Missão Feira do Empreendedor

Frankfurt, Alemanha

MAIO DE 2015

CADERNO DE SUBSÍDIOS

SEBRAE

Missão Feira do Empreendedor

Frankfurt, Alemanha

MAIO DE 2015

CADERNO DE SUBSÍDIOS

// ÍNDICE

APRESENTAÇÃO 6

Não se esqueça 8
Agenda 10
Participantes 14
Contatos 15
Plano de voos nacionais 16
Plano de voos internacionais 21
Reservas IMEX 22
Reservas Hotel 24

OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES 28

Fuso horário 28
Clima 28
Moeda local 28
Telefones úteis 29
Eletricidade 29
Vestimenta 29

GLOSSÁRIO 30

SOBRE A ALEMANHA 33

Política 34
História 35
Economia 35
Relações Comerciais Brasil - Alemanha 36
Gastronomia 36
Embaixada 37
Consulado do Brasil em Frankfurt 37

FRANKFURT, ALEMANHA 38

Sobre Frankfurt 39
Sonte a IMEX 40
Sobre a BVMW 48
Sobre o Social Impact Lab 50
Sobre Commerzbank Arena 53

ANEXOS

Sobre o Brasil 57
Economia brasileira e os pequenos negócios 58
O Sistema Sebrae 66
Viagens Internacionais 72
Anotações 84
Formulário de avaliação 93

// APRESENTAÇÃO

Vista panorâmica de Frankfurt
Fonte: http://www.hotelconcorde.de

É com satisfação que apresentamos o Caderno de Subsídios para a Missão Feira do Empreendedor, a ser realizada na Alemanha. Nele podem ser encontradas informações importantes sobre a programação, endereços e contatos, além de outras informações relevantes sobre o país, cidade e logística. Sugerimos que os participantes mantenham o caderno em mãos durante todas as atividades da missão internacional.

A agenda para esta missão foi elaborada levando-se em consideração seus principais objetivos:

• Gerar conhecimento sobre a organização de eventos;
• Participar de workshops a fim de prospectar melhores práticas para a organização de feiras e eventos;
• Conhecer e compartilhar experiências sobre a atuação das instituições no âmbito dos pequenos negócios;

A programação desta missão ocorrerá na cidade de Frankfurt, Alemanha, entre os dias 16 e 23 de maio de 2015.

Aproveitamos a oportunidade para convidá-lo a interagir no perfil da missão no portal Observatório Internacional Sebrae (OIS) (http://ois.sebrae.com.br/). Esta seção do OIS contemplará, durante todo seu período de organização, realização e disseminação, informações sobre o país a ser visitado, a programação a ser cumprida, entidades a serem contatadas, colaboradores do Sistema Sebrae participantes da missão, entre outros dados relevantes. Para acessá-la é necessário ser colaborador do Sistema Sebrae cadastrado no portal.

Durante a etapa de realização da missão, os participantes poderão registrar e compartilhar, em tempo real, informações, notícias, vídeos e fotografias por meio do Diário de Bordo do portal OIS. Tal conteúdo auxiliará na elaboração do relatório de missão internacional, que será consolidado e disponibilizado no perfil da missão no OIS.

Desejamos-lhes boa leitura e uma ótima missão.

Equipe UAIN
Unidade de Assessoria Internacional - SEBRAE/NA
+55 61 3348-7104
internacional@sebrae.com.br

// NÃO SE ESQUEÇA

REUNIÃO DE ALINHAMENTO

Reunião: Ocorrerá uma reunião de alinhamento entre os participantes da Missão a fim de repassar pontos fundamentais para o início da missão, tais como: imigração, pontos de referência em Frankfurt e agenda. A reunião ocorrerá no dia **16 de maio às 20h30** em frente ao portão de embarque. Lembre-se que o embarque de voos internacionais ocorre 1h antes do voo.

Coordenação: A analista da Unidade de Assessoria Internacional, Juliana Mee, coordenará o grupo. Ela poderá ser contatada, durante a missão, no seguinte telefone: +55 61 9962-5658.

A VIAGEM

Passaporte: Tenha em mãos o seu passaporte com pelo menos 6 meses de validade a partir da data da viagem. Por segurança, leve cópia autenticada da página que contem os seus dados pessoais e assinatura.

Bagagem: Cada passageiro tem direito a **duas bagagens**, de até **32 kg cada** em voos internacionais operados pela TAM.

Outros documentos: Além do passaporte não esqueça de ter em mãos o seguro viagem, reservas do hotel, comprovações financeiras, bem como o ticket do voo e comprovante de inscrição na Feira IMEX.

Cartão de crédito: Não se esqueça de habilitar o seu cartão de crédito para operações internacionais.

Celular: Não esquela de habilitar o roaming de dados para o uso do seu celular durante a missão.

Remédios: Leve os próprios medicamentos, já que é difícil comprar remédios sem receita no exterior. Aconselhamos levar receita médica para os medicamentos de uso pessoal, pois pode ser preciso aprensenta-las na inspeção do raio-X.

Imigração: Geralmente as questões sobre imigração giram em torno das descritas abaixo:

• Destino: Frankfurt

• Motivo: Participação na Feira IMEX, em missão internacional capitaneada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE – Brazilian Micro and Small Business Support Service).

• Hospedagem: InterCity Hotel Frankfurt.

• Passagem de volta: Tenha em mãos o ticket do bilhete de volta.

• Comprovação de meios de subsistência no país: basta apresentar um cartão de crédito internacional, dinheiro em especie e/ou cartões pré-pago (como, por exemplo, Visa Travel Money).

EM FRANKFURT

Vestimenta: Recomendamos uso de roupa social durante as agendas formais previstas no cronograma de atividades. As temperaturas previstas para o período da missão variam entre 18° e 8°, portanto recomendamos que levem roupas de frio.

Tradução: A delegação será acompanhada por dois intépretes durante a missão.

Transporte: A delegação contará com o serviço de transfer nos deslocamentos do aeroporto para o Hotel e do Hotel para o aeroporto, bem como para as visitas técnicas. Entretanto, devido à proximidade do Hotel em relação ao local da feira, o deslocamento para esta será feito a pé.

Pontualidade: É de extrema importância que a delegação esteja no local marcado pela coordenção no horário exato. Serão tolerados até 5 min de atrasos. Os alemães são conhecidos por sua pontualidade e esperam que sua contraparte também cumpra com este compromisso. Em caso de impossibilidade de cumprimento da programação do dia, favor entrar em contato a coordenação com antecedência.

Fuso: O fuso horário oficial na Alemanha corresponde à GMT +1. Ou seja, o horário será de +5 horas em relação ao horário oficial de Brasília.

// AGENDA

16 de maio, sábado		
Horário	Atividade	Local
20h30	Reunião de alinhamento	Portão de Embarque Aeroporto Internacional de Guarulhos, São Paulo
22h10 ✈	Partida do Voo Guarulhos - Frankfurt Voo	Aeroporto Internacional de Guarulhos, São Paulo
17 de abril, domingo		
Horário	Atividade	Local
14h55 ✈	Chegada a Frankfurt	Aeroporto Internacional Frankfurt, Frankfurt
15h00	Translado Aeroporto - Hotel	Aeroporto Internacional Frankfurt, Frankfurt
	Check in InterCity Hotel Frankfurt	Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
16h00	Reunião de alinhamento	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Germany
18 de maio, segunda-feira		
Horário	Atividade	Local
09h00	Deslocamento para visita técnica	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
10h00 12h00	Reunião técnica com a BVMW - Associação Alemã para Pequenos e Médio Negócios (*German Association for Small and Medium-sized Businesses*)	Hanauer Landstraße 255, 60314 Frankfurt am Main, Alemanha
12h00	Almoço	
14h20	Deslocamento para visita técnica	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
15h00 16h30	Visita técnica à Commerzbank Arena	Portão 2 (esquerda do museu) Mörfelder Landstraße 362, 60528 Frankfurt am Main, Alemanha
16h30	Retorno ao Hotel e reunião de grupo	Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha

19 de maio, terça-feira		
Horário	Atividade	Local
08h30	Deslocamento para Feira	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
09h00 09h50	Capacitação: Tendências, Melhores Práticas e o Futuro de Apps em Eventos	Room Logos and Genius, Level 9.1., Hall 9
10h30 11h00	Capacitação: Campanhas ao vivo: Co-criação de plataformas como incubadoras de conteúdo de eventos	Seminar Room 2, Inspiration Hub, Stand G680
11h00 13h00	Tour Guiado 1	
13h00 14h00	Almoço	
14h00 14h30	Capacitação: Melhores Práticas de comprometimento do público	Meeting Design Hub, Show Floor, Stand C 640
14h30 16h00	Tour Guiado 2	
16h00 16h30	Capacitação: Era uma vez .... Contando histórias em Eventos.De Feest & Eventarchitect BV	Seminar 3 Inspiration Hub Stand G680
16h30 17h00	Reunião do Grupo	Hall de entrada IMEX Ludwig-Erhard-Anlage 1 60327 Frankfurt am Main
20 de maio, quarta-feira		
Horário	Atividade	Local
08h30	Deslocamento para Feira	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
09h00 09h50	Capacitação: Uso de tecnologias móveis para maximizar o seu evento	Room Seminar, level 9.2 Hall 9
10h30 11h15	Capacitação: Bem vindos ao futuro: Tendências de tecnologia que vão mudar seus eventos	Seminar 1 Inspiration Hub Stand G680
11h15 13h30	Tour guiado 3	
13h30 14h30	Almoço	
14h30 15h00	Capacitação: Como criar compromisso e visibilidade da marca em eventos que duram	Seminar 2, Inspiration Hub Stand G680
15h00 16h30	Tour guiado 4	
16h30 17h00	Reunião do Grupo	Hall de entrada IMEX Ludwig-Erhard-Anlage 1 60327 Frankfurt am Main

21 de maio, quinta-feira		
Horário	Atividade	Local
09h20	Deslocamento para a Feira	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
10h00 10h30	Capacitação: Parcerias em co-criação	Seminar 2, Inspiration Hub Stand G680
11h00 11h30	Capacitação: Novos direcionamentos da gestão de eventos	Research Pod, Inspiration Hub, Stand G680
11h30 13h00	Almoço	
13h00 13h30	Capacitação: Abordagens inovadoras para a Responsabilidade Social das Empresas - Wonderful Copenhagen CVB	Seminar 3, Inspiration Hub Stand G680
14h00 14h30	Capacitação: Clube de Design - International Special Events Society EMEA	
14h30 15h00	Reunião do Grupo	Hall de entrada IMEX Ludwig-Erhard-Anlage 1 60327 Frankfurt am Main
22 de maio, sexta-feira		
Horário	Atividade	Local
10h00	Deslocamento para visita técnica	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
10h30 11h30	Reunião e visita técnica Social Impact Lab	Falkstraße 5, 60487 Frankfurt am Main, Alemanha
11h30	Retorno ao Hotel	Falkstraße 5, 60487 Frankfurt am Main, Alemanha
12h00	Reunião do Grupo	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha

23 de maio, sábado		
Horário	Atividade	Local
09h00	Reunião de encerramento e avaliação	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
17h30	Deslocamento para Aeroporto	Lobby InterCity Hotel Frankfurt Poststr. 8, 60329 Frankfurt, Alemanha
21h45 ✈	Partida do Voo Frankfurt - Guarulhos	
24 de maio, domingo		
Horário	Atividade	Local
04h55 ✈	Chegada a Guarulhos	Aeroporto Internacional de Guarulhos, São Paulo

HOSTEL
HOSTEL
Spa
BRAUN
DER TROCKENRASIERER
Naspa
Nassauische Sparkasse

Região Central de Frankfurt
Fonte: http://www.yolculukterapisi.com/

// OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES

FUSO HORÁRIO

O fuso horário oficial na Alemanha corresponde à GMT +1. O horário, no período da missão, será de +5h (cinco horas a mais) em relação ao horário oficial de Brasília, levando em consideração o horário de verão local.

CLIMA

Frankfurt 17/05 (domingo)	Frankfurt 18/05 (segunda)	Frankfurt 19/05 (terça)	Frankfurt 20/05 (quarta)
Máx. 18°	Máx. 19°	Máx. 19°	Máx. 17°
Min. 13°	Min. 8°	Min. 8°	Min. 7°
Pouca chuva	Pouca chuva	Sol entre nuvens	Nublado

Frankfurt 21/05 (quinta)	Frankfurt 22/05 (sexta)	Frankfurt 23/05 (sábado)
Máx. 18°	Máx. 18°	Máx. 18°
Min. 8°	Min. 8°	Min. 9°
Nublado	Nublado	Nublado

MOEDA LOCAL

Conversão: 1 Real equivale a 0,29 Euro
Conversão: 1 Euro equivale a 3,42 Reais
1 Euro equivale a 1,11 Dólar americano

* Fonte: Banco Central do Brasil (site: http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp). Acessado em: 05/05

TELEFONES ÚTEIS

Serviço	
Emergências médicas	112
Bombeiros	112
Polícia	112

ELETRICIDADE

A eletricidade na Alemanha é de 230 Volts. O tipo de tomada utilizada possui dois pinos paralelos, ou seja, não será necessário o uso de adaptadores em aparelhos eletrônicos adquiridos fora dos países mencionados.

VESTIMENTA

Maio é o mês que marca o início do verão na Europa. No período da missão, Frankfurt contará com temperaturas amenas, com variações entre dias nublados, chuvosos e dias ensolarados.

