

www.revistasucesso.com.br

Seu **SUCESSO**  
Gestão de Empresas • Vendas • Negócios

Agosto 2007 EDITORA

**SEU INTERESSE**

**TRIBUTOS**  
**A MORDIDA DO LEÃO**  
*O quanto os tributos comprometem o negócio*

Mais de 70% das empresas de pequeno e médio portes têm 20% do seu faturamento comprometido com tributos. Esses são os dados de um levantamento da RCS Auditoria e Consultoria, empresa especializada em serviços para pequenas e médias empresas. O estudo avaliou 130 companhias brasileiras. "Com a falta de financiamento e o festival de impostos existentes, fica muito difícil para o empresariado projetar novos investimentos", analisa Raul Corrêa da Silva, responsável pela pesquisa. Segundo o estudo, o grande vilão, para 54,2% das empresas pesquisadas, é o ICMS, seguido do PIS e Cofins, que impactam o fluxo de caixa para 43% das pequenas e médias. Em terceiro lugar vem o IPI. "Para se ter uma idéia, o prazo para o recolhimento dos impostos é de 30 dias, enquanto o prazo médio para recebimento das vendas é superior a 31 dias", observa.



**PEQUENA EMPRESA**  
**Pequenos na mira**

Segundo uma pesquisa da agência AC Nielsen, supermercados com até quatro caixas, o que caracteriza um pequeno varejo, registraram um aumento de 3,9% no faturamento de 2006. O estudo ainda detectou que, no período, os consumidores deram preferência às lojas de vizinhança para realizar suas compras. Em razão desse movimento dos clientes, fornecedores e parceiros começam a dar atenção especial ao pequeno varejo. O grupo M.Dias Branco, fabricante de massas e biscoitos e dono de marcas como Adria e Zabet, por exemplo, criou o Sistema de Vendas a Negociar, que disponibiliza ao pequeno varejo a opção de comprar apenas alguns itens do fabricante e não somente a caixa fechada. Atualmente, são 22 vendedores com motos atendendo o pequeno varejo do ABC Paulista, Zona Leste e Zona Norte da capital paulista. Outra empresa de olho em negócios com os pequenos é a Associação ECR Brasil, que acaba de disponibilizar, para download gratuito, o conteúdo completo de uma metodologia simplificada de gerenciamento por categorias, útil para pequenos supermercadistas. O download pode ser feito no site [www.ecrbrasil.com.br](http://www.ecrbrasil.com.br)



**ESTRATÉGIA**  
**O tempo ensina**

Uma boa dica para as confecções acertarem no volume de produção e vendas pode vir da previsão do tempo. Pelo menos é o que acredita o sócio da Zêlo, empresa de cama, mesa e banho, com sede em São Paulo. Mauro Razuk afirma que monitora todos os sites de meteorologia todas as semanas. Ao constatar queda na temperatura, por exemplo, sabe que a demanda por edredons aumentará e passará essa informação para a indústria ampliar a produção antecipadamente.



**Nunca esqueça que apenas os peixes mortos nadam a favor da correnteza**  
Malcolm Muggeridge, jornalista britânico

8 | SUCESSO