



ACI

Revista da Associação Comercial Industrial
e de Serviços de Montes Claros
Maio 2021 | Ano XIV | Nº 63
Montes Claros - Minas Gerais

Empresas podem superar a pandemia!

*Transforme a crise em
oportunidade*



Vinícius Abreu,
sócio-proprietário da
Premium Beef House

PÁG. 30 - 26ª Fenics será
online, com participação de
dezenas de municípios

PÁG. 18 - Grupo do segmento
de energia fotovoltaica debate
setor em conferência virtual

PÁG. 32 - Minas
chega a 1 Giga Watt
de potência

Nunca foi tão importante fazer uma **PÓS** na **PUC MINAS**.

**CURSOS ONLINE,
COM AULAS AO VIVO**

ESPECIALIZAÇÃO E MASTER

**(Inscrições pelo
pucminas.br/pos)**

Parceiros na Educação: A PUC Minas concede aos colaboradores e dependentes da ACI Montes Claros bolsa de 15% de desconto para os cursos de pós-graduação do IEC. Saiba mais no pucminas.br/parcerias



PUC Minas
Conhecimento que transforma.

A Revista ACI é uma publicação bimestral da
Associação Comercial, Industrial e de Serviços
de Montes Claros
Rua Carlos Gomes, 110 - Centro
Fone: (38) 2101-3300 - Fax: (38) 2101-3309
www.acimoc.com.br

DIRETORIA DA ACI - 2020/2022

DIRETORIA EXECUTIVA
Presidente: **Leonardo Lima de Vasconcelos**
Vice-Presidente: **Gislayne de Jesus Lopes Pinheiro**
Secretário Geral: **Maurício Sérgio Sousa e Silva**
2º Secretário: **Thiago Diniz Tolentino**
1º Tesoureiro: **Edenilson Durães de Oliveira**
2º Tesoureiro: **Jairo Marques Lopes Bahia**

DIRETORIA ESTRATÉGICA
Diretor Comercial: **João Paculdino Ferreira**
Diretor Industrial: **Ricardo Alencar Dias**
Diretor de Prestação de Serviços: **Roberto Murilo Peres C. Machado**
Diretor de Micro e Pequenas Empresas: **Ermendes Ferreira da Silva**
Diretor de Economia: **Marcos Fábio Martins de Oliveira**
Diretor de Contábil e Jurídico: **Anderson Carvalho Barbosa**
Diretor de Agronegócio: **Ricardo Surerus Pitangui**
Diretor de Assuntos Comunitários: **Mônica Pereira de Moura**
Diretor de Gestão Ambiental: **Dirceu Martins Pereira Júnior**
Diretor Administrativo: **Leandro Ivan Paixão Guedes**
Diretor de Infraestrutura: **Osmar Geraldo Rego Cunha**
Diretor de Filantropia: **Antônio Cezar dos Santos**
Diretor Social: **Fernando Ferreira Deusdará**

CONSELHO DIRETOR
Presidente: **José Ideumar Soares Pereira**
Vice-Presidente: **Esmeraldo Pizarro**
Agnaldo Leite
Antônio Silvério Paculdino
Anderson Souza
Carlos Eustáquio R. de Andrade
Cácio Xavier Pereira
Dalton Caldeira Rocha
Abílio Carnielli Filho
Leonardo Melo
Fabrício Mendes Fagundes
Wesley Macio Gonçalves Maciel
Olimpio Antônio Maia Abreu
Jairo Pordecano Cesar Filho
Paulo Sérgio Alves Dourado
Paul Bernardina de Miranda
Marco Túlio Góes Pimenta
Mariela Carneiro Baptista

CONSELHO FISCAL
Efetivos:
Dennison Caldeira Rocha
Geancarlo Silva Almeida
Renato Antônio Silva Tupinambá
Suplentes:
Rosalvo José Caldeira de Barros
Leandro Correia de Oliveira
Fernando Martins de Carvalho

REDE VOLUNTARIADO
Diretor: **Edenilson Durães de Oliveira**
Diretora Adjunta: **Núria Machio Font Souza**

CONSELHO SUPERIOR
Presidente: **Jamil Habib Curi**
Vice-presidente: **Geraldo Eustáquio Andrade Drumond**
Conselheiros:
Adauto Marques Batista
Alexandre Pires Ramos
David William Crosland Guimarães
Edilson Carlos Torquato
Fernando Ferreira Deusdará
Jaime Crusóe Loures de Macedo Meira
Newton Carlos Amaral Figueiredo
Valdir Veloso Figueiredo

Superintendente Executivo
Kelington Mendes Mota

Revista Bimestral

Tiragem: 1.000 exemplares

Redação e edição
Nágila Almeida
JPMG 4607102

Projeto Gráfico e Diagramação
Anderson Clayton
(38) 99193.4669/99822.4669
andersonclayton@outlook.com

Fale conosco:
ascom@acimoc.com.br

Publicidade:
ASCOM - Nágila Almeida
ascom@acimoc.com.br
(38) 2101.3314
(38) 99805.0404



PALAVRA DO PRESIDENTE



O mundo está passando por uma de suas maiores guerras, a luta contra a Covid-19. Rapidamente, a sociedade precisou se adaptar para sobreviver a esta pandemia sem precedentes. Desde os hábitos pessoais, até os coletivos, nos lares, nas empresas, em ambientes públicos, tudo exigiu novas atitudes.

A ACI também precisou enfrentar este grande desafio, mas não parou. As ações nestes últimos 14 meses tiveram foco no desenvolvimento regional, na viabilidade das nossas empresas e na manutenção de empregos e, em conjunto com os poderes públicos, na busca de soluções para superar este desafio da pandemia.

Acredito que todos nós seremos diferentes ao final destes tempos tão desafiadores. Porém, adaptados ao que o futuro certamente nos exigirá e bem mais capacitados com o aprendizado.

Algumas empresas foram capazes de se antecipar e se adequar a estas novas realidades e é disto que vamos tratar nesta edição da Revista da ACI. Como ser uma empresa dos novos tempos: ágil, capaz de se adaptar, capaz de reagir com rapidez aos desafios que se sucedem.

Neste último ano, por exemplo, o e-commerce, o sistema digital das empresas, das instituições bancárias e governamentais evoluiu o equivalente há 10 anos, antecipando o progresso. Os períodos de crise de alguma forma precipitam ou antecipam a tomada de decisão. Devemos entender que as nossas empresas estão vivenciando "o novo". Adaptamo-nos ou seremos obsoletos.


Leonardo Lima de Vasconcelos
Presidente da ACI



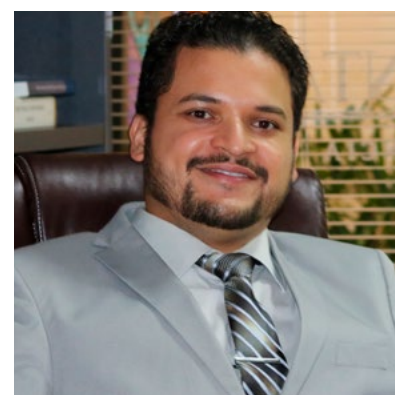
Prognósticos Tributários para o Brasil pós pandemia

Com a declaração efetivada, em 11 de março de 2020, pela Organização Mundial de Saúde (OMS) acerca da pandemia, não há dúvidas de que o Brasil e o mundo sofreram alterações econômicas, sociais e de toda ordem que perdurarão por muito tempo. Um novo cenário do capitalismo pós pandemia tem se descortinado, surgindo paralelamente a uma crise econômica e empresarial sem precedentes.

Sabe-se, é claro, que tributação e economia caminham juntas. E a política fiscal do Poder Público exerce direta influência na tomada de decisões dos seus administrados. Nessa linha, importante se torna explicitar ao nobre leitor algu-

mas das nuances tributárias vigentes que devem ser observadas pelo Poder Público na atividade arrecadatória, sem negar a importância da tributação no custeio da atividade estatal, sobretudo no atual cenário de crise econômica e sanitária, que a todo tempo apelam o socorro e intervenção do Poder Público.

Sabendo-se da imprescindibilidade do Estado, que deve coexistir com as garantias e limitações ao poder de tributar que a Constituição Federal assegura aos contribuintes, de relevo se torna buscar o meio-termo à manutenção da fonte de financiamento do Estado pela tributação, em contrapartida à grave crise sanitária e econômica instaurada



por **Dr. Phillipe Librelon Pimenta**

no território nacional, que tem reclamado a injeção de recursos por parte do Poder Público.

A preocupação na relação existente entre o direito tributário e a economia tem crescido, já que o tributo representa verdadeira forma de intervenção do Estado no patrimônio do indivíduo e,

com efeito, na economia. Inobstante os inúmeros entraves enfrentados no ano de 2020 pelo Governo Federal, a proposta de Reforma Tributária tem evoluído e caminhado para de fato ocorrer, ante o clamor social pela simplificação do ambiente tributário.

Embora não seja o escopo deste breve trabalho articular atribuir juízo de valor à reforma proposta em si, algumas alterações no cenário tributário já estão em discussão, tais como: a fusão do PIS e COFINS e outros tributos sobre bens e serviços; a tributação dos lucros e dividendos; a tributação sobre pagamentos, para fazer frente à desoneração da folha, por meio da tributação sobre movimentações financeiras; a revisão de incentivos fiscais, tais como a do Simples Nacional e da Lei Rouanet, que representam quase R\$ 300 bilhões de reais em renúncia de receitas pelo Estado; dentre outras.

