

GUIA RÁPIDO

ed. 2022

DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS PARA MUNICÍPIOS



DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

APRESENTAÇÃO

Expediente - Invest Minas
Agência de Promoção de Investimentos e Comércio Exterior de Minas Gerais

Diretoria Executiva

João Paulo Braga Santos - Diretor-Presidente

Gustavo Tulio de Lima Andrade – Diretor de Gestão e Novos Negócios

Ronaldo Alexandre Barquette – Diretor de Atração de Investimentos

Adriano Carvalho – Diretor de Atração de Investimentos

Elaboração

João Paulo Braga

Carlos Augusto Romualdo

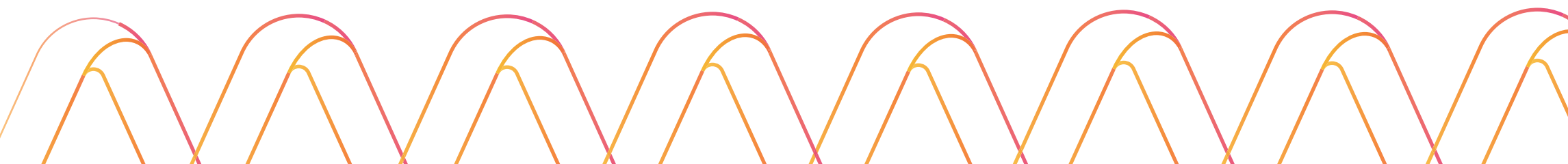
Brunno Cunha

Davyson Guimarães Barbosa

Diagramação

Gabriela Carvalho Toledo

Yago Sanderson Alves Versiani



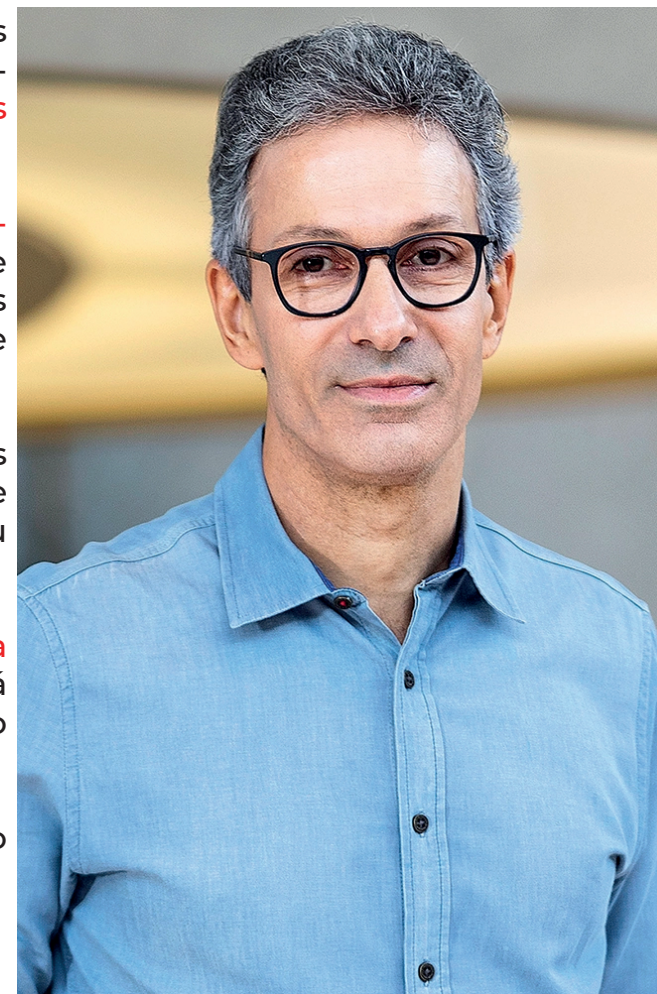
Atrair investimentos privados, levando emprego e geração de renda a todas as regiões de Minas Gerais é uma obsessão do nosso governo. Este Guia de Atração de Investimentos para Municípios é uma importante ferramenta para **auxiliar os municípios mineiros a se tornarem mais atrativos para receberem empresas e negócios.**

Nestes dois anos de governo conseguimos atrair mais de **R\$ 120 bilhões em investimentos privados** para o nosso Estado, em diversas áreas de atuação. Mas o nosso grande desafio é fazer com que os novos negócios sejam levados a todas as regiões de Minas Gerais, especialmente àquelas menos desenvolvidas e com menores oportunidades de emprego.

Minas Gerais representa uma síntese da realidade do Brasil, com desigualdades econômicas e sociais entre as regiões. Temos bolsões de desenvolvimento e bolsões de pobreza. É tarefa de todos nós, gestores públicos, seja no âmbito estadual, municipal ou federal, trabalhar para diminuir as desigualdades.

Este guia elaborado pela INVEST MINAS vem fortalecer o **Programa de Liderança para a Retomada Econômica**, lançado em 2020, que por meio da Fundação João Pinheiro está capacitando gestores municipais. Com ele, os municípios podem encurtar o caminho para a retomada do crescimento econômico, de forma planejada e sustentável.

Desejo que todos façam bom proveito deste material, contando sempre com o apoio do Governo de Minas Gerais.



ROMEU ZEMA

Governador do Estado

Dois anos e meio de gestão do Governo Romeu Zema e já batemos a meta de atração de investimentos, alcançando a marca de mais de **R\$ 120 bilhões**. Com o empenho da INVEST MINAS - Agência de Promoção de Investimento e Comércio Exterior de Minas Gerais, criamos oportunidades para os empresários, gerando mais de **57 mil empregos diretos** no estado.

Somos um estado que conversa com o setor produtivo e criamos oportunidades para os investidores que querem gerar emprego e renda em Minas Gerais. Colocamos em prática, em 2020, o Minas Livre para Crescer, vinculado ao Projeto Estratégico Minas Amiga do Investidor, que nos proporcionou realizar uma série de medidas de desburocratização em Minas Gerais.

Também criamos o Programa de Liderança para a Retomada Econômica, que, por meio da Fundação João Pinheiro, capacitaremos **300 gestores de 150 municípios**. Este material vem para fortalecer nossas ações, ajudando vocês neste entendimento, para que possam, com nosso apoio, atrair cada vez mais empresas para suas cidades.

Aproveite a oportunidade, cadastrem-se no site da INVEST MINAS e usem as ferramentas para alavancarmos Minas Gerais.



FERNANDO PASSALIO

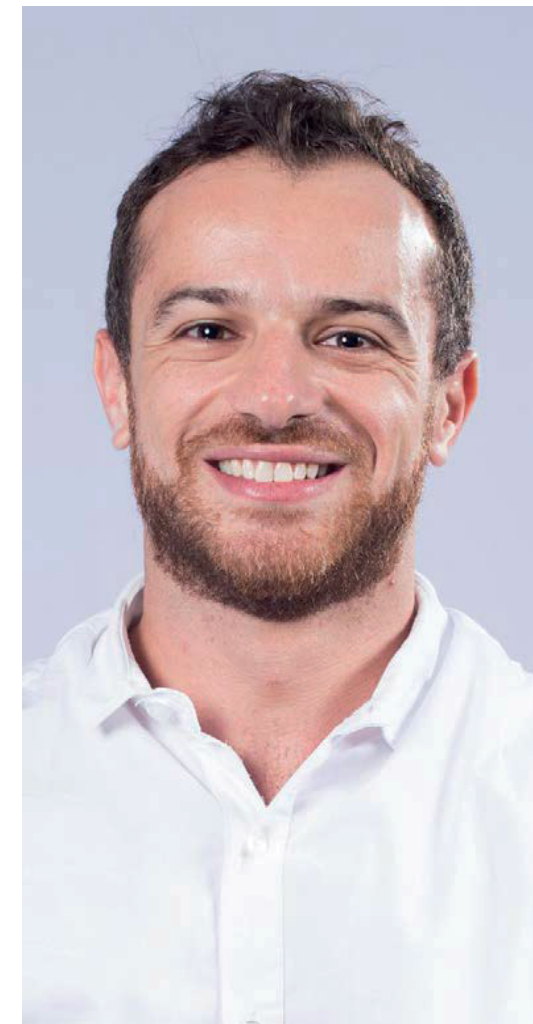
Secretário de Estado de
Desenvolvimento Econômico

É com muita alegria que lhes apresento o “**GUIA DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS PARA MUNICÍPIOS**”, fruto de um intenso trabalho de pesquisa e da prática da INVEST MINAS na atração de investimentos.

Este Guia se destina a gestores municipais e a quaisquer profissionais de outras organizações voltadas ao desenvolvimento econômico de territórios. Aqui você encontrará os tópicos principais para promover seu município para receber investimentos de segmentos e tamanhos diversos: Exemplos de legislações municipais pró-investimentos, como montar um time campeão, como apoiar o crescimento das empresas da cidade, como a INVEST MINAS pode ser seu parceiro e muito mais.

Tudo tratado de forma prática e simples. A INVEST MINAS trabalha arduamente pela atração de investimentos, desenvolvimento das empresas que já estão em Minas, pela diversificação da economia e pela geração de empregos, enfim, por uma maior qualidade de vida do povo mineiro. Reconheço que a vida e os negócios acontecem nos municípios e com este Guia a INVEST MINAS pretende dar a sua contribuição para tornar essa vida melhor.

Boa leitura e conte conosco!



JOÃO PAULO BRAGA

Diretor Presidente da INVEST MINAS

SUMÁRIO

BLOCO 1 - Apresentação do Tema

1.1 - O que é atração de investimentos?

1.2 - Quais as motivações para a empresa escolher um município?

1.3 - Quais resultados a atração de investimentos gera ao município?

