

Melhor Gelato de Limeira.

SHOPPING NAÇÕES
LIMEIRA

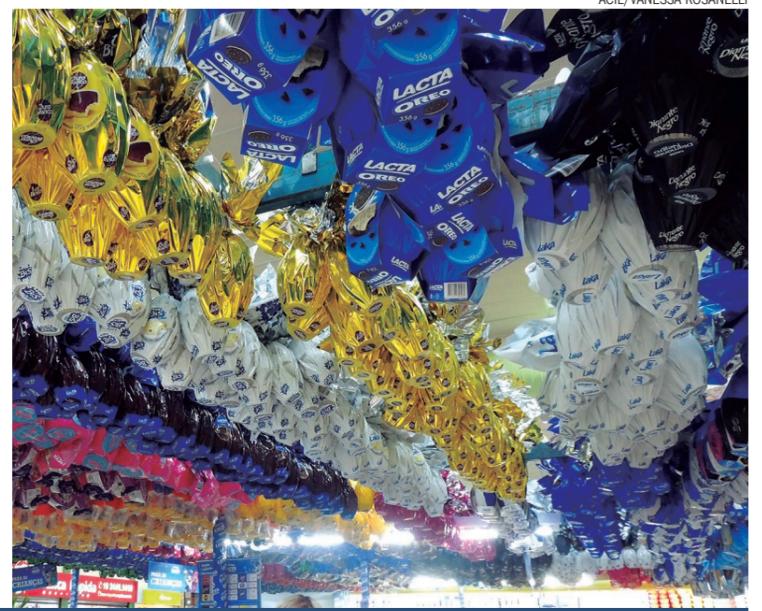
Sander



Ovos de Páscoa ganham destaque nos supermercados

São diversos tipos de marcas, modelos e sabores para se escolher. Em supermercados como o Enxuto, as opções variam desde o tamanho até o público que pretende atingir. São ovos com brinquedos para crianças como os da Kinder, Monster High e Star Wars, cada um com um brinde diferente para trazer alegria e diversão para as crianças, e dos adultos, que aproveitam a data para adquirir colecionáveis.

pág. 7



ACIL/VANESSA ROSANELLI

TORO

No trânsito somos todos pedestres
VENHA E FAÇA UM TEST DRIVE

O LANÇAMENTO QUE VOCÊ TANTO ESPEROU AGORA NA FIAT IMPÉRIA



LÍDER 13 ANOS

FIAT IMPÉRIA LIMEIRA
AO LADO DO LIMEIRÃO - ANEL VIÁRIO
VIA FRANCISCO D'ANDRÉA, 6.885
(19) 3404.1700 WWW.FIATIMPERIA.COM.BR

FIAT IMPÉRIA
VOCÊ NASCEU PARA CONQUISTAR

Quero alugar um imóvel, e agora?



DIVULGAÇÃO

Atualmente, muitas pessoas têm optado por alugar uma casa ou imóvel comercial para abrigar sua empresa, mas tanto locador quanto locatário precisam estar atentos com as condições do contrato, pois tanto um quanto o outro possuem responsabilidades, que devem ser cumpridas de acordo com o contrato preestabelecido.

pág. 11

Conheça a nova diretoria e conselhos da ACIL

pág. 5



Mês da Mulher

ÓTICAS | CAROL

DE MARÇO: DIA INTERNACIONAL DA MULHER

★ Para mulheres ★

ARMAÇÃO GRÁTIS*
NA COMPRA DAS LENTES

Grátis armações das marcas: Hang Loose e NK, mediante a compra de lentes oftálmicas a partir de R\$ 99,00. Para ganhar a armação, a receita oftálmica deve estar no nome de uma pessoa do sexo feminino. Promoção exclusiva para mulheres e intransferível. Promoção não acumulativa com outras da rede. Consulte regulamento. Promoção sujeita a disponibilidade de estoque. Sujeito a término de promoção sem aviso prévio.

EDITORIAL

No ano de 1933, circunstâncias ligadas ao desenvolvimento da nossa cidade e consequente crescimento de suas atividades econômicas, levaram empresários limeirenses a pensar na constituição de um órgão de classe que supriria a necessidade de termos uma voz mais ativa dentro do estado de São Paulo, pois acreditavam que desta forma iriam alavancar a economia de nossa cidade. Foram estes os motivos que levaram à criação da Associação Comercial e Industrial de Limeira

Desde então, ao longo dessas oito décadas, várias ações e momentos ficaram marcados e foram decisivos no desenvolvimento da ACIL, e consequentemente de Limeira. E ressaltar que cada diretoria que esteve à frente desta entidade, desempenhou um papel importantíssimo na construção de toda nossa trajetória.

Em 2016, uma nova etapa se inicia com a posse da

nova diretoria, seremos a 25ª ao longo destes 82 anos, e é nosso dever dar continuidade a essas ações, nos dedicando e representando nossos associados em defesa de seus interesses e de seu crescimento.

Um dos propósitos da nossa gestão é o de trazer conhecimento para a classe empresarial, principalmente para os empreendedores menos estruturados. Com acesso à informação e a novas tecnologias, unidos à participação de cursos e treinamentos que beneficiem empresas e colaboradores, nossos associados irão com certeza encontrar com mais facilidade uma forma de prosperar em seus respectivos ramos de atuação.

Assim, dia após dia, todos nós iremos conseguir enfrentar as crises e dificuldades atuais, pois hoje podemos estar vivendo um momento difícil, mas não devemos só pensar que a má fase está presente. Temos sim que fazer algo para progredir, ascender. E quando

tudo isso acabar, com certeza estaremos fortalecidos.

Temos também que trazer o empresário para dentro da ACIL, para mais perto de nós, não importa qual o seu segmento ou o tamanho de sua empresa, eles sempre serão bem vindos.

Precisamos ouvir o que estes empresários têm a nos dizer, queremos compartilhar as nossas experiências e lembrá-los que sempre temos muito a aprender. Por essa razão, nesta gestão estaremos priorizando uma maior aproximação com as empresas localizadas nos nossos bairros, pois entendemos que elas representam uma grande força no nosso Município.

Finalizo reafirmando o papel importante da ACIL em representar seus associados, para que eles possam utilizar dessa influência em benefício próprio. Vamos fortalecer ao máximo as parcerias com o Poder Público, com o Sebrae, e demais entidades limeirenses, pois precisamos estar unidos para crescermos e superarmos os obstáculos que estão por vir.

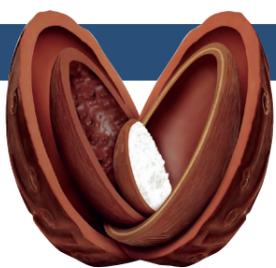
Muito obrigado!



José Mario Bozza Gazetta
Presidente da ACIL

VAI COMPRAR?

Acompanhe semanalmente a carga tributária embutida nos produtos consumidos pelos brasileiros. Os valores de referência são baseados na média das cargas dos produtos nacionais.



Ovos de Páscoa (38,53%)

Valor médio: R\$ 50,00

Imposto: R\$ 19,26

Bacalhau importado (43,78%)

Valor médio: R\$ 65,00

Imposto: R\$ 28,45



VOCÊ SABE PARA ONDE VAI TODO O DINHEIRO DOS TRIBUTOS?

69,50%.....VÃO PARA A UNIÃO

26,00%.....VÃO PARA O ESTADO

4,50%.....VÃO PARA O MUNICÍPIO

VITRINE

Pequenos negócios têm saldo positivo de geração de empregos



DIVULGAÇÃO

As micro e pequenas empresas foram as únicas que tiveram um saldo positivo na geração de empregos no mês de janeiro. De acordo com o estudo mensal que o Sebrae elabora com base nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego, no primeiro mês de 2016 os pequenos negócios geraram 11,6 mil novas vagas de trabalho.

Já as empresas de médio e grande porte demitiram mais de 111 mil pessoas.

Se comparado com o mesmo período do ano passado, a geração de empregos neste ano foi 45% inferior, mas demonstra que as pequenas empresas têm um importante papel na recuperação da economia.

“Em épocas de dificuldades, notamos que o empreendedorismo por necessidade cresce. As pessoas que perdem seu emprego procuram montar um negócio para sobreviver. A porta que pode levar ao aquecimento da economia é a dos pequenos negócios”, afirma o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos.

Afif ressalta que esse resultado positivo deve ser um estímulo para que sejam criadas ações de desburocratização, desoneração e facilitação de crédito.

“Os pequenos negócios precisam de crédito para manter o capital de giro e continuar sobrevivendo e gerando emprego e renda. No atual cenário econômico, isso é essencial para continuar fazendo a roda girar.”

