



# informaciAR

www.aciar.com.br

Janeiro 2011 | nº 144 | Ano 12

## Vantagens

Cartão ACCredito  
conquista novos adeptos

## Show de Prêmios

ACIAR premia sorteados  
na promoção de Natal

## Nossa História

Uma viagem de  
jangada pelo Ribeira

Orgão de informação da Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Registro



# Comércio dentro da lei

Algumas regras devem ser cumpridas para evitar  
prejuízos e conquistar a confiança dos clientes

**Cheques ou documentos  
roubados, perdidos,  
extraviados?**

**Proteja-se avise!**



*Cheques e documentos roubados, furtados ou extraviados são frequentemente usados em golpes e fraudes, causando graves inconvenientes para seus usuários. Por isso, em caso de roubo, perda ou extravio, denuncie imediatamente ao S.O.S. Cheques & Documentos. Além de proteger a si próprio, você ajudará a coibir a ação de criminosos e contraventores que causam prejuízo a você, ao comércio e a toda a sociedade.*

**Ligue: 0800 011 1522**

*Serviço gratuito, disponível 24h por dia, inclusive aos fins de semana.*

*\*Faça também o boletim de ocorrência no distrito policial mais próximo.*

**FACESP**  
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS  
DO ESTADO DE SÃO PAULO

FILIADA À FACESP  
**ASSOCIAÇÃO  
COMERCIAL**  
ACIAR REGISTRO

Movimento  
de Apoio ao  
Consumidor



05

**PERFIL** Patrimônio Valorizado



14

Usuários destacam vantagens do ACCREDITO



15

ACIAR entrega prêmios de natal

**06. MARKETING**

Marketing de Serviços

**07. NOSSA HISTÓRIA, NOSSA GENTE**

Uma aventura especial

**08. SUA EMPRESA**

Aparência: cuidar, gostar e mostrar

**09. SAÚDE**

Novo calendário de vacinação pelo SUS

**10. JURÍDICO** Registros e inscrições das sociedades comerciais

**11. RURAL** Guia de boas práticas e dispensa de licenciamento ambiental

**12. CAPA** Dentro da Lei

**16. Desejos realizados**

**17. Decoração natalina premiada**

**18. Ponto Eletrônico**

**19. Dicas de Segurança**

**20. Avanço Econômico**



**Henrique Rodrigues Wolf**  
Presidente da ACIAR

## Feliz Ano Novo amigos do comércio!

Mais um ano se inicia, e com esse evento a renovação das nossas esperanças; e a expectativa para que esse novo ciclo solar nos traga dias melhores. Com isso se faz a oportunidade de uma renovação, sempre visando evoluir o nosso setor e também a pessoa do comerciante. Buscando acompanhar as novas demandas, nos convidando a acompanhar a esteira do progresso; pois, mais do que nunca não temos como ignorar o dinamismo comercial.

Somos homens e mulheres novos todos os anos; pois não somos apenas comerciantes, mas também pais, mães, filhos... Enfim, somos família!

E a busca do equilíbrio se torna altamente necessária para que possamos gerir com sabedoria nossos estabelecimentos comerciais, como também os nossos lares.

O privilegiar um dos dois em detrimento do outro nos gerará consequências não positivas, pois, se observarmos com cuidado, o equilíbrio e a harmonia é o que resultará nos frutos de satisfação para este ano de 2011.

Novos desafios!

Novas propostas!

Tempo este que nos mostra o que devemos deixar para trás e o que devemos reproduzir este ano.

A experiência conquistada jamais deverá ser ignorada. Devemos nos fortalecer no comércio, sem enfraquecer as nossas fibras de "ser humano", pois sabemos que não há um ano igual ao outro, no comércio ou em nossas vidas.

Por isso, uma das preocupações da Aciar é proporcionar aos associados o apoio necessário para a realização dos seus objetivos.

E temos consciência que separados e sectários nos enfraquecemos, mas dentro de uma união saudável e com objetivos reais e coerentes, temos toda a possibilidade para um ano que ao findar-se, nos deixará frutos de realização e conquistas.

Que o Pai Eterno nos auxilie com sabedoria e saúde, para que a Paz, o Amor e a Prosperidade sejam a nossa companhia em nossos lares e comércios.

É o que desejo a todos os associados desta grande família Aciar.

**Boa Sorte e Bons Tempos!**



Rua José Antonio de Campos 455 - Sobre loja 1  
Centro - Registro - São Paulo - CEP 11900-000  
Tel. (13) 3828-6800 SCPC (13) 3828-6801  
URA 0800-771-6800 FAX (13) 3828-6803  
Cel.: (13) 8818-8687  
E-mail: [aciar@aciar.com.br](mailto:aciar@aciar.com.br)  
Site: [www.aciar.com.br](http://www.aciar.com.br)

### DIRETORIA DA ACIAR BIÊNIO 2010/2011

**Presidente**  
Henrique Rodrigues Wolf  
**1º Vice-Presidente**  
João Del Bianco Neto  
**2º Vice-Presidente**  
Hélio Borges Ribeiro  
**1º Tesoureiro**  
Marcelo Rodrigues  
**2º Tesoureiro**  
Waldir Neif Cugler  
**1º Secretário**  
Renato Zacarias Santos  
**2º Secretário**  
Rodrigo Wolf Mendes

### CONSELHO DELIBERATIVO

Luciano José Borges  
Rogério Portela Kikuchi  
Edson Silva Cunha  
Carlos Issao Tamada  
Marcelo Ribeiro Dias  
Jefferson M. Marques Filho  
Rogério Ramponi  
Sueli Tiomi O. Odake  
Ricardo C. Bertelli Cabral  
Benedito Gregório dos Santos  
Sérgio Luis da Cunha  
Clóvis Mendes  
Irineu Florêncio Júnior

### CONSELHO CONSULTIVO

Salvador Campanucci  
Olvino Batista de Oliveira  
Elói Ribeiro  
João Camilo Neto  
Manoel Raimundo R. de Oliveira  
Lázaro Gomes da Silva  
Pedro Dias  
Edson Antonio de Oliveira  
Benedito Gregório dos Santos  
Ana Lourdes Fideles de Oliveira

## informaciAR

Ano 12, nº 144, Janeiro de 2011

É o órgão de informação oficial da Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Registro

### EXPEDIENTE:

**Conselho Editorial:**  
Valda Arruda  
Mônica Bockor

**Diagramação e Arte:**  
Ideal Marketing & Comunicação

**Jornalista Responsável:**  
Mônica Bockor

Tiragem: 1000 exemplares  
Periodicidade: mensal  
Gráfica: Somet (13) 3841-1142

PARA ANUNCIAR: (13) 3828-6800

# Patrimônio valorizado



Ângela com o filho Felipe na entrada do Régis Hotel II

**Logo na recepção**, o pequeno quadro com a história de Shitiro Mayeji (cópia de uma reportagem da *InformAciair*) identifica que o Régis Hotel possui uma vida longa. Imigrante japonês, Shitiro veio para o Brasil quando tinha 17 anos de idade, em 1912. Trabalhou nas lavouras de café antes de vir para Registro, convidado a administrar uma pequena pensão da Companhia Ultramarina KKKK.

A dedicação no empreendimento chamou a atenção dos superiores e Shitiro foi designado para administrar o grande hotel da Companhia, localizado onde hoje funciona a Sabesp, na Avenida Jonas Banks Leite. O talento para os negócios logo se aliou ao espírito empreendedor e o imigrante japonês concretizou os planos ao construir seu próprio hotel. Em 1929, quando retornou ao Japão para rever os familiares, deu a grande notícia: o Hotel Registro estava concluído. O prédio ainda está de pé: atualmente abriga o Centro Espírita União com Jesus, também na Avenida Jonas Banks Leite. Ali, o Hotel Registro funcionou até meados de 1965.

Com o falecimento de Shitiro Mayeji em 1950, aos 55 anos de idade, quem ficou à frente dos negócios foram a esposa Toyo e as irmãs. Mas com a conclusão da BR-116, o movimento de estranhos aumentou muito no hotel e as mulheres ficaram com medo de cuidar de tudo sozinhas. Assim, quem assumiu a administração do hotel foi o filho de Shitiro, Yutaka, com a esposa Mitsuko. O casal não só passou a administrar os negócios, como decidiu ampliar o hotel. Por volta de 1965, inauguraram o primeiro bloco do Régis Hotel, na Rua São Francisco Xavier.

Por muitos anos, Dona Mitsuko era quem cozinhava para os hóspedes. Ela cuidava de tudo junto com o marido. Depois de

construir o segundo bloco de apartamentos, há 17 anos o casal Mayeji concluiu o terceiro prédio, chamado de Régis Hotel II – em frente ao primeiro. “Minha mãe foi uma grande empreendedora!”, orgulha-se a filha Ângela Maria Mayeji Rios, que hoje administra o hotel junto com o irmão Márcio e com o filho Felipe.

Ângela estava morando no Japão havia três anos quando recebeu a trágica notícia da morte dos pais. Mitsuko, então com 80 anos, e Yutaka, com 81, foram vítimas de um latrocínio no final de 2006. Já estava nos planos de Ângela ajudar a mãe a administrar o hotel. Quando voltou, fez curso de Hotelaria pelo Senac em São Paulo. “É um patrimônio que está pronto. Ficava pensando se tivéssemos que comprar cada tijolo para erguer esses prédios. Mais que tijolos, aqui está a história da minha família, meus pais dedicaram a vida a esse hotel”, observa Ângela. O filho Felipe – quarta geração dos Mayeji – também se apaixonou pela história do Régis Hotel. Fez curso de Hotelaria pela Scelisul e hoje ajuda a administrar os negócios.