Mas se de um lado o Estado precisa arrecadar para fazer frente aos seus gastos, por outro, é preciso que observe os ideais de uma tributação justa. E nisso surge o princípio da Capacidade Contributiva, consagrado no texto constitucional, que exprime um verdadeiro limite na forma como o Estado arrecada. Sempre que for possível, o Poder Público deve lançar meios de identificar a capacidade econômica de cada um, evitando-se que pessoas que não tenham qualquer capacidade de ganho possam ser oneradas além do limite devido. É o que ordena o art. 145 §1º da CF.

A Capacidade Contributiva, em um mundo globalizado, deve não apenas limitar a atuação tributária desenfreada, mas, também, estimular o desenvolvimento social e reduzir as desigualdades sociais.

No atual cenário, e com base nas neces-

sidades que a própria crise pandêmica impôs, é notória a diminuição da Capacidade Contributiva de uma grande maioria dos contribuintes, o que reclama o sensível olhar estatal em seu arrecadar. Assim, discussões de desonerações tributárias, moratória e diferimento de prazos para pagamento de tributos vêm à tona, ganhando ainda mais força e sentido neste momento, tais como o aumento da faixa de isenção do Imposto de Renda das pessoas físicas para um

o princípio da Capacidade Contributiva deve guiar o Estado em sua atividade arrecadatória, especialmente quando se está diante de situações nas quais as pessoas perderam sua capacidade de pagamento, em respeito ao mínimo existencial e à função social da empresa, visando-se à preservação dos empregos hoje existentes.

Por fim, a atuação do Poder Judiciário deve ser cautelosa e minimamente inter-



valor próximo de R\$ 3.000,00 mensais (rememore-se que tal faixa de isenção não é reajustada desde 2015), a aprovação de um novo REFIS, a fim de estimular a adimplência tributária com o perdão de juros, multas e penalidades etc etc.

O que se vê, pois, é que a tributação atual deve se adaptar ao excepcional momento vivenciado no Brasil e no mundo, devendo dar o devido tratamento e atenção a essa situação singular. E

vencionista na atividade dos demais poderes, que, por excelência, detêm a capacidade técnica para avaliar o que é melhor para o Estado. Todavia, isso não deve impedir que, nas situações excepcionais em que o mínimo vital do indivíduo, a função social da empresa e o princípio da Capacidade Contributiva estejam em xeque, o Poder Judiciário intervenha para serenamente corrigir distorções ou omissões do Poder Público nas relações jurídico-tributárias mantidas com seus administrados.

Dr. PHILLIPE LIBRELON PIMENTA é Advogado Tributarista sócio do Escritório "JARBAS PIMENTA - ADVOCACIA DE EXCELÊNCIA", Professor na Graduação do Curso de Direito, MBA em Direito Tributário pela Fundação Getúlio Vargas (IBS/FGV), Pós-graduado em Direito Constitucional Aplicado, Pós-graduação em Direito Processual Tributário, Consultor em Auditorias, Planejamento Tributário e Recuperação de Créditos Tributários.
email: tributarioconsultores@gmail.com

Criatividade e união ajudam a superar crise do coronavírus

O Hospital Aroldo Tourinho tem significativo e preponderante papel em Montes Claros e no norte de Minas. No enfrentamento da pandemia contra a Covid-19, rapidamente e em sintonia com as autoridades sanitárias, estabeleceu estratégias importantes na luta contra a doença.

O mundo está vivendo a maior pandemia de sua história causada por um novo coronavírus (SARS-CoV-2), com significativo impacto na economia, na saúde física e mental de toda a população. E o provedor do HAT, professor Paulo César Gonçalves de Almeida, explica que o passo preliminar para o hospital enfrentar esse desafio foi a formação de grupo especial para adotar ou propor as medidas necessárias para adequar a instituição. "Esse grupo multiprofissional de altíssimo nível e muito sério e competente tem orientado as ações e a tomada de decisões, tendo como norteadores o ser humano e a ciência", destaca o provedor.



Ainda de acordo com o professor Paulo César, a partir daí foram implementadas ações de controle mais rígido, reorganização dos pontos de atendimento, implantação de enfermaria clínica e de CTI exclusivos para pacientes contaminados pela COVID-19. "Ao mesmo tempo estivemos e estamos empenhados permanentemente na melhoria e ampliação da estrutura física e do parque tecnológico, bem como em oferecer aos colaboradores os equipamentos de

proteção individual indispensáveis para preservá-los e os pacientes a fim de ser oferecida assistência digna e de qualidade", afirma.

Ele lembra que "assegurar o abastecimento de materiais e medicamentos - como os do kit intubação, especialmente - tem sido outro enorme desafio cotidiano em face da escassez registrada nos mercados nacional e internacional e das restrições financeiras".

"Apesar da pandemia e do cenário gravíssimo, e sempre com foco prioritário na acolhida e recuperação dos pacientes vítimas da COVID, insistimos em dar sequência ao plano diretor de ampliação e modernização do Hospital. Com apoio de parceiros e da representação política está sendo executado arrojado projeto de ampliação, reformas e melhorias, voltado para um novo Aroldo Tourinho", salienta o professor Paulo César.

"Não será apenas uma fachada exuberante e instalações novas e modernas, mas simultaneamente estão sendo desenvolvidos projetos para maior capacitação dos colaboradores e readequação e melhoria de processos", acrescenta o provedor do HAT.

"A família do Hospital Aroldo Tourinho se agiganta e se supera em momentos críticos, sempre oferecendo atendimento humanizado e de qualidade à população alvo superior a 2 milhões de pessoas", finaliza o provedor, professor Paulo César de Almeida.

Com informações da ASCOM-HAT

**LABORATÓRIO
SANTA CLARA**
ANÁLISES E PATOLOGIA CLÍNICA
40 ANOS

**ALTO PADRÃO
EM ANÁLISES
E PATOLOGIA
CLÍNICA**

**EMPRESA
ISO
9001
CERTIFICADA
QUALIDADE**

Instagram: [laboratorio_santa_clara](#)

Facebook: [@laboratoriosantaclar](#)

38 **3218-4600**

www.laboratoriosantaclara.com

Prça Dr. Carlos Versiane, 11, Centro, Montes Claros - MG

Oportunidades na adversidade

Segundo a teodiceia agostiniana, o mal, diferentemente do bem, não existe em si mesmo de forma perfeita. Sendo assim, ao analisarmos situações negativas, sempre encontraremos pontos positivos. Então, mesmo reconhecendo que a maior crise de saúde pública vivida pela atual geração está deixando cicatrizes que ficarão para sempre, não estamos impedidos de buscar identificar e aproveitar as oportunidades que ela traz.



por **Ednilson Durães**



É também uma realidade que certo desenvolvimento está sendo promovido pela pandemia. No caso de muitos empreendimentos, a necessidade levou à busca de novos modelos de negócio, ao aprimoramento de produtos e serviços, bem como lançamento de outros, buscando alcançar novos mercados. O uso da tecnologia deu um salto em função da necessidade de manter as pessoas conectadas numa realidade de isolamento social. Sem a crise, cer-

tamente levaríamos anos para alcançar o mesmo patamar.

Mas quero aqui dar mais ênfase ao ser humano. A pandemia mexe com a emoção. Mais sensíveis, as pessoas estão também mais receptivas a serem conquistadas. Por isso, empresas que se envolvem em soluções para a crise estão tendo oportunidades para se destacarem, conquistando mídia espontânea e, principalmente, admiração de

pessoas. Isso certamente tem poder para fidelizar atuais clientes e atrair novos, reter talentos, ampliar e fortalecer parcerias estratégicas.

Parabenizo as muitas empresas engajadas diretamente e por meio de suas instituições. Além da preservação de vidas, a dor de várias pessoas está sendo amenizada pelas ações desenvolvidas. Penso que seria melhor ainda se houvesse mais divulgação, não apenas para

promoção de marcas, mas também para que sirvam de exemplo e inspiração. Quanto mais se propaga o bem e motiva pessoas a fazerem o mesmo, melhores serão as condições para construirmos uma sociedade melhor para esta geração e para as próximas.

A quem ainda não se engajou, convido para uma reflexão. É impossível empreender sem impactar pessoas, economia e meio ambiente. Por isso, apesar do conceito 'Negócio de Impacto' ser aplicável a determinados empreendimentos, defendo que, essencialmente, toda empresa é um negócio de impacto. E vejo que desenvolver a cultura organizacional com essa premissa ajuda a criar um ambiente mais favorável ao sucesso.

Todos os produtos e serviços atendem necessidades ou desejos das pessoas; o resultado econômico determina o lucro

distribuído, o nível de salários e benefícios oferecidos; as operações empresariais consomem recursos e geram resíduos. Estes são exemplos de impactos típicos do negócio. Num patamar mais elevado, certas empresas promovem também impactos propositais, como engajamento em causas sociais e/ou ambientais, promoção do voluntariado, doações. Portanto, empresas orientadas para maximizar os impactos positivos e minimizar ou eliminar os negativos, tanto inerentes como propositais, certamente estão em vantagem no mercado.

