

# REVISTA ACIL

Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Leme

Ano VII | N° 35 | março - abril / 2018

www.acileme.com.br

## Economia volta a crescer em 2017



**Demanda por Crédito do Consumidor sobe 5,4% em janeiro**

5 Tendências de marketing

Indústria 4.0

Agricultura 4.0

Como vender mais no dia das mães?

## Expediente



Revista ACIL é uma publicação bimestral da Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Leme.

Tiragem: 1.350 EXEMPLARES

Distribuição gratuita e dirigida aos Associados

Editoração: NATHÁLIA C. M. SILVA

Colaboração e Revisão: EQUIPE ACIL

Diagramação: NATHÁLIA C. M. SILVA

Projeto gráfico: MARCOS MARINHO

Composição, Impressão: GRÁFICA BRILHO

(19) 3571-7999

Os artigos desta revista não refletem necessariamente o ponto de vista da Acil sobre o tema.

### DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente - Gustavo Moraes Cazelli

1º Vice-presidente - Ricardo Cello Faccioli

2º Vice-presidente - Antonio Sérgio Pereira

1º Tesoureiro - João Carlos Pinheiro

2º Tesoureiro - Alexandre Luis Mancini

1ª Secretária - Márcia Maria Da Roz Musumeci

2º Secretário - Danilo Grabert Lanza

### CONSELHO CONSULTIVO

Presidente do Conselho - José Cláudio Beltram

Integrantes do Conselho

Alex Lisi Simas

André Eduardo Altoé

André Luis Begnami

Carlos Eduardo Gurtler Júnior

Cristiane Aparecida Freitas Bertini

Eiji Toba

Fany Roberta Braghin Roverssi

Jorge Manoel Thenaisie Coelho Osório

Lucas Bezerra Bonfogo

Luis Fernando Pereira

Luiz Guilherme Gobbi Marcondes

Marcelo Francisco de Freitas

Mário Masamori Kohatsu

Michael Ricardo dos Anjos

Paula Rosolen Picardi

Paulo César Beltram

Pedro Luis Bueno

Rodrigo Alves Tonolli

Sílvio Carlos Rodrigues

Vanderson Natalino de Souza

### CONSELHO SUPERIOR

Hélio Rocha

Arlei de Oliveira

Irineo Carraro

José Luiz de Souza Sardinha

Geraldo Manoel Zanóbia

Valentin Ferreira

Francisco Geraldo Pinheiro

Joubert Pagliari Faccioli

José Cláudio Beltram



### DEPARTAMENTOS:

Recepção: Vanessa e Miguel - (19) 3573-7100

SEBRAE AQUÍ: Jéssica (19) 3573-7108 / Daiane 3573-7120

EMPREENDEDOR: Tânia - (19) 3573-7123

SCPC: Josefina e Lucas - (19) 3573-7102 / 3573-7113

Vendas/Filiação: Beto (19) 3573-7124 / Thiago 3573-7114

CRC: Tayná - (19) 3573-7119 / Eduardo 3573-7112

Financeiro/Adm: (19) 3573-7103 / 3573-7106

Convênios: Denise (19) 3573-7104 / Simone 3573-7122

Eventos: Karen - (19) 3573-7105

Comunicação: Nathália - (19) 3573-7107

Gerência: Sebastião - (19) 3573-7109

Codel - Letícia - (19) 3571-7117

### CANAIS DE COMUNICAÇÃO



Facebook: <http://www.facebook.com/acildeleme>



Canal Youtube: <https://www.youtube.com/acildeleme>



Twitter: <https://twitter.com/acileme>



LinkedIn - Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Leme



Site: [www.acileme.com.br](http://www.acileme.com.br)

Endereço: Avenida Carlo Bonfanti, 106

CEP 13.610-238 - Centro - Leme-SP

Telefone: (19) 3573-7100



11



4



12



14



18



19



22

## Índice

- 04 Palavra da Diretoria e Conselho
- 05 Nossos Sócios
- 06 Mural de Avisos e Comunicados
- 08 Aconteceu / Empreender
- 10 Aumente seu lucro com e-commerce. Invista em um site responsivo
- 11 5 Tendências de marketing
- 12 Gestão financeira, descomplica!
- 14 Economia voltou a crescer em 2017
- 16 Indústria 4.0
- 17 Agricultura 4.0
- 18 Demanda por Crédito do Consumidor sobe 5,4% em janeiro
- 19 Como vender mais no Dia das Mães?
- 21 SCPC - Relações entre consumidores e empresas
- 22 Cuide da saúde de sua Empresa
- 24 Mas e quando mesmo com um bom cadastro e utilizando análise de crédito, a inadimplência aparece?
- 25 Emissão de Nota Fiscal Eletrônica e Documentos Fiscais. Tire sua dúvida!
- 26 Clube de Vantagens
- 27 Agenda de Eventos

# Mulheres e Empreendedorismo

Iniciamos nossa palavra da Diretoria e Conselho, com um trecho do livro “A Ciranda das Mulheres Sábias” de Clarissa Pinkola Estés: “Estou aqui. Se vocês quiserem proximidade, fiquem perto de mim. Se não, afastem-se, porque nós vamos avançar”.

A mulher tem conquistado cada vez mais espaço no mercado de trabalho. Conciliar trabalho, família e casa não é nada fácil e, ainda assim, com sua garra, a mulher faz tudo muito bem feito. E tudo sai bem feito exatamente porque existe amor e dedicação. A perfeição feminina no trabalho faz muita diferença, e quando dizemos perfeição falamos não só no “fazer bem feito”, mas também em como tratar as pessoas, enxergar além, ter sensibilidade para com os problemas, e seguir sua intuição para resolvê-los.

Vista como otimista e dinâmica, a Mulher Contemporânea tem um perfil “Malabarista” e vem conquistando tudo que almeja, e através de sua busca por autonomia profissional destaca-se cada vez mais no mundo dos negócios. Em 2014 o país chegou à marca de 7,9 milhões de Empresárias (dados da Agência Brasil de 07/03/2017).

A Acil apoia todas as mulheres, empreendedoras por natureza, e as convida a serem mais presentes no cotidiano da associação, a trocarem conosco suas expectativas e experiências. Que esta determinação e perseverança se reflitam tanto no mercado de trabalho quanto na rotina diária trazendo reconhecimento e resultados. Somos guerreiras por natureza e profissionais por competência e juntas podemos sempre mais!

*Texto de autoria da Diretoria e Conselheiras da Acil.*



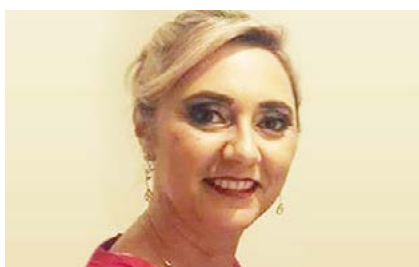
**Paula Rosolen Picardi**

Há mais de 10 anos trabalho na Retífica Lemense com muitos homens. A maioria da empresa é homem, são 55 e somente 05 mulheres. No entanto, falando de respeito e reconhecimento, minha experiência não poderia ser melhor. Sou e somos muito bem tratadas e respeitadas e o ambiente de trabalho é leve por isso.