“No início não foi fácil. Pegamos a administração do zero, pois estava praticamente abandonada”, revela Ângela, que aos poucos foi colocando a casa em ordem e provocando as mudanças necessárias para melhorar a empresa. Além da contenção de despesas no início, foi preciso informatizar o hotel, fazer reformas e recuperar a credibilidade que estava desgastada. “Por um lado foi bom começarmos assim, pois foi um aprendizado muito grande. Acompanhamos tudo de perto e descobrimos a melhor forma de administrar”, diz Felipe. Valorizando a história do Régis Hotel – que iniciou há mais de 80 anos com o Hotel Registro – e a força empreendedora da família, os negócios prometem mesmo prosperar.

# Marketing de serviços

**Uma das principais tendências** no mundo dos negócios nos últimos anos é o crescimento sensacional dos serviços. E crescem ainda mais rápido na economia mundial, per fazendo um quarto do valor de todo o comércio.

A prestação de serviços inclui não apenas pessoas que trabalham em empresas de serviços - hotéis, bancos, telecomunicações e outros -, mas abrange também profissionais que prestam serviços, como advogados, equipes médicas e instrutores de vendas. O que resultou em um interesse cada vez maior pelos problemas específicos do marketing de serviços.

Este setor varia muito, o setor governamental presta serviços através dos tribunais, agências de empregos, hospitais e escolas. O setor de entidades sem fins lucrativos presta serviços através de museus, associações de caridade, igrejas, fundações e hospitais. Grande parte do setor de negócios oferece serviços através de empresas aéreas, bancos, hotéis, companhias de seguros, empresas de consultoria, médicos, advogados, empresas de entretenimento, empresas imobiliárias, agências de propaganda e pesquisa e varejistas.

Vender serviços apresenta alguns problemas especiais, que exigem soluções especiais de marketing.

A empresa deve examinar quatro características principais dos serviços ao elaborar programas de marketing. Serviços são, via de regra, intangíveis, inseparáveis, variáveis e perecíveis.

### INTANGIBILIDADE

Os serviços são intangíveis porque não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados. Por exemplo, quem se submete a uma cirurgia plástica não pode ver o resultado antes da compra.

Para reduzir a incerteza, os compradores procuram 'sinais' de qualidade de serviço. Tiram suas conclusões sobre a qualidade a partir de tudo que puderem observar sobre o lugar, as pessoas, o equipamento, o material de comunicação e o preço. Por tanto, a tarefa do prestador de serviços é tornar esses serviços tangíveis de várias maneiras.

### INSEPARABILIDADE

Os produtos físicos são fabricados, estocados, mais tarde vendidos e, por fim, consumidos. Porém, os serviços são primeiro vendidos, depois produzidos e consumidos ao mesmo tempo. Em serviços, produção e consumo são simultâneos. Serviços são inseparáveis daqueles que os fornecem, sejam pessoas ou máquinas. Se um empregado presta serviços, ele é parte do serviço. Quando ele eventualmente comete um erro, o cliente já recebe o serviço defeituoso por conta da simultaneidade. Como o cliente também está presente quando o serviço é produzido, a interação fornecedor-cliente é um aspecto especial do marketing de serviços. Tanto o fornecedor quanto o cliente afetam o resultado do marketing de serviço.

### VARIABILIDADE

Os serviços são altamente variáveis; sua qualidade depende de quem os proporciona e de quando, onde e como são proporcionados. Por exemplo, alguns hotéis têm fama de oferecer melhores serviços que outros. Em outros, o empregado que cuida do registro dos hóspedes é simpático e eficiente, enquanto outro funcionário a dois passos dali pode ser desagradável e lento. Mesmo a qualidade do serviço de um único empregado varia de um dia para o outro, de acordo com sua energia e disposição e energia no momento de contato com cada cliente.

As empresas de serviços podem tomar várias medidas para garantir o controle de qualidade. Podem oferecer ao empregado incentivos que enfatizem a qualidade, como prêmios do funcionário do mês ou bônus baseados no feedback do cliente.

### PERECIBILIDADE

Os serviços são perecíveis e não podem ser estocados para vendas ou uso futuros. Alguns médicos cobram dos pacientes consultas às quais eles não compareceram porque o valor do serviço existe até o fim da hora marcada. Quando a demanda é constante, o fato de os serviços serem perecíveis não causa maiores problemas; mas quando é flutuante, os problemas podem ser graves. Por exemplo, as empresas de transporte público são obrigadas a manter muito mais equipamento devido à demanda na hora do rush do que manteriam se a demanda fosse uniforme durante todo o dia.

As empresas de serviços podem empregar várias estratégias para produzir uma proporção melhor entre demanda e oferta. Em termos da demanda, cobrar preços diferentes em horários diferentes irá transferir uma parte da demanda dos períodos de pico para os de não-pico. Entre os exemplos, incluem-se os preços mais baixos nas sessões de cinema do começo da tarde e descontos de aluguéis de carros nos fins de semana.

Em termos da oferta, pode-se empregar funcionários em tempo parcial para atenderem à demanda quando o volume aumenta. As universidades empregam professores em tempo parcial quando o número de matrículas aumenta, e os restaurantes recorrem a garçons e garçonetes em tempo parcial. Pode-se administrar com mais eficácia a demanda nos horários de pico se os empregados fizerem apenas tarefas essenciais durante esses períodos. Algumas tarefas podem ser transferidas aos clientes, como preencher suas próprias fichas médicas ou embalar suas próprias compras em supermercados. Finalmente, os fornecedores podem partilhar serviços, como no caso de vários hospitais que partilham um equipamento de alto custo.

fonte: <http://www.coladaweb.com/marketing/marketing-de-servicos>

Anderson Gonçalves - anderson@idealmkt.net  
Publicitário, pós-graduado em Comunicação e Marketing

# Uma aventura especial

Há 40 anos, quatro rapazes desceram de jangada as águas do Rio Ribeira

**Dezoito horas de sexta-feira**, 6 de novembro de 1970. Começava ali uma aventura que marcaria para sempre a vida de quatro jovens registrensenses. Luciano Martins Costa, Amilton de Campos, José Narciso Pedroso e Julio César Aby-Azar (in memorian) tinham entre 18 e 21 anos de idade, haviam concluído o então segundo grau e ainda planejavam o que fariam da vida. Numa dessas conversas entremeadas de assuntos variados, surgiu a ideia de descer as águas do Rio Ribeira até Iguape. O mais inusitado: numa jangada feita de bambu.

“Não me lembro de quem foi a ideia, mas sei que estávamos conversando sobre o rio e de como a navegação estava acabando. Eu sempre havia sonhado com essa viagem, vivia falando disso porque meu pai era capataz do porto e tinha uma história inteira ligada ao rio, mas acho que foi uma criação coletiva”, conta hoje o jornalista Luciano Martins Costa, que reside em São Paulo. “A gente havia conversado sobre a destruição do enorme bamburral que havia atrás do bosque, que alguém havia queimado uns tempos antes, e daí surgiu a ideia de fazer a jangada de bambu. Tinha três camadas de bambu-do-reino e uma camada de latas de óleo de motor, vazias e tampadas com massa”, explica.

Para a viagem, os jovens levaram um fogareiro para fazer chá, bolachas e uns pacotes de salsichas. Chegando em Iguape, eles queriam aproveitar para divulgar a então “Chá Expo”, que mais tarde se transformaria na Expovale. “O objetivo (da viagem), para mim, era um rito de passagem, a ruptura com a infância e a transição para a vida adulta. Eu sabia que, depois daquilo, teria que me mudar sozinho para São Paulo e encarar meus sonhos. Queríamos chamar a atenção para o problema da poluição, da pobreza e dos excessos na extração de areia. Aproveitamos para divulgar a Chá Expo, mas havia por trás de tudo o de-



*José Narciso acorda Amilton na jangada de maneira inusitada: “enforcando-o”*



*Amilton, José Narciso, Luciano e Júlio (in memorian) no dia da viagem de jangada, em 1970*

sejo da aventura”, recorda Luciano, que não só já queria ser jornalista, como foi responsável pelo relato da aventura em reportagem no jornal “Folha da Baixada” de 29 de novembro de 1970.

“Meu pai tinha navegado muito pelo rio, com uma lancha movida a gás, e contava muitas histórias. Na noite de sexta-feira, quando partimos, caiu uma enorme tempestade. Muitos anos depois, já muito velho, meu pai me disse que aquela foi a noite em que ele não dormiu. Até morrer, aos 96 anos, em novembro de 2010, ele repetia isso. Mas a tempestade se diluiu antes de nos alcançar. Navegamos rio-abaxo com aquela nuvem nas costas e só tomamos um pouco de chuva na madrugada de domingo, já perto de Iguape”, conta hoje o jornalista.

