

REVISTA

CONNECT

A C I M

MARÍLIA DO FUTURO PARCERIA DO PRESENTE

VISANDO O DESENVOLVIMENTO DE MARÍLIA, O CONSELHO VEM APROXIMANDO CADA VEZ MAIS PESSOAS **16**



12 ZONA SUL COM CAMPANHA EXCLUSIVA PARA CONSUMIDOR

22 5 DICAS PARA NÃO ERROAR NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA



Junho/2019 • Nº 82 • Ano 07

47
Vales
compras

PROMOÇÃO
**SORTE
GRANDE**
COMPRANDO EM MARÍLIA

Mais de
R\$ **200** mil
em Prêmios

16
Iphones



Veja como participar

1 Baixe o "Clube do Associado"

DISPONÍVEL NO
Google Play



Disponível na
AppStore



2 Preencha o perfil
uma única vez



Salvar



3 Selecione no
menu "Campanha
de Prêmios"



4 Fotografe o
documento fiscal



Salvar



✓ **Pronto!** Seus cupons estão sendo impressos automaticamente na urna. Boa sorte!

CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SEFEL Nº 06.001431/2019

Novos cursos UCA

**#AGORA
TEM!**



SEMI



PRESENCIAL



EAD

FACULDADE
CATÓLICA
PAULISTA

INSCREVA-SE JÁ:

14 3422-1815

uca.edu.br

14 98826-5000

ACIM
MARÍLIA/SP

Consulte o regulamento completo e os prêmios de cada mês no site da Acim e nas redes sociais

acim.org.br

f acimariliasp

mustache

Primeiros passos para o desenvolvimento local

Estamos a caminho. Os primeiros passos para sonhar com uma cidade maior e melhor preparada para acolher os cidadãos, foram dados por pessoas que estão preocupados com uma Marília para o futuro. Fiquei entusiasmado com o encontro realizado no Univem, com o interesse e a participação que todos lá estiveram, debatendo, opinando e ouvindo. Foi uma manhã proveitosa que nos deu muita esperança de reunir pessoas interessadas em discutir políticas públicas para uma cidade nos anos de 2030, 2040 e assim por diante. Esses primeiros passos de sensibilização e agora começando a execução são fundamentais para o sucesso do nosso trabalho frente a este conselho que pretende ajudar em todos os sentidos os nossos administradores locais, para que eles tenham um foco específico daquilo que a cidade quer e pode oferecer. Acredito que a caminhada é longa. Estamos apenas começando e está se

tomando muito cuidado para que o grupo seja consolidado de tal maneira que esteja sempre sólido para as ameaças e oportunidades que teremos pela frente, afinal, se estamos querendo planejar uma cidade para o futuro, temos que ter um conselho preparado para este futuro. As reuniões estão acontecendo após o encontro no Univem e estão sendo muito proveitosos, pois, cada encontro o grupo seletivo se consolida e em breve teremos a oportunidade de ampliar o número de participantes, e aí sim, de forma oficial e já com a parte formal discutida, necessitando de apenas ajustes que o tempo e as pessoas obrigam o grupo ter, pois, tudo muda e nada é definitivo. Quero agradecer a todos os envolvidos de forma direta ou indireta neste processo. Ainda há muito o que fazer, porém, a parte da sensibilização foi muito bem feita, dando oportunidade para muitas pessoas opinarem e participarem de forma direta e presencial. Em todos os nossos encontros as pessoas es-

tão tendo a liberdade de falar e de ouvir sobre um assunto que é novidade para todos e o grupo está aprendendo a se desenvolver com um assunto que não é muito palpável, e que beira mais o campo da imaginação. Tudo é com visão para o futuro. Desde o nome, até a forma e principalmente as regras que nortearão o conselho que será deliberativo e que servirá para que os nossos administradores participem do processo desejado pelo povo, ou seja: a população discutirá como vai querer a cidade no futuro e aquele que for o nosso gestor terá que procurar seguir aquele modelo escolhido pela comunidade. O grupo está a disposição de qualquer pessoa que queira participar. Toda ajuda é bem-vinda, afinal, a cidade é formada por pessoas e pessoas são complexas, e desta forma o futuro passa a ser complexo. Adriano Luiz Martins é o presidente da Associação Comercial e Industrial de Marília, e vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo



R. Vinte e Quatro de Dezembro, 678
Centro, Marília - SP, 17500-060
Telefone: (14) 3402-3301
WhatsApp: (14) 99702-7146
E-mail: acim@acim.org.br
www.acim.org.br
Filiada a Federação das Associações
Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp)



DIRETORIA EXECUTIVA

- Adriano Luiz Martins**
Presidente
- Manoel Batista de Oliveira**
1º Vice Presidente
- Roberto Borghette de Mello**
2º Vice Presidente
- Luiz Carlos de Macedo Soares**
3º Vice Presidente
- Carlos Francisco Bitencourt Jorge**
1º Secretário
- Odair Aparecido Martins**
2º Secretário
- Gilberto Joaquim Zochio**
1º Tesoureiro
- Reinaldo Miguel**
2º Tesoureiro
- Acim MED**
- João Gonçalves**
Coordenador
- Subhi Ahmad Khalil Abu Khalil**
Vice Coordenador

CONSELHO FISCAL: TITULARES

- César Jorge Elias José
- José Luis Leite
- Sérgio Mosquim
- SUPLENTES**
- Anderson Fevereiro
- Joraci Leati
- Sérgio Domene
- SUPERINTENDENTE:**
- José Augusto Gomes
- E-mail: j.guto@acim.org.br
- CONSELHO CONSULTIVO**
- Libânio Victor Nunes de Oliveira**
Presidente
- Ilma Maria Aires de Lucena**
Vice Presidente
- Adalberto Dezotti de Oliveira
- Antônio Carlos Colato
- Carlos Cavaliere Bassan
- Celso Eduardo Moreira
- Cesar Augusto Bettini
- Claudemir Torres Prizão
- Diego Mazuqueli Alonso
- Dielson Moraes Trindade
- Edvaldo Nunes de Oliveira
- Eduardo Souza Martins
- Evandro Zaha Noda
- Fatima Talal Zayed
- Hederaldo Joel Benetti
- Humberto Ferreira da Luz
- José Antonio Gasparini
- José Raimundo Souza Azevedo
- José Roberto Guimarães Torres
- Mario Luiz Giroto
- Marli Aparecida Espadoto
- Mauro Celso Rosa
- Oswaldo Fernandes De Souza
- Regina Lúcia Ottaiano Losasso Serva
- Valder Renato Martins
- Vera Lucia De Aguiar Miranda
- Vicente Giroto Filho
- Wanderley Rossilho D'Avilla
- Webber Jo Ibara
- Wilson Mattar

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Márcio Cavalca Medeiros
E-mail: marcio@medeiros.jor.br

FOTOGRAFIA

Foto 1 HORA
E-mail: ilma@foto1hora.com.br

PROJETO GRÁFICO

Mustache Comunicação & Marketing
E-mail: contato@mustache.com.br

TIRAGEM

3 mil exemplares

CONNECT A C I M

06

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
ACIM CRIA CARTÕES DE IDENTIFICAÇÃO DE PROGRAMAS

08

GUIAS E SARJETAS
DIRETORIA DA ACIM SE POSICIONA SOBRE MUDANÇAS NA LEI

09

TÍTULO DE ELEITOR
ACIM ALERTA PARA A IMPORTÂNCIA DA BIOMETRIA

10

PLANOS DE SAÚDE
ACIM PROMOVE REUNIÃO PARA DISCUTIR PROGRAMA

21

DIREITO DO CONSUMIDOR
MÉTODOS ONLINE DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

23

INADIMPLÊNCIA
DÍVIDA NO COMÉRCIO DE MARÍLIA ULTRAPASSA R\$ 17 MILHÕES

24

ARTIGO
REFORMAS NÃO SÃO MÁGICAS

28

AGENDA
CONFIRA ALGUMAS DAS ATIVIDADES REALIZADAS PELA ACIM

29

CONNECT ACIM
MULHERES EMPREENDEDORAS COM DESTAQUE NO EVENTO

30

DIA DAS MÃES
CONSUMIDORAS RECEBEM ROSAS DO COMÉRCIO DE MARÍLIA

ÍNDICE

12



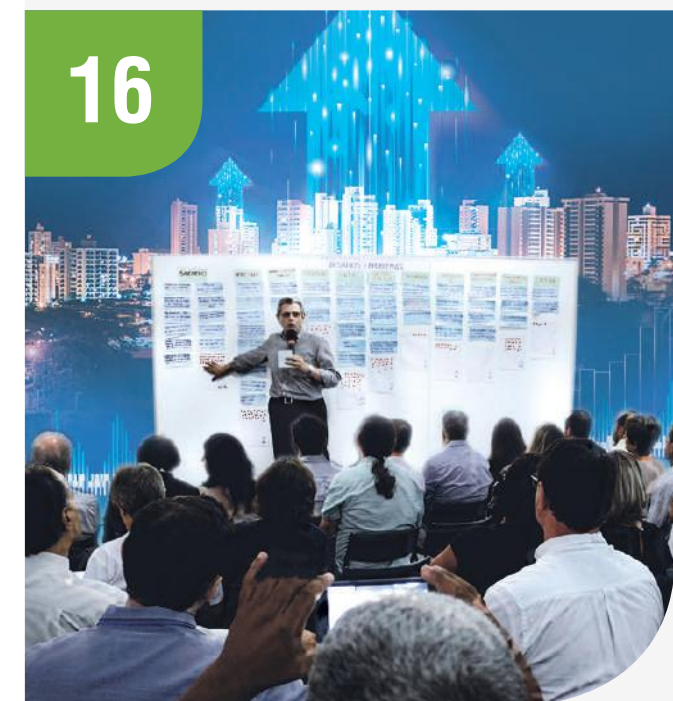
CAMPANHA PROMOCIONAL
ZONA SUL COM CAMPANHA EXCLUSIVA PARA CONSUMIDOR

14



ARTIGO
5 DICAS PARA NÃO ERRAR NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