BLOCO 2 - Construindo a Estratégia de Atração de Investimentos

2.1 - O que é estratégia?

2.2 - Como construir a estratégia de atração de investimentos do município em 4 passos?

2.3 - Avalie setores que o município possui o maior potencial para atrair, de acordo com 4 critérios

2.4 - Priorize os setores que o município deve focar as ações de atração de investimentos

BLOCO 3 - Tornando o município atrativo para receber empresas e negócios

3.1 - Conheça a arrecadação do município: o que é o VAF?

3.1.1 - Funcionamento do fluxo do VAF

3.1.2 - Como é apurado o VAF?

3.1.3 - Como a prefeitura pode acompanhar o VAF?

3.2 - Agenda de Infraestrutura

3.2.1 - Como priorizar uma agenda de infraestrutura

3.3 - Como montar um plano para viabilizar os recursos

3.3.1 - Principais fontes para os municípios

3.3.2 - Alternativas para viabilizar os recursos

3.4 - Incentivos para atrair empresas

3.4.1 - Quais incentivos a prefeitura pode oferecer?

3.4.2 - A quem deve oferecer?

3.4.3 - Quais as contrapartidas as empresas devem apresentar?

3.4.4 - Qual a melhor forma de fazer?

3.5 - Serviços públicos

3.5.1 - Como garantir serviços públicos de qualidade?

3.5.2 - Monitore a disponibilidade e qualidade da energia no município

3.6 - Tenha uma legislação municipal e procedimentos amigáveis para expansão da rede de internet

3.7 - Trabalhe para melhorar a qualidade de vida no município

BLOCO 4 - Estruturando processo, equipe e ferramentas

4.1 - Quais são as etapas e os marcos mais importantes?

4.2 - Equipe

4.2.1 - Quais competências e comportamentos a equipe deve demonstrar?

4.3 - Ferramentas de prospecção

4.3.1 - Quais ferramentas podem ajudar?

4.4 - Como você pode gerenciar o processo

BLOCO 5 - Construindo uma proposta de valor para convencer empresas e investidores

5.1 - Proposta de valor

5.1.1 - O que é uma proposta de valor?

5.1.2 - Como construir uma proposta de valor?

5.1.3 - Canvas proposta de valor

5.2 - Conectando e facilitando

5.2.1 - Como estabelecer canais de contato com empresas para atrair investimentos?

BLOCO 6 - Construindo uma identidade

6.1 - O local e sua marca

6.1.1 - A importância da marca local

6.1.2 - Elementos para criar a marca local

BLOCO 7 - Como a INVEST MINAS pode te ajudar?

7.1 - Como invest minas pode ajudar na prospecção

7.2 - Minas Maps

7.3 - Nossas redes

7.4 - Incentivos federais e estaduais

BLOCO 8 - Modelo de decreto de incentivos fiscais para a atração de investimentos

BLOCO 1

Apresentação do Tema

1.1 - O QUE É ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS?

Construir um município próspero, que ofereça boas oportunidades de trabalho e de vida para seus moradores, depende necessariamente de uma comunidade de negócios forte e saudável. Para desenvolver essa comunidade de negócios e criar uma dinâmica empresarial capaz de criar as oportunidades necessárias, cidades de todo mundo têm formulado e implementado suas políticas de atração de investimento. A prática se torna ainda mais importante num contexto de competição acentuada entre cidades e países. Se a cidade não consegue oferecer as condições necessárias para que determinada empresa realize seus negócios, a empresa irá procurar uma nova localidade.

Atrair (ou promover) investimentos significa realizar iniciativas para possibilitar o desenvolvimento e dinamização de negócios e, com isso, gerar empregos e renda. O foco é fortalecer as empresas no município, ampliando a base empresarial e a competitividade das empresas.

Existe mais de uma forma através da qual o investimento privado pode acontecer.

A atração de uma nova empresa para o município. Neste caso, a empresa originária de outra cidade, estado ou país realiza novos investimentos para estabelecer operações na localidade. Pode ser um novo escritório administrativo, um centro de distribuição ou uma nova planta produtiva. Essa nova empresa vai trazer dinheiro novo e gerar novos empregos na localidade.

Expansão das empresas locais. Neste caso, uma empresa que já está estabelecida na localidade toma a decisão de investir para crescer seus negócios e ampliar seus mercados. Com isso, ela irá contratar novos funcionários, promover antigos e com isso criará novas oportunidades.

Empreendedorismo Local. Neste caso, alguém que reside na localidade decide criar uma empresa nova.

Fusões, Aquisições e Joint Ventures. Nestes casos, uma empresa de fora da localidade se junta a uma empresa local. Essa combinação pode se dar de 3 formas:

- As empresas se juntam formando uma terceira e nova empresa (**fusão**);
- A empresa de fora compra o controle acionário da empresa local (**aquisição**);
- Ou as empresas celebram um contrato para divisão de recursos e responsabilidades em um empreendimento comum (**Joint Venture**).

1.2 - Quais as motivações para a empresa escolher um município?

- ▶ Acessar novos clientes e novos mercados;
- ▶ Reduzir custos de produção e com isso se tornar mais competitiva - exemplo: custos de imóveis, de construção, da mão de obra, do transporte, dos insumos, dos impostos, etc.;
- ▶ Obter boa mão de obra – disponibilidade, qualidade e produtividade;
- ▶ Acessar recursos naturais ou insumos estratégicos para seus produtos – exemplo: uma mineração de fosfato para uma indústria de fertilizantes;
- ▶ Usufruir de logística e infraestrutura que amplie a competitividade dos negócios – exemplos: energia com estabilidade; acessos a conexões rodoviárias, ferroviárias, aéreas e portuárias, etc.;
- ▶ Estar em um local com segurança, bom ambiente político (estabilidade e índices de corrupção) e clima de negócios;
- ▶ Oferecer qualidade de vida aos empregados da empresa – segurança, opções de lazer, comércio e cultura, níveis de internacionalização, etc.;
- ▶ Boa recepção e experiência no processo de escolha da localidade - exemplos: serviços de apoio ao investidor, tais como os prestados pelas agências de promoção de investimentos.

1.3 - Quais resultados a atração de investimentos gera ao município?

- ▶ Geração de novos empregos na cidade;
- ▶ Geração de dinheiro novo, mais renda na cidade;
- ▶ Incremento da arrecadação de tributos municipais;
- ▶ Geração de novos negócios para as empresas locais;
- ▶ Empreendimentos viabilizadores de novos investimentos como a construção de galpões e condomínios logísticos.

BLOCO 2

Construindo a Estratégia de
Atração de Investimentos

2.1 - O QUE É ESTRATÉGIA?

A estratégia é a organização dos recursos que se possui em torno de cursos de ação possíveis para alcançar objetivos desejados.

2.2 - COMO CONSTRUIR A ESTRATÉGIA DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS DO MUNICÍPIO EM 4 PASSOS?

Passo 1 Entreviste especialistas para identificar pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças para o município

A QUEM ENTREVISTAR?

Empresas do Município;
Associações Empresariais Locais;
Federação das Indústrias;
SEBRAE;
INVEST MINAS;
Time da Prefeitura;
Vereadores;
Pessoas que conheçam o município e tenham visão empresarial.

Passo 2 Construa a matriz swot do município, com base nas entrevistas realizadas

Análise SWOT

Uma análise SWOT refere-se a uma avaliação dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças que enfrentam um município quando se procura atrair investimentos;

É normalmente o primeiro passo para o desenvolvimento de uma estratégia de promoção de investimentos, porque uma análise SWOT fornece uma perspectiva geral da posição da cidade na concorrência pela atração de investimentos.

IMPORTANTE:

Pensar em como a cidade se compara com suas competidoras. Como a sua cidade se classifica em relação a outras cidades semelhantes - que são geralmente aquelas no mesmo país/região, que possuem atividades econômicas semelhantes, ou oportunidades semelhantes.

	Positivo	Negativo
Interna	Forças (Enfatizar)	Fraquezas (Moderar)
Externa	Oportunidades (Aproveitar)	Ameaças (Minimizar)

Capacidade interna

- Forças
- Fraquezas

Capacidade externas

- Oportunidades
- Ameaças

A estratégia pode ser construída com base na tabela abaixo:

	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
O que são?	São os recursos, habilidades, experiências ou outros fatores dentro de uma cidade que são superiores a características semelhantes em cidades concorrentes.	São características de uma cidade ou características do contexto político que se comparam desfavoravelmente com cidades concorrentes.	São as mudanças positivas externas (de negócios, mercado e economia) que podem ser perseguidas por uma cidade, e que têm o potencial de gerar novos investimentos.	São os desenvolvimentos externos potencialmente negativos que podem reduzir uma competitividade da cidade e/ou visibilidade para os investidores.
Exemplos	<p>Acesso a um grande e crescente mercado consumidor;</p> <p>Disponibilidade de terrenos industriais, locais ou escritórios adequados;</p> <p>Uma grande força de trabalho qualificada e prontamente disponível.</p> <p>Energia de baixo custo;</p> <p>Infraestrutura de transporte e TIC de alta qualidade (por exemplo, largura de banda da Internet).</p>	<p>Infraestruturas de transportes e telecomunicações subdesenvolvidas ou mal mantidas;</p> <p>Acesso difícil;</p> <p>Fornecimento de energia pouco viável;</p> <p>Um governo ou sistema legal corrupto e/ou imprevisível da cidade;</p> <p>Mão de obra pequena, pouco instruída ou pouco confiável.</p>	<p>Setores em crescimento (e-commerce, saúde);</p> <p>Novas rotas de transporte e logística, proporcionando novas vias para o turismo e os investimentos;</p> <p>Grandes projetos na cidade, tais como um novo porto, zona franca, desenvolvimento imobiliário, ou universidade, que pode agir como um poderoso catalisador para o investimento interno.</p>	<p>Um abrandamento significativo e prolongado do crescimento econômico e do investimento;</p> <p>O destaque de novas cidades concorrentes, com melhores recursos, na mesma região;</p> <p>Declínio de setores com os quais o município possui vínculo.</p>