Fonte: Agência Sebrae

EXPEDIENTE

DIRETORIA

Presidente: José Mário Bozza Gazzetta
1º Vice-Presidente: José França Almirall
2º Vice-Presidente: Hélio Roberto Chagas
1º Diretor-Secretário: Valmir Lopes Teixeira Martins
2º Diretor-Secretário: Alexandre Gaib
1º Diretor-Financeiro: Francisco De Salis Gachet
2º Diretor-Financeiro: José Luís Pereira Negro
Diretor De Patrimônio: José Geraldo Vieira Cardoso
Diretor Social: Antonio Francisco Dos Santos

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Roberto Martins
Vice-Presidente: Badih Bechara
1º Secretária: Carolina Mecatti
2º Secretário: Luis Alberto Gullo

MEMBROS DO CONSELHO DELIBERATIVO

Antonio Carlos Longo
Benedicto Carlos Toledo Lima
Cássio A. Peixoto dos Santos
Cassio Roque
Claudiney Cheli Lotufo
Clodomiro A. Rossi
Daniel Gullo de Castro Mello
Emerson Clayton da Silva Camargo
Flávio Luiz Miguel da Costa Lago
José Roberto Kühl
José Roberto Piccinin
Marcelo Bragotto
Marcelo Voigt Bianchi
Marilda R. De Castro Malavasi
Reinaldo Bastelli Junior
Renato Laranjeira
Valter Zutin Furlan

CONSELHO FISCAL

Marcos Antonio Ribeiro Bozza
Reinaldo Chinelatto
Wilson Bertolini

CONSELHO CONSULTIVO

Eduardo Hanna
José Carlos Schenk
José Luiz Battistella
Jurandir Bella
Odair José Giusti
Oswaldo Conti
Pedro Teodoro Kühl
Reinaldo Bastelli
Renato Hachich Maluf
Virgílio Rossi

✦ Roberto Paulino de Araújo

EQUIPE

Divaldo Corrêa: Gerente Executivo
Leonardo Bardini: Estagiário
Luiz Sanches: Diagramador
Rafaela Silva: Redatora
Vanessa Rosanelli: Comercial

As informações e opiniões contidas nas colunas assinadas deste jornal são de responsabilidade de seus autores.

O Jornal VISÃO EMPRESARIAL LIMEIRENSE é uma publicação semanal do Informativo Empresarial de Limeira, editado pelo Instituto de Comunicação da ACIL. Registrado em 15 de abril de 1985, no 1º Ofício de Imóveis e Anexos da Comarca de Limeira, sob o nº 12 do Livro B-1 de Registro de Jornais, Oficinas Impressoras, Empresas de Radiodifusão e Agências de Notícia.

Tiragem: 6.000 exemplares | Distribuição Gratuita | Impressão: www.graficamundo.com.br

ACIL
Associação
Comercial
e Industrial
de Limeira

Rua Santa Cruz, 647 - Centro
Limeira - São Paulo - CEP: 13480-041
Fone (19) 3404-4900
www.acillimeira.com.br
visaoempresarial@acil.org.br

Reforce o inglês, português e matemática com a Aprenda Conosco

Ao perceber a necessidade de pessoas em atender as exigências do mercado de trabalho e do mundo globalizado, as professoras Miriam Teresa de Souza e Aline Cristina de Souza Lourenço, enxergaram nes-

ta situação a oportunidade de abrirem um negócio próprio, com foco na aprendizagem da língua inglesa, além de aulas particulares de português e matemática voltados para concursos e reforço escolar. Foi

assim que a Aprenda Conosco foi inaugurada.

Abrangendo o público profissional e estudantes do ensino fundamental, as professoras acreditam na importância de se dominar a conversação em uma língua estrangeira. “A comunicação fluente em inglês é um diferencial muito importante para todos os profissionais bem sucedidos. Aqui na Aprenda Conosco o inglês é ensinado com eficiência, objetividade, dinamismo e competência proporcionando ao aluno excelentes resultados em um curto período”, contam as professoras.

As aulas de português e matemática para reforço ou concursos também são ministradas com maestria, e é oferecida toda a atenção ao aluno. Os planos de aula são cuidadosamen-

te elaborados para atender aos objetivos específicos de cada estudante, turma ou grupo de estudos que procuram os serviços da Aprenda Conosco.

Além dos cursos de inglês regulares, também são ministradas aulas de inglês para viagens, negócios, entrevistas de emprego e imersão. Os horários oferecidos são flexíveis, adaptando-se as necessidades do aluno. “As aulas de português e matemática seguem o programa pedagógico que o aluno necessita, sendo ministradas no ritmo de aprendizagem de cada um, para que ele não tenha mais dúvidas”, acrescentam as proprietárias.

As empreendedoras possuem uma visão para o futuro e pretendem expandir seu negócio para atender um público ainda

maior, ministrando aulas de inglês para crianças, com direito ao reforço escolar em português e matemática. Almejam ainda incluir aulas de gestão de pessoas e coaching. A escola também desenvolve trabalhos nas áreas sociais, ministrando palestras e cursos gratuitos para a comunidade local.

Com o lema “serviços de qualidade com excelência em resultados”, a Aprenda Conosco convida a todos para conferirem a qualidade e os métodos de ensino. As aulas são ministradas na Rua Tiradentes, 1177 – sala 04 no Centro. Para agendar um horário ou obter mais informações, é só entrar em contato pelos telefones (19) 3011-2120/98839-4458, e-mail contato@aprendaconosco.com.br ou pelo site www.aprendaconosco.com.br.



ACIL/LEONARDO BARDINI

Na Aprenda Conosco os idiomas são ensinados com eficiência, objetividade, dinamismo e competência

Associação Chiu Jin disponibiliza aulas de artes marciais e mandarim

O mestre em artes marciais Jairo Figueiredo sempre teve o desejo de difundir as lutas e a cultura chinesa pela cidade. Com isso, no ano de 1985 foi criado o primeiro espaço para artes marciais em Limeira, denominada Associação Chiu Jin, e em 1993 surgiu a Apollo Sport Center.

Sendo aluno do Grão-Mestre Chan Kowk Wai, um dos maiores mestres de kung fu da atualidade, os proprietários Jairo e Mariella Ferrari Ribeiro Figueiredo, junto a seus instrutores, ensinam a técnica nas dependências da Apollo Sport Center, prezando sempre competência, qualidade e responsabilidade.

O centro de artes marciais atende crianças a partir dos seis anos de idade, tanto homens quanto mulheres podem prati-

car. Nela são encontrados diferentes tipos de lutas como kung fu, judô, boxe chinês e também aulas de tai chi chuan. A academia também disponibiliza a venda de roupas de ginástica suplex, uniformes e roupas para artes marciais, além de acessórios e luvas das marcas Rudel, Ki Fit, Fit Li, Eco Fitness e Tai Sports.

Com uma equipe de quatro colaboradores, a Apollo Sport Center nunca deixa de investir e se atualizar. “Estamos há três décadas no mercado, sempre pensando em novos investimentos, sejam eles em equipamentos ou cursos para atualização das aulas”, acrescentam os proprietários. A academia atualmente também passou a oferecer o curso de mandarim, o idioma oficial da China.

O centro desenvolve diversas atividades na área social

e ministra aulas de artes marciais gratuitas para jovens carentes. “Atuamos no lar ‘Uma nova Esperança’ para crianças. Além disso, também possuímos parceria com a Federação Paulista de Kung Fu e com a Secretaria Municipal de Esportes e da Educação, onde levamos as aulas para estudantes de escolas dos bairros Santa Eulália e Geada”, conta Jairo.

A academia ensina os aspectos culturais e salutares do esporte, enfatizando o trabalho educacional focado na disciplina e respeito. A escola é referência no estado de São Paulo no ensino das artes marciais de forma integral, preparando jovens e adultos para se transformarem em grandes cidadãos.

Para conhecer as aulas e produtos oferecidos pela Apollo Sport



ACIL/LEONARDO BARDINI

O mestre Jairo Figueiredo, junto a outros professores, oferece aulas de kung fu, tai chi chuan, boxe chinês, entre outros

Center basta fazer uma visita até a escola que se encontra na Rua Antônio Diniz, 115, no Jardim Montezuma. O funcionamento da secretaria é de segunda a sexta-feira das 8h às 12h, e das 16h às 21h45.

Também é possível obter mais informações pelo telefone (19) 3452-8512, pelos e-mails academiachiujin@gmail.com e apolloport@ig.com.br ou ainda no site www.academiachiujin.com.br.

SOU - SAÚDE
OCUPACIONAL UNIMED

Completo como sua
empresa precisa

Equipe especializada com
profissionais das áreas médicas
e de segurança no trabalho.

CONTRATE AGORA!
19 3404.8046
CONVENIADOS E NÃO-CONVENIADOS



CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.



Cuidado com as liquidações

A crise tem levado comerciantes a abusar de uma das ferramentas mais antigas para atrair clientes : as promoções

Cuidado! Antes de cortar os preços das mercadorias - muitas vezes, pela metade - é preciso fazer conta para não correr o risco de ficar sem dinheiro até para pagar o fornecedor.