16



MARÍLIA DO FUTURO, PARCERIA DO PRESENTE
MARILIENSES PREPARANDO A CIDADE PARA O FUTURO

Acim cria cartões de identificação de programas



Visando oferecer melhores comodidades para os associados usufruírem os diversos programas criados pela Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, a partir deste mês estão sendo distribuídos aos associados, cartões de identificações para utilizarem os programas: Acim-Educa e Clube do Associado. “Começamos com estes dois que são programas com grande procura nesta época do ano, mas em breve terão outros também”, disse o superintendente da associação comercial mariliense, José Augusto Gomes, ao considerar válida a ação como forma de agilizar a utilização dos programas por parte dos associados. “Com o cartão ficará mais fácil não só o uso, mas também a valorização de ser associado”, disse o dirigente ao iniciar a distribuição.

O cartão do programa Acim-Educa é voltado para aqueles que estão no ensino superior, ou não, e que querem usufruir de descontos que variam de 10 a 50 por cento no valor da mensalidade, dentre as entidades de ensino conveniadas. “Ao fazer a matrícula, mostrando este cartão, o beneficiado poderá ter descontos maiores”, falou José Augusto Gomes ao explicar que, neste caso, será necessário buscar na secretaria da Acim, um documento comprovatório de que é associado e de que a escola faz parte do convênio. “Nesta época do ano são muitos os interessados, pois este convênio beneficia funcionários diretos da empresa associada”, comentou o dirigente

da associação comercial que pretende ampliar o número de escolas conveniadas em diversos níveis. “A única condição é que precisa ser associada da Acim”, falou ao lembrar do universo de milhares de pessoas envolvidas entre empregadores e empregados.

Já o cartão do Clube do Associado serve de ferramenta para que o portador tenha acesso rápido ao aplicativo da associação comercial e passe a ter acesso a uma série de vantagens, depois do cadastro preenchido uma única vez. “Esse cadastro é fundamental para todas as ferramentas disponíveis no aplicativo, e uma vez feito o preenchimento, não precisa ser feito novamente em qualquer outra atividade dentro do sistema”, explicou José Au-



Os dois primeiros cartões de identificação do associado pelos programas desenvolvidos pela Acim

gusto Gomes, ao apontar a participação nas campanhas promocionais com sorteio de mais de 70 prêmios durante o ano, como um dos exemplos. “Esse aplicativo tem outra funcionalidade que o associado ao preencher o cadastro passa a receber e ter acesso”, falou ao mostrar o “QRCode” impresso no cartão que agiliza o acesso e a baixar os aplicativos, seja pelo sistema Google Play ou App Store.

Os cartões produzidos pela associação comercial de Marília são de papel, com adesivos, e de gramatura dura. Serão entregues 15 mil cartões de cada programa neste sentido, pois, além dos empregadores, os empregados também receberão. “As empresas associadas receberão e farão a distribuição internamente na empresa”, comentou José Augusto Gomes que estuda com a diretoria a criação de outros cartões para outros programas que necessitam de identificação. “A ideia deste cartão é fazer com que o associado seja identificado com a utilização de determinado programa, agilizando o acesso”, falou ao apontar mais de 20 serviços disponíveis para os associados que ficam com a liberdade de uso. “Dependendo do serviço será preciso mostrar que se trata de um associado da Acim, e o cartão faz esta função de forma direta em muitos casos”, explicou o superintendente.

O associado que por algum motivo não receber os cartões pode procurar a secretaria da Acim para retirá-los.

Escritório Próprio X COWORKING

Neste artigo faremos um breve comparativo entre montar um escritório próprio ou optar por trabalhar em um Coworking.

Os custos fixos básicos que devem ser considerados inicialmente na abertura de um escritório são: aluguel, condomínio (caso haja), IPTU, energia elétrica, internet, telefone, recepcionista, limpeza e manutenção. Some-se a isso o custo do mobiliário adequado, objetos de decoração, equipamentos, montagem, custo de reforma e infraestrutura que não são nada baratos nos dias de hoje.

A burocracia para alugar um imóvel também é um dos grandes desafios para quem quer abrir um escritório próprio, pois além de tomar um tempo precioso, necessita de avaliações e ainda de um fiador.

Para um profissional que busca uma solução rápida, eficiente e flexível

para seu negócio ou empresa a melhor opção é um coworking. Um dos principais objetivos do coworking é proporcionar ao cliente, tanto um empreendedor, um profissional liberal quanto uma empresa, uma redução de custos operacionais, ou seja, tudo que ele precisa para apenas focar no seu negócio, por um custo fixo e que cabe no seu bolso. No CW15 - Coworking você tem infraestrutura completa, ambiente climatizado, salas compartilhadas ou individuais, com mobiliário adequado, internet de alta velocidade, telefonia personalizada, recepcionista, salas de reunião e treinamento, com diversos outros benefícios e com um plano pensado para cada necessidade.

Analise uma tabela comparativa entre abrir um escritório próprio ou utilizar um Coworking.

Salários recepcionista/telefonista	R\$ 1.200,00
Encargos sociais	R\$ 400,00
Benefícios (VT, VR)	R\$ 400,00
Energia Elétrica	R\$ 280,00
Material de escritório (Papel, caneta, borracha e etc)	R\$ 35,00
Manutenção e reparos	R\$ 40,00
Telefone e Pabx	R\$ 250,00
Informática, internet, impressão e fax	R\$ 300,00
Limpeza e conservação	R\$ 400,00
Aluguel	R\$ 1.000,00
Condomínio	R\$ 600,00
IPTU	R\$ 70,00
Copa, bar	R\$ 55,00
Outros não previstos	R\$ 300,00

Mensalidade de custos de um escritório próprio R\$ 5.330,00

Mensalidade do Coworking (média)

R\$ 560,00

Mesmo profissionais que optam por trabalhar em casa (“home office”), mas necessitam agendar uma reunião mais formal com algum cliente ou fornecedor, o Coworking pode ser uma solução interessante, pois possui salas adequadas para reuniões, além de oferecer um endereço de prestígio para constar no seu cartão de visitas. Além disso, dificilmente quem trabalha em casa terá uma secretária ou telefonista. Isso sem mencionar o

Networking que somente trabalhando em um ambiente compartilhado você vai encontrar.

Agende uma visita e se apaixone por esse novo jeito de trabalhar.

Venha conhecer o nosso espaço.

Rua Quinze de Novembro, 747 • Centro • Marília/SP

(14) 9 9615-1015

cw15.com.br

Siga nossas redes sociais!

[/cw15coworking](https://www.facebook.com/cw15coworking)

[@coworking15](https://www.instagram.com/coworking15)

Diretoria da Acim se posiciona sobre mudanças na lei

Parte da diretoria executiva da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília participou recentemente no segundo andar da Prefeitura de Marília, de audiência pública sobre a lei municipal que regulamenta as questões sobre as guias e sarjetas da cidade. De acordo com o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, o encontro foi válido no sentido do órgão público munici-

alguns segmentos empresariais que necessitam do rebaixamento, principalmente os relacionados com atuações no setor automotivo, clínicas médicas e até em algumas avenidas. “Existem locais em que é preferível o rebaixamento para acomodar três carros, ao invés de um com a guia levantada”, comentou Libânio Victor Nunes de Oliveira, presidente do Conselho Consultivo da Acim presente na reunião que contou com di-

e que oriente o empresariado como deve proceder no momento da construção de um imóvel, por exemplo. “Depois que o empresário está com a licença da Prefeitura em mãos e a obra concluída, é surpreendido com uma fiscalização de que a obra foi feita irregularmente”, exemplificou o dirigente que sugere uma definição entre a licença da Prefeitura permitindo algo e a fiscalização exigindo pontos diferentes. “É preciso alinhar esse tipo de situação que além de ser constrangedor as vezes fica caro para o empresário fazer a correção”, lamentou o presidente da Acim ao conhecer inúmeros casos neste sentido. “Uma vez com a licença, ela seria o documento que autoriza o imóvel a ter as guias rebaixadas, ou não”, opinou.

Um novo encontro será realizado para finalizar a redação da lei a ser encaminhada para a Câmara Municipal regulamentando, inclusive as questões de bolsões de estacionamentos para motocicletas, idosos e locais reservados. “Vivemos tempos diferentes de antigamente”, disse Odair Aparecido Martins, segundo secretário da diretoria da Acim, presente no encontro. “Hoje a cidade é maior, conta com mais carros, mais comércio, e tudo mais, porém, as ruas e calçadas são as mesmas de 90 anos atrás”, ressaltou o dirigente preocupado com os conflitos gerados por uma lei municipal antiga que não atende mais a realidade da cidade. “Precisamos evoluir neste sentido, também”, frisou o segundo secretário da diretoria da Acim ao observar as presenças de representantes da Câmara Municipal no encontro realizado.



