GESTÃO EMPRESARIAL

PUBLICAÇÃO TRIMESTRAL DO GRUPO BRASIL DE EMPRESAS DE CONTABILIDADE
ABRIL/MAIO/JUNHO/2010 ANO 4 - Nº 16

Grupo Eletro Transol

Empresa goiana de distribuição de materiais elétricos e painéis de energia alavanca negócios de R$ 70 milhões no interior do Brasil e espera crescimento de 68% em 2010

Amazonas em evidência

Um dos Estados brasileiros que mais crescem, AM vive momento ímpar voltado ao desenvolvimento sustentável

"Bola cheia" de negócios

Copa do Mundo de 2014 injeta investimentos no Brasil e agita mercados da construção civil e de turismo

GBrasil
Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade

EMPRESAS ASSOCIADAS

AC - RIO BRANCO
ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL PRADO
Rua Pará, 107 Cadeia Velha
69900-440 - Rio Branco - AC
Tel. (68) 3224-3019
www.orgconprado.com.br

AL - MACEIÓ
CONTROLE CONTADORES ASSOCIADOS
Rua Guedes Gondim, 128
57020-260 - Maceió - AL
Tel. (82) 2121-0000
www.controleonline.com.br

AM - MANAUS
DHC AUDITORIA
Avenida Djalma Batista, 1007 1º andar
69053-355 - Manaus - AM
Tel. (92) 3182-3388
www.dhcmanaus.com.br

AP – MACAPÁ
ÉTICA INSTITUTO CONTÁBIL
Rua Mamedio Amaral da Silva, 138, Térreo
68908-300 - Macapá - AP
Tel. (96) 3241-5529
www.eticainstitutocontabil.com.br

BA - SALVADOR
ORGANIZAÇÃO SILVEIRA DE CONTABILIDADE
Rua Torquato Bahia, 04 - 11º andar
40015-110 - Comércio - Salvador - BA
Tel. (71) 2104-5401
www.organizacaosilveira.com.br

CE - FORTALEZA
MARPE - CONTADORES ASSOCIADOS
Av. Pontes Vieira, 1091 - Dionísio Torres
60130-241 - Fortaleza - CE
Tel. (85) 3401-2499
www.marpecontabilidade.com.br

DF - BRASÍLIA
AGENDA CONTÁBIL
SCS, Q. 02, BL C, nr. 92, conjs 202/4 - ASA SUL
70302-908 - Brasília - DF
Tel.(61) 3321-1101
www.agendacontabil.com.br

ES - VITÓRIA
UNICON - UNIÃO CONTÁBIL
Rua Graciano Neves, 230 - Centro
29015-330 - Vitória - ES
Tel. (27) 2104-0900
www.unicon.com.br

GO - GOIÂNIA
CONTAC - CONTABILIDADE
Av. Oeste, 319 - Setor Aeroporto
74075-110 - Goiânia - GO
Tel. (62) 3240-0400
www.contacnet.com.br

MA - SÃO LUÍS
ASSESSORIA E CONSULTORIA REAL
Av. Borborema, quadra 18 - nº 22 - Calhau
65071-360 - São Luís - MA
Tel. (98) 3313-8900
www.assessoriareal.com.br

MG - BELO HORIZONTE
MATUR ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL
Rua Carijós, 244 - 11º andar
30120-060 - Belo Horizonte - MG
Tel. (31) 3273-8111
www.matur.com.br

MG - JUIZ DE FORA
TECOL - CONSULTORIA EMPRESARIAL
Rua Dr. João Pinheiro, 173
36015-040 - Juiz de Fora - MG
Tel. (32) 3215-6631
www.tecol.com.br

MS - CAMPO GRANDE
AUDITA AUDITORIA E CONTABILIDADE
Rua Olavo Bilac, 20
79005-090 - Campo Grande - MS
Tel. (67) 3383-1892
www.auditacontabilidade.com.br

MT - CUIABÁ
CONTABILIDADE SCALCO
Rua Comandante Costa, 1519 - Térreo
78020-400 - Cuiabá - MT
Tel. (65) 3363-1600
www.scalcomt.com.br

PA - BELÉM
C&C CONSULTORIA E CONTABILIDADE
Travessa Nove de Janeiro, 2275 - 1º andar
66063-260 - Belém - PA
Tel (91) 3249-9768
www.cec.cnt.br

PB - JOÃO PESSOA
ROBERTO CAVALCANTI & ASSOCIADOS
Av.Almirante Barroso, 1020 - Torre
58040-220 - João Pessoa - PB
Tel (83) 3048-4243
www.robertocavalcanti.cnt.br

PE - RECIFE
ACENE ASSESSORIA E CONSULTORIA
Rua João Ivo da Silva, 323 - Madalena
50720-100 - Recife - PE
Tel. (81) 2125-0300
www.acenecontabilidade.com.br

PI - TERESINA
ANÁLISE CONTABILIDADE
Rua Valença, 3.453- Sul Bairro Tabuleta
64018-535 - Teresina - PI
Tel. (86) 3222-6337
www.analisecontabilidade.com.br

PR - CURITIBA
EACO - CONSULTORIA E CONTABILIDADE
Rua XV de Novembro, 297 - 7º andar
80020-310 - Curitiba - PR
Tel (41) 3224-9208
www.eaco.com.br

PR - CASCAVEL
VANIN CONTADORES ASSOCIADOS
Rua São Paulo, 1721
85801-021 - Cascavel - PR
Tel. (45) 2104-7000
www.vanin.com

PR - LONDRINA
CONTAD ASSESSORIA CONTÁBIL
Rua Senador Souza Naves, 289 - Sala 4
86010-914 - Londrina - PR
Tel. (43) 3324-4428
www.contadassessoria.com.br

RJ - RIO DE JANEIRO – MACAÉ
DPC - DOMINGUES E PINHO CONTADORES
Av. Rio Branco, 311 - 4º andar - Centro
20040-903 - Rio de Janeiro - RJ
Tel.(21) 3231-3700
www.dpc.com.br

RN - NATAL
RUI CADETE CONSULTORES E AUDITORES
Rua Apodi, 209
59025-170 - Natal - RN
Tel. (84) 3616-5500
www.ruicadete.com.br

RO - PORTO VELHO
D. DUWE CONTABILIDADE
Rua Júlio de Castilho, 730 - Olaria
76801-238 - Porto Velho - RO
Tel. (69) 2182-3388
www.dduwe.com.br

RR - BOA VISTA
SAMPAYO FERRAZ CONTADORES ASSOCIADOS
Rua Ajuricaba, 738 - Centro
69301-070 - Boa Vista - RR
Tel. (95) 3224-0544
pnfs@click21.com.br

RS - PORTO ALEGRE
GATTI ASSESSORIA FISCAL E CONTÁBIL
Rua Santa Catarina, 361
91030-330 - Porto Alegre - RS
Tel. (51) 2108-9900
www.gatti.com.br

SC - FLORIANÓPOLIS
RG CONTADORES ASSOCIADOS
Rua Dom Jaime Câmara, 77 - Sala 101
88015-120 - Florianópolis - SC
Tel. (48) 3025-6424
www.rgcontadores.com.br

SC - BLUMENAU - JOINVILLE - ITAJAÍ
J. MAINHARDT & ASSOCIADOS
Rua 2 de Setembro, 2639 - 1, 2, 3 ands.
89052-001 - Blumenau - SC
Blumenau - Tel. (47) 3231-8800
www.mainhardt.com.br

SE - ARACAJU
SERCON SERVIÇOS CONTÁBEIS
Rua Siriri, 513 - Centro
49010-450 - Aracaju - SE
Tel. (79) 2106-6400
www.sercontabil.com.br

SP - SÃO PAULO
ORCOSE CONTABILIDADE E ASSESSORIA
Rua Clodomiro Amazonas, 1435
04537-012 - São Paulo - SP
Tel. (11) 3531-3233
www.orcose.com.br

DPC - DOMINGUES E PINHO CONTADORES
Rua Sampaio Viana, 277 - 10º andar - Paraíso
04004-000 - São Paulo - SP
Tel.(11) 3884-1116
www.dpc.com.br

TO - PALMAS
CONTATO CONTABILIDADE
Av. JK - 104 - N Cj 01 - Lote 39 A - Sl 5
77006-014 - Palmas - TO
Tel . (63) 3219 7100
www.contatopalmas.com.br

GBRASIL (Sede)
Rua Clodomiro Amazonas, 1435
04537-012 - São Paulo - SP
Tel. 55 (11) 3814-8436
www.gbrasilcontabilidade.com.br

ENERGIA EMPREENDEDORA

Foto: André Coelho de Sá

Muitos estudos e análises no meio empresarial tentam mostrar de onde vem o êxito de um empreendedor. Senso de oportunidade, determinação, planejamento e um pouco de sorte são alguns dos fatores frequentemente elencados na composição de um perfil de sucesso. Contudo, sabemos que não existem fórmulas matemáticas capazes de produzir um bom negócio. São muitas as sutilezas que envolvem o ambiente de um emprendimento e que podem afetar positiva ou negativamente os seus resultados.

A revista GESTÃO tenta sempre mostrar algumas boas histórias de emprendedorismo, extraídas da nossa base de 8.357 clientes, como forma de subsidiar ou mesmo inspirar outros empreendedores pelo Brasil. Em suas 15 edições trimestrais, sempre trouxemos casos únicos e muitas vezes inéditos. Nesta edição temos o perfil de Pedro Otoniel de Magalhães, um goiano de 42 anos, nascido da sucata do cobre, como ele se refere ao comentar o início de seu negócio hoje chamado Grupo Eletro Transol.

Com expectativa de faturar R$ 120 milhões até o final de 2010, as empresas de Pedro vêm crescendo a uma taxa bem acima da média. Um caso em que o espírito de curiosidade, percepção aguçada de mercado e rapidez de decisão têm sido garantias de bons resultados. Esta é a primeira vez que a Eletro Transol ganha as páginas de uma publicação econômica de circulação nacional e, por isso, é motivo de orgulho para todos nós apresentá-la aqui. Assim como é um grande orgulho para mim, pessoalmente, assumir este espaço da revista, até então ocupado com louvor pelo colega GBrasil, Reinaldo Silveira, da Organização Silveira de Contabilidade.

Nossa aliança empresarial tem por linha mestra o intercâmbio de experiências de 32 empresários de contabilidade baseados nas capitais e principais cidades do interior do País. A liderança do GBrasil é alternada a cada dois anos, numa eleição simples, por aclamação. Desde março no cargo de presidente, estarei a cada trimestre compartilhando com o leitor as experiências da condução dessa aliança com o desafio de superar o excelente trabalho feito pelo meu antecessor.

Boa leitura!

Nilson Göedert
Presidente do GBrasil
gbrasil@gbrasilcontabilidade.com.br

ÍNDICE

Capa - 10

28

32

Editorial 3
Energia empreendedora

Entrevista 5
Sussumu Honda

Casos de Sucesso 10
. Energia que vem de Goiás
. DEC Brasil renovada

Consultoria GBrasil 16
. Adesão voluntária à Escrituração Fiscal Digital
. Nomenclatura Comum do Mercosul nas NFs
. Cessão de mão de obra em serviços de manutenção
. Receitas financeiras e de aluguel: tributação
. Empregados em regime de sobreaviso
. Classificação de subvenções segundo o CPC

Copa do Mundo 2014 18
A macroeconomia do futebol

Estados Brasileiros 22
Amazonas: a diversidade por natureza

Saúde & Trabalho 26
Olhos sem lágrimas

Análise 28
O indispensável idioma dos negócios

Em Tese 30
Contabilidade racional com sistemas integrados

Em Síntese 32
. Crescimento contínuo e consistente do GBrasil
. 45 anos de Orcose na capital paulista
. Prêmio empresarial em Portugal
. Hella na diretoria da Fenacon
. Locatelli na diretoria jurídica do Sescap-PR
. Empreendedor Individual em RO
. Movimento jovem da contabilidade em Goiás
. GBrasil na Exame PME
. Pires, Empreendedor do Mercosul

22

18

30

Gestão Empresarial *é uma publicação trimestral do GBrasil - Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade, distribuída a clientes e parceiros estratégicos em todo o território nacional*

Endereço da sede GBrasil
Av. Clodomiro Amazonas, 1435
04537-012 - São Paulo-SP
Tel./Fax: 55 (11) 3814-8436

www.gbrasilcontabilidade.com.br

Conselho Editorial
Pedro Coelho Neto
(Marpe Contadores Associados)
Reinaldo Cardoso da Silveira
(Org. Silveira de Contabilidade)
Nilson José Göedert
(RG Contadores Associados)
Francisco Lúcio Gomes
(Agenda Contábil)
Susana Souza Santos Nascimento
(Sercon Serviços Contábeis)
Manuel Domingues e Pinho
(Domingues e Pinho Contadores)
Rider Rodrigues Pontes
(Unicon - União Contábil)

Produção, Edição e Diagramação
Luna Editora
www.lunaeditora.com.br

Jornalista Responsável
Diva de Moura Borges
diva.borges@uol.com.br
Tel. (11) 3814.8436

Relações com Anunciantes
Pedro A. de Jesus
Tel. (11) 3875.0308 | 9137-7639
Dagoberto Cozo Orelhana
Tel. (11) 5571-3442 | 8585-6200

Colaboraram nesta edição:
Andrea Antonacci
Ângela Tessicini
Carlos Mainhardt
Leandro Rodriguez
Mário Mateus

Revisão
José Paulo Ferrer

Projeto Gráfico
Moema Cavalcanti

Fotografias & Ilustrações
Agência Brasil (DF)
André Coelho de Sá (SC)
Carlos Eugênio (CE)
Cristiano Borges (GO)
Gilberto Viegas (SC)
João de Brito Coêlho Jr (PI)
José Carlos Barretta/Hype (SP)
Latin Stock (SP)
Paulo Pampolin/Hype (SP)
Renato Velasco (RJ)
Weimer Carvalho (GO)
As demais imagens utilizadas nesta edição foram cedidas de arquivos pessoais ou divulgação das empresas e entidades citadas

Tiragem desta edição:
10.000 exemplares

Impressão
Leograf Editora, em papel couché brilho 115g (miolo) e couché 180g (capa)

SUPERMERCADOS EM SUA MELHOR FORMA

Sussumu Honda, presidente da Abras

O PAULISTA SUSSUMU HONDA, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS) E SÓCIO DA REDE RICOY, FORMADA POR 44 LOJAS EM SÃO PAULO, REPRESENTA O SETOR QUE CRESCEU 5,5% EM 2009, APESAR DA CRISE FINANCEIRA INTERNACIONAL. NESTA ENTREVISTA À **GESTÃO**, ELE MOSTRA COMO OS SUPERMERCADISTAS ESTÃO SE ADAPTANDO ÀS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA, MUDANDO LOJAS PARA RECEBÊ-LOS, INVESTINDO NO NORDESTE COM O MODELO DE "ATACAREJO" E FORTALECENDO A RELAÇÃO COM OS FORNECEDORES COM O COMPARTILHAMENTO DE NOVAS TECNOLOGIAS.