A temperatura média diária em Frankfurt no período da missão será de 18°C e a mínima média é de 8°C.

// GLOSSÁRIO

O meu nome é...	Ich heisse...
Você fala inglês?	Sprechen Sie Englisch?
Bom dia! (até as 17:00 horas)	Guten Tag!
Boa noite!	Guten Abend
Boa noite! (para ir dormir)	Gute Nacht
Até breve!	Bis gleich!
Obrigado (a)	Danke.
Por Favor.	Bitte.
De nada.	Nicht zu danken.
Desculpe.	Entschuldingung.
Sim.	Ja.
Não.	Nein.
Saúde (tin-tin).	Prost (apenas para cerveja).
Bom apetite.	Guten Appetit.

Muito bom.	Sehr Gut.
Muito bom (para comidas)	Sehr köstlich (formal), Lecker (informal).
O que é isso?	Was ist das?
Quanto custa?	Wie viel kostet? Wie teuer?
Vou pensar no assunto	Ich werde darüber nachdenken.
Onde fica ...?	Wo finde ich....(objetos); Wo ligt (endereço).
Hospital	Krankenhaus
Hotel	Hotel
Centro de Exposições.	Messegelände
Estação Central de Trens.	Hauptbahnhof (Hbf)
Metrô subterrâneo.	U-Bahn
Metrô sobre a terra.	Strassen-Bahn
Trem de curto percurso.	S-Bahn

North Sea
Denmark
Baltic Sea
Flensberg
Puttgarden
Canal
Kiel
Kiel
Schleswig- Holstein
Stralsund
Rostock
Lübeck
Mecklenburg- Vorpommern
Bremerhaven
Hamburg
Schwerin
Bremen
Bremen
Hamburg
Beizenburg
Elbe
Oder
Schwedt
Polan
Oldenburg
Wittenberge
Brandenburg
Niedersachsen (Lower Saxony)
Ems
Potsdam
Berlin
Wolfsburg
Kanal
Osnabrück
Hannover
Helmstedt
Braunschweig
Magdeburg
Berlin
Münster
Bielefeld
Dessau
Nordrhein-Westfalen (North Rhine-Westphalia)
Sachsen-Anhalt (Saxony-Anhalt)
Paderborn
Elbe
Spree
Dortmund
Essen
Leipzig
Sachsen (Saxony)
Kassel
Weser
Cologne
Erfurt
Weimar
Dresden
Hessen
Bad Hersfeld
Rudolstadt
Karl-Marx-Stadt
Bonn
Thüringen (Thuringia)
Hof
Koblenz
Wiesbaden
Frankfurt
Czech Repub
Rhineland- Pfalz
Mainz
Main
Bamberg
Würzburg
Saarland
Mannheim
Nürnberg
Vltava
Saarbrücken
Heidelberg
Heilbronn
Regensburg
Karlsruhe
Stuttgart
Bayern (Bavaria)
Danube
Passau
Baden- Württemberg
Ulm
Isar
Inn
Augsburg
Munich
Freiburg
Konstanz
Rhine
Bodensee
Austria
Liechtenstein

// SOBRE A ALEMANHA

Dados Gerais	
Capital	Berlim
Língua Oficial	Alemão
Governo	República Parlamentarista
Chanceler	Angela Merkel
Presidente	Joachim Gauck
Área	357.022 km2
População (est. 2013)	81,147,265 milhões
População Urbana	73,9%
Dados econômicos	
PIB (est. 2014)	US$ 3.64 trilhões (5º no mundo)
PIB per Capita (est. 2014)	US$ 44,999 mil (27º no mundo)
Variação do PIB (est. 2014)	0,53%
Inflação (est. 2014)	1,2%
Desemprego (est .2014)	5,3%
Indicadores sociais	
IDH (2014)	0,911 (6º no mundo)
Índice de Gini (2006)	27 (127º no mundo)
Mortalidade infantil	3,48 mil/nasc
Alfabetização	99%
Moeda	Euro
Fuso horário	+4 horas em relação a Brasília
Cód telef	+49

Angela Merkel

Joachim Gauck

Fontes: Observatório Internacional SEBRAE, CIA World Factbook, FMI (Base de dados WEO)

POLÍTICA

A Alemanha é uma federação democrática e parlamentarista cujo sistema político é definido pela Grundgesetz (Lei Fundamental) de 1949. Por chamar o documento de Grundgesetz, ao invés de Verfassung (Constituição), os autores expressaram a intenção de que ela fosse substituída por uma Constituição quando a Alemanha fosse reunida em um só Estado.

Emendas ao Grundgesetz geralmente requerem aprovação de dois terços dos parlamentares de ambas as câmaras do parlamento; os artigos garantem direitos fundamentais, a separação dos poderes e a estrutura federalizada. Apesar da intenção inicial, o Grundgesetz permaneceu em vigor depois da reunificação alemã em 1990, com apenas algumas pequenas emendas.

O Bundeskanzler (Chanceler Federal), cargo ocupado atualmente por Angela Merkel, constitui-se como chefe de governo e exerce o poder executivo, similar ao Primeiro-Ministro em outras democracias parlamentares. O poder legislativo é comandado pelo Parlamento consistido pelo Bundestag (Parlamento Federal) e o Bundesrat (Conselho Federal).

Os membros do Bundesrat representam os governadores dos 16 estados federais (Bundesländer) e são membros dos gabinetes de estado. Os respectivos governadores dos estados têm o direito de apontar e exonerar seus enviados em qualquer momento. Ocasionalmente há conflitos entre o Bundestag e o Bundesrat, derivados das dificuldades administrativas.

O Bundespräsident (Presidente Federal), atualmente Joachim Gauck, é o chefe de Estado, cujos poderes se limitam às tarefas representativas e cerimoniais. Ele é eleito pelo Bundesversammlung (Convenção Federal), uma instituição composta por membros do Bundestag e pelo mesmo número de delegados estaduais. No Parlamento Europeu, a Alemanha possui a representação mais numerosa em virtude de ser o país mais populoso da União.

HISTÓRIA

Por ser a maior economia europeia e a segunda nação mais populosa, ficando atrás somente da Rússia, a Alemanha é um membro importante na economia, política e organizações de defesa do continente.

Com o advento da Guerra Fria, dois Estados alemães foram formados em 1949: a República Federal da Alemanha Ocidental e a República Democrática Alemã Oriental. Enquanto a Alemanha ocidental se inseria na economia e em organizações como a OTAN (Organização do Atlântico Norte) e nas Comunidades Europeias (que se transformariam posteriormente na União Europeia), a Alemanha oriental, comunista, aderiu ao Pacto de Varsóvia, liderado pelos soviéticos.

O declínio da União Soviética e o fim da Guerra Fria permitiram a unificação alemã em 1990. Desde então, a Alemanha tem gastado fundos consideráveis para igualar os padrões de emprego e produtividade dos lados ocidental e oriental. Em janeiro de 1999, a Alemanha e outros 10 países europeus adotaram a moeda comum europeia: o euro.

ECONOMIA

A economia alemã é a sexta maior do mundo em termos de PIB e a maior da Europa. O país é um dos maiores exportadores de maquinaria, veículos, produtos químicos e equipamentos de uso doméstico. A exportação de bens produzidos na Alemanha tem sido, ao longo dos anos, um dos principais fatores da riqueza alemã e deve-se, principalmente, a sua qualificada força de trabalho.

Como os seus vizinhos europeus, a Alemanha sofreu significativas mudanças demográficas para sustentar o seu crescimento de longo prazo. As baixas taxas de fertilidade e o declínio da imigração estão aumentando a pressão sobre o sistema de bem-estar social do país, o qual está realizando importantes reformas estruturais. A modernização e a integração da economia oriental da Alemanha, onde o desemprego pode atingir taxas de 20% em alguns municípios, continua a ser um custoso processo de longo prazo.

Fonte: Observatório Internacional SEBRAE
CIA Factbook

RELAÇÕES BRASIL-ALEMANHA

A pauta de exportação do Brasil para a Alemanha é composta por produtos como café, minérios de ferro, soja e derivados do óleo de soja, aviões, entre outros. Já a pauta de importação consiste principalmente em produtos como automóveis e peças de automotores, medicamentos, máquinas e equipamentos, etc.

Dentre os recentes investimentos anunciados por subsidiárias alemãs no Brasil, destacam-se: R$ 6,2 bilhões da Volkswagen do Brasil (2010- 2014) e US$ 210 milhões da Continental Pneus (2010-2015). Há mais de mil empresas de capital alemão que atuam no Brasil, empregando mais de 250.000 funcionários e são responsáveis por 10% do PIB industrial do país.

Balança Comercial Brasil – Alemanha

	2011	2012	2013	2014
Exportações	9.039	7.277	6.551	6.633
Importações	15.213	14.211	15.182	13.837
Corrente	24.252	21.488	21.733	20.470
Saldo	-6.174	-6.934	-8.630	-7.204

Valores em milhões de dólares FOB. Fonte: MDIC

GASTRONOMIA

A cozinha alemã varia de região para região. As regiões do sul da Baviera e da Suábia, por exemplo, compartilham uma cultura culinária com a Suíça e com a Áustria. A carne de porco, a bovina e aves são as principais variedades de carne consumidas na Alemanha, sendo a carne suína a mais popular.

Em todas as regiões, a carne é muitas vezes comida em forma de salsicha. Mais de 1.500 tipos de salsicha são produzidos na Alemanha. Apesar de o vinho estar se tornando mais popular em muitas partes da Alemanha, a bebida alcoólica nacional é a cerveja.

Na cozinha tradicional da Baixa Saxônia, predominam os sabores rústicos. Uma especialidade é a enguia defumada da região do Steinhuder Meer. Couve verde com Bregenwurst, salsicha típica da região, é o prato clássico na época do outono. Outro prato regional típico são as carnes cozidas Schlachteplatte, preferencialmente precedida da Hochzeitssuppe - sopa de núpcias. O pudim Welfenspeise é uma das sobremesas mais tradicionais.
A região de Burgdorfer Land, ao nordeste de Hannover, é famosa por seu aspargo. Os habitantes da cidade sabem valorizar os produtos nativos, os quais podem ser encontrados em rica variedade, tanto no mercado coberto de Hannover quanto nas 60 feiras semanais e de produtores rurais da região.

Fontes: Observatório Internacional SEBRAE e Cia Factbook

EMBAIXADA DO BRASIL EM BERLIM

Endereço e Telefone
Wallstrasse 57
10179 – Berlim – Alemanha
Tel: +49 (0)30-7262 8200 e (0)30-7262 80
Fax: +49 (0)30-7262-8320/21
E-mail: brasemb.berlim@itamaraty.gov.br

CONSULADO DO BRASIL EM FRANKFURT

Endereço e Telefone
Hansaallee 32 a+b, Térreo, esquina Vogtstraße
60322 Frankfurt am Main – Alemanha
Tel emergencial: +49 176-9316-1531
Fax: +49 69 – 920742 – 30
E-mail: cg.frankfurt@itamaraty.gov.br

FRANKFURT, ALEMANHA

Visão Panorâmica de Frankfurt
Fonte: http://flickr.com/

FRANKFURT

https://www.frankfurt.de/

Frankfurt é a maior cidade do estado alemão de Hesse e a quinta maior cidade da Alemanha, com uma população de aproximadamente 696.000 habitantes. A cidade está no centro da Região metropolitana Reno-Meno que tem uma população de 5,3 milhões de habitantes e é a segunda maior região metropolitana da Alemanha. Frankfurt foi classificada entre as dez melhores cidades para se viver no mundo, e possui grande comunidade internacional, sendo um quinto das empresas e um terço da população estrangeira.

Considerada a terceira melhor cidade para se fazer negócios na Europa, atrás apenas de Londres e Paris, a cidade se destaca por seus setores de transporte, sua crescente importância financeira e em assuntos comerciais.

Um exemplo em infra-estrutura de transportes, seu aeroporto conta com 50 milhões de passageiros por ano. A cidade ainda possui três estações de ferroviárias, que operam inclusive trens de alta velocidade.

Frankfurt é o maior centro financeiro da Europa continental, sendo uma das regiões econômicas mais ativas da União Europeia. A cidade abriga cerca de três centenas de bancos, nacionais e internacionais, dentre os quais se destacam a sede do Banco Central Europeu, do Banco Federal Alemão e do Deutsche Bank. Frankfurt conta com a quarta maior bolsa de valores do mundo, depois de Nova York, Londres e Tóquio (90% do volume de negócios total do mercado de ações da Alemanha sendo gerada em Frankfurt).

Fonte: https://www.frankfurt.de/

SOBRE A IMEX

https://www.messefrankfurt.com/

imex
Frankfurt
19–21 May 2015

Sr. Ray Bloom

Realizada anualmente, a IMEX Frankfurt é considerada a maior feira de turismo de negócios e eventos do mundo. Ela reuniu, em 2014, cerca de 3.500 expositores, 8.883 compradores e visitantes, totalizando um público de 14.213 participantes.

A IMEX se tornou um modelo de encontro de iniciativas da indústria do turismo e de eventos. A Feira conta com seminários, encontros de negócios e workshops organizados por associações e instituições renomadas como, por exemplo, a International Congress and Convention Association (ICCA).

A Feira funcionará de 10h às 17h30 na terça e na quarta-feira (19 e 20 de maio respectivamente), encerrando uma hora mais cedo na quinta-feira, dia 21.