Audiência Pública realizada na Acim debateu detalhes sobre a lei que regulamenta estacionamentos na cidade

pal saber do posicionamento da entidade para os futuros encontros. “Foi possível deixar claro a necessidade de detalhes mais específicos sobre a lei que permite o rebaixamento das guias e sarjetas em locais importantes da cidade”, disse o dirigente que considera necessário este tipo de esclarecimento regulamentado. “Da forma que está hoje, uma lei antiga e ultrapassada, precisa ser reformulada”, comentou o presidente da diretoria.

Durante quase duas horas o debate ficou entorno de que existem

rigentes do Poder Público Municipal e o procurador do município, Rodrigo Garcia, que não só assistiu o encontro como participou dos debates. “Existe o problema do recuo, já que o tamanho dos automóveis cresceram e se diversificaram”, questionou o ex-presidente da associação comercial. “A lei precisa ser totalmente reformulada ou criada uma nova”, enfatizou Libânio Victor Nunes de Oliveira.

Para Adriano Luiz Martins é preciso que a Prefeitura de Marília tenha regras claras, de fácil interpretação

Acim alerta para a importância da biometria

Visando alertar todos os comerciantes de uma maneira geral, o presidente da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, Adriano Luiz Martins, falou sobre a importância da revisão de eleitoral obrigatória, com a identificação biométrica, envolvendo todo os eleitores de Marília, principalmente, em desenvolvimento pela Justiça Eleitoral. “Quem não fizer terá o título de eleitor cancelado, acarretando uma série de problemas”, disse o dirigente ao lembrar da proibição da renovação de passaporte, o cancelamento do CPF, a impossibilidade de assumir cargos decorrentes de concurso público, suspensão de recebimento de benefícios sociais, bem como o de contrair financiamentos em bancos

públicos, dentre outros problemas pessoais. “Isso não é bom para o empresariado”, ressaltou o alerta o dirigente da associação comercial local.

Por ser obrigatório o cadastramento biométrico, Adriano Luiz Martins, sugere que o cidadão mariliense acesse o portal: www.tre-sp.jus.br e faça o agendamento o quanto antes ao comparecer no Cartório Eleitoral, na avenida Brasil, 440, das 9 às 18 horas, portando documentos de identificação com foto, CPF e um comprovante de residência recente. Esta exigência está na Resolução TER-SP de número 461/2018, bem como no Edital de número 01/2019. “O prazo é até dia 19 de dezembro e quanto mais cedo o empresariado em geral fizer, mais seguro estará na continuidade do próprio negócio”, comentou o presidente



Adriano Luiz Martins, presidente da Acim, faz o alerta para que o cadastramento eleitoral seja feito rápido

da associação comercial de Marília ao receber ofício da Justiça Eleitoral do Estado de São Paulo, assinado pelo Juiz Eleitoral, Ernani Desco Filho, da 70ª Zona – Marília.

A preocupação do dirigente da Acim é de que futuramente um empresário tenha problemas pessoais por estar com a documentação incompleta. “Sugiro que o comerciante faça logo este cadastramento biométrico na Justiça Eleitoral, evitando transtorno por esquecimento”, comentou Adriano Luiz Martins que disse ser rápido e prático. “Não demora em nada”, garantiu ao sugerir para que todos façam de forma imediata. “Fico imaginando um empresário ter problemas por causa desse tipo de esquecimento”, frisou ao solicitar acesso a esta informação a todos os associados da entidade, principalmente, através dos meios de comunicação internos e externos. “É um serviço de utilidade pública, pois, afeta a vida de todas as pessoas, não só do empresariado”, afirmou.

Plantões regulares estão sendo organizados pela Justiça Eleitoral, na cidade de Marília, que devem ser aproveitados pela população em geral até o mês de dezembro deste ano. “Algumas pessoas tem o hábito de deixar para depois, e o tempo vai passando, e quando percebe o prazo acabou e as complicações aparecem”, disse ao generalizar e reforçar o pedido de que todos façam o cadastramento biométrico na Justiça Eleitoral o mais breve possível.

Acim promove reunião para discutir programa

Visando melhorar o programa com Planos de Saúde oferecido para comerciantes e comerciários, a diretoria da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, realizou esta semana no auditório da entidade, uma reunião extraordinária para discussão de temas importantes quanto ao desenvolvimento deste programa com mais de 20 anos de atividades através da associação comercial. “Graças a uma parceria que temos com a Unimed-Marília, são muitos os beneficiados dos planos de saúde que oferecemos aos nossos associados”, disse Adriano Luiz Martins, presidente da associação comercial mariliense, satisfeito com o bom número de pessoas que participaram da reunião recentemente.

De acordo com o coordenador do programa Acim-Med, João Gonçalves, periodicamente reuniões como esta são realizadas como forma de alinhamento dos planos de saúde em atividade com as normas da Agência Nacional de Saúde

(ANS) e as políticas internas da Unimed de Marília, realizadora dos planos de saúde. “As reuniões são importantes para que seja possível tomar decisões necessárias com o conhecimento da maioria”, comentou João Gonçalves que coordena o programa desde o início da parceria na década de 80. “A Unimed de Marília é a nossa principal parceira, bem como uma das mais antigas”, lembrou o dirigente que está na associação comercial há quase 50 anos. “Um dos nossos diferenciais em serviços é a oferta dos planos de saúde da Unimed”, recordou o dirigente ao lembrar do início da Unimed em Marília, que contou com a participação da associação comercial nas primeiras comercializações dos planos.

Diante da complexidade que tem se tornado a saúde pública no Brasil, bem como a saúde suplementar com os mais diferentes planos de saúde, a manutenção dos planos como alguns dos serviços oferecidos pela entidade, também tem se tornado complexo. “As exigências da ANS junto as operadoras

de saúde, como a Unimed, são muitas e nem sempre é possível repassar aos beneficiados situações mais confortáveis”, disse o coordenador do programa na associação comercial. “Daí a necessidade de se realizar reuniões com certa frequência, para que seja possível compartilhar as decisões a serem tomadas”, explicou. “Compreendo a situação da Unimed de Marília em que muitos casos também colabora para a agilidade dos planos existentes”, reconhece João Gonçalves que intercede individualmente em cada caso em que a Acim e Unimed de Marília precisam se adequar. “A saúde é algo sério e que nem sempre o beneficiado quando precisa, compreende a complexidade naquele momento”, falou com experiência de muitos anos no programa.

Por ter esta parceria há mais de duas décadas, quase todo o atendimento do beneficiado com os planos de saúde com a Unimed de Marília são resolvidos na sede da associação comercial. “Temos um departamento exclusivo para esse atendimento, com funcionárias capacitadas a atender todos os beneficiados da mesma forma como se fosse na Unimed de Marília”, ressaltou Adriano Luiz Martins ao lembrar do atendimento personalizado que é oferecido aos beneficiados pelos planos de saúde com a Acim-Med. “Os beneficiados da Unimed que estão conosco recebem atendimento individual, mesmo quando há a necessidade de ir até a Unimed de Marília, afinal, queremos atender da melhor maneira possível, de forma ágil e funcional”, argumentou o dirigente da associação comercial. “Quando não conseguimos resolver, é possível orientar”, disse João Gonçalves.



Reunião com beneficiados pelos planos de saúde da Unimed de Marília, pela associação comercial, se reúne na Acim



Zona Sul com campanha exclusiva para consumidor



Os consumidores que investirem nas lojas localizadas na Zona Sul de Marília serão beneficiados com duas campanhas promocionais em desenvolvimento pela Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, seja através da campanha "Sorte grande comprar no comércio de Marília", ou na "Promoção Exclusiva Zona Sul", que estão simultaneamente disponíveis entre os consumidores daquela região da cidade. "Pela

nal, esta campanha será pelo modelo antigo com preenchimento do cupom de papel, ao invés do modelo atual que é eletrônico. "Essa é uma das diferenças entre as campanhas, por isso elas não se misturam", explicou o superintendente da Acim, José Augusto Gomes, que considera válida a realização da campanha promocional apenas para a Zona Sul. "Uma campanha não tem nada a ver com a outra e as duas estimulam o comércio, pois, os consumidores podem

em sorteio que será realizado no dia 27 de junho na Zona Sul da cidade entre os comerciantes participantes da campanha, na sede da Acim naquela região. "O regulamento da campanha está no site da entidade, bem como todos os detalhes necessários para participar", disse o vice-presidente da diretoria, Manoel Batista de Oliveira, que participou de todas as reuniões preparatórias para a realização da campanha exclusiva para a Zona Sul. "Um desejo antigo dos comerciantes daquela região da cidade que agora é uma realidade e deve acontecer com frequência", acredita o dirigente que está localizado na Zona Sul e considera uma importante conquista dos comerciantes que se organizaram neste sentido. "Vamos fortalecer o comércio daquele lado da cidade, por ser igual ou maior do que de muitas cidades vizinhas a Marília", falou o dirigente entusiasmado com a ação.