Nós carregamos conosco a intuição feminina que vamos e convenhamos, é sempre certa! E, mais ainda, a sensibilidade nos torna especiais, pois em qualquer que seja o ambiente somos nós, mulheres, que o deixamos leve, lindo e alegre!



**Márcia Maria Da Roz Musumeci**



**Cristiane Freitas Bertini**

Divido a gestão do TOKA SUPERMERCADO, com meu marido há mais de 30 anos. Começamos como Casa de Carnes, onde o ambiente sempre foi, quase que exclusivamente masculino. Para poder gerenciar melhor fiz Gestão de Pequenas e Médias Empresas.

Nós mulheres estamos cada vez mais, conquistando nosso papel perante a sociedade. Estamos à frente de diversas atividades. Nada é fácil, mas quando se faz aquilo que gostamos, mesmo diante das dificuldades, conseguimos superar sempre com dedicação e comprometimento. Estamos trilhando um caminho, antes apenas sonhado por nossas mães e avós!

Trabalho há anos com mulheres e sabemos que já conquistamos um lugar no mercado de trabalho, graças ao nosso perfil de determinação e organização. Sempre executei tarefas para as quais não estava totalmente pronta, acho que é dessa maneira que crescemos. Quando estamos em um momento no qual pensamos “Nossa, não estou certa que sei fazer isso...” é quando podemos nos dedicar, ter força e avançar conquistando o nosso lugar.



**Fany Roberta Braghin Roverssi**

Há anos atrás, minha profissão Bacharel em Ciências Contábeis (Contadora) era predominada por homens. Nos dias atuais o crescimento feminino neste universo vem destacando-se e já ocupa uma boa fatia no mercado. Existe um grande número de Empresas que a Contabilidade tem como responsável uma Contadora, posso afirmar com convicção, por ser sócia do Escritório Braghin Organização Contábil e Fiscal.

Atualmente temos como Presidente do CRC - Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo - gestão 2018/2019 - a Sra. Márcia Ruiz Alcazar, cujo lema é “Movido por conquistas. Inovando pela profissão”.

SÍTIO REPÚBLICA.....	(19) 99652-1173
FUNDIÇÃO SANTA LUZIA.....	(19) 3573-2031
RACER AUTO CENTER .....	(19) 3571-2535
MS MODAS FITNESS.....	(19) 99884-8720
ZULLO CONTABILIDADE E CONSULTORIA .....	(19) 3573-0288
MAIS VERDE GARDEN E FLORICULTURA .....	(19) 3572-1235
MEL SOBRANCELHAS & CIA.....	(19) 99510-9052
MINAS DISTRIBUIDORA.....	(19) 3573-2788
LIA MODAS.....	(19) 3554-1170



# Sempre cuide das suas informações e senhas do SCPC

- Guarde seu código e senha em local seguro;
- Habitue-se a trocar sua senha periodicamente;
- Troque de senha sempre que ocorrer mudança de funcionários;
- Selecione os funcionários que realizarão consultas e somente estes devem ter acesso ao código e senha da sua empresa.

## Solicite um treinamento à ACIL, pois com este você saberá como:

- Cadastrar senhas individuais para as pessoas autorizadas de sua empresa;
  - Definir a quantidade e quais tipos de consultas seus colaboradores poderão realizar, evitando com isso, possíveis gastos com consultas desnecessárias;
  - Cadastrar em seu sistema para você receber diariamente relatório com consultas realizadas no dia anterior para que possa acompanhar as consultas;
- Não realize suas consultas em locais em que terceiros escutem (quando consultas por telefone) ou visualizem a digitação (quando via internet). Tenha um espaço próprio para consultas que não permita acesso ou a proximidade de terceiros.

## FIQUE INFORMADO SOBRE E PARTICIPE DE NOSSA AGENDA DE EVENTOS

Se inscreva em nosso mailing, lista de whatsapp, acesse periodicamente o nosso site e nos siga nas redes sociais.

Em nosso site você encontrará comunicados, agenda de eventos, dicas empresariais, informações sobre o Clube de Vantagens, notícias da Associação, fotos e matérias de todos os eventos realizados, e tudo isso, sempre atualizado.

Para se manter atualizado, cadastre o seu email em nosso sistema para receber nossas notícias, você pode solicitar via site ou enviar um email pedindo a inclusão para: [eventos@acileme.com.br](mailto:eventos@acileme.com.br).

Outra alternativa é curtir a nossa página no facebook ou nos seguir no Twitter, Youtube e linkedIN, que também contam com informações rápidas, avisos importantes e orientações empresariais, além de remeterem e reforçarem o conteúdo de nosso site.

## CONFIRA NOSSOS CANAIS:

[www.acileme.com.br](http://www.acileme.com.br)

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

twitter: [acileme](https://twitter.com/acileme)

youtube: [acildeleme](https://www.youtube.com/acildeleme)

linkedIN - ACIL - Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Leme



## LEMBRE-SE:

A responsabilidade pela utilização e sigilo do código e senha de consultas ao SCPC é da empresa associada e as consultas realizadas com esses dados não podem ser canceladas, gerando a obrigação do pagamento das consultas no boleto mensal à ACIL.

A ACIL não faz ligações aos Associados solicitando senha, alteração, dados e nenhum tipo de informação relacionada ao SCPC.

## Acil adota Whatsapp para atendimento

A comunicação sempre se transforma e seguindo a tendência da praticidade, conectividade e relacionamento próximo aos associados a Acil implantou os canais de comunicação via Whatsapp.

Os canais irão abranger os departamentos da associação, para comunicação direta e também teremos o departamento de eventos e divulgação, no qual o associado irá se inscrever para receber notícias sobre comunicados e eventos.

## COMO SE INSCREVER PARA RECEBER COMUNICADOS E AGENDA DE EVENTOS

•Cadastre o número da Acil Eventos em seu celular  
**(19) 99264-8196**

•**Envie a mensagem** - Quero receber comunicados e eventos.

•Em seguida nossa equipe irá cadastrar seu número em nossa lista de transmissão

IMPORTANTE – Você precisa cadastrar o número da Acil para que o Whatsapp autorize o envio das mensagens

# Comunicado - A partir de maio os boletos serão enviados somente por e-mail

Queremos através deste comunicado, informar que, a partir do vencimento 15 de Maio de 2018, os boletos da ACIL serão enviados somente por e-mail a partir do 1º dia útil de cada mês, e também estarão disponíveis em nosso site [www.acileme.com.br](http://www.acileme.com.br). Caso sua empresa possua convênio médico e/ou odontológico, o relatório completo também estará disponível em nosso site: [www.acileme.com.br](http://www.acileme.com.br).

Pedimos a gentileza de atualizar seu e-mail de correspondência junto ao nosso setor de cadastro, para que o envio do boleto ocorra corretamente.

Se sua empresa não tiver e-mail para contato, nem acesso à Internet, solicitamos que compareça à Associação Comercial no início de cada mês para retirada do boleto.

Dúvidas, favor entrar em contato conosco, através do telefone (19) 3573-7100, ou e-mail [luciana@acileme.com.br](mailto:luciana@acileme.com.br) ou [tayna@acileme.com.br](mailto:tayna@acileme.com.br).