José Narciso mora em Itajubá, Minas Gerais, onde é comerciante. A reportagem não conseguiu localizá-lo por telefone, mas o filho Tales disse que o pai sempre lembra da viagem de jangada. Amilton de Campos, serigrafista em Registro, também não esquece a aventura. Ele conta que após 30 horas de viagem e duas noites na jangada, eles chegaram exaustos em Iguape às 5 horas da

manhã de domingo, 8 de dezembro. “A ideia era distribuir os panfletos da Chá Expo na cidade. Mas estávamos tão cansados e o ônibus já estava para sair, então deixamos tudo numa lanchonete”, conta ele. Perto de meio-dia de sábado, um fato marcou a viagem para Amilton. “Estávamos passando em frente a uma jabuticabeira e em determinado ângulo os galhos formaram a imagem de Nossa Senhora com as mãos estendidas. Subimos na árvore e nunca vi jabuticabas tão grandes e tão doces”, recorda Amilton, que ainda guarda a vontade de fazer uma nova viagem pelo Ribeira, mas da próxima vez de barco.

Para Luciano, o momento mais marcante da viagem foi a visão de milhares de vagalumes, quando encalharam na Lagoa Nova. “Eles saíam do pirizal e ficavam dando voltas em torno da gente, e era como se eu estivesse no meio de uma confusão de estrelas. Depois disso, viajei por várias partes do mundo, estive algumas vezes na floresta amazônica, fui ao deserto do Saara, nas savanas africanas, estive em algumas das montanhas mais altas do mundo, e nunca mais vi algo tão bonito como o espetáculo dos vagalumes na Ribeira”.

# Aparência: cuidar, gostar e mostrar

**Não há nada pior do que viver de aparências.** As aparências caem rapidamente e o que somos vemos facilmente à tona aos olhares observadores, principalmente quando falamos de pessoas que possuem esta habilidade ou desenvolveram através de técnicas a busca pela verdade dos fatos.

Pouco adianta o esforço de manter as aparências seja em que situação for, mas diante da busca por um trabalho a situação é ainda mais observada, afinal uma empresa não contrata para ter alguém de forma temporária e as aparências assim são.

A opção mais viável é cuidar, gostar deste cuidado e mostrar o que realmente é. A integridade dos dados de uma entrevista começa na apresentação pessoal feita de forma verdadeira, sem oscilações. É como sorrir com a boca fechada, dando a conotação de poucos amigos ou ainda não fazer valer a frase “o sorriso é o melhor cartão de visitas de uma pessoa”.

A conotação de aparência aqui não diz respeito ao que parece feio ou bonito (fator de parâmetros individuais), mas sim aos cuidados pessoais que a pessoa revela ter. Barba mal feita, roupas inadequadas para a situação, cabelos despenteados, excesso de maquiagem ou perfume são fatores observáveis e que influenciam facilmente as escolhas de um profissional.

Afinal o que vale pensar é o tipo de pessoa você gostaria que estivesse em sua equipe de trabalho. Ao obter a resposta, o próximo passo será avaliar se você é este tipo de pessoa e o benefício que se pode alcançar em ter alguém que se cuida e mostra na íntegra quem é. Integridade de dados é fator relevante como característica de personalidade que se reflete diretamente em como a pessoa irá atuar em uma empresa. Cuida de si, cuida dos outros, cuida do ambiente, cuida do trabalho.

Antes de tudo você precisa se amar, gostar do que vê, ter ânimo diante dos objetivos traçados, entender as limitações existentes e fortalecer as habilidades encontradas. Você precisa ter uma



motivação genuína que faça os outros entenderem o quanto a sua pessoa é importante e primordial para aquela ação e merecedora daquele investimento.

### LEMBRAR SEMPRE DE QUE VOCÊ É:

- Uma embalagem: Verdadeira a frase “a primeira impressão é a que fica”. O primeiro contato é feito através da visão, daquilo que olhamos demonstrar competência através de sua postura, vocabulário, aparência e atitudes no ambiente é importante.
- Um conteúdo: se não houver conteúdo não há marca que sobreviva pela propaganda enganosa feita pela embalagem. Sua formação, seu currículo, suas atitudes, seu caráter formam o seu conteúdo.

Cuide de si mesmo e o mundo entenderá sua atitude. Cada ação tomada proporciona uma reação em tudo que acontece a sua volta. Avalie.

**Gestão de Pessoas se faz com pessoas que conseguem sorrir. Sorrir com integridade.**

Débora Amaral  
Consultora em Recursos Humanos  
dmoreiraamaral@uol.com.br

**NOVO UNO  
NOVO TUDO**

**(13) 3828 5000**

**Disvep**

Rod: SP 139, nº 115 - Trevo br 116 Km 446  
Registro - SP

Email: [disvep@disvep.com.br](mailto:disvep@disvep.com.br)  
Site: [www.disvep.com.br](http://www.disvep.com.br)

# Novo calendário de vacinação pelo SUS

A Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo definiu um novo calendário oficial de vacinação pelo SUS (Sistema Único de Saúde) para o ano de 2011. São três novidades em relação ao calendário atual. Haverá inclusão, na rotina, da vacina pneumocócica 10-valente, que protege crianças contra uma bactéria causadora de infecções respiratórias, e da meningocócica, que imuniza contra a meningite C.

Outra mudança é a ampliação da idade para imunização contra a hepatite B, agora disponíveis para os paulistas de 1 a 24 anos. Antes, apenas pessoas até 19 anos de idade tinham direito a esta vacina. As alterações seguem diretrizes preconizadas pelo Ministério da Saúde. As vacinas do calendário da rede pública contemplam todas as faixas etárias e é importante que toda a população paulista esteja atenta aos reforços necessários durante toda a vida. Todas as vacinas são oferecidas gratuitamente.

A vacina dupla adulto, contra difteria e tétano, por exemplo, deve ser tomada a cada 10 anos. Do total de casos de tétano acidental registrado no estado de São Paulo nos últimos cinco anos praticamente todos os casos foram em adultos maiores de 30 anos (99,9%). A vacina contra a febre amarela também tem validade de uma década, para as pessoas que vão viajar ou residem em áreas consideradas de risco.

“Os jovens e adultos precisam se conscientizar de que vacinação não é apenas para crianças. É um ótimo meio de prevenção de doenças, disponível gratuitamente para todos”, explica Helena Sato, diretora de Imunização da Secretaria. As vacinas estão disponíveis nos postos de saúde, que abrem rotineiramente de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h.



## Calendário de Vacinação para Adultos entre 20 e 59 anos – 2011

INTERVALO ENTRE AS DOSES	VACINA	ESQUEMA
Primeira visita	dT	Primeira dose
	SARAMPO -CAXUMBA-RUBÉOLA	Dose única
	FEBRE AMARELA <sup>1</sup>	Dose inicial
	HEPATITE B <sup>2</sup>	Primeira dose
2 meses após a primeira visita	dT	Segunda dose
	HEPATITE B <sup>2</sup>	Segunda dose
6 meses após a primeira visita	dT	Terceira dose
	HEPATITE B <sup>2</sup>	Terceira dose
A cada 10 anos	dT	Reforço
	FEBRE AMARELA <sup>1</sup>	Reforço

<sup>1</sup> Para pessoas que residem ou viajam para regiões onde houver indicação, de acordo com a situação epidemiológica.

<sup>2</sup> Disponível na rede pública para pessoas até 24 anos de idade a partir de 2011.

## Seu Plano. Sua Vida.

Rua Tamekichi Takano, 11 - Centro - Registro / SP  
Atendimento: (13) 3828.2000 Vendas: (13) 3828.2014  
www.unimedregistro.com.br  
faleconosco@unimedregistro.com.br

ANS nº 35.177-6

SAC

Serviço de Atendimento ao Cliente

0800 772 30 30





# Registros e inscrições

**Por ser motivo de grande confusão** entre as pessoas, o texto desse mês traz esclarecimentos sobre o registro ou inscrição das sociedades comerciais em Ofício de Registro de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial.

Para que se possa estabelecer tal distinção, é essencial ter ciência da divisão primária, estabelecida pelo Código Civil, que as sociedades comerciais recebem quanto à natureza de suas atividades desempenhadas. São elas divididas em sociedade empresária e sociedade simples.

A sociedade empresária forma a sua personalidade jurídica somente a partir do registro de seu ato constitutivo (contrato ou estatuto sociais) no Registro Público de Empresas Mercantis (Juntas Comerciais). E a sociedade simples, somente mediante a inscrição de seu contrato social no Registro Civil das Pessoas Jurídicas (Ofício de Registro de Pessoas Jurídicas).

Esta é a base que permeia a distinção constitutiva das sociedades comerciais, que também são classificadas em tipos, quais sejam: sociedade simples, sociedade em nome coletivo, sociedade em comandita simples, sociedade limitada, sociedade anônima e sociedade em comandita por ações.

Em regra, as sociedades simples e empresária assumem a forma de qualquer um dos tipos supramencionados, residindo as exceções na forma da sociedade por ações, que somente são cabíveis para as empresárias, e na forma típica da sociedade simples, cabível tão-somente para as sociedades simples.

A divisão em simples/empresárias relativamente aos tipos societários, pelo grau de complexidade, torna-se útil somente para a técnica jurídica, pois, na prática, em verdade, distinguem-se por meio da análise de caso a caso:

a) A sociedade anônima e a sociedade em comandita por ações detêm uma estrutura jurídica destinada aos grandes negócios, complexos por si mesmos, cuja atividade não dependerá de um ou dois sócios para ser desempenhada. Serão denominadas empresárias em virtude de lei.

b) A sociedade simples, salvo exceções legais – tais como ativi-

dade intelectual, rural ou pequena empresa – adotará uma forma exclusiva, não podendo desenvolver atividade própria de sociedades empresárias, já que dependerá, muitas vezes, do conhecimento intelectual de seus sócios sobre a atividade da sociedade.

c) As sociedades limitadas, em nome coletivo, em comandita simples tanto poderão ser simples como empresárias. A diferenciação residirá na estrutura organizacional que assumirão, ou seja, na complexidade demandada por suas atividades.