Os stands serão distribuídos no hall 8. A área de credenciamento para a feira está instalada no hall 9, bem como algumas atividades de capacitação.A localização dos stands obedece uma sequencia de numeração lógica de "A" a "G" (da esquerda para a direita) e de 100 a 700 (de baixo para cima).

A exposição ocorre no pavilhão 8 da Messe Frankfurt. Já as atividades de capacitação ocorrerão principalmente no Inspiration Hub – instalado na própria área de exposição (stand G 680), em stands de expositores e ainda em algumas salas do Pavilhão 9 e no Congress Center.

Dados da feira de 2015 apontam para os seguintes resultados:
• 14.704 participantes no total;
• 3.500 expositores de 150 países;
• 3.950 compradores de destinos e de serviços turísticos (os chamados hosted buyers) procedentes de 74 países, sendo apenas 14% da Alemanha;
• 4.919 visitantes profissionais de 93 países, sendo 55% da Alemanha e os demais do resto do mundo;
• 242 veículos de imprensa presentes procedentes de 33 países.

A exposição ocorre no pavilhão 8 da Messe Frankfurt. Já as atividades de capacitação selecionadas para o grupo ocorrem principalmente no Inspiration Hub – instalado na própria área de exposição (stand G 680), em stands de expositores e ainda em algumas salas

do Pavilhão 9 e no Congress Center. Via de regra esses locais são bem sinalizados e facilmente identificáveis. Considerando os principais interesses dos grupos estarem centrados em capacitações relacionadas à melhoria de seu desempenho na organização de eventos, selecionaram-se algumas atividades mais direcionadas à essas temáticas. O acesso às salas é livre e sem custos. Alguns espaços são bem reduzidos e comportam no máximo 20 pessoas.

Sobre as Capacitações IMEX

O Hub Inspiration (Stand G680)

A maior parte da programação de educação da IMEX acontecerá no Hub Inspiration. Lá você pode aprender sobre uma ampla variedade de assuntos e participar de seminários, discussões, mesas redondas e atividades voltadas à criatividade.

Pontos de interesse

O programa de educação da INMEX é organizado em 10 faixas, de tecnologia e mídias sociais às novas tendências e pesquisas. A sustentabilidade é um tema que também está presente na agenda da Feira, como nos anos anteriores.

Quinta-feira Criativa

A quinta-feira, 21/05, será caracterizada como 5ª criativa. Será possível ter uma experiência de aprendizagem envolvendo cores e interatividade, em uma maneira totalmente diferente de aprender.

O filtro de nível da indústria

Este ano, muitas sessões são adaptadas para o seu nível de experiência na indústria - ou seja, jovens profissionais (até 3 anos na indústria) e profissionais seniores (mais de 8 anos na indústria). Uso esse filtro para encontrar as sessões corretas na busca pelas atividades educacionais.

Sessões de imersão

Terça-feira e quarta-feira antes da abertura das atividades ocorrerão dois seminários de 1 hora e 30 min de duração. Os seminários serão sobre habilidades importantes: Networking (terça) e Construção de Confiança (quarta-feira).

PROGRAMAÇÃO SUGERIDA

19 DE MAIO (TERÇA-FEIRA)

Tendências, Melhores Práticas e o Futuro da Apps em Eventos *(Come on, Get 'Appy: Trends, Best Practices and the Future of Event Apps)*

Horário: 09:00 as 09:50
Local: Room Logos and Genius, Level 9.1., Hall 9
Descrição:
1. Descubra o que você deve procurar em seu aplicativo de evento.
2. Conheça as melhores práticas a partir de um líder da indústria de eventos.
3. Descubra as mais recentes funcionalidades móveis que vão impactar seus participantes.

Campanhas ao vivo : Co-criação de plataformas como incubadoras de conteúdo de eventos *(Live Campaigns Co-Creation Platforms As Event Content Incubators)*

Horário: 10:30 as 11:00
Local: Seminar Room 2, Inspiration Hub, Stand G680
Descrição:
1. A mudança fundamental em live-marketing é a procura cada vez maior pela integração estratégica dentro da comunicação geral do cliente.
2. Comunicação atual tem que ser autêntica, emocional, relevante e deve oferecer algum tipo de valor agregado.
3. A co-criação é uma das tendências atuais em live-marketing. As pessoas se juntam para criar algo grande, pensar e encontrar soluções em conjunto.

Melhores Práticas de comprometimento da audiência *(Best Practises in Audience Engagement)*

Horário: 14:00 as 14:30
Local: Meeting Design Hub, Show Floor, Stand C 640
Descrição:
1.Identifique a forma de interação adequada para os objetivos da empresa.
2 Avalie o projeto baseado na interação com o público de reunião.
3 Compreenda as formas que a interação criativa pode ter.

Era uma vez .... Contando histórias em Eventos - BV *(Once Upon a Time.... Storytelling in Events)*

Horário: 16:00 as 16:30
Local: Seminar 3 Inspiration Hub Stand G680
Descrição:
Uma sessão educacional onde você aprende como traduzir um evento em uma história. Se você faz parte de uma história que o efeito será muito maior!
1. Participantes saberão o que significa contar histórias em eventos e a sua importância.
2. Participantes irão entender como fazer um enredo em um incentivo ou evento.
3. Participantes poderão projetar um incentivo ou evento com uma boa história.

20 DE MAIO (QUARTA-FEIRA)

Uso de tecnologias móveis para maximizar o seu evento *(Using Mobile Technologies to Maximize Your Meeting)*

Horário: 09:00 as 09:50
Local: Room seminar, level 9.2 hall 9
Descrição:
1. Saiba as cinco novas tendências de tecnologia móvel e a melhor forma de aplicá-las.
2. Ver e partilhar exemplos de tecnologias móveis que tem mudado as expectativas dos participantes.
3. Explorar questões-chave para você embarcar na mudança de experiências móveis.

Bem vindos ao futuro: Tendências de tecnologia que vão mudar seus eventos *(Welcome to the Future: Technology Trends that will Change Your Events)*

Horário: 10:30 as 11:15
Local: Seminar 1 Inspiration Hub Stand G680
Descrição:
1. Explorar as formas mais alucinantes de transformação de eventos pela tecnologia.
2. Verificar como você pode incluir essas inovações em suas reuniões
3. Entender qual será experiência do participante graças à tecnologia de evento

Como criar compromisso e visibilidade da marca em eventos que duram *(How to Create Engagement and Brand Visibility at Events that Lasts)*

Horário: 14:30 as 15:00
Local: Seminar 2, Inspiration Hub Stand G680
Descrição:
1. Entenda como engajar efetivamente os participantes nos períodos pré, trans e pós-evento.
2. Saiba como construir uma comunidade que é tanto on-line como presencial no seu evento.
3. Aprenda como usar o engajamento como um meio para a coleta de dados valiosos de participantes que subsidiarão futuras decisões

Como criar um ótimo website de evento *(How to Create a Great Event Website)*

Horário: 15:00 as 15:30
Local: Campfire, Inspiration Hub, Stand G680
Descrição:
1. Aprender a fazer o seu site atraente para os participantes, palestrantes, patrocinadores, expositores, e stakeholders.
2. Saber por que e como o site do evento pode mantê-lo vivo durante todo o ano.
3. Obter uma compreensão mais profunda sobre buzzwords atuais e tendências tecnológicas website.
4. Ver alguns exemplos de melhores práticas de grandes sites de eventos.

21 DE MAIO (QUINTA-FEIRA)

Parcerias em co -criação *(Co-creating Partnerships)*

Horário: 10:00 as 10:30
Local: Seminar 2, Inspiration Hub Stand G680
Descrição:
1. Oferecer dicas e conselhos sobre como tirar o máximo proveito do seu trabalho em parceria com uma rede de hotéis, uma empresa local ou tecnologia evento.
2. Ensinar como Estabeleçar objetivos.
3. Ensinar como tornar a linguagem acessível..
4. Facilitar o trabalho de parceria.

Novos direcionamentos da gestão de eventos *(New Drivers Behind Meetings Management)*

Horário: 11:00 as 11:30
Local: Research Pod, Inspiration Hub, Stand G680
Descrição:
1. Discutir três novos drivers para gestão de reuniões: transparência, eficácia e ROI.
2. Entender o significado de ROI e ROO no contexto da gestão estratégica de eventos.
3. Aprender como escolher métodos de coleta de dados
4. Compreender como reportar ROI e ROO baseado nos objetivos estratégicos de sua empresa.

Ideias para maximizar o uso do seu aplicativo para eventos *(Proven Ideas to Maximize the Use of Your Event App)*

Horário: 11:00 as 11:30
Local: Meeting Design Hub, Show Floor, Stand C 640
Descrição:
1 Como maximizar o uso de aplicativos voltados para eventos.
2 O que procurar ao adquirir um aplicativo para o seu evento.
3 Sessões interativas são mais atrativas.

Abordagens inovadoras para a Responsabilidade Social das Empresas - Wonderful Copenhagen CVB ***(Innovative Approaches to Corporate Social Responsibility - Wonderful Copenhagen CVB)***

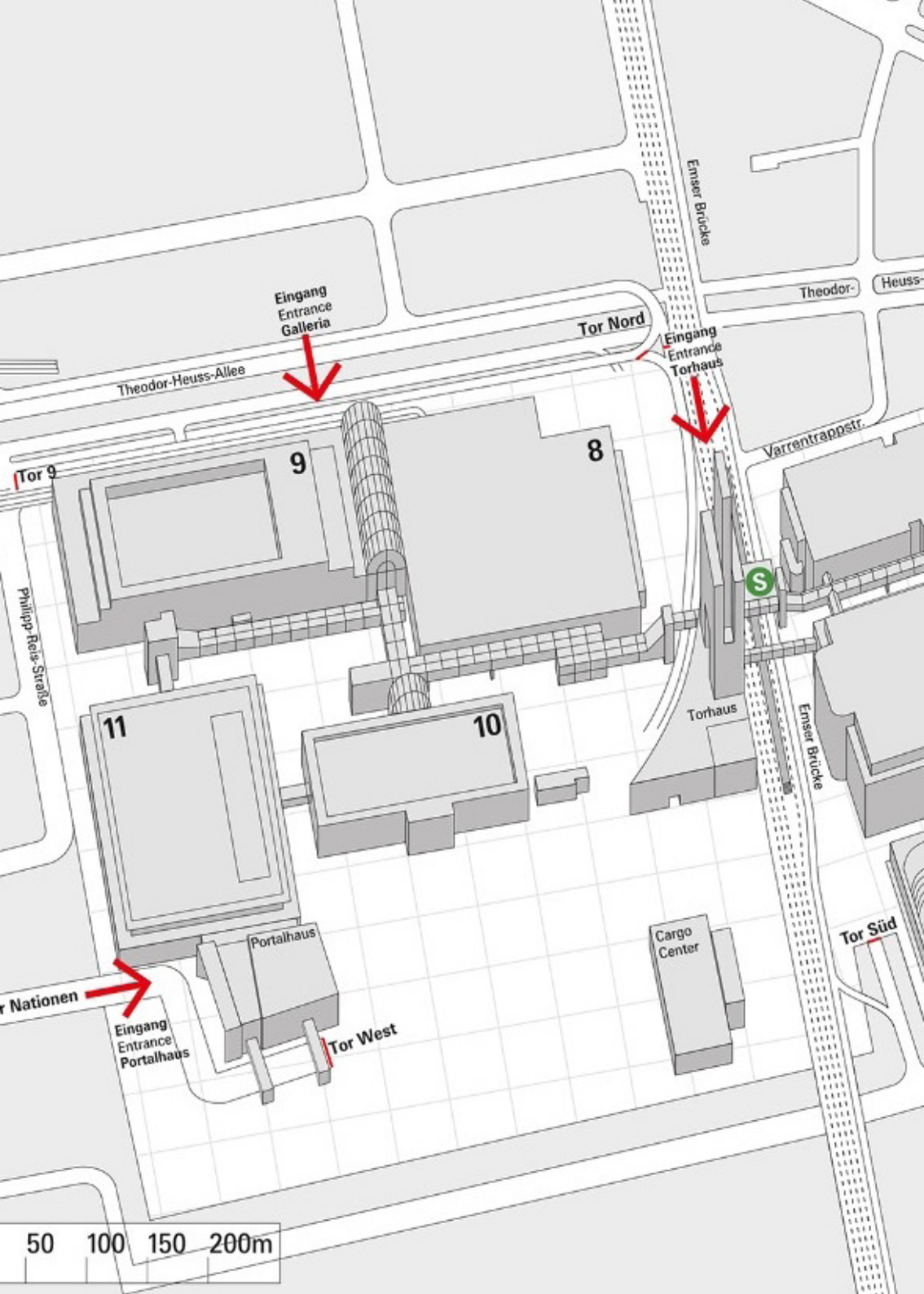
Horário: 13:00 as 13:30
Local: Seminar 3, Inspiration Hub Stand G680
Descrição:
1. Aprender com a "Capital das reuniões sustentáveis" conseguiram posicionar seu destino, contar as histórias, desenvolver o produto e envolver os profissionais em torno da sustentabilidade dos eventos.
2. Ter acesso às ferramentas de marketing utilizadas
3. Ouvir ideias para soluções sustentáveis.
4. Saber das estratégias que reuniram a indústria de eventos, CVB e o município.