## CONTATOS PARA ATENDIMENTO DIRETO

É só cadastrar e enviar mensagem para os departamentos:

### Administração:

Miriam / Luciana – (19) 9.8954-3804

### Atendimento:

Vanessa – (19) 9.9219-2648

### Codel:

Letícia – (19) 9.9591-2951

### Comercial:

Luiz Roberto (Beto) – (19) 9.9265-1355

### Comercial:

Thiago – (19) 9.9127-6797

### Comunicação:

Nathália – (19) 9.9328-2221

### Convênio:

Denise / Simone – (19) 9.8909-3790

### CRC:

Eduardo / Tayná – (19) 9.9265-1324

### Empreender:

Tânia – (19) 9.9257-1546

### Eventos:

Karen – (19) 9.9264-8196

### SCPC:

Lucas / Josefina: (19) 9.8905-6457

### Sebrae:

Daiane / Jéssica – (19) 9.9264-2820



**Acil reúne lojistas para traçar melhorias na campanha e deliberar sobre horário do comércio**

**No dia 05 de Fevereiro,**

Estiveram presentes representantes das empresas Atacadão Lazer, Atitude, Camarotti Calçados, Capricho, Cris & Cia, Cybelar, Dona Carmen, Drogaria Galeno, Elo 29, Embaleme, Farmácia do Chico, Joia Calçados, Joia Esportiva, Lanza Calçados, Marietta, Mixbiju, Optica Fiocco, People Formação Completa, Rivera Móveis, Sansara, Sansarinha, Santa Mamãe, Supermercado Beltram II, Supermercado Quilo (Santa Cruz da Conceição), Villa Forte e Xodó Store.



**Oficina - SEI Controlar meu dinheiro ensina técnicas de gestão financeira**

**No dia 01 de fevereiro**

Maurício Piasentin Salvador e apresentou técnicas e estratégias de gerenciamento do negócio.



**Palestra - Por Dentro dos Custos, Despesas e Preço de Venda**

**No dia 05 de Março,**

Participantes aprenderam sobre a formação correta do preço de produtos e serviços.



**CRIARTE**

16, 17 e 18/02/2018 – Criarte participa da 23ª Exposição Nacional de Orquídeas de Leme.



## Líderes locais participam do 3º encontro de Políticas Públicas para melhorias na cidade

No dia 30 de janeiro.

Nas palavras do atual Presidente da Acil – Gustavo Moraes Cazelli agora é fundamental planejar e agir “É necessário gerar uma nova realidade, trabalhar com planejamento e mensurar os resultados, sempre resgatando o que foi decidido, atualizando o panorama para agir na próxima fase do projeto”.



05, 06, 07 e 08/03/2018 – Criarte realiza junto a Secretarias do Município (Esporte e Cultura) Workshop de Fuxico, Patch Aplique e Pintura em Tecido, este evento aconteceu em comemoração ao Dia Internacional da Mulher.



**Aprul**

15/02/2018 – Benefício para o Produtor Rural:- Aprul recebe em Leme as empresas Feltrin Sementes e IBS Mudas.

Na data foram apresentados os tipos de sementes da Feltrin e o manejo na formação de mudas pela IBS estufas.



No dia 13/03

Exposição dos trabalhos realizados durante os Workshops com a Criarte



# Aumente seu lucro com e-commerce. Invista em um site responsivo

Levantamento da plataforma de pagamentos PayPal aponta que o m-commerce cresceu 35% no último ano, mas apenas 25% dos sites têm tecnologia para funcionar bem no smartphone



As compras online feitas pelo celular tiveram um aumento de 35% em 2017, segundo dados divulgados pelo PayPal. O crescimento do índice acompanha uma mudança de comportamento do brasileiro, que tem cada vez mais acesso à internet móvel. De acordo com o IBGE, mais de 92% da população acessa a internet por meio de um smartphone.

**“Ter sites e aplicativos mais preparados ajuda nesta expansão do m-commerce, mas apenas 25% das lojas móveis se adaptaram à tela de qualquer equipamento”,** comenta Thiago Chueiri, diretor de desenvolvimento de negócios do PayPal Brasil. Isso significa que a grande maioria dos sites do país não é responsivo. Ou seja, não se ‘encaixam’ automaticamente, mudando sua aparência e disposição, para caber no tamanho da tela do dispositivo.

Atualmente, 41% das pessoas começam a pesquisar produtos pelo celular. Dados do levantamento realizado pela Opinion Box, para o Paypal, apontam ainda que 71% das pessoas realizaram alguma transação nos últimos 30 dias.

Segundo o estudo, ainda existe no Brasil a percepção de que é difícil comprar pelo celular. Dentre os principais motivos para isso estão a demora no carregamento das

páginas das lojas (42%), não encontrar as informações sobre os produtos (36%) e a necessidade de utilizar o pacote de dados para navegar e realizar a compra (32%).

## App ou site: em qual investir?

Embora ainda sejam mais atraivos, os aplicativos esbarram na capacidade de memória do aparelho: 57% dos consumidores levam isso em consideração.

Um bom aplicativo, que tem mais chances de conquistar a preferência do consumidor (e não ser deletado), deve oferecer uma experiência espetacular, ser útil no dia a dia ou oferecer algum benefício, como o acúmulo de pontos ou descontos exclusivos.

**”**  
*De acordo com dados do IBGE, mais de 92% da população já navega na internet por meio de um smartphone.*

## Dados da pesquisa PayPal/Opinion Box:

- 71% realizaram alguma transação pelo celular nos últimos 30 dias
- 25% dos sites não é responsivo
- 50% finalizam uma compra pelo celular
- 56% preferem usar aplicativo na categoria serviços (inclui transporte)

# 5 Tendências de marketing

*A próxima tendência definindo o futuro do marketing é a noção de Causas ou Propósitos.*

Marketing é uma disciplina em constante transformação. Em tempos de quarta revolução industrial, o impacto do digital e da tecnologia possibilita o "santo graal" da personalização em escala e do conhecimento profundo do cliente. Abaixo você confere as cinco principais tendências de marketing, elaboradas junto com a Salesforce Research, área de pesquisa da Salesforce.



**1 O futuro do marketing é contextual**  
Publicidade é desenhada para distrair o consumidor e tentar desta forma capturar a sua atenção. Contexto vai na direção oposta e procura se alinhar ao que está na cabeça do consumidor. Veja o Facebook, por exemplo. Cada vez que nos logamos nesta mídia social existem, em média, mais de 1.000 posts esperando por nós. Porém, os algoritmos do Facebook irão mostrar apenas aqueles que são contextuais a você naquele momento. É por isso que o alcance orgânico de company pages caiu 1%. Sem o contexto do momento, nossas mensagens não terão relevância e, portanto, serão filtradas. Contexto é o futuro do marketing porque é o que os consumidores querem, é o que o novo ambiente de mídia apoia e está se provando como uma forma muito mais eficaz de direcionar as ações dos consumidores do que a publicidade.

**2 Causas são o novo fundamento do marketing**  
A próxima tendência definindo o futuro do marketing em 2018 é a noção de Causas ou Propósitos. Vários líderes de marketing já anunciaram que estão concentrados em revisar suas estratégias e começar a fazer "marketing orientado a causas". Executivos de marketing de empresas de alta performance são 2.2 x mais propensos a usar este tipo de método. O motivo é simples: os clientes querem isso. Recentemente nosso time de pesquisa trabalhou com a The Economist em uma avaliação de mercado e identificamos que 79% dos consumidores preferem comprar produtos de uma empresa que opera com propósitos sociais (os dados serão publicados pelo Economist Insights Team no começo de 2018). O marketing orientado a causas é uma abordagem integrada e o novo fundamento do marketing.