Resumidamente, uma sociedade será considerada empresária quando detiver atividade econômica organizada não incidente sobre as exceções expressas em lei (relativas ao trabalho intelectual, à atividade rural e à condição de pequena empresa); e por exclusão enquadra-se naquilo que seria uma sociedade simples. Se não é empresária, uma sociedade é, necessariamente, simples.

Por este motivo, no momento do registro ou da inscrição da sociedade, tanto a Junta Comercial quanto o Registro Civil, fora as hipóteses de enquadramento evidente, deverão aceitar as declarações dos próprios sócios e a manifestação de vontade dos requerentes na constituição da sociedade.

Afinal, há a possibilidade de, no decorrer de sua atividade, a sociedade ter sua estrutura progressivamente alterada, convergindo-se, por exemplo, de simples para empresária, momento em que faria seu registro numa Junta Comercial, com posterior baixa num Registro Civil. O contrário é verossímil.

Portanto, para se auferir qual a forma de constituição que uma sociedade comercial deverá adotar, primeiro é necessário identificar sua estrutura societária (se simples ou empresária) e, a partir disto, proceder em seu registro em Junta Comercial ou inscrição em Registro Civil, o que exigirá a análise caso a caso, para a identificação da entidade de registro competente, atentando-se à complexidade organizacional exigida pela atividade da sociedade.

(\* O texto desse mês foi em grande parte contribuição do meu amigo e colega Fabrizio Uechi, a quem agradeço imensamente)

Carla Groke Campanati - Advogada (OAB/SP 262.898)

85% das empresas não estão prontas para NF-e com certificação digital. A sua empresa está?

A ACIAR é um Ponto de Atendimento para venda e validação de Certificados Digitais!

ACIAR - Associação Comercial de Registro  
www.aciar.com.br  
Tel: (11) 2028-8888

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL

# Dispensa de licenciamento ambiental

**Empreendimentos rurais** com reduzido impacto poluidor ou degradador agora são passíveis de dispensa de licenciamento ambiental. Isso graças a uma Resolução conjunta das Secretarias do Meio Ambiente e de Agricultura e Abastecimento, publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo no dia 23 de dezembro.

A Resolução lista as atividades agrosilvopastoris que poderão ser dispensadas de licenciamento, desde que atendam a legislação pertinente ao uso e conservação do solo, a adoção de boas práticas de produção agropecuária e não impliquem em supressão de vegetação nativa ou intervenção em áreas de preservação permanente.

Essa liberação só será possível em projetos agropecuários com áreas de até mil hectares, caso contrário, o licenciamento pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb) é obrigatório.

O assessor de Políticas Públicas da CATI (Coordenadoria de

Assistência Técnica Integral), Alexandre Mendes, explica que o licenciamento ambiental é requisito para que o produtor acesse algumas linhas de financiamento. “Com a dispensa, esta etapa se torna mais rápida”, garante.

Mendes destaca que após a entrega do requerimento, caso necessário, o técnico da CATI irá à propriedade para conferir as informações. “Se o laudo resultante da visita confirmar os dados relatados, será emitida a Declaração de Conformidade da Atividade Agropecuária, que já pressupõe a dispensa de licenciamento, podendo ser encaminhada ao banco para dar prosseguimento à análise de propostas de financiamento”.

Os produtores que quiserem a dispensa devem procurar a Casa da Agricultura local e entregar o requerimento preenchido, munidos de documentos pessoais e do imóvel. O modelo do requerimento já está disponível no site da CATI ([www.cati.sp.gov.br](http://www.cati.sp.gov.br)).

## Guia de Boas Práticas

O **Fundo de Expansão** do Agronegócio Paulista (FEAP) e a CATI, ambos da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, produziram um guia, que tem o objetivo de difundir o conceito e a aplicação de Boas Práticas Agropecuárias aos pequenos e médios produtores do Estado, beneficiários de algum tipo de financiamento ou crédito agrícola pelo governo.

O guia oferece, em suas 103 páginas, informações para que os produtores rurais desenvolvam suas atividades com respeito às exigências de proteção ao ambiente e de preservação dos recursos naturais. Essas orientações mostram os cuidados necessários na gestão da exploração agrícola, bem como na conservação do solo, da água e dos aquíferos, que caracterizam o correto ordenamento e a preservação do espaço rural. Além disso, apresenta detalhes das atividades agropecuárias do Estado de São Paulo e dicas de empreendedorismo, que podem ser seguidas pelas famílias rurais.

A aplicação dos princípios de Boas Práticas Agropecuárias, descritas no manual, é uma contrapartida obrigatória



de um compromisso assumido pelo produtor ao receber benefícios e financiamentos agrícolas pelo FEAP. O Guia apresenta linguagem simples, belas fotos e ilustrações e modelos de fichas de registro, com informações sobre a propriedade, funcionários, animais, equipamentos, entre outros, que podem ser reproduzidas para uso diário na propriedade. As fichas e o guia podem ser baixados pela Internet no site [www.boaspraticasnaagricultura.com.br/guia](http://www.boaspraticasnaagricultura.com.br/guia).

# DENTRO DA LEI

Cumprir regras faz bem para o bolso e conquista clientes

**Uma série de leis** regula o funcionamento de uma empresa e ficar de olho nessa legislação é fundamental em qualquer ramo de atividade, seja comércio, indústria ou serviço. Cumprir as regras evita aborrecimentos e prejuízos, além de ajudar a cativar os clientes, pois demonstra a preocupação do empresário com a transparência e o respeito ao consumidor.

“Seguir as exigências da lei e garantir sempre um bom atendimento cria uma imagem altamente positiva da empresa junto ao cliente. Isto ajuda, e muito, a estimular os clientes para que retornem e façam novas compras no mesmo estabelecimento”, ensina o consultor do Sebrae-SP, Boris Hermanson, em reportagem publicada no Jornal de Negócios (Sebrae-SP) de novembro do ano passado. De acordo com o consultor, a dificuldade que muitos empresários enfrentam é que nem sempre é tarefa simples conhecer a legislação já que, além de não existir um órgão que centralize as informações, as regras sofrem constantes mudanças - o que não pode servir de desculpa para descuidar da questão.

“Cabe ao empresário ficar atento ao que é divulgado pela mídia para manter-se atualizado acerca de novas leis e regras que afetem sua atividade. Uma ótima opção é acompanhar o que é divulgado no site do próprio Sebrae-SP”, completa Hermanson. Entre as leis que costumam gerar mais problemas para o empreendedor, ele destaca as regras para a fixação de preços no comércio varejista, a exigência de informações obrigatórias para o consumidor e os limites para utilização de publicidade nas fachadas dos estabelecimentos.

## INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS AO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8.078) estabelece em seu artigo 6º, item III, o direito do consumidor a informações adequadas e claras sobre produtos e serviços. Isso não se limita à questão da fixação de etiquetas de preços nos produtos. Aplica-se, inclusive, à divulgação das regras adotadas para a concessão de crédito e eventuais restrições acerca da aceitação de meios de pagamentos. No caso da concessão de crédito, o empresário deverá providenciar a afixação de cartaz informativo, em lugar bem visível, onde deverão constar, obrigatoriamente, todas as condições necessárias para a obtenção de crédito.

A aceitação de cheques não é obrigatória, mas o empresário deve informar o consumidor, de forma clara, sobre essa decisão. A aceitação também está sujeita à consulta ao serviço de proteção ao crédito (SCPC) e à apresentação dos documentos pessoais e ao cartão do Banco. Seja qual for a restrição estabelecida, a mesma deverá constar de cartaz informativo colocado em local visível no estabelecimento.

Desde julho do ano passado, todos os estabelecimentos comer-



ciais e de prestação de serviços também devem ter um exemplar do Código de Defesa do Consumidor disponível para consulta. Segundo a norma, o código deve estar em local visível e de fácil acesso ao público. Em caso de descumprimento, a penalidade é de multa de até R\$ 1.064,10. A ACIAR disponibiliza cópia do CDC para download em seu site ([www.aciar.com.br](http://www.aciar.com.br)).

## REGRAS PARA FIXAÇÃO DE PREÇOS EM MERCADORIAS

A legislação que regulamenta esta matéria é a Lei nº 10.962/04 e o Decreto nº 5.903/06. Eles estabelecem que os preços dos produtos e mercadorias colocados à venda, seja nas vitrines ou no interior das lojas, devem ser informados de forma correta, precisa, ostensiva e legível. No caso de vendas a prazo, ou seja, mediante a abertura de crediário, na etiqueta de preço deverão constar as seguintes informações adicionais: o valor total a ser pago a prazo; o número, prazos e valor das prestações; os juros; e eventuais acréscimos e encargos financeiros que incidirem sobre o valor do parcelamento. Os preços dos produtos e serviços deverão estar visíveis durante todo o período de funcionamento da empresa. Poderão ser afixados de três formas: direta ou impressa na própria embalagem do produto ou da mercadoria; através de código referencial; ou através de código de barras.