Ganhar dinheiro e tornar o mundo melhor é possível e desejável. Então aproveite as oportunidades que a pandemia abre para tornar a sua empresa um verdadeiro negócio de impacto positivo.

Ednilson Durães é Diretor da Rede Voluntariado e Coordenador do Movimento Sociedade Civil Organizada. **Site:** www.ednilsonduraes.com.br

Aproveitando oportunidades na crise:

- *A pandemia trouxe males irreparáveis, porém também oportunidades*
- *Muitos empreendimentos foram levados pela necessidade a se desenvolverem*
- *As pessoas, mais sensibilizadas, estão mais receptivas a serem conquistadas*
- *A divulgação do bem, além do fortalecimento de marcas, é fonte de exemplo e inspiração*
- *Uma cultura organizacional de impacto ajuda a criar um ambiente mais favorável ao sucesso*
- *Trabalhar positivamente impactos inerentes e propositais, aumentam a vantagem competitiva*



Maturidade empresarial

Além de gerar lucro, as empresas devem ter a missão de distribuí-los com justiça e equidade em forma de ações em prol da sociedade

Fica cada vez mais clara a importância da economia, e da indústria, como poderoso instrumento de inclusão e transformação social. Na verdade, ao longo dos últimos anos e décadas, extrapolando sua missão primordial de produzir e gerar empregos, esses setores da vida nacional se afirmaram de forma muito especial como vetores fundamentais de políticas sociais eficientes e eficazes. A pandemia da Covid-19 veio mostrar que o empresariado nacional entendeu que empresas só atingem a verdadeira maturidade, a maturidade plena, quando compreendem que ao lado e além de gerar lucro para seus acionistas têm, igualmente, a missão de distribuí-los com justiça e equidade.

“Desde o começo de 2020, quando a pandemia se instalou com violência em nosso estado, assim como no Brasil e no mundo, a Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG) e também os sindicatos e empresas a eles vinculados assumiram a responsabilidade de postarem-se ao lado da sociedade mineira na guerra contra o coronavírus em todas as frentes necessárias, com ações nos campos da economia e da saúde. Nesse momento, por acreditar que a vacinação massiva da população é a nossa principal arma contra esta moléstia insidiosa, a FIEMG e a indústria mineira trabalham para oferecer ao país, e a Minas Gerais, ações em duas frentes: na aquisição de equipamentos que permitem que a vacina seja aplicada, como refrigeradores para acondicionamento dos frascos, e no investimento para o desenvolvimento de uma nova opção de vacina, que virá somar-se às que já estão em uso”, diz Flávio Roscoe, presidente da FIEMG.

Pesquisa pela saúde

Nessa empreitada, a FIEMG uniu empresas mineiras e brasileiras para a criação do imunizante UB-612, desenvolvido pela Covaxx, que integra o conglomerado da United Biomedical, empresa internacional com fábricas nos EUA, China e Taiwan. “Estamos Instituto Dasa, de São Paulo, indústrias de Minas Gerais com asseguramos que a pesquisa também em nosso país, como “Caso o UB-612 seja aprovado pela Anvisa, nossa expectativa é que, já no segundo semestre, 50 milhões de doses venham para o Brasil – serão entregues ao Ministério da Saúde e distribuídas aos postos de vacinação do SUS. Trata-se de uma vacina de dose única e é mais uma alternativa para a população mineira e brasileira”.

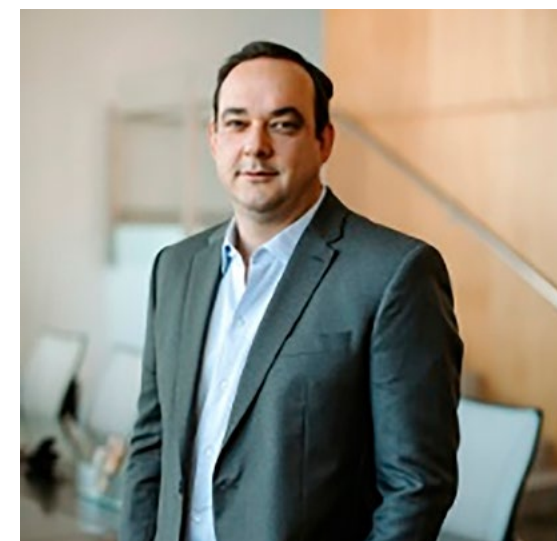


Responsabilidade social que salva vidas

É preciso reconhecer e ressaltar a elevada sensibilidade dos empresários e

empresas mineiras diante da gravidade do cenário e, via de consequência, da necessidade de ajudar, participar e compartilhar. O trabalho realizado nos últimos 12 meses mostra, de fato,

a força da união da indústria mineira, que, mobilizada em torno da FIEMG, viabilizou recursos para importantes projetos que atendem a demandas que emergiram em razão direta da



“Fica cada vez mais clara a importância da economia, e da indústria, como poderoso instrumento de inclusão e transformação social”

Flávio Roscoe - Presidente da FIEMG

pandemia. O solidário mutirão que se formou trouxe, com certeza, intenso aprendizado nos campos da medicina, ciência, educação, políticas sociais e até no campo individual, com profundas mudanças no comportamento de todos nós.

Os resultados são expressivos e falam por si. Em 2020, doamos equipamentos de leitos hospitalares para centenas de cidades de todo o estado. Foram distribuídos 1.428 respiradores e 166 leitos em 12 regionais que contemplam todo o território mineiro. Mas, os equipamentos, essenciais para salvar a vida de pacientes com dificuldades respiratórias, beneficiarão também brasileiros de outros estados. Outros 100 equipamentos foram doados ao governo federal.

O trabalho continua este ano, começando com a doação de 100 ventiladores mecânicos ao governo do Estado, o que permitiu a montagem de 100 novos leitos de UTI para atendimento a pacientes da Covid-19. No Centro de Inovação e Tecnologia SENAI (CIT SENAI), um mutirão de 20 profissionais recuperou 240 respiradores para

atender pacientes com Covid-19 nas diversas regiões brasileiras.

Em uma das áreas mais dramáticas da pandemia, que é a de fornecimento de oxigênio, a indústria mineira está mobilizada e vai ceder aos hospitais, pelo tempo que for necessário, 2 mil cilindros para armazenamento do oxigênio medicinal. Também vai doar mais de 500 “capacetes Elmo”, equipamento capaz de reduzir em até 60% a necessidade de internação em leitos de UTI.

Desde o início da pandemia, o SENAI-MG produziu e doou 180 mil litros de álcool glicerinado 70% (parceria com a UFMG e o Sindicato do Açúcar e Alcool de Minas Gerais), 1,63 milhão de máscaras e 11 mil jalecos, além de 1.988 conjuntos de válvula e 12.827 pistões para a fabricação dos ventiladores mecânicos. Em parceria com as empresas Fiat e Suppress, o SENAI ainda apoiou municípios da RMBH na desinfecção de ruas.

Indústria como atividade essencial

Atuando sempre em permanente

sintonia com os governos federal e estadual, além de governos municipais, a FIEMG também participou de importantes ações na área econômica, nos campos trabalhista, tributário, ambiental, acesso ao crédito e prorrogação de prazos para pagamento de tributos. Destacam-se, aqui, as Medidas Provisórias 927 e 936/2020, que, somente em Minas Gerais, preservaram mais de 300 mil empregos. Com todas essas iniciativas, foi possível evitar a “morte” de um expressivo número de empresas e preservar milhares de empregos.

São todas, igualmente, ações que colocam a FIEMG e a indústria mineira entre as organizações que mais colaboram e se conectam à sociedade brasileira no desenvolvimento de iniciativas que mitigam os efeitos da pandemia. Nesta jornada que já entra em seu segundo ano, a indústria mostrou-se atividade verdadeiramente essencial, como reconhecido oficialmente pelo Estado desde março de 2020. “E vamos seguir adiante nessa mesma direção, cientes e conscientes de nossa responsabilidade diante da sociedade”, conclui Flávio Roscoe.

SINDPAN/Norte aborda sobre a produtividade na panificação

Na busca pelo conhecimento e pelo desenvolvimento da panificação no Norte de Minas, o SINDPAN/Norte promoveu, no dia 05 de maio, uma live para debater os Indicadores de Performance 2021 e a produtividade na panificação.

Os participantes tiveram a oportunidade de debater com o empresário do setor de Panificação e Alimentação há mais de 25 anos, Márcio Rodrigues, administrador de empresas e especialista pós-graduado em Gestão Empresarial e sócio proprietário da rede de padarias Pão da Serra – região metropolitana de Belo Horizonte/MG.

Cerca de 40 empresas do Norte de Minas, e de outras regiões do Estado, participaram do evento que tratou ainda de indicadores de 2021 em relação a 2020, mudanças no comportamento do consumidor, mudanças nos pontos de vendas, produtos em alta, dentre outros assuntos de gestão e comercialização.

O presidente do SINDPAN/Norte, Ricardo Alencar Dias, considerou o evento um sucesso, com informações úteis e produtivas, e acenou com a possibilidade de promover outros eventos como esse que tragam informações relevantes aos empresários do setor.