POR LEANDRO RODRIGUEZ

Gestão – Em 2009, o setor supermercadista se destacou no varejo com o aumento de vendas no País. Segundo estimativas recentes, as perspectivas também são positivas para 2010. O senhor está otimista?

Sussumu Honda – Se levarmos em conta o primeiro trimestre, 2010 tem se mostrado muito parecido com o ano passado. Há uma certa estabilidade nos preços, apesar da tendência de alta entre janeiro e março por causa da demanda. Ainda assim, não devemos ter picos nos preços até dezembro, ou talvez em algumas categorias de produtos afetadas pela entressafra. Também é um fato positivo a composição do salário mínimo, que teve uma recuperação nos últimos meses. A evolução do emprego, por sua vez, aumentou a massa salarial no Brasil. Se olharmos para trás, o setor supermercadista registra taxas constantes de crescimento desde 2005. Mas não precisamos voltar muito no tempo para perceber esse comportamento. Apesar do resultado negativo do PIB brasileiro em 2009, devido principalmente à crise financeira internacional, as vendas acumuladas do setor cresceram 5,5% em valores reais. Somente entre novembro e dezembro, a alta foi superior a 30%. Tendo em vista a situação econômica de 2009, foi um bom desempenho, uma vez que tivemos aumento do faturamento. Já em termos de volume, a expansão foi de 3% no ano passado. Ou seja, registramos maior faturamento com aumento de volume.

Paulo Pampolin/Hype Fotografia

A estabilidade dos preços também nos ajudou nesse caso. Esses resultados representaram um avanço em relação a 2008, quando acumulamos um crescimento expressivo (8,9%), mas com uma variação quase nula do volume. Sem contar que, naquele ano, a economia brasileira chegou a crescer 5,1%.

Gestão – O acesso crescente da chamada classe C ao mercado interno é uma das transformações mais marcantes e recentes da economia brasileira. Como isso repercute no setor e quais são as consequências para a tomada de decisões pelas empresas?

Honda – Quando falamos nessa ascensão, não podemos esquecer que a classe C já era atendida pelo setor supermercadista, principalmente na área de alimentação. Mas é verdade que ela não recebe a mesma atenção pelos grandes grupos, que usam modelos de negócio voltados principalmente para as necessidades das camadas A e B da população. A principal mudança nos últimos anos, no entanto, é que o aumento da renda e do poder de compra da classe C faz que as pessoas consumam mais categorias de produtos, ao contrário do passado. A variedade da cesta básica dessas famílias, neste caso, melhorou muito. Isso obriga as grandes companhias a verem com outros olhos esses consumidores, que representam metade da população brasileira e têm o maior potencial de consumo do País. Se ainda somarmos as classes D e E, juntamos então quase três quartos do mercado interno. Por isso, as maiores redes supermercadistas interessadas em aproveitar esse momento e em corresponder às novas expectativas de quem tem menor poder aquisitivo precisam direcionar sua gestão para modelos que garantam um atendimento ideal para estes novos clientes.

APESAR DO RESULTADO NEGATIVO DO PIB BRASILEIRO EM 2009, COM A CRISE INTERNACIONAL, AS VENDAS ACUMULADAS CRESCERAM 5,5% EM VALORES REAIS

Gestão – As adaptações que estão sendo adotadas chegam ao detalhe de mudar a aparência das lojas?

Honda – Nossas pesquisas indicam que os pontos de venda de até quatro caixas ou 'check outs' foram os que mais cresceram nos últimos 15 anos. Mas essas pequenas lojas de vizinhança já não atraem tanto os clientes. Com a participação de mais consumidores no mercado interno, elas precisam ser maiores para acomodar a maior variedade de produtos e para atender a novas demandas. Por isso, os estabelecimentos de cinco a 30 caixas são os que mais estão sendo abertos atualmente porque há um interesse das famílias por categorias adicionais de produtos. Algumas redes, por exemplo, adotaram o modelo das lojas de bairro, que são preferidas por pessoas que não fazem grandes compras e que preferem não se deslocar até os hiper e supermercados. O que percebemos, no entanto, é a maior preocupação com o padrão dos pontos de venda. Mesmos as empresas de médio porte do setor estão evitando ter lojas de mais de um tamanho, preferindo a padronização para obter ganhos e facilitar a operação.

Gestão – De modo geral, algumas tendências são recentes. É possível traçar um perfil comum para esses clientes que somente nos últimos anos começaram a ser mais observados?

Honda – São pessoas que prestam muita atenção nos preços e que fazem uma valoração entre o custo e o benefício daquilo que estão levando para casa. Não é difícil entender os motivos desse cuidado. Eles não podem errar nas escolhas de suas compras porque o orçamento familiar é mais limitado. Além disso, esses novos consumidores fazem questão de receber um bom atendimento, além de preferirem determinadas marcas ou produtos, mesmo que precisem pagar um pouco mais por eles. Esse é o equilíbrio que os supermercados estão buscando, ou seja, eles tentam oferecer opções de compra, inclusive com a decisão estratégica de desenvolver marcas próprias. Há a preocupação de encontrar soluções que gerem uma boa relação entre qualidade e preços acessíveis e atraentes. Por isso, vemos algumas redes com o foco em ações e estratégias multipreço.

Gestão – Chegar a preços competitivos ficou mais difícil? Os acertos dependem da percepção cada vez mais apurada do perfil de diferentes grupos de clientes?

Honda – Quase um terço dos consumidores se preocupa muito com o preço, independente da classe social ou do poder aquisitivo. Mesmo na classe B, por exemplo, há muitas pessoas atentas aos valores dos produtos e às ofertas. Na atualidade, o consumo não deve ser visto tanto como uma questão de padrão social, mas de preferências individuais ou de grupo. Aqueles que consomem produtos orgânicos têm uma motivação de compra que não está associada exclusivamente ao preço, mas a um estilo de vida mais saudável. Algumas pessoas preferem as marcas comprometidas com a preservação do meio ambiente ou com a segurança alimentar. No geral, e principalmente na área alimentar, o varejo para as classes C, D e E não consegue se livrar do ciclo de promoções. Elas continuam sendo muito levadas em consideração, principalmente se forem divulgadas em panfletos, que têm grande penetração em muitas regiões do País. Nesse sentido, os anúncios na televisão ainda se restringem a algumas redes capazes de investir mais recursos em publicidade, daí a importância dos tablóides de anúncios no setor.

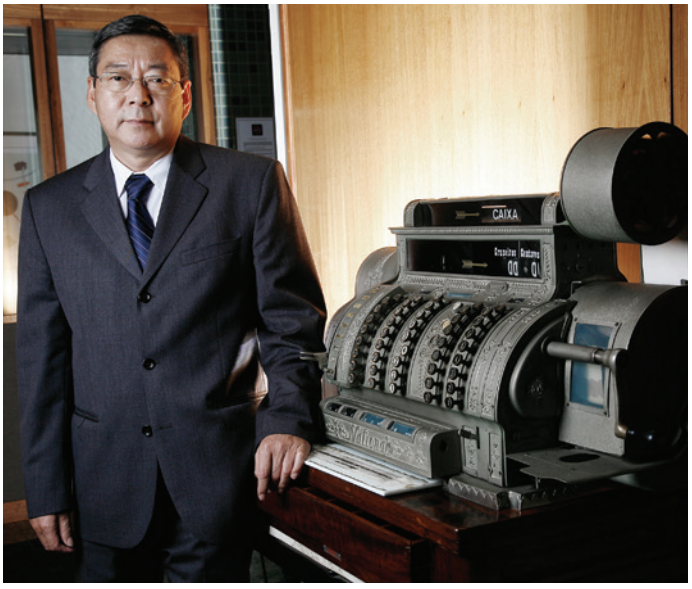
Gestão – Algumas redes supermercadistas não escondem a aposta pelo potencial do Nordeste, com a aquisição de bandeiras, a abertura de novas lojas e outros investimentos. Como esse deslocamento físico e de prioridades modifica a dinâmica do setor?

Honda – Ele causa diversas mudanças. A região acumula aumentos crescentes de vendas nos últimos anos. Em parte porque recebe a maior parcela do programa federal Bolsa Família, o que renova o dinamismo do varejo como um todo. Também a indústria percebe esse diferencial econômico e social, expandindo a produção para lá, uma vez que os custos tendem a diminuir à medida que você se aproxima de seus consumidores e reduz os gastos com o transporte e a logística. Por outro lado, as empresas que se instalam no nordeste tentam encontrar seu próprio espaço em segmentos atendidos pelas marcas e bandeiras regionais, que já conhecem as peculiaridades locais e estão consolidadas. O Wal-Mart, que conseguiu um melhor posicionamento de mercado nos últimos anos por meio da rede Bompreço, é um exemplo. O Carrefour, por sua vez, considera o Nordeste prioritário para a sua expansão no País. Em 2009, o faturamento na região representou 17% do total nacional do grupo francês. O Pão de Açúcar também aumentará sua presença com as bandeiras Assai e Extra Supermercados. Uma diferença importante dessa região é que muitas empresas atacadistas atuam no varejo, o que pode ser um desafio para quem acaba de se instalar. Esse modelo recebe o nome de "atacarejo" ou *cash and carry*, em que o atacado e o varejo se misturam.

A PRINCIPAL MUDANÇA É QUE O AUMENTO DA RENDA E DO PODER DE COMPRA DA CLASSE C FAZ QUE AS PESSOAS CONSUMAM MAIS CATEGORIAS DE PRODUTOS

Gestão – Há muitas análises e comentários sobre esse tema. O atacarejo deve ser visto como um modelo consolidado ou como um modismo?

Honda – É um modelo presente no mundo inteiro. No Brasil, as lojas Dia são um exemplo de operação de baixíssimo custo, que dá destaque às *commodities* porque há público para isso. Aqui, o atacarejo atende ao consumidor final e ao que chamo de pequeno comerciante transformador, que vende, por exemplo, alimentos em barriquinhas de sanduíche ou em locais parecidos. O Assai, que no início se especializou na cadeia fria, como as salsichas, os embutidos e os queijos, era muito procurado por donos de lanchonetes ou de outros estabelecimentos, refletindo a tendência de as famílias se alimentarem fora de casa. A indús-



A REGIÃO NORDESTE ACUMULA AUMENTOS CRESCENTES DE VENDAS NOS ÚLTIMOS ANOS. EM PARTE PORQUE RECEBE A MAIOR PARCELA DO PROGRAMA FEDERAL BOLSA FAMÍLIA

tria não conseguia abastecer tantos pontos de venda, e foram as redes desse tipo de atacado de pequenos volumes comprados para a o dia a dia que atenderam à demanda. O Atacadão, por outro lado, se especializou no que chamamos de mercearia doce e salgada. Mesmo essas redes, em função do maior poder de compra dos consumidores de baixa renda, estão incorporando uma variedade maior de produtos para dar conta do aumento do número de clientes, mesmo daqueles que não vendem alimentos, mas que compram para a família.

Gestão – Os fornecedores também devem ter sentido o crescimento do setor e a mudança no perfil dos clientes. O que define as melhores parcerias entre fornecedores e supermercados?

Honda – Tem-se dito que o poder mudou de mãos na relação do varejo, principalmente no caso dos hiper e supermercados, com os fornecedores. Hoje, quem detém o ponto de venda tem muita força porque a estabilização econômica favoreceu o varejo. Mas nenhum negócio é bom para um lado só da cadeia produtiva. Por isso, noto mais harmonia na relação entre as redes supermercadistas e seus fornecedores. A flexibilidade na negociação é fundamental nesse relacionamento, assim como o desenvolvimento de tecnologias capazes de garantir a redução de custos nos processos. As empresas precisam estar conectadas em termos de tecnologia. Nesse processo, conseguimos todos uma diminuição de custos. Quando pensamos em um produto desde a fabricação até o consumo pelas famílias, fica evidente que a nossa atividade é pura logística. As inovações, como as etiquetas de identificação por rádio frequência [Radio Frequency Identification – RFID], que permitem um melhor acompanhamento dos itens ao longo de toda a cadeia, são importantíssimas. Mas o fundamental é ter claro que a tecnologia e o relacionamento devem se complementar. Assim como o varejo exige novas soluções, a indústria também estimula inovações. Esse intercâmbio para o avanço tecnológico, no entanto, deve chegar às pequenas e médias empresas. Do ponto de vista comercial, algumas companhias pagam pelos produtos que passam no caixa, e não pelo que recebem no depósito, o que demonstra um maior compartilhamento de responsabilidades. No geral, há muita troca de informações, mesmo para a adoção de modelos e padrões.