“Não busque mecanismos ou artifícios capazes de tirar a liquidez e a rentabilidade da empresa. O país enfrenta uma depressão baseada em falta de confiança. Cortar preço pode nem ter efeito”, afirma Enéas Pestana, ex-presidente do Grupo Pão de Açúcar e sócio da Enéas Pestana & Associados.

Veja as recomendações do consultor - que, atualmente, comanda também as operações da JBS na América do Sul - para enfrentar a crise.

Sortimento

Procure aliviar o capital de giro, com a diminuição de estoques. Normalmente, 20% dos itens do estoque representam 80% da venda de uma loja.

São aqueles produtos de alto giro. Numa situação de crise como esta, reduza o número de itens do sortimento, focando naqueles que giram mais.

Não é hora de investir em complementação de experiência de compra, em produtos de médio e baixo giro, mesmo que isso reduza o número de opções de compra para o cliente.

Os produtos que os consumidores mais compram não podem faltar na loja, claro. Quem for melhor nesta seleção, vai perder menos clientes e enfrentar melhor a crise.

Grupo de compras

Para reduzir o sortimento e trabalhar com os produtos de alto giro, é preciso fazer uma boa negociação com os fornecedores. Se o lojista comprar mal, vai ter de buscar a diferença na operação.

Os lojistas de menor porte podem se unir em grupos em

compras da indústria, que está mais preocupada com o pequeno e o médio varejo. É importante para a indústria que o pequeno varejo se mantenha vivo, até porque isso faz com que essas empresas se tornem menos refém de grandes varejistas.

Plano de trabalho

A empresa precisa ter foco e determinação. Não adianta ficar olhando somente para a venda porque ela vai cair mesmo. Tem de aceitar isso. O lojista deve fazer o que estiver ao seu alcance para deixar o ambiente da loja agradável, não faltar produto na gôndola, não deixar cair o nível de serviço.

O cliente já não está disposto a comprar. Se chega a uma loja e é mal atendido, vai comprar em outro lugar. É hora de fazer investimentos em propaganda, marketing? Não. É hora de deixar as barbas de molho.

Parcerias com os fornecedores

O lojista oferecia seis opções de marcas de um produto para os clientes e agora vai dar três. Para isso, o melhor é fazer apostas em parcerias com alguns fornecedores, aqueles que podem dar condição de prazo e de custo. É melhor apostar em alguns produtos do que reduzir a compra de todos eles e perder relevância em todos.

Crédito de bancos

Para ser recebido nos bancos, o comerciante precisa mostrar que a empresa está estruturada, tem um plano e um estudo mínimo do perfil de dívidas. Não adianta chegar ao banco e dizer que quer um empréstimo para “dar um jeito na empresa”.

Se a empresa está estruturada, o banco tem interesse em emprestar, mesmo que seja para negociar o alongamento de prazos de pagamento. Até porque, com a taxa de juros nas alturas, as instituições financeiras vivem o melhor dos mundos.

uma tendência no varejo. O consumidor quer ser bem atendido e é por isso que a loja de vizinhança ganha relevância. Agora com a crise, passa a considerar mais o fator preço e pode até abrir mão da comodidade. Essas

lojas de vizinhança precisam ter também preço justo. As ações das grandes redes para entrar nos bairros onde estão as lojas independentes mal começaram.

Fonte: DComércio

ALICC em Notícias

continuação ... « PLANEJAMENTO DE ATIVIDADES / 2016 »

<p>PATOLOGIA MAMÁRIA Coordenadora: Noeli Arcaro Benedetti Assistente: Mairi Lani Rodrigues</p> <p>Reunião com Voluntárias (4as feiras - últimas do mês - 14h às 16h)</p> <p>Visitas Hospitalares - agendamento Santa Casa de Limeira</p> <p>Outubro Rosa Prevenção - Câncer de Mama (mês de junho - início do planejamento)</p> <p>Novembro Azul Prevenção - Câncer de Próstata (mês de agosto - início do planejamento)</p> <p>Artesanato - Trabalhos Manuais (2as e 4as feiras - início mês 02 - 13h às 16h) Coordenadora: Sonia Baptistella Grotta Assistente: Josefa Fonseca Zaccaria</p> <p>Teledoações - Serviço de Comunicação (2a às 6as feiras - início 04/01 a 21/12 - 8h30 às 14h30) Supervisora: Márcia Amaral Certificação ISO 9001:2015 - auditoria - data 06/jun.</p>	<p>Plantão de Atendimento Estética de Apoio - sede da ALICC</p> <p>Adaptação - prótese e sutiã (3as e 5as feiras - início mês 01 - 14h às 16h)</p> <p>Adaptação - peruca e sutiã (4as feiras - início mês 01 - 13h às 15h30)</p> <p>Confecção de perucas (2as feiras - início mês 03 - horário a definir)</p> <p>Estética Facial - agendamento (2as feiras - início mês 03 - 9h30 às 11h)</p> <p>Alimentação Funcional I e II (6as feiras - início mês 03 - 8h30 às 10h)</p> <p>Medicina Tradicional Chinesa - Acupuntura (Parceria com a Secretaria Municipal de Saúde)</p> <p>Medicina Alternativa Vibracional - Terapia Floral Coordenadora: Elisabeth R. Corrêa da Silva (4as feiras - início mês 01 - 8h às 10h30)</p> <p>Brahma Kumaris - Valores Espirituais (3as feiras - última do mês - 8h15 às 9h30)</p> <p>Plantão de Acolhimento - CASM Centro de Atenção à Saúde da Mulher Coordenadora: Elisabete Menconi (3as e 5as feiras - 7h; 4as - 12h30; 5as - 13h)</p> <p>Campanha Escolar - “Seja uma gota de esperança” Coordenadora: Marilene da Cunha Bagnato Assistente: Kelly Cristine Soares (lançamento - 11 de abril a 30 de novembro)</p> <p>Volunt'Art - Artesanato Decorativo (3as feiras - início mês 03 - 13h30 às 16h) Coordenadora: Ana Ap. de Oliveira Assistente: Idevone F. Gomes</p>
--	---

Obs.: As atividades descritas são destinadas aos **Usuários SUS**

Família ALICC

AGENDA . Eventos Programados

<p>8 / abr. ANIVERSÁRIO ALICC - 20 anos Celebração - Catedral N. Sra. das Dores Horário: 19h</p>	<p>12 / maio XXI TARDE DA ESPERANÇA - Chá Beneficente Salão Social do Nosso Clube Horário: 13h30</p>
<p>25 / nov. VI CHÁ DE ARTESANATO Centro Pastoral da Comunidade Bom Jesus Horário: 14h</p>	

COLABORE COM a ALICC PARTICIPANDO DOS EVENTOS





Associação Limeirense de Combate ao Câncer
Rua Major Antônio Machado de Campos, 74
Jd. Piratininga | Limeira - SP | 19 3404.3232

www.alicc.org.br

Conheça a nova Diretoria e Conselhos da ACIL

A sessão solene de posse dos dirigentes eleitos para o biênio 2016/2017 da Associação Comercial e Industrial de Limeira aconteceu no dia 26 de fevereiro, na Maison Solano's, onde foram empossados membros da Diretoria, Conselho Deliberativo, Fiscal e Consultivo

FOTOS: WAGNER MORENTE



Diretoria: José Mário Bozza Gazzetta, José França Almirall, Hélio Roberto Chagas, Valmir Martins, Alexandre Gaib, Francisco Gachet, José Luis Pereira Negro, José Geraldo Vieira Cardoso e Tony dos Santos



Conselho Deliberativo: Roberto Martins, Badih Bechara, Carolina Mecatti, Luis Alberto Gullo, Benedicto Carlos T Lima, Claudiney Lotufo, Cássio Peixoto, Clodomiro Rossi e Daniel Gullo de C Mello



Conselho Fiscal: Marco Antonio R Bozza, Wilson Bertolini e Reinaldo Chinelatto;
Conselho Deliberativo: Reinaldo Bastelli Junior, Marcelo Voigt Bianchi, Marcelo Bragotto, José Roberto Kühl, José Roberto Piccinin, Valter Furlan, Emerson Clayton Camargo e Flávio Luiz C Lago



Conselho Consultivo: Odair José Giusti, Reinaldo Bastelli, Renato H Maluf, Pedro T Kühl e Oswaldo Conti

DIRETORIA E CONSELHOS DA ACIL - BIÊNIO 2016/2017

DIRETORIA

Presidente: José Mário Bozza Gazzetta
1º Vice-Presidente: José França Almirall
2º Vice-Presidente: Hélio Roberto Chagas
1º Diretor-Secretário: Valmir Lopes Teixeira Martins
2º Diretor-Secretário: Alexandre Gaib
1º Diretor-Financeiro: Francisco De Salis Gachet
2º Diretor-Financeiro: José Luis Pereira Negro
Diretor De Patrimônio: José Geraldo Vieira Cardoso
Diretor Social: Antonio Francisco Dos Santos