2.3 - AVALIE SETORES QUE O MUNICÍPIO POSSUI O MAIOR POTENCIAL PARA ATRAIR, DE ACORDO COM 4 CRITÉRIOS



2.4 - PRIORIZE OS SETORES QUE O MUNICÍPIO DEVE FOCAR AS AÇÕES DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS, COM AJUDA DA TABELA A SEGUIR

CRITERIOS					RESULTADOS	
Setores Avaliados	Principais setores da localidade (realidade atual)	Setores que se alinham com os pontos fortes da localidade	Setores em expansão. Mercado em crescimento	Setores transversais, com maior potencial de contribuição para a economia local	Pontuação	Classificação
Agronegócio	2	2	2	2	8	1
Cervejarias	1	2	2	2	7	2
Embalagens	0	2	2	2	6	3
Energia Solar	0	0	2	2	4	5
Automotivo	1	2	0	1	4	5
Eletrodomésticos	1	1	1	1	4	5
Farmacêuticos	2	2	2	1	7	2
Fertilizantes	0	2	2	1	5	4
E-commerce	1	2	2	1	6	3
Educação	0	1	1	2	4	5
Imobiliário	0	1	1	2	5	4
Call Center	0	1	2	2	5	4

0 = Não alinhado ao critério
 1 = Alinhado ao critério
 2 = Super alinhado ao critério

IMPORTANTE:

Eleger os setores prioritários não significa abandonar os demais setores. Diz respeito a direcionar melhor os esforços proativos na busca por empresas;
 Todo tipo de negócio, desde que atendidas determinadas condições ambientais e de trabalho, são bem vindos.

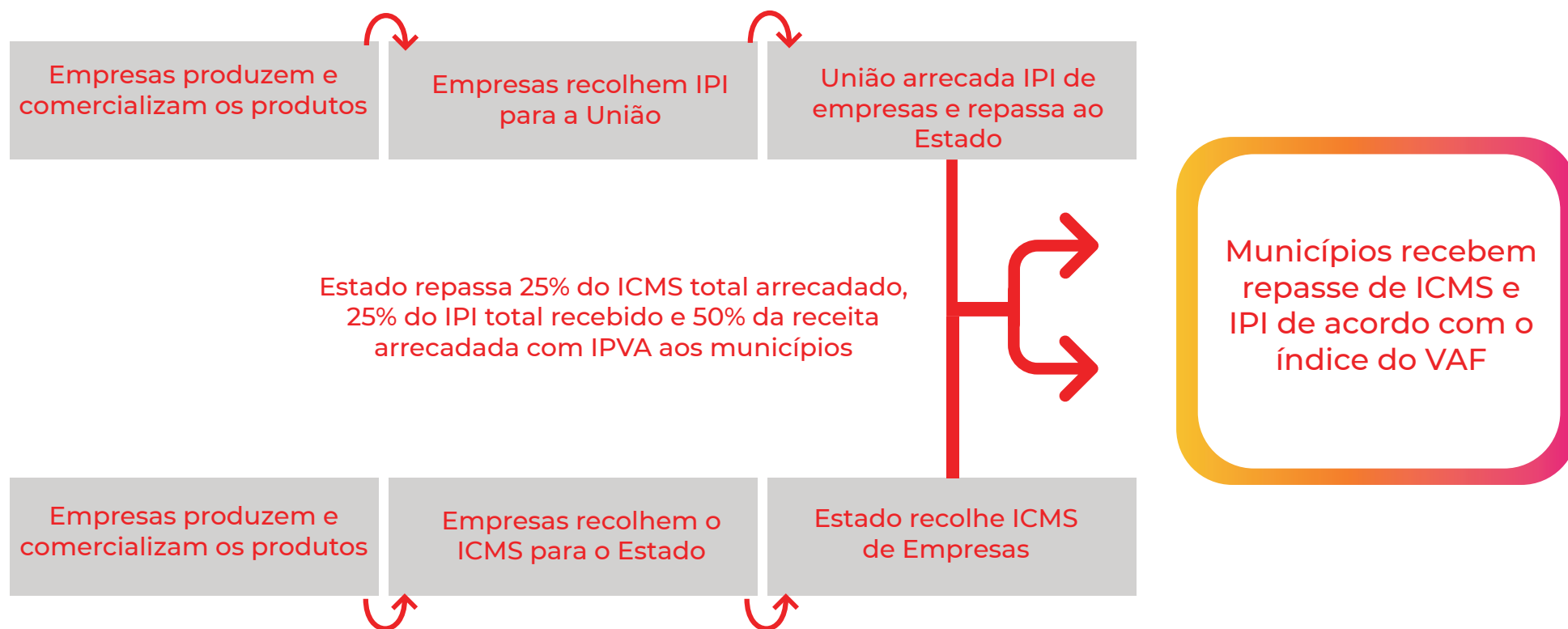
BLOCO 3

Tornando o município atrativo para
receber empresas e negócios

3.1- Conheça a arrecadação do município: o que é o VAF?

O **valor adicionado fiscal (VAF)** é calculado anualmente pelo Governo do Estado. É um índice formado pelas informações dos contribuintes relativo aos seus movimentos econômicos, que servirá de base para os repasses constitucionais sobre os valores das receitas de impostos recolhidos pelos **Estados (ICMS)** e pela **União (IPI)**.

3.1.1 - FUNCIONAMENTO DO FLUXO DO VAF



Quanto mais alto for o índice de um município, maior será o valor a receber e a disponibilidade de recursos para investimentos públicos que melhoram as condições de vida dos moradores do município. A receita pode ser aplicada nos setores sociais, educacionais e de infraestrutura, revertendo esses benefícios a todos os cidadãos

3.1.2- COMO É APURADO O VAF?

O VAF é apurado com base nas Declarações sujeitas à entrega anual e obrigatória para todos os contribuintes do ICMS a saber:

- ▶ Declaração Anual do Movimento Econômico e Fiscal – DAMEF/VAF, entregue pelos contribuintes enquadrados nos regimes débito/crédito ou isento/imune à Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais;
- ▶ Declaração de Informações Socioeconômicas e Fiscais – DEFIS (módulo PGDAS-D), para os contribuintes enquadrados no regime Simples Nacional;
- ▶ Declaração anual para o microempreendedor individual – DASN SIMEI, para os contribuintes cadastrados como Microempreendedor Individual, entregue à Secretaria da Receita Federal.

Quanto mais declarações forem entregues, com informações precisas e corretas, **maior será o índice que o Município apresenta**, e, conseqüentemente, maior serão os valores de receitas que poderá receber.

3.1.3- COMO A PREFEITURA PODE ACOMPANHAR O VAF?

O acompanhamento dos cálculos do VAF podem ser feitos pelo site da Secretaria de Estado de Fazenda (SEF/MG)

Que ações a prefeitura pode realizar para incrementar o VAF?

- ▶ Estimular a produção regional para que as empresas localizadas no município elevem a arrecadação.
- ▶ Manter a estrutura fazendária municipal atenta e acompanhando as resoluções publicadas pela SEF/MG.
- ▶ Estimular que as empresas locais entreguem todas as declarações dentro do prazo.
- ▶ Promover cursos e treinamentos para capacitar os servidores municipais para apurar e acompanhar as atualizações dos índices de VAF.
- ▶ Realizar parcerias com outros municípios para acompanharem conjuntamente as resoluções da SEF/MG bem como atuarem coletivamente para apurar e encontrar possíveis melhorias para incrementar a arrecadação municipal.

3.2 - AGENDA DE INFRAESTRUTURA

3.2.1 - COMO PRIORIZAR UMA AGENDA DE INFRAESTRUTURA

- I) Comece resgatando os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças identificadas durante a elaboração da estratégia de atração de investimentos. Quais desses pontos estão relacionadas a intervenções ligadas a infraestrutura?
- II) Tendo em mente aqueles setores que você elegeu como prioritários para a atração de investimentos, identifique as obras de infraestrutura, com a capacidade de alavancar a capacidade logística do município. Quais são as intervenções mais críticas para atender às necessidades dos meus setores alvos?
- III) Consulte especialistas para estimar preliminarmente os custos dessas intervenções. Para começo de conversa, uma estimativa é suficiente;
- IV) Organize as intervenções de acordo com a competência administrativa: O que é de competência municipal, estadual, federal ou privada (no caso de concessões)?



3.3 - COMO MONTAR UM PLANO PARA VIABILIZAR OS RECURSOS

3.3.1 - PRINCIPAIS FONTES PARA OS MUNICÍPIOS

Para intervenções de competência do município, buscar a captação e orçamentação dos recursos. As principais fontes são:

- I) Recursos próprios do município;
- II) Convênios com outros entes federativos;
- III) Emendas parlamentares;
- IV) Financiamentos de bancos de desenvolvimento ou comerciais;
- V) Operações urbanas (módulo planejamento urbano);
- VI) Concessões;
- VII) Parcerias público privadas;
- VIII) Parcerias de reembolso tributário.



3.3.2 - ALTERNATIVAS PARA VIABILIZAR OS RECURSOS

Para intervenções de competência estadual ou federal:

- I) No caso de competência dos demais entes federativos, empreender uma agenda política (lobby) para que tais intervenções possam ser priorizadas;
- II) O município pode de igual maneira ter uma ação auxiliar voltada a captação dos recursos para a intervenção;
- III) Decreto de Reembolso Tributário Estadual para empresas que realizam grandes investimentos (em elaboração).



