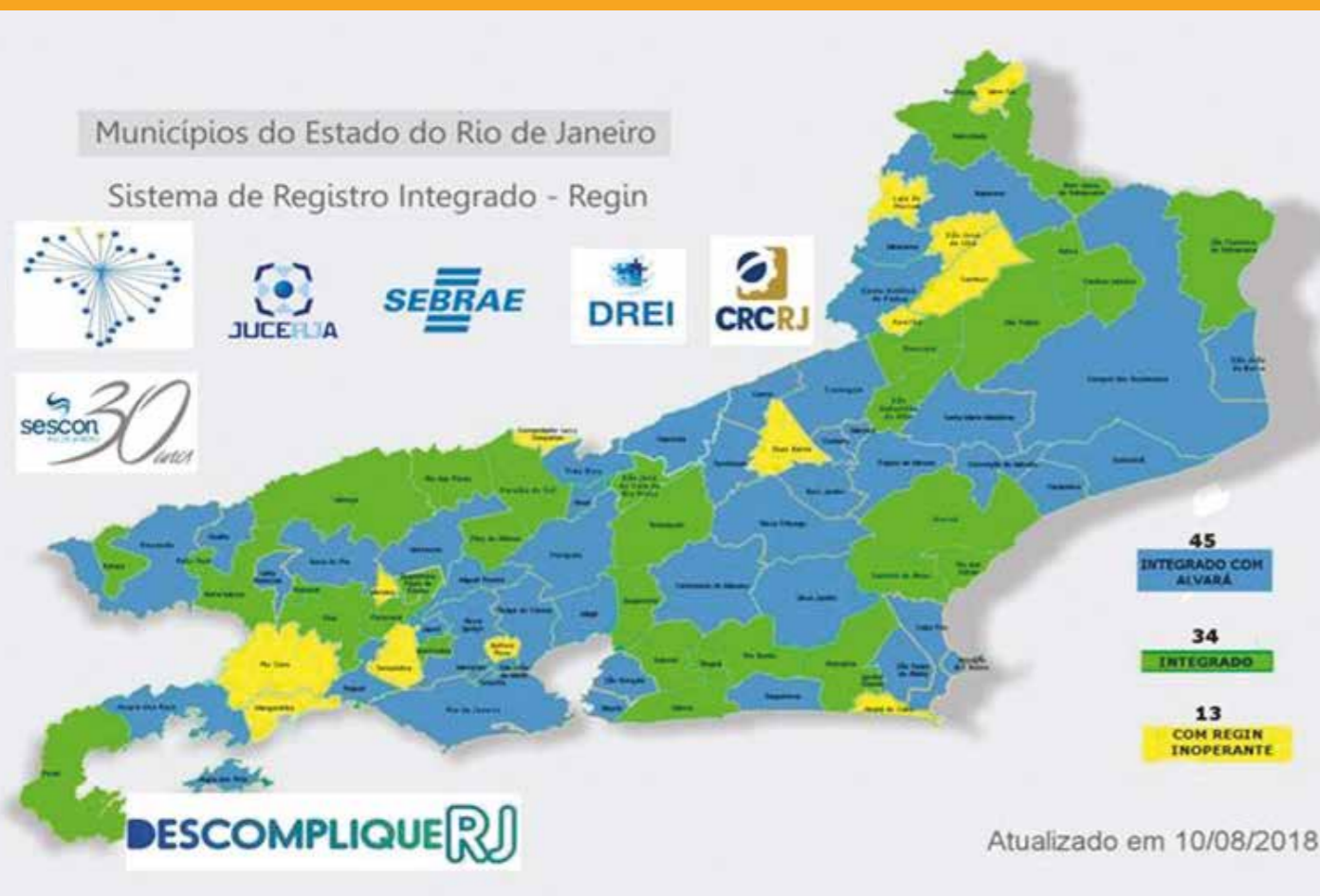
outro fator se destaca: a subjetividade na avaliação foi praticamente zerada.

“Passamos de um relacionamento pessoal, típico do processo físico de legalização, para algo mais isonômico, com justificativas fundamentadas e impessoais. E os órgãos já têm claro que é preciso avançar no processo de desburocratização. Temos conseguido mostrar, principalmente no nível municipal, que determinados processos não precisam mais da assinatura e do carimbo do secretário de Fazenda ou do prefeito, porque já implantamos um código, do tipo QR Code, que permite à pessoa visualizar se o documento é verdadeiro ou não. Já temos um ambiente melhor de entendimento. É uma questão cultural que precisa ser rompida, e também uma mudança de perspectiva, de que o processo pode ser invertido, diferentemente do que era feito no passado.

# HUB

# Economia Rio

#### MUNICÍPIOS INTEGRADOS AO REGIN NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



## Uma plataforma de negócios em defesa das empresas fluminenses

Participe!  
Dê sua opinião.

+55 21 3970-1552  
[economiario.com](http://economiario.com)