

# GESTÃO

## EMPRESARIAL

#40 Ano XI • Julho 2017 • Uma publicação do GBrasil  
Grupo Brasil de Empresas de Contabilidade

### NOVOS HORIZONTES

Como alcançar competitividade no mercado nacional, driblar os efeitos da recessão e tornar o negócio reconhecido mundo afora

.....

### COMÉRCIO EXTERIOR

“Investir em internacionalização ajuda empreendedores de micros e pequenos negócios a dividir riscos”, afirma o especialista Welber Barral

.....

### CLIENTE SÊNIOR

Com alto potencial de consumo, melhor idade ganha produtos customizados

# Credibilidade não nasce da noite para o dia. Ela é construída.

O GBrasil é uma aliança empresarial formada há mais de duas décadas. São 39 empresas de assessoramento contábil, fiscal e trabalhista localizadas em todas as capitais e principais cidades do interior do País.



[www.gbrasilcontabilidade.com.br](http://www.gbrasilcontabilidade.com.br)  
[www.facebook.com/gbrasilcontabilidade](https://www.facebook.com/gbrasilcontabilidade)

**JULIO LINUESA PEREZ**

Presidente do GBrasil  
gbrasil@gbrasilcontabilidade.com.br

## TERRITÓRIOS A EXPLORAR

---

Empreender no Brasil é um ato de coragem. Se para sobreviver no ambiente de negócios nacional o empresário precisa de constante inovação e aprimoramento, alçar voos ao mercado externo requer ainda mais preparação. Ao exportar produtos ou serviços, as pequenas e médias empresas enfrentam entraves burocráticos incompatíveis com sua estrutura de operação, o que faz com que muitas delas desistam no meio do caminho.

O fato é que a cultura da internacionalização ainda está limitada às grandes exportadoras de commodities e estatais. Pequenos negócios, embora representem a fatia significativa de 27% do Produto Interno Bruto (PIB), são responsáveis por apenas 1% do valor total exportado pelo País, segundo o Sebrae. Ou seja, há uma janela de oportunidades a ser explorada. Ainda que lentamente, a importância dessa estratégia vem ganhando força no plano de expansão dos gestores. Não à toa, em 2016 o Brasil alcançou o recorde de mais de 25 mil empresas exportadoras, e isso vem contribuindo para tirar a economia da recessão.

Nesta edição de **Gestão Empresarial**, traçamos um panorama da internacionalização e exportação no Brasil. Mais

do que expor as soluções para tantos obstáculos logísticos, oferecemos orientações práticas para que o pequeno empresário acesse o mercado internacional com segurança e legalidade. Ouvimos o relato de especialistas como Welber Barral, que fala sobre a evolução do comércio exterior e o que deve ser considerado antes de lançar uma marca mundo afora.

A denominada “economia da longevidade” é outro assunto abordado neste número. Reportagem sobre companhias focadas nos consumidores idosos mostra a tendência de modificar o preconceito da sociedade em relação aos hábitos de consumo das pessoas com idade avançada. Provas desse movimento são a Pés Sem Dor, que produz palmilhas ortopédicas sob medida, e o projeto Idade Livre, startup voltada ao turismo na maturidade.

Vale ressaltar ainda que o GBrasil estreou sua fan page no Facebook e está com conteúdos diários publicados no seu portal. A ideia é estreitar o relacionamento das 39 empresas contábeis associadas com seus clientes e parceiros. Na página, oferecemos artigos com dicas de gestão e negócios e conteúdo exclusivo, além de textos complementares às matérias aqui publicadas.

Uma boa leitura. ■



03

EDITORIAL

Novos territórios

06

CONSULTORIA GBRASIL

Gestão de estoques

08

RECURSOS HUMANOS

Gestão de pessoas  
requer atenção

12

ENTREVISTA

Welber Barral:  
advogado e consultor  
em comércio exterior

16

NEGÓCIOS

Foco na melhor idade

20

CAPA

Como exportar produtos  
ou internacionalizar  
negócios?

26

EMPRESAS CENTENÁRIAS

Vinícola Salton

28

ESTADOS BRASILEIROS

Maranhão

ACESSE CONTEÚDOS EXCLUSIVOS  
NA FAN PAGE DO GBRASIL  
NO FACEBOOK

[www.facebook.com/gbrasilcontabilidade](http://www.facebook.com/gbrasilcontabilidade)



32

## SUSTENTABILIDADE

Descarte correto  
de lixo eletrônico

34

## EM SÍNTESE

47º Encontro  
GBrasil no Acre

36

## NOVOS CLIENTES GBRASIL

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

Av. Clodomiro Amazonas, 1.435 • CEP 04537-012  
São Paulo • SP • ☎ 55 (11) 3814.8436

### conselho editorial

Renato Toigo (coordenador, Toigo Contadores), Julio Linuesa Perez (Orcose Contabilidade), Alessandra Sousa (Fatos Contábil), Simone Zanon (T&M Consulting), Dolores Locatelli (Eaco Contabilidade), Didmar Duwe (D.Duwe Contabilidade), Meire Bortoli (RG Contadores), Flavio Azevedo Pinto (Opção Contábil), Marcílio Prado (Organização Contábil Prado) e Diva Borges (jornalista)

### conselho consultivo

Reinaldo Silveira (Organização Silveira de Contabilidade), Manuel Domingues e Pinho (Domingues e Pinho Contadores), Pedro Coelho Neto (Marpe Contadores) e Nilson Göedert (RG Contadores)

### atendimento ao anunciante

Julio R. Castro • (11) 3814.8436 / (48) 9981.9321

### TUTU

**diretor de conteúdo** André Rocha

**gerente de conteúdo** Fernando Sacco

**editor** Lucas Mota

**colaboram nesta edição** Fabíola Perez, Filipe Lopes, Iracy Paulina, Joana Santana, Pamela Fortes, Rachel Cardoso e Raíza Dias

**revisão** Flávia Marques

**diretores de arte** Clara Voegeli e Demian Russo

**editora de arte** Carolina Lusser

**designers** Renata Lauletta, Laís Brevilheri,

Paula Seco, Cíntia Funchal e Jacqueline Hamine

**assistentes de arte** Tiago Araujo e Pedro Silvério

**tiragem desta edição**

10 mil exemplares

**impressão**

Leograf Editora - Edição 40, encerrada em 13.07.17

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

## GESTÃO DE ESTOQUE: MEDIDA REDUZ CUSTOS E ORIENTA O PLANEJAMENTO



**ROGER KAUFMANN**  
RG Contadores



**MAURÍCIO GATTI**  
Gatti Contabilidade



**FLÁVIO FARIAS**  
Acene Contabilidade



**FLAVIO PEREZ**  
Orcose Contabilidade

### O QUE É EXATAMENTE A GESTÃO DE ESTOQUE E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?

**Roger Kaufmann** – Os estoques representam ativos da empresa para gerar receita futura. Para efeito comercial, deve-se analisar o custo dos produtos para determinar preço de venda, seu tempo de permanência no estoque, quais os mais vendidos e com que periodicidade devem ser repostos, e quais demoram a sair e precisam de uma ação promocional. Para efeito fiscal, deve-se garantir que todas as entradas e saídas estejam registradas, que os produtos sejam corretamente cadastrados, que eventuais perdas sejam anotadas e que todos os dados necessários para prestação de informações ao fisco estejam disponíveis e corretos.

### O QUE É IMPORTANTE OBSERVAR PARA UMA BOA ADMINISTRAÇÃO DO ESTOQUE?

**Maurício Gatti** – É fundamental conhecer todos os fatores que influenciam na apuração de custo de um produto para revenda, preço de aquisição, frete e impostos compensáveis. Outro controle importante é o de movimentação de itens. Operações como remessas para demonstração, mostruário ou consignação influenciam diretamente no número apurado de disponibilidade e podem ser decisivos para a competitividade de seu negócio. Verificar se o estoque físico é igual ao informado pelo sistema é outro procedimento que precisa ser realizado periodicamente.

### COMO O CONTROLE DE ESTOQUE PODE AUXILIAR NO PLANEJAMENTO E NO CUMPRIMENTO DE METAS DA EMPRESA?

**Flávio Farias** – Possibilitará maior clareza na identificação de problemas, riscos e vulnerabilidades dos processos. Contribuirá, por exemplo, para um planejamento mais coeso de compras, disponibilidade de recursos, previsão de vendas, custos, promoções, rentabilidade, entre várias outras métricas operacionais e estratégicas da companhia.

### É NECESSÁRIO TER PROGRAMAS/FERRAMENTAS ESPECÍFICOS PARA O CONTROLE DE ESTOQUE?

**Flavio Perez** – Sim. Por meio deles é possível visualizar relatórios de entradas e saídas de produtos, obter parâmetros para decidir sobre suas compras etc. Atualmente, as empresas usam softwares integrados de gestão, os chamados “ERPs” (Enterprise Resource Planning), que reúnem os dados e processos em um único



**DANIEL CARVALHO**  
Rui Cadete Consultores



**FELIPE PUGLIESI**  
J. Mainhardt & Associados

sistema. Empresas de maior porte utilizam softwares mais robustos, mas o mercado oferece soluções mais econômicas.

#### **QUAIS OS PONTOS MAIS VULNERÁVEIS DA GESTÃO DO ESTOQUE SOB O PONTO DE VISTA FISCAL?**

**Daniel Carvalho** - Com a implantação do sistema Sped, a falta de gestão do estoque se tornou um ponto ainda mais vulnerável sob a ótica fiscal. Isso porque, diariamente, por meio das informações das notas fiscais eletrônicas, o fisco tem acesso a todos os dados de compra e venda de produtos, por cada estabelecimento, e pode confrontar se as informações do inventário estão coerentes.

#### **DE QUE FORMA O CONTADOR PODE AUXILIAR O CLIENTE NESTA ÁREA DE CONTROLE DE ESTOQUE?**

**Felipe Pugliesi** - O contador é o profissional qualificado para auxiliar os clientes na interpretação das informações, utilizando os métodos de controle de estoque para identificar custos de mercadorias vendidas, lotes, validade e necessidade de reposição dos itens, além de atuar na adaptação dos aspectos de legislação fiscal e tributação. ■

## Ideias novas para uma gestão moderna

A CGF acredita que:

- Ideias erradas não podem impedir a fluidez e a lucratividade de sua empresa;
- A visão de negócio deve ser ampliada;
- Processos de corrosão financeira devem ser estancados;
- O crescimento deve ser sustentável.



# EXCELÊNCIA EM GERIR PESSOAS

DISTRIBUIDORA MÜLLER, DE ITAJAÍ (SC), COMPLETA 50 ANOS  
COMO EXEMPLO DE ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL

FILIFE LOPES

**C**onflitos familiares e problemas de relacionamento com funcionários ainda são alguns dos obstáculos que freiam a expansão de empresas, especialmente as familiares. Dados do Sebrae mostram que, no Brasil, cerca de 70% das companhias com gestão familiar não chegam à segunda geração de sócios por razões relacionadas a esses fatores. A falta de clareza em relação ao plano de cargos e salários de colaboradores, por exemplo, pode ser determinante para a perda de profissionais comprometidos e com talentos que podem ser aprimorados.

“Hoje em dia, a carreira deve ser encarada como um patrimônio do profissional, e não mais exclusivamente da empresa”, explica a gerente de desenvolvimento de recursos humanos da Resource IT, que produz softwares e aplicativos, Carolina Martins. Ela lembra que os profissionais mesclam habilidades comportamentais e conhecimento técnico. E parte do desenvolvimento dessas habilidades deve ser estimulada pelas empresas.

