REVISTA

CONNECT

ACIM

FERNANDA
MESQUITA SERVA
UNIMAR

STENIO
DEDEMO
GRUPO ZDA

SUCESSÃO FAMILIAR

16 | EM TALK SHOW SUCESSORES DISCUTEM SUCESSÃO FAMILIAR NAS EMPRESAS

ACIM
FOMENTANDO EMPRESAS
FORTALECENDO MARÍLIA

ACIM
MARÍLIA/SP

Setembro/2019 • Nº 85 • Ano 07

#Marília Recheada de Ofertas

ACIM

Mês do CONSUMIDOR em Marília

47 Vales compras

16 Iphones

PROMOÇÃO

SORTE GRANDE

COMPRANDO EM MARÍLIA

ACIM MARÍLIA/SP

CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SEFEL Nº 06.001431/2019

mustache

Novos cursos UCA

#AGORA TEM!

SEMI

PRESENCIAL

EAD

FACULDADE CATÓLICA PAULISTA

INSCREVA-SE JÁ:

14 3422-1815

uca.edu.br

14 98826-5000

mustache

Experiência se transmite de alguma forma

Os jovens que participam do nosso Conselho do Jovem Empreendedor na cidade de Marília pela Associação Comercial e Industrial de Marília estão desenvolvendo uma série de atividades no sentido de fazer com que esta geração tenha mais conhecimento, praticidade e principalmente prazer em administrar o negócio da família, sem estresse, e sem discussões que se misturam entre questões familiares e profissionais. Isso é muito interessante, afinal, é possível sim fazer uma transição entre pais e filhos na gestão da empresa sem problemas, como antigamente era o contrário. Acredito que no passado isso era algo meio que obrigatório, o que não acontece mais, em razão da modernidade da vida e principalmente dos relacionamentos entre pais e filhos serem mais abertos e a comunicação ser mais prática, apesar das diferenças de idade.

A sucessão na empresa é algo que precisa ser discutido sempre, afinal, é inevitável para o bem dos negócios da família. É preciso preparar as gerações futuras de forma que não haja confusão e muito menos discussão. As diferenças de ideia são normais neste processo, quando se encerra um ciclo e começa outro. Os tempos são outros e, querendo ou não, o apego é muito grande e nem sempre as pessoas estão preparadas para serem substituídas, ainda mais por pessoas que se amam. Quando a troca é profissional pela meritocracia, a aceitação é mais fácil, mas quando a passagem é de pai para filho isso pode causar neuras e estresses desnecessários pelo fato das pessoas serem muito unidas, ou não. As duas situações podem causar desconforto.

Com esta preocupação duas pessoas muito bem resolvidas e preparadas para esta questão deram depoimentos fabulosos e nos deixaram muito tranquilos em demonstrarem que esta relação transitória pode e deve ser feita com prazer, carinho e muito respeito, predicados importantes para a continuidade próspera do negócio. O Conselho do Jovem Empreendedor da associação comercial está fazendo um excelente trabalho neste sentido, afinal, os problemas de gestão da nova geração é sentida por eles e o desejo de discuti-los é melhor ainda, não havendo local, espaço e pessoas mais certas para este tipo de discussão que engrandece o nível empresarial de nossa cidade com atitudes desta natureza de forma tão harmônica e inteligente.

Parabéns aos jovens empresários do nosso grupo.

Adriano Luiz Martins é o atual presidente da Associação Comercial e Industrial de Marília e vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARÍLIA ★★★★★ ISO 9001

ACIM FOMENTANDO EMPRESAS FORTALECENDO MARÍLIA

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)
acimariliasp

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 Cavalheire Bassan
Celso Eduardo Moreira
Cesar Augusto Bettini
Claudemir Torres Prizão
Diego Mazuqueli Alonso
Dielson Morais 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 Girotto
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

CONNECT ACIM

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 ACIM

ÍNDICE

06 **LUTO**
DIRIGENTES LAMENTAM FALECIMENTO DE EX-PRESIDENTE

08 **INADIMPLÊNCIA**
COMÉRCIO PREOCUPADO COM ELEVAÇÃO NO VAREJO

10 **DEFESA DO CONSUMIDOR**
ACIM APONTA CANAL PARA ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

14 **ARTIGO**
OS PRESENTES SÃO PARA OS "PEQUENOS", MAS AS OPORTUNIDADES SÃO PARA QUEM PENSA GRANDE!

21 **SCPC**
CRESCE PELO 7º MÊS CONSECUTIVO O NÚMERO DE CONSULTAS AO SCPC

24 **EVITE CALOTES**
REGISTRO DE DÍVIDA EVITA CALOTE E GOLPES, DIZ ACIM

26 **DICAS DE APPS**
APLICATIVOS ÚTEIS PARA VOCÊ E SEU NEGÓCIO

28 **AGENDA**
CONFIRA ALGUMAS DAS ATIVIDADES REALIZADAS PELA ACIM

29 **HISTÓRIA ACIM**
CONFIRA MOMENTOS MARCANTES DA HISTÓRIA DA ACIM E DE MARÍLIA

30 **JUNTA COMERCIAL**
DIRIGENTES PARTICIPAM DE EVENTO PARA AGILIDADE DO SERVIÇO

12

SORTE GRANDE
ACIM PROMOVE TERCEIRO SORTEIO COM PRÊMIOS

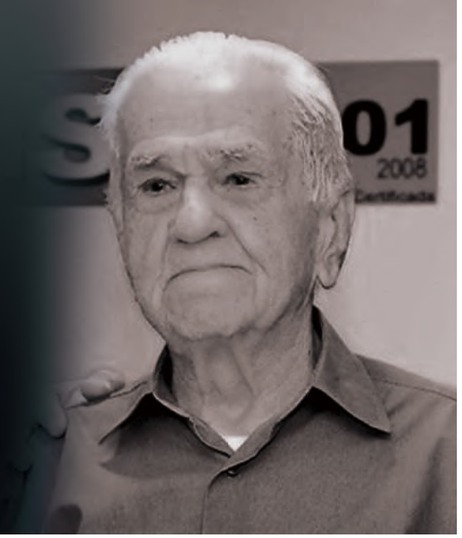
23

JOVEM EMPREENDEDOR
MISSÃO INTERNACIONAL É UM DOS TEMAS DE ENCONTRO

16

SUCESSÃO FAMILIAR
EM TALK SHOW SUCESSORES DISCUTEM SUCESSÃO FAMILIAR NAS EMPRESAS

Dirigentes lamentam falecimento de ex-presidente



A diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília lamentou de forma profunda, o falecimento do presidente da entidade, Carlos Spressão, aos 91 anos de idade, que esteve na presidência da entidade associativa em duas oportunidades: nas gestões 1964-1965 e 1970-1971. "Marcou história em nossa entidade, afinal, além de presidente ocupou diversos cargos importantes na diretoria executiva", disse com pesar o atual presidente, Adriano Luiz Martins, que teve a oportunidade de conhece-lo no aniversário de 80 anos da associação comercial, quando a maioria dos presidentes de diretoria estiveram presentes. "Ele me chamou a atenção pela vitalidade e pela admiração que tinha pela nossa instituição", recordou o dirigente atual ao homenagear o ex-presidente que dedicou parte da vida a associação dos comerciantes. "E por coincidência do destino, ele faleceu justamente no dia do comerciante", apontou Adriano Luiz Martins.

O coordenador do programa Acim-Med, João Gonçalves, recordou momentos importantes em que Carlos Spressão foi decisivo para a associação comercial. "Ele foi um presidente muito cauteloso, bastante seguro nas decisões e era bastante admirado pelos comerciantes da cidade", ressaltou João Gonçalves que completará em breve 50 anos de participação na entidade, e esteve com Carlos Spressão formando outras diretorias. "Tanto era admirado que ocupou a presidência por duas vezes, em épocas distintas", falou o dirigente atual ao lembrar que naquela época a gestão era de dois anos, por isso a rotatividade bastante frequente das pessoas

No aniversário de 80 anos, Libânio Nunes de Oliveira, homenageou Carlos Spressão, que esteve presente na cerimônia

no cargo. "Não se pensava em reeleição", disse ao lembrar o hábito da época.