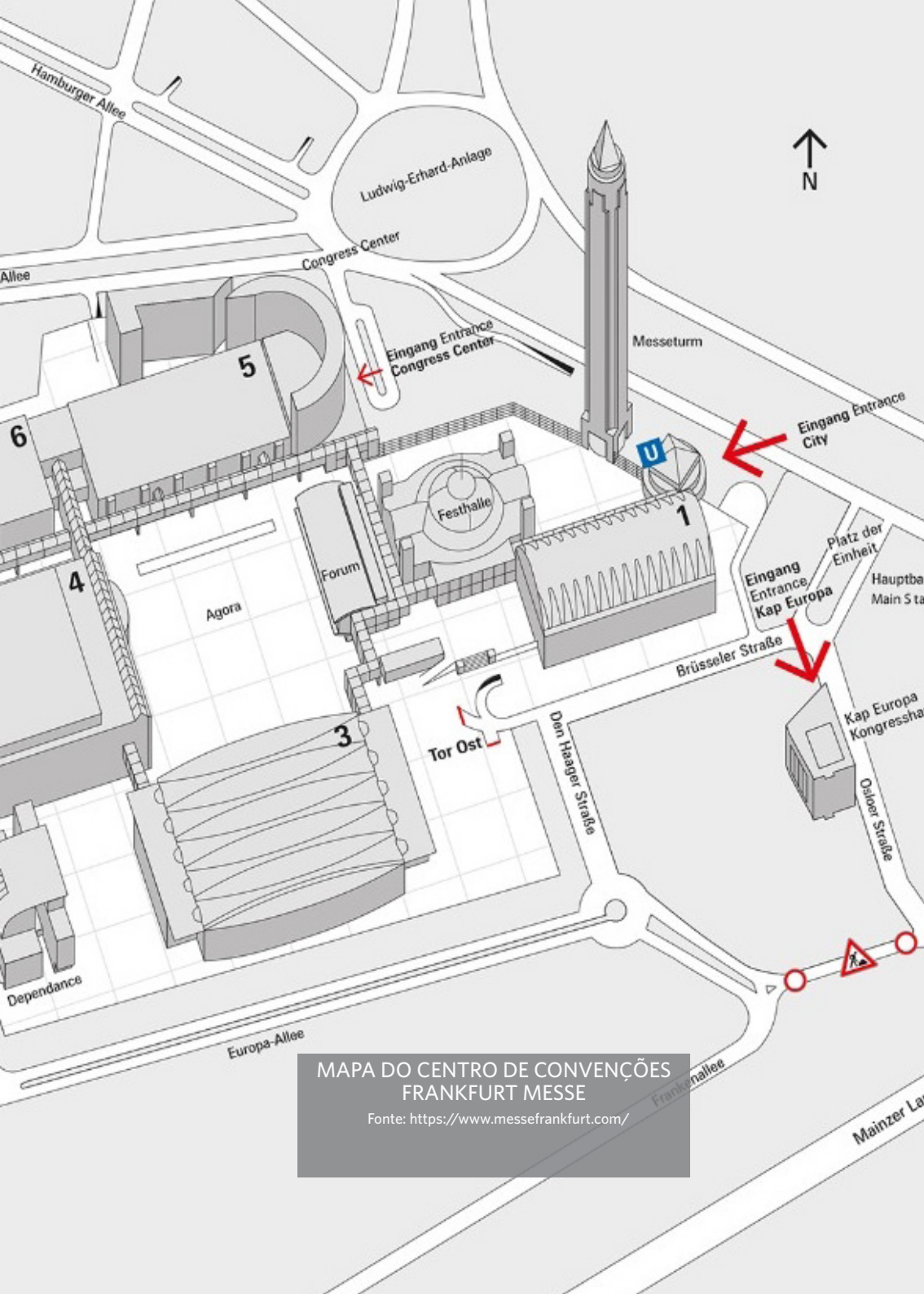
Clube do Design ***(The Design Cube)***

Horário: 14:00 as 14:30
Local: Seminar Room 2, Inspiration Hub, Stand G680
Descrição:
1. Colabore com especialistas da área de design de eventos para descobrir o melhor caminho para desenvolver o conceito de imagem do seu evento.
2. Desenvolver capacidades de design para aplicação em eventos.
3. Aprender a criar o próprio design do seu evento.

Times virtuais - Como entregar projetos rápidos, reduzir custos e desenvolver o futuro da sua organização! ***(Virtual Power Teams – How to Deliver Projects Quicker, Reduce Cost and Develop your Organization for the Future!)***

Horário: 15:00 as 15:30
Local: DoubleDutch Room 3, Inspiration Hub, Stand G680
Descrição:
1. Aprender como definir a visão e os objetivos da equipe virtual.
2. Descobrir a melhor prática sobre a forma de estabelecer uma comunicação estruturada em aspectos formais e informais, pessoais e profissionais.
3. Como inspirar um espírito vencedor e estabelecer a cultura virtual ideal.


Eingang
Entrance
Galleria
Tor Nord
Eingang
Entrance
Torhaus
Theodor-Heuss-Allee
Theodor-
Heuss-
Emser Brücke
Varrentrappstr.
Tor 9
9
8
Philipp-Reis-Straße
S
11
10
Torhaus
Emser Brücke
Portalhaus
Cargo
Center
Tor Süd
r Nationen
Eingang
Entrance
Portalhaus
Tor West
50
100
150
200m



MAPA DO CENTRO DE CONVENÇÕES FRANKFURT MESSE

Fonte: https://www.messefrankfurt.com/

BVMW
Bundesverband
mittelständische Wirtschaft

Sra. Gisela Puschmann

BVMW – ASSOCIAÇÃO ALEMÃ PARA EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

http://www.bvmw.de/

Fundada há 35 anos, a BVMW é uma associação multissetorial, politicamente independente, que representa e defende os interesses de empreendimentos de pequeno e médio porte junto a autoridades governamentais, sindicatos, bancos e grandes empresas. Também oferece aconselhamento individualizado por meio de consultorias especializadas, realiza diversos eventos, cria e possibilita a ampliação de networking comercial, empresarial e profissional, bem como produz e compartilha dados, informações e conhecimentos de interesse para os pequenos negócios.

Por meio de seus escritórios na Alemanha e no exterior, juntamente com organizações parceiras, a BVMW hoje atende a mais de 270.000 empresas associadas, com cerca de 9 milhões de empregados. Vale registrar que as empresas de pequeno e médio porte alemãs correspondem a mais de 99% do total das empresas que pagam impostos, oferecem 80% das oportunidades de treinamento profissional disponíveis, desenvolvem 75% de todas as patentes e inovações, bem como criam 70% dos empregos no país.

Atuação política

A BVMW atua em diversos níveis políticos, do local, regional e nacional, ao transnacional, com atuação na Comissão Europeia. Trabalha para melhorar a estrutura econômica e as condições políticas em todos esses níveis. Influencia a elaboração de políticas públicas e de legislações em prol das pequenas e médias empresas alemãs. Cria uma plataforma de opiniões para o seguimento.

Atendimento customizado

Por meio de uma rede com mais de 200 escritórios em todo o território alemão, a BVMW oferece serviços personalizados. Procura por novas oportunidades de negócio e apoia novos projetos de acordo com as especificidades e necessidades locais e regionais. Além de disso, oferece consultorias realizadas por profissionais especializados em diversos temas econômicos, financeiros e jurídicos, entre outros necessários para o estabelecimento e o crescimento dos negócios.

Relações públicas

A BVMW também trabalha como relações públicas. Ao realizar mais de 1.800 eventos anualmente, oferece oportunidades de aprendizado e de relacionamento para seus associados. Nestes eventos, empresários de pequeno e médio porte se atualizam sobre diversos temas, tais como novas legislações, regulamentos e decisões governamentais, bem como expandem suas redes de relacionamento profissional e comercial.

Produção e compartilhamento de conhecimentos

A revista de negócios do BVMW "Der Mittelstand", com seis edições anuais e tiragem de 30.000 exemplares, está disponível para seus associados e para os interessados em geral. Um boletim de e-mail é regularmente publicado informando sobre interessantes eventos internacionais, feiras, visitas de cooperação e importantes portais na Internet. O site do BVMW fornece informações atuais sobre oportunidades de negócios na Alemanha e no mundo.

Experiência internacional

A BVMW atua no âmbito internacional por meio de representações permanentes e em cooperação com instituições parceiras. Desde 2003 vem abrindo escritórios em todo mundo, tendo dado especial atenção para Leste Europeu, Oriente Médio, Ásia e Américas do Sul e do Norte. Atualmente, são mais de 25 escritórios ao redor do mundo, inclusive no Brasil, mas também na África do Sul, na China, na Índia, no Japão, na Europa Ocidental.

A BVMW igualmente realiza inúmeras missões comercias e reuniões entre empresários alemães e estrangeiros, bem como divulga conferências internacionais sobre diversos temas relevantes para o seguimento. É membro da associação da cúpula européia de associações de pequenas e médias empresas. Sua sede em Berlin atende a todas as atividades na Alemanha e no exterior.

SOCIAL IMPACT LAB FRANKFURT – ESPAÇO PARA INOVAÇÃO SOCIAL

frankfurt.socialimpactlab.eu/

Sr. Nils Hafa

A Social Impact (Impacto Social), instituição sem fins lucrativos fundada em 1994 como organização para a qualificação inovadora, tem desenvolvido, desde então, produtos e serviços com o objetivo de contribuir para assegurar a sustentabilidade e o intercâmbio social. Desta forma, foi essencial para desenvolvimento de inovações sociais nas áreas de qualificação e apoio a startups, bem como para o desenvolvimento de serviços de microfinanças na Alemanha. Trabalhos realizados pela instituição já foram reconhecidos pelo governo alemão, UE e OCDE, entre outros.

A Social Impact apoia startups, empresas e fundações em todos os aspectos do empreendedorismo social, oferecendo consultoria personalizada ao longo de todo o ciclo de vida dos projetos. Criou a primeira página de crowdfunding para empreendedores sociais, que faz parte do récem criado programa de financiamento da instituição. Possui parceiros e patrocinadores dos setores econômicos e políticos, bem como da imprensa alemã, com o objetivo de apoiar projetos de empreendedorismo social e divulgar inovações sociais.

Nos últimos dois anos, a Social Impact tem concentrado sua atuação no desenvolvimento de infraestruturas de apoio à inovação e ao empreendedorismo social, os chamados laboratórios de impacto social, localizados em Berlin, Frankfurt, Hamburg, Leipzig e Potsdam.

Criado em fevereiro de 2014, no centro de Frankfurt, para gerar mais inovação, mais integração e mais impacto, o Social Impact Lab Frankfurt (Laboratório de Impacto Social de Frankfurt) é o primeiro centro nacional da Alemanha para empreendedores imigrantes ou de origem estrageira que podem trabalhar juntos, compartilhando ideias e experiências, para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, bem como para o estabelecimento e o fortalecimento de seus negócios de forma sustentável.

Neste laboratório, são oferecidos os seguintes serviços:

Espaço compartilhado de trabalho: estações de trabalho em tempo integral ou parcial, fixos ou flexíveis, com diversas facilidades e serviços, inclusive de networking, e diversas taxas.

Consultoria: orientação individualizada para startups bem como apoio a empreendedores e startups por meio de dois projetos:
- O AndersGründer, patrocinado pela Fundação KfW, é o primeiro centro da região de Frankfurt voltado para startups com foco direto em inovações sociais que visa buscar soluções para problemas sociais de uma maneira empreenderoa. Acompanha startps recém estabelecidas por meio de capacitações, coaching, coworking e networking, incentivando e possibilitando que jovens criem negócios sociais sustentáveis.
- O ChancenNurzer, patrocinado pela JPMOrgan Chase Foundation, é o primeiro projeto nacional que acompanha jovens imigrantes ou estrangeiros no seu caminho para se tornarem profissionais autônomos e independentes. Oferece espaço, capacitações, contatos e orientação, individual e profissional, com o objetivo desenvolverem suas perspectivas profissionais e se tornarem empreendedores bem sucedidos.

Workshops: ofertas de capacitações em temas relativos a startups, orientação profissional e empreendedorismo social, tais como design thinking, desenvolvimento sustentável loval e voluntariado.

Eventos: infraestrutura para locação e pessoal especializado para a realização de eventos com até 200 pessoas, em local de fácil acesso, a poucos minutos do centro da cidade, com três linhas de metrô próximas.

Dos projetos apoiados pela instituição, destacamos os seguintes:

Jas. sustainable slow fashion – moda customizada e sustentável: moda justa, com design adaptável a cada indivíduo, que tem como objetivo mostrar que a moda também pode ser trabalhada além da produção em massa.

Reefformers – construtores de recifes: organização que facilita a recuperação natural de ambientes marinhos, por meio da instalação e do desenvolvimento de recifes artificiais, como forma inovadora de abordar questões dos habitats marinhos e também explorar novos métodos de cultivo de mexilhão.

Dialog mit Senioren – diálogo com sêniores: grupo formado por pessoas com mais de 70 anos que tem como objetivo incentivar o diálogo entre gerações, apresentando fatos sobre o envelhecimento e a vida de idosos na sociedade atual.

MADE IN afghanistan – feito no Afeganistão: rótulo para produtos sustentáveis feitos no Afeganistão; rede internacional de consumidores conscientes, produtores locais, apoiadores e investidores, que unem forças e revelam caminhos alternativos.