MEMBROS DO CONSELHO DELIBERATIVO

Antonio Carlos Longo
Benedicto Carlos Toledo Lima
Cássio A. Peixoto dos Santos
Cassio Roque
Claudiney Cheli Lotufo
Clodomiro A. Rossi
Daniel Gullo de Castro Mello
Emerson Clayton da Silva Camargo
Flávio Luiz Miguel da Costa Lago
José Roberto Kühl
José Roberto Piccinin
Marcelo Bragotto
Marcelo Voigt Bianchi
Marilda R. De Castro Malavasi
Reinaldo Bastelli Junior
Renato Laranjeira
Valter Zutin Furlan

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Roberto Martins
Vice-Presidente: Badih Bechara
1ª Secretária: Carolina Mecatti
2º Secretário: Luis Alberto Gullo

CONSELHO CONSULTIVO

Eduardo Hanna
José Carlos Schenk
José Luiz Battistella
Jurandir Bella
Odair José Giusti
Oswaldo Conti
Pedro Teodoro Kühl
Reinaldo Bastelli
Renato Hachich Maluf
Virgílio Rossi

CONSELHO FISCAL

Marcos Antonio Ribeiro Bozza
Reinaldo Chinelatto
Wilson Bertolini

7 erros mais comuns ao preencher a declaração do IR

A pressa é inimiga do contribuinte: faz esquecer de adicionar um rendimento próprio, de dependente ou de pensão alimentícia. Veja os deslizes mais comuns para evitá-los



Angelo Chiarelli, contador e professor de ciências contábeis, selecionou os principais erros no preenchimento da declaração do Imposto de Renda (IR), que podem levar o contribuinte para a malha fina:

1) Erro na digitação de valores

Um dos erros mais cometidos, principalmente para aquelas pessoas que usam programas ou aplicativos em inglês e estão habituadas a usar o ponto para separar a quantia inteira dos centavos.

Se digitarmos o ponto no lugar da vírgula para inserir os centavos no programa do Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF), o valor será multiplicado por 100 e a Receita Federal, quando efetuar o cruzamento das informações, encontrará divergência de valores e colocará a declaração em procedimento de malha fina.

2) Falta de informação de rendimentos

Esta é outra ocorrência bastante comum para quem tem mais de uma fonte de rendimentos ou sacou valores do seu plano de previdência privada.

Quem tem uma única fonte de renda, que é a maioria dos contribuintes, não comete esse erro. Porém, imagine um médico que dá plantão em vários hospitais. Se ele não tiver um controle rigoroso de todos os plantões que trabalhou durante o ano, a possibilidade de que algum desses hospitais fique de fora da declaração é bastante grande.

O mesmo vale para quem tem uma única fonte de renda, como o trabalhador assalariado que, num determinado mês do ano, precisou tirar uma parte do dinheiro que estava guardando num plano de previdência privada para se socorrer numa emergência financeira.

Esse valor que sacou é rendimento tributável e deverá ser informado como tal na declaração do IR. Esses dois casos são mais exemplos que fazem a declaração cair em procedimento de malha fina.

3) Deixar de separar as despesas comuns por dependente

Os rendimentos quanto às despesas que devem ser declaradas terão os seus valores informados separadamente para cada dependente.

Vamos pegar, por exemplo, um plano de assistência médica de um contribuinte que pague mensalmente esse plano para ele, sua esposa e seus dois filhos.

Vamos também considerar que a esposa e os filhos sejam seus dependentes na declaração de imposto de renda. Como esse contribuinte é o titular do plano, ele acha normal informar o valor total pago com as mensalidades apenas em seu nome.

E isso levará a Receita Federal a anular essa despesa, pois a operadora do plano de saúde é obrigada a informar os valores recebidos individualmente por participante do plano para a Receita Federal.

Para que isso não aconteça, é necessário que o contribuinte peça à operadora do plano os valores individuais pagos por participante, caso essa já não o tenha fornecido dessa forma.

4) Deixar de informar rendimentos do dependente

Outra ocorrência frequente é a omissão de renda de dependente. Um pai ou mãe que tenha um filho como dependente na sua declaração de IR, dificilmente esquece de lançar as despesas dedutíveis que teve com esse filho. Porém, se esse filho já trabalha e, por estar em início de carreira, seu salário é muito baixo, acha que não precisa informar o rendimento do filho, porque está abaixo do valor mínimo que deve ser declarado.

Esse valor mínimo só vale para quem tem uma única fonte de renda, pois, quando somamos os rendimentos, o valor mínimo será ultrapassado e sua informação se torna obrigatória.

5) Aproveitar como dedutível as doações efetuadas a entidades beneficentes

Somente são dedutíveis do imposto de renda as doações efetuadas diretamente aos fundos controlados pelos Conselhos Municipais, Estaduais e Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e, a partir de 2011, do Idoso também.

6) Deixar de informar rendimentos de pensão alimentícia

Isso é mais comum do que imaginamos, principalmente para aquelas pessoas recém-separadas, que eram dependentes do ex-cônjuge na declaração de imposto de renda e que começaram a receber pensão alimentícia.

Como esse rendimento é originado de parte do rendimento de outra pessoa física e seu recebimento ocorre sem maiores formalidades no dia a dia, é comum a pessoa que recebeu não entregar sua declaração à Receita Federal achando que está isenta.

Outro equívoco é preencher e entregar a declaração sem lançar esses valores por se tratar de rendimentos dos filhos menores que ficaram sob sua guarda. Por se tratar de despesa dedutível para quem paga, esses valores são um dos primeiros que são cruzados pela Receita Federal.

7) Declarar despesa médica de parente que não é dependente

Muitas vezes o contribuinte arca com despesas médicas dos pais, de filhos com mais de 24 anos, de irmãos ou de qualquer outro parente que não seja seu dependente.

O contribuinte acha que, como ele pagou por esses gastos, pode lançar esses valores na sua declaração de IR. Nossa legislação só permite deduzir as despesas do contribuinte com ele mesmo e com seus dependentes constantes na declaração.

Fonte: DComércio

Crédito Estudantil da FHO | Uniararas

Inscrições e informações:

0800 770 44 55

www.uniararas.br

MBA

- ✓ Comércio Exterior
- ✓ Controladoria e Finanças
- ✓ Controladoria e Gestão Tributária
- ✓ Gestão Comercial
- ✓ Gestão da Engenharia de Produção
- ✓ Gestão de Projetos (PMI)
- ✓ Gestão Empresarial
- ✓ Logística e Gestão da Produção
- ✓ Recursos Humanos
- ✓ Sistemas Integrados de Gestão (SIG)
- ✓ Tecnologia da Informação com Ênfase em Segurança da Informação
- ✓ Tecnologia da Informação com Ênfase em Governança Estratégica
- ✓ Executivo em Coaching
- ✓ Executivo em PNL (Programação Neurolinguística)

ESPECIALIZAÇÃO

- ✓ Engenharia de Software
- ✓ Direito Educacional
- ✓ Direito do Trabalho e Previdenciário
- ✓ Direito do Trabalho e Processo do Trabalho
- ✓ Engenharia de Segurança do Trabalho

CERTIFICAÇÃO

- ✓ Formação de Auditores Internos Norma ISO 9001:2015, Norma ISO 14001:2015
- ✓ Black Belt
- ✓ Green Belt

EMPRESÁRIO
FUNCIONÁRIOS DE EMPRESAS PARCEIRAS
TÊM 15% DE DESCONTO NA PÓS-GRADUAÇÃO*

*válido somente para alunos ingressantes após a assinatura do convênio

Do chocolate ao bacalhau

A Páscoa surgiu como uma data cristã, representando a ressurreição de Jesus Cristo. Hoje além de seu teor religioso, é uma das datas que mais fomenta o comércio, sem contar que adoça a vida das pessoas com os tão esperados ovos de chocolate. Além de deliciosos, os ovos carregam consigo um sentimento de solidariedade e carinho, que passa de quem está entregando o chocolate para quem o está recebendo.

São diversos tipos de marcas, modelos e sabores para se escolher. Em supermercados como o Enxuto, a variedade é imensa. “Temos marcas como Lacta, Nestlé, Garoto, Kinder etc. Há também as opções em chocolates de barra, que possuem procura ao longo de todo ano, e nesta época não é diferente”, conta Sidney Pierrote, supervisor de loja do Enxuto.

As opções variam desde tamanhos até o público que pretende atingir. São ovos com brinquedos para crianças como os da Kinder, Monster High e Star Wars, cada um com um brinde diferente para trazer alegria e diversão para a garotada. Ainda existem os ovos convencionais como

o os da Garoto e Nestlé, que são recheados com bombons clássicos e famosos de cada marca, muito utilizados para presentear jovens e adultos que apreciam a guloseima.