Para Subhi Ahmad Khalil Abu Khalil, outro diretor da Acim com muitos anos de participação na entidade associativa, também recordou do ex dirigente que foi muito participativo na diretoria da Acim. "Mesmo sendo do ramo de cereais, ele dedicava muito tempo para a associação comercial", falou o atual diretor da associação comercial, que na época era mais jovem e admirava os comerciantes que tinham coragem de ser presidente de uma entidade como a Acim. "Não é fácil ser presidente de uma instituição como a nossa, desde aquela época", ressaltou Subhi Ahmad Khalil Abu Khalil que tem quase cinco décadas dedicadas a associação dos comerciantes marilienses. "Carlos Spressão representava muito bem a nossa classe, por isso sempre esteve presente nas diretorias da entidade", falou em tom saudosista, mesmo não trabalhando com Carlos Spressão como presidente, mas fazendo parte do grupo administrativo da entidade em gestões seguintes.

O atual superintendente da Acim, José Augusto Gomes, ainda menor de idade como legionário, recorda que Carlos Spressão foi um diretor muito presente e que tratava bem os funcionários. "Entrei quando o presidente era o Kalil Haddad, e o senhor Carlos Spressão fez parte da diretoria daquela época, e lembro o quanto ele era respeitado pelos demais diretores e funcionários", recordou o atual superintendente que completou 40 anos de atividades na entidade. "Cheguei a levar muitos documentos para ele assinar onde ele trabalhava", acrescentou. "Foi uma pessoa serena que ajudava muito nas discussões e bastante sensato nas polêmicas que aconteciam", recordou Odair Aparecido Martins que fez parte de algumas diretorias da Acim em conjunto com Carlos Spressão. "Ele tinha posições e convicções bem definidas", ressaltou Odair Aparecido Martins, outro diretor que está há décadas na entidade.

CW15 co.working

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
@coworking15

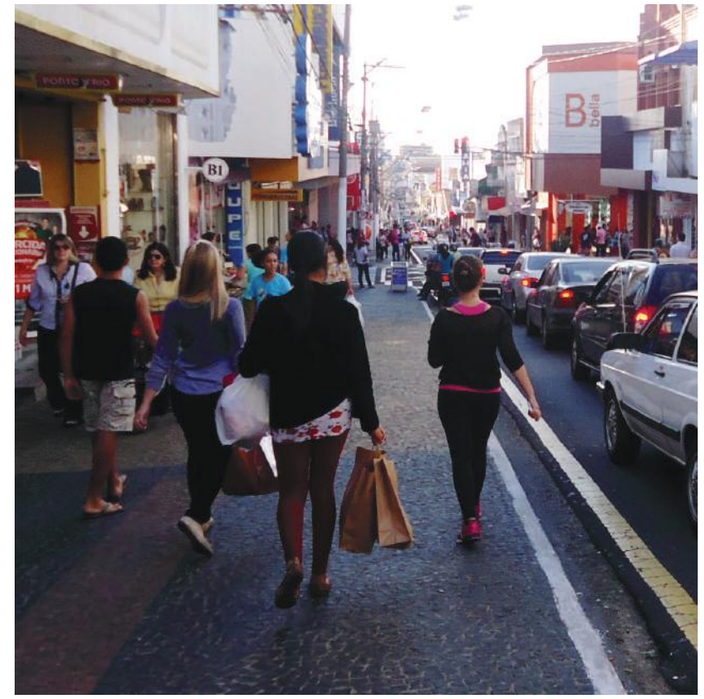
Comércio preocupado com elevação no varejo

O vice-presidente da diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília, Manoel de Oliveira, mostrou-se surpreso com o elevado número de dívidas acumuladas nos últimos cinco anos que se aproximam dos R$ 18 milhões, que deixam de circular entre as lojas da cidade. "Um valor elevado que o comércio sente a ausência", disse o dirigente mariliense ao tomar conhecimento dos dados apresentados pelo Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) da associação comercial local, que monitora as dívidas registradas no varejo mariliense. "A inadimplência é um perigo constante entre os lojistas", alertou o presidente da associação comercial de Marília, Adriano Luiz Martins, também preocupado com a inadimplência crescente nos últimos cinco anos. "Uma elevação de 2,4% no comparativo com o mês de maio", ressaltou o presidente da diretoria executiva.

A inadimplência é um perigo constante entre os lojistas, alerta a Acim

Segundo Manoel de Oliveira no mês de junho foram registradas 39.914 dívidas que totalizam R$ 17.906.394,90 de dívidas acumuladas com o valor recorde no registro junto ao SCPC. "Isso quer dizer que o valor real é bem maior, pois, existem aquelas dívidas que não foram registradas", lembrou o vice-presidente da diretoria da associação comercial que gosta de acompanhar a performance do órgão consultivo contra a inadimplência. "São 22.575 devedores que certamente estão com restrição ao crédito e que não podem comprar pelo crediário", disse Manoel de Oliveira que lamenta este tipo de situação para ambos os casos: consumidor e comerciante. "Consumidor, porque diminui o movimento nas lojas e o lojista que diminui o número de clientes na loja", explicou.

Outro aspecto demonstrado como preocupação por parte do dirigente da associação comercial é quanto a média do valor devido, afinal, existem mais dívidas do que devedores, ou seja, para cada devedor que existe, o valor médio da dívidas é de R$ 793,00 considerado elevadíssimo pelos padrões do varejo mariliense. "Naturalmente existem lojistas com mais de uma dívida com o mesmo devedor", disse preocupado o vice-presidente da diretoria que também defende um acordo entre as partes, ao invés da manutenção da dívida. "A média de valor por dívida existente chega a R$ 449,00", contabilizou o vice-presidente ao preocupar-se com os pequenos e micros empresários que sofrem com a inadimplência. "É preciso consultar sempre ao analisar o crédito e recusar qualquer proposta quando houver risco", ensinou o empresário mariliense ao verificar que o perfil do devedor é na maioria do sexo feminino, com 12.338 mulheres devedoras nos registros do SCPC da Acim, nos últimos cinco anos.



Aspecto de preocupação por parte da Acim é quanto a média do valor devido, de R$ 793,00 considerado elevadíssimo pelos padrões do varejo mariliense.

Para Adriano Luiz Martins não será surpresa se o valor da inadimplência no comércio de Marília, no acumulado dos últimos cinco anos, atingir os R$ 20 milhões até o final do ano. "Geralmente no segundo semestre a tendência é ser maior, por haver mais datas comemorativas no varejo que movimentam mais as lojas", disse ao apontar os meses de novembro e dezembro que são os mais fortes nesta segunda época do ano, sendo o primeiro por causa do Black Friday e o segundo por causa do Natal. "Sem contar o Dia dos Pais e Dia das Crianças que são fortes nos movimentos entre as lojas", lembrou o dirigente mariliense que defende um acordo amigável na Justiça ao invés de manter a dívida. "É preciso recuperar parte do que foi perdido", ressaltou o presidente da associação comercial.

Manoel de Oliveira, vice-presidente da diretoria da Acim, fala sobre a inadimplência nos últimos cinco anos

Acim aponta canal para esclarecimento de dúvidas

Visando oferecer aos consumidores e comerciantes em geral, acesso a esclarecimentos sobre o Código de Defesa do Consumidor (CDC), o coordenador municipal do Procon em Marília, Guilherme Moraes, está disponibilizando na internet um canal, através do Facebook, para esclarecer detalhes e curiosidades sobre o código, que normalmente causa dúvidas e conflitos entre consumidores, comerciários e comerciantes. "Quanto mais fácil for o acesso, seja de que forma for, melhor para todos que esclarecerão dúvidas de forma mais imediata", opinou o presidente da Associação Comercial e Industrial de Marília, Adriano Luiz Martins, ao parabenizar o responsável pelo Procon em Marília pela iniciativa. "Quanto mais meios de acesso existirem, melhor para quem tem dúvidas", defendeu o dirigente da associação comercial.