Gestão – O que as redes supermercadistas precisam fazer para melhorar a eficiência, fator determinante para a manutenção do negócio?

Honda – Elas devem investir em tecnologia para que possam obter o maior volume possível de informações, em tempo real, sobre toda a cadeia de produtos e de serviços. A maiores redes estão atentas a isso, e têm aplicado recursos em centros próprios de distribuição, não apenas de mercearia mas também de perecíveis, para atender melhor aos consumidores e estar mais próximos dos fornecedores. Em cada segmento, vemos investimentos para ganhar eficiência. No varejo, o lucro muitas vezes está não no que você faz dentro da loja, mas na retaguarda.

Gestão – A carga tributária preocupa as empresas representadas pela Abras?

Honda – Uma demanda permanente junto ao governo federal é a mudança do modelo de tributação do setor alimentar. O Brasil é um dos países que mais cobram impostos pelos alimentos. Temos a contradição de nos destacarmos mundialmente nesse sentido e de termos sido apontados, até pouco tempo atrás,

como uma nação em que as pessoas passavam fome. No cenário internacional, a tributação se situa em torno de 5% a 10%. Aqui, a taxa média supera 20%. No início do processo de industrialização do País, cobrava-se impostos dos alimentos porque a economia era basicamente agrícola e havia uma grande necessidade de arrecadação. Mas essa já não é a realidade econômica, e temos a situação de o governo reduzir a carga de veículos, de imóveis e de eletrodomésticos, mas não dos alimentos. Em 2010, deveremos pedir oficialmente não só a redução de impostos para artigos de alimentação, como também para uma série de produtos considerados básicos. O consumidor paga tributos, por exemplo, na compra de sabonetes e de cremes dentais. Há pouco tempo falávamos de um país de desdentados, mas aplicamos uma carga tributária de 30% a 40% somente sobre as pastas de dente. Não há lógica nisso, porque ainda há produtos básicos com um baixo índice de penetração na população, devido em grande parte à pressão que o excessos dos impostos exercem sobre os preços finais.

Gestão – Ainda em relação a outros países, como avalia o setor supermercadista brasileiro?

Honda – A qualidade dos serviços que oferecemos é comparável à de outros países, inclusive os desenvolvidos. Há cinco anos, o Brasil ocupava o 24º lugar no ranking mundial do varejo. Hoje, se posiciona entre os cinco primeiros. Essa impressionante mudança em apenas cinco anos mudou a visão internacional em relação ao mercado interno. A grande questão é a dimensão do nosso mercado, e as suas potencialidades ainda pouco ou não exploradas. Os Estados Unidos, por exemplo, superam em dez vezes o nosso mercado de consumo, com uma população de 300 milhões de habitantes. Nós somos cerca de 200 milhões. Mas é preciso dizer que evoluímos muito nos últimos anos, principalmente devido ao aumento expressivo da oferta de produtos nas prateleiras. Por esse motivo, o consumidor encontra mais variedade e mais oportunidades. As empresas de todo o mundo percebem isso, com muito interesse pela evolução do nosso poder de consumo. Somos a bola da vez em mercado de consumo. □

GRUPO ELETRO TRANSOL

ENERGIA QUE VEM DE GOIÁS

O goiano Pedro de Magalhães uniu conhecimento técnico prematuro e espírito empreendedor para erguer uma megadistribuidora de materiais elétricos e de produção de painéis de energia para indústrias e construção civil

POR DIVA BORGES

Fotos: Cristiano Borges / Weimer Carvalho

O empresário Pedro Otoniel de Magalhães com o estoque de mais de 25 mil itens da Eletro Transol, em Goiânia: de lâmpada incandescente a motores de 300 CV em pronta entrega

Experiências eletrônicas eram a grande diversão da infância de Pedro Otoniel de Magalhães na capital de Goiás, na década de 70. "Adorava desmontar e montar radinho de pilha para entender o funcionamento", lembra. O interesse e o espírito de curiosidade não deixavam os pais de cabelo em pé. Pelo contrário, encontravam o respaldo do pai, Jesus, um empresário que à época era dono de uma autopeças e uma oficina de automóveis em Goiânia. No laboratório do sr.Jesus, que produzia excitatrizes (reguladores eletrônicos para geradores), Pedro encontrava um universo rico de aprendizado. "Comecei a ajudar a montar os reguladores com 10 anos de idade e então decidi fazer um curso de eletrônica por correspondência", conta. Além da motivação financeira, diferencial singular entre os garotos da mesma idade, o jovem queria aprender a fazer amplificadores de som e pisca-pisca de boates, que eram sucesso absoluto entre os adolescentes da época. A carteirinha de técnico, emitida em 1979 pela Occidental Schools, é até hoje um dos orgulhos de Pedro, um bem-sucedido empresário, dono de uma das maiores distribuidoras de material elétrico

do País. O negócio integra um grupo de empresas reunidas sob o nome de Eletro Transol e que em 2009 registrou faturamento de R$ 70 milhões (*leia também sobre a indústria Dec do Brasil nas pags.14 e 15*).

O fato é que de lá para cá, passados 30 anos, o conhecimento técnico de Pedro uniu-se como num fio de alta tensão a seu tino comercial e a sua energia vem transformando, de modo substancial, o modo de vender materiais elétricos no Brasil. Sua trajetória não incluiu graduações em engenharia. Técnico ele ficou e honrou o título. "Sou engenheiro o suficiente para vender", brinca o empresário, justificando que o êxito financeiro veio muito cedo – tinha todos os bens materiais que interessavam antes dos 18 anos – e isso lhe permitiu ser um auto-didata e ter a liberdade de aprender o que queria e a seu tempo, fora do ambiente formal de uma universidade.

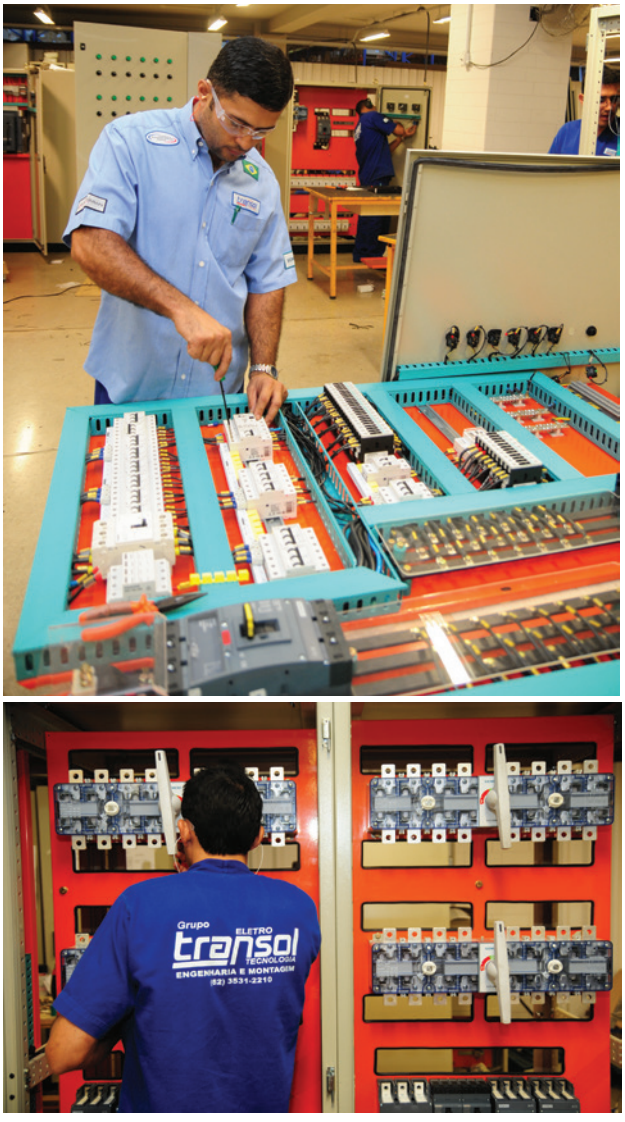
Emancipação para o mundo dos negócios

Emancipado aos 18 anos para abrir seu próprio negócio, Pedro iniciou em 1986 a Eletro Transol. A empresa tinha o pai como sócio e operava com comércio de peças e material para reparo de motores, transformadores e geradores de energia elétrica. Grande parte do fornecimento eram fios de cobre esmaltados para empresas de Goiânia e região. "Brinco que nasci da sucata do cobre. Esse era um mercado que poucos conheciam e também de grande dimensão", observa o empresário.

Com o tempo, Pedro percebeu que além do material de reparo, ele poderia agregar ao estoque os motores elétricos e geradores de energia novos, como alternativa de melhor custo-benefício para o cliente e também uma oportunidade de ampliar o mercado para os estados do Pará, Mato Grosso e Tocantins. "Os motores modernos possuem um desempenho maior e um menor consumo de energia, favorecendo o *payback* mais rápido se comparado ao da manutenção", explica a alternativa ofertada ao cliente. Junto a esses produtos de peso, a Eletro Transol aproveitou e incluiu itens como cabos de alimentação diversos, eletrodutos, eletrocalhas e tudo que pudesse complementar o atendimento aos parques industriais do Brasil e demais empresas no campo elétrico.

O sofisticado mercado de painéis de distribuição

De modo paralelo e como um núcleo de negócios especial, foi sendo estruturada no ambiente da Eletro Transol, uma linha de produção de painéis de distribuição de energia elétrica. Feitos sob encomenda e mediante um projeto de engenharia, os painéis Eletro Transol foram ganhando cada vez mais espaço nas obras industriais, públicas e da construção civil. Hoje eles estão presentes em grandes redes de hipermercados, edifícios comerciais e residenciais das maiores construtoras do País, retransmissoras de televisão, empresas de saneamento, shopping centers, indústrias farmacêuticas e alimentícias e até hospitais. São ambientes onde o gerenciamento e controle da distribuição de energia são críticos e exigem estruturas inteligentes, oriundas de projetos complexos e sofisticados. Os projetos elétricos são meticulosamente estudados pela equipe de engenharia



Painéis de distribuição de energia montados pela Eletro Transol: presentes em obras industriais, públicas e de construção civil em todo o território brasileiro

1

2

3

e montados dentro das especificações técnicas e de alto controle de qualidade.

Estoque: um diferencial competitivo

A filosofia de sempre atender às demandas dos clientes fez da distribuidora uma das mais completas do País, com mais de 25 mil itens diferentes em seus estoques, armazenados em Goiânia, Belém e Ribeirão Preto. De uma simples lâmpada incandescente a motores de 300 CV, a Eletro Transol tem quase tudo em pronta entrega. Este mix variado de produtos tem um ponto em comum: a qualidade.

"Somos criteriosos com esse aspecto. A troca de um produto elétrico para o cliente pode nos custar mais do que o próprio produto. Por isso, trabalhamos sempre com as melhores marcas", afirma. A postura incisiva de Pedro tem lhe rendido parcerias firmes e duradouras com os fornecedores. Nessa lista estão nomes como Siemens (onde a Transol está entre os quatro maiores clientes da Divisão de Energia no Brasil), Philips, a alemã Phoenix Contact, Prysmian, Nexans, Grupo Legrand e Tigre. Perante a Kanaflex, fabricante de mangueiras corrugadas, a Transol é, há quatro anos, a maior distribuidora do Centroeste brasileiro.

A carteira de 40 mil clientes, da qual fazem parte as maiores indústrias brasileiras, incluindo mineradoras, fabricantes de bebidas, frigoríficos, construtoras e siderúrgicas, parece estar de acordo. Depois do sofrido ano de 2009, no qual muitas empresas amargaram redução em seus ganhos, a Eletro Transol espera saltar dos R$ 49 milhões de faturamento para R$ 80 milhões até o final de 2010. "Já fizemos R$ 16 milhões no primeiro trimestre, período considerado tímido para o setor", anuncia otimista o empresário.

Autosserviço para liberar vendedores técnicos

O ano de 2010, na verdade, foi aberto pela Eletro Transol com chave de ouro. Após investir R$ 12 milhões no decorrer de 2008 e 2009, a varejista mudou-se de sua sede de 2.130 m^2 no Bairro Coimbra, em Goiânia, para uma área a meio quilômetro de distância, com 15 mil m^2, sendo 7,5 mil m^2 de construção. A nova sede foi concebida para abrigar as cinco frentes que hoje compõem o negócio: Distribuição de Materiais Elétricos – que responde por 85% do faturamento –, Divisão de Engenharia (com os painéis de distribuição), Divisão de Serviços (painéis instalados na obra), Autosserviço e Iluminação Decorativa.

Essas duas últimas frentes foram incorpora-

das há menos de dois anos, respondendo a um movimento natural do mercado. O consumidor pessoa física passou a descobrir a loja Transol antiga e queria comprar ali o seu material elétrico. "Eles descobriram que conosco encontrariam preço e qualidade. Mas, em contrapartida, não estávamos preparados para atender este tipo de público. Nossas vendas eram 100% técnicas, para indústrias ou instaladores, profissionais de eletricidade. Gente que entra e sabe exatamente o que precisa", conta Pedro.

Para receber esse novo tipo de cliente, a nova sede da Eletro Transol dedicou uma área especial de autosserviço. Ali, com conforto e rapidez, o consumidor escolhe o produto diretamente na prateleira e leva ao caixa. Em seus três primeiros meses de funcionamento, a loja vem encantando o consumidor final pela variedade e facilidade em escolher. É comum ver famílias e mulheres consumidoras no ambiente da loja em busca de uma simples lâmpada ou sofisticados materiais de acabamento como interruptores, luminárias e lustres de cristal.