De acordo com Manoel Batista de Oliveira alguns comerciantes estão participando pela primeira vez de uma campanha promocional deste porte e a maioria participa das duas campanhas. "Hoje em dia é difícil e complicado realizar uma campanha sozinho", falou com experiência de muitos anos com comércio na Zona Sul. "Através da associação comercial, não só fortalecemos a campanha, como também existe a possibilidade de realizarmos a promoção com prêmios atrativos", disse o dirigente e comerciante que já pensa na próxima campanha seja para o Dia dos Pais ou Dia das Crianças. "Não tenho dúvidas de que outras campanhas serão realizadas e cada uma com mais comerciantes participantes", reforçou o vice-presidente da diretoria da Acim.



Manoel Batista de Oliveira e José Augusto Gomes falam sobre a campanha exclusiva para o comércio da Zona Sul

primeira vez em nossa história estamos fazendo uma campanha somente para as lojas da Zona Sul", disse o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, ao destacar a campanha que começou dia primeiro de maio e se estenderá até o dia 27 de junho. "A outra campanha, envolvendo o comércio todo de Marília vai até dezembro", diferenciou o dirigente de Marília.

Nesta campanha voltada para a Zona Sul de Marília o consumidor que efetuar uma compra no valor acima de R\$ 50,00, terá direito a preencher o cupom a mão, e colocá-lo na urna, afi-

participar das duas", reforçou o dirigente que acredita na possibilidade de outras campanhas próprias para a Zona Sul. "Sem dúvida é a região da cidade com maior concentração de lojas e que consegue fazer uma campanha neste sentido", frisou ao lembrar que esta promoção para a Zona Sul tem autorização do Ministério da Fazenda sob o número: 06.002040/2019. "Todas as campanhas que realizamos são com autorização do órgão regulador", garante o dirigente.

O consumidor que comprar nas lojas da Zona Sul concorrerá a dois aparelhos "smarthphones" da marca iPhone,

PROMOÇÃO EXCLUSIVA ZONA SUL



SORTEIO
27/06

ACIM
MARÍLIA ZONA SUL



*CONSULTE O REGULAMENTO NO SITE

acimariliasp

acim.org.br



CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SEFEL Nº 06.002040/2019

05 Dicas para não errar na formação do preço de venda

Fabiane Cristina B. Sanches
Analista do Escritório
Regional do Sebrae

O preço de venda com certeza é um dos fatores que influencia o cliente no momento da compra. Em mercados com um grande número de concorrentes, as empresas, de maneira geral, precisam ter a certeza que estão oferecendo o melhor preço, sem perder a lucratividade.

A falta de informações da grande maioria dos micro e pequenos empreendedores sobre seus custos, e também sobre o mercado em que atuam, faz com que encontrem muitas dificuldades na hora de precificar um produto ou serviço. É muito comum encontrar empresas que, em situações de forte concorrência, adotem como primeira estratégia, a redução dos preços, sem utilizar critérios para a formação do preço de venda, o que acarreta em prejuízos ao negócio, e a inviabilização da atuação da empresa.

Para definir o preço de produtos e serviços, o empreendedor precisa se familiarizar com as estruturas de precificação, de forma a cobrir seus custos e despesas, além de assegurar a obtenção de lucro.

Confira as 05 dicas para não errar na hora de precificar:

1 Conheça os elementos que compõem os preços: Custos e Despesas

Custos são gastos efetuados pela empresa na elaboração ou na aquisição de produtos ou na prestação de serviços. Já as despesas são gastos que servem como apoio para que as empresas atinjam seus objetivos. É importante para o empreendedor entender como se comportam os custos e as despesas em seu negócio. Só assim ele poderá determinar as estratégias na definição de preços de venda. Os custos ou as despesas comportam-se de duas formas: Variáveis e Fixos.

CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS:

Estão diretamente relacionados ao produto ou serviço. Variam conforme a venda efetuada pela empresa. Se existe uma venda, há incidência deles. Exemplos: Custo da mercadoria vendida, embalagens, etiquetas, impostos incidentes sobre as vendas, comissões pagas aos vendedores, taxas de cartões, etc.

CUSTOS E DESPESAS FIXAS:

São os gastos relacionados a estrutura da empresa. Os Custos e Des-

pesas fixas são “fixos”, porque faça chuva, ou faça sol, estarão sempre presentes. São necessários para operacionalizar o negócio. Atenção: Não são “fixas” porque o valor é igual todo mês, mas sim porque elas precisam ser pagas independente se suas vendas estão bem ou não. Veja alguns exemplos: Pagamento de aluguel; serviços contábeis, telefone e internet, salários e encargos da folha de pagamento; entre outros.

2 Verifique o percentual de custos e despesas fixas em relação ao volume de vendas

Ainda há muitos empreendedores e gestores que consideram apenas os custos e despesas variáveis no momento de elaborar o preço de venda, um erro que pode colocar a empresa no vermelho. É preciso fazer um levantamento dos custos e despesas fixas, e entender sua influência no preço final do produto.

Visando agregar ao preço de venda os custos e despesas fixas e recuperá-los na comercialização das mercadorias, podemos utilizar uma simples equação:

Divida o total dos custos e despesas fixas (média mensal) pelo valor de vendas (média mensal), chegando a resultado multiplique por 100, para que possamos conhecer o percentual de Custos e Despesas Fixas.

Desta forma o exemplo acima demonstra que o total de custos e despesas fixas, considerando o faturamento médio dos últimos 4 meses, soma-se em 24,67% do faturamento obtido.

3 Utilize metodologias para estabelecer o preço de venda, conheça o Mark-up - O aliado da formação de preço de venda

Presumir que o lucro seja o fator mais importante no seu preço é uma interpretação incompleta que desconsidera os custos totais da empresa. Para saber realmente o quanto o negócio ganha em cada produto que vende e qual é a formação de preço de venda, é necessário calcular o mark-up.

O mark-up é um índice que fornece uma avaliação precisa dos valores necessários para cobrir os gastos com a compra do produto e com a manutenção da empresa. No valor de compra ou de produção são adicionados todos os custos e despesas fixas, e também os custos e despesas variáveis, além do lucro que pretende ter com a

MESES	1	2	3	4	MEDIA MENSAL
Custos e Despesas Fixas	R\$ 12.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 17.550,00	R\$ 13.850,00	R\$ 14.600,00
Vendas	R\$ 55.000,00	R\$ 52.750,00	R\$ 68.850,00	R\$ 60.150,00	R\$ 59.187,50

$$\% \text{ Custos e Despesas Fixas} = \text{R\$ } 14.600,00 / 59.187,50 \times 100 = 24,67\%$$

venda. Assim, o empreendedor consegue saber com precisão quanto deve vender para pagar as despesas e custos mensais.

Vamos aprender a aplicar o Mark-up, através de três etapas:

- Descobrir o custo total da venda (CTV).
- Encontrar o mark-up divisor.
- Precificar o produto

Formação de preço de venda: exemplo de cálculo

a) Descobrir o custo total da venda

Como calcular o mark-up para precificar um produto comprado por R\$ 200,00 e cujo lucro pretendido seja de 15%?

Considerando um empreendimento onde, os custos e despesas fixas (salários, aluguel, telefone, etc) representam 24,67 % do faturamento, conforme verificamos na dica 02, os custos e despesas variáveis, como, impostos, comissões, taxa de juros do cartão somam 18%. Somados, os gastos e o lucro pretendido correspondem a um acréscimo de 57,67% no valor do produto. Isso pode ser chamado de Custo Total da Venda (ou CTV). Veja como calcular o CTV abaixo:

$$\text{CTV} = 15 + 24,67 + 18$$

$$\text{CTV} = 57,67\%$$

Repare que, nessa etapa, todos os seus valores estarão em porcentagem. É preferível que você a use, ao invés de valores absolutos, porque fica mais fácil fazer o cálculo.

b) Encontrar o mark-up divisor ou multiplicador

O mark-up é um índice, e por ser um índice, o mesmo não pode ser expresso em porcentagem. Para calcular o mark-up divisor, basta subtrair o custo total de venda do preço de compra e dividir por 100. Acompanhando o nosso exemplo, o cálculo fica assim:

$$\text{Mark-up divisor MKD} = (100 - \text{CTV}) \div 100$$

$$\text{Mark-up divisor MKD} = (100 - 57,67) \div 100$$

$$\text{MKD} = 0,4233$$

Já para identificar o mark-up multiplicador, método mais usado pelos empresários, dividimos 100 por (100 subtraído do Custo total da Venda), conforme cálculo abaixo:

$$\text{Mark-up multiplicador MKM} = 100 / (100 - \text{CTV})$$

$$\text{Mark-up multiplicador MKM} = 100 / (100 - 57,67)$$

$$\text{MKM} = 2,3624$$

c) Precificar o produto pelo mark-up

Depois de identificar os valores dos custos totais de vendas, e encontrar o mark-up (divisor ou multiplicador), o passo final – e mais importante do processo – é definir o preço dos seus produtos.