Através do endereço eletrônico na internet pelo Facebook, https://www.facebook.com/guilhermeprocon/ é possível encontrar o primeiro "post" sobre a questão do telemarketing que é um assunto bem recente e que exigirá atenção daqueles que não querem mais receber ligações telefônicas neste sentido. "O importante é ter um local onde se possa buscar saber detalhes de forma simples e objetiva", disse o superintendente da associação comercial de Marília, José Augusto Gomes, que também considerou interessante a criação do canal, mesmo tendo disponibilizado o Código de Defesa do Consumidor nas páginas sociais e no portal da associação comercial na internet. "A interpretação da forma como deve ser, e principalmente de uma pessoa experiente como é o Guilherme ajuda muito e é mais cômodo", opinou o dirigente da entidade associativa que acredita em melhorias nas relações daqueles que encontram dúvidas sobre o CDC.

Para Guilherme Moraes a criação da página de esclarecimento de dúvidas sobre o CDC é o início de um novo projeto que tem por objetivo popularizar os direitos dos consumidores. "Vamos apresentar temas relevantes referentes ao CDC e a legislação federal sobre os itens que estão no código", comentou o especialista que já desenvolve esse trabalho pessoalmente na sede do Procon em Marília, na unidade do "Ganha Tempo". "A página no Facebook é mais um local onde as pessoas poderam buscar informações, pedir esclarecimentos e ainda assistir filmes e ler textos sobre assuntos dos mais diversos sobre o Código de Defesa do Consumidor", falou o servidor público municipal desde 2002, advogado e estando no Procon, em Marília, desde 2003. "A proposta é fazer com que empregadores e empregados no comércio em geral, se enquadrem dentro da lei evitando qualquer tipo de intervenção do consumidor", defendeu Guilherme Moraes.

Para o presidente da associação comercial essa relação tem que ser a melhor possível. "Muitos comerciantes são penalizados, por desconhecerem a lei", argumentou. "Com esse canal, sem sair da loja ou de casa, é possível de forma direta e rápida, ter o esclarecimento rapidamente e evitar qualquer risco de ser fiscalizado ou ter a reclamação do consumidor", falou Adriano Luiz Martins que pretende para breve criar um ciclo de debates na sede da associação comercial, para que os comerciantes tirem dúvidas sobre o CDC pessoalmente. "Essa parceria vem de longo tempo e com resultados altamente positivos", disse entusiasmado o presidente da Acim, que também considera complexa a quantidade de informações existentes dentro do CDC.

Guilherme Moraes cria mais um canal de acesso para esclarecimentos sobre o CDC em Marília

Você vende pela internet?

SAIBA PORQUE TER UMA LOJA VIRTUAL FAZ TODA DIFERENÇA PARA SEU NEGÓCIO

Quanto você faturou hoje em sua loja virtual? Se ainda não tem esta receita digital, prepare-se: a sua concorrência pode estar ganhando antes e mais do que você simplesmente porque decidiu não ficar de fora deste grande corredor de compras chamado internet.

O aumento no número de negócios online também passa por Marília, onde empresas especializadas em e-commerce têm feito a diferença, seja para quem já experimenta um 'up' no faturamento através do e-commerce como também aos que estão ingressando no mercado online.

Uma das principais soluções do mercado é a integração entre a loja física e a digital desenvolvida pela Mercosistem. Há 18 anos no mercado, a empresa mariliense tem oferecido esta mesma estratégia para seus clientes espalhados por todo o país.

"As soluções da Mercosistem visam ajudar grandes, médias e pequenas empresas a evoluírem em busca de inovação para concorrer no mercado online com redução de custos, aumento de produtividade e oferta de melhores serviços aos seus clientes", afirmou o diretor da Mercosistem, José Luis Leite.

LOJA FÍSICA + LOJA VIRTUAL

O sistema de integração da Mercosistem possibilita que as empresas automatizem a gestão de suas lojas físicas e virtuais de forma integrada com as principais plataformas de e-commerce como Amazon, B2W, Magazine Luiza, Mercado Livre, Tray, entre outras.

"No mundo físico, tem que receber o pedido, emitir nota, fazer venda, controlar estoque, embalar produto, colocar etiqueta, mandar para os Correios ou transportadora. A Mercosistem automatizou tudo isso na loja virtual", explicou José Leite.

Outra vantagem operacional do sistema da Mercosistem, ainda segundo o diretor, é a economia de tempo e dinheiro. "Uma simples venda, que demandaria horas, nós reduzimos a poucos segundos. Basta embalar e despachar".

A praticidade do sistema favorece o giro do estoque. "A regra de ouro do negócio, seja física ou virtual, sempre será comprar e vender rápido", orientou José Leite. "O sistema permite administrar cada item do estoque de acordo com a sazonalidade e a quantidade de venda por mês, dia e horário".

Acim promove terceiro sorteio com prêmios

Com transmissão ao vivo pelo canal do Facebook, em 10 minutos a diretoria da Associação Comercial e Industrial de Marília realizou na sede da entidade, o sorteio dos três vales compra e um aparelho "smarthphone" para consumidores que investiram nas lojas da cidade, e outros três vales compra e mais um "smarthphone" para os comerciários que ajudaram nas orientações sobre a campanha. Através do modelo simples de jogar alguns cupons para o alto e pegar um deles, o presidente da associação comercial anunciou os nomes dos contemplados que participaram da terceira etapa da campanha denominada de "Sorte Grande" que tem programado oito sorteios de maio até o mês de dezembro. "Mensalmente acontecem os sorteios que premiarão sempre comerciantes e comerciários", anunciou Adriano Luiz Martins que contou com parte do Conselho da Mulher Empresária, participando do sorteio, além de diretores, associados e funcionários da entidade.

Os contemplados desta vez aos vales compra, foram: Gustavo Canales (consumidor da Óptica Exata) e a vendedora Amanda Fernandes; Claudia Cristina Forin (consumidora da Casa do Criador) e a vendedora Jucelma Damasceno Rodrigues; Sônia Tiyoko Shima Kirita (consumidora da Dallas Auto Posto) e o vendedor Oleandro Antonio Silveira; Carla Gomes da Silva da Conceição (consumidora do Nosso Pão) e a vendedora Caroline Golin da Silva. "Vamos entrar em contato com eles, entregar a documentação e os prêmios", disse José Augusto Gomes, superintendente da associação comercial de Marília que conduziu os sorteios e as verificações dos cupons que passaram por checagem antes de anunciados. "É preciso preencher corretamente, responder as perguntas todas e seguir o passo a passo do aplicativo", disse o dirigente que mostrou todo o sorteio através da internet e que está disponível na página da entidade: https://www.facebook.com/ACIMariliaSP/

Os três primeiros sorteios da campanha "Sorte Grande" entregaram vales compra que serão utilizados pelos contemplados entre as lojas participantes da promoção no valor de R$ 500,00 cada, além dos aparelhos celulares. "São 47 vales compra no total com mais de R$ 200 mil em prêmios, e 16 aparelhos "smarthphones" que serão distribuídos aos contemplados até dezembro", disse Adriano Luiz Martins que se prepara para o dia 20 de agosto, dia de aniversário da associação comercial, fazer o sorteio do primeiro automóvel da campanha, dentro das atividades do Connect-Acim que acontecerão no Golden Palace Eventos, além de uma motocicleta, "smarthphones" e vales compra. "O comércio de Marília está praticamente o ano todo com promoção", falou o presidente da Acim que considera importante este tipo de estímulo para elevar as vendas no varejo em geral.