A fim de debater ideias e sanar conflitos internos, na Distribuidora Müller (DMüller) – empresa de Itajaí (SC) que está completando 50 anos no segmento de distribuição de produtos alimentícios e emprega 245 funcionários –, os quatro sócios (e irmãos) Milene, Clarisse, Marcelo e Claudio se reúnem toda

“

Com o serviço de *outsourcing* que oferecemos, não deixamos de lado nosso papel de cumprir as leis e atender às exigências do fisco, mas também conseguimos mostrar informações importantes para a gestão da empresa.



**CARLOS MAINHARDT,**  
diretor comercial  
da J. Mainhardt





semana com diretores e gerentes. Além do encontro entre gestores de determinadas áreas, outro conselho congrega os sócios-proprietários. Para preservar o DNA da empresa, o fundador Odegar Müller, popularmente conhecido como o empresário, está presente em todas as reuniões do conselho societário. Em 1967, quando começou a distribuir café e doces com ajuda da esposa, Anna Maria, e de um único colaborador, *Seu Milinha* provavelmente não imaginava as transformações que o mercado de trabalho sofreria. “Nem sempre é possível [resolver todos os conflitos], pois são pessoas de personalidade e visões diferentes, mas a decisão da maioria sobrepõe às decisões individuais”, conta a filha, Milene. Segundo Carolina, um líder exerce um papel importante nesse processo porque sua orientação em feedbacks periódicos pode ajudar o corpo funcional a identificar no que precisa se aperfeiçoar.

Oferecer oportunidade de crescimento ao colaborador é uma característica da distribuidora. Em seu quadro, estão pessoas que iniciaram em cargos operacionais, foram promovidas e, em alguns casos, chegaram a níveis de gerência. O chefe de patrimônio, Arlindo Mendes, 52, começou como motorista há 26 anos e viu sua carreira evoluir nessas quase três décadas. “Eles reconhecem a dedicação dos funcionários. Todos os sócios, desde *Seu Milinha* até seus filhos e netos, tratam-nos com respeito”, diz Mendes.

**PROFISSIONAIS MESCLAM HABILIDADES  
COMPORTAMENTAIS E CONHECIMENTO  
TÉCNICO. E PARTE DO DESENVOLVIMENTO  
DESSAS HABILIDADES DEVE SER  
ESTIMULADA PELAS EMPRESAS**

---

## ATENDIMENTO CUSTOMIZADO

---

O serviço de *outsourcing* desenvolvido pela J. Mainhardt & Associados entrega painéis de indicadores importantes para os gestores entenderem todas as informações contidas em um balancete de maneira prática, com dados completos, como o grau de endividamento e a geração de caixa (Ebitda da empresa). “A contabilidade tem uma geração de dados muito rica das operações, então buscamos oferecer estes gráficos para os empresários utilizarem de forma estratégica e tomarem decisões mais precisas para melhorar o desempenho de suas companhias”, aponta o diretor comercial, Carlos Mainhardt.

## PRIMEIRO VEÍCULO ADQUIRIDO PELA DMÜLLER PARA TRANSPORTAR MERCADORIA, EM 1967

---



Fotos: Divulgação

A relação entre os proprietários e funcionários é uma das marcas do ambiente de trabalho na distribuidora, segundo opina o supervisor de armazenagem, Alessandro Freitas, que em 24 anos de casa começou como auxiliar de serviços gerais e foi promovido quatro vezes. “Todas as ações são pensadas em prol do funcionário e temos a chance de crescer aqui dentro. Se a pessoa se interessar, terá oportunidade para isso”, afirma Freitas, que planeja a aposentadoria para daqui 12 anos.

### BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

Além do foco em RH, para garantir sustentabilidade perante percalços econômicos, a DMüller adota uma gestão baseada em dados estratégicos sobre os resultados de seus investimentos. Por essa razão, no ano passado, decidiu contratar um escritório de contabilidade que passaria a tratar não apenas de suas obrigações legais. Foi aí que entrou em cena o trabalho da J. Mainhardt & Associados, associada GBrasil em Santa Catarina, que passou a atuar com o serviço de *outsourcing* na modalidade Business Process Outsourcing (BPO), no qual uma equipe atua na sede do cliente. “Entregamos um balancete bastante completo com informações fiscais e gerenciais. Aplicamos a solução de gestão de indicadores, na qual os números contábeis são apresentados graficamente. Isso para que o executivo possa acompanhar com mais facilidade a evolução dos resultados, muito além do que apresentarmos meramente as peças contábeis tradicionais, pois, para o empresário, essas linguagens não são tão transparentes como para um contador”, aponta o diretor comercial da associada GBrasil, Carlos Mainhardt.



Nem sempre é possível [resolver todos os conflitos], pois são pessoas de personalidade e visões diferentes, mas a decisão da maioria sobrepõe às decisões individuais.

MILENE MÜLLER  
sócia da DMüller



“Nesta engenharia tributária que é o nosso setor, precisamos de tranquilidade para saber se estamos no caminho certo. Podemos, assim, enxergar nosso negócio, traçar soluções e buscar novas oportunidades”, pondera Milene. A distribuidora se prepara para a entrada da terceira geração de herdeiros de maneira segura. “Temos em mente que a próxima geração deve conduzir a empresa com uma preparação melhor do que a que tivemos, porque os desafios do mercado serão cada vez maiores”, conclui Milene.

Com uma sede com 11 mil metros quadrados em Itajaí (SC) e uma filial em São José dos Pinhais (PR), a DMüller fatura mais de R\$ 15 milhões ao mês com exclusividade de distribuição de marcas como Ajinomoto, Bauducco, Castrol, Ferrero, Hershey's, Santa Helena, Obrigado, Parmíssimo, Rayovac, Riclan (PR), SC Johnson e Selmi. Além de possuir marcas próprias: Ki-fritas (batata-palha), Slice (batatas), Ki-Pipoca (pipocas) e Red Dragon Energy Drink (bebida energética). ■



Com mais de 20 anos de mercado e um atendimento de excelência, nos tornamos um Centro de Apoio ao Empreendedor; estruturado em unidades de negócio de diferentes áreas Contabilidade, Consultoria, TI, Financeiro e RH, com soluções corporativas que permitem potencializar o futuro de nossos clientes.

Acesse nosso site e saiba mais sobre como podemos lhe auxiliar:  
[www.grupofatos.com.br](http://www.grupofatos.com.br)

Conheça nosso blog e mantenha-se informado(a) sobre o mercado empreendedor:  
[blog.grupofatos.com.br](http://blog.grupofatos.com.br)

## Quer saber como fazer o Planejamento Financeiro de sua empresa?

<http://bit.ly/ebook-financeiro>



Faça o download:



Faça o download gratuitamente

# “O BRASIL APROVEITA MAL TODO O COMÉRCIO EXTERIOR”

EXPORTAR OU INVESTIR NA INTERNACIONALIZAÇÃO SÃO FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS PARA CRESCER. MAS A BUROCRACIA E A FALTA DE INCENTIVO AFETAM AS MICROS E PEQUENAS QUE BUSCAM ACESSAR MERCADOS EXTERNOS

FABÍOLA PEREZ

**E**m momentos de recessão, buscar mercados no exterior pode ser um diferencial para quem tem um negócio bem estruturado no território nacional. Hoje, no entanto, essa estratégia está concentrada nas operações de grandes companhias que abastecem outros países, principalmente com commodities brasileiras. As micros e pequenas empresas, que equivalem a mais de 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e movimentam mais de R\$ 600 bilhões ao ano, representam pouco mais de 1% do mercado nacional voltado para o estrangeiro. “A exportação é crucial para o crescimento econômico. Mas o Brasil ainda aproveita mal todo o comércio exterior”, afirma o advogado e consultor que já foi titular da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio entre 2007 e 2011, Welber Barral.

## Como tem evoluído a atuação de empresas nacionais mundo afora?

Erraticamente. Houve uma evolução até 2010, algumas empresas, sobretudo as construtoras brasileiras, começaram a se internacionalizar. Outras da área de informática entraram no mercado norte-americano e companhias de consumo

aproveitaram mercados desenvolvidos, como o europeu. Isso, porém, com muita dificuldade, porque as empresas brasileiras têm pouca experiência em internacionalização. Além disso, o custo do dinheiro no Brasil é caro. Se as empresas não têm um mecanismo de financiamento, o caminho se torna muito mais difícil. Outra dificuldade é o sistema tributário brasileiro, que pune muito as companhias internacionalizadas. E, ainda pela própria falta de experiência, é difícil encontrar talentos no Brasil que possam ser expatriados.

## Teoricamente, qual é a diferença entre internacionalização e exportação?

Exportar é mandar produtos e serviços para serem comercializados fora do País. Internacionalizar é mais complexo. A empresa traça um plano, reúne parceiros e começa a licenciar sua marca em outros territórios. É um processo que envolve investimento no

exterior. Existem empresas internacionalizadas desde o século 15, quando se iniciou a expansão europeia. No caso do Brasil, ocorreu o inverso: muitas empresas estrangeiras chegaram e se instalaram no País. Somente na década de 1970 que as companhias brasileiras começaram a explorar outros mercados, entre elas, a Vale, a Petrobras e algumas construtoras. Grandes empresas focaram em mercados da América Latina e de países africanos. Depois, houve uma estagnação, e somente no início do século 21 as empresas nacionais entraram em um novo processo de internacionalização. As pequenas são pouco internacionalizadas porque enfrentam muitos entraves.



Foto: Christian Parente

### **Em comparação com outros países, como está o Brasil nessa busca por novos mercados?**

As empresas chinesas e indianas estão muito mais evoluídas do que as brasileiras, apesar de terem iniciado o processo na mesma época. Grandes companhias chinesas atraem diversos fornecedores menores para investir no país. As indianas também, em função do mercado consumidor. O Brasil está muito atrasado nesse processo.

### **A crise afetou o posicionamento brasileiro em relação ao mercado externo?**

Nos últimos anos, as empresas brasileiras enfrentaram diversas dificuldades por causa da crise econômica. Além disso, o custo de produzir no Brasil é muito alto. Fatores como taxas de juros, legislação trabalhista e sistema tributário tornam o custo de produção muito alto e pouco competitivo. Há problemas de logística e de custo logístico. Por exemplo, o custo de trazer um produto de Santos até São Paulo é maior do que o de trazer o mesmo produto do interior da China até Santos.

### **Por que as empresas permaneceram por tanto tempo com as atenções voltadas apenas ao mercado nacional?**

A economia brasileira cresceu muito entre 2004 e 2014. O brasileiro se tornou muito demandante e as empresas se concentraram no mercado nacional. Nesses dez anos, houve a expansão do mercado consumidor. A indústria brasileira deixou de exportar, parou de destinar produtos a outros mercados, inclusive para aqueles em que havia conquistado uma presença importante. Na balança comercial brasileira, a ex-



## UMA COMPANHIA QUE ATUA EM MERCADOS INTERNACIONAIS TEM A MARCA MAIS RECONHECIDA, CAPTA TECNOLOGIA DE DIVERSOS PAÍSES E SELECIONA MELHOR OS TALENTOS

---

portação de petróleo aumentou, em contrapartida, a de produtos industriais caiu.

### **Qual o momento ideal para uma empresa começar a se preparar para expandir seu negócio?**

A empresa não pode depender do mercado brasileiro. Na década de 1990, aumentou muito o consumo do mercado interno e houve abandono. Agora, tentam procurar mercados estrangeiros com dificuldades. O processo deve ser muito bem estruturado, a empresa tem de pensar em canais de distribuição, representantes comerciais, certificações, registro de marca e estrutura cambial.