Existem ovos que não são necessariamente para crianças, mas que também trazem brindes. “Uma das novidades é o ovo da Kit Kat, que presenteia o consumidor com um par de fones de ouvido personalizados da marca. Existem também os ovos do Star Wars, que trazem consigo uma caixa de som no formato dos personagens dos filmes”, conta o supervisor. Para os casais existem os ovos de colher da Nestlé, que são recheados nos sabores Alpino ou Suflair.

Devido ao aumento do preço de produtos e matérias primas utilizados na fabricação dos ovos de páscoa, as fábricas optaram por diminuir o peso dos ovos, mantendo assim a média dos preços do ano passado. Ovos de 700g, por exemplo, foram retirados do catálogo deste ano pelos fabricantes, e substituídos por produtos de 350g. É possível encontrar nos supermercados chocolates que vão de 90 a 360g. Assim o consumi-

dor pode manter a tradição de presentear o ente querido com o ovo da páscoa, sem que isso pese demais em seu bolso.

Outra alternativa para o público é a compra avulsa de diferentes produtos como barras de chocolate, colomba pascal, balas e outras guloseimas no próprio supermercado e com isso montar sua própria cesta de páscoa. Para aqueles que são adeptos de uma vida mais saudável, é possível encontrar chocolates com uma grande porcentagem de cacau ou sem adição de açúcares, podendo ser derretidos e consumidos com frutas em forma de *fondue*.

Tradição

Muitas famílias trazem consigo a tradição de no domingo de Páscoa, comerem o bacalhau com batatas ou outros legumes. Muito forte nos países de língua portuguesa, o costume de comer o bacalhau vem da época da Idade Média, onde os cristãos jejuavam excluindo carnes vermelhas e consideradas “quentes”, e comendo apenas carnes consideradas “frias”, que é o caso dos peixes. Muito incentivada pelo comércio da época, a tradição foi se adaptando aos dias atuais



Além do peixe, é grande o consumo de azeite, pimentão, batatas, entre outros produtos que compõem o tradicional bacalhau de domingo de Páscoa

e hoje mantém algumas características iniciais, como o modo de salgá-lo e seu preparo.

O verdadeiro bacalhau não é encontrado em águas brasileiras, e sim nos mares da Noruega. Devido a seu alto preço, muitas pessoas procuram alternativas para substituir o peixe no almoço dominical. “Existem os peixes chamados ‘peixes salgados’. Há também o filé de merluza, que é um peixe muito saboroso e também bastante procurado nesta época”, acrescenta o supervisor. Nesta época do ano também é grande a procura por agregados ao prato como o azeite de oliva, o pimentão, a batata etc.

Para acompanhar o saboroso

prato, recomenda-se a degustação de um bom vinho. “O vinho branco é o que mais harmoniza com o bacalhau. Temos diversos rótulos de vinhos, e os mais procurados pelos apreciadores são os chilenos”, comenta Pierrote. A degustação da bebida deve sempre vir acompanhada da moderação.

O domingo de Páscoa carrega consigo não só o agito do comércio com a venda de produtos, mas também o sentimento de união, fraternidade e partilha. Além disso, é um momento para a reunião de familiares, amigos e entes queridos para compartilharem alegrias, bons momentos e a satisfação de ter aqueles que tanto ama por perto.

Leve felicidade para sua família com as doces novidades de Páscoa que trouxemos para você.

enxuto supermercados

Parcelamos Ovos de Páscoa, Colomba Pascal e Bacalhau em até 3x vezes nas compras acima de R\$ 80,00

Rua Com. Vicente Leone, 200 - Jardim Nossa Senhora de Fátima - Telefone: 19 3446-8477
Horário de Funcionamento: Seg. Qua. Qui. Sex. Sáb e Dom. das 8:00h às 22:00h
Ter das das 7:00h às 22:00h - Feriados das 8:00h às 20:00h

JURÍDICO

Condições para apresentação de ofertas dos produtos aos consumidores

O Código de Defesa do Consumidor garante a todos os consumidores o direito à informação adequada, clara e precisa.

Neste sentido, destaca-se o que disciplina o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor, que assim estabelece: “Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado”.

O mesmo diploma legal em seu artigo 36 prevê que: “A

publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Não obstante as disposições já contidas no Código de Defesa do Consumidor, foi publicada no dia 19/01/2016 a Lei 16.119 de 18/01/2016, que estabelece as condições mínimas que devem ser observadas pelo fornecedor ao disponibilizar anúncio de oferta, física ou virtual, visando a comercialização ou divulgação de produtos e serviços.

Neste sentido, o artigo 1º de referida legislação estipula que: “O fornecedor, ao disponibilizar catálogo, cardápio ou qualquer espécie de oferta, física ou virtual, na área

do estabelecimento ou não, visando a comercialização ou divulgação de produtos e serviços, deverá indicar: I – o preço individualizado do produto ou serviço; II – a identificação de marca e modelo do produto, quando for o caso, de cada um dos itens; III – o período de vigência dos preços praticados”.

Desta forma, além das obrigações já definidas pelo Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor deverá obrigatoriamente cumprir integralmente as disposições contidas na Lei Estadual n. 16.119/2016 quando da disponibilização do consumidor de qualquer tipo de oferta.

No artigo 2º da mesma legislação há previsão de que a infra-

ção as disposições nela contidas sujeitará ao infrator as penalidades previstas nos artigos 56 e 57 da Lei n. 8.078/1990, que dispõe sobre a Proteção ao Consumidor.

As penalidades pelo descumprimento poderão ser multa; apreensão do produto; inutilização do produto; cassação do registro do produto junto ao órgão competente; proibição de fabricação do produto; suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; suspensão temporária de atividade; revogação de concessão ou permissão de uso; cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; interdi-

ção, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade; intervenção administrativa; imposição de contrapropaganda.

Registra-se ainda que referida legislação entrará em vigor no prazo de 60 (sessenta) dias após a sua publicação, que ocorreu em 19/01/2016.

Desta forma, os fornecedores deverão ficar atentos quando da publicidade de produtos, obedecendo as disposições contidas na Lei 16.119/2016, sob pena de autuação por seu descumprimento, sujeitando-se as penalidades acima previstas.

Dr. Noedy de Castro Mello
Coordenador de Assuntos Jurídicos

DE OLHO

Outlet de livros no Shopping Nações

O Shopping Nações Limeira promove uma feira de livros da Editora Escala, que coloca à disposição dos clientes mais de 200 obras, com preços a partir de R\$ 2,00. O Outlet Escala Livros ocupa uma área de 100 metros quadrados, onde é possível encontrar títulos dos mais diversos gêneros, que vão da literatura infantil até a adulta, com conteúdo dedicado à educação e obras de referência para todas as idades.

A entrada é gratuita e a feira ficará aberta ao público até o dia 5 de abril, nos seguintes horários: das 10h às 22h, de segunda a sábado, e das 14h às 20h, aos domingos e feriados.

Planetário “Espaço Nave” continua em Limeira

O “Espaço Nave”, único planetário móvel 100% digital e com projeções de 360°, com filmes licenciados, dublados e produzidos para o formato da cúpula, vem trazendo diversão e muita informação para os frequentadores.

As sessões, de 30 minutos, abordam diversos temas sobre o universo, com conteúdos para todas as faixas etárias. O público é convidado a conhecer todo o espaço

em uma viagem pelo Sol, Lua, Júpiter, Saturno e seus anéis, entre outros pontos do espaço, como as diversas constelações e as nebulosas.

Para escolas, as visitas podem se transformar numa aula muito divertida. Os colégios podem, inclusive, agendar horários especiais para suas turmas pelo e-mail agendamento@b2mall.com.br ou pelo telefone (19) 98237 6804.

O Planetário está instalado na Praça de Eventos do Shopping Nações Limeira. Aos sábados, recebe os visitantes das 12h às 22h (sendo a última sessão às 21h30). Nos demais dias, funciona das 14h às 20h (com a última sessão às 19h30). Os ingressos custam R\$ 15,00 (crianças até 10 anos acompanhadas de adulto pagante não pagam). Escolas contam com valores especiais.



DIVULGAÇÃO

INTERATIVIDADE

“Por mares nunca dantes navegados”

Há alguns dias, recepcionei um homem religioso, um daqueles que, aos domingos, seguem pelos bairros para levar sua pregação de casa em casa. Como de praxe, ele começou a fazer-me perguntas. Respondi-as de conformidade com o que havia lido nos catecismos. Quando me abordou sobre qual seria o nome de Deus, esperava que eu dissesse “Jeová”. Mas, preferi mencionar-lhe a tradução dessa palavra: “Eu Sou Aquele Que Sou”. E expliquei-lhe que tudo o que se expressa verbal ou literariamente (através de palavras), volta-se, obviamente, a alguém que ouve ou lê. Por isso, quando se diz “Eu Sou”, refere-se, ao tempo presente do modo indicativo do verbo ser. E essa “condição verbal” mostra (por aquilo que o verbo significa) que se tra-

ta do algo existente no momento em que se fala. O pronome “Eu” indica uma “Personalidade Que Fala e Sabe de Si”. Quando “Ela” diz “Eu Sou”, tal forma verbal de referência objetiva nos revela «Alguém (um “Mim” ou “Ego”))» que existe no instante em que se fala. O divino “Eu Sou” mostra-nos que “Deus Está Sendo”. Afirmam os gramáticos, que: “o indicativo é o modo verbal que expressa uma certeza, um fato”. Não dizem “fato real”, porque consideram redundância. Só “Alguém Que Existe” pode dizer que “É”. Por tal motivo, esse “Eu Sou” mostra que no momento em que se fala, Deus está presente como *Essência* (“algo que tem ser”). Pois quem diz “eu sou” se refere a uma realidade interna, subjetiva, introspectiva e sapiencial. Já que alude a um ser personalizado “dentro de si”.