**3 O futuro das relações públicas é participativo**  
As redes sociais transformaram o conceito de publicação de conteúdo e, portanto, o escopo de relações públicas (RP). Nossa nova noção contextual de marketing também abre as portas para o futuro de

RP e mostra o poder da propaganda participativa. A ideia tradicional de RP é sobre controlar uma narrativa através da influência da imprensa. No entanto, nosso mundo moderno mostra que o engajamento coletivo é um veículo mais poderoso do que veículos de mídia em direcionar narrativas. O futuro de RP é participativo e o futuro do controle de narrativas está em criar engajamento com uma audiência.

**4 O futuro da automação de marketing é +**  
Em nosso estudo "State of Marketing 2016" descobrimos que as organizações líderes em marketing utilizam, em média, 14 ferramentas para criar uma experiência coerente e integrada ao cliente. Ainda, precisam integrar dúzias de canais, fontes de dados e aplicações. O futuro do marketing requer que ampliemos o entendimento de automação de marketing. Não podemos mais pensar apenas em nossas ferramentas de automação, mas precisamos considerar toda esta rede hiperconectada de automações. Isso é automação de marketing 2.0. O futuro do marketing é sobre experiências contextuais. Para isso, precisamos aumentar a ideia do que é automação de marketing e ir além dos muros da empresa.

**5 Inteligência artificial e chatbots**  
Mais um dado da nossa pesquisa "State of Marketing": 1/3 do orçamento de marketing das empresas é gasto em canais que não existiam 5 anos atrás - e os entrevistados esperam que a porção do orçamento investido em novos canais aumente para 40% até 2019. Com o aumento dos canais de comunicação com o cliente, é muito difícil gerenciar tudo isso manualmente, então bem-vindo à era do chatbot!  
O futuro do marketing está relacionado a experiências conectadas, e os chatbots são uma forma prática de melhorar o relacionamento entre clientes e empresas, pois engajam clientes em canais sociais, apps e websites, fornecendo experiência nativa e autêntica, geralmente superior a outros métodos de marketing.

# Gestão financeira, descomplica!



Diego Pereira de Souza – Consultor de Finanças  
Economista e Especialista em Gestão Financeira

O comportamento do empresário diante do fantasma das "FINANÇAS" vem de uma natural aversão ao próprio tema. É fato que desde a nossa infância deveríamos ter uma orientação mais ativa sobre o assunto. Se somos bagunçados com nossas próprias contas pessoais, imaginamos na empresa?

Acontece que os tempos são outros, o comportamento do consumidor mudou, os meios de pagamentos se multiplicaram, e a rotina multitarefas de nossos empresários resulta no famoso "deixa para amanhã". Porém, o amanhã custa caro. O nosso cenário muitas vezes turbulento, guerra de preços, dificuldade de crédito, entre outros, não dá mais chance para a cegueira de nossos resultados. **E o que eu (empresário) tenho com isso?**

Esse tipo de pergunta é natural para o empreendedor em um momento como este. Vale reforçar que neste contexto convivemos com uma redução do poder de compra das pessoas, e é de extrema importância redobrar os cuidados. E para que possamos enfrentar esta situação é imprescindível uma

boa gestão e acompanhamento dos controles financeiros.

Poxa... Se não anoto se quer as entradas e saídas de minha empresa, como vou me planejar para crescer? É o mesmo que ir para academia e não subir na balança para ver quantas gramas perdemos. E, diariamente, a pergunta que ecoa em nossas cabeças é: **onde estou errando?** Ou até mesmo a justificativa da falta de tempo que me traz um sentimento de consciência tranquila.

”  
*Quando o empresário  
não separa a conta física  
da jurídica, ele perde  
o controle financeiro  
do negócio*

E nesses anos de atendimentos e consultorias vemos muitos empresários que se dedicam ao operacional, e não sobra tempo para a gestão. **"Mas olha, meu negócio era pequeno, apenas eu e a esposa, nunca precisa-**

**mos de sistema, planilha, controles e fomos crescendo, chegamos até aqui dessa forma, e agora não consigo administrar. "**

O problema é que, muitas vezes, confundimos as coisas. Não tem ninguém olhando para a gestão e a empresa acaba sendo refúgio para pagamentos de contas pessoais. Um exemplo recorrente que pode ser fator determinante para um problema ainda maior. Quando o empresário não separa a conta física da jurídica, ele perde o controle financeiro do negócio. Não sabe o quanto



tem para pagar aos fornecedores, funcionários e demais despesas ou quanto poderia reinvestir no negócio. Pior: ele não consegue fazer a leitura correta de custos e receitas, o que pode levá-lo a determinar um preço de venda fora da realidade.

Pois bem, se quisermos ver nossa empresa saudável, não titubear e ter um crescimento sólido, é óbvio que precisamos cuidar dela. E para darmos o remédio correto ou a vitamina necessária, temos que medir, auferir, contabilizar, enxergar, compreender, extrair. Resumindo: precisamos de informações sobre ela. Muito falamos em conhecimento, mas o que é conhecer?

Em um mundo em que as informações transbordam - via TV, tablet, celular, computador, jornal, revista, rádio, podcast, youtube... ufa! - eu me privo de conhecer minha própria empresa?! **"Ah, mas eu não sei como faz!" Então vamos aprender!**

Temos várias formas para isso. Uma simples ferramenta de fluxo de caixa, por exemplo, pode ajudar você a controlar as entradas e saídas, maximizar os resultados, controlar necessidade de capital de giro, tomar decisões e melhorar a competitividade. A palavra-chave é **DISCIPLINA**, adicionado a uma colher de força de vontade. Se eu "mais ou menos" sei o quanto estou ganhando, se eu "mais ou menos" sei o quanto estou recebendo, não posso reclamar se a minha empresa for sempre "mais ou menos". Precisamos dar um basta!

Chegou a hora de assumirmos o leme do barco, de saber para onde estamos indo, e de que forma vamos chegar lá. A receita neste momento é cautela. Cuide da gestão de sua empresa! Se você não estiver pensando nela, quem vai pensar? É hora de rever e replanejar os seus custos. Não dá para ganhar mais? Então, gaste menos.

Mas tenha sempre em mente que a gestão financeira não é um bicho de sete cabeças. Qualquer empresário consegue fazer e toda empresa precisa de uma.

## QUER ENTENDER MAIS SOBRE AS FINANÇAS DA SUA EMPRESA?

**23 a 26 de abril**

Venha para o Programa Integrado de Capacitação em Finanças! "PIC FINANÇAS", com o intuito de trazer alguns pilares da gestão e controles financeiro.