### **O que as companhias devem levar em consideração antes de se internacionalizarem?**

O mais importante para o comércio internacional é a competitividade. O outro aspecto a ser considerado é o câmbio. Com ele muito valorizado, os produtos brasileiros se tornam mais caros do que os concorrentes. Também é preciso avaliar se o produto tem demanda no mercado em que se pretende atuar, se a marca é forte e se há apelo ao consumidor. É preciso verificar se as características do mercado vislumbrado são distintas do mercado consumidor brasileiro, se o Brasil possui acordos com o país em questão ou tem vantagens tarifárias. Para o setor de medicamentos, por exemplo, autoridades sanitárias do mercado de destino precisam autorizar e certificar produtos.

### **Que tipo de apoio governamental as micros e pequenas precisam obter para adquirir projeção?**

Elas enfrentam todo o tipo de dificuldade, desde questões logísticas até tributárias. Com o programa Reintegra, o governo tem como objetivo devolver o valor referente ao

custo tributário relativo à cadeia de produção. Mas, na prática, não há previsibilidade de retorno, porque o processo de exportação é muito longo. Esse programa faria grande diferença para diminuir o impacto tributário na cadeia produtiva. Existem programas que os empresários não utilizam por desconhecimento e pela burocracia. Um mecanismo interessante de financiamento à exportação é o Proex [*Programa de Financiamento às Exportações*], que oferece uma política de juros mais competitiva. Mas as pequenas empresas sofrem dificuldades para acessar essas linhas de crédito, que costumam exigir garantias e burocracias incompatíveis com sua estrutura.

### **Como escolher os parceiros para onde se deseja atuar?**

Quando a empresa decide entrar no mercado estrangeiro, ela pode ter um representante comercial e exportar diretamente ou um distribuidor e só entregar a ele para fazer a revenda. Pode ainda montar uma subsidiária, responsável pela representação e pela distribuição naquele país. Essa escolha demanda um investimento muito grande e somente empresas já consolidadas optam por esse caminho.

**Quais são os entraves impostos pelo “custo Brasil” à exportação das pequenas e médias empresas?**

O principal impacto é o custo de produção no País, que torna seus produtos e serviços menos competitivos no mercado internacional. Vários fatores explicam esse custo: burocracia excessiva, Estado muito intervencionista, logística ineficiente e cara, legislação trabalhista ultrapassada, financiamento caríssimo e tributação irracional. O empresário é um herói quando consegue crescer apesar desses fatores; e um super-herói quando consegue ainda exportar.

**Quais acordos seriam necessários para reduzir o “custo Brasil”?**

O País negocia acordos por meio do Mercosul. Os acordos de livre-comércio seriam os que têm o potencial, em prazo menor, de abrir mercados a produtos brasileiros. A negociação mais relevante do Mercosul é com a União Europeia, e há uma expectativa de que o acordo avance neste ano. Outras negociações importantes em curso são com a Associação Europeia de Livre Comércio, com

o Canadá e com o México. Além desses, são cruciais outros tipos de acordo, como o de bitributação, que impede o avanço da competitividade, e o de investimento. No segundo caso, o Brasil vem ampliando o número de acordos, sobretudo com países receptores de investimentos brasileiros, na África e na América Latina.

**O Brasil deve voltar a apostar nas culturas de internacionalização e exportação?**

**Quais são as perspectivas?**

O Brasil já aumentou o volume de exportação e deve aumentar ainda mais no ano que vem, mas existem poucos incentivos. A internacionalização demanda mais tempo. Para termos uma internacionalização no mesmo nível da Índia ou da China, teríamos que mudar padrões, inclusive passando pela reforma do sistema tributário. Estamos atrasados comparados com outros países, como Coreia do Sul, Índia e China.

**Há exemplos de empresas que optaram pela internacionalização e conseguiram alcançar vantagens competitivas com essa estratégia?**

A Petrobras e a Vale, expandindo fábricas; a Marco Polo e a Weg, divulgando a marca; O Boticário, gerando escala de vendas; a Stefanini e outras empresas do setor de tecnologia da informação, que estão se instalando nos Estados Unidos. Existem empresas que instalaram fábricas no Paraguai ou no Chile em razão da menor tributação ou para aproveitar acordos internacionais dos quais o Brasil não participa. ■



**Simplifique**

Torne a comunicação da sua empresa mais eficaz.

**SOCIALBASE**  
Plataforma de Comunicação  
[www.socialbase.com.br](http://www.socialbase.com.br)

# UM “SENHOR” MERCADO

AMPARADO POR MAIOR EXPECTATIVA DE VIDA, BRASIL CAMINHA RAPIDAMENTE PARA SE TORNAR UM PAÍS COM A MAIORIA DA POPULAÇÃO ACIMA DE 60 ANOS E ABRE JANELA DE OPORTUNIDADES

RACHEL CARDOSO

O déficit da Previdência Social despertou no Brasil o debate sobre questões relacionadas ao envelhecimento. Mas essa é só a “ponta do iceberg” de uma parcela da população tida, muitas vezes, como fardo para a economia. “É preciso não só entender, como também viver, o envelhecimento com naturalidade em toda sua diversidade”, diz Simone Jardim, embaixadora da Aging 2.0, organização global com sede em São Francisco, nos Estados Unidos, que promove o fortalecimento de startups focadas em produtos e serviços inovadores para o público 50+, ao comentar que encarar a idade avançada demanda uma mudança cultural do próprio idoso.

Isso porque, em razão da maior expectativa de vida, o número de brasileiros acima de 65 anos deve praticamente quadruplicar até 2060, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Assim, a população com essa faixa etária chegará a mais de 58 milhões, ou quase 27% do total, no período.

Um público que, segundo pesquisa do Data Popular, tem renda média até 40% maior sobre a média nacional. E que movimenta em torno de R\$ 1,58 trilhão, equivalente ao consumo de duas Holandas. “Mesmo assim, além da indústria da doença, não se vê praticamente nenhuma outra investindo em produtos específicos”, diz o presidente do

“

Além da indústria da doença, não se vê praticamente nenhuma outra investindo em produtos específicos.

**NILTON MOLINA**

presidente do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon



Confira no Facebook do GBrasil  
[www.facebook.com/gbrasilcontabilidade](http://www.facebook.com/gbrasilcontabilidade)

a entrevista com Nilton Molina sobre como a indústria tem atendido o mercado de idosos no Brasil







Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, Nilton Molina. Trata-se de uma entidade criada com objetivo de contribuir com ações na área do trabalho, de cidades e mobilização social para propor soluções em torno da questão da longevidade. Por meio do instituto, surgiu o Movimento Real Idade, que reúne apoiadores de todos os segmentos da sociedade e do governo, em torno do tema, a fim de discutir a rápida mudança demográfica no Brasil e aprofundar a percepção das oportunidades e dos desafios provocados por esse processo.

Na avaliação de Molina, embora a indústria absorva o potencial econômico das pessoas idosas, é importante notar que o padrão de consumo é alterado à medida que se envelhece. Em famílias nas quais existam pelo menos 50% de idosos, despesas com saúde e cuidados pessoais e alimentação são maiores comparativamente com outras famílias. “Não creio que isso seja ignorado pelas empresas, mas o ponto é: elas buscam conhecer melhor o consumidor idoso e desenvolver produtos que atendam aos seus interesses e necessidades?”

O fato de 45% dos entrevistados terem indicado dificuldades para encontrar produtos adequados, segundo uma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), mostra que essa movimentação ainda é tímida [veja detalhes no box].

Molina destaca que o processo de envelhecimento da população é de conhecimento público, o que falta é passar à

## THOMAS CASE É A PROVA VIVA DE QUE É POSSÍVEL UM IDOSO TRABALHAR, INICIAR UM NEGÓCIO PRÓPRIO, PRATICAR ESPORTES OU VOLTAR À SALA DE AULA

---

ação. “Quando empresas adotam posicionamentos que evidenciam preocupação e interesse na temática, como no caso do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, isso chama a atenção.”

E os desafios não são poucos. Passam pelo investimento necessário em entender as reais necessidades e desejos desse público até a forma de conceber produtos específicos, o que já acontece em países desenvolvidos. A França e a Alemanha têm políticas industriais específicas para estimular a chamada “economia da longevidade”. A soma das atividades econômicas geradas pela compra de produtos e serviços pelos

americanos acima de 50 anos e a movimentação subsequente motivada por esses gastos representava 46% do PIB dos Estados Unidos em 2012, e se espera que esse número chegue a 52% em 2032, de acordo com Molina, do Mongeral. “Essa força não ocorreria sem a existência de um conhecimento maior sobre o segmento 50+, tampouco sem investimento em desenvolvimento de produtos especializados”, diz Molina.

Mesmo lentamente, uma rede de negócios inovadores com foco em produtos e serviços pensados para atender os consumidores de idade mais avançada começa a evoluir no Brasil. A proposta é transformar as visões estereotipadas que a so-

## INDÚSTRIA AINDA IGNORA BRASIL SÊNIOR

.....

Pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostra que 67% dos idosos são os únicos decisores sobre as compras que fazem, mas três em cada dez (34%) afirmam sentir falta de produtos para a terceira idade.

“O levantamento mostra que há muito espaço no mercado para o segmento da maturidade. A empresa do varejo que identificar as necessidades e os desejos desse público-alvo certamente ganhará novos clientes e verá suas vendas aumentarem”, avalia o presidente da CNDL, Honório Pinheiro. “O momento é de grande potencial em segmentos de lazer, serviços, logística e saúde.”

Em relação à oferta de crédito para os idosos, o educador financeiro do SPC Brasil José Vignoli alerta que é fundamental orientá-los na hora de utilizar bem os instrumentos financeiros, para que não sejam levados ao desequilíbrio nas finanças e ao endividamento.

cidade brasileira ainda tem sobre as pessoas mais maduras, como considerá-las “velhas” demais para trabalhar ou iniciar um negócio próprio, praticar esportes ou voltar à sala de aula. É o que pensa e pratica o empresário Thomas Case, de pouco mais de 80 anos.

Após a venda da Catho, plataforma de vagas de empregos na internet, Case fundou em São Paulo, em 2009, a Pés Sem Dor. A empresa que produz palmilhas ortopédicas sob medida nasceu em consequência de um problema próprio. Praticante de atividade física sete dias por semana, as dores nos pés e nos joelhos o fizeram buscar soluções para manter a rotina esportiva e deram o pontapé inicial para uma empreitada hoje em franca expansão, com 15 pontos de vendas. “Eu poderia parar, mas minha missão na vida é trabalhar”, diz, sorrindo.

Segundo Case, o sucesso se deve a dois fatores: investimentos na educação dos funcionários e em tecnologia. Todos os 50 colaboradores da Pés Sem Dor recebem bolsas para suas graduações, MBAs e cursos técnicos ou de línguas estrangeiras. Com parceiros na Inglaterra, Alemanha e China, o empresário viaja com frequência à procura de novas tecnologias. “O doutorado na Universidade de Michigan, nos Estados Unidos, ajudou-me na recente parceria com a Vibmed, que desenvolve scanners 3D”, conta. Sediada na China, a Vibmed foi fundada por Wei Shi, que estudou na mesma universidade. Por meio da precisão de scanners e impressoras 3D, o empreendedor, que trabalha 12 horas por dia, fabrica palmilhas personalizadas. Caso o usuário não fique satisfeito com o produto, é ressarcido com o valor da compra. Outro que propõe respostas positivas e inovadoras



Quem se considera idoso aos 60 anos vive em outra época.

