

RANKING

Duas PMEs mineiras estão entre as que mais cresceram no País

Jiva e Prodap figuram em 40º e 83º lugares, respectivamente

PATRICIA SANTOS DUMONT

O bom desempenho econômico, ancorado nos investimentos contínuos, em metas de redução de custos e na maximização da eficiência, além do foco absoluto na sustentabilidade do negócio, foram responsáveis por colocar duas empresas de Minas Gerais no ranking das Pequenas e Médias Empresas (PMEs) que mais cresceram no Brasil, entre 2013 e 2015. Jiva Gestão Empresarial, de Uberlândia, no Triângulo, e Prodap, baseada em Belo Horizonte, figuram em 40º e 83º lugares, respectivamente, na listagem nacional. Já entre as oito companhias da região Sudeste, à exceção das instaladas no Estado de São Paulo, as empresas ocupam a 1ª e a 5ª colocação, nesta ordem.

Líder no ranking regional, a Jiva Gestão Empresarial, que atua no mercado de TI há 10 anos, cresceu, no triênio 2013/2015, nada menos do que 70%, saltando de um faturamento líquido de R\$ 4,4 milhões, no primeiro ano, para R\$ 7,5 milhões, no exercício passado. Especializada no desenvolvimento de soluções de gestão, diferenciadas e direcionadas para cada segmento e necessidade, a companhia associa o bom desempenho, principalmente, à otimização da própria gestão. "Fazemos e vendemos gestão e não poderia ser diferente. Viemos trabalhando e analisando o que tem acontecido com o mercado, em meio à toda essa turbulência política e econômica, e tomamos medidas preventivas e corretivas para melhorar nossos próprios resultados", detalha o diretor-presidente da companhia, Fábio Túlio.

Segundo o executivo, as ações, que reduziram perdas por deficiências internas, também garantiram máxima eficiência, sobretudo nos dois últimos anos, e maior asser-

tividade e estabilidade no mercado. O resultado foi um crescimento anual de 30% e de 70% no acumulado dos três anos.

O lançamento de uma nova plataforma, a Maha Gestão, também contribuiu positivamente para que o grupo fosse incluído no ranking nacional de desempenho econômico da PMEs. O levantamento, que chegou à 11ª edição, é realizado pela Deloitte em parceria com a revista Exame e foi divulgado recentemente. A tecnologia desenvolvida no Triângulo aponta os pontos fortes e fracos de cada empresa frente as melhores práticas do mercado, por área de processo, possibilitando uma comparação com o setor de atuação e benchmarking com o mercado. O índice já foi aplicado em mais de 7 mil empresas de todo o País.

Apesar de otimista, principalmente diante do bom resultado apresentado nos últimos três anos, o presidente da empresa prevê, para esse ano, um crescimento inferior ao registrado anualmente, ao longo do período considerado na pesquisa, de 30%. "Planejamos concluir 2016 com crescimento em torno de 25%. Estamos investindo muito em inovação e acreditamos que, a partir de 2017, iremos consolidar ainda mais a diferenciação da oferta, sendo mais assertivos na forma simplificada com que ajudamos nossos clientes a melhorar a própria gestão e o desempenho. Esse será nosso grande desafio", afirma.

A Jiva Gestão Empresarial possui 32 unidades espalhadas por 16 estados brasileiros, dentre eles Minas, São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Espírito Santo, Paraíba, Rio de Janeiro e Goiás. Ao todo, a companhia, fundada em 2006, contabiliza cerca de 300 colaboradores, 2 mil clientes e movimentou mais de R\$ 14 milhões em toda a cadeia.

A 11ª edição da pesquisa "As PMEs que Mais Crescem no Brasil" recebeu a inscrição de 250 empresas brasileiras. Deste total, 222 enviaram as demonstrações financeiras, 191 atenderam aos critérios necessários 100 foram classificadas para o ranking de maior desempenho. De acordo com a divulgação, as companhias têm o mérito de terem conseguido não apenas encontrar caminhos para avançar em meio à crise econômica, mas, ainda, dos resultados positivos registrados na trajetória de três anos.

Somente empresas em operação no Brasil há mais de cinco anos, com receita líquida entre R\$ 5 milhões e R\$ 450 milhões, em 2015, e não vinculadas a grupos empresariais com receita igual ou superior a R\$ 2 milhões, no mesmo ano, participaram do levantamento.



Acredito que, hoje, tenhamos uma disciplina de gestão muito refinada, diz Leonardo Sá

Prodap vai investir R\$ 10 milhões em 2017

Quinta colocação no ranking formado pelas companhias sediadas na região Sudeste, a Prodap, que desenvolve tecnologias voltadas para o agronegócio, está aproveitando o bom desempenho obtido nos últimos três anos para expandir as operações. Em 2017, a empresa, que tem atuação pulverizada por 18 estados brasileiros, vai investir R\$ 10 milhões para construir uma segunda planta industrial, dobrando, assim, a capacidade produtiva e aumentando a competitividade no mercado nacional. A unidade fabril ficará na região Centro-Oeste do País, uma das mais promissoras para as operações da companhia. O local não foi revelado.

O objetivo, segundo o presidente da Prodap, Leonardo Sá, é não somente manter os bons resultados, mas expandir a atuação por áreas ainda não exploradas. No ano passado, a empresa belo-horizontina faturou R\$ 33 milhões, crescimento de quase 37% sobre os R\$ 24,2 milhões obtidos em 2013. "Acredito que, hoje,

tenhamos uma disciplina de gestão muito refinada, além de metas bem estabelecidas e meritocracia aplicada. Tudo isso forma um pilar que sustenta nosso trabalho. Recentemente, fizemos uma pesquisa de clima na empresa e tivemos um resultado muito positivo, de 89% de satisfação entre os funcionários", detalha Sá, atribuindo os fatores ao resultado e, conseqüentemente, à presença da Prodap no ranking nacional.