Ricardo Alencar Dias, presidente do SINDPAN/Norte, quer promover mais lives com informações relevantes para o segmento. (foto RS)

FIEMG abre 40 vagas para pessoas com deficiências

Profissionais atuarão na área administrativa e as vagas são para todo o estado

Para que as pessoas com deficiência possam ter acesso ao mercado de trabalho, a FIEMG, que sempre foi referência no quesito inclusão, está promovendo, por meio do Programa Diversidade e Inclusão, o Projeto Habilitar, que tem o objetivo de oferecer às pessoas com deficiência uma oportunidade de qualificação profissional e o resgate da autoestima.

A entidade está **recrutando 40 profissionais** para ocupar vagas na área administrativa de suas unidades em todo o estado. Os profissionais serão

encaminhados via SINE ou por meio do cadastro de currículo neste endereço: www.fiemg.com.br/trabalheconosco. “Ambientes plurais favorecem a troca de experiências, promovem mais criatividade, geram mais inovação, fortalecem a reputação e consequentemente, contribuem para melhores resultados. Além disso, empresas que valorizam a diversidade e inclusão ajudam a transformar o nosso mundo, com padrões mais justos e igualitários”, ressalta **Kécia Silveira de Castro**, gerente



A Fiemg abre oportunidades de trabalho

de Desenvolvimento de Pessoas da FIEMG.

As inscrições devem ser feitas até dia 9 de junho e, além dessas 40 vagas disponíveis no momento, voltadas para o setor administrativo, a FIEMG também está com outras oportunidades de trabalho em diversas áreas de atuação. Para saber mais, basta acessar: www.fiemg.com.br/trabalheconosco.

FIEMG habilitada para emitir Certificado de Origem

Com certificação internacional, empresas exportadoras comprovam a origem dos produtos em negociação

A FIEMG, por meio do Centro Internacional de Negócios de Minas Gerais - CIN-MG, está habilitada pela Confederação Nacional da Indústria - CNI a emitir Certificados de Origem em todo o território nacional. Em sua sede, em Belo Horizonte, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) possui uma equipe especializada para prestar suporte e assessoria aos clientes em todo o processo relacionado com a emissão on-line e a utilização deste documento. Mais informações sobre a emissão podem também ser obtidas na Regional Norte da FIEMG, em Montes Claros, pelo telefone **(38) 3221-0200**.

Volta às aulas no SENAI

O SENAI Centro de Formação Profissional Luiz de Paula deu início ao retorno das aulas presenciais no dia 10 de maio, segundo o Decreto Municipal 4204. O retorno está sendo gradativo, respeitando as limitações de quantidade máxima e de espaçamento em cumprimento às exigências constantes do Decreto.

Em junho estarão abertas as matrículas para cursos técnicos, no 2º semestre 2021, sendo eles: Automação Industrial, Eletrotécnica e Eletromecânica.

Outras informações:

(38) 3221-2726

(38) 98823-8102

senaimoc@fiemg.com.br

24 ANOS

eSocial

Quando o assunto é

medicina do trabalho e segurança do trabalho,

o compromisso é **nosso**.

CONTREI

GESTÃO EM SEGURANÇA DO TRABALHO,
MEDICINA DO TRABALHO E MEIO AMBIENTE

(38) 3224-7461

Rua Carbono, 168
Vila Brasília Montes Claros/MG

Pare de vender do jeito velho

Para vender do jeito novo, o foco deve ser o cliente e suas necessidades

O Sebrae Minas, em parceria com Associação Comercial e Industrial (ACI), Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e Montes Claros Shopping, convidaram o especialista Fred Rocha, premiado como Melhor Profissional de Marketing Digital da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm) e eleito o melhor palestrante em vendas para o varejo em 2017. Para preparar o empreendedor norte-mineiro para oferecer um bom atendimento aos clientes, especialmente no Dia das Mães, foi realizada de forma gratuita e on-line a palestra “Pare de vender do jeito velho”, no dia 4 de maio.

Utilizando uma metodologia própria e prática, Fred Rocha mostrou que o mundo mudou e, por isso, é preciso mudar também a forma de vender. “Estamos em um momento oportuno para falar sobre vendas, já que a pandemia trouxe muitos prejuízos, principalmente aos pequenos negócios. A palestra ajudou os empresários a se adaptarem a este novo cenário e reinventarem as formas de realizar as vendas”, ressalta a analista do Sebrae Minas Hebbe Mendes.

Vamos vender do jeito novo?

“Não adianta só ficar falando de valor, temos que ter uma estratégia de reprogramação comercial para adequarmos aos novos tempos e conquistar o Novo



Consumidor. Sem dúvidas, os vendedores antigos foram grandes vendedores, mas acreditem, eles não são boas fontes de inspiração para os dias de hoje”, reflete **Fred Rocha**.

Para vender do jeito novo, o foco não é no produto e sim o cliente, entender efetivamente as suas necessidades. Ele destaca que não sabe se esse é realmente o jeito novo, ou o jeito certo, mas é o jeito que acredita que funciona de verdade nos dias atuais. “As empresas que não estão trabalhando desta forma, estão espantando seus clientes e criando uma incrível onda de desaparecimento de empresas pelo mundo, principalmente aquelas que vendem direto ao consumidor, o Varejo”.

Um exercício que parece fácil, mas pode ser mais complexo que se imagina. “Coloque em segundo plano o preço, as características, funcionalidades e veja qual é o verdadeiro valor e a importância daquele produto para o cliente, se o atende, e talvez até mesmo o surpreenda. Para conseguir pensar do jeito novo, primeiro redesenhe o negócio. Crie um propósito real para contribuir com a vida das pessoas através dos seus produtos e serviços, e entenda de verdade que o lucro virá apenas como consequência

de resolver os problemas dos clientes”.

O esforço da mudança cultural é complexa e demorada, por isso muitas lojas fecham. Mesmo sabendo o que precisa ser feito, mesmo acreditando que este é o caminho, mas culturalmente não tem poder de ativação para realizar tamanha mudança para este novo jeito de pensar e agir aplicado na prática dentro de uma empresa.

Algumas grandes empresas, mesmo que o dono consiga mudar sua forma de pensar, possui uma cultura tão poderosa no modelo antigo, que talvez tenha que morrer para ressuscitar em um novo negócio. Não adianta a empresa achar que basta investir em inovação, tecnologia, comunicação ou mesmo nas pessoas, sem antes redefinir e validar seu verdadeiro propósito.

“Desta forma, pode se tornar um perigo investir nas ações acima se não tiver um propósito legítimo para posicionar sua empresa neste novo mercado. Os vendedores só vão conseguir vender do jeito novo, se as empresas começarem a pensar definitivamente em um jeito de ajudar as pessoas através dos seus produtos e serviços”, resume Fred Rocha.



A crise ocasionada pelo coronavírus atingiu fortemente a economia e obrigou comerciantes do Brasil inteiro a fecharem as portas. Tantos outros estão retomando suas atividades após terem sido fortemente impactados pela pandemia.

Nós, da JJ contabilidade, empenhamos em apoiar nossos clientes na tomada de decisões necessárias para enfrentamento da crise e com o fim de auxiliar no adimplemento das obrigações tributárias, garantindo o funcionamento das empresas e a manutenção dos empregos, adotamos estratégias em nosso ambiente.

Estipulamos o comitê COVID - JJ Contabilidade:

Imediatamente após a decretação do estado de emergência no Município de Montes Claros, em março/2020, criamos nosso Comitê da COVID para a tomada de decisão em relação a assuntos urgentes e temporários e para a criação do nosso plano de emergência.

Priorizamos pela boa comunicação com os nossos clientes e funcionários:

Diante das inúmeras medidas provisórias, decretos e novas leis, passamos a usar nosso sistema de informação para coletar, analisar e transmitir imediatamente avisos e comunicados de riscos e mudanças aos nossos clientes. Entendemos que o acesso dos nossos clientes a essas informações de maneira rápida e eficiente é primordial.

Aquisições de novos softwares:

Adquirimos softwares seguros que nos permitem realizar reuniões virtuais com os nossos clientes, primando pela segurança e pelo melhor acompanhamento empresarial.

Lançamento de novo produto: Mentoria tributária

A Mentoria Tributária é uma modalidade de atendimento individualizada, focada na análise da carga tributária incidente nas operações de uma determinada empresa e na avaliação das metodologias de apuração dos tributos. Dessa forma, é possível mitigar significativamente os riscos de pagamentos indevidos ou de possíveis irregularidades, além de utilizar os benefícios fiscais já autorizados em lei. Tudo isso melhorando o compliance e visando manter a regularidade fiscal da Empresa.

A JJ Contabilidade se dedica a identificar procedimentos que possam ajudar seus clientes a gerenciar os seus negócios e por isso estamos prontos para oferecer as melhores soluções em contabilidade.

A mudança de paradigma do empreendedor na pandemia

“Quebra de Paradigma, é ter coragem para inovar, disposição para levantar as âncoras do passado e, mais do que tudo, ter foco para enfrentar o novo, cujo desfecho na linguagem popular pode ter duas opções: “Pegar um atalho” ou “ Esticar o caminho”.