**MÁRIO SOLARI**  
fundador do projeto Idade Livre



para a longevidade é o engenheiro Mário Solari, de 62 anos. Ele vem se dedicando ao projeto Idade Livre, uma startup voltada ao turismo na maturidade. “O turismo é uma consequência da busca pelo bem-estar”, afirma. Empreendedor aguçado, ele cursou pós-graduação em Marketing Digital e Comércio Eletrônico, mantém os negócios em engenharia e ainda encontra tempo para praticar atividade física e se aventurar na venda direta de uma nova marca de nutracêuticos (produtos nutricionais que também funcionam como terapêuticos) no Brasil, a Jeunesse. “Quem se considera idoso aos 60 vive em outra época”, destaca, empolgado com o primeiro roteiro de turismo de experiência que acaba de sair do forno: um tour para degustação de puro malte escocês. ■

## Impulsionamos o sucesso da sua empresa contábil

Uma parceria para você ter clientes mais organizados e satisfeitos, ser mais produtivo e crescer.



- 01** Clientes mais organizados  
Seus clientes serão treinados em um sistema intuitivo que faz conciliação bancária, emissão de notas e muito mais, com total integração à contabilidade.
- 04** Sucesso da empresa contábil  
Clientes mais satisfeitos, capacidade de atender mais clientes com a mesma equipe e condições para buscar crescimento.



- 02** Contabilidade mais produtiva  
Através do ContaAzul para Contadores, exporte a movimentação financeira dos seus clientes, já conciliadas, para seu sistema contábil, eliminando retrabalhos.
- 03** Clientes mais satisfeitos  
O tempo ganho e os relatórios do ContaAzul ajudam você a ser mais consultivo e valorizado pelo seu cliente.



# CAMINHO SEGURO PARA CRESCER

ACESSO A MERCADOS INTERNACIONAIS AJUDA AS PEQUENAS EMPRESAS A CRESCER COM INOVAÇÃO. MAS, ANTES, ELAS PRECISAM VENCER A BUROCRACIA E OS CUSTOS LOGÍSTICOS E TRIBUTÁRIOS

FABIOLA PEREZ

O mundo globalizado pede que empresários fiquem cada vez mais atentos às oportunidades de crescer além de suas fronteiras geográficas. Um dos caminhos para se desenvolverem é investir na exportação de produtos e serviços ou na internacionalização dos negócios. Ambas as estratégias são meios seguros para acessar o mercado internacional. Diferente de exportar – que é basicamente comercializar produtos em outros territórios –, internacionalizar significa dizer que a empresa se estabeleceu em países estrangeiros por meio de uma parceria ou da abertura de uma filial. “Companhias que mantêm relações com outros mercados têm a marca mais reconhecida, tornam-se mais competitivas, captam tecnologia de outras nações e selecionam melhor talentos para compor suas equipes”, sugere o advogado e consultor de mercado exterior Welber Barral. Mesmo sabendo dos obstáculos que têm de superar para expandir seu alcance, os números revelam a disposição dos empresários em atuar no exterior. A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) divulgou em junho uma pesquisa realizada com CEOs e diretores de 229 empresas nacionais: 68,8% das companhias entrevistadas disseram que desejam atuar nos Estados Unidos; 23,4%, na Colômbia; e 21,3%, no México.

O estudo identificou ainda a dificuldade em prospectar clientes em outros países, desenvolver uma estrutura organizacional internacional e expatriar funcionários. Outro problema é que historicamente o volume de exportação está concentrado nas grandes empresas, como Petrobras, Vale, grandes construtoras e companhias do agronegócio. Elas movimentam a balança comercial brasileira com base na comercialização das commodities, e não de produtos com algum valor agregado. Se por um lado cresce no Brasil o volume de micros e pequenas empresas, que já somam 27% do PIB, por outro, elas representam somente 1% do valor total exportado pelo País. “Elas enfrentam barreiras burocráticas e logísticas incompatíveis com sua estrutura”, afirma a gerente de acesso a mercados do Sebrae, Renata Malheiros.

## PAPEL DECISIVO

Após um longo período de números negativos, foram justamente as expor-

tações brasileiras que ajudaram a economia a dar recentes sinais de melhora. No primeiro trimestre deste ano, elas cresceram 24,4% em comparação ao mesmo período de 2016. “Ao se internacionalizar, a empresa fica mais próxima do cliente, adapta-se melhor ao mercado local e percebe as movimentações dos concorrentes”, diz a gerente de investimento da Apex-Brasil, Maria Luísa Cravo.

O professor de Finanças do Ibmec-DF Marcos Melo destaca que, quando o mercado interno está fraco, uma possibilidade de crescimento se dá pela exportação. “Quando o País tem uma queda na atividade econômica, sofre também com a desvalorização do câmbio, transformando a exportação em uma importante janela de oportunidades.” Entretanto, segundo o especialista, o Brasil ainda não aproveita os benefícios gerados pelo comércio exterior. “Há uma falta de conhecimento sobre o processo de exportação e os padrões que a companhia precisa seguir.”

Ao contrário do que ocorreu em países como Índia e China – que, apesar de terem começado a se internacionalizar tardiamente, contaram com incentivos para aumentar o comércio exterior –, as empresas brasileiras mantiveram o foco no mercado nacional durante muito tempo. “Como o nosso mercado interno é muito grande, com diversas possi-

bilidades, levou tempo para que os empresários decidissem se arriscar, lançar um produto para fora do País e arcar com uma série de novos gastos”, explica Melo. O ideal, segundo o especialista, é buscar outros territórios quando já tiver alcançado um bom nível de competitividade no ambiente doméstico. Isso porque atuar em mercados globais mais desenvolvidos força o empresário brasileiro a elevar o patamar da qualidade das operações. Em 2016, o Brasil ultrapassou a marca de 25 mil empresas exportadoras, um recorde histórico. Mas, para trilhar o caminho com segurança, é preciso atentar para dois aspectos: ambiente legal favorável e capacitação empresarial. “O primeiro diz respeito a processos mais ágeis e à facilitação do comércio, e o segundo, à preparação da companhia para atender e se adaptar às exigências internas e às regulações internacionais”, explica Renata.

Um dos principais entraves ao incremento das exportações é o sistema tributário brasileiro. Ele prejudica especialmente as micros e pequenas empresas, que não têm recursos nem estrutura compatível com o volume de burocracia. O País tem uma das mais altas alíquotas do imposto de renda do mundo. Cada empresa que exporta tem de pagar ao governo 34% do lucro anual. Para se ter uma ideia, na Inglaterra, a alíquota é de 19%. “O governo poderia diminuir esse percentual de carga tributária. Isso faria com que as empresas nacionais tivessem mais caixa para investir em si próprias”, explica a advogada especialista em Direito Tributário do escritório Trench Rossi Watanabe, Luciana Nóbrega Silva Loureiro. Nos Estados Unidos, a reforma tributária prevê uma redução de 35% para 15% na alíquota. “É uma tendência em diversos países para que as empresas tenham

## INCENTIVOS

.....

O Portal Único de Comércio Exterior ([www.portal.siscomex.gov.br](http://www.portal.siscomex.gov.br)) tem como objetivo reduzir o tempo de exportação de 13 para oito dias, até 2018. Outra medida para facilitar as operações é o Simples Internacional, que estabelece que o operador logístico, os Correios ou empresas privadas de transporte se encarreguem de todo o fluxo de exportação, cabendo à empresa apenas produzir e fechar o negócio. Além disso, o programa Exporta Fácil faz dos Correios um operador para o transporte de mercadorias entre micros e pequenas e compradores no exterior.



PARA ANA COELHO, DA FGV [À ESQUERDA SUPERIOR], MERCADOS COMO O DOS EMIRADOS ÁRABES SÃO POUCO EXPLORADOS

SISTEMA TRIBUTÁRIO BRASILEIRO TRAVA EXPORTAÇÕES, SEGUNDO LUCIANA NÓBREGA [À DIREITA SUPERIOR], ADVOGADA ESPECIALISTA EM DIREITO TRIBUTÁRIO

RENATA MALHEIROS, DO SEBRAE [À DIREITA], ORIENTA QUE COMÉRCIO EXTERIOR EXIGE MATURIDADE DO MICROEMPRESÁRIO

---



mais condições de investimento”, explica Luciana. No Chile, onde o imposto é de 35%, tão alto quanto no Brasil, o governo oferece a opção de tributar 19% ao longo do ano, e o restante, somente no momento de distribuir o lucro. Na prática, os recursos ficam concentrados nas mãos do empresário, que pode utilizar como for conveniente para os negócios, em vez de ir para o caixa do governo.

#### PASSO A PASSO

A primeira etapa para acessar mercados estrangeiros é fazer um autodiagnóstico. Por meio do Sebrae, da Apex-Brasil ou de consultorias, é possível obter informações e apoio para se habilitar à exportação e internacionalização. “Antes de qualquer movimento, o dono da micro e pequena empresa precisa olhar para dentro de casa. Por que exportar? Para quem? Os processos estão funcionando bem?”, orienta Renata. Depois, é preciso verificar a maturidade do negócio para o comércio exterior. Isso feito, os empresários podem acessar o Proex (Procedimentos para Exportação), um curso

que oferece subsídios para preparar a empresa para os controles administrativo e aduaneiro das exportações. Há ainda a necessidade de fazer um planejamento por meio do Plaex (Planejamento para Exportar). O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) promove também o Connect Americas, um encontro entre mais de 100 mil empresários de países americanos para troca de experiências.

O empresário também precisa escolher os canais de distribuição mais adequados. Micros e pequenas empresas podem optar por *tradings*, companhias que compram produtos de outras empresas no Brasil e revendem para compradores internacionais. Quando o negócio ganha mais robustez, ele pode

contratar um representante comercial, ou seja, um profissional para ser seu interlocutor oficial em um determinado mercado. Já empresas maiores optam por abrir um negócio no próprio país de destino, a chamada “subsidiária”.

#### INICIATIVAS E FACILIDADES

Políticas de incentivo são importantes para reduzir o “custo Brasil”, um conjunto de fatores que torna as operações de comércio com o País muito mais caras do que a média mundial. Alta taxa de juros, legislação trabalhista, custo logístico e o sistema tributário tornam nossas operações pouco atraentes aos olhos do mercado internacional. Tudo isso se traduz em dificuldades nos custos do processo de exportação para as micros e pequenas empresas. Hoje, os empresários contam com duas linhas de financiamento do Banco Central, o Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e o Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE). O primeiro é feito antes de o produto ser despachado para o país de destino, e o segundo, após o embarque das mercadorias. Existem ainda linhas de crédito do Banco do Brasil, como o Proex e o Proger, para apoiar exportações na fase do pós-embarque e para financiar despesas como viagens para eventos e hospedagem, respectivamente. Do ponto de vista internacional, existem os acordos entre países ou blocos econômicos. “Atualmente, além de mercados muito visados, como Estados Unidos e alguns países da Europa, há espaço nos Emirados Árabes e na Améri-

ca Latina que acabam não recebendo a devida atenção”, afirma a coordenadora do projeto Inovação e Sustentabilidade nas Cadeias Globais de Valor, da Fundação Getulio Vargas (FGV), Ana Coelho.

Atualmente, as empresas brasileiras têm mais oportunidades de fazer negócios com países da América Latina e do Mercosul. “Esses acordos oferecem reduções de tarifas e de barreiras técnicas”, explica Renata. Há ainda tratados com outros países, como o Reino Unido e a Inglaterra, que estão estagnados em razão de divergências na interpretação da legislação tributária. Em junho, porém, o Brasil fez um pedido de adesão à Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e isso tende a facilitar futuros acordos com países-membros. “O bloco tem um modelo considerado ideal para a cobrança de impostos: cada país teria direito à tributação proporcional ao valor agregado obtido naquele território”, afirma Luciana, da Trench Rossi Watanabe. O Brasil precisa ainda de tratados para eliminar a bitributação, que obriga os empreendedores a arrecadar impostos no País e no exterior. Enquanto isso não ocorre, empresas como a Elocargo oferecem apoio para acesso a mercados internacionais. “Algumas companhias que desejam exportar ainda têm um longo caminho pela frente. É preciso melhorar o sistema fabril, importar máquinas e equipamentos de alta tecnologia”, afirma o proprietário da Elocargo, Claudemir Fernando Pereira, que trabalha com consultorias aduaneira, documental, logística e tributária. “Muitos não conhecem o *drawback*, que é a eliminação de tributos sobre insumos importados para uso em produtos exportados”, conta Pereira. “O cliente produz e nós identificamos as melhores condições



Quando o País tem uma queda na atividade econômica, a exportação é uma importante janela de oportunidades.