Apesar de a matriz da empresa estar instalada em Belo Horizonte, Minas Gerais não é o principal estado em volume de negócios. Uma vez que as tecnologias desenvolvidas pela Prodap são direcionadas, principalmente, para as fazendas de grande porte, com foco em agricultura ou pecuária, a maior fatia dos clientes concentra-se nos municípios da região Centro-Oeste, nos estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás. De acordo com Sá, os softwares são voltados para fazendas de pecuária de corte, fabricação de

ração e produção de leite.

A empresa é uma das oito do setor de alimentos e bebidas que figuram na listagem das 100 pequenas e médias que mais cresceram, aparecendo em 5º lugar, à frente de grandes companhias como a conhecida Nuty Bavarian, de São Paulo, em 6º lugar.

O terreno onde será construída a segunda unidade fabril da Prodap já foi adquirido e o projeto está em andamento.

Apenas empresas do estado de Goiás, quatro no total, apareceram no ranking representando os estados das regiões Centro-Oeste e Norte. Na lista das nordestinas, Bahia, Ceará e Pernambuco figuraram na listagem, com quatro, duas e quatro representantes, respectivamente. As companhias da região Sul tiveram a mesma representatividade, com 10 listadas no total, quatro paranaenses, cinco catarinenses e uma gaúcha, assim como as paulistas, estado com maior número de empresas ranqueadas. (PSD)

ECONOMIA

Mercado tem muito dinheiro para investir

DANIELA MACIEL

Apesar de os especialistas não serem unânimes quanto à velocidade e a data para a retomada do crescimento da economia brasileira, já é dado como certo de que estamos às vésperas do início da recuperação do País. A análise cautelosa, porém otimista, da realidade econômica, deu o tom à primeira edição realizada em Belo Horizonte do "Encontro com os maiores investidores de empresas do Brasil", promovido pelo Global Business Group (GBG).

A boa notícia é que existe dinheiro para investimentos no mercado e quem souber apresentar bons projetos pode sair na frente quando a economia estiver reestabelecida. A má notícia é que nem todas as empresas estão

preparadas para retomada. Boa parte não fez revisão dos processos e não se organizou com uma estratégia voltada para o futuro.

"O mercado tem muito dinheiro para investir, porém faltam bons projetos e bons empresários", avalia a sócia do escritório Andrade Silva Advogados, Priscila Spadinger.

O evento debateu o atual contexto econômico e as perspectivas de negócios para 2017, apontando as oportunidades no mercado de fusões, aquisições e investimentos como estratégia de crescimento das empresas. De acordo com o coordenador do evento e sócio da Andrade Silva Advogados, David Gonçalves de Andrade Silva, o momento ainda é difícil, mas os empresários precisam enxergar uma luz

no fim do túnel.

"Quando há uma retomada da economia, existe também uma volta do interesse em investimentos e aquisições. Nosso objetivo é discutir com os empresários mineiros a necessidade de uma reestruturação para receber esse novo ambiente de negócios. Queremos desmitificar a ideia de que a chegada de um novo parceiro ou um fundo de investimentos seja um problema. Ao contrário, pode ser uma solução que permita à empresa crescer em uma escala diferente", explica Silva.

O economista e executivo de pesquisas e estudos econômicos do Banco Bradesco S/A, Fernando Honorato Barbosa, capitaneou a palestra "A hora da verdade para a economia brasileira". Para ele, o simples anúncio de

controle de dois principais fatores que desencadearam a crise - gastos públicos e salários que cresceram mais que a produtividade das empresas - já permite a retomada da confiança e, por isso, das perspectivas de novos investimentos.

"O simples anúncio da intenção de ajuste já melhorou o grau de percepção e confiança. Isso dá algum impulso para a retomada da economia", aponta Barbosa.

A avaliação do consultor e professor-associado da Fundação Dom Cabral (FDC), Carlos Caixeta, segue no mesmo sentido. "Os dados dos últimos 120 anos dizem que o período 2014/2016 foi o pior momento do PIB (Produto Interno Bruto) na história. Chegamos no limite. O que estamos discutindo agora é a velocidade e consistência da

retomada", destaca Caixeta.

O especialista da Inseed Investimentos - maior gestora de venture capital focada em early stage e inovação do Brasil -, Edsmar Resende, garantiu que existe capital disponível para investimentos no Brasil, mas faltam empresas verdadeiramente estruturadas capazes de atraí-los. "O que os investidores buscam são empresas diferenciadas, capazes de oferecer não apenas produtos, mas verdadeiras soluções para problemas relevantes para o mercado B2B principalmente. Existem muitas oportunidades inclusive fora dos grandes centros. O que as empresas precisam apresentar é inovação, mercado e equipes", destaca Resende.

Estar pronto para o novo momento significa não apenas ter um produto ou serviço

que interesse ao consumidor, mas principalmente ter reformatado processos ultrapassados e ter feito um ajuste de gestão amplo, que contemple as diferentes faces da organização. Isso vale para empresas de qualquer porte ou setor.

"A cultura brasileira está mudando. Tínhamos muitas dificuldades quanto ao ambiente de negócios no País. Precisamos trabalhar com dados claros para dar tranquilidade ao mercado como um todo", afirma um dos fundadores do GBG, Mauro Freitas.

"Os empresários lúcidos não podem deixar para fazer as mudanças necessárias quando a economia estiver retomando. O momento é agora", completa o professor-associado da FDC, Carlos Caixeta.