Moacir Farias



por **Gregório Ventura**

A palavra “paradigma” está relacionada a um modelo a ser seguido, um padrão adotado. Principalmente quando tudo está seguindo o curso normal tudo remete a seguir o padrão. Assim, estava a economia e a forma de fazer negócios. Normalmente, o empreende-

Um dos paradigmas de muitos empreendedores estava no modelo de venda tradicional, onde o canal de vendas apenas no espaço físico era suficiente. Muitos tinham a crença de que a venda e-commerce, por meios digitais e entrega direta ao consu-

A “bagunça” gerada pela pandemia no jeito de fazer negócios trouxe grandes possibilidades como a competência do empreendedor em expandir o seu próprio modelo de vendas. Alguns segmentos tiveram crescimento porque o consumidor se sentiu influenciado,



dor demorava para aderir a inovações e mudanças de percurso no seu jeito de ser e fazer. No entanto, isto mudou com a pandemia e trouxe de forma rápida a necessidade de rever e mudar o padrão com mais agilidade. Muitos paradigmas precisaram cair.

midor, não era uma alternativa, ou porque daria muito trabalho e não justificava ou não era para seu ramo de negócio. A competência em entender e aderir as inovações passou de “risco” ou “luxo” para necessidade de sobreviver.

como o setor de móveis e decorações para casa, a construção civil, o setor de supermercados, o agronegócio, entre outros. Enquanto outros setores estão tendo dificuldades como restaurantes, bares, comércio varejista de roupas e calçados, entre outros.

=====

“Cuidado com a frase “vou esperar para ver o que vai dar”, pois enquanto está esperando pode ser que seus concorrentes do seu setor e de outros setores já tomaram a direção de novos paradigmas.”

=====

No entanto, tanto em um setor como em outro é preciso estar preparado para crescer usando a tecnologia e a capacidade das pessoas em criar, inovar e mudar seus paradigmas.

Como mudar os paradigmas e construir um negócio mais preparado para a nova economia? O primeiro ponto é mudar suas próprias crenças e pensamento de que o que foi feito até agora, em tantos anos de sucesso, é o melhor para os próximos meses e anos de vida de seu modelo de negócios. O segundo aspecto é ter a coragem de inserir novos canais de venda e estrutura para chegar até o consumidor, fazem-

do isto de forma ágil e consciente. O risco é inerente a todo negócio.

A competência de mudança será um comportamento determinante para o empreendedor nestes tempos incertos, no qual é preciso começar a fazer novas ações e testar novas formas de fazer. O que está claro é que os modelos de negócios sucedidos não estão mais a esperar, antes buscam identificar oportunidades e encontram meios de chegar até o consumidor. Então, você já avaliou seu negócio, se adaptou com flexibilidade, e está pronto para incrementar novos paradigmas no seu negócio?

Gregório Ventura Master Coach, Palestrante, consultor e mentor.
@gregorioventurapalestrante

MAIS QUE CONTABILIDADE

SOLUÇÕES ESPECIALIZADAS PARA O CRESCIMENTO E A SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DA SUA EMPRESA.

Com 57 anos de mercado, a Matur alia tradição, inovação e tecnologia para garantir segurança e excelência em gestão empresarial e contábil.

Somos especialistas em gestão financeira, trabalhista, fiscal e tributária, além de prestarmos serviços de legalização empresarial, BPO financeiro, auditoria eletrônica fiscal, análise de benefícios, recuperação de crédito e consultoria para pessoa física.

Contamos também com serviços especializados para o setor de combustíveis.

PRECISA DE UMA GESTÃO CONTÁBIL DE PONTA?

Entre em contato:
Tel: (38) 3223-2087 - maturmoc@matur.com.br
Edifício Absoluto - Rua Tupinambás, 13 - Sala 1.210 - Bairro Melo Montes Claros (MG)

@maturcontabil
WWW.MATUR.COM.BR



Nossas Unidades:

Belo Horizonte Curvelo Montes Claros Montes Claros Densão Combustíveis Manaus Goiânia

Empresas do segmento de energia fotovoltaica debatem setor em conferência virtual

ADENOR quer fortalecer atividade no Norte de Minas

A Agência de Desenvolvimento Sustentável do Norte de Minas - ADENOR realizará o I Webinar de Integração do Grupo de Energia fotovoltaica, nos dias 26 e 27 de maio. A webconferência pretende fortalecer o segmento e integrar as empresas e instituições que atuam com geração de energia fotovoltaica no Norte de Minas Gerais. E instituições como a Associação Comercial Industrial e de Serviços de Montes Claros, AMAMS, ACIJAN, ADESEG, IDENE, ABGD, BNB, FUNDETEC, SEDE, SEBRAE, ROTARY e IFNMG apoiam o evento, porque apostam no seu desenvolvimento e consolidação.

Com o patrocínio da Balfar Solar, CMU e Solatio, AMAMS, ABGD, EAB Energias e da Cooperativa de crédito

Sicoob Credinor, o I Webinar do segmento de energia fotovoltaica será gratuito. De acordo com a programação, o evento será dividido em blocos. A abertura será no dia 26 de maio, às 9h, feita pelo presidente da ADENOR, Alexandre Ramos e por Davidson Dantas, Presidente da Consultprime. Em seguida, terá início o primeiro bloco, que tratará sobre as oportunidades de negócios.

A Balfar Solar, produtora de painéis no Paraná, traz as possibilidades de expansão com novas fábricas e a proposta de implantação de uma unidade de produção de Células fotovoltaicas. O tema será tratado por Fredmann Luiz Fávoro, diretor comercial e financeiro da Balfar Solar.

Ainda pela manhã, às 10h, o assunto será "Retrospectiva e tendências para energia solar", por Fernando Antônio Madeira, Consultor e Pesquisador nas áreas de novos materiais, implantação de usinas solares fotovoltaicas e tecnologias sustentáveis. Seguido por Douglas Ângelo Teixeira, Coordenador do Curso de Instalador de Sistemas Fotovoltaicos e Professor dos cursos de Engenharia Elétrica e Técnico em Eletrotécnica do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais - IFNMG, com o tema "Capacitações na Área da Energia Fotovoltaica".

"A competitividade dos arranjos produtivos locais na retomada do crescimento pós pandemia" será debatida por Emilio Beltrami, CEO da empresa

de Consultoria Conect, projetos de cooperação internacional em parceria com o Centro Tecnológico Cosmob da Itália. As observações dos participantes deste dia serão encaminhadas para a ADENOR.

No dia 27 de maio, quinta-feira, a partir das 9h, o Webinar promove o Bloco Negócios que estão em andamento no Norte de Minas. Walter Luiz de Oliveira Frões da CMU/Solatio, fala sobre o momento da energia fotovoltaica no Brasil. O presidente da ACI, Leonardo Vasconcelos, empresário da Liderança Solar, aborda sobre "A micro Geração, um modelo de negócios". Em seguida, será a vez do tema "A energia solar - Geração distribuída como fator de desenvolvimento Econômico e inserção social", por Marcos Fábio Martins de Oliveira, sócio da Sertão Solar.

Ainda neste bloco sobre negócios,

um depoimento da EAB Energias, com Waldeir Oliveira, Diretor de Operações e Projetos. Todas as participações terão no máximo 15 minutos de duração, para dar dinamicidade à conferência virtual.

O Webinar terá um espaço para apresentação de instituições com ofertas de crédito para investimento no setor de energia solar. A partir das 9h45, a Cooperativa de Crédito Sicoob Credinor e em seguida, Wesley Mácio Gonçalves Maciel, Superintendente do Banco do Nordeste do Brasil, com suas linhas de crédito para energia solar.

Para encerrar, o último bloco será institucional. A partir das 10h, com interações de 15 minutos, o primeiro tema será "Seja Solar, seja Solidário- Gerar e consumir nos limites do município. A força da energia solar para a gera-

ção de trabalho e renda", por Walter Abreu, Superintendente Econômico da AMAMS - Associação dos Municípios da Área Mineira da SUDENE. Projetos Sociais do Rotary em Energia Fotovoltaica", com o Engenheiro Nelson Leite.

O Secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado de Minas Gerais, Fernando Passalio, abordará sobre "Políticas de energia renovável para Minas Gerais", às 11h. Logo após, o Diretor Geral do Instituto de Desenvolvimento do Norte e Nordeste de Minas Gerais - IDENE, Nilson Borges, tratará sobre "A importância da cadeia produtiva da Energia Fotovoltaica na geração de emprego e renda no Norte e Nordeste de Minas Gerais".

As inscrições estão abertas no link www.2kp.com.br/adenor. Mais informações pelos telefones: **(38) 98407-4137 / (38) 2101-3319**.

I WEBINAR DO GRUPO DE ENERGIA FOTOVOLTAICA DO NORTE DE MINAS

TRANSMISSÃO **ON LINE** zoom

26 e 27 MAIO DE 2021 DE 09:00 AS 12:00H

INSCRIÇÃO **GRATUITA**

USINA FOTOVOLTAICA - MANGÁ/MG

ADENOR AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO NORTE DE MINAS GERAIS

PARTECIPAM: ADENOR, IDENE, MINAS GERAIS, AMAMS, ABGD, Balfar, SEBRAE, ACIJAN, ADESEG, IFNMG, CMU, SOLATIO, EAB, SICOOB.



CONSULTORIA FINANCEIRA

Nosso negócio é cuidar das Finanças do seu negócio.