A campanha com preenchimento eletrônico utiliza o aplicativo "Clube do Associado", que precisa ser instalado no "smarthphone" do consumidor e seguir os passos: 1 – Baixar o APP "Clube do Associado"; 2 Selecionar "perfil" e preencher os dados uma única vez; 3 – Selecionar "Campanha de Prêmios" e preencher os dados; e 4 – Clicar no ícone "Foto" e enviar uma foto do documento fiscal e finalizar em "Salvar". O cupom é impresso de forma imediata na sede da Acim, onde estão todos os cupons preenchidos é que concorrerão aos prêmios em todos os sorteios programados. "São esses cupons impressos eletronicamente na Acim que utilizamos para os sorteios", explicou José Augusto Gomes ao criar toda uma logística para que qualquer pessoa veja e participe do sorteio, que além de ser feito com testemunhas, seguindo os critério do Ministério da Justiça, ainda faz as transmissões ao vivo pelo Facebook disponibilizando a gravação para qualquer interessado. "Tudo é feito de forma a mostrar a seriedade da campanha", reforçou Adriano Luiz Martins.

Sorteio realizado na sede da associação comercial foi rápido e objetivo com transmissão ao vivo pelo Facebook

Os presentes são para os "pequenos", mas as oportunidades são para quem pensa grande!

No mundo do faz-de-conta, as crianças se transformam em heróis e heroínas. Para elas, o mundo todo se transforma em brincadeira! Agora diga: tem época melhor na vida do que a infância?

Você sabia que o Dia das Crianças é a terceira melhor data para os lojistas, perdendo apenas para o Natal e o Dia das Mães? Pois então, esse é o momento de investir na sua empresa, uma vez que toda data comemorativa traz uma grande oportunidade porque ela tem um apelo emocional muito grande. É preciso muito planejamento e estratégia para potencializar ainda mais os negócios nessa época.

Foi-se o tempo em que as crianças se satisfaziam ao ganhar um brinquedo moderno ou a boneca "do momento". Hoje, as novas gerações buscam mais do que um presente, elas procuram uma jornada que envolve a vivência do consumo. Na "era da experiência", ter um produto de qualidade não é mais suficiente para se diferenciar. As empresas precisam investir e oferecer para o cliente algo diferente e memorável.

Anteriormente, as crianças não tinham sua opinião ouvida e respeitada. Hoje, porém, elas influenciam direta ou indiretamente na maioria das compras da casa. Na sociedade moderna os pais têm pouco tempo para estar com seus filhos. O aumento do consumo é a forma encontrada por eles para tentar suprir sua ausência.

As crianças não podem ser vistas como adultos em miniaturas ou apenas um nicho de mercado, elas são decisórias sim, e influenciam as compras em bom grau. As possibilidades de consumo variam de acordo com a idade e os estímulos devem ser adequados a cada uma delas. O conceito de segmentação de mercado por faixa etária pode auxiliar o lojista a entender as demandas e saber valorizar as necessidades que se apresentam.

Uma vitrine para encantar:

Para atender esse público, deve-se determinar espaços específicos para cada faixa etária, pois os gostos variam em cada uma delas. Essa mudança no comportamento da sociedade cria um diferencial no padrão de montagem de vitrines infantis com outros universos e necessidades. As cores para essas vitrines são as de tons fortes e ao mesmo tempo alegres, como laranja, verde limão e o pink, pois atraem a atenção das crianças.

Na idade entre 0 e 3 anos, as crianças precisam de estímulos visuais constantes, o ideal é ter um espaço lúdico com objetos coloridos, como móbiles e brinquedos colocados em lugares estratégicos. O objetivo é distrair as crianças para que os pais possam ficar mais tempo na loja.

Na idade entre 4 a 7 anos a atenção é voltada às brincadeiras interativas, como balanços, escorregadores e materiais de desenho. As prateleiras devem ficar na altura da visão das crianças, e os provadores devem ser adaptados, assim como as cadeiras que devem ser mais baixas. Balões dão a impressão de estar em uma festa, o que contagia a garotada. Uma vitrine temática com animais também agrada a essa faixa etária.

Na idade entre 8 e 12 anos as crianças já são decididas e exigentes, querem ser, agir e se vestir como os mais velhos e não querem só uma vitrine "bonitinha". Eles querem atitude, movimento e, claro, status. As crianças querem também pertencer a uma tribo, a uma marca que esteja em evidência, assim como os adultos.

Nas vitrines de hoje, o diferencial é a atitude e elas devem estar conectadas com o estilo buscado pelas crianças, que se encontra inserido no conceito fashion. Não basta somente uma vitrine que exponha os produtos, assim como para os adultos, ela deve transmitir um conceito, uma ideia atrativa. Nessa idade as meninas se vestem com características mais românticas e femininas, enquanto que os meninos têm seu interesse voltado para os esportes e para música.

Entre os 8 e 12 anos os sexos não se misturam. As meninas têm um universo e os meninos têm outro. Eles pensam e agem de forma diferente e fazem escolhas de modo distinto. Montar uma vitrine com esses dois universos juntos e agradar a ambos é um grande desafio. Assim, as vitrines que separam fisicamente meninas de um lado e meninos do outro terão melhor resposta de público consumidor.

A loja da criança:

A regra é clássica: Uma ótima vitrine, instalações funcionais, conforto (claridade, temperatura, acessos, estímulos) e uma equipe acolhedora. Muitas lojas perdem clientes porque os consumidores não se sentem atraídos a entrar e comprar ou porque é tão moderno que afugenta. Ou tem uma "cara" padronizada demais.

Busque usar de artifícios como uma decoração bastante colorida com balões, adesivos e desenhos; se possível, monte um cantinho na loja voltado para a recreação infantil, com lápis, canetinhas e massa de modelar, ideal para as crianças se divertirem enquanto os adultos terminam as compras; também oferecer brindes na entrada da loja, como balas, pirulitos e bexigas pode ser uma boa alternativa para se atrair mais público a um baixo investimento.

Contratar um carrinho de pipoca ou algodão doce também funciona, principalmente para o último final de semana antes da data. Papel picado na loja, confete e até mesmo uma trilha sonora especialmente dedicada ao público infantil completam a festa.

O lugar deve também acolher a criança, pois ela é propensa à irritação. Se ela é mais velha, os cuidados redobram, pois é comum a diversidade de gosto, o que gera estresse com os adultos e abandono de compra. Seja um facilitador para poder vender.

No plano institucional, deve-se pensar o tipo de comunicação que se quer manter com este público e produzir peças específicas. De folders a sacolinhas, o material deve trazer uma identidade com a proposta para esse segmento. Não se trata apenas de pensar em uniformização de imagem, mas criar imagem e linguagem que se comuniquem diretamente com o cliente infantil. Quando a criança volta para casa com uma embalagem que fala sua língua e respeita suas necessidades lúdicas e de sua formação, há uma interação com seu mundo. E a loja também!

Na área virtual, a loja deve proporcionar espaço para fácil navegação e visualização ampliada, se tiver e-commerce. Se for apenas um site institucional ou mostruário online, precisa se comunicar de forma direta e hospitaleira. Imagens em fluxo dinâmico e estruturas intuitivas de interface amigável são uma necessidade. As redes sociais podem ser um aglutinador para a comunicação. E-mail marketing e vídeo mailing são outras ferramentas do arsenal moderno.

Vale lembrar que agradar as crianças com uma loja repleta de brincadeiras e guloseimas não é o suficiente, afinal, os pais, avós, padrinhos e tios buscam o brinquedo ideal com o melhor preço possível. É preciso contemplá-los também, mantendo um estoque completo, para atender a grande demanda sem que faltem produtos; e atualizado, pois, na hora de decidir o presente, as crianças sempre acompanham as tendências e conhecem todas as novidades.

Com crianças como mercado principal, deve-se poder ousar: experimentar, tocar e encantar não somente pelo atendimento, mas pela experiência de estar ali como um todo. Em uma palavra: fantasia. Quem não se dispuser a isso, a oferecer satisfação multissensorial, perde impacto e vendas.

Lembrem-se:

Uma boa venda gera uma boa experiência de compra, neste caso, a felicidade da criança. Boas experiências, criam clientes cativos à sua loja.