Preço de venda (PV) = Preço de compra (PC) ÷ Mark-up divisor (MKD)

Para o nosso exemplo:

$$\text{Preço de venda} = \text{R\$ } 200,00 \div 0,4233 \text{ (índice MKD)}$$

$$\text{PV} = \text{R\$ } 472,48$$

Preço de venda = R\$ 200,00 x 2,3624 (índice Mark-up multiplicador - MKM) | PV = R\$ 472,48

Caso o empreendedor queira definir margens de lucro diferentes para seus produtos (opção mais flexível), então deverá repetir o processo para cada um deles, o que provavelmente vai gerar números CTVs, MKDs e MKMs diferentes.

4 Utilize os concorrentes como balizadores

Não adianta na definição de preço, definir o preço do seu produto como se fosse o único a vendê-lo, se temos concorrentes do mesmo patamar, temos que olhar para eles também.

Não quer dizer que devemos definir o nosso preço de acordo com o concorrente. Essa também é uma prática errada e prejudicial à sua empresa, pois o seu concorrente possui uma outra estrutura de custos e despesas, e, seguir os mesmos valores que ele, pode matar o seu negócio. Isso pode ser feito em uma estratégia específica direcionada a concorrer no preço, mas não deve ser o padrão!

5 Avalie a percepção de valor do público-alvo

É muito importante considerar a percepção de valor do público-alvo. Alguns produtos, por mais que tenham custos reduzidos, de comercialização ou de produção, têm um imenso valor percebido para os clientes. Essa análise deve fazer parte da estratégia de precificação. Um exemplo muito simples é a do copo de café. Um copo comum de café pode custar apenas R\$ 3, enquanto nas cafeterias da Starbucks o valor fica em torno de R\$ 12. Os clientes pagam felizes, registram com fotos para publicar nas redes sociais e mostrar aos seus amigos. Então, para agregar valor ao seu produto e vendê-lo a um preço mais elevado, vale a pena investir em aspectos sensoriais, como: embalagem, limpeza e até o cheiro. Para definir o valor percebido pelos clientes, realize uma pesquisa buscando entender até quanto eles estariam dispostos a pagar.

Como visto, não só o preço fará com que o consumidor se decida pela compra de determinada mercadoria, mas um conjunto de fatores. Saber formular o preço de forma correta, certamente vai aumentar e muito, a competitividade de sua empresa, mas não se pode levar apenas ele em consideração: é fundamental que você acompanhe o que está ocorrendo no mercado.

Preço tem que buscar o equilíbrio entre os fatores internos e externos relativos à sua empresa de forma a lhe proporcionar o lucro desejado.

Marilienses preparando a cidade para o futuro



Com o objetivo de preparar a cidade de Marília para o futuro, um grupo formado por marilienses que vivem na cidade há muito tempo, vem se reunindo periodicamente na sede da Associação Comercial e Industrial de Marília como forma de discutir o modelo de conselho a ser criado na cidade, para ajudar o Poder Executivo a planejar melhor as necessidades do município com questões elaboradas pelos próprios munícipes, que apontarão as necessidades e as soluções. “A associação comercial está colaborando como pode para que este conselho seja criado”, disse o presidente da entidade, Adriano Luiz Martins, ao deixar claro de que se trata de uma iniciativa da cidade e não de uma entidade. “Por considerar o tema importante a Acim está se colocando a disposição para qualquer necessidade em que ela pode ajudar a fazer com que o conselho cresça e se estabeleça”, falou o dirigente que é um dos entusiasta do assunto, ao lado de outras pessoas que estão acompanhando todos os procedimentos necessários para a instalação do conselho em Marília.

Desde o mês de dezembro de 2017 o assunto vem sendo colocado em discussão entre o setor empresarial da cidade, principalmente nas reuniões segmentadas, sendo um tema unânime em que deve ser discutido e tratado com seriedade. “O consultor Silvio Barros tem participado de todas as nossas discussões desde o princípio”, disse o vice-presidente da diretoria da Acim, Roberto Borguette de Mello, outro entusiasta sobre a ideia e que tem incentivado a diretoria da Acim a se envolver no assunto. “Diante do que estamos vivendo, penso que a associação comercial tem condições de atrair outras entidades, pessoas com interesse em participar desta discussão que é interminável e benéfica para todos”, falou o empresário que conhece o modelo deste tipo de conselho em outras cidades e que também deseja que Marília tenha o seu próprio conselho preocupado em desenvolver a cidade para o futuro.

As palestras de sensibilização que aconteceram até então sempre contaram com as presenças de diversas pessoas e que estão relacionadas aos conselhos municipais, as organizações não governamentais e até de grupos segmentados que estão discutindo o assunto de forma aleatória e descentralizada. “A ideia é reunir esse pessoal todo e fazer com que a discussão passe a ter um rumo, com um tema específicos mais com vários olhares”, falou Márcia Santini, consultora paranaense, que por muitos anos esteve a frente do Conselho de Desenvolvimento de Maringá (Codem), considerado o pioneiro no Brasil com resultados efetivos em diversos segmentos na comunidade maringense. Hoje Márcia Santini e Silvio Barros visitam todo o território nacional assessorando pessoas a desenvolverem conselho que discutam o desenvolvimento sustentável, econômico, social e urbano da cidade. “A experiência adquirida deles nesses quase 10 anos de caminhada valem muito para os conselhos que estão surgindo agora”, defendeu Manoel Batista de Oliveira, vice-presidente da diretoria da Acim, que também defende a criação deste conselho na cidade, e com a participação da associação comercial. “Tem tudo a ver com a nossa entidade e outras existentes”, falou ao defender a participação de todas elas.

No workshop realizado no Univem no mês de abril a linha de conduta do futuro conselho de Marília foi desenhado, quando todos os participantes foram divididos em grupos e discutiram ameaças e oportunidades em várias frentes e no final, reunidos em plenária, foram pontuados e desta forma foram apresentadas as necessidades e as oportunidades da comunidade. “É isso que este conselho será responsável”, ensinou Silvio Barros ao exemplificar. “O grupo sempre discutirá as oportunidades e as ameaças, baseado em estudos e apontando soluções viáveis e criando um planejamento a ser seguido”, falou ao apontar o foco do trabalho do conselho que antes de começar a agir precisa ser estruturado com normas e regras administrativas. “Um estatuto e um regimento

interno precisa ser criado, além de ser discutido o modelo de gestão do grupo e a forma de constituição”, ensinou o experiente consultor que esteve a frente da Prefeitura Municipal de Maringá, no Paraná, em igual período do surgimento do Codem naquela cidade.

“O grupo sempre discutirá as oportunidades e as ameaças, baseado em estudos e apontando soluções viáveis e criando um planejamento a ser seguido”

- *Silvio Barros*

Por enquanto um seletivo grupo de pessoas que tem participado dos recentes encontros e que representam entidades das mais diversas tem se reunido na sede da associação comercial, que temporariamente está sendo o local dos encontros, para a discussão das normas e regras que administrarão o futuro grupo. São eles: Adriano Luiz Martins, Carlos Bitencourt, Chikao Nishimura, Elvio Fusco, Fernanda Mesquita Serva, Gilberto Rossi, José Geraldo Garla, Norival Carneiro, Pastor Domingos, Sandra Yamashita, Sinal Gruppo, Marcos Boldrin, Walter Freitas, Anderson

da Aiko, Tiago Moraes, Dra. Raquel, Antônio Donizete Henckes, Jeferson Aparecido Dias, Luiz Carlos Pfeifer, Marcos Martins, Rosendo do Sebrae, Marta Valentim, Fábio Dacêncio e Leonardo do Univem. “Esse pessoal está dedicando tempo e conhecimento para estruturar o grupo que precisa ter definido o próprio perfil”, disse Adriano Luiz Martins ao ratificar o modelo de que todos devem participar. “Nos encontros que realizamos a presença tem sido maciça o que muito tem contribuído para as discussões”, falou ao contar sempre que possível com a consultoria “virtual” de Márcia Santini que tem participado deste encontro através da internet.

Já foram realizados três encontros coletivos deste grupo inicial em que os temas prosperaram muito. Para facilitar as discussões foram criados três grupos: Jurídico, financeiro e operacional; Comunicação; e Resultado do Workshop, que servem para ampliar as discussões e futuramente eles apresentarão resultados práticos e os demais discutirão as questões e as soluções encontradas e sugeridas. “Desta forma potencializamos a participação de cada um, e ao mesmo tempo avançamos de forma paralela com vários assuntos, otimizando tempo principalmente”, comentou Adriano Luiz Martins que acredita em novo encontro aberto para a comunidade para breve, quando os resultados serão apresentados e colocados em discussão já com uma linha de raciocínio específico. “Mas a possibilidade de melhoria será sempre constante”, enfatizou Adriano Luiz Martins.



Encontro visando o desenvolvimento de Marília foi realizado na Univem e contou com a participação de muitas pessoas.