3.4 - INCENTIVOS PARA ATRAIR EMPRESAS

3.4.1 - QUAIS INCENTIVOS A PREFEITURA PODE OFERECER?

CASE UBERABA

(LEI MUNICIPAL N.º 13.152/2019)

- I) Descontos ou isenções em tributos de competência municipal (IPTU, ISSQN e ITBI);
- II) Cessão, pela prefeitura, de terreno para implantação de unidades de produção das empresas;
- III) Execução de serviços de limpeza e preparo de terreno (incluindo terraplanagens) para instalação das empresas;
- IV) Construção de via pública de acesso aos empreendimentos;
- V) Construção de rede de coleta de águas pluviais e de esgoto sanitário na área pública externa ao empreendimento;
- VI) Alimentação de energia elétrica até os limites da área cedida, assim como implantação ou expansão de redes telefônicas.

3.4.2 - A QUEM DEVE OFERECER?

CASE GOVERNADOR VALADARES

(LEI N.º 6206, DE 21 DE JUNHO DE 2011)

Art. 1º As empresas industriais e as prestadoras de serviço de qualquer natureza que se instalarem em Governador Valadares a partir da promulgação desta Lei poderão usufruir dos seguintes benefícios (...).

CASE JUIZ DE FORA

(LEI 13.207/2015)

- I) Permite à prefeitura devolver às empresas, a título de reembolso, parcela do Valor Adicionado Fiscal de ICMS gerado pela empresa ao município (cota parte).
Aplica-se a:
 - II) reembolso das despesas relativas à aquisição do terreno necessário à
 - III) implantação ou ampliação de sua unidade industrial, comercial, de serviços ou mista;
 - IV) reembolso das despesas relativas à execução dos serviços de terraplenagem em área adquirida;
 - V) reembolso relativo à execução de obras em vias públicas, objetivando melhorar o acesso à unidade respectiva, bem como para facilitar o escoamento da sua produção;
 - VI) reembolso de despesas com obras de natureza pública de infraestrutura necessários à implantação ou ampliação de sua atividade econômica no Município.

3.4.3 - QUAIS AS CONTRAPARTIDAS AS EMPRESAS DEVEM APRESENTAR?

CASE UBERABA

(LEI MUNICIPAL N.º 13.152/2019)

- I) Capacidade de Geração de Empregos.
- II) Nível do Investimento;
- III) Nível do Faturamento;
- IV) Nível de contribuição à arrecadação do município;
- V) Aspectos Estruturantes;
- VI) Capacidade de geração de tecnologia e/ou inovação;
- VII) Empresa do Segmento Turístico;
- VIII) Empresa com Investimento em Programas de Qualidade e Produtividade;
- IX) Empresa com Investimento em Programas de Preservação Ambiental;
- X) Balanço Social;
- XI) Empresa com Investimento em Formação de Mão-de-Obra Especializada;
- XII) Empresa com parceria institucional voltada para o fomento do desenvolvimento socioeconômico e tecnológico do município.



CASE GOVERNADOR VALADARES

(LEI Nº 6206, DE 21 DE JUNHO DE 2011)

Art. 2º Para fazer uso dos benefícios do Art.1º, as empresas terão que atender os seguintes requisitos:

- I - Capacidade mínima de 50 (cinquenta) empregos diretos iniciais para cada benefício solicitado;
- II - Utilizar matéria prima local ou regional, quando encontrada;
- III - Satisfaçam as disposições pertinentes à preservação ambiental;
- IV - Instaladas preferencialmente no Distrito Industrial ou outras áreas pré aprovadas pelo município.

3.3.4 - QUAL A MELHOR FORMA DE FAZER?

INCENTIVOS, SEGURANÇA JURÍDICA E AMBIENTE DE NEGÓCIOS...

- I) **LEI MUNICIPAL ÚNICA:** segurança jurídica, previsibilidade, isonomia e agilidade
- II) **EQUILÍBRIO:** incentivos são condicionados ao impacto que aquela empresa e aquele projeto irão gerar no município;
- III) **OBJETIVIDADE MAS COM ALGUMA FLEXIBILIDADE:** é interessante deixar alguma margem de escolha para abrigar projetos e empresas fora da caixa, que não se enquadram nos critérios estabelecidos mas podem trazer benefícios para a cidade. Criar mecanismo para que um órgão colegiado (Conselho do Desenvolvimento Econômico) possa decidir casos que fogem a regra.

Os estímulos econômicos e incentivos fiscais são definidos na **tabela 4 "Tabela de Indicadores de Benefícios Máximos"** em função da pontuação final assim obtida:

ESTÍMULOS ECONÔMICOS

INCENTIVOS FISCAIS

ESTÍMULOS ECONÔMICOS					INCENTIVOS FISCAIS		
Pontos	% Terreno	Limpeza do Terreno	Acessos	IPTU (Anos)	ISSQN na obra do beneficiário	ITBI	CRÉDITO TRIBUTÁRIO ICMS (Anos)
181 a 200	100	☑	☑	10	☑	☑	10
161 a 180	80			8			8
141 a 160	70		7	7			
121 a 140	60		6	6			
101 a 120	50		5	5			
81 a 100	40	☒	✗	4	☑	☑	4
61 a 80	30			3			3
41 a 60	20			2			2
21 a 40	10	☒	✗	1	☒	☒	1

3.5 - SERVIÇOS PÚBLICOS

3.5.1- COMO GARANTIR SERVIÇOS PÚBLICOS DE QUALIDADE?

Serviços públicos de má qualidade ou em escassez são entraves muito comuns para atrair empresas e investimentos. A prefeitura deve monitorar a qualidade junto aos provedores de serviços (água, energia, gás, internet) e seus clientes.

3.5.2 - MONITORE A DISPONIBILIDADE E QUALIDADE DA ENERGIA NO MUNICÍPIO

CEMIG (ou outra distribuidora de energia):

Acompanhar plano de investimento da companhia confrontando com a perspectiva de incremento da demanda das principais empresas consumidoras da cidade. A prefeitura pode buscar coordenar um alinhamento entre o crescimento da demanda por parte das empresas e o tempo de resposta da CEMIG para realizar os investimentos necessários.

Mapa de Disponibilidade pode ser consultado no link a seguir:

<https://geo.cemig.com.br/mca>



3.6 - TENHA UMA LEGISLAÇÃO MUNICIPAL E PROCEDIMENTOS AMIGÁVEIS PARA EXPANSÃO DA REDE DE INTERNET

Para a composição do ranking são avaliadas informações sobre restrições (legislação), burocracia, prazo, onerosidade e efetividade para a implantação de infraestrutura de telecom.



POSIÇÃO NO RANKING

As que mais avançaram no ranking:

Cidade	Ranking 2020	Ganho Posições 2020	Nota 2020	Alteraram Legislação
Santo André	16	32	3,1	✓
João Pessoa	15	73	3,1	
Feira de Santana	10	39	3,2	
Betim	20	37	3,0	
Ribeira Preto	53	25	2,6	
Joinville	35	22	2,9	
Bauru	8	21	3,2	✓
Belém	52	20	2,7	
Curitiba	5	20	3,4	
Salvador	25	20	3,0	

PRINCIPAIS PROBLEMAS COM AS 10 ÚLTIMAS

Prazo	<ul style="list-style-type: none"> 100% levam mais de 6 meses para emitir uma autorização.
Burocracia	<ul style="list-style-type: none"> 100% exigem mais de um documento para a instalação das antenas; 70% exigem novo licenciamento para incluir nova tecnologia ou infraestrutura 60% não determinam prazo para a resposta aos requerimentos.
Restrições	<ul style="list-style-type: none"> 70% estabelecem recuos impeditivos acima de 5 metros laterais, frontais e fundos; 70% estabelecem distância mínima entre antenas; 60% exigem requisitos de licença ambiental de forma ampla e distanciamento entre antenas e edificações (Ex: hospitais e escolas).
Onerosidade	<ul style="list-style-type: none"> 90% exigem diversos estudos/laudos ambientais, estruturais, etc); 80% têm prazos para renovação de autorização menores que 10 anos.

QUEM É BENCHMARK?

Exemplos

- Betim: Lei Municipal 6.545/2019 de Betim;
- Santo André: Lei de Antenas 2020.

As 10 primeiras colocadas

Cidade	Ranking 2020	Ganho Posições 2020	Nota 2020
São José dos Campos	1°	0	3,9
Uberlândia	2°	0	3,9
Porto Alegre	3°	1	3,7
Cascavel	4°	1	3,5
Curitiba	5°	20	3,4
Ribeirão das Neves	6°	2	3,4
Jaboatão dos Guararapes	7°	0	3,4
Bauru	8°	22	3,2
Santarém	9°	9	3,2
Feira de Santana	10°	39	3,2

nota limite: 4,0

3.7 - TRABALHE PARA MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA NO MUNICÍPIO

As empresas buscam localidades onde seus funcionários vão se sentir seguros e viver com qualidade;

A prefeitura deve monitorar e criar mecanismos para melhoria contínua dos indicadores de segurança pública, educação, saúde e outras. Deve oferecer espaços públicos de qualidade, opções de lazer e outros atrativos que façam empresas e funcionários querer morar ali.



Praça - Varginha



Praça - Poços de Caldas



Condomínio - Nova Lima



Gastronomia típica - Setur

BLOCO 4

Estruturando Processo, Equipe e
Ferramentas

4.1 - QUAIS SÃO AS ETAPAS E OS MARCOS MAIS IMPORTANTES?