Caso a afixação de preço seja diretamente na própria embalagem do produto, deverá estar voltada ao consumidor, garantido a pronta e fácil visualização. Na modalidade de código referencial, a relação de códigos e suas respectivas informações devem estar próximo dos produtos a que se refiram, sendo visíveis e perceptíveis ao consumidor. Cada código referencial deve estar fisicamente ligado ao produto, em contraste de cores e em tamanho suficientes que permitam a pronta e fácil identificação pelo consumidor.

No caso da utilização do código de barras como instrumento



de afixação de preços, as empresas deverão disponibilizar nas áreas de vendas equipamentos de leitura ótica para consulta pelos consumidores. Esses equipamentos deverão ter suas localizações informadas por cartazes suspensos, situados na área de vendas de forma que a distância máxima entre eles e os produtos não seja superior a 15 metros.

Quando não for possível a adoção de nenhuma dessas formas de afixação de preços, a empresa poderá utilizar-se de relação de preços de produtos ou serviços expostos. Nesse caso, tal relação deverá estar voltada ao consumidor, de forma clara, sem que seja necessária a intervenção do comerciante.

### **PUBLICIDADE NA FACHADA DO ESTABELECIMENTO**

As formas de publicidade nas fachadas dos estabelecimentos comerciais variam de acordo com a legislação estabelecida em cada município. No caso de Registro, o Código de Posturas do Município diz em seu capítulo XIX (sobre os anúncios, cartazes e faixas) que “a exploração dos meios de publicidade nas vias e logradouros públicos, bem como nos lugares de acesso comum, depende de licença da Prefeitura, sujeitando o contribuinte ao pagamento da taxa respectiva”. Incluem-se nesta obrigatoriedade todos os cartazes, faixas, letreiros, programas, quadros, painéis, emblemas, placas, avisos, anúncios ou mostruários, luminosos ou não, feitos por qualquer modo, processo ou engenho, suspensos, distribuídos, afixados ou pintados em paredes, muros, tapumes, veículos ou calçadas.

O Artigo 195 diz ainda que os pedidos de licença para a publicidade ou propaganda deverão mencionar a indicação dos locais em que serão colocados ou distribuídos; a natureza do material de confecção; as dimensões; as inscrições e o texto. No caso de anúncios luminosos, os pedidos deverão ainda



indicar o sistema de iluminação a ser adotado e os anúncios devem ser colocados a uma altura mínima de 2,50 metros do passeio público.

Em seu Artigo 199, o Código de Posturas diz também que “os anúncios e letreiros deverão ser conservados em boas condições, renovados ou consertados, sempre que tais providências sejam necessárias para o seu bom aspecto e segurança”. Desde que não haja modificação de dizeres ou de localização, os consertos ou reparos de anúncios e letreiros dependerão apenas de comunicação escrita à Prefeitura. De acordo com o Artigo 200, os anúncios que não cumprirem as regras poderão ser apreendidos e retirados pela Prefeitura até a satisfação das formalidades, além do pagamento da multa.

Sobre as instalações, o Código de Posturas diz, em seu Artigo 213, que “qualquer estabelecimento comercial, industrial ou prestador de serviços só poderá iniciar seu funcionamento após aceitação das respectivas instalações, se for o caso, por parte do órgão competente da Prefeitura”. A aceitação será obrigatoriamente precedida de inspeção pela comissão técnica especial do órgão competente, feita sempre em regime de urgência.

Se um estabelecimento comercial, industrial ou prestador de serviços iniciar seu funcionamento sem ter sido concedida a aceitação das respectivas instalações, o proprietário sofrerá as penalidades fixadas no Código de Posturas. As infrações ficam sujeitas à advertência; suspensão; exclusão do registro de profissionais legalmente habilitados existentes na Prefeitura; multa; embargos dos serviços de execução das instalações, quando executadas em desacordo com dispositivos; desmonte parcial ou total das instalações quando executadas em desobediência às normas. Portanto, antes de iniciar qualquer empreendimento, é preciso autorização da Prefeitura.

# Usuários destacam vantagens do ACCredito



Funcionários da Sulpave aprovaram o sistema ACCredito



Ricardo Silva (à dir.) entrega o cartão ACCredito ao administrador do Grupo Prever, Jefferson Martins Marques Filho

**Novas empresas** passaram a utilizar aos benefícios dos Cartões ACCredito Convênio e Alimentação e ressaltam as facilidades que o novo sistema trouxe. Administrador do Grupo Prever, Jefferson Martins Marques Filho revela que o ACCredito Alimentação substituiu com eficácia as cestas básicas. “Todo mês tínhamos que comprar as cestas básicas, pedir para o mercado entregar ou para o funcionário ir retirar”, explica Jefferson. Desde novembro do ano passado, os colaboradores da empresa podem escolher não só os gêneros alimentícios que precisam, como o supermercado onde querem comprar. “Foram os próprios funcionários que solicitaram o cartão e hoje estão muito satisfeitos”, ressalta o administrador.

A Concessionária Sulpave também aderiu ao Cartão ACCredito Convênio em novembro, após conhecer o sistema apresentado pelo gestor do cartão na ACIAR, Ricardo Silva. Responsável pelo Departamento Pessoal da empresa, Adriana Marcondes Paixão Gil relata uma série de vantagens obtidas com o ACCredito. “Antes trabalhávamos com requisição para mercado e farmácia. Além de ser um sistema manual e feito uma vez por semana, muitos funcionários acabavam esquecendo de solicitar a requisição e passavam o final de semana sem compras”, explica Adriana. “Com o cartão, quanta facilidade! Uma vez por mês recebo o extrato de cada um e lanço na folha de pagamento. Além da facilidade para a empresa, o funcionário tem autonomia para escolher o que comprar e onde comprar”, diz ela.

Além disso, o colaborador pode escolher o valor da compra – que antes tinha que ser completado conforme a requisição. “Acabávamos comprando o que nem precisávamos só para completar o valor. Adorei o novo sistema, tanto como usuário do cartão, como responsável pelo RH (Recursos Humanos) que antes fazia as requisições. A facilidade do sistema para incluir também é muito grande”, avalia Adriana. “Não posso deixar de destacar também o pronto atendimento da ACIAR quando precisei tirar dúvidas”, acrescenta.

Somando o Grupo Prever e a Sulpave, já são 23 empresas conveniadas aos cartões ACCredito Alimentação e Convênio. A rede credenciada (que aceita o cartão) já conta com 20 estabelecimentos, entre supermercados, farmácias e postos de combustíveis. O ACCredito Convênio é voltado para gêneros de primeira necessidade, como alimentação, remédios, gás e combustível. Com ele, os funcionários podem realizar compras em rede credenciada local, além de contarem com benefícios adicionais, como prazo para pagamento, parcelamento das compras e programa de fidelidade.

Para aderir ao Cartão ACCredito ou conhecer com mais detalhes como funciona o convênio, basta entrar em contato com a ACIAR pelo telefone (13) 3828-6800.

# ACIAR entrega prêmios de Natal

O ano de 2011 começou muito bem para os dez sorteados na Promoção Show de Prêmios de Natal, realizada pela ACIAR com adesão de mais de 100 estabelecimentos comerciais de Registro. O sorteio foi realizado no dia 3 de janeiro, com a presença do auditor da Caixa Econômica Federal, Dirceu Alves. Os sortudos receberam os prêmios no dia 10, das mãos do presidente da ACIAR, Henrique Rodrigues Wolff, e dos representantes das lojas.

Na segunda fase do Show de Prêmios foram distribuídas duas motos Honda FAN 125 KS 0Km, quatro TV's LCD 32" e quatro notebooks. Lembrando que a primeira fase da campanha contemplou o Dia dos Pais e a terceira etapa terá como destaque o Dia das Mães, em maio deste ano.

## ILEGÍVEL

Durante o sorteio, o auditor da Caixa impugnou dois cupons sorteados – um porque o nome do cliente estava ilegível e a resposta não havia sido respondida e o segundo porque o carimbo da loja estava borrado e também ilegível. É importante que os comerciantes informem os clientes sobre a necessidade de preencher todas as informações de forma correta e legível, caso contrário, o cupom pode ser impugnado. Além disso, quanto mais cupons o comerciante distribuir, mais chances haverá de ter um cliente sorteado e a marca da loja em evidência.



Moto Honda: Milciléia D'Aguila Felipe, de Eldorado (cupom da Delírio Perfumaria)



Moto Honda: Sandra Mitiko Mujake, de Registro (cupom da Anagabri)



TV LCD 32": Luana Tiemy, de Registro (cupom da CD Home Informática)



TV LCD 32": Waldir Takeshi, de Registro (cupom da Sulpave)



TV LCD 32": Gabriel de O. Mariano, de Registro (cupom da Drogaria Michel)



TV LCD 32": Edson Bernardo Pinto, de Pariqueira-Açu (cupom da Enkaza Alimentos)



Notebook: Celi Dias Alves, de Juquiá (cupom da Transportes Vale do Ribeira)



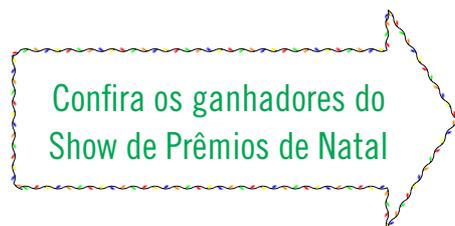
Notebook: Elizabete Gabriel, de Registro (cupom do Mercado Superdon)



Notebook: Paola Augusto G. da Rocha, de Registro (cupom da Caras Perfumaria)



Notebook: Nicanor de Souza Junior, de Registro (cupom do Mercado Superdon)



# DESEJOS REALIZADOS

ACIAR atende pedidos das crianças feitos ao Papai Noel



*O presidente da ACIAR, Henrique Wolf, acompanhou o Papai Noel e ajudou a entregar os presentes para a criança*



**Foram mais de mil cartinhas.** O Papai Noel da ACIAR recebeu centenas e centenas de pedidos da criançada em dezembro, enquanto permaneceu na Praça dos Expedicionários. E não foram apenas cartas. O Bom Velhinho ganhou beijos, abraços e muito carinho das crianças. Para retribuir toda essa atenção, como faz todos os anos a ACIAR selecionou 48 cartinhas para realizar o pedido da garotada.