Klückskinder – expressão em língua africana derivada do holandês sem tradução para o português: projeto modelo para crianças que crescem em creche, que visa mostrar o lado positivo deste modelo de educação para a opinião pública, apresentando histórias de sucessos e boas práticas.

COMMERZBANK

COMMERZBANK ARENA
Frankfurt am Main

A Commerzbank-Arena é um dos estádios de futebol da cidade de Frankfurt. Pertence ao clube Eintracht Frankfurt e tem capacidade para até 55 mil pessoas. Inaugurado em 1925, o estádio de futebol original sediou partidas das Copas do Mundo da FIFA de 1974 e 2006. Em 2005, após ter sido totalmente reconstruída, passou a se chamar Commerzbank-Arena por conta da parceria (Naming Rights Agreement) feita com o banco de nome análogo.

A reconstrução da arena teve início em 2002. No entanto, durante todo o período das obras, o estádio de futebol foi utilizado normalmente. Isso porque a reforma foi realizada em etapas. A mais longa foi a da construção da cobertura, que levou 1,5 anos. A reinauguração ocorreu em 2004, dentro do planejado e de acordo com todas as regras e as regulações, nacionais e internacionais, aplicáveis.

Uma das principais características da Commerzbank-Arena é o monitor central com quatro telas (semelhantes aos dos ginásios norte-americanos) de 31m2 e 30t e seu teto retrátil (maior cobertura de aço do mundo, com 25.000m2, fechada em 15 minutos). Também se tornou referência pela utilização de excelência tecnológica e arquitetônica (sem pilares) assim como a observação de vários princípios de sustentabilidade ambiental, como o aproveitamento de águas pluviais.

Atualmente, além das partidas de futebol, o estádio pode ser locado como arena multiuso para diversos tipos e tamanhos de eventos. Logo abaixo do estádio de futebol, existe uma área para eventos com 26,900m2 distribuídos em sete pavimentos. O centro de negócios oferece 5.700 metros quadrados distribuídos em quatro pavimentos. A arena também possui 83 camarotes e sala de imprensa igualmente disponível para locação.

A Commerzbank-Arena está equipada para garantir o perfeito funcionamento de todos os serviços disponíveis durante um evento, seja ele de que tipo e tamanho for. O acesso ao estádio, por exemplo, se dá mediante a utilização de bilhetes com chip – sistema que evita, inclusive, a venda em duplicidade. A geral também pode ser facilmente transformada em áreas com assentos. O estacionamento subterrâneo é o maior de Frankfurt.

A Commerzbank-Arena é um dos estádios de futebol da cidade de Frankfurt. Pertence ao clube Eintracht Frankfurt, e tem capacidade para até 55mil pessoas. Inaugurado em 1925, o estádio de futebol original sediou partidas das Copas do Mundo da FIFA de 1974 e 2006. Em 2005, após ter sido totalmente reconstruída, passou a se chamar Commerzbank-Arena por conta da parceria (Naming Rights Agreement) feita com o banco de nome análogo.

A reconstrução da arena teve início em 2002. No entanto, durante todo o período das obras, o estádio de futebol foi utilizado normalmente. Isso porque a reforma foi realizada em etapas. A mais longa foi a da construção da cobertura, que levou 1,5 anos. A reinauguração ocorreu em 2004, dentro do planejado e de acordo com todas as regras e as regulações, nacionais e internacionais, aplicáveis.

Uma das principais características da Commerzbank-Arena é o monitor central com quatro telas (semelhantes aos dos ginásios norte-americanos) de 31m2 e 30t e seu teto retrátil (maior cobertura de aço do mundo, com 25.000m2, fechada em 15 minutos). Também se tornou referência pela utilização de excelência tecnológica e arquitetônica (sem pilares) assim como a observação de vários princípios de sustentabilidade ambiental, como o aproveitamento de águas pluviais.

Atualmente, além das partidas de futebol, o estádio pode ser locado como arena multiuso para diversos tipos e tamanhos de eventos. Logo abaixo do estádio de futebol, existe uma área para eventos com 26,900m2 distribuídos em sete pavimentos. O centro de negócios oferece 5.700 metros quadrados distribuídos em quatro pavimentos. A arena também possui 83 camarotes e sala de imprensa igualmente disponível para locação.

A Commerzbank-Arena está equipada para garantir o perfeito funcionamento de todos os serviços disponíveis durante um evento, seja ele de que tipo e tamanho for. O acesso ao estádio, por exemplo, se dá mediante a utilização de bilhetes com chip – sistema que evita, inclusive, a venda em duplicidade. A geral também pode ser facilmente transformada em áreas com assentos. O estacionamento subterrâneo é o maior de Frankfurt.

Além disso, segurança e conforto são os dois aspectos mais importantes da arena. Existem instalações completas para bombeiros, paramédicos e seguranças com fácil e rápido acesso às arquibancadas e áreas específicas para shows ou eventos. Também existe uma grande sala de impresa com acesso à Internet. Igualmente foram construidas piscinas de relaxamento e salas de massagens para atletas e artistas.

Curiosidades:
1. Arena construída com cerca de 5.200 segmentos de concreto pré-moldado.
2. Material utilizado: pouco menos de 80.000m2 de concreto e 12.000t de construção em aço.
3. Área construída: aproximadamente 26.900m2 (não inclui o campo de futebol).
4. Capacidade:
a) Futebol: 50.300 expectadores sentados e 6.300 pessoas em pé.
b) Futebol americano: 48.500 espectadores.
c) Concertos: 55.000 pessoas.
5. Banco mais alto: 32m acima do gramado.
6. Medidas do campo de futebol: 68m x 105m.
7. Altura da torre de mídia: 65m.
8. Vestiários: 04 cabines subterrâneas de 150m2 cada.
9. Estacionamento subterrâneo com 1.800 lugares.
10. 74 camarotes, de 6 a 22 pessoas cada, com capacidade total para pouco menos de 1.000 pessoas.
11. 2.000 assentos executivos.
12. 2.800m2 de área VIP além de um terraço de 600m2.
13. Duração da construção: de julho de 2002 a outubro de 2005 em cinco fases.
14. Custos de construção: aproximadamente 126.000.000 €.
15. Custos da infraestrutura de transporte: aproximadamente 45 milhões
16. Holding: Waldstadion Frankfurt Gesellschaft for Project Development
17. Operado por Stadion Frankfurt Management GmbH.
18. A circunferência exata é de 860 metros; o comprimento é de 210 metros e os 190 metros de largura.
19. Não há pilares para obstruir a visão direta do campo.
20. As primeiras fileiras estão a apenas alguns metros das laterais do campo.

OCEANO ATLÂNTICO
RORAIMA
Boa Vista
AMAPÁ
Macapá
Belém
Manaus
AMAZONAS
PARÁ
São Luís
CEARÁ
Fortaleza
Teresina
RIO GRANDE DO NORTE
MARANHÃO
Natal
PARAÍBA
João Pessoa
PIAUÍ
PERNAMBUCO
ACRE
Porto Velho
Palmas
Recife
ALAGOAS
Rio Branco
TOCANTINS
Maceió
Aracaju
SERGIPE
RONDÔNIA
MATO GROSSO
BAHIA
Salvador
DF
Cuiabá
Brasília
Goiânia
MINAS GERAIS
GOIÁS
Campo Grande
ESPÍRITO SANTO
Belo Horizonte
Vitória
MATO GROSSO DO SUL
SÃO PAULO
RIO DE JANEIRO
Rio de Janeiro
São Paulo
PARANÁ
Curitiba
OCEANO PACÍFICO
SANTA CATARINA
Florianópolis
OCEANO ATLÂNTICO
RIO GRANDE DO SUL
Porto Alegre
N
O
L
S

// SOBRE O BRASIL

Dados Políticos	
Capital	Brasília
Data Nacional	7 de setembro
Governo	República Presidencialista
Presidente	Dilma Rousseff
Dados Sociais	
População total (2014)	201.032.714 habitantes (IBGE)
Expectativa de vida (anos)	93,2 anos
IDH (2014)	0,744 (79º de 187 países)
Alfabetização	90,4%
População urbana	87%
Dados Econômicos	
PIB Nominal (2014)	US$ 2,25 trilhões
Crescimento real do PIB (2014)	2,49%
PIB PPP (2014)	US$ 3,12 trilhões
PIB PPP per capita (2014)	US$ 14.987
Inflação (2014)	5,9%
Reservas internacionais (2014)	US$ 358,8 bilhões

Dilma Roussef
Presidenta

// ECONOMIA BRASILEIRA E PEQUENOS NEGÓCIOS

ECONOMIA BRASILEIRA

Com PIB nominal de US$ 2,25 trilhões e crescimento de 2,49% em 2013, o Brasil posicionou-se como a 7ª economia no ranking do FMI, respondendo por 3% do PIB mundial. O setor de serviços é o principal ramo de atividade e respondeu por 68,1% do PIB, seguido do industrial com 26,4% e do agrícola com 5,5%. O Brasil apresentou, em 2013, déficit em transações correntes de US$ 81,1 bilhões. O saldo da balança comercial de bens foi superavitário em US$ 2,4 bilhões e a balança de serviços, por sua vez, registrou saldo negativo de US$ 47,2 bilhões.

O comércio exterior brasileiro apresentou, em 2013, crescimento de 71,6% em relação a 2009, de US$ 280,7 bilhões para US$ 481,7 bilhões. No ranking da ONU/UNCTAD de 2013, o Brasil figurou como o 21º mercado mundial, sendo o 20º exportador e o 21º importador. O saldo da balança comercial apresentou-se superavitário em todo o período sob análise, totalizando em 2013 saldo positivo de US$ 2,4 bilhões. Entre janeiro e outubro de 2014 o comércio exterior brasileiro diminuiu 4,19% em relação ao mesmo intervalo de 2013, acumulando déficit de US$ 1,9 bilhão.

As vendas brasileiras são direcionadas em grande parte aos países da Ásia, que absorveram 32,1% do total em 2013; seguidos da América Latina e Caribe com 22,2%; da União Europeia com 19,7%; da América do Norte com 13,1%; e do Oriente Médio com 4,5%. Individualmente, a China foi o principal destino das vendas brasileiras com 19% do total em 2013. Seguiram-se: Estados Unidos (10,2%); Argentina (7,0%); Países Baixos (7,2%); Japão (3,3%) e Alemanha (2,7%).Os países da Ásia são também os principais abastecedores do mercado brasileiro.

Em 2013, somaram 30,6% do total, seguidos da União Europeia com 21,2%; da América do Norte com 18,8%; da América Latina e Caribe com 17%; e da África com 7,3%. Individualmente, a China foi o principal fornecedor de bens ao Brasil com 15,6% do total. Seguiram-se: Estados Unidos (15,0%); Argentina (6,9%); Alemanha (6,3%); Nigéria (4,0%); e Coreia do Sul (4,0%).

Minério de ferro foi o principal produto exportado pelo Brasil, representando 14,5% da pauta em 2013. Seguiram-se: grãos (milho, trigo e arroz) com 9,5%; combustíveis (óleos brutos de petróleo, "fuel-oil", óleo diesel) com 7,4%; carne bovina, de frango e suína com 6,1%; automóveis (de passeio, tratores, chassis, partes e acessórios) com 5,8%; máquinas mecânicas (partes de turbinas, motores para automóveis, blocos de cilindros, elevadores de carga) com 5,3%; e açúcar refinado, bombons e caramelos, gomas de mascar com 5,0%. Já a pauta das importações brasileiras apresentou-se concentrada em combustíves e bens com alto valor agregado.

Em 2013, combustíveis (óleo bruto de petróleo, óleo diesel, naftas para petroquímica, gás natural, hulha betuminosa, gasolinas) somaram 19,1% do total, seguidos de máquinas mecânicas (partes de turbinas à gás; placas de microprocessadores; partes de máquinas e aparelhos de terraplanagem, motores para veículos; tela de computadores, aparelhos de ar-condicionado) com 14,9%; máquinas elétricas (partes para aparelhos de TV e de telefonia, microprocessadores, circuitos integrados e impressos) com 11,8%; automóveis (de passeio, caixas de marchas, partes e acessórios) com 9,4%; e produtos químicos orgânicos (glofosato, metanol, ácido tereftálico e outros compostos heterocíclicos) com 4,5%.

Em relação à produção energética, o Brasil é o 9º maior produtor mundial e 4º maior produtor de energia de fontes renováveis. Embora recentes descobertas de novas reservas de petróleo potencialmente condicionem a estratégia de desenvolvimento nacional, a liderança brasileira em pesquisa e produção de biocombustíveis aponta para cenário de vigência de matriz energética ainda mais renovável. Mesmo assim, o país enfrenta atualmente uma situação de insuficiência de sua capacidade geradora, devido ao grande aumento da demanda por energia.

Desde princípios da década de 2000, o Brasil, tem melhorado sua estabilidade macroeconômica, acumulando reservas inter–nacionais e reduzindo sua dívida pública; ultimamente, carac–teriza-se como destino atraente para investidores estrangei–ros, em função de seu forte crescimento e suas taxas de juros. O país tem adotado políticas de investimento, em especial de infraestrutura e logística, porém ainda dependente da capa–cidade de poupança e investimento do setor público. Alia-se a este desafio a adoção de incentivos setoriais adequados ao incremento da competitividade industrial, ora em desacelera–ção. Apesar de próxima ao pleno emprego, a economia encon–tra escassez de mão de obra qualificada, gerando pressões in–flacionárias, especialmente no setor serviços, e o consequente aumento da taxa básica de juros, limitadores a uma dinâmica de crescimento mais sustentável de longo prazo.