Amanda Alves Laudácio
Analista do Sebrae Marília

Sucessão Familiar

EM TALK SHOW SUCESSORES DISCUTEM SUCESSÃO FAMILIAR NAS EMPRESAS

Um grupo de aproximadamente 30 jovens empresários da cidade de Marília e região se reúnem mensalmente na Associação Comercial e Industrial de Marília que apadrinha o Conselho do Jovem Empreendedor (CJE) que está em atividade na entidade há vários anos, porém, nesta gestão de forma mais intensa com a presença de um grade número de jovens que estão na administração de diversas empresas marilienses e da região, juntamente com os pais. "Um assunto sempre atualizado em razão de ser complexo para ser discutido particularmente e publicamente", disse o presidente da associação comercial local, Adriano Luiz Martins, ao elogiar a performance atual do conselho que tem realizado uma série de atividades enobrecendo a proposta da diretoria. "Eles são atuantes, comedido e conscientes", resumiu o dirigente mariliense que participou recentemente de um "Talk Show", promovido pelos jovens conselheiros em que "Sucessão Familiar" foi o tema principal.

Estes encontros informais realizados dentro da associação comercial em um ambiente acolhedor e bem característico aos jovens, lembrando um café, um barzinho, ou até mesmo um espaço filosófico/empresarial, durante bom tempo o tema central é discutido por todos de forma descontraída e planejada. "Foi um evento importante, porque deu aos jovens empresários e convidados, a percepção do valor da sucessão familiar", disse Carlos Francisco Bitencourt Jorge, atual coordenador do conselho, que recebeu, inclusive, as visitas de jovens empresários de Garça e Assis que estudam a viabilidade de adotarem a forma de conselho semelhante ao de Marília. "A troca de ideia, conselhos, experiências, dando oportunidade dos próprios conselheiros se manifestarem", ressaltou o dirigente ao lembrar que um dos lema do grupo é: "Santo de casa faz milagres". "Compartilhamos experiências e agonias, e desta forma vamos nos fortalecendo como grupo", disse o dirigente ao elogiar o comportamento do conselho atual que é bastante comprometido.

Na programação deste "Talk Show", duas pessoas contribuíram de forma emblemática a discussão em elevado nível: Fernanda Mesquita Serva, da Universidade de Marília (Unimar) e Stenio Dedemo, do Grupo ZDA. "Foram os destaques com depoimentos profundos e bastante esclarecedor", definiu Adriano Luiz Martins que ouviu atentamente as exposições e se surpreendeu com a riqueza de detalhes e de esclarecimentos com base em experiências pessoais e bem intuitivas. "Eles deram um show", resumiu Carlos Francisco Bitencourt Jorge, que conhecia parte da história que foi apresentada, mas não da forma com que foi exposta. "Por isso que digo que o grupo compartilha experiências pessoais e profissionais", ressaltou o representante dos jovens conselheiros na diretoria da associação comercial.

Segundo Stenio Dedemo há 15 anos a empresa em que faz parte vem tendo experiências de governança com um trabalho de estruturação quase que constante. "Vivemos três âmbitos de família empresária", disse o expositor que foi muito transparente no que apresentou. "Precisamos ter foco na família, na sociedade e nos negócios", disse com segurança ao mostrar ao público presente os desafios que tiveram, e a relação entre os três itens. "Num processo de sucessão é preciso ter muita cautela, dedicar tempo, escolher momento oportuno e pensar na escolha da continuidade da direção", disse com experiência ao ser ouvido atentamente por todos no auditório. "A profissionalização é um caminho e é preciso saber escolher um profissional independente, que muitas vezes pode ser a solução", comentou a chamar a atenção para os aspectos jurídicos e tributários de todo este processo. "Normalmente o aspecto emocional sobrepõe o técnico e isso pode gerar uma ótima discussão em família", falou ao elogiar o ambiente preparado para o evento, e principalmente a organização apresentada. "Valeu a pena", resumiu.

Fernanda Mesquita Serva não es-

Fernanda Mesquita Serva citou a influência da Unimar na cidade de Marília

condeu em nenhum momento a emoção e o prazer que demonstra em fazer parte da Universidade de Marília e compartilhar com o pai, Márcio Mesquita Serva e com a mãe Regina, a gestão da universidade. "Fiquei muito feliz de dizer sobre o trabalho que a minha família faz em Marília", agradeceu a jovem empresária mariliense que deixou claro desejar sempre em fazer parte deste trabalho no negócio da família. "Aliar amor e dedicação do que faz, é privilégio para poucos", defendeu a gestora ao acrescentar: "Fazer o que gosta, com quem você gosta é uma dádiva que tem um valor muito grande", disse ao mostrar que para a sucessão familiar é preciso ter claro: os valores da família, a comunicação diária e aberta, o apoio emocional nos momentos difíceis e principalmente o respeito em que as pessoas nutrem um ao outro. "Acredito na sucessão familiar profissional", apontou. "Esse processo todo não é fácil", reconheceu. "É difícil e complicado, pois envolve a razão e a emoção e isso normalmente gera conflito", comentou ao afirmar que a admiração que tem pelos pais é algo inimaginável. "Tenho muito orgulho em segui-lo, afinal, aprendi que na gestão de uma universidade, trabalhamos com sonhos, diferente da maioria das empresas", reforçou ao lembrar que o estudo e conhecimento são fundamentais para o sucesso.

O tema sucessão familiar é empolgante e oportuno em virtude de que segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) e do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), mais de 90% das empresas constituídas no país são familiares. Apesar de serem consideras um dos principais pilares da economia – representando cerca de 65% do PIB e 75% da força de trabalho, pesquisas apontam que de cada 100 empresas familiares abertas e ativas, apenas 30 sobrevivem à primeira sucessão e cinco chegam à terceira geração.

Seja em pequenas, médias ou grandes empresas, atuantes no comércio, na indústria ou na prestação de serviços, os principais desafios enfrentados no momento da transição de uma geração a outra são: a falta de capacitação dos herdeiros na linha sucessória; a centralização das decisões por parte do fundador; a inexistência de diretrizes claras para objetivos a curto, médio e longo prazo; ou mesmo brigas entre os herdeiros pelo poder.

Domingos Ricca, sócio-diretor da consultoria Ricca & Associados, PhD em Administração pela Florida Christian University, MBA em Gestão pela Wisconsin University, com mais de 20 anos de experiência na gestão deste tipo de conflitos, afirma que tais ameaças podem – e precisam – ser combatidas através de programas que identifiquem e preparem previamente os sucessores para assumir as principais áreas estratégicas da empresa. Ele enfatiza que "a sucessão deve ocorrer em uma época pré-determinada, com os mais experientes participando do processo e abrindo caminho para a geração seguinte".

Considerando que 45% das empresas familiares no país não têm um plano de sucessão (PwC 2012), o tema torna-se relevante, especialmente quando combinado com o fator da inovação. "As empresas familiares têm características particulares e uma das propostas desse trabalho é chamar a atenção para aspectos que são decisivos para a sobrevivência deste perfil de negócios", afirma Domingos. Entre as questões de maior atenção, um programa de sucessão deve considerar a adequação de agentes influentes no processo – como a família, empregados, clientes e fornecedores; a estruturação da área de recursos humanos, com perfil de cargo, competências e avaliações de desempenho; a administração de conflitos familiares; o planejamento patrimonial e o desenvolvimento conjunto da visão estratégica da empresa.

Empresas de renome e bem sucedidas em Marília com seus representantes sucessores: Fernanda Mesquita Cerva (Unimar) e Stenio Dedana (Grupo ZDA)

ACCELULAR
NUNCA FOI TÃO FÁCIL ECONOMIZAR
REDUÇÃO DE ATÉ 40% NA CONTA DE CELULAR
AGENDE UMA VISITA COM UM CONSULTOR 14 3402-3300 14 99768-8168
ACIM MARÍLIA/SP
mustache

BEM-VINDOS NOVOS ASSOCIADOS

- ACQUA MARINE
- ALICE SALGADOS
- ATELIHE
- CRISTIANO PIGA
- MISTER GALLES
- NEIA ANDRADE MODAS
- VASTA TELEFONIA CORPORATIVA

ACIM MARÍLIA/SP

Dicas Acim

Especial Mês do Consumidor

ACIM MARÍLIA/SP

PROCURE MAIS

Seja mais ativo. Nos horários de menos movimento, incentive seus vendedores a ligar, enviar e-mails ou até mesmo usar o WhatsApp para divulgar ofertas.