**O curso abordará:**

1. Fluxo de Caixa
2. Indicadores Financeiros
3. Por Dentro dos Custos
4. Controle de Estoque

**Mais informações na pág 27 - Agenda de Eventos**

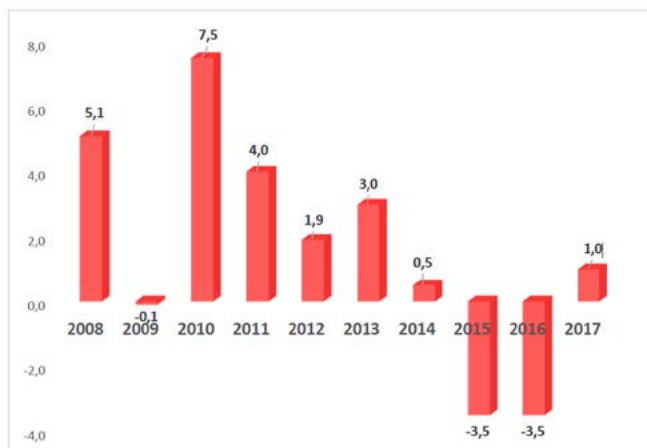
# Economia volta a crescer em 2017

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu 1,0% em 2017, em linha com as expectativas dos analistas de mercado, após apresentar quedas consecutivas de 3,5% nos dois anos anteriores (ver gráfico abaixo).

A retomada do crescimento econômico é alentadora, pois significa a superação da pior recessão da história do País, porém, além de contar com uma base de comparação muito baixa, não é capaz de compensar as contrações sofridas em 2015 e 2016, fazendo a atividade retornar ao nível observado em 2011.

Em todo caso, o PIB do quarto trimestre do ano passado apresentou elevação mais intensa (2,1%), em relação ao mesmo período de 2016, sugerindo aumento de "tração" na recuperação da atividade.

## VARIAÇÃO ANUAL DO PRODUTO INTERNO BRUTO: 2013 – 2017 (%)



Fonte: Elaboração IEGV/ACSP, a partir de dados do IBGE.

Pelo lado da demanda, o consumo das famílias, que continua sendo o principal componente, se expandiu em 1,0% durante 2017, devido à recomposição da renda, em decorrência da redução da inflação, à maior geração de postos de trabalho e à expansão do crédito, com menores juros e prazos de financiamento mais dilatados. Também contribuiu a renda extra de R\$ 44 bilhões, injetada na economia a partir da liberação dos recursos inativos do FGTS. A retomada do consumo ocorreu, apesar do recrudescimento da crise política, que não abalou de forma importante a confiança do consumidor.

Por sua vez, o investimento produtivo e em infraestrutura (formação bruta de capital fixo) continuou em queda (-1,8%), porém de forma muito menos intensa do que nos dois anos anteriores (-10,3% e -13,9%, respectivamente). A



”

*O consumo das famílias, que continua sendo o principal componente, se expandiu em 1,0% durante 2017*

queda desse tipo de despesa se deveu, em grande medida, à contração do setor construção, que ainda não se recuperou, apresentando queda de 5,0% e ao profundo corte sofrido pelos investimentos públicos, que fazem parte dos gastos discricionários do Governo. Vale destacar, porém, que a formação bruta de capital fixo mostrou elevação durante o último trimestre do ano passado, após 14 quedas consecutivas. De todo modo, a participação dos investimentos no PIB (taxa de investimento) voltou a cair, alcançando a mínima histórica de 15,6%, cada vez mais abaixo da média dos emergentes (25,0%).

Continuou havendo contração do consumo de governo (-0,6%), que corresponde fundamentalmente às despesas com servidores nas três esferas governamentais, maior à contabilizada em 2016 (-0,1%). Esse resultado denota o



esforço fiscal realizado, ao estabelecer um “teto” para os gastos do Governo Federal, além da crise financeira vivida por vários estados e municípios. Apesar disso, na comparação com o terceiro trimestre do ano passado, livre de influências sazonais, houve ligeiro aumento desse tipo de dispêndio (0,2%).

O setor externo seguiu contribuindo positivamente para o crescimento econômico, com as exportações de bens e serviços crescendo 5,2% em 2017, em decorrência da recuperação da economia mundial e da elevação dos preços das commodities agrícolas e minerais. Essa contribuição, contudo, foi bastante moderada, pois houve expansão quase da mesma intensidade das importações de bens e serviços (5,0%), impulsionadas pela recuperação do consumo das famílias, pela estabilidade cambial e pelas importações de máquinas e equipamentos.

Pelo lado da oferta, o maior destaque ficou por conta da produção agropecuária, que cresceu impressionantes 13,0%, devido ao recorde de produção agrícola, principalmente soja e milho, ocorrido no ano passa-

do, beneficiado por sensível melhora nas condições climáticas. Na ótica da produção, esse resultado foi o principal Instituto de Economia Gastão Vidigal responsável pelo crescimento de 1,0% do PIB, que, sem ele haveria aumentado somente em 0,3%.

Também merece destaque a recuperação dos serviços, o principal setor produtivo da economia, que avançou



*Vale destacar, porém, que a formação bruta de capital fixo mostrou elevação durante o último trimestre do ano passado, após 14 quedas consecutivas.*

0,3% em 2017, após dois anos consecutivos de queda (-2,6% e -2,7%, respectivamente), impulsionado pelo maior consumo das famílias, que resultou em expansão de 1,8% para o

comércio atacadista e varejista.

A atividade industrial apresentou estagnação, após mostrar contrações nos três anos anteriores (-4,0%, -5,8% e -1,5%, respectivamente). O desempenho do setor foi afetado negativamente pelo maior custo de produção, devido à utilização das termoelétricas. O destaque positivo ficou por conta da atividade extrativa (4,3%), enquanto o pior resultado veio da construção civil (-5,0%).

Por último, vale mencionar que, enquanto o valor total da produção sem considerar os impostos (valor adicionado a custo de fatores), aumentou em 0,9%, os impostos o fizeram em 1,3%, o que implica em aumento implícito de nossa já muito elevada carga tributária. Em síntese, o quadro acima consolida a retomada da atividade. A perspectiva para 2018 é de crescimento econômico mais “robusto”, podendo chegar a cerca de 3,0%, com expansão mais espalhada na indústria e nos serviços, já que a produção agropecuária não deverá mostrar aumento importante.

# Indústria 4.0

## Adiar a discussão sobre inovação pode tornar ameaças uma realidade

*Teremos que ser híbridos, desapegados, hábeis, capazes de andar em curvas desconhecidas e corajosos para que possamos nos reinventar junto com o mercado nos próximos anos.*



*Jornal Gazeta do Sul*  
Por Jaqueline Weigel

Tradição é uma palavra muito forte no mundo dos negócios. Mas Inovar significa sobreviver.

Negócios de todos os segmentos e tamanhos precisam abrir espaço para este assunto. Ecossistemas sociais precisam conectar-se ao debate e planejar ações casadas. E todos nós, profissionais do mercado precisamos aprofundar a discussão, para que nos tornemos capazes de aprender e nos transformar ao mesmo tempo. Teremos que ser híbridos, desapegados, hábeis, capazes de andar em curvas desconhecidas e corajosos para que possamos nos reinventar junto com o mercado nos próximos anos.

A Quarta Revolução Industrial exige atenção, decisão e prontidão. Não é preciso pressa mas a distração pode custar caro. Um novo organismo humano está nascendo: consciente de si mesmo, bem construído em termos éticos, ambicioso por causas de impacto social e corajoso para romper com as barreiras do status quo. Este novo cidadão escolhe a vida que quer viver e cria o futuro que deseja.