Para atender a projetos especiais de iluminação, a Eletro Transol criou a Divisão de Iluminação Decorativa, com foco no atendimento a arquitetos e decoradores. Para essa divisão, a loja oferece um *show room* com suporte de profissionais especializados e um ambiente de demonstração de efeitos luminotécnicos.

As duas novas frentes de negócio já são consideradas um sucesso, com registro médio de 2 mil vendas/mês. "A loja de autosserviço também permitiu que a nossa equipe de 28 vendedores técnicos fique dedicada a sua função principal, que é o atendimento técnico", explica Pedro.

"Gente que possa me substituir"

Recursos humanos, aliás, é um assunto sério na visão do empresário. São 188 colaboradores nas três unidades da distribuidora. Para conquistar uma equipe afinada, a Eletro Transol seleciona com critérios rígidos. Há um respeito máximo ao perfil e vocação do candidato. A partir daí, a empresa cuida de treinar o contratado para fazer carreira. A maioria dos técnicos é formada pela empresa, tendo com ponto de partida o estoque. "Mas até para o serviço de limpeza recrutamos pessoas que possam se desenvolver aqui. Ela deve ter potencial para um dia tomar o meu lugar. De preferência, o mais rápido possível", brinca Pedro.

(Leia a seguir sobre a Dec do Brasil, a mais nova uma empresa do Grupo Eletro Transol)

4

5

6

FOTOS: **(1)** Estoque com mais de 25 mil itens, dotado de empilhadeiras, elevadores e esteiras. **(2)** Equipe de vendedores técnicos. **(3)** Cabos elétricos nas mais variadas especificações. **(4)** Show room da Divisão Iluminação Decorativa. **(5)** Divisão de Auto-Serviço. **(6)** O empresário Pedro Otoniel de Magalhães em sua sala, na nova sede da Eletro Transol no Bairro Coimbra, em Goiânia. Ao lado, carteira de técnico em eletrônica emitida pela Occidental Schools: orgulho aos 11 anos de idade.

DEC BRASIL RENOVADA

Ex-subsidiária de empresa americana, indústria metalúrgica de aço inoxidável ganha fôlego e crescimento nas mãos do Grupo Eletro Transol

Fábrica da DEC em Goiânia: produzindo equipamentos em aço inoxidável sob medida para indústrias no Brasil e América Latina

Em 2002, a Eletro Transol deu um passo ousado. Decidiu diversificar seu negócio com a aquisição da subsidiária brasileira do Grupo DEC International, companhia americana cinquentenária e líder mundial na produção de equipamentos para a refrigeração de leite *in natura*. Desanimada com a crise energética brasileira, a epidemia da vaca louca no rebanho europeu e a crescente desvalorização cambial, a DEC resolveu vender seus seus ativos no Brasil, concentrados numa única unidade produtiva em Goiânia-GO. O presidente da Eletro Transol, Pedro Otoniel Magalhães decidiu comprar a briga no mercado interno e abrir frentes ainda não exploradas pela empresa no Brasil.

Do pífio resultado de R$ 3 milhões em vendas registrado em 2002, a nova empresa Eletro Transol saltou para R$ 19 milhões em 2009. O número, entretanto, é tímido se comparado a 2008, quando a empresa, focada em múltiplos mercados e sem reflexos da crise econômica internacional, fechou o faturamento em R$ 36 milhões. A arrancada foi tão expressiva que a empresa classificou-se no ranking da revista Exame PME entre as seis que mais cresceram no Brasil naquele ano, registrando um índice de 444,7%.

A estratégia de mercado, no entanto, mostrou-se mais forte que os abalos provocados pela crise na economia mundial. A retomada este ano está superando todas as expectativas dos sócios Pedro Magalhães, Tiago Bailão (engenheiro mecânico e diretor industrial da DEC), e Carlos Duarte (diretor comercial). A previsão é que 2010 seja encerrado com vendas superiores a R$ 38 milhões.

O pulo do gato

O desempenho acima da média observado pela DEC desde que foi comprada, segundo Pedro, se deve à capacidade desenvolvida desde então de atender diferentes demandas do mercado industrial por equipamentos em aço inoxidável. "Fomos permeando as indústrias e descobrindo que tipo de recipientes em aço inox elas precisavam. Aliamos o serviço de projeto e engenharia e passamos a produzir sob medida aquilo que elas precisavam", explica. Hoje, a linha de produção, além dos tradicionais refrigeradores de leite *in natura*, tem silos isotérmicos gigantes, recipientes para produção de iogurtes e achocolatados, misturadores para shampoos, ordenhadeiras mecânicas, tanques para transporte rodoviário, agitadores, evaporadores e recipientes para preparo e armazenamento de refrigerantes, cerveja, gelatina, inseticidas, herbicidas, cosméticos, temperos, atomatados, maionese e os mais diferentes produtos.

Entre os clientes estão indústrias do porte da Anhydro, Nestlé, Ambev, Cargill, Unilever, Tetrapak e Neoquímica. Entretanto, a grande parte é formada por laticínios de médio e grande portes, onde ainda impera o tradicional produto da DEC: os resfriadores de leite. Para dar

suporte à essa clientela, a DEC conta atualmente com 170 técnicos em todo o território nacional.

Com 115 colaboradores internos e um volume expressivo de projetos em carteira, a DEC corre hoje contra o tempo em busca de uma nova sede onde possa expandir sua linha de produção e sustentar a ampliação de seus negócios pelo Brasil e América Latina. Segundo Pedro Magalhães, a nova planta fabril deverá ser uma realidade até o final de 2011. A empresa está hoje no km 1 da Rodovia GO-070, dentro da cidade de Goiânia, numa área de 37 mil m² .

A grande aposta da DEC no mercado brasileiro se deve à constatação do baixo consumo do aço inoxidável. Estatísticas mostram um consumo de 1,8 kg/hab/ano no Brasil, enquanto em países desenvolvidos esse número supera a casa dos 21 Kg/hab/ano. Esse mercado latente, além de exigir uma nova planta fabril, mais estruturada para as demandas atuais, exigirá também mão de obra qualificada. O projeto de expansão prevê a abertura de pelo menos mais 150 postos de trabalho nos próximos dois anos. Um perfil profissional que a empresa busca encontrar na formação especializada do Senai, que já vem preparando recursos humanos para a DEC desde 2002.

CONTABILIDADE E ASSESSORIA DO GBRASIL

Grupo EletroTransol terceiriza contabilidade com a Contac (Goiânia-GO) e C&C (Belém-PA)

O Grupo Eletro Transol é atendido pela Contac Contabilidade, associada GBrasil em Goiânia-GO, desde o início de suas atividades, em 1986. Os contadores Rosângela e Agostinho Pedrosa acompanham de perto o êxito do empresário Pedro Otoniel de Magalhães.

"É impressionante a trajetória da Eletro Transol e a visão arrojada de negócios do seu empreendedor", observa Agostinho Pedrosa. "Ele é uma pessoa dinâmica, atenta e com uma rapidez de decisão incrível; o que faz a diferença no sucesso de um negócio", avalia Rosângela. Responsáveis pelas áreas contábil e fiscal das empresas do Grupo, a Contac zela pela manutenção rigorosa da parte burocrática relacionada a tributos e informações fiscais. Além disso, a empresa oferece assessoria em diversas rotinas administrativas da empresa, entre elas, a de Departamento Pessoal. Em um trabalho coodernado com a C&C, associada GBrasil em Belém-PA, a Contac padroniza a gestão fiscal da unidade paraense da Eletro Transol. □

Rosângela e Agostinho Pedrosa, da Contac|GBrasil: testemunhas do arrojo empresarial do Grupo EletroTransol

Adesão voluntária à Escrituração Fiscal Digital

O contribuinte que não esteja obrigado à Escrituração Fiscal Digital – EFD pode optar por utilizá-la?

RG | GBrasil Responde – Sim. Conforme Cláusula Terceira, § 2º do Ajuste Sinief nº 02/2009 e Cláusula Segunda do Protocolo ICMS 77/2008, o contribuinte que não esteja obrigado à Escrituração Fiscal Digital – EFD poderá fazê-lo solicitando seu credenciamento junto à Secretaria da Fazenda Estadual. Salienta-se que a opção pela Escrituração Fiscal Digital – EFD se dará de forma irretratável. □

Nomenclatura Comum do Mercosul nas NFs

Que novas regras devem ser observadas no preenchimento da Nota Fiscal modelos 1 e 1-A e NF-e a partir de 01-01-2010?

D.Duwe | GBrasil Responde – A partir de 01/01/2010, passou a ser obrigatória a indicação do código da Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM - nos produtos das Notas Fiscais Modelos 1 e 1-A e nas Notas Fiscais Eletrônicas, para as operações realizadas por estabelecimento industrial ou equiparado, bem como nas operações de comércio exterior. Para as demais operações, incluindo as do comércio em geral, é obrigatória apenas a indicação do correspondente capítulo da NCM, conforme Ajuste SINIEF 11/2009. □

Cessão de mão-de-obra em serviços de manutenção

O que caracteriza a cessão de mão de obra no serviço de manutenção, no entendimento da Receita Federal do Brasil?

D.Duwe | GBrasil Responde – A cessão de mão de obra iniciou-se com a criação da Lei 9.711/98, Decreto nº 3.048 de 2003, redação dada pela Lei nº 11.933 a de 2009, Art 219, § 1º. É caracterizada quando uma empresa contratada coloca à disposição da contratante, equipe(s) de profissionais para executar determinadas atividades em suas dependências ou fora delas, mediante pagamento através de NF ou Recibo, sendo nele(a) retido o percentual de 11% e recolhido em favor do INSS, em nome da contratada. Posteriormente esta informará os valores retidos em sua GFIP, para que sejam feitas as devidas compensações.

Base legal: Solução de Consulta 413 SRRF 8ª RF, de 23-11-2009 (DO-U de 07-12-2009). □

Receitas financeiras e de aluguel: tributação

Há incidência do PIS e da Cofins sobre as receitas financeiras e de aluguel de imóvel próprio?

Análise | GBrasil Responde – Com a revogação do parágrafo 1º do art. 3º da Lei 9.719/98 e publicação da Solução de Consulta nº 8 da SRRF 6ª RF de 09-02-2010 (DO-U de 11-02-2010), estão isentas do pagamento do PIS e da Cofins as receitas advindas de imóvel próprio quando estas atividades não fizerem parte do objeto social da pessoa jurídica. □

Empregados em regime de sobreaviso

Em que situação considera-se que o empregado se encontra em regime de sobreaviso?

DPC | GBrasil Responde I – O art. 244 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) prevê a jornada de sobreaviso para os empregados das estradas de ferro. Contudo, a doutrina e a jurisprudência, ao longo do tempo, passaram a aplicar essa jornada, por analogia, aos empregados de outras atividades. De acordo com o § 2º do citado art. 244 da CLT, é considerado em jornada de sobreaviso o empregado que permanece em sua própria casa, aguardando a qualquer momento o chamado para o serviço. Cada escala de sobreaviso é de, no máximo, 24 horas. A característica importante desse período é o estado de alerta, a prontidão a que se submete o empregado, assemelhando-se seu grau de subordinação a que ele está sujeito durante a jornada normal de trabalho. O regime de sobreaviso instituído pelo artigo 5º da Lei nº 5.811/1972 é aplicável aos empregados que laboram nas atividades de exploração, perfuração, produção e refinação de petróleo e suas correntes, definindo por regime de sobreaviso aquele em que o empregado permanece à dis-

posição do empregador por um período de 24 (vinte e quatro) horas para prestar assistência aos trabalhos normais ou atender às necessidades ocasionais de operação. Em cada jornada de sobreaviso, o trabalho efetivo não excederá de 12 (doze) horas.

EACO | GBrasil Responde II – Conforme o disposto no art. 244 da CLT a jornada de sobreaviso caracteriza-se pela permanência do empregado em sua própria casa, aguardando o chamado para atender qualquer revés do trabalho. E a essa jornada cabe uma remuneração de 1/3 do salário normal. O artigo 5º da Lei 5.811/72 cita a imprescindibilidade da continuidade operacional durante 24 horas do estabelecimento empregador. Então, o trabalhador com atribuições de supervisão de operações, ou trabalhador de apoio operacional, pode ser submetido à jornada de sobreaviso, desde que permaneça em sua própria casa, e o trabalho empresarial não sofra solução de continuidade nas 24 horas. Isto, associando-se o contexto da Lei 5.811/72, art. 5º com o art. 244 da CLT. Porém, a princípio, a jornada de sobreaviso inicialmente seria destinada apenas ao trabalho dos ferroviários, mas os Tribunais, por analogia, a têm estendido a outros casos que se enquadrem no disposto acima.

Classificação de subvenções segundo o CPC

Os incentivos do ICMS (créditos presumidos, redução de base, etc.) oferecidos pelos estados da Federação classificam-se como subvenção?

DPC | GBrasil Responde – De acordo com as novas normas contábeis, estabelecidas pelo CPC - Comitê de Pronunciamentos Contábeis 07, subvenção governamental é uma assistência governamental geralmente na forma de contribuição de natureza pecuniária, mas não só restrita a ela, concedida a uma entidade normalmente em troca do cumprimento passado ou futuro de certas condições relacionadas às atividades operacionais da entidade, sendo também designada por: subsídio, incentivo fiscal, doação, prêmio, etc. Não são subvenções governamentais aquelas que não podem ser razoavelmente quantificadas em dinheiro e as transações com o governo que não podem ser distinguidas das transações comerciais normais da entidade. Entende-se que ao serem contabilizados os impostos a partir de bases de cálculo reduzidas, tomada de créditos presumidos, etc, estes registros já eram feitos em contas de receita e despesa, não sendo influenciados, dessa forma, pelas novas disposições.