MARCOS MELO,  
professor de Finanças  
do Ibmecc-DF





**EM PESQUISA DA APEX-BRASIL COM CEOS E DIRETORES DE 229 EMPRESAS NACIONAIS, 68% DOS ENTREVISTADOS MANIFESTARAM DESEJO DE ATUAR NOS ESTADOS UNIDOS**

---

logísticas dependendo do mercado em questão.” Nesse sentido, o projeto ICV Global oferece apoio a 30 micros e pequenas empresas para iniciar as atividades no mercado global. “Levamos um grupo de companhias para o Vale do Silício e descobrimos que, na Califórnia, os produtores de café valorizam torrefadoras locais. Ou seja, identificou-se a importância de fazer parcerias locais”, diz Ana, da FGV e coordenadora do projeto. Em processo de internacionalização para o Estado da Georgia, nos Estados Unidos, por meio do ICV, a

Fornari, de Santa Catarina, desenvolve máquinas higienizadoras de ovos de frango para o agronegócio. “Eles não utilizam o formol durante o processo, o que gera um ganho maior em competitividade”, conta Ana. O projeto oferece palestras e consultoria de um ano e meio e, ao fim, especialistas promovem a aproximação com mercados-alvo em uma rodada de negócios.

Empresas de cosméticos, com serviços relacionados ao agronegócio, produtos manufaturados, máquinas e calçados compõem a pauta exportadora dos pequenos negócios do País. No entanto, ainda existe um longo caminho pela frente para a ampliação da balança comercial brasileira. ■

**Faça uma parceria de sucesso com quem tem profissionais altamente capacitados, segurança, tranquilidade e comprometimento com seus clientes.**

**47 anos  
de experiência**

Consultoria Empresarial | Constituição de Empresa | Contabilidade para Pessoa Jurídica | Perícia  
Contabilidade para Pessoa Física | Auditoria | Recursos Humanos | Rotinas no Departamento Pessoal

R. Ivaldo Alves do Nascimento, 966 - N. Sra. Aparecida - Uberlândia - MG - Tel.: (34) 3291-9100

[aserco@aserco.com.br](mailto:aserco@aserco.com.br)

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



# DO VINHO AO CHÁ

A UVA QUE CONSTRUIU  
100 ANOS DE EMPRESA

RAÍZA DIAS

1878

O italiano Antonio Domenico Salton se muda de sua cidade natal, Cison di Valmarino, na região do Vêneto, para o Brasil, com a esposa e os dois filhos

1884

Domenico fica viúvo, casa-se novamente e tem dez filhos. Ele abre um negócio que hospeda viajantes e comercializa alimentos, em sua nova cidade, hoje, Bento Gonçalves (RS). Além disso, produz vinho artesanalmente, servido aos seus clientes

1910

Após a morte de Domenico, o filho Paulo assume o negócio da família, que passa a se chamar "Paulo Salton Armazéns Gerais". É o ano de formalização da empresa

1922

A família se une em torno da empresa, que passa a se chamar "Paulo Salton & Irmãos"



1930

A produção de vinhos se torna o foco da companhia

1933

A empresa passa a produzir espumantes pelo método tradicional

1980

A vinícola passa a investir massivamente em tecnologia, com novos conceitos de enologia. "Antes da década de 1980, a Salton queria lutar e fazer o seu mercado, mas não tinha a mesma rapidez e agilidade de hoje", avalia a diretora, Luciana Salton

1991

A abertura dos portos no Brasil obrigou o mercado nacional a investir em melhorias para competir com os importados. "Até então ninguém tomava vinho no Brasil. As vinícolas se repensaram para olhar produtos com maior valor agregado, e a indústria do vinho foi reinventada", cita Luciana

## A SEGUNDA GERAÇÃO DA FAMÍLIA SALTON ENTRA NO NEGÓCIO

1967

Com o falecimento de Paulo, a empresa vira "Vinhos Salton S/A - Indústria e Comércio Ltda."

Com 107 anos de história, a Vinícola Salton atravessa a quarta geração de uma família que viu no cultivo de uvas uma oportunidade de negócio. Hoje com mais de 60 produtos e relações comerciais com aproximadamente 15 países, a empresa aposta em bebidas para todas as idades. Além disso, acredita no potencial do mercado brasileiro, ainda um consumidor tímido de vinhos em relação a outros países. Com investimento em tecnologia, inovação e sustentabilidade e atenta a tendências, a diretora Luciana Salton credita a trajetória de sucesso da vinícola a um elemento principal: “A paixão move o negócio”. ■



## A TERCEIRA GERAÇÃO DA FAMÍLIA PASSA A ATUAR NA VINÍCOLA

**1998**

A vinícola lança o Salton Classic, marco da fase de vinhos finos. “Percebemos que não adiantaria ficar com vinhos populares, e que era preciso investir mais na marca e em produtos finos”, afirma a diretora



**2010**

Vinícola Salton completa cem anos de história

## A VINÍCOLA RECEBE A QUARTA GERAÇÃO DA FAMÍLIA SALTON NA OPERAÇÃO

**2016**

A vinícola lança as linhas Vodka Vorus e Grape Tea Salton. “Estamos conquistando pessoas que conhecem ou não Salton. É um impacto para alguns anos, quando tivermos uma geração que cresceu tomando Salton”, avalia a diretora. No período, a vinícola cresceu 11,5% e faturou R\$ 377 milhões

**2000**

A Salton começa a produzir vinhos premium



**2005**

A vinícola lidera a comercialização de espumantes no País. “Hoje, mais de 30% do nosso faturamento são de espumantes. No Brasil, 70% dos espumantes consumidos são brasileiros. No mercado de vinhos, 75% dos produtos comercializados aqui são importados”, compara Luciana



**2017**

Trabalhando para consolidar os novos produtos, a Vinícola Salton espera seguir o ritmo do ano anterior e expandir dois dígitos

**“SEMPRE ESTAREMOS ATENTOS A NOVAS OPORTUNIDADES E AO QUE HÁ DE ESPAÇO PARA CRESZER NO MERCADO, TANTO EM DESTILADOS COMO EM NÃO ALCOÓLICOS, VINHOS E ESPUMANTES.”**

*Luciana Salton*

## MARANHÃO

## EM BUSCA DE NOVOS CAMINHOS

DIVERSIFICAR CADEIAS PRODUTIVAS E REDUZIR A DEPENDÊNCIA DE RECURSOS DA UNIÃO SÃO SAÍDAS PARA ALAVANCAR A ECONOMIA MARANHENSE, QUE TEM FORTE POTENCIAL NO AGRONEGÓCIO E ESPAÇO PARA INDUSTRIALIZAÇÃO

RAÍZA DIAS

**A** excessiva concentração de poderes no governo federal fez com que Estados e municípios brasileiros passassem a conviver com o desafio constante de explorar cada vez mais a sua vocação econômica. O foco é atingir autonomia financeira e garantir receita suficiente para girar a economia doméstica. No Maranhão, não é diferente. O Estado nordestino persegue o objetivo de diversificar o valor agregado da sua cadeia de produção. Atualmente, o setor de comércio e serviços participa com cerca de 70% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual, seguido por 19% da indústria, e o restante, de agricultura.

Após sofrer, em 2016, com a deflação das commodities, a queda de transferências da União e a forte seca que prejudicou a agricultura, a expectativa é deixar para trás a redução de 4,8% registrada no Produto Interno Bruto (PIB) do ano passado, superior à baixa nacional, de 3,6%. Para 2017, a projeção é um avanço de 2,7%, segundo o presidente do Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (Imesc), Felipe de Holanda. "Temos não apenas o esforço do setor público, mas uma carteira de projetos, principalmente nas áreas de logística, metalurgia, energia e papel e celulose, que começam a deslançar", pontua Holanda, ao avaliar os desafios do Estado.

EXPLORAÇÃO DE  
GÁS E PETRÓLEO

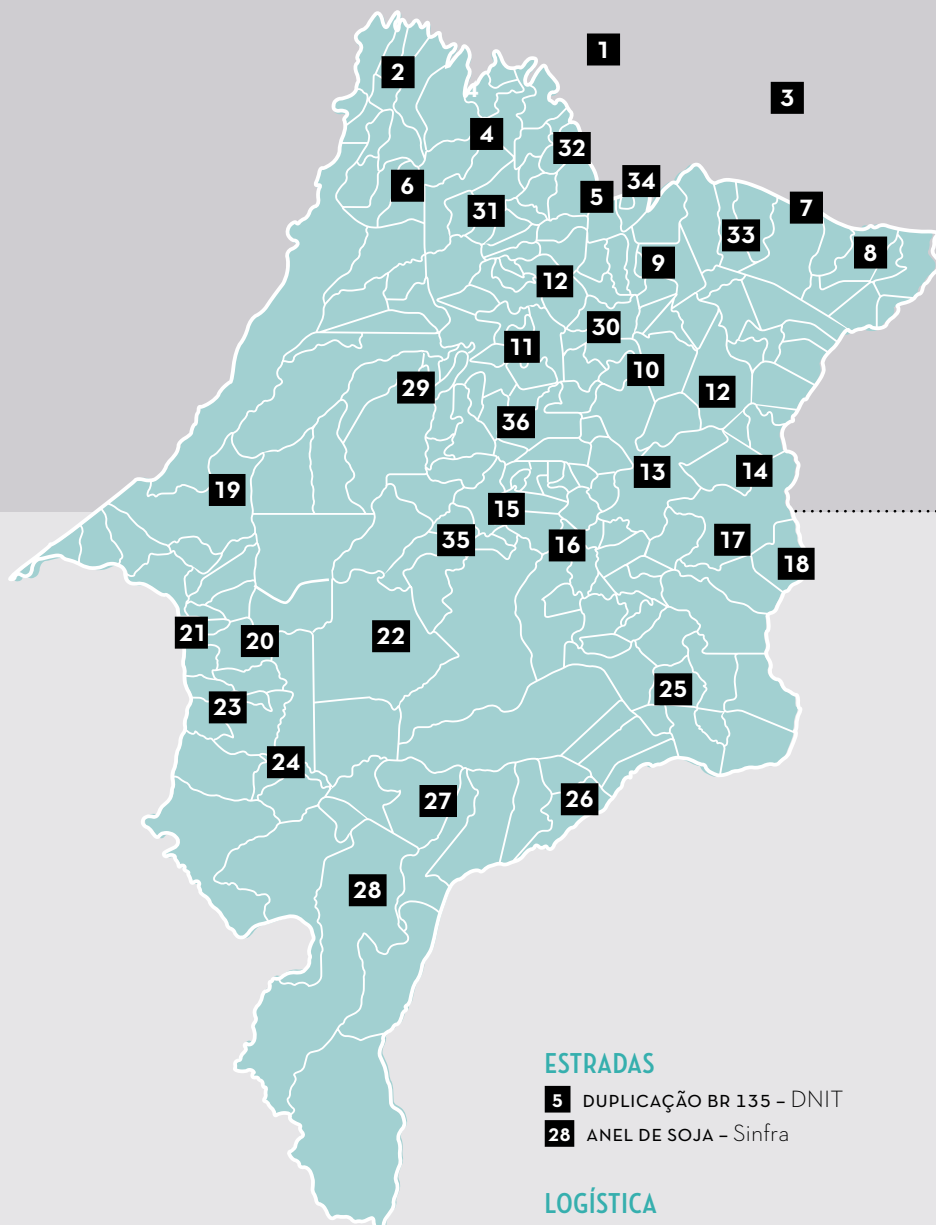
- 1** PROSPECÇÃO DE PETRÓLEO  
Petrobras e OGX
- 3** PROSPECÇÃO DE PETRÓLEO  
Petrobras
- 7** PROSPECÇÃO DE PETRÓLEO  
Engepet
- 7** PROSPECÇÃO DE PETRÓLEO  
Panergy
- 8** REFINARIA - Petrobras
- 15** GÁS NATURAL - OGX