**Há um novo questionamento no ar:** já temos uma ideia do que vem pela frente, agora queremos saber como nos adaptar. Precisamos ampliar a discussão e tirar o foco

excessivo em torno da tecnologia. Transformação Digital não é apenas sobre inserir a tecnologia no negócio atual! Ela começa pelo debate em torno da remodelagem do negócio, da mudança da cultura e do mindset dos líderes. Estudos pelo mundo mostram que a digitalização será apenas a primeira etapa da revolução em curso.

- Se você é executivo, não perca mais nenhum minuto resistindo e imaginando que vai demorar ou que seu segmento está protegido pela história que criou até agora. Se você é gestor ou head de área, busque cursos tecnológicos, mas dê a mesma atenção ao desenvolvimento de habilidades de comportamento. Elas são as grandes estrelas da próxima década.
- As máquinas não ameaçam seu trabalho atual, seu modelo mental sim, e sua capacidade de desaprender e reaprender em curto prazo serão definitivas.
- As escolhas deste ano flutuam entre: influenciar a mudança, ser influenciado por ela ou acordar um dia e perceber que o mundo que você conheceu não existe mais.



# Agricultura 4.0 avança e traz ganhos ao produtor

*Drones, aplicativos, novos sensores e inteligência artificial invadem o campo. Cerca de 45% das empresas do setor já usam técnicas com inovações digitais*

O movimento trazido pelas inovações digitais - como internet das coisas, inteligência artificial e outras -, que permitiram um grande salto na produtividade com a criação da indústria 4.0, está se repetindo no campo. A agricultura 4.0 tem conseguido ganhos no agronegócio, da pré-produção até fora da porteira das fazendas. "As tecnologias digitais têm levado a agricultura de precisão a um novo patamar", diz Silvia Massruhá, chefe-geral da Embrapa Informática Agropecuária.

**"Cerca de 45% das empresas da área já usam alguma das novas técnicas, mas há grandes desafios à frente, seja por conta do custo alto dessas tecnologias, pela falta de conexão com a internet nas propriedades agrícolas ou pela baixa qualificação de mão de obra."** Assim, satélites e drones colhem informações das condições da agricultura, do solo e das condições meteorológicas e repassam em tempo real para produtores e pesquisadores.

Sensores instalados nas plantações começam a guiar tratores e colheitadeiras automatizados, reduzindo custos e melhorando a eficiência das safras. E diversos tipos de aplicativos têm ajudado agricultores e pecuaristas a terem na palma da mão opções para entenderem melhor suas propriedades, suas culturas e criações.

## QUER UM EXEMPLO?

Os exemplos práticos vêm de várias áreas. Há aplicativos que avisam ao produtor de leite quando está na época de colocar uma vaca para ser emprenhada ou quando um bezerro deve ser desmamado. Outro, agrega informações de 1.600 estações meteorológicas do país e depois de processar os dados produz modelos e estudos para várias culturas, indicando a melhor época de plantio para cada lugar. As previsões são atualizadas diariamente, bem como os índices de seca, as probabilidades de geadas e outros fenômenos climáticos e a quantidade de água no solo. Um software permite ainda reconhecer, por meio de fotos, pragas que podem estar assolando as colheitas e indicar tratamentos.



## ATUAÇÃO

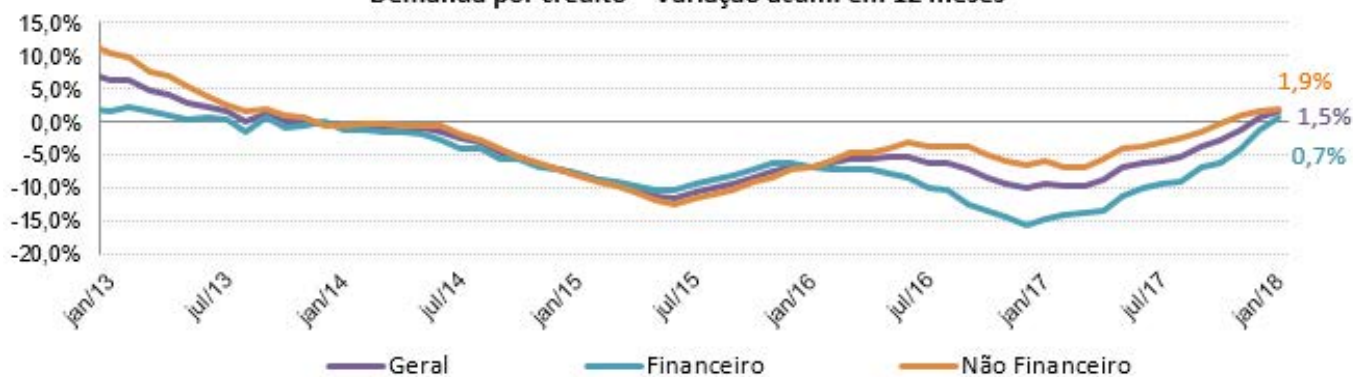
Há tantas possibilidades e demandas - seja do Ministério da Agricultura, de diferentes órgãos públicos, de pesquisadores, de produtores e associações e empresas de tecnologia - que a Embrapa tem ganhado novas formas de atuação. Se antes, dedicava-se sobretudo à pesquisa e desenvolvimento, hoje, também tem funcionado como uma facilitadora: faz a ponte entre empresas, startups de tecnologia e investidores. "Unimos várias pontas e trabalhamos sobretudo com inovação aberta, onde consórcios de pesquisa desenvolvem projetos de interesse comum até determinado ponto e os parceiros usam partes em seu modelo de negócios, reduzindo custos e melhorando a eficiência", afirma Silvia.



# Demanda por Crédito do Consumidor sobe 5,4% em janeiro



Demanda por crédito – Variação acum. em 12 meses



Fonte: Boa Vista SCPC

A Demanda por Crédito do Consumidor cresceu 5,4% em janeiro na comparação mensal com dados dessazonalizados, segundo informações nacionais da Boa Vista SCPC. No acumulado em 12 meses (fevereiro de 2017 até janeiro de 2018 frente aos 12 meses antecedentes) o indicador avançou 1,5%. Na avaliação interanual, janeiro apresentou crescimento de 9,1%.

Considerando os segmentos que compõem o indicador, na avaliação em 12 meses o segmento Financeiro teve seu primeiro resultado positivo desde 2013, crescendo 0,7%. O segmento Não Financeiro avançou 1,9% na mesma base de comparação.

Com a melhoria da atividade econômica, o consumo segue em um movimento de recuperação, colaborando para elevação da demanda por crédito. Com as recentes melhorias nas perspectivas de juros e inflação, a tendência é a continuidade da retomada do indicador. A tabela contém o resumo dos dados apresentados.

Demanda por Crédito - Pessoa Física			
	Jan18/Jan17	Jan18/Dez17*	12 meses
<b>Geral</b>	9.1%	5.4%	1.5%
<b>Financeiro</b>	17.5%	1.6%	0.7%
<b>Não Financeiro</b>	3.4%	7.9%	1.9%

\*Séries Dessazonalizadas

Fonte: Boa Vista SCPC

## METODOLOGIA

O indicador de Demanda do Consumidor por Crédito é elaborado a partir da quantidade de consultas de CPF à base de dados da Boa Vista SCPC por empresas. As séries têm como ano base a média de 2011 = 100 e passam por ajuste sazonal para avaliação da variação mensal. Em janeiro de 2014 houve atualização dos fatores sazonais e reelaboração das séries dessazonalizadas, utilizando o filtro sazonal X-12 ARIMA, disponibilizado pelo US Census Bureau.