Fontes: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Observatório Internacional Sebrae

LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

A Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 regularizou e ampliou as vantagens para as micro e pequenas empresas (MPE), consolidando uma série de conquistas.

Critérios para a classificação dos Pequenos Negócios:
Microempresa: faturamento de até R$ 360 mil/ano
Empresa de Pequeno Porte: faturamento entre R$ 360 mil e R$ 3,6 milhões/ano

Microempreendedor Individual (MEI)
Também conhecido como Empreendedor Individual, o MEI é um trabalhador autônomo com renda bruta de até R$60 mil/ano, com direito a até um empregado. O MEI não pode possuir mais de uma empresa nem participar como parceiro ou administrador de outra. Além do benefício da formalização, o MEI tem tratamento tributário diferenciado e direito a aposentadoria, auxílio doença, licença maternidade, acesso ao crédito e preferência em compras governamentais, entre outros benefícios.

Simples Nacional
Novo regime tributário, também conhecido como "Super Simples", que centralizou na União o papel de arrecadação, anteriormente desempenhado individualmente pelos estados. Uma série de impostos é recolhida através de um único formulário, reduzindo a carga burocrática para os empreendimentos de pequeno porte.

PEQUENOS NEGÓCIOS EM NÚMEROS

Atualmente, existem 6 milhões de microempresas e EIs e aproximadamente 360 mil empresas de pequeno porte totalizando cerca de 6,3 milhões de Pequenos Negócios – 99% de todas as empresas no Brasil.

Juntos, os Pequenos Negócios representam cerca de 15,6 milhões de empregos formais - cerca de metade do total no país.

Uma tabela referente a 2011 com dados prospectados pelo Ministério do Trabalho/RAIS está disponível abaixo.

Tamanho	Quantidade	Participação	Empregos	Participação
Micro e pequenas empresas (MPEs) e empreendedores individuais (EIs)	6.339.620	99%	16.157.382	51,7%
EIs	2.601.657			
Microempresas	5.961.402	93,1%	7.523.688	24,1%
Pequenas Empresas	378.218	5,9%	8.633.694	27.6%
Médias e grandes empresas	65.502	1,0%	15.120.595	48.3%
TOTAL	15.346.399	100%	30.181.983	100%

Fonte: Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa 2012 (SEBRAE/DIEESE)

Para o tratamento e análise da base de dados RAIS, o SEBRAE define o porte do estabelecimento em função do número de pessoas ocupadas e de acordo com o setor de atividade econômica. Atualmente, não há critérios amparados legalmente para a classificação de médias e grandes empresas. Com base na definição do IBGE, são adotados os critérios abaixo:

	Micro	Pequena	Média	Grande
Indústria e Construção	até 19	de 20 a 99	de 100 a 499	500 ou mais
Comércio e Serviços	até 9	de 10 a 49	de 50 a 99	100 ou mais

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A pesquisa "Empreendedorismo no Brasil", realizada em 2013 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em parceria com o Insti–tuto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ) e o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o apoio do Sebrae, revela que praticamente 40 milhões de brasileiros estão empreendendo, demonstrando a importância econômica e social do tema e a necessidade de ações governamen–tais ou não governamentais para sua consolidação.O Brasil ocupa a quarta posição no ranking em número absoluto de empreendedores, atrás da China, Índia e Nigéria.

A amostra traz 68 países pesquisados, com cobertura de 75% da população e 89% do PIB global. O Brasil é considerado pela pesquisa um país em transição entre um modelo orientado da eficiência para a inovação. Em relação às nove condições chaves para empreender, o Brasil apresenta um quadro acima da média da América Latina e Caribe em todos os itens, à exceção dos impostos/regulamentação e infra estrutura física, itens também verificados como hiato em re–lação à média total dos países pesquisados.

A população economicamente ativa (TEA) no Brasil é estima–da em 123 milhões de indivíduos correspondendo às idades de 18 a 64 anos. Temos que 21 milhões (17,1%) são iniciais (17ª posição no ranking GEM) e 19 milhões (15,5%) estabelecidos (8ª posição - GEM). Tais percentuais são superiores à média mundial de 7,9% e 6,7%, respectivamente.

A faixa etária com a maior taxa de empreendedores (TEA) é a de 25 a 34 anos (21,9%), seguida pela faixa etária de 35 a 44 anos (19,9%). No grupo empreendedores iniciais, essas faixas etárias representam percentual de 33,1% e 25,8% do universo, respectiva–mente. Essas taxas são diferentes no caso do empreendedorismo estabelecido. No Brasil, a maior incidência de empreendedores es–tabelecidos ocorre na faixa entre 45 a 54 anos (24,3%) seguida das faixas de 35-44 anos e 55-64 anos ambas acima de 18,5%.MISSÃO SEBRAE Emirados Árabes Unidos 2014

Em 2013, mais de 80% dos entrevistados no Brasil consideraram que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira. Tal constatação coloca o Brasil na sexta posição no ranking global da pesquisa neste quesito.

Se elencarmos os principais sonhos dos brasileiros, a prioridade emer–ge com a aquisição da casa própria com 45,2%, viajar pelo Brasil com 42,5% e logo após, ter seu próprio negócio com 34,6% das opiniões. Nota-se que a atividade empreendedora como carreira é fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo, mas também é im–portante que essa opção esteja relacionada ao empreendedorismo por oportunidade e não por necessidade, já constatado por dados da pesquisa, com elevação da razão oportunidade/necessidade de 2,3 (2012) para 2,5 (2013).

Outro dado da pesquisa que merece destaque refere-se à participa–ção feminina nos empreendimentos iniciais no Brasil (participação de 52,2%). Comparativamente aos outros países, o Brasil situa-se em 12º lugar junto com países como Colômbia, Panamá e Tailândia. O em–preendedorismo vem sendo uma opção de carreira e renda para as mulheres brasileiras.

Com relação à taxa de empreendedores masculinos e femininos ini–ciais por necessidade, o Brasil apresenta em 2013 média superior à regional e global e muito próximas às regionais para oportunidades. Noruega é o destaque para empreendedorismo masculino para opor–tunidade e Líbia, Singapura e Suíça para o feminino neste quesito.

Fonte: GEM 2013

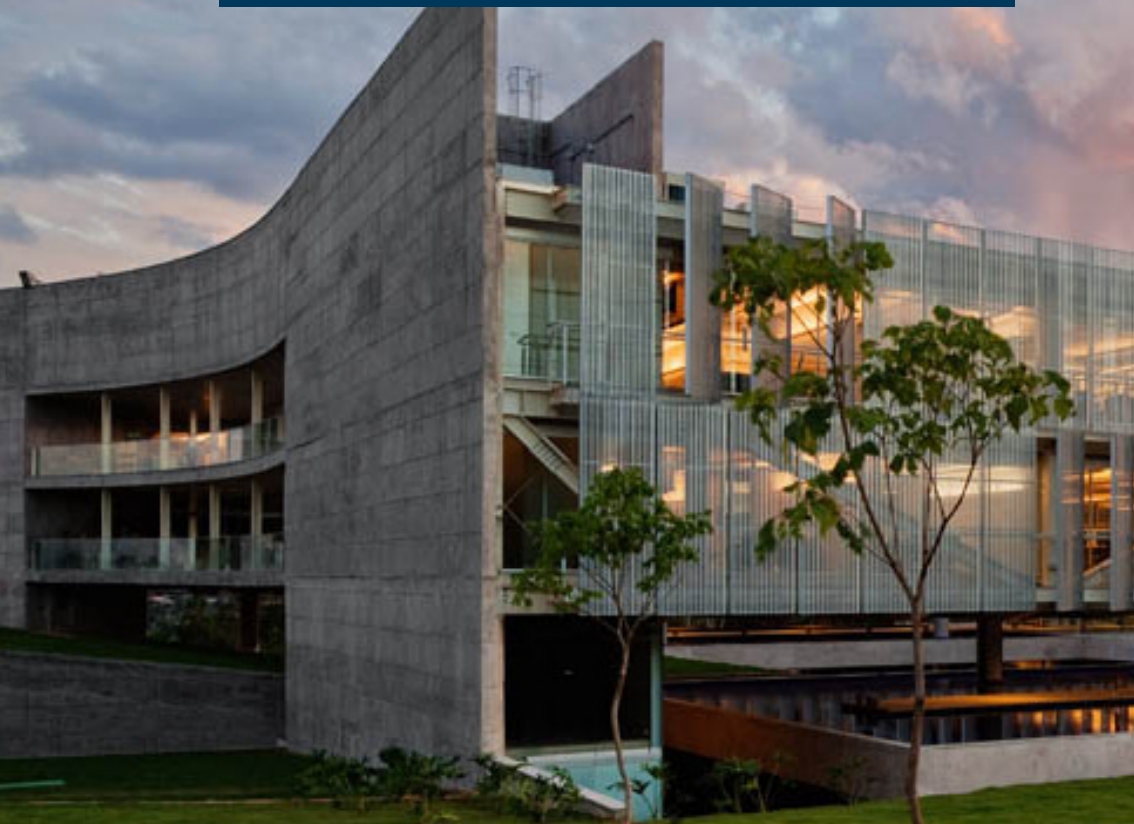
// O SISTEMA SEBRAE

Missão

"Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional."

Visão

"Ter excelência no desenvolvimento dos pequenos negócios, contribuindo para a construção de um Brasil mais justo, competitivo e sustentável".



HISTÓRIA

Criado em 1972 por iniciativa do então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE, atual BNDES) e do Ministério do Planejamento, o Sebrae chamava-se Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae). Em 1990, pelo decreto nº 99.570, desvinculou-se da administração pública e transformou-se em um serviço social autônomo, uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública: o atual Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae.

ESTRUTURA

O Sistema Sebrae conta com uma Sede Nacional e 27 Unidades Regionais, além de uma rede de aproximadamente 800 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, totalizando cerca de 6 mil colaboradores e 8 mil credenciados.

RECURSOS FINANCEIROS

A Receita de Contribuição Social do Sistema Sebrae tem origem na contribuição de 0,3% da folha de pagamento das empresas brasileiras, das quais estão excluídas as micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). Tais contribuições são recolhidas pelo INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) e repassadas ao Sistema Sebrae e representam cerca de 80% dos recursos financeiros da instituição.

PRIORIDADES NACIONAIS

Contribuir para a formalização de empreendedores, por meio da disponibilização de mecanismos de apoio ao seu desenvolvimento, promovendo a inclusão produtiva.

Aumentar a competitividade e a sustentabilidade dos negócios dos nossos clientes, por meio do desenvolvimento e aplicação de produtos, serviços e canais de atendimento adequados a cada segmento, com ênfase em gestão e inovação.

Promover o acesso dos clientes do Sistema Sebrae às oportunidades de negócios geradas por grandes eventos e investimentos.

Consolidar as melhorias no ambiente legal em favor dos nossos clientes, com ênfase na implementação efetiva da Lei Geral nos municípios.

Tornar o Sistema Sebrae uma referência no país em qualidade na gestão de recursos públicos.

SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

METAS MOBILIZADORAS PARA 2015

Meta Mobilizadora	Indicador	Meta	Objetivo Estratégico Vinculado
Meta 1 Ampliar o número de empresas atendidas	Número de empresas atendidas	2.285.763	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 2 Ampliar o número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	Número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	230.600	P1 – Promover a inovação nas MPE
Meta 3 Ampliar o número de Microempreendedores Individuais atendidos	Número de microempreendedores individuais atendidos	1.167.463	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 4 Ampliar o número de microempresas atendidas	Número de microempresas atendidas	937.700	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 5 Ampliar o número de empresas de pequeno porte atendidas	Número de empresas de pequeno porte atendidas	180.600	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 6 Ampliar o número de municípios com a Lei Geral implementada	Número de municípios com a Lei Geral implementada	2.640	P11 – Articular, propor e apoiar a implementação de políticas públicas

Fonte: Relatório PPA 2015-2018 e Orçamento 2015 (SEBRAE)

PROGRAMAS NACIONAIS

Negócio a Negócio

O projeto funciona com uma atuação ativa de consultores do Sistema SEBRAE que visitam as empresas, fazem um levantamento geral, apresentam um diagnóstico do negócio e traçam um plano de ação. A partir daí, os consultores encaminham o empresário à consultoria ou capacitação necessária para melhorar seu negócio. O projeto é focado em empreendedores informais que queiram optar pelo Simples Nacional, EI e empresas de economia popular com até quatro funcionários.

SebraeTec

É um produto criado para facilitar o acesso das micro e pequenas empresas a soluções de inovação e tecnologia, viabilizando e apoiando financeiramente a realização de consultorias nas empresas que se enquadram no programa, visando aumentar a competitividade e agregar valor aos seus produtos e serviços.

ALI (Agente Local de Inovação)

Trata-se de iniciativa do Sistema SEBRAE com a parceria do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) para a promoção da inovação nas pequenas empresas. Sua metodologia baseia-se no modelo indiano de home care. Com a orientação de profissionais especializados, os agentes avaliam o grau de inovação nas empresas atendidas. Cada agente busca e oferece soluções de acordo com as necessidades de cada empreendimento.