CONNECT ACIM 2019

CONECTANDO PESSOAS,
INSPIRANDO INOVAÇÃO

GARANTA SEU INGRESSO

PARA SÓCIOS

LOTE 1	15/03 A 14/05	R\$ 138,00 EM ATÉ 6X R\$ 23,00
LOTE 2	15/05 A 14/06	R\$ 145,00 EM ATÉ 5X R\$ 29,00
LOTE 3	15/06 A 14/07	R\$ 156,00 EM ATÉ 4X R\$ 39,00
LOTE 4	15/07 A 20/08	R\$ 168,00 EM ATÉ 4X R\$ 42,00

DESCONTO R\$ 20 POR CONVITE PARA GRUPOS ACIMA DE 50 CONVITES.
(Pagamento no boleto da mensalidade)

PARA NÃO SÓCIOS

LOTE 1	15/03 A 14/05	R\$ 158,00 EM ATÉ 6X R\$ 26,33
LOTE 2	15/05 A 14/06	R\$ 165,00 EM ATÉ 5X R\$ 33,00
LOTE 3	15/06 A 14/07	R\$ 176,00 EM ATÉ 4X R\$ 44,00
LOTE 4	15/07 A 20/08	R\$ 188,00 EM ATÉ 4X R\$ 47,00

PARA GRUPOS ACIMA DE 50 CONVITES PREÇO DE ASSOCIADO

19/08

SEGUNDA DAS 17 ÀS 22H

**BENEFICENTE
1K DE ALIMENTO**

CORREALIZAÇÃO:



20/08

TERÇA DAS 12 ÀS 22H

CONNECT WOMAN
DAS 8 ÀS 12H

ADQUIRA SEU CONVITE

acim.org.br

☎ 14 99702-7146



ACIM
MARÍLIA / SP

Dicas Acim

Especial mês dos namorados

FOTOS



Divulgue sempre as melhores fotos de seus produtos, busque mostrar os detalhes, apresentando o produto exatamente como ele é. Isso pode evitar trocas e reclamações futuras.

CESTAS



Experimente deixar exposta em sua loja uma ou duas cestas com diversos produtos e valores diferentes. Esta é uma ótima opção para quem procura um presente rápido e fica indeciso na hora da compra.

PARCELAMENTOS



Muitos casais querem caprichar no presente, mas, em muitos casos, esse presente só vai ser possível se sua loja tiver um parcelamento especial neste período, e de preferência sem juros.

BRINDES



Uma ação com brindes é uma boa opção para aumentar suas vendas, ou seja, você agrada o seu cliente, mostra sua linha de produtos e divulga a seu estabelecimento positivamente.

Métodos online de resolução de conflitos



Não é novidade que o Poder Judiciário, embora tenha apresentado melhoras nos últimos tempos, vem lutando para poder dar o retorno esperado ao jurisdicionado.

De acordo com o Relatório Justiça em Números, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), fonte de estatísticas do Poder Judiciário, o ano de 2017 encerrou com 80,1 milhões de processos aguardando solução definitiva, com uma variação de 0,3% em relação a 2016. Ainda pelas informações trazidas no relatório, o tempo médio do acervo processual, em 2017, era de cinco anos e um mês.

No atual contexto tecnológico, os instrumentos de resolução alternativa de conflitos (ADR – alternative dispute resolution) ganharam uma nova modalidade, conhecida como online dispute resolution – ODR, que pode abarcar técnicas variadas de ADR e objetiva facilitar tanto o acesso à justiça, devido a desburocratização e a diminuição de custos, quanto resolver disputas de forma mais célere e eficientes que os métodos ADR tradicionais.

Como exemplo, o poder público, num movimento claro de tentar reduzir a procura do Judiciário para tratar de litígios menos complexos, criou o site Consumidor.gov, serviço público que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet, ferramenta monitorada diretamente pela Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON, vinculada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública.

Nessa ferramenta, os números são positivamente impactantes: 80% das re-

clamações registradas no consumidor.gov.br são solucionadas pelas empresas, que respondem as demandas dos consumidores em um prazo médio de 7 dias.

A adesão das empresas ao serviço se dá através da assinatura de termo, pelo qual se comprometem em conhecer, analisar e investir todos os esforços disponíveis para a solução dos problemas apresentados e o consumidor, por sua vez, deve se identificar adequadamente e comprometer-se a apresentar todos os dados e informações relativas à reclamação relatada.

Ponto de intenso debate, a legitimidade/constitucionalidade de se exigir do jurisdicionado a procura por “instâncias” prévias como pressuposto necessário ao recebimento e processamento de um futuro processo judicial, pode ser alcançada com algumas precauções contratuais.

Segundo o Código Civil, artigo 104, a validade do negócio jurídico requer: agente capaz, objeto lícito, possível, determinado ou determinável e forma prescrita ou não defesa em lei.

Uma cláusula de resolução online de disputas consumeristas oriundas da relação travada em decorrência de um contrato específico, redigida com todos os requisitos legais, contendo todos os elementos para identificar o método e a plataforma a serem utilizadas, sem permitir interpretações dúbias ou manobras de uma das partes, certamente será aceita pelo Judiciário.

Ora, se – no ambiente virtual – as partes contratantes, com plena capacidade e efetiva possibilidade de negociação (ainda que específica apenas para determinada cláusula), acertam a utilização prévia de ferramenta online para resolução de dis-

putas, sem impossibilitar futura abertura da via judicial, há de prevalecer a interpretação conforme boa-fé e usos do lugar da celebração (Código Civil, artigo 113).

Apresenta-se essencial, que as plataformas de comércio eletrônico garantam (e comprovem) a obtenção de consentimento/concordância de forma expressa e informada.

O consentimento, como trazido na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) - Lei 13.709/2018, obtido para a cláusula de eleição de método online de resolução de disputas, é mais uma garantia para os contratantes.

Ao contrário do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014), que em seu artigo 7º, VII exigia (para fornecimento de dados pessoais a terceiros) consentimento livre, expresso e informado, a LGPD definiu-o como manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada (art. 5º, XII). Ou seja, na LGPD estamos diante de um consentimento mais ativo por parte do interessado e granular, quando envolva diversas atividades.

As reflexões aqui traçadas demonstram a razoabilidade de se privilegiar meios alternativos de solução de controvérsias entre particulares, em especial os meios online, com autocomposição de conflitos, seguindo inclusive o espírito da Lei 13.140/2015.

Em caso de dúvidas, entre em contato com o Departamento Jurídico da Acim para maiores informações relacionadas ao tema. juridico@acim.org.br

Eneas Hamilton Silva Neto faz parte do Departamento Jurídico da Associação Comercial e Industrial de Marília

BEM-VINDOS NOVOS ASSOCIADOS



- AIKO FILMES
- APARAS E PAPEIS MARÍLIA
- BELLA CALÇADOS
- FINA FIORI GABRIELA CATÁLOGOS
- GRANDE GLAMOUR
- JOSI LINO ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
- LA KASA NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS
- MARIGELO
- MORUGA COMUNICAÇÃO
- MUSIC ALL ESCOLA
- NOVA MICROLINS MARÍLIA
- OUTLET COLCHÕES
- REFRICENTER
- SINCOMERCIO
- SOFIA PET SHOP
- SUPERMERCADO ULIAN
- VIDROTECH



MERCOSISTEM

Sistemas e Consultoria para Gestão Empresarial

AGENDE UMA **DEMONSTRAÇÃO**
PARA CONHECER AS
VANTAGENS E BENEFÍCIOS DO SISTEMA.

**CHEGOU A HORA DE
MUDAR SUA EMPRESA!**

14 3402-8484
www.mercosistem.com.br



Av. Santo Antônio, 483 - Centro - Marília/SP

Inadimplência

Dívida no comércio de Marília ultrapassa R\$ 17 milhões

O vice-presidente da diretoria da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, Manoel Batista de Oliveira, considerou como elevadíssimo o valor acumulado nos últimos cinco anos da inadimplência no comércio mariliense, que superou a marca dos R\$ 17 milhões, que deixam de circular entre as lojas da cidade. “É muito dinheiro que precisa ser recuperado de alguma forma”, disse o dirigente em tom de preocupação, ao tomar conhecimento do levantamento realizado pelo Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) da Acim. “Esta é a primeira vez no ano que o valor ultrapassa a marca dos R\$ 17 milhões o que faz um alerta sobre o cuidado para se evitar que a inadimplência feche muitas lojas”, comentou o dirigente mariliense ao alertar para que ações sejam realizadas no sentido de diminuir esse valor.

Para Manoel Batista de Oliveira nos dias de hoje é preciso fazer com que o crediário da loja passe por mudanças de comportamento, e que seja necessário ter o máximo de informação possível do cliente, principalmente históricos bancários e referências no varejo. “O cadastro do cliente na loja deve ser rico em detalhes”, comentou o vice-presidente da diretoria da Acim ao observar os 22.960 devedores cadastrados no banco de dados do SCPC da associação comercial local. “É muita gente que precisa ser resgatada e quem sabe recuperar parte desse dinheiro

que hoje está perdido”, comentou o dirigente ao sugerir qualquer tipo de acordo. “O que não pode é ficar sem o produto, sem o dinheiro e ainda ter custos com tudo isso”, falou preocupado com o crescimento da quantidade das dívidas existentes no comércio de Marília.

São 39.896 dívidas existentes o que demonstra a aparência de um devedor com mais dívidas. Essa quantidade faz com que haja em média R\$ 429,00 por dívida o que é considerado muito para o micro e pequeno empresário, que normalmente trabalha sem capital de giro ou fundo de reserva. “Não é todo lojista que se organiza para comprar e vender, prevendo riscos”, disse com conhecimento de muitos colegas que teriam dificuldades em manter a loja se a inadimplência não for controlada. “Todo negócio tem um risco, mas é preciso ter cautela e controle”, ensinou ao verificar o valor de R\$ 746,00 como média de dívida se comparado com o número de devedores cadastrados no sistema. “Nesse caso é mais preocupante”, comentou Manoel Batista de Oliveira que sugere aos associados da entidade que fiquem atentos com a inadimplência, e sempre busquem informações cadastrais dos clientes nas vendas a prazo, pelo crediário.