Carrinhos, bonecas, bolas, doces, cestas básicas, material escolar... foram inúmeros os pedidos. Mas a maioria das crianças queria mesmo é ter o prazer de receber a visita do Papai Noel em sua casa. Acompanhado do presidente da ACIAR, Henrique Rodrigues Wolf, e mais alguns ajudantes da Associação, o Bom Velhinho foi recebido com festa pelas crianças nos dias 21 e 22 de dezembro. A pequena comitiva percorreu os mais diversos bairros de Registro para atender aos pedidos. Na maioria dos casos, mais de uma criança recebeu presentes, já que elas não esquecem de pedir também para os irmãos.



*Desenho feito por Gabriela Lara Lemos, de 8 anos. Seu sonho era receber o Papai Noel em sua casa*

COMÉRCIO ATACADISTA E VAREJISTA DE DOCES LTDA

# DOCIBRA

FONES: (13)  
3821-1817 e 3821-6871

R. Alexandre Agenor de Moraes, 50 - Registro (SP)

 **UTSUNOMIYA  
CONTABILIDADE**

Hiroshi Utsunomiya      Kimiko Utsunomiya

**Tels: (13) 3821-2700 / 3821-4293  
3821-2320 - Fax: 3821-4622**

Rua Pres. Getúlio Vargas, 423 - 1º Andar - Registro/SP

# Decoração natalina premiada



Jéssica Ponsoni, que também representou a Fisk, Dona Aparecida Stuck Duarte, e as representantes da loja By Joe com o presidente da ACIAR, Henrique Wolf



Duplamente premiada: Sueli Tiomi com os filhos e Henrique Wolf

**Proprietária da Tibiko's**, Sueli Tiomi sabe que a decoração de Natal virou atração em sua loja. “As pessoas já esperam a decoração e vão na loja para ver as novidades”, confidenciou ela, pouco antes de receber a premiação do concurso “Natal Estrelado, Ano Novo Iluminado”, promovido pela ACIAR. Os prêmios foram entregues no dia 10 de janeiro pelo presidente da ACIAR, Henrique Rodrigues Wolf. Ele agradeceu a participação dos vencedores no concurso e elogiou a iniciativa dos empresários em se preocupar com a decoração de seus estabelecimentos durante o período de Natal. “É uma forma de atrair os consumidores e aquecer ainda mais as vendas no final de ano”, destacou Henrique.

Sueli Tiomi foi duplamente premiada. Ela ficou em primeiro lugar na categoria comercial e levou o cheque de R\$ 1.000,00. Incentivada pelos filhos, decorou sua casa e inscreveu na categoria residencial, na qual ficou em segundo lugar, levando o

prêmio de R\$ 800,00.

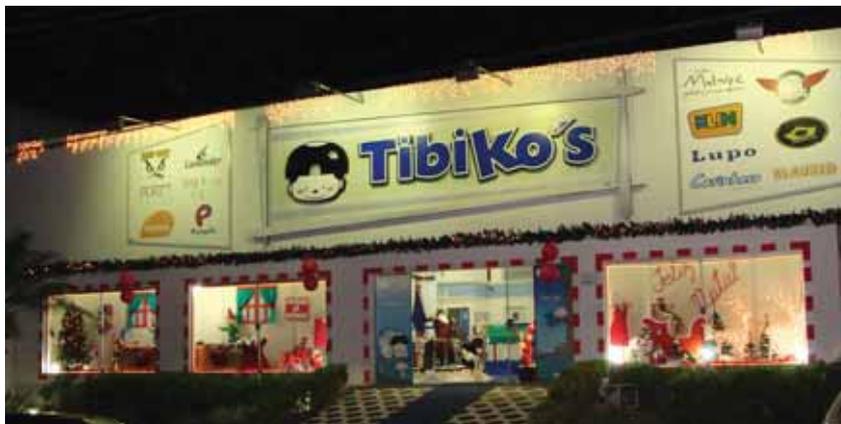
Ainda na categoria comercial, a segunda colocação foi para a Escola Fisk, que também levou o cheque de R\$ 800,00. Em terceiro lugar, com R\$ 500,00, ficou a loja By Joe. Na residencial, a decoração mais bonita foi da casa da Dona Aparecida Lourdes Stuck Duarte, localizada na Vila Ribeirópolis. Ela recebeu o prêmio de R\$ 1.000,00. Depois de Sueli Tiomi, que ficou em segundo, o terceiro lugar foi para Jéssica Ponsoni. Em sua casa, também na Vila Ribeirópolis, o Papai Noel apareceu montado em uma moto.

Para chegar aos vencedores, os jurados avaliaram os quesitos criatividade, beleza, iluminação e originalidade. A avaliação foi realizada na semana anterior ao Natal pelo presidente da ACIAR, Henrique Wolf; pelo consultor do cartão Accredito na ACIAR, Ricardo Silva; pelo locutor Nelsinho da Rádio Amigo FM, e pela jornalista Mônica Bockor.

## PRIMEIRO LUGAR RESIDENCIAL: APARECIDA STUCK DUARTE



## PRIMEIRO LUGAR COMERCIAL: TIBIKO'S



# Ponto eletrônico

A **Portaria MTE 1.510/2009** estabelecia que a partir de 26 de agosto de 2010 as empresas que realizam o controle do ponto por meio eletrônico, deveriam fazê-lo de acordo com as especificações estabelecidas no Anexo I da respectiva portaria. O novo sistema, denominado como Sistema de Registro Eletrônico do Ponto – SREP trouxe novas exigências aos equipamentos de registro eletrônico, o que gerou a necessidade da troca de 100% dos equipamentos utilizados até então.

Com as novas exigências, as empresas se obrigaram a correr para proceder a troca dos equipamentos, o que gerou uma demanda além da capacidade no atendimento apresentada pelos fornecedores. Por conta dessa demanda não atendida, o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE publicou em 18/08/2010 a Portaria MTE 1.987/2010, prorrogando para 1º de março de 2011, o prazo para o início da utilização obrigatória do novo equipamento.

Isto porque em caso de fiscalização já a partir de agosto de 2010, as empresas que fossem flagradas se utilizando de equipamento diverso do especificado pela portaria, poderiam ser multadas pelo MTE, sem, contudo, serem culpadas pelo não cumprimento da norma, já que não há equipamentos disponíveis no mercado que atendam toda a demanda.

Outro fator determinante para a prorrogação foram as decisões favoráveis às empresas que impetraram Mandados de Segurança junto à Justiça do Trabalho para que o MTE fosse

impedido de multá-las, caso não estivessem cumprindo o determinado pela Portaria MTE 1.510/2009.

Tudo porque a exigência pelo MTE de um equipamento imune à manipulação de marcações parece ser contrário a obrigatoriedade da impressão do registro, o que, além de onerar demasiadamente as empresas pelo custo com papel, não pode prosperar o capricho de se ter um comprovante por poucos dias em detrimento da preservação do meio ambiente, dado o volume de árvores que serão sacrificadas.

A princípio, fica valendo a partir de março deste ano as especificações da Portaria 1.510/2009.



## CONTABILIDADE e IMOBILIÁRIA

Constituição, alteração e encerramento de empresas  
Assessoria e serviços na área contábil, fiscal e trabalhista  
Declaração de imposto de renda pessoa física e jurídica  
Rua Tamekichi Takano, nº 609 - Registro/SP, Tel. (13) 3821-2233

www.chicaoka.com.br CHICAOKA chicaoka@chicaoka.com.br

Venda  
Locação  
Administração de imóveis  
R. José A. de Campos, nº 400 - Registro/SP, Tel. (13) 3821-2233

# DICAS DE SEGURANÇA

**A Polícia Militar** trabalha para dar segurança e tranquilidade e para atingir resultados cada vez melhores. Mas é preciso que os cidadãos também façam sua parte, colocando em prática alguns cuidados especiais, tornando mais difícil as ações dos criminosos.