SEBRAE Mais

O programa é voltado para empresas em estágio mais avançado, com no mínimo dois anos de funcionamento e nove funcionários, além de uma estrutura operacional estabelecida. Por meio do programa são oferecidos diversos serviços, como consultoria individualizada por empresa, workshops, capacitações, palestras e encontros direcionados para empresários que buscam práticas avançadas de gestão.

SEBRAE 2014

Os investimentos programados para a organização e realização

da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, bem como o maior volume de movimentação econômica durante e após o evento, representam uma oportunidade para as MPE brasileiras situadas nos estados onde ocorrerão os jogos. Nesse contexto o Sistema SEBRAE, em parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas), realizou um estudo de mapeamento de oportunidades para as MPE, de forma a guiar a elaboração de planos de ação do SEBRAE Nacional e de suas unidades estaduais.

SEBRAE nos Territórios da Cidadania

O Programa Territórios da Cidadania, desenvolvido pelo governo federal, atua em 120 territórios de todo o Brasil promovendo o desenvolvimento regional e a garantia de direitos sociais para as regiões mais carentes do Brasil. O Sistema SEBRAE entende que sua missão institucional apresenta interface direta e clara com o programa. A estratégia de apoio ao desenvolvimento territorial permite uma atuação em três dimensões: atendimento individual, atendimento coletivo setorial e construção de um ambiente mais favorável aos pequenos negócios.

Encadeamento Produtivo

Busca o incremento da competitividade das micro e pequenas empresas da indústria, comércio, serviços e agronegócios pela sua inserção nas cadeias de valor de grandes e médias corporações.

Educação Empreendedora

Objetiva ampliar, promover e disseminar a educação empreendedora nas instituições de ensino com vistas à consolidação da cultura empreendedora no País.

PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Cursos e seminários (presenciais ou à distância)
Informação e consultoria (orientação individualizada)
Publicações (livros, manuais, CDs, guias)
Promoção de eventos (feiras, missões, exposições, rodadas de negócios)
Premiações (Jovem Empreendedor, Mulher SEBRAE de Negócios, Desafio SEBRAE, entre outros)

// VIAGENS INTERNACIONAIS

DICAS GERAIS

- Verifique o prazo de validade do passaporte e dos vistos. Se for o caso, providencie ambos com pelo menos um mês de antecedência.
- Alguns países exigem vacina contra febre amarela. Verifique essa e outras possíveis exigências junto à representação no Brasil do país estrangeiro que você irá visitar. Se for o caso, providencie a(s) vacina(s) e leve o(s) comprovante(s) de vacinação (certificação).
- Providencie um seguro saúde internacional. Além de ser uma segurança em casos de emergência, alguns países exigem o documento.
- Ao receber passagens, confira os dados e serviços solicitados.
- Confirme voos de ida ou volta pelo menos 24 horas antes.
- Confirme o período de sua reserva no hotel, horário de check-in e check-out e endereço do hotel onde estará hospedado (não apenas o nome, pois muitas vezes uma rede de hotelaria possui mais de um estabelecimento na mesma cidade).
- Verifique o fuso horário de seu país de destino, prevenindo-se de confusões com horário de voos e de agenda.
- Confira a voltagem do país e leve adaptadores para os aparelhos elétricos, bem como adaptadores de tomadas.
- Uma alternativa que facilita a comunicação no exterior é habilitar o celular para uso internacional, mas usar apenas para enviar ou receber SMS. Consulte sua operadora sobre o valor, normalmente os custos não são elevados.
- Avalie os recursos que pretende utilizar durante as atividades previstas da missão e a disponibilidade em termos de infraestrutura dos locais que irá visitar (como acesso à internet, impressora, projetores, etc.).

Importante: Guarde os comprovantes de embarque e comprovantes de utilização de recursos destinados a custear despesas de representação, quando houver. Os documentos deverão ser entregues à Unidade de Administração e Finanças (UAF) da sua UF ou NA quando do retorno do colaborador ao Brasil.

QUESTÕES CULTURAIS

- Conheça noções gerais sobre protocolos e regras de etiqueta do país de destino de sua missão, tais como linguagem corporal, símbolos tradicionais, costumes religiosos e feriados locais.
- Recomenda-se, adicionalmente, a consulta a materiais de apoio presentes em diversas seções do Observatório Internacional Sebrae (OIS), tais como: países, missões, publicações e práticas.

TENHA À MÃO

- Sempre leve uma cópia de seu passaporte.
- Também se recomenda levar carteira de motorista internacional: mesmo que não pretenda alugar carro, você pode precisar dela. Para emiti-la, procure o Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN) de seu estado e verifique os endereços dos escritórios autorizados a fazer a emissão. Você terá de preencher um formulário e pagar uma taxa que varia de acordo com cada escritório. Os documentos necessários são duas fotos 3x4 iguais e recentes, cópias autenticadas do RG e da CNH e comprovante de residência.
- Igualmente leve consigo os endereços e telefones das embaixadas e consulados brasileiros no seu país de destino. Em caso de emergência, você tem o direito de pedir para telefonar para sua embaixada ou consulado.
- Se possível, adquira um guia de viagem do(s) país(es) a ser(em) visitado(s), pois esses livros contemplam informações atualizadas e úteis.
- Também é uma boa opção adquirir um guia de conversação local, mesmo para as missões que contem com um tradutor, pois eles facilitam interlocuções curtas e frequentes em aeroportos, imigração, alfândega, estações, bancos, hotéis, restaurantes, etc.

DINHEIRO

- Evite carregar notas de valores altos.
- Nunca transporte todo o dinheiro num só lugar.
- Troque pequenas quantias para despesas de táxi, gorjetas, etc.
- Leve um ou mais cartões de crédito internacionais.
- Traveller's checks são seguros e bem aceitos, mas para trocar é necessária a apresentação do passaporte ou cópia.
- Uma alternativa prática é a aquisição de cartões pré-carregados com a moeda local (VTM), para saques em caixas eletrônicos.

MEDICAMENTOS

- Medicamentos podem ser transportados com prescrição médica – pode ser preciso apresentar a receita na inspeção do raio-X.
- Leve os próprios medicamentos, já que é difícil comprar remédios sem receita médica no exterior.
- Se usar remédios de tarja preta, solicite tradução juramentada da receita médica para maior tranquilidade em relação à possibilidade de apreensão dos medicamentos.

BAGAGEM

- Identifique sua mala (nome, endereço, telefone, contato no Brasil e outras informações úteis).
- Leve apenas o essencial. Na mala de mão, leve sempre uma muda de roupa e um casaco.
- É proibido levar objetos cortantes ou perfurantes em voos internacionais.
- Lembre-se de que, na maior parte dos aeroportos, há restrições a líquido, gel e aerossol na bagagem de mão. A regra geral é que todos os produtos dessa natureza sejam armazenados em recipientes com capacidade máxima de 100ml (3,4 oz.) e embalados em uma bolsa plástica transparente, com fecho hermético superior, que não exceda 20cm x 20cm ou o equivalente à capacidade de 1 litro. Na dúvida, despache-os. As sacolas plásticas coloridas ou opacas e as garrafas ou os contêineres de líquidos ou de géis que ultrapassarem os limites acima descritos serão barrados e deverão ser abandonados durante a inspeção de segurança.
- Não leve nada de muito valor dentro da sua mala, pois ela pode ser extraviada.
- Também evite despachar aparelhos eletrônicos como notebooks, celulares ou aparelhos frágeis, pois eles podem se danificar com o peso das malas e a falta de cuidado da companhia aérea.

AEROPORTO

- Chegue ao aeroporto no mínimo 2 horas antes do embarque. Para os voos internacionais com destino aos Estados Unidos recomenda-se chegar ao aeroporto com 3 horas de antecedência, devido a mudanças em sua política de segurança.
- Nunca deixe sua bagagem desacompanhada nem aceite cuidar de bagagens ou quaisquer pacotes alheios, mesmo de crianças.
- Responda com seriedade às perguntas da Polícia Federal e da Imigração.

AVIÃO

- Use roupas e calçados confortáveis e apropriados para apresentação na imigração, logo após o desembarque. Considere a temperatura média ambiente de 20 graus.
- Evite excesso de bebidas alcoólicas (lembre-se de que o efeito do álcool no organismo é mais acentuado em grandes altitudes) e movimente-se o quanto possível durante o voo, para evitar inchaços.

Fonte: Indicadores e Metas do PPA 2014/2017 (SEBRAE)

ANTES DA MISSÃO

PASSAPORTE

O interessado na obtenção de passaporte comum deve (i) ser brasileiro, (ii) preencher o formulário eletrônico de solicitação e agendamento no site da Polícia Federal (*www.dpf.gov.br/servicos/passaporte/requerer-passaporte*) e (iii) apresentar-se no posto de atendimento escolhido, na data e horário agendados, portando os seguintes documentos originais:

- Documento de identidade;
- Título de eleitor e declaração de quitação com as obrigações eleitorais;
- Documento de quitação de serviço militar obrigatório para os requerentes do sexo masculino a partir de 01 de janeiro do ano em que completam 19 anos até 31 de dezembro do ano em que completam 45 anos;
- Certificado de naturalização, para os naturalizados;
- Comprovante bancário de pagamento da guia de recolhimento da união (GRU), emitida após o preenchimento do formulário eletrônico de solicitação e agendamento de passaporte comum;
- Passaporte anterior, quando houver (válido ou não);
- CPF.

Atenção: Não há renovação nem prorrogação de passaporte. Caso o passaporte esteja com prazo de validade expirado ou prestes a expirar, será necessária a aquisição de um novo documento de viagem. Não é necessário mais levar fotografia, que será coletada no momento do atendimento.O requerente pode consultar o andamento do seu pedido de passaporte no site da Polícia Federal.
O passaporte será entregue pessoalmente a seu titular, mediante apresentação de documento de identidade e assinatura de recibo.

Fonte: Polícia Federal (www.dpf.gov.br)

VISTOS

A tabela seguinte serve como orientação para os principais destinos das missões internacionais do Sebrae. Contudo, cada país utiliza diferentes critérios e exigências para a entrada e permanência de estrangeiros. Consulte a embaixada ou serviço consular do país estrangeiro de destino para informações sobre o regime de visto e os requisitos necessários para obtê-lo.

Importante: Estar de posse de visto de entrada ou estar dispensado do visto não dá direito à entrada automática naquele país. Cabe a autoridade de imigração local a decisão final sobre sua entrada. Da mesma forma, as embaixadas e consulados estrangeiros no Brasil não são obrigados a conceder os vistos solicitados.

Destino	Documento requerido	Necessidade de visto
Países do Mercosul	Passaporte válido (mínimo de 6 meses) ou Carteira de Identidade Civil (RG) em bom estado de conservação e com menos de 10 anos de emissão.	Não.
Estados Unidos (1)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	Visto B1 (Visitante a Negócios).
Europa (países do Tratado de Schengen) (2)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	Para viagens com duração inferior a três meses não há necessidade de visto, porém é obrigatório possuir seguro-saúde com valor de cobertura mínima de 30.000 euros.
Reino Unido (3)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	O visto de entrada como turista e estudante visitante (até seis meses) é obtido ao desembarcar no aeroporto do Reino Unido por meio de uma entrevista feita pela imigração. As informações exigidas geralmente se referem ao destino, motivo, hospedagem, passagem de volta e comprovante de subsistência no país.
Demais países	Entrar em contato com Embaixadas ou Consulados dos países a serem visitados.	

Data de atualização: Janeiro de 2014

(1) Destaca-se que desde 2013 a Administração de Segurança do Transporte dos Estados Unidos (TSA) aumentou as medidas de segurança para todos os voos com destino aos Estados Unidos cuja origem tenha sido fora do território do país. Assim, nos aeroportos de origem, os passageiros terão que passar por processos adicionais de segurança nos pontos de controle existentes. Adicionalmente, durante os voos, será solicitado aos passageiros que sigam as instruções de segurança da tripulação do voo. Em vista do aumentos das medidas de segurança, e para poder cumprir com os processos de registro, embarque e segurança, os passageiros com destinos aos Estados Unidos deverão apresentar-se em seu aeroporto de saída com no mínimo 3 (três) horas de antecedência a saída de seus voos. Para maiores informações visite o site do TSA (http://www.tsa.gov/), em inglês.
(2) Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Itália, Letônia, Lituânia Holanda, Luxemburgo, Malta, Noruega, Polônia, Portugal, República Tcheca, Romênia e Suécia. A Irlanda aceita planos de seguro viagem com cobertura menor do que 30 mil euros.
(3) O Reino Unido não exige, porém aconselha o seguro viagem Europa.

Fonte: Unidade de Assessoria Internacional / Sebrae Nacional.

VACINAS

Ao viajar, deve-se prestar atenção às vacinas indicadas e às exigidas em viagens internacionais. Cada país possui uma política diferente em relação ao tema e, por isso, é extremamente aconselhável procurar a embaixada ou consulado do país a ser visitado para obter maiores informações.

Como regra geral, a vacinação somente é reconhecida internacionalmente se estiver registrada no Certificado Internacional de Vacinação e Profilaxia (CIVP), que no Brasil é emitido em qualquer um dos postos da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) em portos, aeroportos e fronteiras.

Para que a ANVISA emita o CIVP são necessários:

- Documento oficial de identificação com foto ou certidão de nascimento para menores de idade.
- Cartão de vacina com nome, fabricante e lote completo da vacina, data da vacinação, assinatura e nome do vacinador e identificação da unidade de vacinação.
- Presença do interessado para assinatura do CIVP no local.