(NBC T 19.4 – Res. CFC nº1143/08, CPC 07 e CPC da PME).

Consulte o GBrasil: consultoria@gbrasilcontabilidade.com.br

A MACROECONOMIA DO FUTEBOL

A Copa de 2010 ainda nem começou, mas o Brasil vai à arena dos investimentos para, em quatro anos, montar a infraestrutura do principal evento do esporte mais popular do planeta

POR ANDRÉA ANTONACCI E ÂNGELA TESSICINI

Ganhando ou não a Copa de 2010, já à beira de começar nos campos de futebol da África do Sul, a partir do momento em que a taça for entregue à seleção campeã, no dia 11 de julho, o Brasil passará a pensar dia e noite na próxima. Afinal, com a escolha do País para a sede da Copa de 2014, os brasileiros passarão a se preocupar não só com a qualidade do time que enfrentará os adversários — mas com a infraestrutura montada para promover o maior evento do esporte mais popular do mundo. Para ganhar esse jogo o Brasil terá que atender às exigências da FIFA, a entidade gestora do futebol mundial e organizadora da Copa, garantindo com isso que as centenas de milhares de pessoas dos mais variados pontos do planeta que estarão no País para o evento tenham recepção de altíssimo nível. O Ministério do Turismo estima que, ao longo dos trinta dias da Copa de 2014, algo como 600 mil estrangeiros visitem o Brasil. Esse número representa 10% do total de turistas do exterior que o País recebeu em 2008 — antes da crise que refreou as viagens em todo o mundo.

Para o ministro do Turismo, Luiz Barretto (a esq.), o principal legado de um evento como a Copa é acelerar ações de qualificação profissional e investimentos em infraestrutura

Além de um público estimado de 3,1 milhões de brasileiros, a Copa de 2014 terá 600 mil turistas internacionais (metade da população de Porto Alegre) circulando pelo País durante este período. São pessoas oriundas dos cinco continentes – cada uma delas com idioma, cultura e costumes diferentes. Um perfil de público um tanto mais complexo e que exige ainda mais aplicação de dinheiro em infraestrutura e rede de serviços. Por tudo isso os valores para construir uma Copa são bastante elevados. Segundo pesquisas da Confederação Brasileira de Futebol - CBF e da Fundação Getulio Vargas - FGV, o investimento previsto para a Copa no Brasil em 2014 ultrapassa a casa dos R$ 30 bilhões, quase o mesmo faturamento da gigante Gerdau em 2009, entre as dez maiores companhias brasileiras. Estima-se também a criação de 3,5 milhões de empregos na construção civil até 2014 — total que formaria a terceira cidade com mais habitantes no Brasil, só atrás de São Paulo e Rio de Janeiro. "Serão quatro anos de obras", resume Élson Ribeiro e Póvoa, presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Distrito Federal, uma das doze cidades-sede. São números cuja conta final tem tudo para dar bons resultados.

Investimentos que perduram

Para o ministro do Turismo, Luiz Barretto, o principal legado de um evento como a Copa é justamente acelerar ações de qualificação profissional e investimentos em infraestrutura. "São iniciativas que depois vão perdurar pelo Brasil todo." As cidades-sede da Copa serão Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo — mas o que for feito nelas terá reflexos positivos no país

A empresa alemã de arquitetura GMP será responsável pelo desenvolvimento do novo estádio, em Manaus (projeto acima) e irá colaborar no projeto de cobertura dos estádios em Belo Horizonte, Brasília e São Paulo

AS DOZE CIDADES-SEDE DA COPA 2014 E SEUS ESTÁDIOS

Belo Horizonte	Estádio Mineirão
Brasília	Estádio Mané Garrincha
Cuiabá	Estádio Verdão
Curitiba	Estádio Arena da Baixada
Fortaleza	Estádio Castelão
Manaus	Estádio Vivaldão
Natal	Estádio das Dunas
Porto Alegre	Estádio Beira-Rio
Recife	Estádio Cidade da Copa
Rio de Janeiro	Estádio do Maracanã
Salvador	Estádio Fonte Nova
São Paulo	Estádio do Morumbi

Fonte: Ministério do Turismo

inteiro. Nesse sentido, há uma linha de crédito voltada para aprimorar equipamentos turísticos brasileiros que conta com recursos do orçamento e do Prodetur e inclui aporte de US$ 1 bilhão do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e outros recursos da Corporação Andina de Fomento (CAF). Segundo o ministério, deve-se ainda ampliar essa linha de crédito em mais US$ 1 bilhão — valor que após a aprovação será disponibilizado às 12 cidades-sede e regiões turísticas de entorno.

Estádios: construções e reformas

Os estádios e arredores, que costumam estar no foco da mídia — só perdendo em atenção para as jogadas em campo, as estratégias de cada técnico e as últimas da cartolagem —, figuram entre as prioridades para investimentos. O programa ProCopa Arenas do BNDES-Banco Nacional do Desenvolvimento destinará R$ 4,8 bilhões para a construção e reforma dos estádios. O BNDES financiará até 75% do custo total, limitado a R$ 400 milhões por projeto. O programa inclui ainda a urbanização da área em torno dos estádios. Na corrida para não ultrapassar o prazo de entrega, atender às determinações FIFA e se possível ainda fazer os estádios com cara de obra de arte arquitetônica — marca cada vez mais forte de competições do nível da Copa e das Olimpíadas — as cidades de Belo Horizonte, Brasília, São Paulo e Manaus contrataram o mesmo escritório de arquitetura para cuidar de suas obras. Trata-se da empresa alemã GMP, que já possui escritório no Rio de Janeiro.

A GMP exibe no portfólio o Ninho do Pássaro, estádio que simbolizou a Olimpíada de 2008 na China, e o Estádio de Berlim, recuperado para a Copa de 2006. A empresa será responsável pelo desenvolvimento de um novo estádio, que tomará o lugar do Vivaldo Lima, em Manaus, e irá colaborar no projeto de cobertura dos estádios em Belo Horizonte, Brasília e São Paulo — este último em parceria com a empresa do arquiteto Ruy Ohtake, que assina a construção de diversos hotéis, shoppings, parques e museus pelo país. Internacionalmente, o projeto do Museu da Organização dos Estados Americanos, em Washington, Estados Unidos, é dele.

EBX/Divulgação

Agência Brasil

Um dos importantes investimentos no setor hoteleiro no Rio de Janeiro: Hotel Glória, comprado em 2008 pelo Grupo EBX, do empresário Eike Batista, está sendo recuperado e passará a se chamar Gloria Palace. A adequação rápida do setor de hotéis não é acompanhada por diversos aeroportos brasileiros, que apresentam cronograma de obras em atraso.

Infraestrutura hoteleira

A construção ou reforma de hotéis é mais um segmento que merece enorme atenção — até porque o Brasil ainda é carente no setor, essencial para uma Copa e para o dia a dia de um país que cada vez mais ganha as atenções do mundo. O BNDES destinou verba de R$ 1 bilhão do programa ProCopa Turismo para construir, reformar, ampliar e modernizar hotéis. Quem comprova o aquecimento desse mercado é Álvaro Bezerra de Mello, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH Nacional. Ele usa o exemplo do Rio de Janeiro, que tem milhares de quartos sendo construídos para a Copa. "Somente na Barra da Tijuca serão levantados vários hotéis que devem gerar por volta de 3 mil quartos", prevê. Álvaro ressalta que ocorrerá ainda a reabertura do Hotel Nacional, do Glória e do Meridien, três ícones turísticos da cidade. O Hotel Glória, comprado em 2008 pelo Grupo EBX, do empresário Eike Batista, já está sendo recuperado e prevê o resgate de elementos da arquitetura original do prédio, construído há 88 anos. O hotel, que exigiu investimentos da ordem de R$ 200 milhões da EBX, tem 231 quartos e passará a se chamar Gloria Palace. A reinauguração está prevista para o quarto trimestre de 2011.

Transporte terrestre e aéreo

Mas para ver a Copa *in loco*, sonho que muitos realizam de quatro em quatro anos, é preciso, óbvio, ir aos estádios, circular pelas cidades, movimentar-se enfim. Por isso os investimentos igualmente serão fortes em transporte — e têm que ser mesmo porque o Brasil também é carente nessa área tão fundamental. Ainda de acordo com o Ministério do Turismo, haverá aporte de R$ 8 bilhões no setor nas cidades que sediarão o evento. O transporte público é prioridade mas há também os serviços indiretos. De olho nesse filão, representantes de empresas e entidades começam a se organizar. É o caso dos diretores da Turis Silva Transportes, que participaram de encontros promovidos pelo Sindicato das Empresas de Fretamento com a presença de José Fortunati, vice-prefeito de Porto Alegre e secretário extraordinário para a Copa. "Nosso tipo de serviço será muito requisitado porque o transporte público não vai conseguir atender sozinho a um número tão grande de pessoas", ressalta a diretora administrativa Vilma Porto da Silva.

Evitando um novo apagão aéreo

Aeroportos são hoje o nó górdio para os organizadores. De acordo com a Infraero – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária, estão programadas obras que vão custar R$ 5 bilhões em catorze aeroportos brasileiros. Apesar disso, os organizadores estão de olho no andamento das obras e temem apagões aéreos. A situação é considerada mais delicada do que o propalado atraso na construção dos estádios. Pesquisa do portal *www.copa2014.org.br* mostra que nem mesmo as três sedes que disputam a abertura do Mundial escaparam dos adiamentos. Os aeroportos internacionais de Belo Horizonte (Confins), Brasília (Juscelino Kubitschek) e São Paulo (Guarulhos/Cumbica), que concentrarão a maior parte do embarque e desembarque de turistas ao longo da Copa, têm obras atrasadas. Os aeroportos de Manaus, Curitiba, Cuiabá, Fortaleza, Porto Alegre e Campinas também enfrentam problemas para tocar as obras. Apenas Salvador, Rio de Janeiro (Galeão), Recife e Natal (S. Gonçalo do Amarante) estão em dia com as datas fixadas pela Infraero.

Gente treinada para receber

Formar pessoas é outro ponto nevrálgico para a Copa e está na pauta de ações governamentais. Há uma meta do Ministério do Turismo de treinar 306 mil profissionais até 2014, ao custo de R$ 440 milhões. Um dos programas já posto em prática é o *Olá, Turista!*, realizado em parceria com a Fundação Roberto Marinho. Somente em 2010, cerca de 80 mil profissionais ligados ao setor do turismo de Fortaleza, Manaus, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo farão cursos *on line* gratuitos de inglês e espanhol. Há previsão de se ampliar o programa para as outras capitais que sediarão a Copa de 2010. Para o gerente geral de Teleducação da Fundação Roberto Marinho, Nelson Santonieri, o turismo é um dos campos profissionais mais promissores no Brasil nesta década. "A Copa e a Olimpíada de 2016 vão alavancar ainda mais o setor e, certamente, o profissional que se aperfeiçoar vai ganhar muito em oportunidades".

Poderosa ferramenta de marketing turístico

Eventos esportivos são as mais importantes vitrines mundiais para mostrar um país ou uma cidade ao planeta, na opinião de Josep Chias, doutor em Ciências de Gestão, master em Administração e uma das principais referências mundiais em marketing turístico e público. Ter uma ferramenta como a Copa à disposição é um privilégio único, segundo o especialista. "Em 2014, para muitas pessoas será quase a quebra da imagem estereotipada e primária que se tem sobre o Brasil e, para outros, mais experientes, uma renovação desta imagem", avalia Chias.

"Se tivermos a capacidade de seduzir e informá-los sobre o Brasil, sobre a sua imensidão continental, sua diversidade natural, sua cultura viva, sua gente e, sobretudo, o profissionalismo e a qualidade da oferta turística, vamos colocá-lo em um novo patamar, para que seja um país ao qual sempre podem voltar, pois há muito o que conhecer e porque é onde o futuro acontece a cada dia", ressalta.

Seja no turismo, na construção civil ou nos transportes, com ou sem título de campeão no Mundial da África do Sul, o fato é que o Brasil já entrou definitivamente no campo dos negócios para a Copa de 2014. E os empresários brasileiros que ainda não despertaram para os "negócios da bola", o momento é chave – é pegar ou largar as oportunidades nos próximos quatro anos. □

AMAZONAS
A DIVERSIDADE POR NATUREZA

Amazonas investe em infraestrutura e na transformação econômica e social para ampliar oportunidades, atrair investimentos e levar o desenvolvimento a regiões do interior

POR LEANDRO RODRIGUEZ

Instalada há mais de dez anos no Brasil, a marca de monitores para computador AOC planeja investir R$ 20 milhões na construção de uma nova fábrica de telas de cristal líquido (LCD). A unidade ainda não tem lugar confirmado, mas algumas informações vindas a público apontam para o Amazonas, a exemplo do que fez recentemente a holandesa Philips, pioneira na fabricação desse tipo de equipamento no País. Ao montar linhas de produção próprias, as duas multinacionais reagem ao que especialistas têm definido como uma revolução no mercado interno: o consumo dá impulso à economia, favorecido pelo maior poder de compra da população de baixa renda, com os eletroeletrônicos entre os produtos mais procurados. A escolha do Amazonas, por sua vez, reflete a procura por melhores condições de produção.