Consultoria e análise financeira empresarial
Planejamento financeiro
Reestruturação financeira
Orçamento de gastos
Gestão do capital de giro e fluxo de caixa
Captação e alocação de recursos financeiros
Consultoria de finanças pessoais para empresários
Valuation

Quer conhecer seus números e resultados econômicos reais?

Agende um pré diagnóstico financeiro gratuito.

Entre em contato:

(38) 99201-2119



@rcconsultoriafinanceira



rcconsultoriafinanceira.mg@gmail.com



rc-consultoriafinanceira.negocio.site



Transformando a crise em oportunidade



É possível vencer a Covid-19 com a adaptação aos novos hábitos de consumo

A pandemia da Covid-19 trouxe impactos profundos na economia e nos hábitos da sociedade do mundo inteiro. Desde que o vírus foi detectado, muitas empresas se viram frente a frente com a inovação. Além de tecnologia para suportar o comércio digital, crenças enraizadas por séculos precisaram ser reconsideradas. Esta mudança de paradigma, aliada ao lockdown imposto à população, provocou uma profunda crise na economia mundial. No Brasil não foi diferente. Porém, em meio ao furacão de mudanças, alguns setores foram atingidos de forma positiva e chegaram mesmo a crescer.

O economista **Marcos Fábio Martins** elenca alguns setores que mais cresceram. “Aplicativos para reunião e trabalho remoto, como *Zoom* e *Teams*, *Jitsi Meet*, *Google Meet*,

entre outros, serviram de suporte para manutenção de atividades nos escritórios e na educação. Dentre os casos mais emblemáticos está o *Zoom*, que registrou crescimento de 350% no número de clientes e 169% no faturamento”.



Ele lembra que na educação, inclusive, o ensino a distância (EAD) rompeu as últimas resistências. O sistema tradicional de ensino se modificou e está sendo forçado a se adaptar em um cenário de extrema adversidade. Se antes cursos online, que funcionam através de plataformas digitais, como o *Coursera*, eram vistos como de “segunda linha”, hoje é utilizado por uma vasta gama de profissionais e por diversas empresas para o treinamento e capacitação de seus funcionários. Até as melhores universidades foram forçadas a utilizar o ensino a distância. “O que era uma exceção se estabeleceu e caminha para ser o novo padrão, ou, pelo menos, para dividir espaço com o antigo território, por meio de uma educação híbrida, mais barata e democrática”.

Meios remotos de acesso a serviços também ganharam relevância fora dos grandes centros. Neste caso, Montes Claros está bem-posicionado, dada a forte presença dos *Call Centers*, que se fortaleceram ainda mais, já que todas as empresas tiveram que se adequar, contratando seus serviços e gerando oportunidades para o setor.

No âmbito mundial, a indústria do entretenimento também mudou completamente. Grandes empresas de streaming, como *Amazon*, *Disney* e *Netflix*, avançam a largos passos. Mesmo teatros e museus tiveram de se adaptar e levar para dentro das residências as obras de arte mais caras do mundo.

A *Amazon* utilizou o serviço de *streaming* para aperfeiçoar ainda mais o relacionamento com os consumidores. A empresa mudou totalmente a forma de ser do varejo. Possibilitou que as pessoas pudessem ter acesso rápido, fácil e barato a bens e serviços de alto valor agregado. Iniciando como uma livraria digital no início da década de 1990, hoje a empresa funciona na maioria dos países democráticos e vende muito além de livros.

O que estes negócios de sucesso têm em comum? **Diogo Albuquerque**, consultor de empresas, responde que é o uso de tecnologias avançadas. “Esta tem sido a história da humanidade, onde, a cada crise, as empresas são



obrigadas a se reinventar; criando ou adotando tecnologias previamente existentes que a inércia, tradição ou lucros fáceis congelavam. A necessidade de sobrevivência obriga agora sua adoção, aperfeiçoamento e inovação”.

Mesmo os setores tradicionais e lucrativos também se modernizam, é o caso do setor financeiro. A XP mudou o jeito de investir e hoje, bancos tradicionais, copiam seu modelo de atendimento. Os bancos, como sempre, continuam batendo recordes de lucros, mas profundas transformações estão acontecendo. Os bancos digitais ganham destaque, como a *Nubank* e o mineiro Banco INTER. “A diferença dos tradicionais é a gratuidade de tarifas, a ausência de base física robusta, um quadro enxuto de pessoal, a transparência de informações e, sobretudo, o que sustenta os demais pontos: o uso de tecnologia. A mesma lógica se aplica as *fintechs* e outros serviços financeiros”, pontua Diogo.

No setor de supermercados, o Feira Livre, de Montes Claros, conseguiu estabelecer uma plataforma de pedidos e entrega que conecta clientes com agilidade e eficiência. “A expectativa inicial era que o serviço demorasse anos para se firmar. No setor de restaurantes, podemos observar o surgimento de diversas plataformas de delivery, entre elas o *Vcardapio*, também de Montes Claros. O isolamento social agilizou a adoção dessas tecnologias, ampliou a oferta destas plataformas e democratizou o seu uso”, completa Marcos Fábio.

UMA NOVA FORMA DE TRABALHAR

A pandemia do novo coronavírus trouxe um cenário de incertezas em 2020. **Willian Rocha** é publicitário e conta que a primeira medida foi desmontar a estrutura física de sua agência e entregar a sala comercial. “Isso foi muito difícil, num primeiro momento, pois não tínhamos certeza da duração da

pandemia. Migrar para o sistema home office também se mostrou desafiador nos primeiros meses. Nossa equipe demorou um pouco para entender essa modalidade de trabalho”, lembra.

Mas com o passar dos meses, ele percebeu que as medidas foram assertivas. “Nosso workflow foi se aprimorando e, hoje, estamos avaliando como será o retorno da estrutura física. Uma coisa é certa, será bem menor e operacional. Algumas áreas permanecerão em home office”.

Willian viu alguns setores e clientes sofrendo com retração, diminuição de vendas, demissões etc. Entretanto, o setor de marketing digital foi um dos que teve altas significativas neste novo normal. “A principal razão desse crescimento, se deu a partir do momento em que a maioria das empresas identificou a necessidade de estar presente no ambiente digital para geração de novos clientes e aumento de visibilidade da marca. Para isso, intensificaram o trabalho já desenvolvido anteriormente e saíram na frente da concorrência”.

A Três Lobos Comunicação, especializada em marketing 360°, teve 68% de alta no seu faturamento após o início da pandemia, com novos contratos assinados. Apesar desse aumento a taxa de conversão de propostas ainda foi baixa, cerca de 42%. Willian entende que o mercado acordou para o marke-



ting digital, mas algumas não tiveram capacidade de investimento em um momento delicado. “Tivemos que nos adaptar e criar um produto viável para essas empresas, preservando a funcionalidade e eficácia nas estratégias”, conta Willian. “Os serviços mais contratados pelas empresas foram: gestão de mídias sociais, gestão de anúncios e construção de identidade da marca no ambiente digital”.

O SEGREDO É USAR A TECNOLOGIA E INOVAR SEMPRE

Os especialistas afirmam que o aprendizado é simples. As crises sempre vêm e empresas melhor preparadas e mais dinâmicas tecnologicamente conseguem se adaptar melhor e até mesmo crescer. O ponto chave é a tecnologia; novos setores são criados, como energia fotovoltaica, telemedicina, centro de imagens e diagnóstico em saúde; os antigos usarão estas tecnologias para se reinventarem. Em ambos os casos, com redução de custos e ampliação da área de atendimento (ampliação do mercado).



Os irmãos Rafael Felipe Abreu e **Vinicius Abreu** tiveram muito feeling de mercado e um pouco de sorte. Eles abriram a Premium Beef House em abril de 2020, somente com o serviço de delivery. A casa especializada em carnes especiais para churrasco, tinha o diferencial de oferecer mercadorias



com mais procedência que os açougues comuns.

“Abrimos a loja em plena pandemia. Como as pessoas não podiam frequentar bares e restaurantes, elas começaram a nos procurar. Começamos vendendo para os amigos, e assim fomos ampliando a clientela. Mesmo na pandemia, todos os meses o negócio crescia. Nas redes sociais aumentamos a divulgação com sorteios e parcerias que fizeram avançar as vendas em até 100%. Temos cerca de 17 mil seguidores reais no Instagram. Enfim, concluímos que a loja merecia um ponto físico. A localização fez a diferença, e em 13 meses, com a loja no shopping, o faturamento aumentou em 800%”, revela Rafael Abreu.

A estratégia desde o início das operações foi investir em novidades. “Optamos em oferecer produtos inéditos em Montes Claros. Também focamos a divulgação nas redes sociais, além de parceria com uma digital influencer. O atendimento diferenciado, a extrema qualidade dos produtos e o preço competitivo é nossa receita de sucesso. Nunca desistir dos sonhos e trabalhar com honestidade são as chaves principais para o negócio dá certo”. O empresário já planeja expandir o negócio como franquia em outras cidades do Norte de Minas.

Na área de saúde, clínicas e consultórios tiveram de aderir ao lockdown e em seguida rever todos os procedimentos para se adequar às novas exigências de prevenção contra a Covid-19. **O Hospital de Olhos** foi fundado em 1998 pelo médico e empresário Werthman Vilela. Sua equipe possui 17 médicos e mais de 70 colaboradores, em três unidades.