Já o pronome demonstrativo «Aquele (que advém do Latim Vulgar: “eccu ille”))» indica a personalidade que permanece “fora de si”. Esse segundo pronome designa “Alguém que se distancia tanto da pessoa que fala como da que ouve”. Refere-se (o “Aquele”) a uma terceira personalidade que se reconhece tanto na ordem de lugar como na de tempo. Quando se diz apenas “Sou Aquele”, prevalece o fator referência. Aponta para “Alguém” que existe fora e já é conhecido pelo que ouve. Pois, a expressão “Aquele” nos indica “Alguém (apontável)” que conhecemos, até com familiaridade. Quando, por exemplo, um indivíduo diz: “aquele abraço”; “aquela festa”; “aquele cara”; “aquele dia”, enfatiza sobre coisa de que o interlocutor já faz alguma ideia. Assim, a Divindade, ao afirmar “Sou

Aquele”, refere-se a Alguém com Quem já estaríamos familiarizados (possivelmente, por inspiração, intuição). Pois, o “Aquele” indica e nos mostra o outro. Que pode ser nosso semelhante, nosso próximo e aludir a seres que existam. Através desse pronome, Deus (Essência, o “Eu Sou” interno) apresenta-se como *manifestação*.

Fracionei-lhe a expressão em três pronomes verbalizados: “Eu Sou” — “Sou Aquele” — “Que Sou”. Além de “Eu” e “Aquele”, o “Que” (o terceiro) é um pronome relativo. Com função gramatical de estabelecer a relação com identidades (nomes) mencionadas antes. Assim, quando se fala incompletamente “Eu Sou Aquele Que”, o “Que” alude ao que advém (“Eu Sou - Sou Aquele, O Qual...”). Assim, “Que” ou “O Qual” são palavras que exigem complementos.

Buscam *sentido*. Pois, pronomes relativos introduzem orações subordinadas. O “Que”, no “Nome Divino” retorna ao verbo (de ligação) ser, no indicativo presente. E o “Que Sou” também é um modo expressivo de certeza e de fato.

Eu mencionava que os três pronomes faziam referências a três pessoas: “Eu (à *Essência*, ao Pai)”; “Aquele (à *Manifestação*, ao Filho, Jesus)”; e, “Que” (ao *Sentido*, ao Espírito Santo). Diria mais... Porém, o visitante, já a despedir-se, garantiu-me que a Trindade era um dogma diabólico. Imposto pelo Imperador Constantino (272-337 A.D.). Por isso, ele não queria ouvir mais respostas. E assim, a respeitar seu direito de crença, silencie-me.

Paulo Cesar Cavazin

A importância de uma gestão de entrega para o sucesso de uma empresa

ACIL/LEONARDO BARDINI



A logística da Jad Log é aplicada desde o envio da mercadoria pelo remetente até o seu destino

Para montar uma empresa de sucesso é preciso levar em conta diversos fatores. O que determinará a entrada de um empreendedor no mercado vai desde a qualidade do produto oferecido, bom atendimento e até o momento em que o produto chega às mãos do consumidor. Este último tem tanto peso para determinar se aquele cliente voltará a comprar no empreendimento, quanto o preço e o produto em si.

Muitos empreendimentos possuem o próprio setor de entrega, mas normalmente são locais de grande porte que demandam uma grande quantidade de viagens, o que viabiliza o empresário possuir sua própria frota de entrega. Porém,

atualmente, a grande maioria quando necessita enviar o seu produto a uma longa distância, opta por terceirizar este processo, poupando assim tempo e até mesmo dinheiro, alcançando um público cada vez maior no mercado.

A logística para se contratar uma empresa, e evitar futuros problemas com a entrega é de extrema importância. Para Mariza Morelin Munhoz, sócia proprietária da Jad Log, a entrega deve suprir as necessidades tanto do empresário, quanto do cliente. “A logística hoje é o que vai determinar o fracasso ou sucesso da negociação. Muitos produtos vendem-se por si só, o que determinará a satisfação do consumidor é o

prazo, qualidade e a velocidade de entrega”, conta. A Jad Log oferece seus serviços para pessoas físicas e jurídicas.

Pode-se dizer que foi na última década que as compras virtuais tornaram-se uma febre para o consumidor. Além dos preços baixos, poder realizar suas compras sem precisar sair do conforto de sua casa é um dos maiores motivos por muitos optarem pelo e-commerce. Vários empreendedores abriram extensões de suas lojas físicas para as virtuais, outros já montaram seu negócio voltado totalmente para as vendas da internet.

Estes empreendedores precisam ter total atenção com o serviço contratado. Entregadoras

como a Jad Log, que possuem diversas unidades em mais de 6 mil cidades, tem a vantagem pela proximidade com o seu cliente. “Sempre haverá uma unidade da Jad Log perto do consumidor, que recebe o atendimento individual, com a atenção que merece. Caso seja necessário entrar em contato, o cliente sempre saberá com quem está falando. Locais de maior porte normalmente não são acessíveis desta maneira”, comenta a sócia proprietária.

Antes de contratar um serviço de entrega, é essencial estar atento principalmente ao prazo estipulado. Sempre que possível consulte o cliente para saber se o produto foi recebido dentro da data especificada, e se ele chegou em perfeito estado. O *feedback* com o consumidor deve ser realizado antes, durante e depois da compra para que ele volte a negociar suas futuras mercadorias.

Logística

Segundo Mariza, o mercado de entregas tem tido um bom crescimento nos últimos anos, apesar da situação do país. “O crescimento é lento, porém se comparado a outros setores, está ocorrendo de uma maneira significativa no mercado”, acrescenta. Muitos fatores podem influenciar neste crescimento, mas pode-se apontar a logística como sendo o de maior peso.

A Jad Log segue um padrão de gerenciamento e organização, que se repete em todas as outras unidades. O atendimento começa desde o recebimento do pacote, onde ele é pesado e conferido, para verificar se está embalado de forma a não danificar o produto. Após isto o pacote recebe um adesivo com informações e um código de barra que identificará todo o processo, desde sua saída da unidade até a chegada ao destinatário.

Após esta etapa, o material segue para o terminal de cargas que se localiza na cidade de São Paulo, onde é feita a triagem para os destinos finais. Ao chegar à unidade de seu destino, o código é lido e as informações do pacote são atualizadas. Após este processo, as entregas são distribuídas para seus destinatários. A pessoa que receber o produto preenche uma lista com seu nome e RG, que será escaneada e disponibilizada para consulta. O cliente final pode acompanhar todo o processo de entrega do produto, desde sua saída da loja até sua chegada.

O frete e transporte de mercadorias é um serviço estratégico que contribui para integrar diversos setores de empreendimento, além de servir como a extensão entre o empreendedor e seu cliente, sendo fundamental para garantir a qualidade e segurança do produto, gerando uma grande contribuição para o desenvolvimento econômico do país.

Todas as soluções da Jadlog nas mãos de nossos clientes



JADLOG LIMEIRA/SP

Coletas e Entregas:

(19) 3441-4199 / 3443-3954 / email: contato@jadloglimeira.com.br

NOVO ENDEREÇO

Rua José Malaman, 77 - Granja Machado

Startups de serviços são as que mais atraem investidores

As startups do setor de serviços são aquelas que mais atraem aporte financeiro dos investidores, principalmente as que atuam nos segmentos de educação, tecnologia e saúde. Essa é uma das informações reveladas por uma pesquisa inédita realizada pelo Sebrae em São Paulo, que desvenda alguns segredos da relação entre esses novos empreendedores e aqueles que investem seus recursos em um negócio de risco, conhecidos como “anjos”.

O estudo, chamado Lado A e Lado B – Startups, mostra que 97% dos investidores buscam startups de serviços para formar sua carteira

de investimentos. Em seguida, os setores mais procurados são comércio (50%), indústria (47%) e agronegócio (23%). Em relação aos segmentos, os preferidos são educação (alvo de 30% dos investidores), tecnologia (30%), saúde (27%), transporte/mobilidade urbana (20%) e serviços financeiros (17%).

A maioria dos investidores (80%) procura startups já em fase de operação, mas 63% também declararam buscar empreendedores na ideação, ou seja, ainda estruturando seu negócio. Sobre o valor dos investimentos, os aportes variam de R\$ 50 mil a R\$ 3 milhões.