COORDENAÇÃO

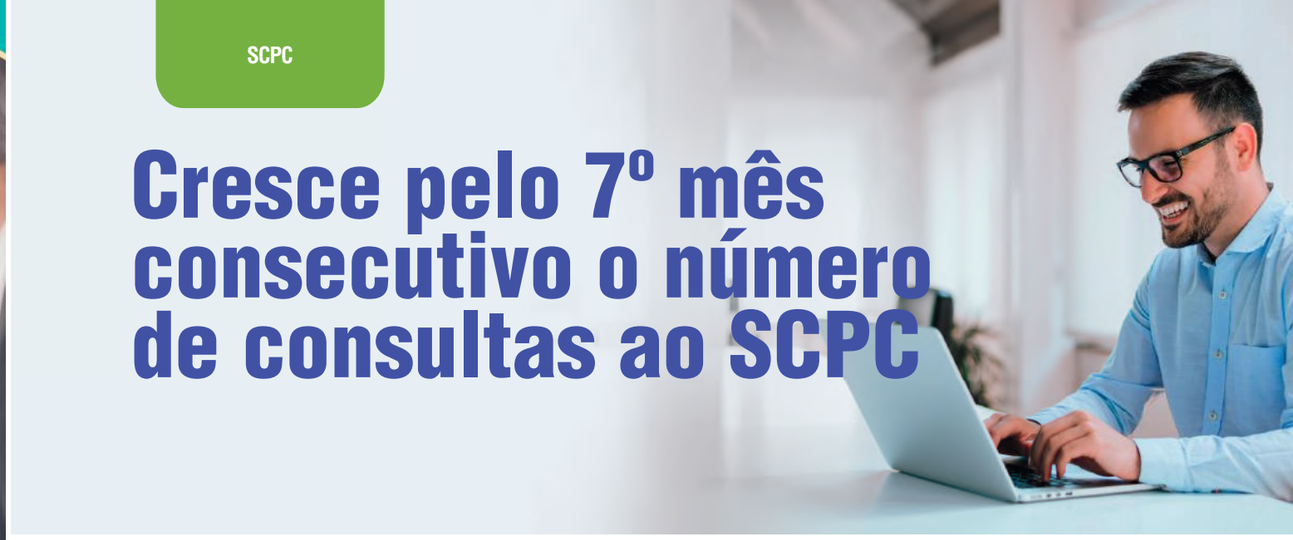
Crie um regimento interno para o seu negócio, ou seja, um documento impresso que possa ser consultado pelos funcionários para os nortear a agirem conforme as estratégias definidas.

PRECISÃO

Lembre-se de atender às necessidades das pessoas da sua comunidade e região. Encher sua loja de mercadorias sem esta seleção estratégica pode resultar em perda de interesse dos consumidores.

AGREGUE VALOR

Tente agregar serviços a seu negócio. Pode ser entregas com hora marcada, treinamento para produtos especiais e até demonstração de produtos a domicílio.



Cresce pelo 7º mês consecutivo o número de consultas ao SCPC

Até o mês de julho deste ano os comerciantes que fazem parte da Associação Comercial e Industrial de Marília estão consultando de maneira constante e frequente os dados do Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), antes de vender pelo crediário, evitando o crescimento da inadimplência no varejo local. "Essa é uma mudança de comportamento de forma positiva", festejou o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, ao analisar os números mensais sobre as consultas ao banco de dados do SCPC que este ano cresceu em 32,47% nos primeiros sete meses do ano, em igual período do ano passado. "Isso quer dizer que os comerciantes estão se protegendo mais e monitorando a inadimplência, um dos graves problemas administrativos numa empresa", disse o presidente da associação comercial local.

De acordo com o levantamento mensal do SCPC da associação comercial nestes sete primeiros meses do ano foram realizadas 231.372 consultas de CPF's, diante das 174.664 consultas realizadas nos setes meses do ano passado. "Somente neste mês de julho foram realizadas 36.667 consultas, elevando em 60,78% no comparativo a julho de 2018", apontou José Augusto Gomes, superintendente da entidade associativa. "É o recorde do ano, até o momento", comparou ao observar que em todos os meses deste ano, em nenhum deles o número de consultas foi inferior aos meses do ano passado. "O mês de maio foi o segundo mês com maior número de consultas, com 44,44% a mais que maio de 2018", disse ao analisar mês a mês o verificar crescimento em todos eles. "Somente em janeiro tivemos um crescimento pequeno", frisou ao notar o crescimento de 0,87% a janeiro de 2018.

Segundo o superintendente da associação comercial mariliense esse comportamento de crescimento nas consultas ao banco de dados do SCPC se deve a diversos fatores. "O nosso sistema por ser o mais completo do mercado, por si só, já é um atrativo interessante", falou ao admitir que a crise econômica e as baixas no volume de vendas de uma maneira geral, fazem com que o comerciante arrisque menos nas vendas, e se proteja, consultando antes de vender. "Essa mudança de comportamento é a mais importante, afinal, para que arriscar nas vendas, sendo que é possível vender com mais segurança e tranquilidade?", questionou José Augusto Gomes ao admitir a crise econômica como uma estímulo para evitar a inadimplência, mesmo reconhecendo que esse comportamento deveria ser seguido independente da ameaça de crise. "Acredito que isso deve se manter, ao longo dos próximos anos", acredita ao informar que em 2018 o ano fechou no negativo 9,87% nas consultas, tendo apenas dois meses do ano com elevação nas consultas do ano passado.

Essa diferença de comportamento do comerciante, em consultar mais antes de vender pelo crediário, faz com que o sistema do SCPC da associação comercial seja mais confiável em razão de haver uma cobertura em todo o território nacional. "Quando uma pessoa fica devendo em Marília, passa a ter restrição em todo o Brasil", avisou. "E vice versa, ou seja, ao dever em qualquer loja brasileira, a pessoa fica com restrição nas lojas de Marília, também, através do nosso sistema", explicou José Augusto Gomes ao sugerir aos comerciantes da cidade para que consultem sempre antes de vender pelo crediário e não deixem de incluir os devedores e excluir os que quitaram o débito. "Esse exercício, me parece, que os lojistas estão fazendo, mas precisa ser mais intenso", comentou José Augusto Gomes ao garantir que as chances de um comerciante não receber pelo que vendeu são mínimas, ao consultar as informações cadastrais do consumidor pelo SCPC da associação comercial.

José Augusto Gomes, superintendente da Acim, comenta a mudança de comportamento por parte do lojistas no crediário

É MAIS IMPORTANTE ECONOMIZAR OU CRESCER?

COM OS SERVIÇOS DA ACIM VOCÊ CONSEGUE AS DUAS COISAS

PARA CRESCER

CLUBE DO ASSOCIADO GRATUITO
APLICATIVO OFICIAL DA ACIM

CONNECT ACIM GRATUITO
CONTEÚDO PARA O CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO DO EMPRESÁRIO

CAMPANHAS PROMOCIONAIS GRATUITO
AÇÕES INSTITUCIONAIS PARA O COMÉRCIO

ESCOLA DE NEGÓCIOS GRATUITO
CONHECIMENTO EMPREENDEDOR PARA TODOS OS ASSOCIADOS

EMPREENDER GRATUITO
UNIR PARA CRESCER

MELHORES DE MARÍLIA GRATUITO
PRÊMIO PARA OS DESTAQUES DO COMÉRCIO DE MARÍLIA

*USO GRATUITO PARA O ASSOCIADO.