Luciana Neves, Gerente Administrativo, afirma que o Planejamento Estratégico de 2020 precisou ser totalmente revisto. “Por causa da pandemia, passamos a atender somente urgência/emergência e nos vimos diante de um cenário de incertezas e total insegurança. Entre março e abril, houve uma queda expressiva no atendimento. Sem perspectivas de como a situação ficaria dali por diante, tivemos que rever nossas estratégias e buscar alternativas para sairmos da situação de crise. Foi um momento delicado, mas para garantir a sustentabilidade do Hospital foi necessário adotar algumas medidas”, lembra.

“O ano de 2020 foi desafiador, mas conseguimos superá-lo de forma muito positiva, pois fechamos com um crescimento de 7% em relação ao ano anterior. Fomos certificados pelo Great Place To Work estando entre as 7 Melhores Empresas para Trabalhar na área da Saúde, o que é motivo de

orgulho para todos os colaboradores. Acreditamos que, com uma equipe sólida e comprometida conseguimos atingir nossos objetivos. Fomos acreditados pela ONA (Organização Nacional de Acreditação). Para nós a Acreditação é sinônimo de que estamos no caminho certo, pois para um Hospital ser acreditado é necessário comprovadamente atender a padrões reconhecidos internacionalmente”.

Luciana descreveu as etapas para superar este desafio. O Hospital montou um plano de Contingência ao Covid-19, pautado pelo Ministério da Saúde. Posteriormente, foi feito um intenso trabalho com o intuito de melhorar o Clima Organizacional, reconhecendo a importância do colaborador. Simultaneamente, foram traçadas metas individuais e coletivas, reorganizando todos os processos, com foco na segurança do paciente e em busca da melhoria contínua.

MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI) EM RITMO DE CRESCIMENTO

O estado registrou aumento de 19% no total de formalizações dos MEI ao longo de um ano (março de 2020 a março de 2021), com 204.748 novos registros. O norte de Minas teve 9.595 formalizações em 2020, totalizando 60.034 microempreendedores individuais regulamentados.

A design de sobrancelhas **Ana Amélia Silva Guimarães** faz parte dessa estatística. Graduada em Enfermagem, deixou 5 anos de atuação na área de saúde para abrir um negócio próprio no setor da beleza. “Gosto da área de estética



e, por isso, comecei a fazer micro pigmentação de sobrancelhas em casa. Fiz cursos com profissionais de São Paulo, referências em micro pigmentação e me especializei. Alguns meses depois, como microempreendedora individual, consigo administrar melhor a atenção ao salão e a meus dois filhos. Optei por continuar cuidando das pessoas, porém, de uma maneira diferente,” destaca.

O NOVO SEMPRE VEM

“Muitos podem se perguntar: e os empregos? Sumirão. Os pessimistas apontarão para o caos. Marcos Fábio responde que a história aponta em

PLANOS ODONTOLÓGICOS INDIVIDUAIS E EMPRESARIAIS

ACESSO A SAÚDE BUCAL COM BAIXO CUSTO!

- ✓ SEM CARÊNCIA
- ✓ SEM COPARTICIPAÇÃO
- ✓ AMPLA REDE NACIONAL

A solução na medida certa pra você e sua empresa!

ATUAR CORRETORA DE SEGUROS

• SEGUROS
• PLANOS DE SAÚDE
• PLANOS ODONTOLÓGICOS

www.atuarseguros.com.br (38) 3212-0000 | 3321-9115

@atuarcorretora /atuarcorretoramoc

“Tudo que temos a fazer é nos capacitar e buscar todas as inovações que estão a disposição e que podem contribuir para o sucesso das nossas empresas.”

outra direção. “Quando a agricultura se modernizou, liberou mão-de-obra para as indústrias tradicionais, como a têxtil. Quando a indústria têxtil entrou na fase industrial, muitos trabalhadores perderam seus empregos, mas novos setores nasceram, como, por exemplo, a indústria do aço, automobi-

lística, setor elétrico, eletrônico e outros. Cada área que se moderniza libera capitais e mão-de-obra para serem usados nos novos setores que são criados ou para modernizar os antigos. A partir disso, surgem cinema, televisão, internet, serviços de streaming, games e aplicativos para todos os gostos. O novo sempre vem!”

Tecnologia pode desempregar? Pode, mas onde não é utilizada. Para Diogo Albuquerque, quem não a utilizar se tornará obsoleto e caro. “Os consumidores preferirão os produtos dos concorrentes, cada vez melhores e mais baratos. Assim avança a história da humanidade, com cada vez mais bens e serviços à disposição da sociedade. O custo da adaptação é alto, mas o momento forçou todos a se adaptarem. Os que se adequarem primeiro serão os mais beneficiados, as tecnologias estão ao alcance de todos e muitas vezes a um baixo custo.”

ESTRATÉGIAS PARA SE SOBRESSAIR NA PANDEMIA

A pandemia causada pelo COVID-19 impactou fortemente a forma dos pequenos negócios atuarem no mercado. Para cerca de 80% dos empreendedores, o faturamento caiu e essa mudança se deve principalmente aos novos comportamentos de compra do consumidor devido as restrições de circulação das pessoas. Dessa forma, muitos negócios que dependiam do fluxo de clientes em seus estabelecimentos se viram em um cenário em que era preciso se adaptar ou seriam obrigados a fecharem as portas.

Eric Darioli,
Consultor de
Finanças do
Sebrae Minas,
diz que não se
sabe ainda quais
mudanças estão



por vir, por isso é preciso que o empreendedor se atente principalmente a como o seu mercado está mudando, quais tem sido as estratégias dos concorrentes e como o seu cliente está reagindo perante a esse novo cenário. Um processo de adaptação e inovação constante.

Ele destaca três estratégias que estão sendo fundamentais para combater essa crise:

- **Prevenção do caixa:** As empresas precisaram rever todos os seus gastos já que as receitas foram reduzidas significativamente, sendo assim alguns gastos que não eram percebidos pelo empresário foram notados e eliminados. A adequação financeira a nova realidade fez com que o empreendedor observasse melhor o custo de sua estrutura e trabalhe de maneira mais enxuta e planejada.
- **Implementação do delivery:** Com o consumidor em casa foi necessário chegar até ele através do delivery, segundo pesquisa realizada pela Mobilis os gastos com aplicativos de entregas cresceram 149% durante a pandemia. O cliente quer mais praticidade e o conforto de receber tudo em casa.
- **Vendas online:** O cliente se rendeu de vez as compras online. Em 2020, durante a pandemia, o crescimento das vendas online foi de 41% ante 2019 segundo pesquisa realizada pela Ebit I Nielsen, foram 194 milhões de compras online realizadas em 2020. Dessa forma, o empreendedor que se posiciona melhor nos meios digitais está conseguindo aproveitar essa mudança significativa de comportamento.

Sicoob Credinosso realiza Assembleia Geral de forma digital

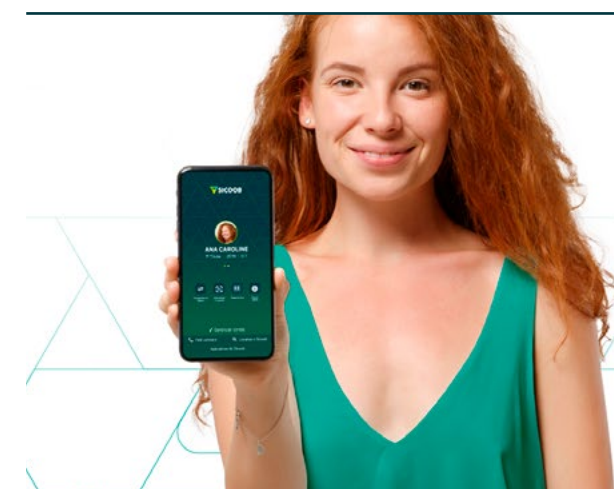
Em um contexto totalmente digital, onde a pandemia mundial causada pelo COVID-19, afastou a cooperativa de seus associados, a cooperativa Sicoob Credinosso realizou no dia 29 de abril sua Assembleia Geral Ordinária e Assembleia Geral Extraordinária. A Cerimônia foi exibida ao vivo na Plataforma Sicoob Moob para seus cooperados. O ambiente de estúdio foi higienizado conforme orientações da Organização Mundial de Saúde sobre prevenção da COVID-19. Com início em terceira e última convocação, às 14h, foi presidida pelo Sr. Francisco Antônio Peres Correa Machado - Presidente do Conselho de Administração, e participação da Diretora de Controle Interno e Risco, Verônica Aparecida Ramos Rodrigues Menezes, do Diretor de Negócios, Marco Túlio Goes Pimenta e do Conselheiro Fiscal, Luciano Dias Cardoso.

O evento contou com a presença recorde de associados. Mostrando que, seguindo a tendência da digitalização, os cooperados

estão comprometidos com os assuntos do Sicoob Credinosso e adaptados às novas tecnologias que o Sicoob tem oferecido. Por prevenção à Covid-19, a Assembleia Geral foi exclusivamente transmitida pelo moderno Aplicativo Sicoob Moob, que permitiu aos associados participarem por áudio, vídeo e votarem em todos os itens das pautas, decidindo democraticamente os rumos da instituição. Foram feitas as prestações de contas de 2020, reforma do Estatuto Social, reforma do Regimento Eleitoral.