Incentivos fiscais diferenciados

"O fator preponderante para a atração de investimentos é a existência de incentivos fiscais diferenciados, que compensam as desvantagens de localização no interior do Estado, possibilitando a existência de uma economia competitiva de base industrial de padrão tecnológico na Zona Franca de Manaus (ZFM)", avalia Ronaldo Mota, diretor executivo do Centro da Indústria do Estado do Amazonas (Cieam). Para ele, os eletrônicos de consumo – particularmente televisores de tela de plasma e LCD – se destacam pelo apelo tecnológico, a realização da Copa do Mundo, a facilidade de crédito e a elevação da renda das classes pobres. Em 2010, os investimentos realizados pelas empresas de eletroeletrônicos do Polo Industrial de Manaus (PIM) – que faz parte da ZFM – e os polos Comercial e Agropecuário, somaram US$ 2,6 bilhões em 2009, frente ao US$ 1,8 bilhão registrado em 2005.

Proximidade dos Estados Unidos e Europa

"Ao transformar Manaus em um centro econômico próspero, gerador de renda, emprego e tributos, a Zona Franca evitou prejuízos para a floresta, tornando-se um projeto estratégico, de conotação geopolítica", completa Mota. Maior Estado brasileiro, com população de 3,3 milhões e Produto Interno Bruto (PIB) de cerca de US$ 18 bilhões, o Amazonas se beneficia nos últimos anos da "descoberta" do Norte e do Nordeste pelo varejo – o que o torna uma região alternativa estratégica – e dos preparativos para a Copa do Mundo de 2014, despontando como opção para os investimentos. A proximi-

dade maior dos Estados Unidos e da Europa facilita o escoamento da produção, enquanto o aproveitamento das riquezas naturais e o desenvolvimento de negócios relacionados com o meio ambiente geram novas oportunidades. No geral, as transformações econômicas e sociais são acompanhadas da diversificação na indústria e no comércio.

"O perfil dos investidores é variado. Podem ser as multinacionais instaladas no distrito industrial de Manaus ou as micro e pequenas empresas reunidas, por exemplo, no I Distrito de Micro e Pequenas Empresas de Madeira e Móveis (Dimpe), um empreendimento de R$ 11 milhões e gerador de 360 empregos diretos e 1.080 indiretos realizado pelo governo estadual, em parceria com a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) e órgãos ligados ao setor", esclarece Marcelo Lima Filho, secretário de Estado de Planejamento e Desenvolvimento Econômico. Segundo Lima Filho, esse novo distrito é um exemplo das possibilidades para quem investe: do mesmo modo que um condomínio empresarial, está dividido em lotes urbanizados com diferentes recursos de infraestrutura, como unidade de tratamento de resíduos e líquidos.

Crescimento recorde do Polo Industrial em 2010

Mesmo o PIM, criado em 1967, dá sinais de diversificação. Parte do recorde de US$ 2,3 bilhões movimentados em janeiro de 2010 – volume 70% superior ao mesmo período de 2009 – foi possível graças à chegada de indústrias madeireiras e navais. Junto com as de setores mais estabelecidos (eletroeletrônicos, duas rodas e termoplástico), elas aquecem a produção do polo industrial. Segundo o secretário, mais de 400 empresas do PIM priorizam a sustentabilidade e o avanço tecnológico.

Lei modernizada traz padrões de incentivos

"O principal motivo de atração de recursos para o Estado, no entanto, foi uma nova lei de incentivos fiscais de 2003 que modernizou a relação com o setor produtivo, definindo padrões de isonomia na concessão de vantagens tributárias às empresas comprometidas com a geração de renda e o emprego na capital e em cidades do interior", acrescenta.

Entre os benefícios fiscais oferecidos, dependendo dos produtos, os principais são a redução do Imposto de Importação (II) e a isenção total do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) administrados pela Suframa, o abatimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) pelo governo estadual e o desconto do Imposto de Renda (IR) pela Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (Sudam). De 2003 a 2009, o Amazonas recebeu investimentos estimados em R$ 22 bilhões, com oferta de 81 mil postos de trabalho em 1.381 novos empreendimentos.

"Atualmente, o segmento mais verticalizado é o de duas rodas, cuja taxa de nacionalização chega a 75%. O eletroeletrônico tem um índice de 40%. No entanto, outros segmentos como o mecânico e o químico estão apresentando re-

(1) Indústria de motos, uma das mais verticalizadas, com 75% de nacionalização. (2) Linha de eletroeletrônicos no Polo Industrial - carro-chefe no Estado. (3) Obras do Gasoduto que garantirá energia a preços mais baratos. (4) Ponte sobre o Rio Negro, ligando Manaus a Iranduba: alternativa logística, sem prejudicar a navegação de embarcações de grande porte

AMAZONAS

Polos de potencial no Estado

Alguns segmentos se destacam em perspectivas de crescimento nos próximos anos no Estado do Amazonas:

Pescado	Tabatinga
Mineral cerâmico	Iranduba
Artesanato e culinária	Tabatinga
Naval	Manaus
Fitoterápicos e fitocosméticos	Manaus
Fécula e farinha de mandioca	Manacaparu
Madeira, móveis e artefatos	Manaus
Polpas, concentrados de frutas	Itacoatiara
Turismo ecológico	Manaus
Produtos e serviços ambientais	Boa Vista do Ramos

Fonte: Seplan/AM

sultados expressivos em faturamento", observa Flávia Skrobot Barbosa Grosso, superintendente da Suframa. Em crescimento, por sua vez, as empresas químicas e de mecânica começam a ganhar terreno, enquanto as de cosméticos, com perspectivas de expansão, recebem capital para o desenvolvimento da matéria-prima regional, a exemplo do que é feito no Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA), criado em 2006 para estimular a produção baseada na biodiversidade amazônica. De valor econômico incalculável, o patrimônio natural gera potencial – e interesses renovados – para a pesca, a fruticultura, a madeira e mobiliário, o turismo, a agroindústria, a bioindústria e a mineração.

Energia mais barata com o gasoduto Manaus-Coari

A produção de energia renovável da biomassa, originada de resíduos industriais, como cascas de cacau, cupuaçu e tucumã, abundantes na região, chama a atenção de número crescente de companhias. "Também estudamos a eficiência do óleo do dendê, como aditivo ou suplemento do óleo diesel, em motores de combustão. Temos ainda a opção de explorar a energia solar, uma fonte limpa, renovável e permanente", assegura Lima Filho. A renovação da matriz energética é uma das apostas para o futuro. Com a conclusão das obras do gasoduto Manaus-Coari, no ano passado, a capital será abastecida com energia a custos mais baixos para a população, empresas e indústria. Com 660 quilômetros de extensão, o gasoduto tem capacidade de fornecer 9,5 milhões de metros cúbicos de gás por dia, provenientes de Urucu, segunda maior reserva de gás natural do Brasil.

Investidores atentos à questão da sustentabilidade

Em recente visita ao Amazonas, empresários chineses conheceram o modelo da Suframa e outras vantagens do Estado. Liderados por Carlos Chanduvi Suarez, gerente do Programa Regional para a América Latina e Caribe da United Nations Industrial Development Organization (Unido), braço da Organização das Nações Unidas (ONU) para o desenvolvimento industrial, os visitantes também ficaram atentos às potencialidades energéticas locais. "A abundância de recursos minerais, tais como petróleo, gás natural, bauxita, cassiterita, nióbio e potássio, é uma das características principais do território", aponta Suarez. Acostumado a apresentações para estrangeiros, o representante da ONU reforça que as oportunidades estão associadas a uma preocupação com a sustentabilidade, inclusive em setores pouco associados ao tema, como o de mineração. "A Suframa identificou uma série de oportunidades de negócios ecologicamente sustentáveis em 19 sub-regiões, tendo-se a vantagem da posição estratégica em relação a grandes consumidores mundiais de matérias-primas", atenta.

Copa 2014: um impulso à infraestrutura

Uma dúvida dos investidores, no entanto, é a infraestrutura, vital para o transporte e o escoamento da produção. Algumas obras recentes devem dar fôlego à logística das empresas, e a

1

2

3

4

5

6

Polo Industrial de Manaus - PIM

Setores industriais de maior destaque

Eletrônicos	55%
Duas Rodas	15%
Concentrados	11%
Termoplásticos	8%
Embalagens	4%

Foto: Renato Velasco

Acima, **Flávia Skrobot Grosso**, superintendente da Suframa, garante: interligação do AM ao Sistema Elétrico Nacional e ampliação da oferta de banda larga no Estado. À direita, **Ernandes Melo**, da DHC Auditoria, associada GBrasil no AM: "Copa do Mundo atrairá redes hoteleiras, grandes construtoras e empresas interessadas em grandes projetos".

NA COLUNA DE FOTOS - (1) Centro de Biotecnologia da Amazônia - CBA em Manaus, com pesquisas sobre a biodiversidade e desenvolvimento de produtos e de processos bioindustriais. (2) Programa *Cetam na Empresa* leva conhecimento técnico à base produtiva na fábrica Sundown (motos). (3) Secretário de Planejamento, Marcelo Lima em comunidade Paranapara: "Turismo cultural e ecológico como estímulo ao desenvolvimento". (4) Beneficiamento de castanha do pará em Amaturá (5) Casca de tucumã: um dos resíduos que geram energia para o AM. (6) Indústria do Polo Moveleiro de Itacoatiara.

À ESQUERDA, Polo Industrial de Manaus

expectativa é de que a Copa do Mundo favoreça ainda mais as condições. "Esse evento atrairá redes hoteleiras, grandes construtoras e empresas interessadas em grandes projetos, como a Arena da Amazônia, onde serão realizados os jogos", exemplifica Ernandes Melo, da DHC Auditoria.

O estádio tem orçamento inicial de R$ 499 milhões, e deve gerar cerca de 6 mil empregos. Também está prevista a implantação de um metrô de superfície conectado ao sistema Business Rapid Transit (BRT), estimado em R$ 1,3 bilhão, de acordo com a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico do Amazonas (Seplan). O Aeroporto Internacional Eduardo Gomes, disse recentemente o presidente da Infraero, Murilo Barbosa, passará por reformas de cerca de R$ 326 milhões para aumentar a capacidade de passageiros.

"Está em andamento a interligação do Amazonas ao Sistema Elétrico Nacional (SIN), por meio do Linhão de Tucuruí, que também vai ampliar a oferta de internet de banda larga", completa Flávia, da Suframa. Uma das maiores obras de interligação da região, a ponte sobre o Rio Negro, ligando Manaus a Iranduba, com 3,2 quilômetros, reflete a estratégia de melhorar as alternativas logísticas, sem prejudicar a navegação de embarcações de grande porte. Além disso, 11 portos estão sendo construídos no interior do Estado, com a estimativa de que outros 15 entrem em operação nos próximos anos, deslocando o desenvolvimento para outras áreas. Nesse sentido, o turismo cultural e ecológico atua como um estímulo. "As cidades do interior apresentam significativo avanço econômico. Presidente Figueiredo, a 107 quilômetros da capital, é atualmente um dos maiores polos turísticos do Estado, devido à preservação ambiental. Em Maués, a produção de guaraná é exportada para a Alemanha, Estados Unidos e Japão. Parintins, por sua vez, é palco de uma das maiores festas folclóricas nacionais", cita Lima Filho.

A atração de mais companhias e negócios, no entanto, dependerá do comprometimento e do aperfeiçoamento contínuo da infraestrutura, prevê o diretor executivo do Cieam, Ronaldo Mota. "Ela ainda é insuficiente para constituir fator determinante como estímulo aos investimentos. Atualmente, a política de incentivos fiscais é o motivo principal para a vinda de novas empresas", conclui. □

OLHOS SEM LÁGRIMAS

Uso do computador em excesso pode gerar a síndrome do olho seco. Distúrbio atinge cerca de 20 milhões de brasileiros – adultos e crianças – e pode ter múltiplas causas associadas

POR ANDRÉA ANTONACCI E ÂNGELA TESSICINI

Olhos avermelhados, pálpebras inchadas e olheiras nem sempre são, como costuma se pensar, sintomas de cansaço. Se aparecerem com frequência ou acompanhados por uma desagradável sensação de areia nos olhos, esses incômodos podem representar um sinal de alerta para a síndrome do olho seco. Não é um problema incomum. Ao contrário. Afeta cerca de 20 milhões de brasileiros — o que a torna o segundo maior motivo de consultas a oftalmologistas no país — e 15% da população mundial. Ou seja, quase 1 bilhão de pessoas têm a síndrome sem mesmo saber seu nome. A doença, denominada cientificamente de ceratoconjuntivite sicca, o que ainda menos pessoas que a tem devem saber, é causada por um desequilíbrio na produção de lágrimas, fator que provoca inflamação na superfície do olho.

Apesar de levar o termo seco no nome a doença não ocorre sempre por falta de líquido nos olhos. Muitas vezes há produção lacrimal, só que de baixa qualidade. "A quantidade e a qualidade da lágrima são fundamentais para a saúde da córnea, que precisa estar sempre bem lubrificada para se manter transparente e permitir a visão", explica José Álvaro Pereira Gomes, professor livre docente do Departamento de Oftalmologia da UNIFESP — Universidade Federal de São Paulo — e presidente científico da Associação Brasileira de Portadores de Olho Seco. "A lágrima não é formada apenas por água", explica ele. "Também tem componentes gordurosos cuja função principal é retardar a evaporação." A disfunção acontece quando há queda na produção dessa gordura, trazendo a sensação de corpo estranho, ardor ocular e fotofobia, além de, em casos mais graves, prejudicar a acuidade visual, ou seja, a capacidade de se perceber a forma e o contorno dos objetos. Devido à baixa lubrificação, pacientes com olho seco são mais propensos a outras doenças como conjuntivites e úlceras de córnea.