PARA ECONOMIZAR

ACCERTIFICADO
CERTIFICADOS DIGITAIS ICP BRASIL PARA PESSOA FÍSICA E JURÍDICA

CARTÃO ACCREDITO
GESTÃO ELETRÔNICA DE CONVÊNIO

CARTÃO ALIMENTAÇÃO
ACEITO NA MAIORIA DOS ESTABELECIMENTOS

SCPC
CONSULTA PESSOA FÍSICA, JURÍDICA E VEÍCULOS PROSPECÇÃO QUALIFICADA DE MERCADO

DEPARTAMENTO JURÍDICO GRATUITO
ORIENTAÇÕES EMPRESARIAIS

GARANTIA DE CHEQUES E CREDIÁRIOS
MAIS SEGURANÇA PARA O EMPREENDEDOR

ACIM-MED
PLANOS DE SAÚDE

GESTÃO EM GRUPO
CONSULTORIA PARA IMPLANTAÇÃO DA NORMATIVA ISO 9001

AUDITÓRIO
LOCAÇÃO, EVENTOS E TREINAMENTOS

SICREDI
COOPERATIVA DE CRÉDI"O

INSTITUTO TALENTOS
PROGRAMA DE ESTÁGIO

ACCELULAR
ECONOMIZE NA CONTA DE CELULAR

ACIM-ODONTO
PLANOS ODONTOLÓGICOS

JUCESP
CONSTITUIÇÃO, ALTERAÇÃO E ENCERRAMENTO DE EMPRESAS

ACIM EDUCA GRATUITO
DESCONTOS ESPECIAIS PARA CURSOS DE GRADUAÇÃO E TECNOLOGICOS

CONTA EM DIA
PLATAFORMA DE NEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS PARA A PEQUENA E MÉDA EMPRESA

acim.org.br acimariliasp
Centro | R. Vinte e Quatro de Dezembro, 678 - Centro - Marília-SP 14 3402-3300
Zona Sul | R. Dr. Carlos Vilalva, 32 - Nova Marília - Marília-SP 14 99836-5733

ACIM MARÍLIA/SP

Missão internacional é um dos temas de encontro

A reunião mensal envolvendo os jovens que fazem parte do Núcleo do Jovem Empreendedor da Associação Comercial e Industrial de Marília, teve como um dos assuntos na pauta do encontro que acontece todos os meses na entidade associativa, a participação do grupo na segunda edição do Connect-Acim, e a presença na missão internacional que a associação comercial está organizando para a Estônia. "Esses dois assuntos foram apresentados pelo presidente Adriano que participou do nosso encontro", anunciou Carlos Francisco Bitencourt Jorge, coordenador do núcleo. "Além de assuntos internos e administrativos que foram debatidos", frisou o dirigente mariliense.

Os jovens empreendedores de Marília participaram de forma ativa na primeira edição do Connect Acim no ano passado, e não foi diferente este ano. "A presença deles é importante nas atividades da Acim", comentou o coordenador do programa que conta com quase 30 jovens empreendedores de Marília e região que se encontram mensalmente e desenvolvem ações que venham a melhorar a performance de gestão onde estão atuando profissionalmente. "Inclusive eles participaram de forma efetiva no primeiro dia do Connect Acim avaliando projetos empreendedores que foram apresentados", ressaltou Carlos Francisco Bitencourt Jorge, animado com a presença marcante do grupo nas duas edições do Connect Acim, que foi apresentado pelo presidente da associação comercial, Adriano Luiz Martins, mostrando com detalhes sobre a organização do evento que atraiu mais de duas mil pessoas, nos dois dias de evento: 19 e 20 de agosto, com 11 expositores.

Outro ponto conversado foi quanto a possibilidade de alguns integrantes do Núcleo do Jovem Empreendedor de Marília fazerem parte da missão internacional que a associação comercial está iniciando na organização de um grupo empresarial que viajará em breve para a Estônia, na Europa, local considerado como oportuno para negócios voltados para a área da tecnologia. "Temos esta oportunidade e seria interessante que o núcleo dos jovens da Acim se interessasse", convidou Adriano Luiz Martins que pretende formar o grupo empresarial nos próximos dias para as devidas providências. "Ao fecharmos o grupo fica mais fácil o agendamento de visitas, participações em evento e as questões de locomoção e acomodação", comentou o dirigente entusiasmado com a proposta deste intercâmbio internacional.

O Conselho de Desenvolvimento de Marília, Codem, foi outro assunto conversado entre os jovens empreendedores, bem como questões do regimento interno da gestão do grupo, seja da parte administrativa ou financeira. "Sempre temos este tipo de assunto na pauta, por ainda, estarmos em formação completando do nosso primeiro ano, seguindo para o segundo e sempre estamos sugerindo detalhes que vão melhorando a performance do grupo", justificou Carlos Francisco Bitencourt Jorge, que considera oportuno esse tipo de assunto de forma constante. "Precisamos agilizar ações para economizar tempo", resumiu ao incluir na pauta algumas das atividades permanentes que o grupo já vem desenvolvendo. "Aos poucos estamos criando atividades paralelas permanentes, além dos nossos encontros mensais", comentou.

Reunião envolvendo os jovens empreendedores de Marília acontece mensalmente na sede da associação comercial

Registro de dívida evita calote e golpes, diz Acim

A queda no número de devedores registrados e excluídos no banco de dados do Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) da Associação Comercial e Industrial de Marília chamou a atenção da diretoria da entidade, no sentido de que os comerciantes associados que acessam as informações devem se preocupar em registrar aqueles que devem e excluir aqueles que liquidam o débito. "O usuário precisa ter a consciência de que não existe outra ferramenta que protege o lojista de ser vítima de um calote ou de um golpe, se não houver registro daqueles que aplicam esses tipos de comportamentos no varejo em geral", desabafou o presidente da associação comercial mariliense, Adriano Luiz Martins, ao verificar no levantamento mensal do SCPC da Acim, queda de 18,75% no número de incluídos e queda de 25,10% entre os excluídos.

De acordo com o superintendente da associação comercial, José Augusto Gomes, foram incluídos no sistema de proteção 9.449 devedores, o que é considerado baixo, diante dos 11.629 devedores incluídos no ano passado, no mesmo período do semestre. "Isso não quer dizer que cliente esteja pagando corretamente", ressaltou o dirigente mariliense. "Enxergo que o lojista não esteja se preocupando em registrar a dívida, e proteger o sistema", falou ao lembrar que uma vez registrada a dívida, o devedor passa a ter restrição cadastral em qualquer loja do Brasil. "Nossas informações são nacionalizadas e essa é a nossa força", enfatizou José Augusto Gomes que considera a informação a principal arma contra calotes e golpes. "Ao incluir o devedor no sistema, outros lojistas ficam protegidos. Um protege o outro", ensinou.

As exclusões também são sinais de um comportamento estranho por parte do consumidor. No semestre foram excluídos do banco de dados do SCPC da Acim, 5.922 devedores que liquidaram os débitos existentes e passam a ter condições de comprar pelo crediário. "São novos consumidores", disse Adriano Luiz Martins. No ano passado foram excluídos no semestre 7.907 ao mostrar que em 2018 o ambiente econômico era pior do que o atual. "Isso pode mostrar o poder de compra do consumidor diminuindo", sugeriu o presidente da associação comercial mariliense que também tem o hábito de analisar a performance do SCPC da Acim mensalmente, que demonstra o comportamento de comerciantes e consumidores quanto a inadimplência. "A proteção é importante com base na informação", ressaltou o dirigente de Marília ao lembrar que todo cuidado é pouco com a inadimplência. "Tem gente que não percebeu que a inadimplência fechará a empresa cedo ou tarde", alertou.

Os dados do SCPC da Acim são acessíveis seja pelo aplicativo da Boa Vista SCPC, ou através da internet pelo portal da associação comercial, e ainda via telefonista e ligação direta com a atendente, que também recebe visitas na sede da Acim, para consultas. "São várias as formas de acesso, por diversos meios", falou José Augusto Gomes. "O importante é se informar, seja de que forma for", completou Adriano Luiz Martins que aconselha o lojista a consultar sempre ao vender pelo crediário. "As informações ajudam a tomar a decisão de forma segura, confiável e prática", garante o presidente da associação comercial que espera a mudança de comportamento para o segundo semestre do ano a ser analisado em breve.