## SIDERURGIA

- 5** Dimensão Aços Planos
- 5** Brascopper
- 19** ACIARIA E LAMINAÇÃO  
Gusa Nordeste

## MINERAÇÃO

- 2** EXPLORAÇÃO DE OURO  
Aurizona
- 4** EXPLORAÇÃO DE OURO - Jaguar
- 22** POLO GESSEIRO



## MAPA DA PRODUTIVIDADE

### ENERGIA

- 5** TERMELÉTRICA ITAQUI - Enerva
- 8** ENERGIA EÓLICA - Bioenergy
- 11** ENERGIA TÉRMICA  
UTE Gera Maranhão
- 14** USINA DE ÁLCOOL  
Itapecuru Bioenergia
- 14** USINA DE BIOMASSA  
Itapecuru Bionergia
- 18** ENERGIA TÉRMICA  
Complexo Parnaíba
- 18** ENERGIA TÉRMICA - UTG Parnaíba
- 20** ENERGIA HIDRÁULICA  
UHE Serra Quebrada
- 21** USINA DE ÁLCOOL - Maity
- 27** USINA DE ÁLCOOL - Agro Serra

### ESTRADAS

- 5** DUPLICAÇÃO BR 135 - DNIT
- 28** ANEL DE SOJA - Sinfra

### LOGÍSTICA

- 4** Vale (EFC, Píer IV e TFPM)
- 5** PORTO DE ITAQUI
- 9** TP do Mearim - Aurizona

### INDÚSTRIA

- 5** Ambev
- 5** Oleama - Getex Brasil
- 5** Península Norte  
Los Grobo - Ceagro
- 5** Parcan Group
- 5** Grupo Queiroz Galvão
- 5** Votorantim Cimentos
- 9** PRODUTOS FERROVIÁRIOS VAE Brasil
- 13** PRODUTOS DE LIMPEZA  
FC Oliveira
- 17** FÁBRICA DE BEBIDAS - Schincariol
- 20** FÁBRICA DE CELULOSE - Suzano

### AEROESPACIAL

- 34** ACS Alcântara Cyclone  
Space, Brasil/Ucrânia
- 34** Centro de Lançamento  
de Alcântara

### COMÉRCIO E SERVIÇO

- 5** Golden Shopping - São Luis Malls
- 5** Shopping Passeio - Grupo Lua Nova
- 5** Atacadão Carrefour
- 5** Grupo Mateus
- 5** Supermercados Maciel
- 5** Allia Hostels - Bristol Easy Hotel
- 5** VIX Transportes
- 18** Cocais Shopping - Mix Mateus
- 19** Urbia - Unique Shopping
- 30** Imperial Shopping -  
Franere Construções
- 34** Pátio Norte Shopping  
- Grupo Canopus

### AGROINDÚSTRIA

- 10** ABATEDOURO DE AVES  
Frango Americano
- 20** BENEFICIAMENTO DE LEITE  
Palate alimentos
- 24** CRIAÇÃO DE AVES  
Frango Americano
- 26** BENEFICIAMENTO DE SOJA  
Algar Agro
- 28** POLO DE SOJA
- 28** ABATEDOURO DE AVES  
Notaro Alimentos
- 28** PRODUÇÃO DE ALIMENTOS  
FUNCIONAIS - Venko Alimentos



## R\$ 9,2 BILHÕES ESTÃO SENDO INVESTIDOS EM OBRAS DE GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA, NAS INDÚSTRIAS EXTRATIVA E DE TRANSFORMAÇÃO E EM INFRAESTRUTURA

---

### TRAVAS LOCAIS

A situação das contas públicas é motivo de preocupação. O Maranhão é o maior dependente de repasses do governo federal no Nordeste, com 55,6% da receita composta por esses recursos, segundo estudo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), que analisou dados de 2012 a 2015.

No ano retrasado, o Estado encerrou com déficit primário de R\$ 151 milhões. “A realidade econômica é muito frágil e, ainda por cima, continua tendo déficit”, avalia o assessor econômico da FecomercioSP, Fábio Pina.

Embora a agropecuária seja importante componente da atividade econômica estadual, dela surgem problemas,

como avalia o professor de Desenvolvimento Econômico da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Benjamin Mesquita. “A geração de emprego direto é baixa no agronegócio porque ele é muito mecanizado”, opina. No ano passado, foram registradas 18,2 mil demissões líquidas no mercado de trabalho maranhense, segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged).

A concessão de isenção tributária também afeta a arrecadação dos cofres públicos. “Mais de 90% da pauta de exportação do Maranhão são commodities agrícolas e minerais. O problema é que o Estado não arrecada impostos com eles porque são isentos”, diz Holanda.

### SAÍDAS PARA CRESCER

Para reverter esse cenário, o Estado tem trabalhado na diversificação econômica. Em torno de R\$ 9,2 bilhões estão sendo investidos em obras de geração e distribuição de energia, nas indústrias extrativa e de transformação e em infraestrutura. No setor energético, foram aplicados R\$ 2,3 bilhões. “Era um Estado importador de energia e hoje é amplamente exportador”, pontua o presidente do Imesc. Além disso, R\$ 1 bilhão foi desembolsado no último ano para produzir gás natural, segundo Holanda. “A construção de gasodutos talvez seja o mais importante projeto para pensar o avanço da industrialização do Maranhão.”

Na visão do coordenador de Ações Estratégicas da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), José Henrique Polary, as obras energéticas vão incrementar o parque industrial maranhense. “É um segmento que tem muito a crescer, que pode gerar tantas unidades industriais que venham a demandar energia limpa”, prevê.

O diretor-presidente da Real Assessoria e Consultoria, associada GBrasil no Maranhão, José Pires de Castro, vê com bons olhos esses avanços. “Estamos otimistas, uma vez que diversas empresas multinacionais nas áreas de gás e petróleo estão prospectando para se estabelecerem no Porto do Ita-



Estamos otimistas, uma vez que diversas empresas multinacionais nas áreas de gás e petróleo estão prospectando para se estabelecerem no Porto do Itaqui.

**JOSÉ PIRES DE CASTRO,**  
diretor-presidente  
da Real Assessoria e  
Consultoria, associada  
GBrasil no Maranhão



qui”, conta o empresário. Mesmo diante do cenário de recessão econômica, a empresa registrou crescimento em torno de 15% a 20% em 2017.

No campo da infraestrutura, estão em execução obras na Estrada de Barreirinhas, na ponte sobre o Rio Pericumã, em ferrovias e no Porto de Itaqui. “Há um pacote de obras rodoviárias que está sendo executado na ordem de R\$ 1,5 bilhão”, cita o presidente do Imesc.

Para o porto, estão previstos R\$ 733,4 milhões em 2017. Há uma limitação no Maranhão porque não existe pátio de contêineres no porto, o que acaba limitando e inibindo a atividade, fazendo com que haja deslocamento de produção para outros Estados”, avalia Polary, da Fiema.

Castro pondera a necessidade de mais apoio da administração pública para os investidores, a exemplo da Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Energia (Seinc), que tem contribuído nesse processo, “o que nos levou a ter conseguido um avanço substancial nesses projetos”. Segundo ele, a expectativa é obter crescimento de 25% a 30% em 2017 e 2018, respectivamente. ■



DEDICAÇÃO



SOLUÇÕES  
GLOBAIS



HISTÓRIAS  
DE SUCESSO



EFICIÊNCIA



*Uma caminhada repleta de  
dedicação aos nossos clientes,  
construindo soluções e  
histórias de sucesso.*

# E-LIXO: DO DESCARTE À RECICLAGEM

A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS (PNRS) ESTABELECE OBRIGATORIEDADES QUE MINIMIZEM O IMPACTO DOS RESÍDUOS NO MEIO AMBIENTE

PAMELA FORTES

**P**rodutos eletrônicos cada vez mais inovadores são lançados a todo o momento. Na mesma celeridade, no entanto, cresce também o volume de descarte de lixo eletrônico. O relatório “The Global Waste Management Outlook (2015)”, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), mostra que são geradas 41 milhões de toneladas de e-lixo por ano, provenientes de computadores e smartphones. Em 2017, esse número deverá alcançar 50 milhões de toneladas.

Considerado o segundo maior produtor de e-lixo da América Latina, o Brasil produz 1,4 milhão de toneladas por ano, uma média de 7 quilos por habitante. Composto por tóxicos químicos, como mercúrio e chumbo, o lixo eletrônico é um dos grandes vilões do meio ambiente. Além de contaminar o ar por dissipar níveis altos de dioxinas, polui o solo por causa das altas concentrações de hidrocarbonetos aromáticos policíclicos (HAPs). Em contato com os seres humanos, essas substâncias podem causar até alterações neurofisiológicas.

A boa notícia é que o País tem normas regulatórias para o descarte correto dos resíduos. Instituída em 2010, a Lei Federal nº 12.305, referente à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) estabelece a obrigatoriedade da coleta seletiva

“

Atuamos com os “3 Rs”: reduzir, reutilizar e reciclar. Comercializamos equipamentos que consomem menos energia. Trabalhamos na manutenção dos equipamentos de TI, prolongando sua vida útil. Também provemos o descarte ambientalmente correto dos resíduos.



**THIAGO TRASPADINI**  
diretor de  
operações da  
América Tecnologia



e dissemina o conceito de responsabilidade compartilhada a toda a cadeia produtiva – fabricantes, importadores, comerciantes, Estado e consumidores.

### SOLUÇÕES

Entre as diretrizes da PNRS, a reciclagem figura como um dos instrumentos para a diminuição do e-lixo. Essa prática, porém, enfrenta percalços, como a escassez de unidades recicladoras no País. “Muitos desses locais ainda não possuem tecnologia para reciclar as placas de circuito impresso, monitores e TVs. A maioria das unidades apenas desmonta os equipamentos, encaminhando as placas para o exterior”, explica o presidente da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, José Goldemberg.

A Logística Reversa dos eletrônicos é outro importante caminho para minimizar o descarte incorreto. Ela prevê que comerciantes e distribuidores devam atuar como pontos de coleta a fim de promover o retorno dos produtos descartados aos fabricantes e importadores para sua reintrodução na cadeia produtiva. Goldemberg ressalta, porém, que o processo depende fundamentalmente do consumidor.

A América Tecnologia, cliente da Domingues e Pinho Contadores, associada GBrasil no Rio de Janeiro (RJ), executa o recebimento e a triagem de aparelhos, a manufatura reversa, o encaminhamento à reciclagem e a elaboração de relatórios. “Trabalhamos com os ‘3 Rs’: reduzir, reutilizar e reciclar. Comercializamos equipamentos que ocupam menos espaço nos data centers



### PROJETO ECO-ELETRO, DO LABORATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA USP

---

e consomem menos energia [reduzir]. Atuamos na manutenção do conjunto de equipamentos que compõem a infraestrutura de TI da empresa, que prolonga sua vida útil [reutilizar]. Por fim, provemos o descarte ambientalmente correto dos resíduos [reciclar]”, destaca o diretor de operações da empresa, Thiago Traspadini.