É importante que o calendário de vacinação do participante esteja em dia. Atualmente, a única vacina que é exigida para viagens internacionais é a vacina contra a febre amarela. Para isso, é necessário que o viajante vacine-se dez dias antes da data da viagem e observe se o seu cartão de vacina está completamente preenchido e sem rasuras.

Para casos em que a vacinação ou a profilaxia for contraindicada, deverá ser emitido o Certificado de Isenção de Vacinação e Profilaxia. A emissão deste certificado pode ser realizada por um profissional médico ou por um Centro de Orientação ao Viajante.

SEGURO-SAÚDE

Além das vacinas, os viajantes devem estar atentos para a exigência de seguro-saúde para ingressar em determinados países. Apesar da maioria dos países não possuir essa exigência, é recomendável que o viajante somente saia do Brasil com seguro-saúde contratado, evitando assim possíveis complicações durante uma emergência no exterior.

Fonte: ANVISA (www.anvisa.gov.br) e Unidade de Assessoria Internacional / Sebrae Nacional.

DURANTE A MISSÃO

POSTURA INSTITUCIONAL

A exposição a diferenças culturais, a padrões diversos de organização social e a condições possivelmente assimétricas de desenvolvimento é inerente à realização de ações internacionais. O contato com múltiplos cenários enseja a apresentação de postura específica por parte de colaboradores do Sistema Sebrae. Sensibilidade frente à diversidade e ao multiculturalismo, capacidade de diálogo, expressão de ideias clara e objetivamente e habilidade de relacionar-se com diferentes grupos e adaptar-se a distintos contextos caracterizam-se como competências essenciais a representantes da instituição em contato com delegações estrangeiras. O comprometimento com a consecução dos objetivos da missão internacional vigente, o preparo técnico adequado e o alinhamento às diretrizes emanadas pela instituição para atuação internacional complementam quadro a ser observado por colaboradores do Sistema Sebrae em ações internacionais.

DIÁRIOS DE BORDO

Recomenda-se o acesso e interação no perfil da missão disponível no Observatório Internacional Sebrae (OIS). O perfil contemplará, durante todo seu período de organização, realização e disseminação, informações sobre os países e cidades a serem visitados, a programação a ser cumprida, entidades a serem contatadas, entre outros dados relevantes. Destaca-se que esta seção é um espaço restrito aos funcionários e dirigentes do Sistema Sebrae. Durante a etapa de realização da missão, os participantes poderão registrar e compartilhar, em tempo real, informações, notícias, vídeos, fotografias e demais formas de comunicação por meio da utilização do Diário de Bordo. Orienta-se utilizar a ferramenta online diariamente, durante todo período de agenda da missão internacional, inserindo pontos de destaque das atividades e outras informações relevantes. Tal conteúdo facilitará o resgate dos conhecimentos adquiridos pela ação internacional e auxiliará na elaboração do relatório de missão, que, posteriormente ao envio de versão consolidada para a Unidade de Assessoria Internacional do Sebrae Nacional, será publicado e servirá de apoio para futuras ações internacionais.

Fonte: Unidade de Assessoria Internacional / Sebrae Nacional.

EMERGÊNCIAS CONSULARES

Todo brasileiro, desde o momento de sua entrada em um país estrangeiro, tem o direito de contatar a Embaixada ou o Consulado do Brasil em qualquer circunstância ou momento. Lembre-se que essas repartições dispõem de plantão consular 24 horas. A falta de documentos ou a eventual situação migratória irregular não impede que o brasileiro seja atendido pela Embaixada ou Consulado. A função da autoridade consular é proteger o cidadão brasileiro. Em nenhuma hipótese a situação migratória irregular será denunciada às autoridades locais. O quadro a seguir indica o que a autoridade consular pode e não pode fazer em cada situação:

Apoio jurídico e problemas policiais	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Informar sobre a existência de serviços locais de assistência jurídica gratuita. Sugerir advogados locais que possam orientar sobre serviços jurídicos. Acompanhar, quando solicitado, o desenrolar das investigações e apuração do crime, inclusive junto à justiça local.	Representar o cidadão brasileiro em juízo ou responsabilizar-se por despesas com advogados e custos judiciais.
Catástrofes naturais, atentados e conflitos armados	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Informar como proceder nestas circunstâncias. Atenção: É de grande importância que você entre em contato o mais cedo possível com autoridades consulares brasileiras a fim de solicitar orientação a respeito.	Oferecer abrigo em suas dependências.
Extravio de documentos	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Emitir 2ª via do passaporte mediante apresentação de Boletim de Ocorrência emitido pela autoridade local. A expedição de novo passaporte, por lei, não é gratuita.	Emitir outros documentos brasileiros, tais como identidade, CPF, carteira de motorista, carteira de trabalho, etc.
Falecimento do exterior	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Orientar em caso de sepultamento ou cremação no exterior ou de traslado de restos mortais para o Brasil. O Consulado deverá ser informado imediatamente, a fim de que seja lavrado o óbito e emitido o atestado.	Pagar despesas de traslado de corpo ou restos mortais para o Brasil. Pagar despesas de sepultamento ou cremação no exterior.
Prisão	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Informar, desde que autorizado pelo brasileiro preso, o fato a seus familiares no Brasil. Visitar o brasileiro preso e verificar sua situação pessoal e jurídica.	Contratar advogados para a assistência jurídica do preso.
Problemas de saúde	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Indicar médicos, clínicas ou hospitais na região.	Pagar consultas, remédios, internação hospitalar ou tratamento médico de brasileiros no exterior.
Repatriação (custeio do retorno em caso de desvalimento)	
O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Repatriar cidadãos brasileiros que se encontrem no exterior, comprovada a extrema necessidade (desvalimento), mediante autorização do Ministério das Relações Exteriores em Brasília e obedecidos os critérios estabelecidos pelo regulamento consular. A repatriação é feita até o primeiro ponto de entrada no Brasil.	Repatriar em casos que não se enquadrem nos critérios estabelecidos pelo regulamento consular. Repatriar mais de uma vez o mesmo cidadão brasileiro.

RETORNANDO AO BRASIL

COMPRAS EM LOJA FRANCA (DUTY FREE SHOP):

O viajante pode adquirir, com isenção de tributos, nas lojas francas dos portos e aeroportos, após o desembarque no Brasil e antes de sua apresentação à fiscalização aduaneira, mercadorias até o valor total de U$ 500,00. Esse valor não é debitado da cota de isenção de bagagem a que o viajante tem direito. Bens adquiridos nas lojas francas do Brasil, no momento da partida do viajante para o exterior, nas lojas franças no exterior e os adquiridos em lojas, catálogos e exposições duty free dentro de ônibus, aeronaves ou embarcações de viagem têm o mesmo tratamento de outros bens adquiridos no exterior, passando a integrar a bagagem do viajante. Em resumo, essas mercadorias não aproveitam do benefício da isenção concedido às compras nas lojas francas do Brasil, efetuadas no momento da chegada do viajante.

DECLARAÇÃO DE BAGAGEM ACOMPANHADA

Ao chegar ao Brasil, ainda a bordo, o visitante deve preencher uma Declaração de Bagagem Acompanhada (DBA). Se o visitante tiver adquirido produtos no exterior (não isentos de impostos) cujo valor total exceda a cota limite de US$ 500, ele é obrigado a marcar que possui bens sujeitos à tributação. No aeroporto, deverá pagar a taxa de importação de 50% sobre o excedente da cota. Se acontecer de o viajante ter a mala fiscalizada por um agente da Receita Federal e sua DBA for falsa ou inexata, a multa prevista é de 50% sobre o valor do que foi comprado e, em alguns casos, o produto poderá ser retido. No caso de o turista trazer na bagagem produtos de origem animal ou vegetal, que não são permitidos no Brasil, o produto é retido, sem aplicação de multa.

FIM DA DECLARAÇÃO DE SAÍDA TEMPORÁRIA DE BENS

As novas regras de importação acabaram com a declaração de saída temporária de bens. Com isso, para levar produtos importados, como notebooks e filmadoras, para fora do país, é preciso carregar a nota fiscal em mãos. Se você não tiver nenhum comprovante de compra, o melhor é deixar o aparelho em casa, para não correr o risco de ser taxado.

ISENÇÃO DE IMPOSTOS E LIMITES PARA IMPORTAÇÃO

Todo o viajante tem uma cota limite de gastos para não precisar pagar impostos, equivalente a US$ 500 (por via aérea) ou US$ 300 (por via terrestre, marítima ou fluvial). Veja a lista dos produtos isentos de impostos na chegada ao Brasil e os novos limites de quantidades de produtos importados no site de Receita Federal do Brasil.

ROUPAS E COSMÉTICOS

Além dos eletrônicos de uso pessoal, também não serão taxados roupas e acessórios, produtos de higiene e de limpeza, livros, revista e jornais, apesar de não ter sido determinada quantidade máxima.

PRODUTOS ELETRÔNICOS

O turista que comprar, no exterior, produtos eletrônicos, como máquina fotográfica, telefone celular ou MP3, não precisará mais declará-los à Receita Federal ao retornar ao País. Esses itens passam a ser considerados bens de uso pessoal e não entram na cota limite de US$ 500 livres de impostos. O benefício vale apenas para uma unidade de cada produto, que deve ser usado durante a viagem e deve estar fora da embalagem original. A medida, no entanto, não contempla filmadoras, notebooks e vídeo games, que entram na cota de importação.

QUANTIDADES LIMITADAS

Nas novas regras, o Fisco também colocou um limite de quantidade de produtos, que antes ficava a critério do fiscal da alfândega. Alguns itens têm limite próprio: 12 litros de bebidas alcoólicas, 10 maços de cigarros, 25 charutos ou cigarrilhas e 250 gramas de fumo. Para os demais objetos, a regra é 20 unidades de produtos novos com valor unitário acima de US$ 10, desde que não haja mais de três idênticos. Por exemplo, se tiverem quatro aparelhos novos de MP3, um deles será retido. Já para lembrancinhas e suvenires, pode-se trazer também 20 unidades de produto, sendo no máximo 10 iguais.

Fonte: Receita Federal (www.receita.gov..br)

APÓS A MISSÃO

RELATÓRIO FINAL DA MISSÃO

Relatórios de missão consistem em documentos de registro das atividades desenvolvidas, dos desdobramentos a serem auferidos e da avaliação quanto à consecução dos objetivos da missão internacional realizada. Ao prover, entre outras considerações, informações sobre conhecimentos captados e possibilidades de aperfeiçoamento organizacional, os relatórios servem como insumo para a realização de ações de fortalecimento institucional, desenvolvimento de soluções e cooperação internacional, atestando a utilidade das atividades executadas.

Ao considerarmos a exposição por parte dos distintos participantes de missões internacionais à grande quantidade de informações, sugere-se a realização de reuniões diárias entre os membros da delegação, após a execução das atividades previstas. Entende-se que o debate constante de ideias e percepções relativas a diferentes aspectos inerentes a missões internacionais facilitará a construção do relatório de missão, provendo informações mais fidedignas, completas e relevantes à instituição.

Além de fornecer informações básicas acerca da missão (participantes, destino, objetivo, entre outras considerações), o relatório deverá conter dados sobre as atividades realizadas, percepções sobre os temas discutidos, os conhecimentos relevantes observados e as lições aprendidas, possíveis desdobramentos a serem auferidos e resultados alcançados. Mais informações sobre estrutura e conteúdo para construção de seu relatório de missão, consulte o documento Modelo de Relatório de Missão, disponível no perfil das missões postadas no Observatório Internacional Sebrae (OIS).

Críticas, sugestões e comentários acerca da organização, estrutura e realização da missão internacional, dos parceiros institucionais visitados e do apoio prestado pelas diferentes unidades envolvidas na realização da viagem também são incentivados. Ao término do relatório de missão, envie o documento à Unidade de Assessoria Internacional do Sebrae Nacional através do e-mail internacional@sebrae.com.br. Esta Assessoria irá consolidar o relatório em conjunto com os autores e disponibilizá-lo no Observatório Internacional Sebrae (OIS), a fim de disseminar os conhecimentos adquiridos para todos os usuários do Sistema Sebrae.

Fonte: Unidade de Assessoria Internacional / Sebrae Nacional.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Quando do retorno ao Brasil, faz-se necessária entrega de relatório de missão e de comprovantes de embarque e, quando houver, de utilização de recursos destinados a custear despesas de representação, inerentes à finalidade institucional da missão internacional, à área responsável – Unidade de Administração e Finanças (UAF) das respectivas unidades (Sebrae/UF e NA).

Cópia do referido relatório de missão deverá ser encaminhada, adicionalmente, à Unidade de Assessoria Internacional do Sebrae Nacional para fins de gestão e disseminação dos conhecimentos captados, conforme previsto pela Instrução Normativa IN 46/01.

Em caso de viagens internacionais custeadas por recursos de outras instituições, embora as obrigações previamente descritas permaneçam válidas, recomenda-se verificar os devidos procedimentos requeridos antes de realizá-las.

Fonte: Unidade de Assessoria Internacional / Sebrae Nacional.

// ANOTAÇÕES

SGAS 605 Conjunto A
Brasília, DF, Brasil – 70200-645
+55 (61) 3348-7485
www.sebrae.com.br