# *Conhecimento na construção de ótimas relações entre consumidores e empresas*



A Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) é uma empresa que oferece soluções inteligentes para decisões sustentáveis de crédito e gestão de negócios, a serviço de empresas e consumidores. Sua base de dados contém mais de 350 milhões de informações comerciais sobre consumidores, e registra 42 milhões de transações de negócios por dia. A Boa Vista SCPC fornece atualmente mais de 200 milhões de consultas por mês a seus clientes e consumidores.

Também atua no mercado de segurança eletrônica de transações e identificação, provendo serviços de certificação digital.

Criada em 2010, é resultado da união da Associação Comercial de São Paulo, do fundo brasileiro de investimentos TMG Capital, da Equifax Inc., do Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro, da Associação Comercial do Paraná e da Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre.

**SCPC**  
Administrado por **BoaVista**

Atua em rede nacional, com mais de 2,2 mil entidades representativas do varejo em todas as regiões do Brasil. A riqueza de informações do banco de dados permite à Boa Vista SCPC oferecer soluções inteligentes para auxiliar o processo de decisão de negócios de seus cerca de 1,2 milhão de clientes diretos e indiretos em todos os segmentos da economia.

## Como vender mais no Dia das mães?

*Um produto bom e de boa qualidade não vai garantir que a data seja repleta de vendas. O segredo é investir em estratégias para se destacar das concorrentes.*



O Dia das Mães é a data que mais vende depois do Natal. Por isso, uma preparação para impulsionar suas vendas nesse período é mais que necessária para aumentar os lucros. Seja no comércio, indústria ou serviços, antecipar o ciclo de vendas e se diferenciar é fundamental para que sua ação tenha sucesso.

"Divulgar seu negócio é importante. O consumidor precisa saber que sua loja existe e o que oferece. Eventos sazonais, como o Dia das Mães, trazem desafios e oportunidades para o varejo e a demanda tem uma grande variação. É hora de aparecer para o público de uma forma mais ostensiva", afirma Ivan Hussni, diretor técnico do Sebrae-SP.

Vale lembrar que se o seu negócio é serviços, a data apresenta inúmeras oportunidades, tanto para apoio às empresas que buscam vender, como para os clientes que pensam no seu serviço como uma alternativa para presentear. Para ajudar, planeje e se diferencie como qualquer loja, seja no contato com clientes, divulgação ou novas opções de serviço como presentes.

Para quem está no segmento da indústria, seu planejamento inicia ainda mais cedo. Seu trabalho depende muito mais de como se diferenciar para transformar a data em mais vendas. Seja no contato com varejistas, novas opções na rede de distribuidores ou mesmo o mercado internacional, a data sempre traz otimismo, pedidos e novos negócios.

## PARA COMPLETAR, LISTAMOS ALGUMAS AÇÕES PARA AJUDAR VOCÊ E SEU NEGÓCIO VENDER MAIS:

- Crie kits promocionais: faça kits por grupo de produtos ou serviços, por faixa de preço, por perfil de mãe: conservadora, moderada, arrojada. Assim, você poderá incrementar suas vendas sem aumentar seus custos de divulgação.
- Pense parcerias com o comércio local: já pensou em fazer parceria com uma floricultura? Que tal promover um desfile de moda? E montar um kit promocional com uma loja de bijuteria ou de calçados?
- Use vale-presente: que tal então oferecer um vale-presente para facilitar a tarefa do comprador e do presenteado?
- Pensou em Brindes? Um brinde alegre, promove, facilita a venda e ainda faz o cliente carregar sua marca onde quer ele esteja. Diferencie como vantagem ou desconto para compras acima de determinado valor.
- Redes sociais e SMS: pense em se diferenciar, usando seu Twitter, Facebook ou Instagram, para convidar as pessoas a visitarem sua empresa. Combinando um desconto, brinde ou promoção, você precisa lembrar as pessoas que seu negócio é uma ótima opção nessa data. E não esqueça do SMS - De baixo custo, é uma forma rápida, dirigida para comunicar com seu cliente para divulgar data, uma ação de promoção, cupons de descontos e outros.



Fonte: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/como-possa-vender-mais-no-dia-das-maes,e3bb4341dedbc410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

# Cuide da saúde da sua empresa



Segundo pesquisa do Ibope Inteligência a pedido do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), o plano de saúde é o terceiro item mais desejado pelos brasileiros (ficando atrás apenas da casa própria e educação), sendo, portanto um fator decisivo como benefício oferecido pelas empresas na contratação ou retenção de bons profissionais.

É importante também não esquecermos que uma empresa é formada por pessoas e que estas podem adoecer, por isso é recomendado se atentar para a saúde e utilizar ferramentas de prevenção/conscientização junto aos planos de saúde e odontológicos.

## COMO ESCOLHER O PLANO?

É essencial entender os hábitos e características de seus colaboradores. É indicada uma pesquisa interna para este levantamento que deve resultar em uma estatística por faixa etária, gênero, bairro e doenças pré-existentes ou crônicas. Há planos mais adequados para cada perfil.

Por exemplo, cuidados de pré-natal e maternidade são imprescindíveis para empresas com mais de 30% de funcionárias ou dependentes mulheres.

Planos odontológicos também fazem parte do leque de produtos que a empresa pode verificar a necessidade junto a sua equipe.

### Com informações:



<https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2017/06/plano-de-saude-e-fator-determinante-para-escolha-de-emprego.html>  
<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2017/02/como-contratar-plano-de-saude-para-os-funcionarios.html>

## OS PLANOS TÊM CARÊNCIA?

Nos planos de saúde o prazo de carência é o período, previsto em contrato, entre a assinatura do contrato e a efetiva possibilidade de uso dos serviços pelo segurado. Os prazos de carências máximos permitidos por lei são: 24 horas para os casos de urgência e emergência; 300 dias para partos; 180 dias para os demais casos; 24 meses para cobertura de doenças ou lesões preexistentes, aquelas que o consumidor ou seu responsável saiba ser portador quando aderiu ao plano.

## COMO A EMPRESA PODE CONTROLAR O USO DO PLANO?

Uma boa administração do plano pressupõe que o funcionário saiba como usar os serviços com responsabilidade. Muitas empresas estipulam que o empregado

arque com um valor (de 10% a 20%) a cada consulta ou exame. Além disso, de acordo com estimativas de mercado, boa parte das pequenas e médias empresas divide meio a meio com os funcionários as mensalidades dos planos. É uma forma de prevenir abusos.

## PROGRAMAS DE PREVENÇÃO AJUDAM?

A estruturação de programas de qualidade de vida e prevenção é uma prática fundamental para controlar os custos dos planos de saúde. Algumas sugestões são o incentivo de práticas de atividades físicas, orientações sobre benefícios de seguir uma alimentação saudável, programas para auxiliar na conscientização do uso de cigarro e álcool, informações sobre doenças como diabetes, entre outras medidas que podem fazer uma frente de cuidados com a saúde junto ao plano de saúde.