Iniciativas de inclusão digital promovidas por instituições socioassistenciais também servem de solução. Por intermédio delas, monitores, mouses, impressoras e celulares são recolhidos e, quando apresentam boa condição de uso, são encaminhados a projetos sociais. Há ainda a reparação de peças danificadas e remontagem. Para o meio ambiente, há redução do consumo de recursos naturais na produção de novos aparelhos, além da diminuição de lixos eletrônicos descartados em locais indevidos. Aos consumidores finais, o processo garante produtos financeiramente mais acessíveis. ■

## 1 UNIÃO QUE FORTALECE

Rio Branco (AC) sediou, em maio, o 47º Encontro GBrasil. Associada no Estado, a Organização Contábil Prado recepcionou gestores de 33 das 39 empresas integrantes do grupo.

A programação teve painéis sobre recursos humanos, gestão de marketing, mapeamento de processos internos e controle automatizado de obrigações acessórias, entre outros temas, apresentados por profissionais especializados associados ao GBrasil, como Flávio Farias, da Acene Contabilidade (PE); William Pinho, da DPC (RJ); Rui Cadete, da Rui Cadete Consultores e Auditores (RN); e Reinaldo Silveira, da Organização Silveira de Contabilidade (BA).

Estiveram ainda entre os palestrantes Alessandra Sousa, do Grupo Fatos (SP); Rider Pontes, da Unicon (ES); e Mauricio Prado, da empresa local.

“A somatória de todas as sugestões faz o nosso grupo ainda melhor”, avalia o presidente Julio Linuesa Perez. Os próximos encontros serão em novembro deste ano, em Juiz de Fora (MG), e em maio de 2018, em João Pessoa (PB).



## 2 POR ELAS

Simone Zanon, da T&M Consulting, associada GBrasil em Santa Maria (RS), participou do talk show *Mulheres que fazem a diferença*, na 17ª Convenção – Fórum da Mulher Contabilista, em Foz do Iguaçu (PR), em maio. No bate-papo, a empresária falou sobre sua experiência profissional no segmento contábil e contou como equilibra os compromissos de trabalho e a vida pessoal. Participaram Antonia Faleiros e Rosângela Wolff Moro, além da ex-presidente do Conselho Regional de Contabilidade do Paraná Lucelia Lecheta, que mediu a conversa.



### 3 EXPANSÃO

A Matur, associada GBrasil em Belo Horizonte (MG), acaba de expandir sua operação para Curvelo, município a 164 quilômetros da capital mineira. Segundo o sócio-diretor da empresa, Mário Mateus, a abertura foi decidida com base no mapeamento de cidades no interior do Estado. Assim como a filial de Montes Claros, a nova unidade foi inaugurada em parceria com um sócio local, que passa a contar com a tecnologia oferecida pela Matur para emissão eletrônica de documentos e serviços diferenciados oferecidos aos clientes. “Estamos com boas expectativas. Temos grandes possibilidades de dobrar a carteira de clientes neste ano, com foco no atendimento e na qualidade.”

### 4 RELAÇÕES INTERNACIONAIS



A Amcham-Rio apresentou sua nova diretoria para o biênio 2017-2018. O vice-presidente para a América Latina da IBM Brasil, Pedro Almeida, foi empossado presidente em cerimônia no Copacabana Palace, em maio. O diretor-presidente da DPC, associada GBrasil na capital carioca, Manuel Domingues e Pinho, continua integrando a diretoria da Câmara de Comércio Americana do Rio de Janeiro. Marcaram presença o prefeito do Rio, Marcelo Crivella; o embaixador dos Estados Unidos no Brasil, Michael McKinley; e o ministro da Fazenda, Henrique Meirelles.

### 5 FOCO EM GESTÃO

Gestão de pessoas, programas de qualidade, influência da tecnologia e cenário atual do mercado contábil foram alguns dos assuntos debatidos por Lilian Ribeiro, do Grupo Fatos, e Anderson Pedrosa, da Contac Contabilidade, associados GBrasil em São José dos Campos (SP) e Goiânia (GO), respectivamente, no 5º Encontro Gaúcho das Empresas de Serviços Contábeis, em junho, em Porto Alegre. O debate foi mediado por Maurício Gatti, associado da capital gaúcha.



## NBS INFORMÁTICA

SOLUÇÕES EM SOFTWARE PARA CONCESSIONÁRIAS E AUTOPEÇAS

Sediada em Cuiabá (MT), a NBS Informática desenvolve sistemas de gestão para concessionárias de veículos e autopeças focados na redução de custos. Com uma filial em Florianópolis (SC) e capilaridade nacional, a empresa procurou neste ano os serviços da Contabilidade Scalco, associada GBrasil na capital mato-grossense, para dinamizar as operações. “Com o nosso crescimento, surgiu a necessidade de buscarmos uma empresa especialista contábil que acompanhasse nosso perfil arrojado e que investisse em ferramentas tecnológicas que facilitassem o dia a dia das operações”, afirma o gerente-executivo da NBS, Kleber Dallagnol. Ao destacar o engajamento da contabilidade com cada departamento da NBS, Dallagnol aponta que resultados positivos já podem ser notados, como mais agilidade nos processos contábeis e mais confiança nos dados coletados.



## HAUNI DO BRASIL

ESPECIALISTA EM PROCESSAMENTO DE CIGARROS

Referência mundial em soluções para a indústria internacional do tabaco, a alemã Hauni, empresa do Grupo Körber, passou a fazer parte da carteira de clientes da Domingues e Pinho Contadores (DPC), associada GBrasil no Rio de Janeiro. “Buscamos sistemas mais eficientes de consultoria contábil e de gestão dos nossos funcionários. A experiência internacional da DPC será fundamental para nós, já que atuamos em diversos países. Além disso, a contabilidade também nos auxiliará nas prováveis mudanças trabalhistas que podem acontecer no Brasil nos próximos meses”, explica o diretor da Hauni do Brasil, Patrick Bouilloud. A empresa está presente em outros 20 países e emprega aproximadamente 3 mil funcionários.

## VIVA PRINTER

QUALIDADE EM IMPRESSÃO

O Grupo Fatos Contabilidade & Soluções Corporativas tem como novo cliente a Viva Printer, pioneira no aluguel de impressoras, com mais de 450 contratos firmados e mais de 5 mil máquinas instaladas em todo o País. A fim de melhorar a qualidade de sua gestão interna nos aspectos financeiro e estratégico, a empresa iniciou parceria com o associado GBrasil em São José dos Campos (SP) e já enxerga possibilidades de crescimento. “Precisávamos ter uma organização completa para termos visão plena da companhia. E já estamos conseguindo isso pelas soluções inovadoras que eles nos oferecem”, aponta a supervisora financeira da Viva Printer, Cláudia Nery. “É muito importante mantermos a excelência na qualidade dos serviços prestados”, afirma o sócio e diretor comercial da empresa, Ricardo Valente.

## TRANSPORTES DALÇOQUIO

SEGURANÇA NAS ESTRADAS

A J. Mainhardt & Associados, associada GBrasil em Santa Catarina, passou a atender a Transportes Dalçoquio, transportadora com sede em Itajaí (SC), que se dedica há mais de 40 anos ao frete rodoviário de carga, especialmente de produtos perigosos, como combustíveis. "Levamos a organização e a padronização dos processos de contabilidade, departamento pessoal e financeiro. Em pouco mais de dois meses já podemos ver as melhorias e a segurança que nosso serviço ofereceu à empresa, que pode se dedicar ao que sabe fazer de melhor", diz o diretor comercial Carlos Alberto Mainhardt. "Para nos mantermos vivos, precisamos contar com as melhores práticas de mercado. Mas desenvolver isso

de maneira caseira seria muito oneroso. Por isso, buscamos a J. Mainhardt, que tem experiência e nos entregou todas as práticas que precisávamos de maneira instantânea. Com as práticas de *outsourcing*, sabemos que crescer não é mais um desafio, é oportunidade", afirma o diretor de auditoria/gestão e TI da empresa, Valdir Pastrelo.



DOMÍNIO

# 1,7 MILHÕES

DE DÓLARES EM DADOS SÃO PERDIDOS ANUALMENTE EM DESASTRES NATURAIS, SEQUESTROS, VÍRUS OU HACKERS



BACKUP  
EM NUVEM

O BANCO DE DADOS DO SEU ESCRITÓRIO NÃO PODE FICAR TÃO VULNERÁVEL. **BACKUP EM NUVEM, A GARANTIA DE PROTEÇÃO TOTAL CONTRA QUALQUER IMPREVISTO.**

Informações comerciais: **0800 645 4004**



the answer company™

**THOMSON REUTERS®**

**AC - RIO BRANCO****ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL PRADO**

CRC/AC 7/O REPRESENTANTE: Maurício Prado  
R. Pará, 107, Habitasa • CEP 69905-082 • Rio Branco • AC  
☎ (68) 3224.3019 [www.ocprado.com.br](http://www.ocprado.com.br)

**AL - MACEIÓ****CONTROLE CONTADORES ASSOCIADOS**

CRC/AL 744/O REPRESENTANTE: Daniel Salgueiro da Silva  
R. Guedes Gondim, 128 • CEP 57020-260 • Maceió • AL  
☎ (82) 2121.0000 [www.contrôlecontadores.com.br](http://www.contrôlecontadores.com.br)

**AM - MANAUS****DHC AUDITORIA**

CRC/PR 5.283/O REPRESENTANTE: Ernandes Melo  
R. Maria Esther Teixeira, 56 • bairro Parque 10 de Novembro  
CEP 69055-470 • Manaus • AM  
☎ (92) 3634.6212 [www.dhcm Manaus.com.br](http://www.dhcm Manaus.com.br)

**AP - MACAPÁ****CUNHA & TAVARES CONSULTORIA**

CRC/AP 6/O REPRESENTANTE: Paulo Roberto Tavares  
Av. Pedro Lazarino, 516 • Bairro Beírol • CEP 68902-080 • Macapá • AP  
☎ (96) 3223.4242 [www.cunhaetavares.com.br](http://www.cunhaetavares.com.br)

**BA - SALVADOR****ORGANIZAÇÃO SILVEIRA DE CONTABILIDADE**

CRC/BA 2.102/O REPRESENTANTE: Reinaldo Silveira  
R. Torquato Bahia, nº 4, 6º andar • CEP 40015-110 • Comércio • Salvador • BA  
☎ (71) 2104.5401 [www.organizaocaosilveira.com.br](http://www.organizaocaosilveira.com.br)

**CE - FORTALEZA****MARPE - CONTADORES ASSOCIADOS**

CRC/CE 296/O REPRESENTANTE: Pedro Coelho Neto  
Av. Pontes Vieira, 1.079 • Dionísio Torres • CEP 60135-237 • Fortaleza • CE  
☎ (85) 3401.2499 [www.marpecontabilidade.com.br](http://www.marpecontabilidade.com.br)

**DF - BRASÍLIA****AGENDA CONTÁBIL S/S**

CRC/DF 310/O REPRESENTANTE: Lúcio Gomes  
QMSW 02, cj. C, nº 16 • Setor Sudoeste • CEP 70680-200 • Brasília • DF  
☎ (61) 3321.1101 [www.agendacontabil.com.br](http://www.agendacontabil.com.br)

**ES - VITÓRIA****UNICON - UNIÃO CONTÁBIL**

CRC/ES 382/O REPRESENTANTE: Rider Pontes  
R. Graciano Neves, 230 • Centro • CEP 29015-330 • Vitória • ES  
☎ (27) 2104.0900 [www.unicon.com.br](http://www.unicon.com.br)