Mas então fica uma pergunta: quais os fatores que desencadeiam essa diminuição na produção de gordura da lágrima? "Predisposição genética, idade e fatores hormonais, como menopausa, estão entre as causas principais", relata o oftalmologista. O mau funcionamento das glândulas meibomianas, que trabalham como pequenos reservatórios de gordura situados na base dos cílios, ainda pode fazer mal à rotina saudável do olho. A cada piscada essas pequenas glândulas são espremidas e soltam uma substância gordurosa que vai para as lágrimas. "Caso não atuem direito podem fazer com que uma parcela menor dessa gordura seja liberada", detalha Gomes. "E caso uma pessoa pisque pouco também."

Efeito da TV e do computador

Algumas doenças como a blefarite, inflamação persistente das pálpebras, podem alterar a qualidade do líquido lacrimal, e o uso de medicamentos anti-estamínicos, antidepressivos ou anti-hipertensivos interferem em sua produção. Ao primeiro sinal de irritação ocular, pacientes que tomam esses remédios devem consultar o oftalmologista. Crianças são menos propensas ao olho seco, pois produzem mais lágrimas e de melhor qualidade, mas podem ocorrer casos, principalmente entre as que passam muitas horas seguidas em frente à televisão ou computador. Efeitos da geração game.

O impacto do uso do computador sobre a síndrome, aliás, é uma questão séria e de solução nem sempre simples. Estudos revelam

que pessoas — crianças ou não — que ficam em frente à tela durante mais de três horas diárias costumam piscar até 60% menos do que o normal. A razão é que a atividade requer um tipo de atenção ativa que as faz esquecerem de piscar. "A lágrima evapora quando o olho permanece aberto durante muito tempo", diz Gomes. "E isso também ocorre durante leituras prolongadas ou quando uma pessoa faz uma longa viagem dirigindo." Mas há solução para esses casos — e bem simples. "O jeito é lembrar-se de piscar com frequência para lubrificar os olhos e, seja no computador, ou no carro numa viagem comprida, procurar fazer pequenas pausas em intervalos de tempo regulares", aconselha ele. Lentes de contato inadequadas e fatores ambientais como baixa umidade relativa do ar, locais poluídos e exposição a raios UV igualmente podem contribuir para o agravamento dos sintomas. Tomar bastante água e seguir uma dieta rica em vitaminas A e E e ômega 3 — presente nos peixes de água fria, sementes de linhaça, nozes e algumas verduras — ajudam a melhorar os incômodos.

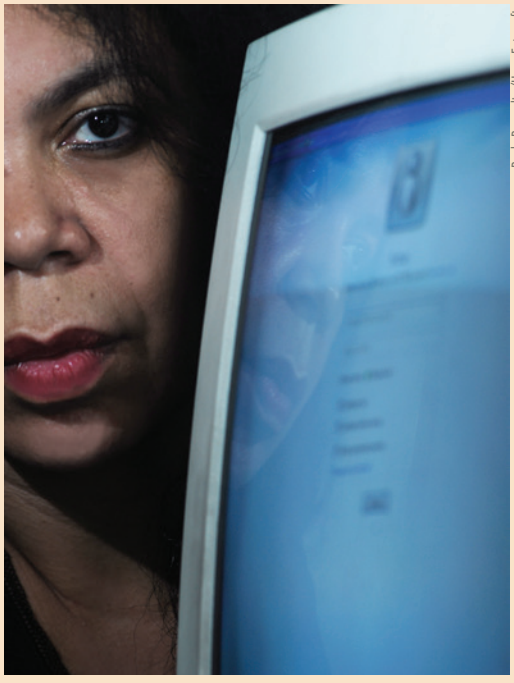
Apesar de a maioria dos casos de síndrome do olho seco serem leves, há uma parcela de 10% deles que, se não forem tratados de maneira adequada, podem até levar à cegueira. O diagnóstico nunca deve ser caseiro. Os oftalmologistas aplicam testes específicos para verificar se a pessoa tem a síndrome. Um leigo poderia confundir a doença com conjuntivite e tratá-la de forma errada. Por tudo isso vale a regra de sempre: procurar um especialista assim que os sintomas surgirem.

CUIDADO E AJUDA MÉDICA

A secretária Márcia Oliveira, que atua na área financeira, descobriu há dois anos que sofria da síndrome do olho seco, mas lembra de conviver com os sintomas da doença por cerca de cinco anos. Ela passa pelo menos oito horas em frente ao computador e em finais de semana, nada de descanso.

A sensação de olho seco e embaçado incomodou tanto a secretária que ela decidiu procurar ajuda médica. Depois do diagnóstico — e das informações dadas pelo médico — a secretária quis entender ainda mais. Em suas buscas, chegou ao site da Associação Brasileira de Portadores de Olho Seco. "Foi uma importante contribuição para ter mais dados sobre a síndrome", observa.

Hoje Márcia convive bem com a síndrome e os cuidados diários incluem o uso de colírio, medicamento que ela sempre mantém no escritório e na bolsa. Uma dica da secretária aos portadores da doença é desviar o olhar da tela do computador algumas vezes ao longo do dia e lembrar de piscar sempre. "É recomendável descansar por cinco minutos após longa permanência em frente ao aparelho e manter a tela um pouco abaixo da linha de visão, o que reduz a área de exposição dos olhos. E o fundamental, segundo ela, é sempre procurar o médico e não se automedicar. "Muita gente tem, não sabe e não procura ajuda. E isso só contribui para piorar o quadro", analisa. □



Paulo Pampolin/Hype Fotografia

A secretária Márcia Oliveira convive há varios anos com da síndrome do olho seco: uso de colírios e técnicas para minimizar a falta de lubrificação dos olhos

PARA SABER MAIS, ACESSE: HTTP://WWW.APOS.ORG.BR/

O INDISPENSÁVEL IDIOMA DOS NEGÓCIOS

Não é inglês, espanhol ou mandarim o idioma principal e atual no ambiente de negócios. A língua nativa é outra, bastante antiga, segundo o milionário Warren Buffet

POR MÁRIO MATEUS*

Mary Buffett e David Clark, no livro *O Tao de Warren Buffett*, reuniram 125 máximas de Warren Buffett, o bilionário americano, tido como gênio das finanças, célebre pela capacidade de interpretar e avaliar o mercado de ações. Ao longo da vida, ele realizou investimentos que lhe renderam alguns milhões de dólares e o fizeram conhecido em todo o mundo.

Tao (caminho, em chinês) "é o princípio oculto do universo: ele rege todas as coisas". Warren Buffett – para Mary Buffett e David C1ark – pode até não "reger todas as coisas", mas, quando se trata de converter idéias em ação, isto é, em dólares, ninguém como ele para traçar o tao, o caminho, ou seja, o mapa precioso e seguro para se chegar à terra encantada da fortuna e do sucesso.

Na verdade, Warren Buffett não sabe apenas ganhar dinheiro. Sabe, também, aplicar o dinheiro que ganha. Em 2007, como foi amplamente noticiado pelos meios de comunicação, doou U$ 32 bilhões de dólares à fundação de Bill Gates. Por essa e outras razões, Mary Buffett e David Clark o consideram como um modelo a seguir, pois o bilionário, diferentemente do que se pode erroneamente imaginar, sabe combinar sucesso profissional e realizações na vida privada.

Numa das máximas, diz Warren Buffett: "A Contabilidade é a língua dos negócios." E mais adiante, lê-se: "Existem muitas maneiras de descrever o que está acontecendo com uma empresa, mas, seja lá o que se diga, sempre se retorna à língua da Contabilidade."

Contam ainda Mary Buffett e David Clark que, interrogado pela filha de um de seus parceiros sobre o curso que deveria fazer na faculdade, o bilionário, reafirmando suas convicções ditadas pela experiência, respondeu: "Contabilidade. Contabilidade é a língua dos negócios".

Eis aqui uma afirmação lúcida, uma confissão por escrito de empresário que compreende e interpreta inteligentemente os princípios essenciais a uma gestão de sucesso. A Contabilidade é mesmo a língua dos negócios, a fonte fidedigna de números e dados para o estabelecimento de um confronto e de uma correta avaliação. Se se pensa em exame perspicaz e racional das variações patrimoniais, pensa-se logo em Contabilidade.

Sem a Contabilidade, todas as vezes em que as pessoas se reunissem para tomar decisões, os encontros prolongar-se-iam horas e horas. Muito frequentemente, seria tomado o caminho das divagações – e por uma razão simples: não se teriam disponíveis números e dados. E – sem relatórios precisos – as decisões não teriam a base sólida e científica da Contabilidade, que interpreta, classifica e registra os fatos, assegurando, desse modo, eficiência à gestão do patrimônio.

"No mundo moderno, caracterizado pela organização e racionalização de todas as atividades", o Contabilista, para responder aos desafios, tem de pesquisar e informar-se, garantindo, assim, a prestação de serviços de qualidade, em outras palavras, a informação que gera resultados e cria a diferença competitiva.

Como "não se concebe qualquer empreendimento sem plano prévio de ação", citando o professor Hilário Franco, também não se logra êxito quando se tenta conceber a existência de uma gestão de sucesso sem a presença de um contabilista, que fornecerá os números, sem os quais – e outra vez cedemos a palavra a Warren Buffett – "não se pode interpretar a demonstração financeira de uma empresa" e, consequentemente, avaliar de forma lógica as variações do patrimônio.

Considerando-se, pois, o que foi dito acima, no dia 25 de abril, Dia do Contabilista, prestemos uma merecida homenagem a esse profissional, personagem de relevo na tomada de decisões e parceiro de extrema valia na hora de se falar "a língua dos negócios". □

* Contabilista, Advogado, Pós-graduado em Ciências Contábeis pela FGV, MBA em Direito Tributário pela FGV, Conselheiro do CFC (Conselho Federal de Contabilidade), Diretor da Associação Comercial de Minas Gerais, Membro do Fórum de Líderes da Gazeta Mercantil, Diretor da Matur Organização Contábil. Autor do livro Os sentidos do empreendedorismo.

ASSESSORIA CONTÁBIL
Roberto Cavalcanti & Cavalcanti S/C Ltda.

- Assessoria contábil
- Assessoria Trabalhista e Previdenciária
- Auditoria Independente de Demonstrações Contábeis
- Assessoria Societária
- Auditoria Fisco-Tributária
- Auditoria Operacional e de Gestão
- Consultoria Contábil-Financeira
- Consultoria Fisco-Tributária
- Análise Econômico-Financeira Empresarial
- Implantação e Análise de Controles Internos
- Análise Diagnóstica Empresarial

Associada GBrasil
Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade

ROBERTO CAVALCANTI & ASSOCIADOS • Av.Almirante Barroso, 1020 - Torre
58040-220 • João Pessoa - PB • Tel (83) 3048-4243
www.robertocavalcanti.cnt.br

CONTABILIDADE RACIONAL COM SISTEMAS INTEGRADOS

A J.Mainhardt | GBrasil vem trilhando um caminho inovador no *outsourcing* de gestão de médias empresas: a oferta de um sistema ERP aliado ao serviço contábil, gerando um movimento sinérgico e de parceria com o cliente

POR CARLOS MAINHARDT*

Em qualquer profissão, todos sofrem com os efeitos da evolução. É necessário se adaptar aos novos cenários sob pena de se perder mercado. No outsourcing contábil, as transformações foram substanciais nos últimos 10 anos e vêm promovendo uma revolução impositiva no setor. A tecnologia da informação permeou de modo profundo as atividades das empresas e do fisco, induzindo em todos que participam desse processo a necessidade de se enquadrar na nova forma de contabilizar e demonstrar os números de uma organização. A informação passou a trafegar de forma mais ágil e transparente e dar lugar a uma nova forma de administrar um negócio.

Ao analisarmos essas transformações percebemos que elas tiveram como motores principais os sistemas de gestão integrados no ambiente das grandes empresas – os conhecidos ERPs –, e a crescente informatização do aparelho fiscal do governo em suas três esferas – municipal, estadual e federal. A informação que era dada ao poder público em forma de papel praticamente foi substituída pela via digital, permitindo ao governo uma inteligência fiscal poderosa e de uma eficiência a dar inveja a muitas organizações empresariais ao redor do mundo. Esse advento tem seu ápice no SPED, neste momento em franco processo de implantação pelo contribuinte brasileiro.

Neste novo contexto, lembremos, dois fatores econômicos vieram interferir positivamente na atividade contábil: a queda da inflação e a estabilização da moeda brasileira. Elas ajudaram a eliminar a rotina insana do contador de elaborar balancetes que quando chegavam às mãos do executivo já não espelhavam mais a realidade da empresa; eram números que não traduziam o momento do negócio. Afoito para cumprir prazos e obrigações do governo e sem as facilidades tecnológicas de hoje, o contador perdia seu brilho e sua função junto ao centro de decisão nas empresas.

Foto: André Coelho de Só

A realidade atual passa a exigir do prestador de serviço contábil uma compreensão mais ampla do negócio de seu cliente e uma postura de parceria em relação à gestão. O cliente agora está mais preocupado com resultados operacionais do que com a parte fiscal. Percebendo essa mudança, a J.Mainhardt iniciou em 2002 a verticalização de seus serviços criando a J.Mainhardt Sistemas Corporativos, com soluções de integração. Firmamos ainda uma parceria com a Senior, empresa de softwares de gestão. A verdade é que, de tanto acompanhar os processos de implantação de sistemas em nossos clientes em Santa Catarina – muitos de origem multinacional – e compartilhar os desafios

dessa missão, incorporamos uma *expertise* vencedora nessa área. Percebemos não apenas a nova realidade do cliente, mas também do momento contábil, trazendo para dentro da J.Mainhardt toda a eficiência que a tecnologia poderia nos proporcionar. Essa batalha nos mostrou caminhos de custos mais reduzidos, diminuição drástica do retrabalho e convergência do esforço profissional no sentido de gerar relatórios cada vez mais elucidadores e eficientes para o empresário.