Marco 1
Negociação Iniciada Projeto Promissor

Marco 2
Investimentos Formalizados

Marco 3
Implantação Iniciada

Marco 4
Operação Iniciada

Prospecção de Investimentos

Negociação

Implantação

Operação

Principais Atividades

Acompanhar movimentos de mercado
Criar uma mensagem atrativa para abordagens na empresa
Selecionar e abordar empresas e executivos alvos

Compreender as necessidades do negócio
Construir uma proposta de valor clara e aderente
Conhecer os concorrentes e suas propostas
Manter contato ativo com a empresa e parceiros para construir a melhor oferta (sem ser chato)

Garantir cumprimento dos compromissos assumidos
Acompanhar e apoiar a empresa na solução de eventos inesperados
Comunicar o sucesso da implantação para gerar agenda positiva

Celebrar o início das operações e promover agenda positiva
Visitar a empresa periodicamente para ver se está tudo bem
Mapear fornecedores e clientes para identificar novas oportunidades

Ferramentas

Veículos especializados em negócios, especializados com foco nos setores alvos
Linkedin
Eventos e feiras de negocios
Vídeo promocional do município

Plano de negócios da empresa
Canvas Proposta de valor
Lei municipal de incentivos

Competências de equipe

Ter os olhos e ouvidos atentos ao mercado
Estar atento e ter perspicácia para compreender movimentos de mercado e com isso capturar novas oportunidades de investimento

Flexibilidade e rápida capacidade de resposta
Estar legitimada pelas lideranças da prefeitura e do setor privado local
Ter conhecimento gerencial para compreender a dinâmica e necessidade do negócio
Ser bom vendedor

Flexibilidade e rápida capacidade de resposta
Estar legitimada pelas lideranças da prefeitura e do setor privado local
Ser resolvidor

Estar legitimada pelas lideranças da prefeitura e do setor privado local
Estar atento a ter perspicácia para compreender movimentos de mercado e com isso capturar novas oportunidades de investimentos

Como a Invest Minas pode ajudar

INVEST MINAS Maps: base de áreas para site location
Eventos e Promoção (#VemPraMinas)
Redes Sociais e Publicações (Why MG)
Convide o Invest Minas para abordagens conjuntas a empresas alvo

interlocução com órgãos estaduais e federais
Informações para proposta de valor. Ex: incentivos fiscais

Interlocução com orgãos estaduais e federais

Interlocução com orgãos estaduais e federais
Eventos e Promoção (#VemPraMinas)
Redes Sociais e Publicações (Why MG)

4.2 - EQUIPE

4.2.1- QUAIS COMPETÊNCIAS E COMPORTAMENTOS A EQUIPE DEVE DEMONSTRAR?

A equipe de promoção de investimentos deve reunir competências e habilidades que possibilitem apoiar o investidor e empreendedor nas diferentes fases do investimento. Além disso, deve estar empoderada pelo prefeito para atuar junto aos demais órgãos da prefeitura para destravar e facilitar a vida do empreendedor.

SEIS CAPACIDADES DE UMA EQUIPE DE NEGÓCIOS DE SUCESSO	
Olhos e ouvidos para o mercado	Agir sobre as mudanças no mercado e capturar novas oportunidades de investimento.
Mentalidade e habilidades empresariais	Gerenciar a relação comercial com o investidor e entender seu modelo e necessidades de negócios
Marketing e comunicação	Alcançar um mercado competitivo e controlar o fluxo de informações ao longo de todo o processo de investimento.
Capacidade de resposta e flexibilidade	Agir rapidamente em caso de solicitações e formar ofertas sob medida em um curto espaço de tempo.
Bem conectado e legitimado	Para mobilizar a liderança local quando necessário e formar as alianças necessárias.
Conhecimento nas áreas de especialização	Para atender às necessidades dos investidores em termos de informações e orientações especializadas e detalhadas.

4.3 - FERRAMENTAS DE PROSPECÇÃO

4.3.1- QUAIS FERRAMENTAS PODEM AJUDAR?

Uma série de ferramentas pode auxiliar no processo de intensificação do contato da equipe com a atração de investimentos. Dentre eles, destacam-se o acompanhamento de portais de notícia especializados em questões de economia e investimentos.

O contato com esses portais possibilita o conhecimento de oportunidades tanto de melhoria do ambiente de negócios, quanto de empresas que estão buscando expandir suas atividades e que poderiam ser contatadas pelo município.

ECONÔMICO
Valor

Atacadão quer saltar de 214 lojas para 250 até fim do ano, diz presidente

"Estamos investindo quando todo mundo vai na contramão", disse Roberto Müssnich na Live do Valor



Minas Gerais é onde a indústria farmacêutica mais cresce no Brasil

FÁBIO REIS | MERCADO FARMACÊUTICO | 20 AGOSTO 2019
ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO: 20 AGOSTO 2019

Curir 221 | Compartilhar | Tweetar | Compartilhar | Whatsapp



TRIBUTÁRIO

Regime especial ajuda empresas de e-commerce a reduzirem impacto tributário em MG

Redução varia de acordo com a atividade e volume de vendas de empresas que comercializam majoritariamente para fora do estado.

DIÁRIO DO COMÉRCIO **exame.**
Minas é o nosso negócio

Brazil Journal

ISTOÉ
Dinheiro

4.4 - COMO VOCÊ PODE GERENCIAR O PROCESSO

Marco 1
Negociação Iniciada
Projeto promissor

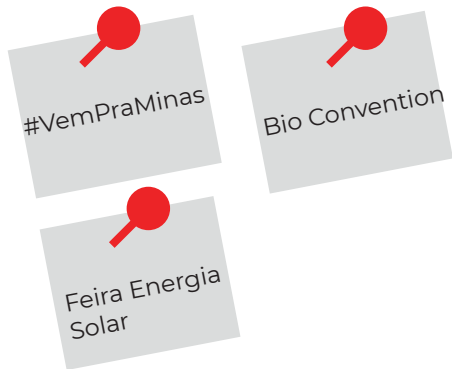
Marco 2
Investimentos Formalizados

Marco 3
Implantação Iniciada

Marco 4
Operação Iniciada



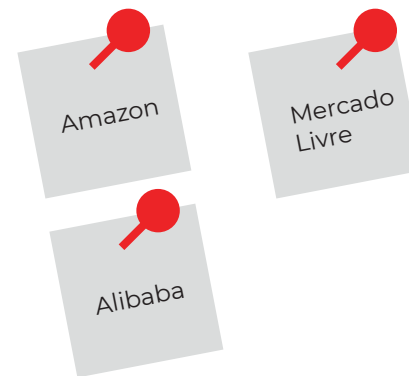
EVENTOS



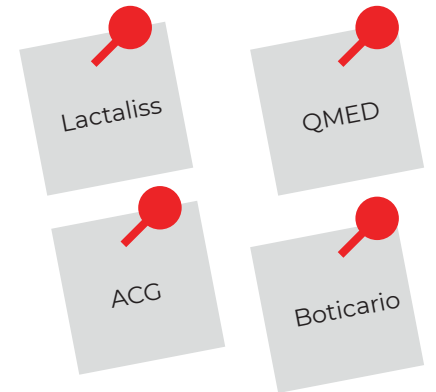
EMPRESAS EM NEGOCIAÇÃO



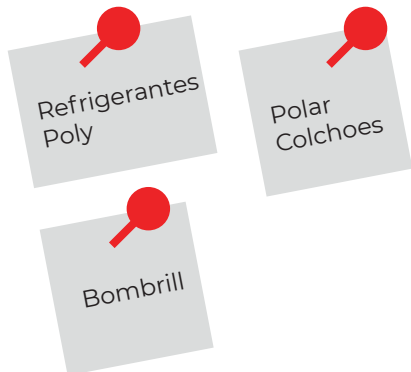
EMPRESAS EM IMPLANTAÇÃO



VISITAS PROGRAMADAS



EMPRESAS ALVOS



COMPROMISSOS PENDENTES



BLOCO 5

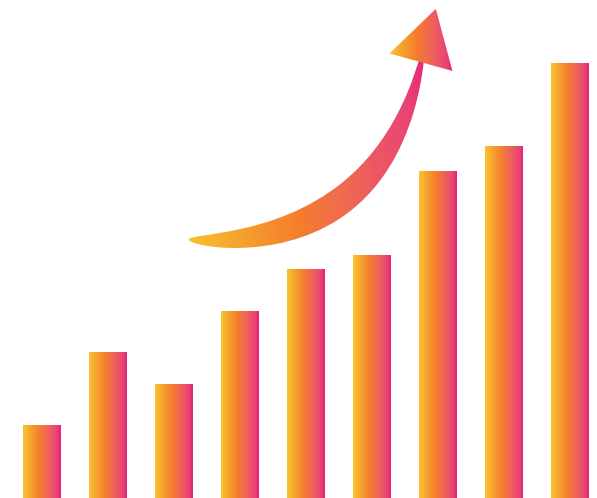
Construindo uma proposta de valor para
convencer empresas e investidores