## LAR DOCE LAR

1. Dificulte a vida dos ladrões. Instale grades nas janelas, alarme, olho mágico, tranca nas portas e nos alçapões de teto e habitue-se a usar esses recursos, principalmente à noite ou quando a casa estiver vazia.
2. Ao viajar, peça a alguém de confiança para que não deixe juntar correspondência na porta. Peça a um vizinho que acione a polícia caso observe algum movimento suspeito na casa, durante sua ausência.
3. Não adianta deixar lâmpadas permanentemente acesas para simular que a casa está ocupada. É melhor pedir a um vizinho que as acenda só durante a noite ou instalar células fotossensíveis automáticas ou timer.
4. Não abra a porta para pessoas que se apresentem para oferecer serviços não solicitados (encanadores, eletricitas, serviços públicos, etc.). É útil o uso do interfone.
5. As crianças devem ser orientadas para não abrirem a porta para estranhos, nem trazê-los a sua casa sem autorização.
6. Empregadas domésticas, só com referências anteriores. Saiba o endereço da empregada ou de seus parentes.
7. Pressentindo pessoas suspeitas em elevadores, não entre. Entrando suspeito no elevador, salte em qualquer andar que não seja o seu.
8. Quando for sair ou chegar em casa, fique atento para suspeitos nas proximidades. Desconfiado, dê a volta no quarteirão e chame a Polícia Militar.
9. Suspeitando de que algum ladrão entrou em sua casa quando você estava ausente, não entre. Chame a Polícia Militar, pois sempre é possível que os ladrões ainda estejam lá dentro.
10. Tenha anotado em local seguro o número de série de seus bens (TV, vídeo, som, relógio, etc.). Em caso de furto, transmita esses dados à polícia. As chances de recuperá-los serão maiores.



## COMO AGIR COM O ASSALTANTE

- Em caso de assalto, não reaja. Mantenha a calma;
  - Comunique-se e faça movimentos lentos;
  - Responda com calma somente ao que lhe for perguntado ou para avisar sobre qualquer gesto ou movimento a ser realizado;
  - Não discuta. Entregue ao criminoso o que ele exigir. Assim, o tempo do roubo será menor;
  - Evite brincadeiras ou conversas;
  - Faça apenas o que o criminoso mandar;
  - Não olhe diretamente para os marginais - isso é visto como uma ameaça;
  - Procure memorizar todos os detalhes possíveis, fisionomia, modo e frases usadas, roupas, gírias, trajetos e locais visitados, veículos utilizados, etc.
  - Não tente fugir ou reagir. É muito comum outras pessoas estarem efetuando cobertura;
  - Ligue para a polícia assim que possível transmitindo a descrição exata e o possível trajeto seguido com todos os detalhes;
  - Registre a ocorrência em uma Delegacia de Polícia;
  - Se você presenciar um assalto, mantenha-se afastado do local e evite interferir diretamente. Ligue para a polícia e passe todas as informações possíveis. Após a saída do agressor, ajude a vítima.
- Obs: Não ande armado nem tenha armas em casa. Mesmo que você saiba atirar e tenha porte, suas chances de reagir são muito pequenas e o risco de que a arma seja usada contra você é muito grande.

O telefone da Polícia Militar é 190.

# AVANÇO ECONÔMICO

Produto Interno Bruto do Vale do Ribeira apresentou o maior crescimento dentre todas as regiões do estado no 1º semestre de 2010



*Economista André Chagas, da FIPE, apresentou os números da pesquisa em Registro*

**O Vale do Ribeira** vive um momento de oportunidade de crescimento. Foi o que apontou o economista e professor de economia da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), André Chagas, ao apresentar a primeira pesquisa do IME-Regional (ou IME-R) realizada na região. A pesquisa foi realizada pela FIPE em parceria com o Escritório do Sebrae-SP na região e divulgada no dia 17 de dezembro. André Chagas explicou para representantes da iniciativa pública e privada que no 1º semestre de 2010 o IME-R do Vale apresentou o maior crescimento dentre as 26 regiões do Estado (+19,1%), acima do estimado para o estado de São Paulo (+7,1%) e Brasil (+8,9%).

O IME é um indicador composto relacionado ao nível de atividade econômica de determinada região - quanto maior a variação

do IME-Regional, maior será a variação na movimentação econômica da localidade. A pesquisa apontou que a indústria teve o pior desempenho, com queda de 11,9%. Mas comércio e serviços alavancaram o crescimento da região com alta de 28,3%. A agropecuária cresceu 2,5%. "Entre 2010 e 2020 o Vale tem uma janela de oportunidades. O IME-R do Vale cresceu 8% em 2009, ano de estagnação econômica, quando o Estado subiu apenas 0,4", disse Chagas.

O valor do IME-R total estimado para a região, acumulado no 1º semestre de 2010, foi de cerca de R\$ 1,48 bilhão (ante R\$ 1,24 bilhão no mesmo período de 2009). Um total de 99,6% das empresas do Vale são Micro e Pequenas Empresas (MPEs), que respondem por 72% dos postos de trabalho (mais de 2/3 do total das ocupações) e por 64% da massa salarial. "A região é forte em comércio e serviços, que responde por 70% dos

negócios, mais do que a média do Estado, que é de 67%". Houve crescimento principalmente no setor de varejo, a exemplo de empresas que comercializam material e equipamentos de escritórios e informática, além de MPEs focadas no aluguel de veículos e máquinas ligados à expansão de obras.

O Vale tem vocação agrícola (13% do PIB vêm deste setor no Estado). 42% das MPEs agrícolas atuam na cultura da banana e 23% na pecuária e bovinos. Um total de 37% das frutas comercializadas no Estado (ou 1/3 do total) são produzidas no Vale do Ribeira, descrita pelo pesquisador como um celeiro frutífero. Já as MPEs voltadas para a indústria atuam na fabricação de produtos, alimentos e bebidas.

"Há uma oportunidade de melhoria na indústria, que respon-



**CONTABILIDADE, LOCAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS**

**Rua Tamekichi Takano, 605 - Centro - Registro/SP**  
**TELEFAX: (13) 3821-5199**  
**[www.rimacontabilidade.com.br](http://www.rimacontabilidade.com.br)**

**Organização Rima  
de Contabilidade S/C Ltda.**

de apenas por 17%, em comparação com 30% da média no Estado, com investimentos nos negócios voltados à industrialização de produtos agrícolas. Os resultados mostram que as oportunidades já existem, é preciso capitalizar estes empreendedores. Exigir qualificação da mão de obra e aproveitar investimentos em infra-estrutura para gerar negócios de acordo com a vocação da região”, explicou Chagas.

O Vale do Ribeira reúne cerca de 300 mil habitantes, a maioria, ou 1/3, residente na zona rural, conforme dados de 2008. A região apresenta grande incidência de pessoas na faixa etária entre 30 e 50 anos. “Há uma incidência do número de pessoas em fase de empreendedorismo que é maior que a média do Estado. E isso coincide com a fase de oportunidades econômicas que o Brasil vive”. Por outro lado, ainda há grande incidência de analfabetismo, mesmo que este índice tenha caído pela metade, quando em 1991 representava ¼ da população economicamente ativa.

Mesmo diante de seus desafios, o Vale vive um momento único de oportunidade de crescimento. “Existem 16 mil MPEs no Vale gerando resultados para toda a sociedade. Em 2009 atendemos 2.350 novas empresas. O objetivo do Sebrae-SP é ampliar o número de empresas atendidas. Outros objetivos são consolidar a competitividade e fortalecer o ambiente empresarial”, afirmou o gerente do Sebrae-SP no Vale, Paulo Sérgio Brito Franzosi.

#### AVANÇOS NO COMÉRCIO

Duas empresas do ramo de confecções, duas histórias semelhantes que ilustram a expansão do comércio em Registro, a maior cidade do Vale do Ribeira. Ambas iniciaram suas atividades em um espaço mínimo (uma “porta”) e hoje, além de ocuparem uma estrutura muito mais ampla, aumentaram o número de funcionários e viram as vendas crescerem. “Este ano (2010) as vendas na Tibiko’s aumentaram 15%, enquanto

o número de funcionários passou de dois para quatro”, conta a empresária Sueli Tiomi Okamoto, lembrando que durante vários anos contou com orientação do Sebrae-SP para aprender formas de impulsionar seus negócios.

Marcelo Rodrigues, proprietário da Cotton Company, também contratou este ano dois novos funcionários e de junho para cá viu as vendas aumentarem. A cada ano, investe mais no crescimento da sua empresa, que integra o Vestir e Calçar, grupo que nasceu do Empreender, fruto da parceria entre o Sebrae-SP e a ACIAR para impulsionar o comércio local. O grupo promove desfiles anuais para divulgação dos seus produtos e, em setembro, realiza a tradicional feira Liquidada Estoque, que em 2010, em sua 9ª edição, alcançou um faturamento de mais de R\$100 mil.