O estudo confirma que existe uma busca mútua no mercado entre empreendedores e investidores, mas a percepção dos pontos fracos no relacionamento muda de acordo com o lado: empreendedores apontam a interferência dos investidores no negócio como a principal queixa; os investidores, por sua vez, citam as dificuldades do dia a dia e a falta de comprometimento dos empreendedores.

“O que os une é a perspectiva de ter retorno financeiro no negócio, mas o investidor quer ver engajamento e proatividade para ter confiança na startup. O empreendedor dessa área deve ser um ‘caçador de respos-

tas’, alguém proativo, que está sempre atrás de soluções”, afirma Renato Fonseca, gerente de Acesso à Informação e Tecnologia do Sebrae em São Paulo.

Perfil

A pesquisa também faz um perfil do ecossistema das startups. Em geral, os empreendedores são jovens (média de 33 anos) e têm alto grau de escolaridade; os investidores não chegam a ser de uma geração distante: a média de idade deles é de 41 anos. Quase metade (48%) dos empreendedores tinha emprego antes de iniciar a startup; depois disso, 73% passaram a dedicar seu tempo integralmente a ela.

Para realizar o estudo Lado A e Lado B – Startups, o Sebrae em São Paulo entrevistou 113 empreendedores de startup, representando o Lado A, e 36 investidores/apoiadores, responsáveis pelo Lado B da relação. Todos atuam no estado de São Paulo e as entrevistas (quantitativas e qualitativas) foram feitas entre setembro e novembro de 2015. A íntegra da pesquisa também identificou pilares do ecossistema e os principais desafios para implementar uma cultura empreendedora entre donos de startups no Brasil.

Fonte: Sebrae Notícias

AGENDA DE CURSOS

ACIL Associação Comercial e Industrial de Limeira

Vitrinismo

Data: 16 e 17 de março

Horário: 18h às 22h

Objetivo: Vitrines e espaços promocionais: conceitos, tipos de vitrine, estética e mensagens; Técnicas de composição: simetria, assimetria e variações, elementos de composição; Técnicas de exposição: utilização de agrupamentos, sobreposição, verticalização, horizontalização, planos e espaços promocionais; Cores e iluminação; Elementos decorativos: reconhecimento de materiais e suas utilizações; Material promocional: tipos, localização, visibilidade, mensagens, preços, adaptação na vitrine e PDV; Calendário promocional – datas comemorativas e promocionais.

Local: ACIL – Rua Santa Cruz, 647 – Centro

Público-Alvo: Profissionais do ramo (PF), MEI, ME, EPP

Inscrições: 3404-6527 e 3404-6528

Investimento: R\$ 90,00 por participante

Realização: Sebrae Inova

Atendimento ao Cliente com Sucesso

Data: 23 e 30 de março

Horário: 18h às 22h

Objetivo: Atendimento ao cliente; comunicação linha de frente; perfil do profissional do atendimento; os talentos de cada um; quais as exigências dos clientes; princípios básicos para o bom relacionamento com o cliente; satisfação dos clientes; tipos de consumidor; clientes sobre pressão; técnicas e cuidados para o bom atendimento; organização e limpeza; higiene e aparência pessoal; marketing pessoal; busca permanente de diferenciais.

Local: ACIL – Rua Santa Cruz, 647 – Centro

Público-Alvo: Proprietários de bares, restaurantes, lanchonetes e demais serviços de alimentação, e também os funcionários que lidam com os clientes: garçons, atendentes, auxiliares etc.

Inscrições: 3720-1002 e 3720-1003

Investimento: R\$35,00 por pessoa

Realização: Sesi e ACIL

Introdução às boas práticas para estabelecimentos varejistas de alimentos

Data: 21 de março | **Horário:** 9h às 18h

Objetivo: Apresentar os conceitos que envolvem o controle higiênico-sanitário nas empresas de alimentos, evitando os efeitos da contaminação biológica, química e física dos mesmos, manipulando-os adequadamente e prevenindo doenças, reduzindo perdas, valorizando a imagem da empresa e respeitando as normas impostas pela Vigilância Sanitária de acordo com a legislação vigente.

Local: ACIL – Rua Santa Cruz, 647 – Centro

Público-Alvo: Chefes de cozinha, cozinheiros, auxiliares de cozinha, copeiras; proprietários de empresas de alimentos; técnicos, graduados ou graduandos em Nutrição e outros profissionais das áreas afins.

Inscrições: 3404-6527 e 3404-6528

Investimento: R\$ 90,00 por participante

Realização: Sebrae Inova

Por dentro dos custos, despesas e preço de venda

Data: 28 de março

Horário: 19h às 21h

Objetivo: Palestra que visa orientar os empresários para o desenvolvimento de competências gerenciais que melhorem a gestão financeira de sua empresa.

Local: ACIL – Rua Santa Cruz, 647 – Centro

Público-Alvo: Potenciais Empreendedores e Empresários (MEI, ME, EPP)

Inscrições: 3404-6528 e 3404-6527

Investimento: Gratuito

Realização: Parceria Sebrae e ACIL

Postura social, profissional e comunicação no ambiente de trabalho

Data: 18 de abril | **Horário:** 19h às 20h30

Objetivo: Postura social e urbana; comunicação interpessoal e importância da linguagem não verbal; comportamento adequado no ambiente de trabalho; marketing pessoal como ferramenta para o desenvolvimento profissional.

Local: ACIL – Rua Santa Cruz, 647 – Centro

Público-Alvo: Empresários, funcionários, seus dependentes e comunidade

Inscrições: 3720-1002 e 3720-1003

Investimento: R\$25,00 por pessoa | **Realização:** Sesi e ACIL

Quais os direitos e deveres ao se alugar um imóvel?

Tanto locador quanto locatário possuem responsabilidades, que devem ser cumpridas de acordo com o contrato preestabelecido



ACIL/LEONARDO BARDINI

A atual situação do país tem dificultado o cidadão em adquirir diversas coisas, entre elas o imóvel. Com esta dificuldade, muitos têm optado por alugar uma casa ou comércio no lugar de comprá-las, mas tanto locador quanto locatário precisam estar atentos com as condições do contrato.

Antes de tomar qualquer decisão e fechar um acordo, o interessado em alugar um imóvel deve levar em consideração sua localidade (no caso de uma casa, por exemplo, o ideal é averiguar se ela está próxima a seu trabalho ou em um bairro que disponibilize uma variedade de comércios, como supermercado ou farmácias), nas condições do imóvel (se o preço do aluguel é compatível com o estado da casa e sua localização), entre outros.

No caso do aluguel de um espaço para comércio, é preciso verificar se o imóvel possui condições de suprir as necessi-

dades do empreendedor, se é apropriado para o tipo de loja ou serviço oferecido, aparência, e também se a localização do imóvel é favorável para um empreendimento (se é acessível para o público, se possui um bom fluxo de pessoas, local para estacionamento de veículos, segurança etc.).

Para realizar o aluguel do imóvel através de uma imobiliária, o locatário deve apresentar alguns documentos. O diretor da Tiengo Negócios Imobiliários, José C. Tiengo Júnior explica que “normalmente são solicitadas cópias de CPF, RG, comprovante de endereço atual e de renda. Para os fiadores são pedidos os documentos, além de uma declaração ou escritura que ateste que ele possui um imóvel em seu nome”. O fiador entrará como responsável por qualquer dívida ou cobrança que seja feita, caso o inquilino ao qual ele corresponde não possa quitá-las. Ele é uma for-

ma de garantia que a imobiliária e o locador recebam os valores estipulados no contrato.

O diretor ainda explica que existem alternativas para a substituição do fiador, caso o locatário não consiga alguém para assumir este papel. “Hoje algumas seguradoras oferecem o seguro-fiança, que é ativado caso haja a necessidade no imóvel alugado. Também há o depósito Caução, que é feito em uma caderneta de poupança, e exerce a mesma função do fiador ou seguro, porém quando o inquilino deixar o imóvel, ele recebe o valor de volta caso não haja algum desconto, devido a uma dívida ou reparo a ser feito no imóvel”, conta Tiengo. As imobiliárias exigem uma destas três alternativas na hora da locação, sendo da escolha do locatário a que melhor se encaixa em suas condições.

Direitos e deveres

Na hora de alugar um imóvel, o inquilino deve exigir o fechamento do negócio em um contrato. É nele que estarão firmadas todas as regras e condições da locação. Estas normalmente incluem que o locatário tem o direito de um imóvel em bom estado, prazo preestabelecido para o pagamento do aluguel, e caso haja a venda do imóvel o atual inquilino tem preferência caso queira adquiri-lo.