5.1- PROPOSTA DE VALOR

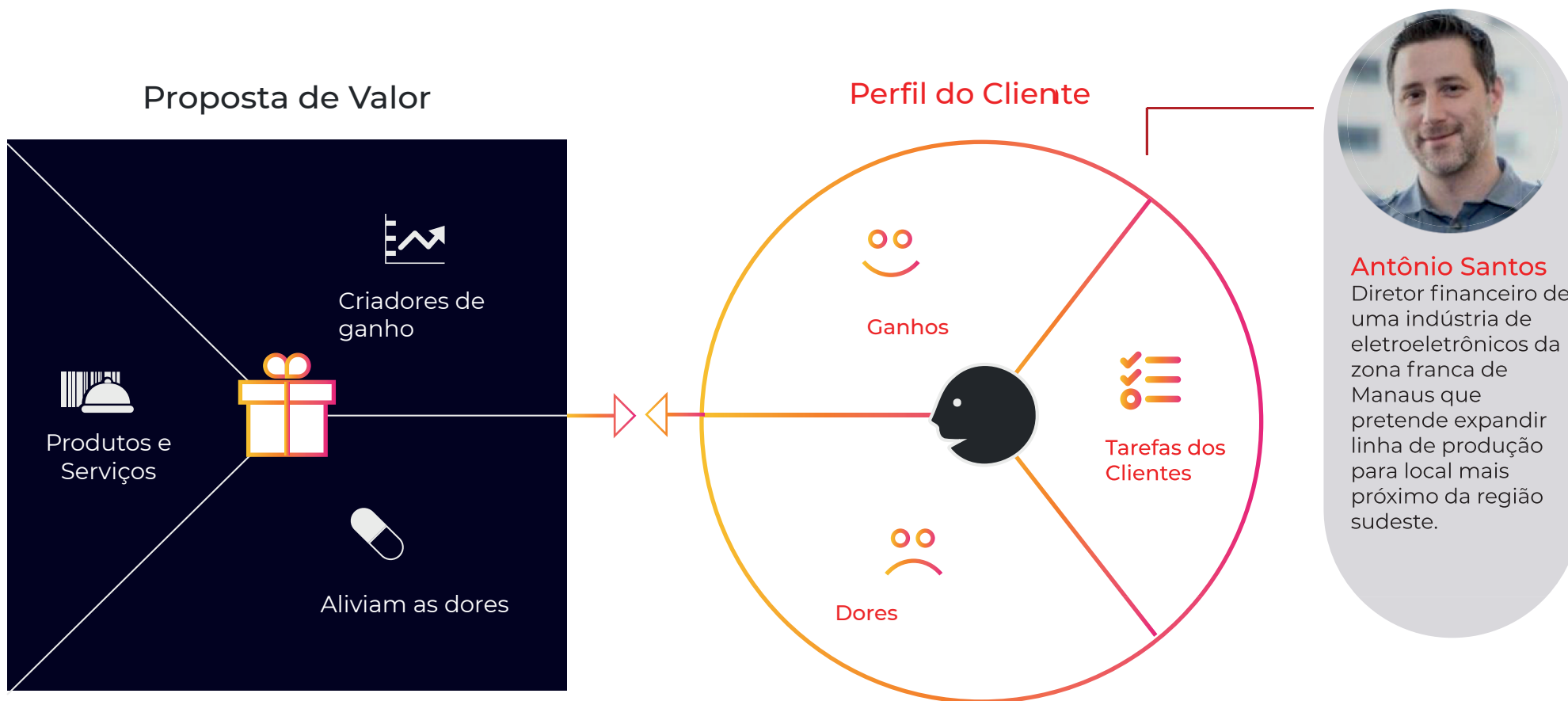
5.1.1- O QUE UMA PROPOSTA DE VALOR?

A PROPOSTA DE VALOR É....

- ▶ O conjunto de vantagens que o município oferece a um segmento de negócio ou especificamente a uma empresa. Essa proposta de valor vai determinar os motivos pelos quais a empresa deve escolher seu município e não outro;
- ▶ A proposta deve considerar de forma objetiva e direta como os benefícios que seu município oferece vão atender as expectativas da empresa, gerando ganhos e resolvendo as dores daquele negócio.



5.1.2- COMO CONSTRUIR UMA PROPOSTA DE VALOR?



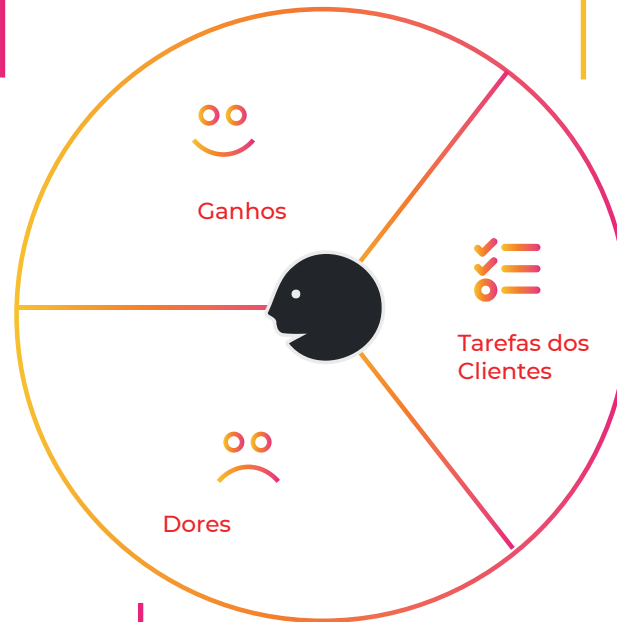
Ganhos:

- Quais formas de economizar fariam seus clientes felizes?
- Quais resultados seus clientes esperam ter e o que iria além das expectativas deles?
- Quais soluções atuais encantam seus clientes?
- O que faria as tarefas dos seus clientes mais fáceis para eles?
- Quais consequências positivas seus clientes desejam?
- O que os seus clientes estão procurando?
- Como seu cliente mede o sucesso e o fracasso?
- O que aumentaria as chances do seu cliente adotar uma solução?

Dores:

- O que o seu cliente acha muito caro?
- O que faz o seu cliente se sentir mal?
- Como soluções atuais estão deixando a desejar para seus clientes?
- Quais são as principais dificuldades e desafios que seus clientes encontram?
- Quais as consequências sociais negativas que seus clientes enfrentam ou têm medo de enfrentar?
- Quais os riscos seus clientes têm medo?
- Quais os erros comuns que seus clientes cometem?
- Quais barreiras estão evitando que seus clientes adotem novas soluções para seus problemas?

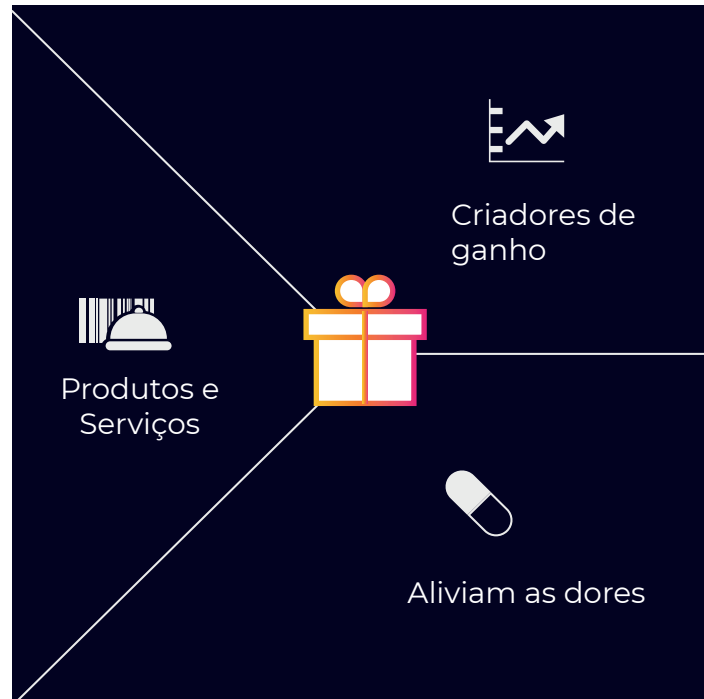
Perfil do Cliente



Tarefas do Cliente:

- Quais tarefas funcionais seus clientes estão tentando realizar?
- Quais tarefas sociais seus clientes estão tentando realizar?
- Quais tarefas emocionais estão tentando realizar?

Proposta de Valor



Produtos e Serviços:

■ Agora que você já desenhou o perfil do seu alvo, vamos atacar a proposta de valor. Novamente, você precisa olhar três diferentes aspectos. O primeiro passo é listar todos os produtos e serviços em que sua proposta de valor esta baseada. O QUE A CIDADE OFERECE?

■ Pergunte a si mesmo, quais produtos e serviços você oferece que podem ajudar seus clientes a realizar tarefas de ordem funcional, social e emocional?

■ Produtos e serviços podem ser tangíveis (ex: terreno, incentivo fiscal etc.) ou intangível (boa inter-locação, bom atendimento, confiança)

■ Ranqueie todos os produtos e serviços de acordo com a importância deles para o seu consumidor. Eles são cruciais ou triviais para eles?

Criadores de Ganho (sua oferta...)

- produzem resultados que seus clientes esperam ou que vai além de suas expectativas?
- copiam ou fazem melhor do que
- ofertas atuais que encantam seus clientes? (municípios concorrentes)
- fazem as tarefas do seu cliente ou a vida deles mais fácil?
- criam consequências sociais positivas desejadas por seus clientes?
- produzem resultados positivos que combinam com critérios de sucesso ou fracasso?

Aliviadores de Dores (sua oferta...)