Migramos da condição de meros digitadores e apuradores de impostos, para profissionais de contabilidade em sua plenitude, oferecendo fechamentos quase diários para o cliente por meio dos processos integrados. A contabilidade não mais lança os dados, apenas os valida. Neste novo cenário trabalhamos com cérebros, mão de obra pensante, para prestar informações gerenciais, análises e visão crítica da situação. Gente que questiona o que está sendo feito e agrega valor. Profissionais que trazem a informação clara, sem nenhum desvio de dado, com indicadores de performance consistentes como grau de endividamento, liquidez seca, liquidez corrente, patrimônio líquido e giro de estoques.

Para a implantação dos sistemas nas empresas assumimos o conceito de "projeto" em cada cliente. Dessa forma, não somos só contadores e não só consultores de sistemas. Somos uma empresa que coordena um projeto sob uma mesma bandeira, "a contabilidade em plataforma integrada". Tudo isso num único fornecedor e com um cronograma coordenado em suas várias vertentes. O cliente ganha em redução de prazo de implantação devido à eficiência que se tem na condução do projeto. Essa eficiência nos dá um diferencial já que o grande gargalo nas implantações de ERPs tem sido o cumprimento de cronogramas.

Nesse modelo de negócios, em que a postura de parceria é fundamental, temos abraçado desafios importantes na área industrial, setor muito mais vulnerável a controle de custos para composição de preços de produtos. A J.Mainhardt tem assumido projetos nas áreas têxtil, metal-mecânica, plásticos e embalagens. Destacamos aqui o da Vega do Sul, hoje Arcelor Mittal (um dos maiores grupos siderúrgicos no mundo), que envolveu *outsourcing* contábil, fiscal e RH. Ali nossa equipe enfrentou grandes desafios de integração de sistemas, envolvendo o Sapiens, o VETORH com o SAP. Com a participação da BMS – Belgo Mineira Sistemas, concluímos com sucesso o projeto que julgamos um dos maiores de *outsourcing* contábil já implementados no Brasil. A recepção pelo mercado desse novo modelo de operação tem sido a melhor possível, o que nos dá a segurança de que estamos sim, no caminho certo. □

CARLOS MAINHARDT, 43 ANOS, É BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS E DIRETOR COMERCIAL DA J.MAINHARDT | GBRASIL EM BLUMENAU-SC.

Pesquisa apresentada em Florianópolis mostra crescimento contínuo e consistente do GBrasil

Sob nova presidência, o Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade teve seu primeiro encontro semestral de 2010 em Florianópolis-SC. O anfitrião foi o novo presidente do GBrasil, Nilson Göedert, da RG Contadores. O 33º Encontro aconteceu nos dias 18 e 19 de março no Hotel Blue Tree Towers, no Centro de Florianópolis e mais uma vez promoveu a troca de experiências e conhecimento entre os representantes das 32 empresas associadas. O GBrasil se constitui hoje na maior aliança empresarial do País no segmento contábil.

Foram temas deste encontro o *Sped Fiscal – Responsabilidade de sua Implementação* e a *Armazenagem de Arquivos*; o *Patrimônio de Afetação das Incorporações Imobiliárias*, tratado pelo empresário *Daniel Salgueiro*, da Controle Associados de Maceió-AL ***(foto 3***) e o *Ponto Eletrônico* e *Homologanet* – assunto polêmico e que permitiu uma troca rica de experiências entre os associados.

Uma apresentação especial de *Nilton Joel Göedert* ***(foto 1)*** ofereceu aos participantes a oportunidade de conhecer em profundidade como a RG Contadores, empresa anfitriã, se estrutura e opera no mercado de Florianópolis. Fundada há 25 anos, a RG possui hoje 336 clientes de setores econômicos diversos, mas em sua maior parcela - 35% - prestadoras de serviço.

Como expositores externos, participaram do encontro, o diretor comercial Emerson Colombo e o diretor técnico Marcondes Borba, da Domínio Sistemas ***(foto 2)***. Eles fizeram uma explanação especial do Contábil Plus, sistema aplicado ao setor contábil. A empresa é considerada uma das grandes fornecedoras de sistemas para o setor contábil.

Como parte de suas atividades de desenvolvimento, o GBrasil realiza anualmente uma pesquisa com seus associados. A abordagem traz resultados que auxiliam no monitoramento do mercado e do *modus operandi* das empresas que integram a aliança contábil. Dados relativos a 2009 mostram que o GBrasil teve um crescimento de 8,49% em número de clientes, se comparado ao ano de 2008, o que se refletiu em um faturamento também crescente, na ordem de 12,46%. O estudo mostrou ainda que entre 2008 e 2009 foram contratados mais 101 colaboradores pelo conjunto de empresas do GBrasil, um acréscimo de 4,39% se considerado o mesmo período anterior. Hoje o GBrasil emprega 2.375 pessoas.

Próximo encontro

O GBrasil deverá se reunir novamente em 28 e 29 de outubro, em Cuiabá-MT. A empresa anfitriã será a Contabilidade Scalco.

45 anos de Orcose na capital paulista

Os clientes e parceiros da Orcose Contabilidade | GBrasil comemoram neste primeiro semestre de 2010, os 45 anos de atividade da empresa na capital paulista. O presidente da organização, o contador *José Serafim Abrantes* (foto abaixo, à esq), ex-presidente do Conselho Federal de Contabilidade (1998), destaca a credibilidade como principal legado do empreendimento. "Ela é a vitrina de nossas convicções e práticas", analisa. Com uma carteira de 380 clientes, composta por empresas de todos os portes e setores econômicos, a Orcose possui um time de 120 colaboradores, muitos deles com 10, 15, 20 anos de casa. Localizada no bairro Vila Olímpia, Zona Sul da capital, a empresa tem seus departamentos distribuídos em onze pavimentos de um edifício próprio, com arquitetura voltada para o fluxo de trabalho contábil. "O fato de atendermos empresas de todos os portes e nichos de mercado, acabou nos favorecendo no sentido de nunca ficarmos vinculados somente a um setor econômico", comenta Julio Linuesa, diretor e sócio da Orcose. "Nossa meta é um crescimento médio anual de 10% nos próximos 10 anos", planeja Abrantes.

Manuel Pinho indicado para prêmio empresarial em Portugal

O presidente da DPC | GBrasil (Rio de Janeiro e São Paulo), Manuel Domingues e Pinho, foi indicado ao prêmio Empreendedorismo Inovador na Diáspora Portuguesa, uma iniciativa da Cotec – Associação Empresarial para a Inovação. A entidade, criada em 2003 por iniciativa do governo português, é composta pelos maiores empresários daquele país e dedica-se à difusão da cultura e prática da inovação no meio empresarial. A premiação reconhece e divulga publicamente cidadãos portugueses que moram em outros países e se destacam nessas localidades por suas atividades empresariais. O desempenho também deve estar relacionado ao estímulo de cooperação entre Portugal e o país em que o candidato desenvolva ou tenha desenvolvido sua carreira. Os indicados devem residir fora de Portugal há mais de cinco anos. No caso de Pinho, são 53 anos vivendo no Brasil, sendo 26 deles à frente da DPC. O prêmio será entregue dia 8 de junho pelo presidente português Aníbal Cavaco Silva. Para Pinho, apenas a indicação já representa uma conquista. "É um orgulho ser lembrado pelo meio empresarial português", diz.

Ronaldo Hella na diretoria da Fenacon

O empresário GBrasil Ronaldo Marcelo Hella, da D.Duwe Contabilidade, de Porto Velho-RO, passará a integrar, a partir de julho, a diretoria da Federação das Empresas de Serviços Contábeis - Fenacon. Ele foi eleito vice-presidente para a região Norte em maio, numa chapa que reelegeu presidente o empresário paranaense, Valdir Pietrobom. Serão três anos à frente da federação, que vem lutando fortemente para a diminuição dos encargos tributários dos empresários em geral e, em especial, os da área de serviço.

Euclides Locatelli assume diretoria jurídica do Sescap-PR

Euclides Locatelli, diretor da EACO – Consultoria e Contabilidade, associada GBrasil em Curitiba-PR, assumiu em março a diretoria jurídica do Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado do Paraná (SESCAP-PR). Criada em 1987, a entidade desenvolve ações institucionais, como cursos, encontros e seminários, e defende os interesses da categoria em nível nacional.

Didmar Duwe orienta contadores do interior de Rondônia sobre o Empreendedor Individual

O empresário Didmar Duwe (*foto ao lado*), da D.Duwe | GBrasil, encerrou em abril, na cidade de Guajará Mirim, a programação do Sindicato das Empresas de Contabilidade de Rondônia - Sescap/RO de treinamentos sobre a legislação do empreendedor individual. O Sescap, em parceria com o Sebrae, em três meses instruiu profissionais de contabilidade dos municípios-pólos de Ariquemes, Ji Paraná Cacoal, Pimenta Bueno, Rolim de Moura e Vilhena, além de Porto Velho. Didmar, atual vice-presidente do Sescap/RO, ressalta que a nova legislação tem um alcance social muito grande e trouxe uma série de benefícios para viabilizar a formalização do negócio de pequenos empreendedores, aqueles com ganhos inferiores a R$ 36 mil/ano. São exemplos desse universo, pessoas que trabalham em atividades como culinária, artesanato, serviços de estética, serviços de manutenção e reparação em geral. O registro da empresa é simples e sem burocracia e o empreendedor terá direito a aposentadoria por idade e invalidez, salário-maternidade, pensão por morte e auxílio reclusão, e a possibilidade de acesso a serviços bancários, crédito, obtenção de CNPJ e programas de capacitação específicos. As empresas de contabilidade integrantes do regime Simples de tributação firmaram um compromisso com o governo federal de prestar serviços gratuitos por um ano aos empreendedores individuais.

Revista econômica consulta GBrasil em matéria sobre fusões e aquisições de empresas

O presidente da DPC | GBrasil (Rio de Janeiro e São Paulo) Manuel Domingues e Pinho, foi entrevistado na edição de abril da revista *Exame PME*. A matéria, que tem o titulo de *Sua empresa é um bom negócio?*, apresenta oito aspectos avaliados por investidores diante de possibilidade de aquisições de empresas. Especialistas comentam esses itens e fornecem orientações ao leitor. Pinho aborda a importância de se manter impostos em dia para empreendedores que pretendem vender suas empresas e reforça que, mesmo quando há problemas, é preciso planejamento para resolvê-los.

Anderson Pedrosa na liderança do movimento jovem da contabilidade em Goiás

Em uma cerimônia cujo público superou todas as expectativas do Conselho Regional de Contabilidade de Goiás, foi empossada em março a primeira diretoria CRC Jovem-GO, movimento capitaneado pelo Conselho Federal - CFC e com ramificações regionais. O objetivo é integrar o jovem contador às ações do órgão máximo de fiscalização do exercício profissional. Anderson Gonzaga Pedrosa (*na foto em destaque*), da Contac | GBrasil, de Goiânia-GO, foi empossado vice-presidente. Integrante da segunda geração da empresa contábil, Anderson revela o quanto o movimento jovem vem unindo os estudantes de Ciências Contábeis, trazendo representantes de faculdades de todo o Estado de Goiás. "Nossa ação mais recente foi dar consultoria gratuita, em espaços públicos de Goiânia, a empreendedores individuais e pessoas físicas sobre o Imposto de Renda", conta.

Pires recebe Prêmio Empreendedores do Mercosul

O empresário Ribamar Pires de Castro, da Real Assessoria (associada GBrasil em São Luis-MA) foi agraciado com o Gran Prêmio Empreendedores do Mercosul 2010, oferecido pela Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo e a Revista Brasil Nordeste, em sua sétima edição nacional. O prêmio, explica Pires, tem Menção Honrosa ao jornalista Assis Chateaubriand e o objetivo de reconhecer e trazer a público as melhores iniciativas das empresas e profissionais tendo como critério o talento, produtividade e principalmente a capacidade de empreender. No dia 1º de Março, em cerimônia no Buffet da Fama, na Vila Olímpia em São Paulo, mais de 40 empresários receberam o prêmio, anunciado com cobertura ao vivo da rede Bandeirantes.

Fotos: Carlos Eugênio e André Coelho de Sá

25 Anos de Excelência em Gestão Empresarial.

A **Domingues e Pinho Contadores – DPC** tornou-se referência na área de gestão contábil, tributária e fiscal, trabalhista e previdenciária, associando tradição e solidez a uma performance ágil e inovadora.

A **DPC** oferece atendimento em todo o território nacional, tanto por meio de escritórios próprios, localizados nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, como também em parceria com as demais empresas participantes do Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade – GBrasil.

DPC: há 25 anos consolidando parcerias baseadas em transparência e confiança mútua.

25 anos

DOMINGUES E PINHO CONTADORES

RIO DE JANEIRO Av. Rio Branco 311, 4º e 10º andares Centro CEP 20040-903 Tel: 55 (21) 3231-3700
SÃO PAULO Rua Sampaio Viana 277, 10º andar Paraíso CEP 04004-000 Tel: 55 (11) 3884-1116
MACAÉ Rua Teixeira de Gouveia 989, Sala 302 Centro CEP 27910-110 Tel: 55 (22) 2773-3318
www.dpc.com.br

A inteligência contábil
não está em nenhum
sistema de gestão de
sua empresa. Ela estará
sempre nas mãos de bons
profissionais. É por esse motivo
que o GBrasil reúne um time
de primeira linha, preparado
para oferecer outsourcing
contábil de excelência
nos principais centros
econômicos do país.
Afinal, cérebros
estão mesmo
no final do mouse.

Procure um associado GBrasil em seu estado

GBrasil
Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade

www.gbrasilcontabilidade.com.br