**GO - GOIÂNIA****CONTAC - CONTABILIDADE**

CRC/GO 882/O REPRESENTANTE: Agostinho Pedrosa  
Av. Oeste, 319 • Setor Aeroporto • CEP 74075-110 • Goiânia • GO  
☎ (62) 3240.0400 [www.contacnet.com.br](http://www.contacnet.com.br)

**MA - SÃO LUÍS****ASSESSORIA E CONSULTORIA REAL**

CRC/MA 211/O REPRESENTANTE: Ribamar Pires  
Av. Borborema, qd. 18, nº 22 • Calhau • CEP 65071-360 • São Luís • MA  
☎ (98) 3313.6800 [www.assessoriareal.com.br](http://www.assessoriareal.com.br)

**MG - BELO HORIZONTE, CURVELO E MONTES CLAROS****MATUR ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL**

CRC/MG 683/O REPRESENTANTE: Mário Mateus  
R. Carijós, 244, 11º andar • CEP 30120-060 • Belo Horizonte • MG  
☎ (31) 3311.8111 [www.matur.com.br](http://www.matur.com.br)

**MG - JUIZ DE FORA****TECOL - CONSULTORIA EMPRESARIAL**

CRC/MG 3.635/O REPRESENTANTE: Celio Faria de Paula  
R. Dr. João Pinheiro, 173 • CEP 36015-040 • Juiz de Fora • MG  
☎ (32) 3215.6631 [www.tecol.com.br](http://www.tecol.com.br)

**MG - UBERLÂNDIA****ASERCO ASSESSORIA E SERVIÇOS CONTÁBEIS**

CRC/MG 4.732/O REPRESENTANTE: Valdemar Moraes  
R. Ivaldo Alves do Nascimento, 966 • CEP 38400-683 • Uberlândia • MG  
☎ (34) 3291.9100 [www.aserco.com.br](http://www.aserco.com.br)

**MS - CAMPO GRANDE****AUDITA CONTABILIDADE**

CRC/MS 103/O REPRESENTANTE: Solindo Medeiros  
R. Olavo Bilac, 20 • CEP 79005-090 • Campo Grande • MS  
☎ (67) 3383.1892 [www.auditacontabilidade.com.br](http://www.auditacontabilidade.com.br)

**MT - CUIABÁ****CONTABILIDADE SCALCO S/S**

CRC/MT 324/O REPRESENTANTE: Volmar José Scalco  
R. Comandante Costa, 1.519 • CEP 78020-400 • Cuiabá • MT  
☎ (65) 3363.1600 [www.scalcomt.com.br](http://www.scalcomt.com.br)

**MT - SINOP****CGF CONTABILIDADE**

CRC/MT 356/O REPRESENTANTE: Cleber Furlanetti  
R. das Aroeiras, 58 • CEP 78550-238 • Sinop • MT  
☎ (66) 3511.5800 [www.cgfcontabilidade.com.br](http://www.cgfcontabilidade.com.br)

**PA - BELÉM****C&C - SERVIÇOS CONTÁBEIS**

CRC/PA 406/O REPRESENTANTE: Carlos Correa  
Tv. Nove de Janeiro, 2.155, 1º andar, sl. B • CEP 66060-585 • Belém • PA  
☎ (91) 3249.9768 [www.cec.cnt.br](http://www.cec.cnt.br)

**PB - JOÃO PESSOA****ROBERTO CAVALCANTI & ASSOCIADOS**

CRC/PB 150/O REPRESENTANTE: Roberto Cavalcanti  
Av. Almirante Barroso, 1.020 • Centro • CEP 58013-120 • João Pessoa • PB  
☎ (83) 3048.4243 [www.robertocavalcanti.cnt.br](http://www.robertocavalcanti.cnt.br)

**PE - RECIFE | SERRA TALHADA****ACENE ASSESSORIA CONTÁBIL E CONSULTORIA EMPRESARIAL DO NORDESTE S/S**

CRC/PE 433/O REPRESENTANTES: Carmelo Farias e Flavio Farias  
R. João Ivo da Silva, 323 • Madalena • CEP 50720-100 • Recife • PE  
☎ (81) 2125.0300 [www.acenecontabilidade.com.br](http://www.acenecontabilidade.com.br)

**PI - TERESINA****ANÁLISE CONTABILIDADE**

CRC/PI 64/O REPRESENTANTE: Tertulino Passos  
R. Valença, 3.453 • Sul • Bairro Tabuleta • CEP 64018-535 • Teresina • PI  
☎ (86) 3222.6337 [www.analisecontabilidade.com.br](http://www.analisecontabilidade.com.br)

## PR - CURITIBA

### EACO - CONSULTORIA E CONTABILIDADE

CRC/PR 2.976/O REPRESENTANTE: Euclides Locatelli  
R. XV de Novembro, 297, 7º andar • CEP 80020-310 • Curitiba • PR  
☎ (41) 3224.9208 www.eaco.com.br

## PR - FOZ DO IGUAÇU

### DE PAULA CONTADORES ASSOCIADOS

CRC/PR 3.859/O REPRESENTANTE: Antonio Derseu Candido de Paula  
R. Antonio Raposo, 310 • Centro • CEP 85851-090 • Foz do Iguaçu • PR  
☎ (45) 2105.2000 www.depaulacontadores.com.br

## RJ - RIO DE JANEIRO | MACAÉ

### DPC - DOMINGUES E PINHO CONTADORES

CRC/RJ 1.137/O REPRESENTANTE: Luciana Uchôa  
Av. Rio Branco, 311, 4º andar • Centro  
CEP 20040-903 • Rio de Janeiro • RJ  
☎ (21) 3231.3700 www.dpc.com.br

## RN - NATAL

### RUI CADETE CONSULTORES E AUDITORES ASSOCIADOS S/S LTDA

CRC/RN 107/O REPRESENTANTE: Rui Cadete  
R. Apodi, 209 • Cidade Alta • CEP 59025-170 • Natal • RN  
☎ (84) 3616.5500 www.ruicadete.com.br

## RO - PORTO VELHO

### D. DUWE CONTABILIDADE

CRC/RO 17/O REPRESENTANTE: Ronaldo Hella  
R. Júlio de Castilho, 730 • Olaria • CEP 76801-238 • Porto Velho • RO  
☎ (69) 2182.3388 www.dduwe.com.br

## RR - BOA VISTA

### SAMPAYO FERRAZ CONTADORES ASSOCIADOS

CRC/RR 12/O REPRESENTANTE: Pedro Nunes Ferraz da Silva  
R. Ajuricaba, 738 • Centro • CEP 69301-070 • Boa Vista • RR  
☎ (95) 3224.0544 www.sampayoferraz.com.br

## RS - PORTO ALEGRE

### GATTI CONTABILIDADE S/S

CRC/RS 3.086/O REPRESENTANTE: Maurício Gatti  
R. Santa Catarina, 361 • CEP 91030-330 • Porto Alegre • RS  
☎ (51) 2108.9900 www.gatti.com.br

## RS - CAXIAS DO SUL

### TOIGO CONTADORES ASSOCIADOS

CRC/RS 2.873/O REPRESENTANTE: Fabiano Toigo  
R. Guerino Sanvito, 695 • CEP 95012-340 • Caxias do Sul • RS  
☎ (54) 4009.9899 www.toigo.com.br

## RS - SANTA MARIA

### T&M CONSULTING

CRC/RS 3.421/O REPRESENTANTE: Simone Zanon  
Av. Medianeira, 1.660, sobreloja • CEP 97060-002 • Santa Maria • RS  
☎ (55) 3304.2636 www.tmconsulting.com.br

## SC - FLORIANÓPOLIS

### RG CONTADORES ASSOCIADOS

CRC/SC 1.114/O REPRESENTANTE: Nilton Joel Goedert  
Av. Alm. Tamandaré, 94 • sl. 1004 • CEP 88080-160 • Florianópolis • SC  
☎ (48) 3037.1200 www.rgcontadores.com.br

## SC - BLUMENAU, JOINVILLE E ITAJAÍ

### J. MAINHARDT & ASSOCIADOS

CRC/SC 5.479/O REPRESENTANTE: Giovani Mainhardt  
R. 2 de Setembro, 2.639, 1º, 2º e 3º andares  
CEP 89052-001 • Blumenau • SC  
☎ (47) 3231.8800 www.mainhardt.com.br

## SE - ARACAJU

### SERCON SERVIÇOS CONTÁBEIS LTDA

CRC/SE 131/O REPRESENTANTE: Susana S. Nascimento  
R. Waldemar Dantas, 100 • Grageru • CEP 49025-300 • Aracaju • SE  
☎ (79) 2106.6400 www.sercontabil.com.br

## SP - SÃO PAULO

### ORCOSE CONTABILIDADE

CRC/SP 5.881/O REPRESENTANTE: Júlio Linuesa Perez  
R. Clodomiro Amazonas, 1.435 • CEP 04537-012 • São Paulo • SP  
☎ (11) 3531.3233 www.orcose.com.br

## DPC - DOMINGUES E PINHO CONTADORES

CRC/SP 24.226/O REPRESENTANTE: Luiz Flávio Cordeiro  
R. do Paraíso, 45, 4º andar • Paraíso • CEP 04103-000 • São Paulo • SP  
☎ (11) 3330.3330 www.dpc.com.br

## SP - ARAÇATUBA

### ESCRITÓRIO CONTÁBIL REAL ARAÇATUBENSE LTDA

CRC/SP 30.293/O REPRESENTANTE: André Luiz Magustero Américo  
R. Tabajaras, 322-A • CEP 16010-390 • Araçatuba • SP  
☎ (18) 2103.5967 www.realaracatubense.com.br

## SP - BAURU

### DE MARTINO CONTABILIDADE

CRC/SP 26.437/O REPRESENTANTE: Carlos Eduardo Saggiore De Martino  
R. Gustavo Maciel, 13-20 • CEP 17015-321 • Bauru • SP  
☎ (14) 3227.4110 www.demartino.com.br

## SP - PRAIA GRANDE

### ESCUDO REAL CONTÁBIL E AUDITORIA

CRC/SP 16.449/O REPRESENTANTE: José Augusto Soares da Silva  
R. Fumio Miyazi, 215 • Boqueirão • CEP 11701-160 • Praia Grande • SP  
☎ (13) 3023.7000 www.escudoreal.com.br

## SP - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

### GRUPO FATOS CONTABILIDADE & SOLUÇÕES CORPORATIVAS

CRC/SP 23.581/O REPRESENTANTE: Lilian Ribeiro  
Av. Dr. Adhemar de Barros, 1.177 • Vila Adyana  
CEP 12.245-010 • São José dos Campos • SP  
☎ (12) 3909.2920 www.grupofatos.com.br

## TO - PALMAS

### OPÇÃO CONTADORES ASSOCIADOS

CRC/TO 7.564/O REPRESENTANTE: Flavio Azevedo Pinto  
504 Sul, Al. 04, nº 45, L.40, QI G • Plano Diretor Sul  
CEP 77021-690 • Palmas • TO  
☎ (63) 3219.7100 www.opcon.com.br



## GBRASIL (SEDE)

R. Clodomiro Amazonas, 1.435  
CEP 04537-012 • São Paulo • SP  
☎ 55 (11) 3814.8436  
www.gbrasilcontabilidade.com.br

O GBrasil acredita que um país sem corrupção se constrói com ética, honestidade, transparência, participação, respeito e líderes comprometidos.

Mas também, com uma boa contabilidade.



[www.gbrasilcontabilidade.com.br](http://www.gbrasilcontabilidade.com.br)  
[www.facebook.com/gbrasilcontabilidade](https://www.facebook.com/gbrasilcontabilidade)