De acordo com o dirigente da associação comercial as vendas através dos cartões de benefícios, crédito e débito são excelentes ferramentas para se evitar a inadimplência, no entanto, em alguns casos, o custo

para se manter o sistema com alguma operadora de cartão torna-se elevado, de acordo com o movimento da loja ou até mesmo do valor agregado do produto com que trabalha. “É preciso fazer muitas contas, e negociar bem com as operadoras de cartão, pois os juros e taxas podem se tornarem problemas no futuro e inviabilizar a operação financeira”, argumentou Manoel Batista de Oliveira que sugere acordos simples com qualquer inadimplente que exista. “No comércio o dinheiro precisa girar. Ficar parado é mal negócio”, ensinou.



Manoel Batista de Oliveira é o atual vice presidente da diretoria da Acim, preocupado com a inadimplência

Reformas não são mágicas



São recorrentes as queixas contra a complexidade do sistema tributário, sem que se discuta a complexidade dos fatos econômicos e jurídicos que a informam.

Uma queixa frequente é o número de tributos, o que pretexta propostas de fusão, como a do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) com a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) ou a do PIS com a Cofins.

As legislações do IRPJ e da CSLL, tanto quanto as do PIS e da Cofins, são praticamente iguais, não sendo razoável apontar como complexidade a emissão de documentos de arrecadação por um programa de computador.

exemplo de receita bruta, indenização, substituição tributária, responsabilidade dos sócios, planejamento tributário abusivo, etc.

Esse aperfeiçoamento se resolve com a edição de novas normas, precedida por uma percuciente discussão das deficiências conceituais.

A essas deficiências juntam-se peculiares controvérsias, como a relativa à pejotização.

Se existe alguma impropriedade na constituição de pessoas jurídicas, que sejam revistas as regras tributárias e societárias aplicáveis.

Clareza das normas é um dever do Estado que se deduz do princípio constitucional da moralidade ad-

modelos tributários com mágicas soluções.

Subscribo o que disse, em 2017 no seminário “Fronteiras do Pensamento”, escritor israelita Amós Oz, recém-falecido: “... Penso que a nova tentação do demônio, nos dias de hoje, é o simplismo... Não acredito em salvação e sim em soluções concretas passo a passo”.

A complexidade também reside no maldadado burocratismo tributário, cuja remoção enfrentará grandes obstáculos, fundados em dissimulados exercícios de poder.

Reformas devem ser concebidas a partir de problemas e não de proclamações principistas.

“Penso que a nova tentação do demônio, nos dias de hoje, é o simplismo... Não acredito em salvação e sim em soluções concretas passo a passo”

A distinção se dá no campo das destinações, envolvendo a partilha de receitas com Estados e Municípios e a vinculação a orçamentos específicos, como o da seguridade social ou do seguro-desemprego.

As simplórias propostas de fusão implicam conflitos no âmbito do federalismo fiscal e do financiamento das políticas sociais, matérias de elevada sensibilidade política. Isso em nada afeta as obrigações dos contribuintes.

Outra queixa é contra a complexidade das legislações. Tomemos como exemplo preços de transferência.

Em comparação com outros países, notadamente os que orbitam na zona de influência da OCDE, Brasil tem a mais pragmática e simples legislação sobre preços de transferência. Ainda assim, ela só é acessível aos especialistas.

Preços de transferência, entretanto, constituem tema da mais elevada importância em um mundo globalizado. Demandam, por isso mesmo, disciplinamento.

Sem lugar a dúvidas, há conceitos na legislação tributária brasileira que reclamam aperfeiçoamento, a

ministrativa. O que não cabe é ficar maldizendo o fenômeno sem examinar sua pertinência ou apontar soluções.

Há, todavia, uma agenda oculta nas críticas à pejotização. Trata-se da potencial arrecadação da contribuição sindical de pessoas físicas que financiava os sindicatos.

Com a reforma trabalhista, é muito provável que diminua a pressão; com a indispensável reforma previdenciária seguramente desaparecerá.

Poucos percebem que a presumida complexidade está, sobretudo, no anacrônico processo tributário, que sequer dispõe de normas gerais.

O anacronismo se revela na falta de integração entre os processos administrativos e judiciais, na delicada compatibilização entre o sistema tributário constitucional e o controle difuso de constitucionalidade, e na execução judicial da dívida ativa.

São temas que exigem uma acurada reflexão por parte de especialistas, o que contrasta com nossa histórica indisposição de examinar minuciosamente os problemas. É mais fácil e charmoso propor novos

Como assinalou o economista Gustavo Franco (Correio Braziliense, 18.12.17): “a primeira reforma é transformar a ideia de reforma em rotina. O governo deve promover dinamismo e inovação todas as horas do dia, e não episodicamente em “reformas” que supostamente “encerram” os problemas”.



Por Everardo Maciel - Ex-secretário da Receita Federal, é consultor jurídico e professor do Instituto Brasiliense de Direito Público

VEM AÍ
CONNECT ACIM
2019

**CONECTANDO PESSOAS,
INSPIRANDO INOVAÇÃO**

OSCAR SCHMIDT • JOSEP PIQUÉ • CLÓVIS DE BARROS • RICK CHESTER
MARCO BERTAIOLLI • MARCOS BOLDRIN • ANA FONTES • GUILHERME ÁVILA



19/08

SEGUNDA DAS 17 ÀS 22H

**BENEFICENTE
1K DE ALIMENTO**

CORREALIZAÇÃO:



20/08

TERÇA DAS 12 ÀS 22H

**CONNECT WOMAN
DAS 8 ÀS 12H
ADQUIRA SEU CONVITE**

acim.org.br

☎ 14 99702-7146

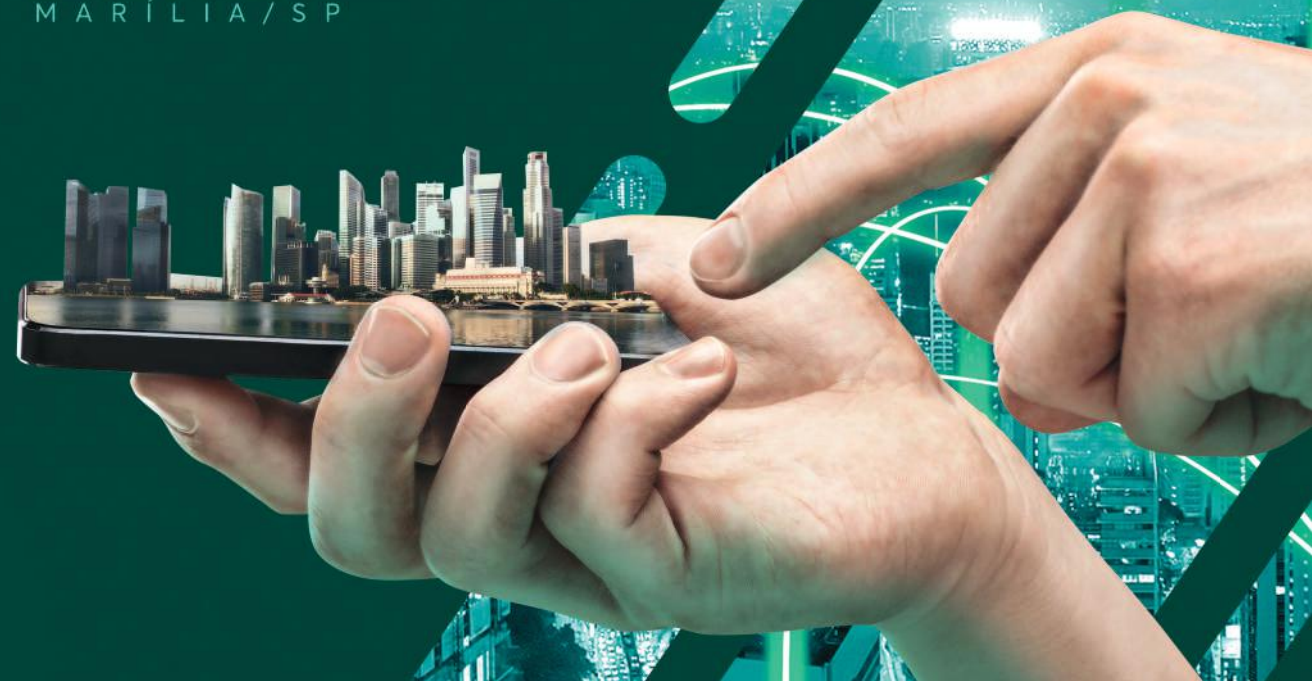


CONNECT
BENEFICENTE

MAIS
ESTANDES

PRACA DE
ALIMENTAÇÃO
4X MAIOR

CONNECT
KIDS





Confira algumas das atividades realizadas pela Acim



CAMPINAS - Grupo da Associação Comercial e Industrial de Marília que participou de evento na cidade de Campinas, promovido pela associação comercial local.