## BENEFÍCIOS:

- Produtividade! Pessoas saudáveis trabalham melhor
  - Maior segurança e tranquilidade
  - Diferencial competitivo
- Melhorias no relacionamento entre empresa e colaborador
  - Assistência em casos de acidentes de trabalho

## CONHEÇA OS NOSSOS PLANOS



## E agora?

*Mas e quando mesmo com um bom cadastro e utilizando análise de crédito, a inadimplência aparece?*



**CENTRAL  
DE RECUPERAÇÃO  
DE CRÉDITO**

**CONHEÇA A CENTRAL DE RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS. ENQUANTO VOCÊ CUIDA DOS SEUS NEGÓCIOS ELA CUIDA DAS SUAS COBRANÇAS.**

### QUAIS SÃO AS VANTAGENS?

- Evita o constrangimento do contato direto entre o credor e devedor, o que pode influenciar diretamente nas negociações e sucesso do acordo, tudo feito de maneira profissional e impessoal;
- Comodidade para o Associado, que economiza com tempo e funcionários para realizar cobranças, podendo dar atenção a outros setores da empresa;
- Cobranças de taxas somente ao obter êxito no recebimento das dívidas;
- Promover retorno de clientes inadimplentes ao crédito;
- Negociação feita por profissional qualificado e diretamente na Acil.

”

*Posso dizer com certeza que estou plenamente satisfeita com a qualidade do serviço de cobrança oferecido pela Acil. Percebemos tratar-se de uma equipe competente e de alto nível profissional e ético.*

**Fátima - Ousadia Boutique**

Os Associados interessados podem entrar em contato pelo (19) 3573-7100 com Tayná ou Eduardo [crc@acileme.com.br](mailto:crc@acileme.com.br) - ou Whatsapp - (19) 9.9265-1324



# *Emissão de Nota Fiscal Eletrônica e Documentos Fiscais. Tire sua dúvida!*



## 1. PRIMEIROS PASSOS

A primeira forma é utilizar a aplicação que o Governo disponibiliza gratuitamente, o procedimento, para isso é só entrar no site da Secretaria da Fazenda, baixar e começar a utilizar.

Porém, esta opção não dispõe de armazenamento e gestão, sendo necessário salvar os arquivos e manter um backup, além de exigir adequação perante as leis e um gerenciamento cuidadoso por parte da empresa, que já tem outras inúmeras obrigações e rotinas diárias.

A forma indicada é utilizar um portal de emissão de Nota Fiscal Eletrônica e Documentos Fiscais ou um

Software de Gestão. Essas ferramentas permitem o controle maior e são mais práticas de utilizar (algumas já emitem a nota fiscal com as adequações nas leis federais, estaduais e municipais), além de contar com suporte de especialistas.

### VALE A PENA CONHECER:

A Acil conta com duas parceiras para prestação de serviços de emissão de Nota Fiscal Eletrônica e Documentos Fiscais. As empresas Via Conect e Varitus Brasil possuem mecanismos essenciais para apoiar sua empresa, com softwares especializados e ferramentas específicas. A parceira com Acil traz valores mais acessíveis aos Associados. **Informe-se (19) 3573-7100.**



**VARITUS**  
**BRASIL**  
NOTAFAZ

**VIACONNECT**®  
*Tecnologia*



Juntos somos mais fortes e unidos conseguimos chegar mais longe.

A Acil conta atualmente com diversas ferramentas, parcerias e ações.

Essas são algumas delas:



CONHEÇA UM NOVO CONCEITO EM FORMAÇÃO EMPRESARIAL



Escola de Negócios e Empreendedorismo de Leme

Parceiras Institucionais



Parceiras de ensino:



# AGENDA DE EVENTOS

DE 23 A 26/04

## PROGRAMA INTEGRADO DE CAPACITAÇÃO EM FINANÇAS

Saiba como controlar o dinheiro, fazer o fluxo de caixa, planejar os gastos e investir com mais segurança, aumentando a competitividade do negócio.

### FLUXO DE CAIXA:

Compreender o fluxo de caixa como uma ferramenta de apoio a gestão das empresas. Refletir sobre a possibilidade de usar o fluxo de caixa para auxiliar na tomada de decisão. Elaborar um fluxo de caixa para que possa ser usado de base no controle e gestão das empresas.

### INDICADORES FINANCEIROS:

Compreender os Indicadores de Resultados Financeiros como identificadores básicos de desempenho para as micro e pequenas empresas. Refletir sobre sua importância para tomadas de decisões mais seguras e melhoria na competitividade da empresa.

### POR DENTRO DE CUSTOS:

Tomar decisões mais assertivas para a formação, análise e controle dos custos, despesas e preço de venda dos produtos e serviços.



### CONTROLE DE ESTOQUE

Conhecer práticas de controles e gerenciamento de estoques. Refletir sobre o impacto do controle de estoque nos resultados da empresa. Planejar estratégias de controle e gerenciamento de estoques.

### QUANDO?

Será de 23 a 26 de abril, a partir das 19h, na Acil.  
Valor do investimento: R\$ 160,00  
(parcelamos em até 3 vezes no cartão ou no boleto da Acil).

Mais informações e inscrições (19) 3573-7100  
daiane@acileme.com.br / jessica@acileme.com.br  
ou Whatsapp – (19) 99264-2820

## 17/05 - COMO FAZER UM PLANO DE MARKETING

Um bom plano de marketing pode ajudar na gestão da empresa, identificando tendências do mercado, definindo resultados e elaborando ações que ajudem na competitividade do negócio.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1) Introdução
- 2) O que é e para que serve um plano de marketing
- 3) Etapas de um plano de marketing
- 4) Análise de ambiente
- 5) Definição de público-alvo
- 6) Definição e posicionamento de mercado
- 7) Definição de marca
- 8) Definição de objetivos, metas e estratégias de marketing
- 9) Perguntas e Respostas
- 10) Encerramento

### QUANDO?

17 de maio, a partir das 19h, na Acil.  
Taxa de inscrição: R\$ 20,00  
Mais informações e inscrições (19) 3573-7100  
daiane@acileme.com.br / jessica@acileme.com.br  
ou Whatsapp – (19) 99264-2820



Com o Sicoob Seguros  
**RESIDENCIAL** você protege  
 seus sonhos e conquistas.



**Para proteger você, sua família e o seu patrimônio, conte com o Sicoob Seguros. Planos flexíveis e personalizados, na medida das suas necessidades, com serviços que garantem a sua tranquilidade no presente e também no futuro.**

Informações: (19) 3571-9899

Central de Ouvidoria: 0800 725 0996 | Atendimento seg. a sex.: 8h às 20h [www.ouvidoriasicoob.com.br](http://www.ouvidoriasicoob.com.br)

Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458 - Demais serviços de atendimento: [www.sicoob.com.br/fale-conosco](http://www.sicoob.com.br/fale-conosco)

Conheça todos os benefícios em contratar um Seguro Sicoob.

Seguro Residencial garantido pelas seguradoras Mapfre Seguradora S.A. – Processo Susep Nº 15414.004192/2004-71; Porto – Processo Susep Nº 15414.002288/2005-85; Tóquio Marine Nº 15414.100910/2004-39. Planos garantidos por Mongeral Aegon Seguros e Previdência S.A.: O registro desses planos na Susep não implica, por parte desta Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.