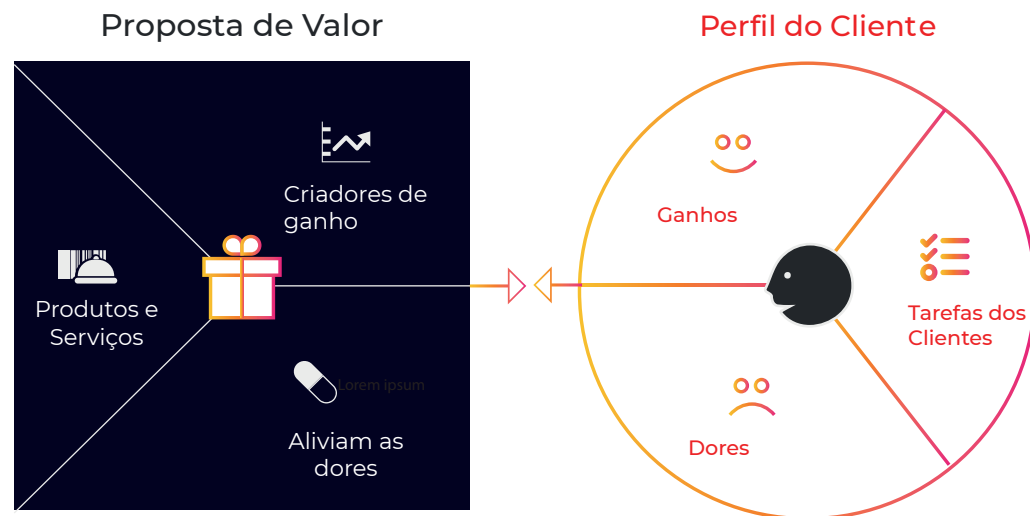
- produz economias?
- consertam soluções de baixo desempenho e colocam um fim nas dificuldades e desafios que seus clientes enfrentam?
- eliminam consequências sociais que seus clientes encontrar ou têm medo?
- eliminam riscos e possíveis erros que seus clientes têm medo?
- ajudam seus clientes a dormir melhor a noite?

5.1.3- CANVAS PROPOSTA DE VALOR

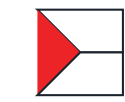
OBJETIVO

- Encaixar seu produto ao cliente.
- Encaixar o município à empresa a ser atraída.

ESTRATÉGIAS



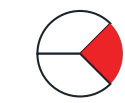
Nosso



Ajuda



Que desejam



Evitando



e tendo



- I) Estude e aprenda sobre as características do negócio da empresa ou segmento que o município busca atrair. É fundamental entender com precisão as necessidades e a linguagem do negócio. Sem isso, o município não conseguirá propor algo que seja aderente e gere percepção de valor para a empresa alvo. Como exercício, crie um personagem fictício que corporifica o executivo que o município terá que convencer.

Exemplo: um diretor financeiro de empresa paranaense de biotecnologia que quer implantar mais uma unidade no Brasil.

- II) Identifique as dores, ganhos e tarefas do seu cliente. No caso, a empresa que se almeja atrair;
- III) Conheça os municípios que concorrem com o seu por aquele investimento. Saber o que o seu concorrente tem a oferecer te ajudará a destacar os seus diferenciais;
- IV) Determine o principal benefício do seu município voltado ao segmento/ empresa alvo. O que faz a sua oferta ser diferente e original?
- V) Comunique com objetividade e clareza. O recado que você quer passar pode ser resumido em uma frase?

Exemplo: Santa Rita do Sapucaí

Nossa tradição com o segmento de eletrônicos combinada com nossa localização cravada no centro da região Sudeste ajuda a empresa do Antônio que deseja se posicionar mais próxima de seu mercado, evitando carência de mão de obra qualificada e tendo as melhores mentes à disposição.

5.2 - CONECTANDO E FACILITANDO

5.2.1- COMO ESTABELECEER CANAIS DE CONTATO COM EMPRESAS PARA ATRAIR INVESTIMENTOS?

São quatro as principais abordagens alternativas para as empresas de prospecção:

- I) Mailing direto e telemarketing;
- II) Feiras / missões externas;
- III) Missões internas;
- IV) Estratégia de consultoria e assessoria de investimentos.

BLOCO 6

Construindo uma Identidade

6.1- O LOCAL E SUA MARCA

6.1.1 - A IMPORTÂNCIA DA MARCA LOCAL

A marca local é uma pedra fundamental da Gestão da Atração de Investimentos: como o lugar administra sua reputação e alcança uma posição distinta com base em sua identidade e no que faz de mais eficaz. Esta gestão se beneficia muito de uma estratégia de marca bem executada no local. Se uma região ou cidade é bem conhecida e ganhou uma reputação sólida, isso afetará positivamente a decisão do investimento.

6.1.2 - ELEMENTOS PARA CRIAR A MARCA LOCAL

- I) Selecionar e utilizar valores culturais locais que sejam autênticos;
- II) Materiais de divulgação de informações sempre atualizados;
- III) Desenvolver uma estratégia de marketing para promover a cidade. Alguns elementos e ações que podem auxiliar:
 - ▶ **Visão do Lugar (propósito):** é a imagem clara e convincente do futuro ideal, deve ser inspiradora, ambiciosa e alcançável. Qual cidade queremos ser? Para criá-la estabeleça uma visão, compartilhe na comunicação da prefeitura e compartilhe histórias de sucesso para mostrar estar alcançando objetivo;
 - ▶ **Visibilidade:** participe de eventos, conheça revistas especializadas vinculadas aos setores primários do município, crie um calendário de eventos e lance iniciativas que gerem cobertura da mídia. Ter visibilidade é alcançar e fazer sua voz ser ouvida em um mundo repleto de informação, tanto a nível nacional como internacional.

A ESTRUTURA PARA A MARCA LOCAL

Visão de
Lugar

Visibilidade

Para ser conhecido
e reconhecido

Identidade

Pertencer e identificação

Identidade

Construindo confiança

Autenticidade

Para ser único, real

Propósito

Um papel a
desempenhar no mundo

BLOCO 7

Como a Invest Minas pode te ajudar

7.1- COMO INVEST MINAS PODE AJUDAR NA PROSPECÇÃO

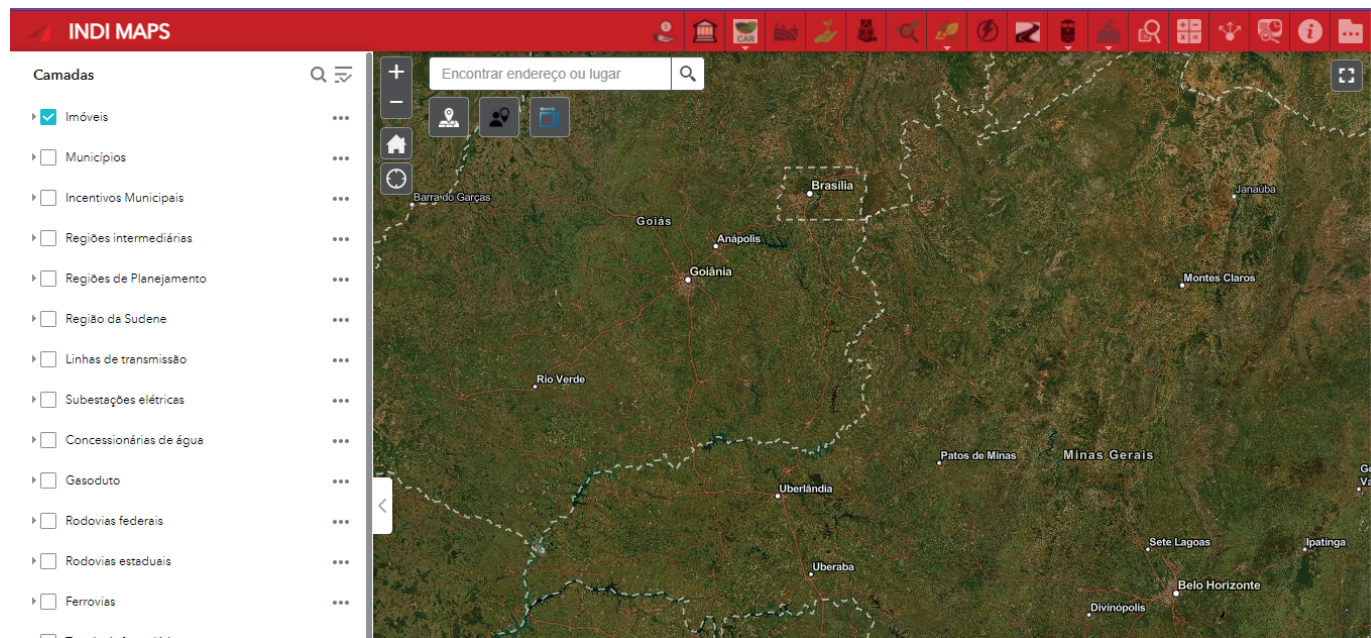
A INVEST MINAS tem como uma de suas ações, auxiliar as lideranças locais na construção de um melhor ambiente de negócios, que seja atrativo para investimentos e que desenvolva a economia local:

- ▶ Interlocução com os diversos órgãos de Estado para viabilização de investimentos;
- ▶ Auxílio na localização de terrenos ou edificações para empreendimentos;
- ▶ Auxílio na obtenção de linhas de crédito junto aos parceiros;
- ▶ Geração de negócios e parcerias através de encontros de empreendedores ou desenvolvimento de fornecedores.
- ▶ Fornecimento de informações demográficas, econômicas e sociais sobre as regiões de Minas Gerais;
- ▶ Auxiliar o gestor municipal no desenvolvimento de uma equipe de atração de negócios local, colocando-a em contato com associações de empresas, centros de pesquisa e cadeias de fornecimento locais.

7.2- MINAS MAPS

O MINAS MAPS é uma ferramenta da INVEST MINAS, com determinação georreferenciada, que tem por objetivo armazenar diversas informações de interesse de empreendedores que desejam instalar empreendimentos ou expandir investimentos em Minas Gerais, de modo a auxiliá-los na tomada de decisão e verificar a viabilidade da implementação de novos investimentos em todo o estado.