A pessoa que alugar uma casa ou comércio tem entre seus deveres o de pagar o aluguel

até a data determinada em contrato; utilizar o imóvel somente para os fins especificados (não é permitido, por exemplo, que uma pessoa que alugou uma casa abra qualquer tipo de comércio no imóvel); comunicar e reparar qualquer dano feito; não realizar qualquer alteração na estrutura sem a autorização do locador; cabe ao inquilino o pagamento de contas como água, energia, internet e telefone; e no final de uma locação, entregar o imóvel no mesmo estado em que foi encontrado.

O locador não está isento de suas responsabilidades ao alugar seu imóvel. É seu dever entregar um imóvel em boas condições de uso; pagar possíveis taxas administrativas caso haja a contratação de uma imobiliária; fornecer recibo ao inquilino após o pagamento de aluguel, ou qualquer outro valor referente ao imóvel; o pagamento do IPTU deve ser feito pelo locador, salvo esteja em contrato a divisão ou pagamento integral do valor pelo inquilino.

É de direito do locador receber o pagamento do aluguel em dia, sem atrasos; a reposição dos danos feitos pelo inquilino, familiares, amigos ou terceiros contratados; desocupação do imóvel caso seja solicitado (desde que este seja feito com prévio aviso visto por lei); realizar vistorias no imóvel em data e hora preestabelecidas.

É de extrema importância

que o contrato firmado e registrado seja cumprido por ambas as partes. A quebra do acordo por parte do inquilino emprega a aplicação de multa ou até mesmo despejo (no caso de utilização do imóvel para venda de produtos ilícitos, por exemplo). Em situações em que haja a quebra por parte do locador, o inquilino possui o direito de abrir um processo judicial, e receber o ressarcimento de danos ou multas ocasionados pelo rompimento.

No caso de morte do locador, os herdeiros passam a assumir o imóvel, e o inquilino tem o direito de permanecer no imóvel. “Podem ser feitas adequações ou alterações no contrato, porém tudo deve ser feito em conjunto com o inquilino”, conta o diretor da Tiengo. No caso de morte do inquilino, e este não possua dependentes dentro do imóvel, há o cancelamento imediato do contrato de locação. Porém, qualquer dívida ou reparo a ser feito na casa, passam para seu fiador ou herdeiros.

A melhor forma de se garantir o cumprimento dos itens especificados no contrato, é utilizar uma imobiliária para fazer a intermediação entre locador e locatário. Nela é possível encontrar profissionais capacitados, que auxiliarão desde a formulação de um contrato até o seu encerramento, garantindo assim mais comodidade e segurança para ambas as partes.


TIENGO
NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

Muito
+ que Alugar
e Vender.

Onde a pontualidade de pagamento é obrigação há mais de 20 anos

Rua Presidente Roosevelt, 819 – Centro – Limeira - Fone: (19) 3404.6060 - tiengo.com.br

Experiência e eficiência são foco do 4º Fórum Regional do Varejo

Evento ocorre dia 31 de março e abordará ainda as principais tendências do setor

A ACIC - Associação Comercial e Industrial de Campinas, CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas, e o Parque D. Pedro Shopping realizam dia 31 de março a 4ª edição do Fórum Regional do Varejo (FRV). O conteúdo do principal evento de varejo do interior paulista será pautado pela experiência e eficiência aplicadas ao setor, além de ressaltar as tendências apresentadas na Retail's Big Show, a maior feira de varejo do mundo organizada pela NRF - National Retail Federation, realizada em Nova York, no mês de janeiro.

Ao todo são esperados, das 8h às 18h, no Expo Dom Pedro, no Parque D. Pedro Shopping, cerca de 800 empresários e gestores do setor para ter acesso ao que há de mais relevante em varejo. Todo conteúdo será apresentado em três grandes painéis.

Além disso, a abertura será feita por Mário Gazin, fundador e CEO do grupo Gazin, uma das maiores empresas do Brasil, com 226 lojas de varejo em

sete estados, além de cinco indústrias de colchões e estofados e 13 centros de distribuição de mercadorias. Também compõe a programação, uma palestra especial sobre experiência digital com a gerente corporativa de marketing do grupo Sonae Sierira Brasil, Laureane Cavalcanti. Tradicionalmente, o FRV tem como primeiro painel o de Tendências para o Varejo, que abordará as principais novidades e tendências apontadas por especialistas e por representantes das maiores redes de varejo do mundo, durante a Retail's Big Show da NRF. Os participantes já confirmados do painel são a presidente da Associação Comercial de Campinas e vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo, Adriana Flosi; o presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, Eduardo Terra; o presidente das Óticas Carol, Ronaldo Pereira, a presidente do LIDE Mulher e ex-presidente da Dudalina, Sônia Hess;

e o presidente da rede Cybelar, Ubirajara Pasquotto.

No painel de Eficiência no Varejo, os participantes serão impactados com um conteúdo inovador destinado à qualidade das operações. As apresentações serão feitas por quem realmente faz acontecer no setor e é referência de sucesso e aprendizado. Já confirmaram presença nesse painel, o diretor de operações da Dufry, André Baldi e o CEO da BFFC (detentora das marcas Bob's, Yoggi, Doggis, KFC e Pizza Hut), Ricardo Bomeny.

Já no painel de Experiência no Varejo será debatido o que é necessário oferecer aos consumidores para que eles tenham uma experiência única e positiva ao tomar contato com empresas e produtos. Ideias inovadoras e cases de sucesso vão inspirar os participantes a desenvolverem uma visão renovada sobre a importância da percepção que os clientes devem ter sobre as empresas.

Os palestrantes confirmados são o fundador da Kawahara | Takano e presidente da Associação Brasileira da Indústria de Equipamentos e Serviços para o Varejo, Júlio Takano; o CEO da Inova Consulting e da Inova Business School, Luis Rasquilha; e o diretor da Kärfer Studio, Renato Müller.



A última edição, realizada em 2015, reuniu cerca de 500 participantes de toda a região e já se tornou tradição no estado de São Paulo

de São Paulo”, explica Adriana Flosi, presidente da ACIC e CDL, entidades realizadoras do evento assim como o Parque D. Pedro Shopping.

Como participar

As inscrições para o 4º Fórum Regional do Varejo já estão abertas e podem ser feitas por meio do site www.forumregionaldovarejo.com. Os ingressos custam R\$ 399 para empresas associadas à ACIC, ACIL e para sócios de outras Associações Comerciais. Não-sócios pagam R\$ 499. Os valores incluem estacionamento, *welcome coffee*, almoço e certificado de participação.

Networking

O 4º FRV terá períodos, como o *welcome coffee* e o almoço, nos quais os participantes terão a oportunidade de fortalecer seu relacionamento, ampliando seu networking. “Esse será um momento valioso já que o evento já se tornou uma referência e atrai empresários, gestores e tomadores de decisão de todo o estado

CONVÊNIOS ACIL

A ACIL, através de parcerias com empresas e instituições, desenvolveu uma série de convênios para proporcionar descontos e benefícios para os associados, funcionários e dependentes em diversas áreas. Veja algumas facilidades:



VILLAGE

Desconto de 10% para funcionários e dependentes das empresas associadas a ACIL. Serviços de registro de marcas e patentes no Brasil e exterior, direitos autorais, registro de domínios, assuntos regulatórios, assessoria jurídica e registro de software.



Ideia
Escolas de Línguas

IDEIA ESCOLA DE LÍNGUAS

Desconto de 15% para associados e funcionários e 10% para dependentes das empresas associadas a ACIL que pagarem suas mensalidades até a data de vencimento estipulada. Cursos de inglês, espanhol, alemão, italiano, francês e japonês.



ISCA

Desconto de 20% para funcionários e dependentes das empresas associadas a ACIL ingressantes nos cursos que pagarem suas mensalidades até a data de vencimento estipulada. Cursos graduação nas áreas de administração, ciências contábeis, ciências econômicas, direito, engenharia ambiental, engenharia elétrica, geografia, jornalismo, pedagogia, publicidade e propaganda, química, serviço social e administração, e cursos de pós-graduação MBA em inteligência de pessoas, controladoria e finanças, educação e inclusão, gestão em marketing empresarial e segurança no trabalho.



CIEE

Desconto de 15% por mês sobre o valor da Contribuição Institucional aos associados e seus funcionários, bem como seus dependentes legais, regularmente vinculados a ACIL. Serviços de Programas de Estágio.



SICOOB ACICRED

Cooperativa de crédito que possui várias linhas de financiamentos, oferecendo soluções ágeis e modernas que facilitam o dia a dia do associado da ACIL, suas operações financeiras, além de garantir o patrimônio particular e da empresa.

Como utilizar os convênios: entre com o login e senha utilizados para acessar o sistema de consultas, clique na aba SPCA > DIVERSOS > CONVÊNIOS > DECLARAÇÃO DE ASSOCIADOS. Feito isso, basta escolher o convênio a ser utilizado, preencher os campos com todos os dados solicitados e para finalizar, imprimir a guia gerada pelo sistema.

Informações: convenios@acillimeira.com.br

www.acillimeira.com.br