"Enxergo que o lojista não esteja se preocupando em registrar a dívida, e proteger o sistema"

- Adriano Luiz Martins - Presidente Acim Marília

2018	2019
11.629* devedores	**9.449*** devedores

**dados relacionados ao mesmo período de cada ano*

José Augusto Gomes e Adriano Luiz Martins falam sobre o hábito de registrar dívidas no SCPC da Acim

Aplicativos úteis para você e seu negócio

Outlook

Os e-mails ainda são a principal maneira de comunicação de qualquer negócio e é comum que um empreendedor utilize mais de uma conta para separar suas mensagens pessoais e profissionais. Isso pode gerar confusão. Por isso, destacamos o Outlook. Ao contrário da sua versão para computadores, o Outlook para smartphones e tablets é mais simples e fácil de ser usado.

Feedly

O Feedly é um excelente agregador de notícias, que veio cobrir o buraco deixado pelo Google Reader, e reúne feeds RSS de diversos sites em uma interface simples, bonita e moderna. Recentemente foi atualizado para a versão 9.1, que trouxe algumas correções de bugs e melhorias na interface.

Flynx

Quando você usa a internet pelo celular (e não tem 4G), já deve ter se deparado com a situação de tocar em um link e perder tempo esperando-o abrir. Com o Flynx isso não acontece mais. Toque em um link e deixe ele carregando em segundo plano, em uma interface bem simples similar às bolhas de chat do Facebook, que ficam flutuando na tela.

Wikipedia Beta

Você provavelmente acessa a Wikpedia pelo menos 1 vez por dia. O aplicativo oficial atual da maior enciclopédia online do planeta é bem rudimentar, e não foi feito com visual nativo do Android. Você ainda pode editar os artigos direto da palma da mão, além de salvar como favoritos e ver um histórico do que você leu.

RAR

O famoso WinRAR da RARLAB chegou ao Android, e com ele você poderá criar e extrair arquivos dos mais diversos tipos de compressão direto do seu smartphone ou tablet. Economize espaço comprimindo imagens e vídeos que você não usa mais, por exemplo.

Planilhas Google

O editor de planilhas do Google Drive agora está disponível como um aplicativo separado. Abra, edite e crie planilhas do Excel diretamente do seu Android, e sincronize tudo com o Google Drive, podendo abrir no PC ou em outro dispositivo, seja ele outro Android ou um iPhone/iPad.

CONFIRA ALGUMAS DAS **ATIVIDADES REALIZADAS** PELA ACIM

Prefeito da cidade de Echaporã, juntamente com o presidente da associação comercial daquela cidade, visitam a diretoria da Acim

Assembleia Geral Extraordinária dos beneficiados dos planos de saúde da Acim-Med em reunião no auditório da entidade

Reunião do Conselho de Desenvolvimento de Marília (Codem), acontecendo com frequência na sede da associação comercial

Reunião de diretoria mensal que acontece com frequência na sede da entidade para as discussões de assuntos administrativos

Reunião do Núcleo do Programa Empreender de Marília, com o Marília Top Modas que se reúne mensalmente dentro da Acim

Reunião importante com representantes do CIEE para discussão de programas envolvendo os estagiários no comércio de Marília

Conselho da Mulher Empresária que se reúne mensalmente na sede da associação comercial, com planejamento de atividades coletivas

Reunião com o comando da Polícia Militar em Marília, e na pauta a reativação do Conseg centro que deve acontecer em breve

Anos 30

Centro comercial da cidade de Marília na década de 30 da avenida Sampaio Vidal

Anos 30

A mesma avenida Sampaio Vidal vista por outro ângulo já com alguns prédios mantidos até hoje

Dirigentes participam de evento para agilidade do serviço

O presidente da Associação Comercial e Industrial de Marília, Adriano Luiz Martins e o superintendente da entidade mariliense, José Augusto Gomes, participam na capital paulista, da instalação da Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp), em novo local na sede paulistana, agora na Lapa. "Esta aproximação com as associações comerciais será muito importante para o setor empresarial paulista", comentou o dirigente mariliense que se encontrou com o responsável da Jucesp, Walter Ihoshi, e discutiram detalhes sobre a luta contra a desburocratização. "Agora, empresas podem ser abertas em até uma hora", anunciou o dirigente paulista que é da cidade de Marília e dirige o órgão estadual. "Queremos com essa iniciativa, dinamizar o ambiente de negócios da capital e no Estado de São Paulo", disse Walter Ihoshi satisfeito com as presenças dos marilienses no evento realizado em São Paulo.

Segundo o representante da Jucesp o atendimento agilizado está disponível de segunda a sexta-feira das 9 horas às 16 horas, na sede da Jucesp que passa a ser na Rua Guaicurus, 1394, na Lapa. "O empreendedor interessado deve comparecer no local com os documentos necessários e, uma hora após serem protocolados, se deferidos, a certidão ou documento registrado já estará disponível", disse Walter Ihoshi ao explicar o funcionamento do órgão central na sede da capital, que servirá de modelo para os demais escritórios regionais, inclusive o de Marília, que já funciona na sede da associação comercial mariliense, como forma de agilizar os processos de abertura, alteração e encerramento de empresas. "O empresário que for associado da associação comercial tem condições especiais de atendimento no serviço", anunciou Walter Ihoshi ao lembrar que as taxas são fixas e tabeladas. "O prazo de uma hora aplica-se apenas a empresas criadas a partir de decisões singulares da Jucesp", acrescentou José Augusto Gomes. "Entram nessa categoria modalidades como EI (Empresário Individual), EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada), Sociedades Limitadas e cooperativas", comparou o dirigente mariliense que está no Escritório Regional da Jucesp em Marília desde a criação em 1998.

O Escritório Regional da Jucesp em Marília é responsável pela região centro-oeste paulista, envolvendo 110 cidades do interior paulista, com postos avançados nas cidades de Pompeia, Ourinhos e Tupã, também nas sedes das associações comerciais dessas cidades. "Isso agiliza muito, principalmente o empreendedor que busca centralizar as ações e nada melhor do que uma associação comercial", comentou Adriano Luiz Martins, que defende a centralização de ações empreendedoras com as associações comerciais da região. "Isso é possível e estamos buscando transformar as associações comerciais na "casa do empreendedor", para facilitar ações que venham a promover o empreendedorismo", defendeu o atual vice-presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (Facesp). "Já temos a Certificação Digital que também é um serviço de grande importância para o empreendedor que se encontra nas associações comerciais", falou Adriano Luiz Martins.

Adriano Luiz Martins e Walter Ihoshi conversam na nova sede da Jucesp na capital paulista

Acim acontece

Fique por dentro dos últimos acontecimentos da Acim Marília.

DIA DOS PAIS
Em Marília lojas abrem a noite com sorteio de automóvel

CONNECT ACIM
Clóvis de Barros e Oscar Schmidt são as atrações motivacionais

CONNECT ACIM
Associação comercial estimula projetos de startups

FERIADO ESTADUAL
Lojas abrem na terça-feira no dia 9 de julho até as 17h

COMÉRCIO VAREJISTA
Liberação em setembro do FGTS e do PIS PASEP reduz impacto

INADIMPLÊNCIA
Dívida acumulada se aproxima dos R$ 18 milhões, diz Acim

EMPREENDEDORISMO
Associação Comercial e Sebrae reforçam evento em conjunto

CONSULTAS CADASTRAIS
Após o Carnaval cresceram as negociações empresariais

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

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

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

ou nas redes sociais: **acimmariliasp**

Aprender para Crescer

INSTITUIÇÕES DISPONÍVEIS

Faculdade Católica Paulista
Unimar Universidade de Marília
FAIP Marília/SP
Univem Marília
CAM Colégio Assembleiano de Marília
Colégio Interação Marília
FlexComp
Aprenda+Mais Profissões

Sabia que associados Acim têm descontos de

10% a 50%

nas mensalidades?

BUSQUE SEU CUPOM DE DESCONTO NA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL.

ACIM educa

ACIM Marília/SP