- ▶ Informações de geolocalização;
- ▶ Área total do imóvel;
- ▶ Condições do terreno, galpão (se houver);
- ▶ Distância de rodovias e aeroportos, linhas de transmissão de energia, gasodutos, portos secos, escolas técnicas e universidades;
- ▶ Se há restrições ambientais como área de proteção permanente;
- ▶ E contato dos responsáveis para negociações;
- ▶ Além disso, o Minas Maps armazena outras informações pertinentes ao planejamento de projetos de investimento, como terrenos e galpões disponíveis para a implantação de empresas, a cadeia de fornecedores e a mão de obra em Minas Gerais, entre outras informações;
- ▶ O sistema encontra-se disponível on-line e pode ser acessado no seguinte endereço eletrônico (mapas.investminas.mg.gov.br):



7.3- NOSSAS REDES

A INVEST MINAS recebe investidores e está constantemente lidando com novos projetos.

Em parceria com o município, podemos divulgar a localidade através de nossas redes sociais, website e assessoria de imprensa.



investminas.mg.gov.br



[linkedin.com/company/investminas](https://www.linkedin.com/company/investminas)



[instagram.com/invest.minas/](https://www.instagram.com/invest.minas/)



[facebook.com/investminas](https://www.facebook.com/investminas)



[youtube.com/c/investminas](https://www.youtube.com/c/investminas)



<https://anchor.fm/investminas>

7.4- INCENTIVOS FEDERAIS E ESTADUAIS

As oportunidades de investimento no Brasil são extensas, pensando nisso, os **governos federal e estadual** possuem uma série de **incentivos à atração de empresas**. Neste guia listamos alguns cabíveis em **Minas Gerais**, afim de que os gestores municipais tomem conhecimento do que é oferecido com base no setor que está buscando.

Não deixe de conhecer o que é oferecido por estas e outras instituições:



BLOCO 8

Modelo de lei de Incentivos Fiscais
para a Atração De Investimentos

MODELO DE LEI DE INCENTIVOS FISCAIS PARA A ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

LEI Nº _____, DE DIA DE MÊS DE ANO.

Dispõe sobre a concessão de incentivos de natureza fiscal e econômica destinados a atração de investimentos, objetivando a geração de empregos, renda e o desenvolvimento econômico e social do município.

O Povo do Município de _____, Estado de Minas Gerais, por seus representantes na Câmara Municipal, aprova, e eu, Prefeito Municipal, em seu nome, sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I - DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo I - Fica instituído no município de _____ a nova Lei de Incentivos Fiscais e Estímulos Econômicos.

§ 1º Fica concedido ao Poder Executivo a autorização para conceder incentivos de natureza fiscal e econômica com objetivo de atrair investimentos que gerem empregos, renda, melhorem o posicionamento nas cadeias de comércio e contribuam para o desenvolvimento socioeconômico local.

CAPÍTULO II – DA CONCEÇÃO DE INCENTIVOS FISCAIS E ECONÔMICOS

Artigo II - Município fica autorizado a conceder incentivos fiscais e econômicos às empresas que:

I - instalarem-se no Município;

II - aumentarem a sua capacidade de produção e/ou comercialização; e

III - desenvolverem projetos de desenvolvimento tecnológico e inovação.

Artigo III - Município fica autorizado a conceder isenção total ou parcial dos tributos municipais para aquelas empresas que se enquadrarem no que foi disposto no Art. 2º, sendo eles:

I - IPTU - Imposto Predial e Territorial Urbano;

II - ITBI - Imposto sobre a Transmissão de Bens Imóveis;

III - ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, respeitando a alíquota mínima de 2% em Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza de acordo com o Art. 8º Lei Complementar Federal nº 157/2016.

Artigo IV - Fica autorizado ao município, independente da concessão de incentivos fiscais regulamentada no Art. 3º da presente Lei, a autorização para conceder incentivos de natureza econômica, sendo eles:

I - doar ou conceder imóvel público, mediante contrapartida definida em regulamento, contendo prazo de reversão ao patrimônio público caso o empreendimento não seja iniciado no prazo de 12 meses e concluído em 60 meses;

II - executar serviços, obras e/ou serviços de engenharia, como terraplanagem;

III - instalação de rede elétrica (iluminação pública), rede de água e esgoto;

(Esta lei modelo foi elaborada com base nas diversas referências citadas neste guia. Para mais detalhes, recomenda-se a consulta destas e de outras legislações vigentes)

IV - pagar aluguel de imóvel;

V - desapropriar imóvel do interesse do empreendimento;

VI - permutar imóvel com serviço ou outro imóvel, conforme regulamento.

Artigo V - Poderão receber incentivos fiscais instituídos na presente legislação, aquelas empresas cujos investimentos contemplarem os seguintes critérios estabelecidos nestes dispositivos (pode ser estipulado um prazo entre a data de entrada em vigor da Lei e uma data limite a critério do Poder Executivo do Município):

I - empresas industriais e as prestadoras de serviço de qualquer natureza;

II - geração mínima de _____ empregos diretos ou indiretos (valor de referência a critério do Município);

III - utilizar matéria prima local ou regional, quando encontrada;

IV - satisfaçam as disposições pertinentes à preservação ambiental;

V - instaladas preferencialmente no Distrito Industrial ou outras áreas pré-aprovadas pelo município

VI - gerar, anualmente, Valor Adicionado Fiscal (VAF) igual ou superior a _____ e Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) em montante igual ou superior a _____;

Artigo VI - A isenção de impostos para indústrias que se instalarem no Município ou ampliarem sua capacidade produtiva será de até _____ anos.

§ 1º Entende-se por indústria aquela empresa cuja atividade principal é a de transformação de bens.

§ 2º O prazo previsto neste artigo poderá ser prorrogado por um ano para cada _____ Valores de Referência Municipal (VRMs) de investimento realizado, até o limite de _____ anos.

Artigo VII - A isenção de impostos para empresas prestadoras de serviços que se instalarem no Município ou ampliarem sua capacidade produtiva será de até _____ anos.

§ 1º Entende-se por empresa prestadora de serviços aquela cuja atividade principal é a de prestação de serviços.

§ 2º O prazo previsto neste artigo poderá ser prorrogado por um ano para cada _____ valores de Referência Municipal (VRMs) de investimento realizado, até o limite de _____ anos.

Artigo VIII - A isenção de impostos para empresas comerciais que se instalarem no Município ou ampliarem sua capacidade produtiva será de até _____ anos.

Artigo IX - Os benefícios serão concedidos às empresas já instaladas no Município e que pretendam ampliar suas atividades. apenas mediante a análise do projeto específico e verificada a consonância com o aqui disposto.

Artigo X - A avaliação do enquadramento das propostas de investimentos considerar-se-á (Tais disposições podem ser alteradas pelo Município e podem ser estabelecidos princípios de cálculo em cada uma delas, de modo a estabelecer critérios de quantificação para avaliar a viabilidade da concessão dos benefícios):

- IV - o nível do investimento;
- V - o nível do faturamento;
- VI - o nível de contribuição à arrecadação município;
- VII - a capacidade de geração de outras atividades econômicas no Município;
- VIII - capacidade de desenvolvimento de novas tecnologias e/ou inovação;
- IX - o nível de sustentabilidade;
- XI - o nível de impacto social;
- XII - o nível de impacto na especialização da mão-de-obra local.

Artigo XI - Caso a empresa deixe de preencher os requisitos previstos nesta Lei no curso da concessão do incentivo, o benefício será cancelado.

CAPÍTULO III – DA SOLICITAÇÃO DE INCENTIVOS FISCAIS E ECONÔMICOS

Artigo XII – Para solicitação dos benefícios previstos neste Lei, a empresa interessada deverá ser instruída com os seguintes documentos:

- I - Requerimento assinado pelo representante legal da Empresa;
- II - Comprovante de Inscrição Estadual;
- III - Comprovante de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
- IV - Certidão Negativa da Fazenda Municipal;
- V - Certidão Negativa da Fazenda Estadual;
- VI - Certidão Negativa da Fazenda Federal;
- VII - Certidão Negativa do INSS - Instituto Nacional de Seguridade Social;
- VIII - Certidões Negativas de Protesto e Distribuição Judicial da empresa e dos sócios diretos em seus domicílios, quando se tratar de empresa de outro município, dos últimos cinco anos;
- IX - Certidões Negativas de Protesto e Distribuição Judicial da empresa e dos sócios diretos no município dos últimos cinco anos; e
- X - Ficha técnica contendo:
 - a) caracterização dos sócios;
 - b) carta de intenções assinada pelos sócios;
 - c) investimentos a serem realizados;
 - d) previsão de receitas e despesas;
 - e) geração de empregos;
 - f) relação das construções a serem realizadas e suas características;

- g) relação de equipamentos integrantes do projeto; e
- h) cronograma de implantação e funcionamento.

CAPÍTULO IV – DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo XIII - Obedecidas as condições gerais estabelecidas nesta Lei, cabe ao Poder Executivo definir os valores a serem transferidos às empresas beneficiárias a partir das características particulares apresenta-das em cada um dos projetos de investimentos e, conseqüentemente, de seus potenciais impactos socio-econômico e orçamentário no Município, bem como a avaliação dos investimentos realizados pelas empre-sas beneficiárias.

(A definição de percentuais pode ser definida através de pontuação – neste caso, consultar LEI N° 13.152/2019 do município de Uberaba)

Artigo XIV- Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Município de __, dia de mês de ano.

PREFEITO (A) MUNICIPAL



investminas.mg.gov.br



[linkedin.com/company/investminas](https://www.linkedin.com/company/investminas)



[instagram.com/invest.minas/](https://www.instagram.com/invest.minas/)



[facebook.com/investminas](https://www.facebook.com/investminas)



[youtube.com/c/investminas](https://www.youtube.com/c/investminas)



<https://anchor.fm/investminas>