CONSEG - Reunião com a Tenente Ana Paulo sobre a reativação do Censeg-Centro com apoio da associação comercial de Marília.



JOVEM - Encontro mensal dos jovens empreendedores que se reúnem com frequência na sede da Acim para discussão de atividades próprias.



MULHER EMPREENDEDORA - Encontro mensal das mulheres que se reúnem regularmente na sede da associação comercial para debate de temas específicos.



NUCLEO DE TI - Reunião do mais recente núcleo criado dentro do Programa Empreender, na Acim, entre empresários no ramo da Tecnologia da Informação (TI).



SECRETÁRIO - Presença, mais uma vez, do secretário municipal Nelson Mora, em reunião recentemente na sede da Acim

Mulheres empreendedoras com destaque no evento

Visando ampliar as atividades empreendedoras na segunda edição do Connect Acim, que acontece nos dias 19 e 20 de agosto (segunda e terça-feira), a diretoria da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília, resolveu programar para o período da manhã do segundo dia do evento, dedicado para as mulheres empreendedoras, quando o Conselho da Mulher Empreendedora (CME) terá um destaque especial com duas exposições de elevado nível, no período das 8 às 12 horas, no Golden Palace. “Um espaço maior a elas na programação, pois, estão tendo uma atuação impecável”, justificou o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, ao agendar as presenças de Ana Fontes e Tatiane Souza, como os destaques principais na manhã de terça-feira. “Duas excelentes empreendedoras que certamente vão inspirar as mulheres a conseguirem atingir pontos mais elevados como mulher e como empreendedoras”, disse o dirigente ao deixar esta parte do evento sob responsabilidade do CME da Acim.

Ana Fontes é especialista em empreendedorismo feminino, fundadora da Rede Mulher Empreendedora (RME), do Instituto RME e da “aceleradora Herd”, além de ser co-fundadora do Mulheres Investidoras Anjo (MIA). Neste ano, a empresária foi eleita pela Revista

Forbes como uma das 20 mulheres mais poderosas do Brasil. Também foi finalista do programa “Women Change Makers da Womanity” e do Prêmio Cláudia, além de vencedora do “Prêmio Spark Awards” como melhor mentora e do “Prêmio Fortune Most Powerful Women 2017”. Através da atuação na RME e das palestras que faz, Ana Fontes tem inspirado e “empoderado” milhares de mulheres em todo o Brasil para empreenderem, garantindo a elas independência financeira e de decisão sobre os negócios e da vidas.

Tatiane Souza é presidente da Gente Mais Consultoria & Treinamento e diretora da ABRH SP Regional Centro Oeste. É ativista e defensora do movimento “Fazer Valer a Pena” e idealizadora do “Conceito Chave”. Atualmente cria e participa de eventos de “empoderamento” feminino no Brasil e no exterior. Com graduação e especialização em Gestão de Pessoas, desenvolve diversos treinamentos na área de: Recursos Humanos, Liderança, Motivação e Comportamento. Nos últimos anos já impactou mais de 12 mil pessoas com as palestras que desenvolve e conquistou uma audiência de mais de 20 mil seguidores nas redes sociais. Recentemente lançou o livro “Bora fazer valer a pena: a chave para transformar a sua vida”.

De acordo com a presidente do Conselho da Mulher Empreendedora, da Associação Comercial e

Industrial de Marília, Flávia Mascarim, a oportunidade de realizar uma parte do Connect Acim é de fundamental importância para o trabalho que se faz na cidade. “Vivemos um momento histórico quando as mulheres conquistaram um importante espaço no mundo dos negócios”, disse a dirigente mariliense. “Apesar de muitos desafios, além de empreender, a maioria delas desempenha ainda a função de cuidado e gerenciamento da família”, comentou. “A proposta do CME da Acim é de ajudar estas mulheres capacitando, integrando e fortalecendo a liderança, independente do porte do negócio que administra”, falou. “O Connect Woman, como estamos chamando, será um evento para atrair e juntar centenas delas não somente com o intuito de capacitá-las, mas também de promover um rico networking”, ressaltou Flávia Mascarim.

O CME foi criado em junho de 2018 com o propósito de fortalecer o empreendedorismo feminino na cidade de Marília. Atualmente possui quase 50 conselheiras que mensalmente se encontram para participar de capacitações, eventos de networking e ações sociais. Para fazer parte do CME, as interessadas deverão procurar a secretaria da ACIM e para participar do Connect Woman basta adquirir o convite para o Connect Acim 2019, pois ele também dará acesso livre ao primeiro Connect Woman.

Consumidoras recebem rosas do comércio de Marília

Visando proporcionar uma melhor recepção as mulheres que estiveram circulando pelos principais corredores comerciais da cidade de Marília, a diretoria da Associação Comercial e Industrial (ACI) de Marília renovou parceria com a Unimed de Marília e Tiro de Guerra, para a distribuição de oito mil botões de rosas, para as mães que estiveram no sábado, dia 11, no período da manhã entre as lojas da cidade. “Um gesto de carinho, afinal, a mulher representa a sensibilidade e a forma angelical de enxergar a vida”, disse o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, que há anos participa desta atividade que começou em 1996 e se mantém até os dias de hoje. “Inclusive esta ação pioneira é copiada em diversas outras cidades do Brasil”, ressaltou o dirigente de Marília feliz com a manutenção da ação na cidade.

Além das consumidoras que são mães que estiveram nas lojas da cidade de Marília, foram entregues flores também em maternidades, hospitais e asilos. Os consumidores que estiveram na Av. das Esmeraldas, Av. João Ramalho, Av. Durval de Menezes, Av. Brigadeiro Eduardo Gomes, Av. República, Av. João Martins Coelho, Jardim Bandeirantes, Cemitério, Rua São Luiz, Rua Nove de Julho, Rua Coronel Galdino, Rua Prudente de Moraes, Rua 4 de abril, Av. Sampaio Vidal, Rua Paes Leme e Rua Dom Pedro, tiveram a oportunidade de receber uma rosa em homenagem ao Dia das Mães. Os hospitais: da Unimar, das Clínicas, da Mulher e Santa Casa também foram beneficiados com a entrega de rosas,

o mesmo acontecendo com os asilos: São Vicente de Paulo, Mansão Ismael e Casa do Caminho. “A ideia foi o de proporcionar um dia feliz e de simpatia”, resumiu Adriano Luiz Martins que esteve pessoalmente entregando as rosas, com os demais parceiros, no centro comercial da cidade no sábado, dia 11, pela manhã.

As rosas foram adquiridas de fornecedores de Holambra, no interior paulis-

da Banda Marcial de Marília, Emdurb e demais parceiros adicionais que proporcionam a distribuição das rosas durante todo o final de semana. “Os soldados do Tiro de Guerra tem um trabalho muito importante na distribuição”, apontou Adriano Luiz Martins.

Entre as cidades próximas de Marília, atividade semelhante foi realizada em Pompeia e Garça que também fizeram a distribuição, com os mesmos parceiros.



Evento realizado na Prefeitura de Marília marca lançamento de campanha e anúncio da Acim

ta, com antecedência e acondicionadas de forma que cada uma delas fossem embalada para uma proteção especial da flor, para que houvesse uma durabilidade o máximo possível. “É necessária toda uma logística para buscar, preparar e entregar”, ressaltou o superintendente da associação comercial, José Augusto Gomes, que a cada ano atualiza os procedimentos como forma de simplificação e diminuição de custos. “Precisamos ter um cuidado muito grande e disponibilizar uma equipe especialmente para isso”, falou o dirigente ao lembrar das presenças dos grupos da terceira idade,

“O comércio em geral é muito grato as mulheres e principalmente as mães, por serem agentes importantes e estimular o desenvolvimento do varejo em geral”, reconheceu Adriano Luiz Martins, na qualidade de vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Fapesp), motivo para que mais cidades promovessem atividade semelhante, por ser muito bem recebida pelos consumidores em geral. “Muitos homens, que estão no comércio, e até crianças, pediram as rosas para levar pra casa e entregar a mãe”, disse o também presidente da Acim.



Acim acontece

Fique por dentro dos últimos acontecimentos da Acim Marília.

DIA DAS MÃES

Consumidoras recebem rosas do comércio de Marília

CONNECT ACIM

Definida a programação e valores dos ingressos

PRÊMIOS

No Dia das Mães tem sorteio com prêmios no comércio

WORKSHOP

Acim sedia workshop do Programa Desenvolve SP

FERIADO

Acim alerta para feriado e comércio noturno

CAMPANHA

Campanha promocional começa no comércio de Marília

ENCONTRO

Encontro de liderança aponta necessidades para o futuro

SCPC

Trimestre apresenta crescimento nas consultas ao SCPC da Acim

Fonte: Eficaz Comunicação Empresarial - eficaz.jor.br/site/noticias

Utilize um leitor de QR CODE e acesse diretamente a página de notícias da Acim

Confira essas e mais matérias em: acim.org.br/noticias

ou nas redes sociais:   [acimmariliasp](https://www.instagram.com/acimmariliasp)



O que a Certificação Digital pode fazer por você e pela sua empresa?

Venha descobrir na Acim

- » Atendimento de qualidade
- » Horários flexíveis
- » Desconto de até 28%
- » Garantia de 180 dias

 **ACIM**
MARÍLIA / SP