Crescimento do PIB do Brasil e dos IMEs-R do Estado e da região no 1º semestre de 2010 em comparação com 1º semestre de 2009

1º semestre 2010 (%)			
	Brasil*	São Paulo**	Vale do Ribeira
Agropecuária	4,3	0,2	2,5
Indústria	13,7	8,7	-11,9
Com./Serviços	5,8	6,5	28,3
Total	8,9	7,1	19,1

\* Sistema de Contas Nacionais - IBGE

\*\* IME-R, calculado na pesquisa FIPE



(13) 3822.4408 [www.infotechrg.com.br](http://www.infotechrg.com.br)

**Seguindo as tendências e analisando as necessidades do mercado, desenvolvemos produtos e serviços com qualidade e eficiência**








Soluções em Automação

# Eventos e Horários

## JANEIRO

**Dia 01** (sábado): Confraternização Universal - **(FECHADO)**;

**Dia 03** (segunda-feira): Início da Campanha LIQUIDAÇÃO

**Dia 03** (segunda-feira): Sorteio Show de Prêmios Natal - 17h na ACIAR

**Dia 10** (segunda-feira): Premiação do Concurso de Decoração Natalina 15h na ACIAR

**Dia 10** (segunda-feira): Entrega dos prêmios da Campanha "SHOW DE PRÊMIOS NATAL"- 16h na ACIAR

**Dia 31** (segunda-feira): Encerramento da Campanha LIQUIDAÇÃO

## FEVEREIRO

**Dia 17** (quinta-feira): Aniversário da ACIAR- 41 ANOS

**Dia 21** (segunda-feira): Abertura das Inscrições do Concurso Fotográfico

## MARÇO

**Dia 01** (terça-feira): Abertura das inscrições do Concurso de Pratos "SABORES DO VALE-2011"

**Dia 01** (terça-feira): Adesão à Campanha Dia das Mães de distribuições de Flores

**Dia 07** (segunda-feira): Conforme acordo Sindicato X ACIAR **(FECHADO)**

**Dia 08** (terça-feira): Carnaval **(FECHADO)**

**Dia 08** (terça-feira): Dia Internacional da Mulher **(FECHADO)**

**Dia 09** (Quarta-feira): Cinzas **EXPEDIENTE NORMAL**

 **BEM VINDOS**   
**NOVOS ASSOCIADOS:**

**CLAUDINEY VIDROS**

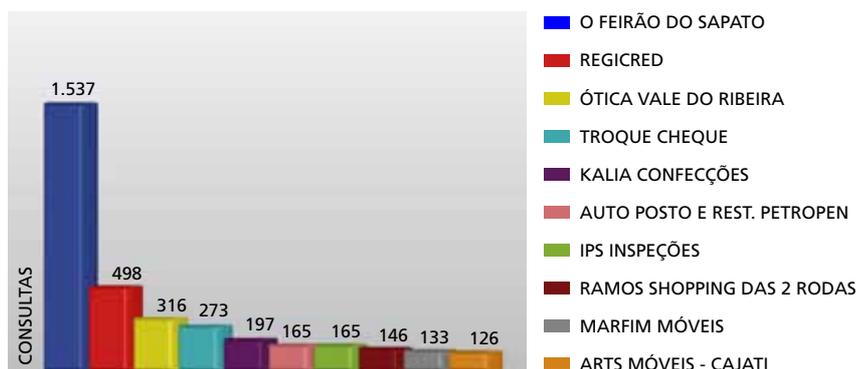
**TURQUESA**

**SENSUAL LINGERIE - MODA E PRAIA**

**GARIMPO ROUPAS E ACESSÓRIOS**

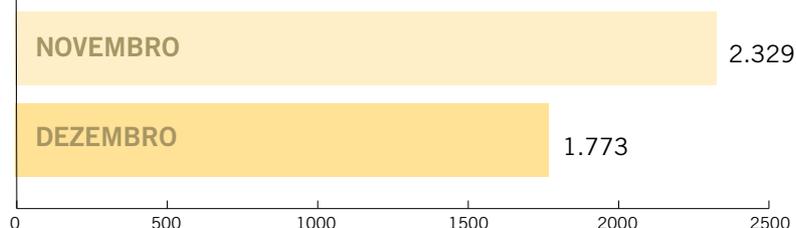
# Ranking de Consultas

DEZEMBRO 2010

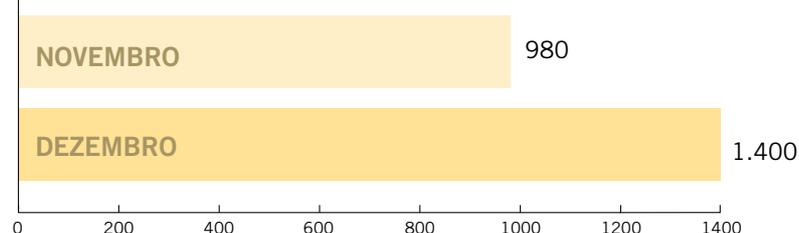


# Estatísticas SCPC

**INCLUSÕES** - Queda de 23,8%  
R\$ 340.843,36



**EXCLUSÕES** - Aumento de 42,8%  
R\$ 191.108,63



**IMPRESSOS EM OFF-SET**  
"Boa impressão e parceria com o Vale!"  
Cartazes, Folders, Folhinas,  
Jornais, Livros, Panfletos e Revistas.  
Permutáveis Planos e Contínuos  
e-mail: [soset@uol.com.br](mailto:soset@uol.com.br)  
[soset@soset.com.br](mailto:soset@soset.com.br)  
Fone: (13) 3841-1142 - Fax: (13) 3841-2028

o que você precisa  
para sua casa!

**MARILAR**

**MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS**  
AV. DR. CARLOS BOTELHO, 418 CENTRO - PARIQUERA-ACU/SP

**GODKE ALUMÍNIOS**

Esquadrias em vidro temperado  
Box em acrílico e temperado  
Portas e portões exclusivos  
Alumínio Brilhante  
Bronze e Colorido  
Pintura Eletrostática

Convênio com Banco do Brasil  
CDC Materiais para Construção

**Pensando em Alumínio?  
Pense Godke**

Rua Shitiro Maeji, 451 - Registro - SP Tel.: (13) 3821 2131  
E-mail: godkealuminios@matrix.com.br

**Ar Condicionado**

Especializado em Ar Condicionado para todas linhas de Automóveis e Caminhões

**CAROHE - SOM**  
Fone: (13) 3821-4399 / 3822-3837  
Rua Gersoni Nápoli, 153 - Centro - Registro-SP - CEP 11900-000

Serviço de locação de andaimes para residência e galpões

**Andaimes**

**HOR**  
HOSPITAL DE OLHOS DE REGISTRO

Dr. Jordano de Alencar Magalhães  
Dr. Marcelo Kazubi Marumatsu  
Dr. Maria Elisabeth Magalhães  
Dr. Kátia Izumi Senaga

- Catarata por Facemulsificação
- Glaucoma
- Cirurgia a Laser (Miopia, Astigmatismo, Hipermetropia)
- Plástica Ocular
- Cirurgia de Pterígio
- Lentes de Contato
- Retinografia
- Angiofluoresceinografia
- Ecobiometria
- Yag Laser
- Campimetria Computadorizada
- Oftalmoscopia Binocular Indireta
- Tonometria e Refração Computadorizada
- Topografia Corneana
- Microscopia Especular
- Paquimetria Ultrassônica

Av. Wild José de Souza, 242 - Vila Tupy - Registro - SP  
Tel.: (13) 3821.2421

**deal**  
marketing & comunicação

compromisso com o resultado

ideal@idealmkt.net

COMÉRCIO E LOCAÇÃO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

**Mafer**  
ASSISTÊNCIA TÉCNICA

- Gerador
- Andaime
- Betoneira
- Martelete
- Roçadeira
- Compactador
- Policorte p/ Asfalto
- Vibrador p/ Concreto

Locando para facilitar a sua vida!  
**(13) 3821-2393**

Av. N. Matsuzawa, 405 - V. Ribeirãopolis - Registro - SP  
mafer.registro@gmail.com

CONTABILIDADE  
**YAMADA**  
Assessoria Contábil e Tributária

Contabilidade Comercial e Agrícola  
Assessoria Fiscal, Tributária e Trabalhista  
Abertura, Alteração e Encerramento de Empresas  
Consultoria e Rotinas Trabalhistas  
Declaração de Imposto de Renda Física e Jurídica  
INCRÁ E ITR

Rua João Batista Passi Júnior, 263 - Registro  
e-mail: yamada@uol.com.br

(13) 3821-1491  
3821-2065

**Voce viu?**  
Seu cliente também poderia ter visto.

Ligue para (13) 3828.6800

**DR. LUIS T. AGUILAR**  
Médico Oftalmologista - CRM 78552  
Formado e Especializado pela Escola Paulista de Medicina / UNIFESP

“Óculos, lentes de contato, Laser para retina”

**CIRURGIAS**  
Miopia - Catarata - Glaucoma  
Hipermetropia - Astigmatismo - Pterígio

Rua Serrador Costa, 365 - Centro - Registro - SP  
**Telefax: (13) 3822.1395**

**Belas Artes Veterinária**

Dra. Ignez Moraes  
CRMV-SP 0804

Dra. Luise Penteado  
CRMV-SP 24.829

Dra. Nobuco Penteado  
CRMV-SP 0720

R. Anita Malfatti, 560 - Vila Belas Artes  
Fone/Fax: (13) 3821-1464

**ESTORIL PALACE HOTEL**

- Amplo salão com ar condicionado e estacionamento
- Atendemos em todas as cidades do Vale do Ribeira
- Palestras, Reuniões, Coquetéis, Seminários, Coffe Break, Casamentos, Aniversários, Debutantes, Formaturas, Bodas

**ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS & BUFFET**

Novo Salão de Festas com nova decoração e novo sistema de ar condicionado

BR 116 - Km 442 - Registro/SP  
Reservas: PABX (13) 3821-1744  
Site: www.estorilpalace.com.br  
E-mail: hotel@estorilpalace.com.br

# É TEMPO DE PROMOÇÃO. É LIQUIDAÇÃO.

AQUI SÓ PINTA  
PREÇO BAIXO  
PRA VOCÊ

**APROVEITE OS DESCONTOS  
FANTÁSTICOS E VEJA SEU  
DINHEIRO VALORIZAR COMO  
NUM TOQUE DE MÁGICA.**



FILIADA À FACESP



**ASSOCIAÇÃO  
COMERCIAL**

ACIAR

REGISTRO