Mesmo em meio a este cenário, para o Sicoob Credinosso, 2020 foi um ano desafiador, mas marcado por muita evolução, bons resultados econômicos, crescimento e inovação. O Sicoob Credinosso disponibilizou, em seu site, o Relatório Anual que mostra detalhadamente o desempenho da cooperativa no ano de 2020. Acesse já: www.sicoobcredinosso.com.br. Somos a força do cooperativismo. Somos feitos da união de pessoas. Venha somar com a gente!







A cooperativa convoca a todos a fazer parte do maior sistema financeiro cooperativo do país, baixe agora o aplicativo “Sicoob” e abra sua conta. Disponível gratuitamente em todas as lojas de aplicativo.

**Rua Dr. Santos, 61 - Centro - Montes Claros - MG
(38) 3218-5550**

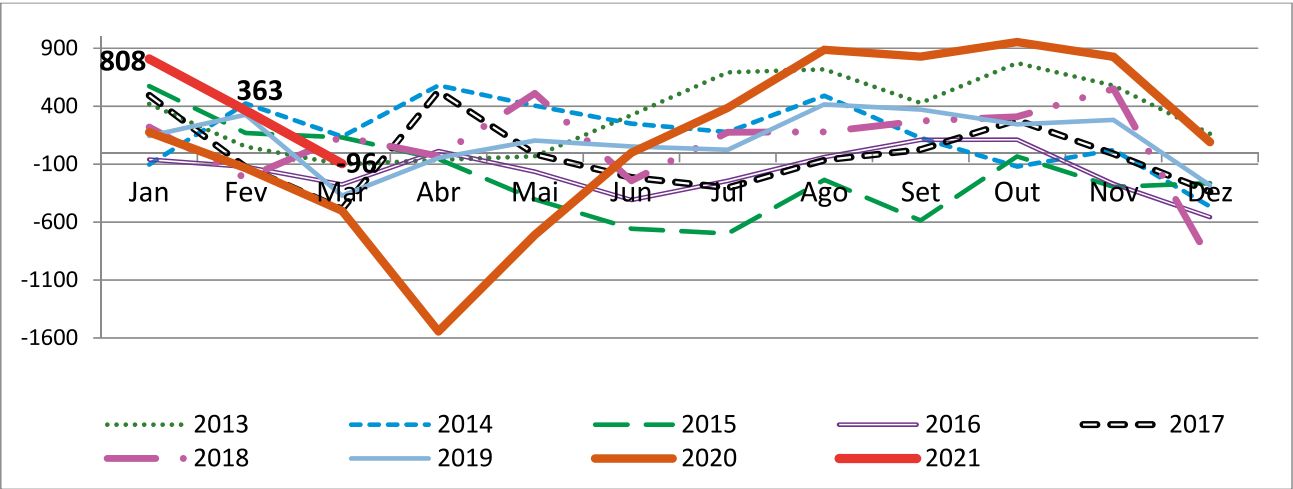
Reflexões sobre o mercado de trabalho no início de 2021: a pandemia e nossa capacidade de recuperação

Somos fortes. Ombreados, recuperaremos das agruras provocadas por esse momento difícil pelo qual passamos. Foi assim que na edição passada da revista finalizamos a análise dos dados de 2020 sobre o mercado de trabalho. Nessa perspectiva, ao observar os dados do ano passado e aqueles que sinalizam o início de 2021, apresentamos algumas reflexões.



por **Prof. Roney Versiani Sindeaux**

Graf. 1 Evolução do saldo mensal do emprego formal de Montes Claros de 2013 a Mar/2021.



É possível observar que o primeiro semestre de 2020 foi de fato “sombrio” para a cidade em termos de emprego formal, com baixos números de contratações e com os difíceis saldos negativos de fevereiro a junho. No entanto, a partir de agosto, o saldo das contratações superou todos os outros anos desde 2013. Ou seja, a capacidade de geração de postos de trabalho, na pandemia, mas em um movimento de recuperação, proporcionou um crescimento de 1,39% do emprego formal ao final do ano.

Essa força, essa capacidade de se reerguer e brotar do chão seco com as primeiras chuvas, é que, acredito, precisamos reforçar, compartilhar e perse-

guir nesse ano. Estamos aprendendo, a duras penas e muitas perdas, a conviver com o vírus (enquanto aguardamos a vacinação de todas e todos, que parece ser redentora) e a reinventar a dinâmica socioeconômica geradora de vínculos e de riquezas.

Nessa perspectiva, é louvável a confiança na possibilidade de recuperação que manteve em elevação o saldo de contratações, mesmo com o recrudescimento da pandemia. Alguns setores se destacaram, como a capacidade do setor de serviços e da indústria em manter e mesmo ampliar os postos de trabalho formais e o esforço do comércio na sua recuperação, sem desmerecer a agropecuária e a construção,

que conseguiram manter o nível das ocupações existentes. Tecemos então algumas considerações sobre o setor de serviços, a construção civil e o comércio que no momento chamam a atenção e gostaria de compartilhar.

Considerando o setor de serviços, essa movimentação e ampliação de trabalhadores é muito importante. Segundo estudo publicado pela Fundação João Pinheiro (FJP) em abril/2021, o setor de “serviços de informação e comunicação” e o de “serviços de intermediação financeira, seguros e bancos” são setores estratégicos para a cidade e região, com capacidade de impacto de 1,38 e 1,23 respectivamente como multiplicadores na economia, ou seja, para

cada R\$ 1,00 de ampliação na demanda nesses setores, eles proporcionam o crescimento de R\$ 1,38 e R\$1,23 na economia da cidade e da região. É importante pensar nisso, analisar e trabalhar com a capacidade de encadeamento desses setores que, mesmo na pandemia, mantiveram e ampliaram as ocupações e oportunidades no mercado de trabalho. Eles possuem uma rede de setores demandantes e fornecedores que proporcionam um encadeamento econômico importante para a região, favorecendo seu desenvolvimento, segundo o estudo em referência.

Outro setor estratégico que o estudo aponta para a região é o setor da construção civil. Nesse caso, a pandemia dificultou que as demandas efetivamente possibilitassem o impacto positivo de 1,00 para 1,32 apontado pela FJP. As atividades do setor, muito dependentes do momento presencial, do trabalho em canteiros de obras e do esforço conjunto de trabalhadoras e trabalhadores, foram muito afetadas pelas necessárias medidas de isolamento implementadas. No entanto, observou se

que agora no mês de março o setor foi importante para segurar o saldo negativo, junto com a agropecuária. Ainda mais: os encadeamentos do setor da construção envolvem o comércio, os serviços e a indústria, tornando o impacto na economia mais espalhado, atingindo mais setores e localidades. Aqui me atrevo a uma provocação: como esse setor é bastante sensível à influência dos investimentos públicos, esse é um bom momento de se buscar unir esforços em prol de atividades e projetos que possam, ao ser implantados na região, gerar para além do benefício direto, o desenvolvimento resultante do impacto econômico que provocam.

O setor do comércio merece um destaque à parte. Sendo um dos mais afetados nos meses críticos, chegou ao final do ano com um saldo positivo de contratações e número de vínculos pouco maior do que havia no início do ano. Esse setor teve uma capacidade muito grande de se reinventar, inovar e renovar suas práticas, visando manter a lucratividade e a geração de emprego e renda da qual é responsável. A inserção

efetiva no “comércio eletrônico”, as “vitruínes virtuais” nas redes sociais, as “lives”, a busca do contato “mais próximo” com o cliente distante, sacudiu o varejo e criou caminhos novos para o setor que não retornará ao mesmo que era, ainda que voltemos à “normalidade”. A perspectiva é que haja uma dinâmica mista entre o “mundo real” e o “ambiente virtual”, potencializando oportunidades de novos e diferentes mercados, além do espaço físico das lojas geograficamente localizadas.

Enfim e sintetizando fica a reflexão de que a pandemia tem resgatado a força de recuperação e renovação que nossa região possui. Assim como o cerrado, nós sabemos compreender o momento de renovar, de brotar e romper a aridez do momento frente aos primeiros sinais “das águas”. Que possamos ainda, também como ocorre no cerrado, compreender que a pujança do ecossistema está nas suas relações, ou seja, aproveitando os encadeamentos econômicos, as redes “reais e virtuais” e a força que nasce da união dos esforços, poderemos ser sempre mais do que somos.

Tabela 1 Evolução do saldo do emprego formal por setor econômico - Montes Claros.

SETOR	Outubro 2020 a Março 2021	Janeiro a Março 2021	Março 2021
INDÚSTRIA	857	224	-107
CONSTRUÇÃO CIVIL	57	40	39
COMÉRCIO	1000	188	-78
SERVIÇOS	879	486	-2
AGROPECUÁRIA	75	84	52
Total	2868	1022	-96

Fonte: Observatório do Trabalho do Norte de Minas - Dados Novo CAGED

Tabela 2 Multiplicadores de produção

Setores	Impacto Economia (R\$1,00)
Informação e Comunicação	1,34
Construção Civil	1,32
Energia elétrica	1,27
Intermediação financeira, seguros e previdência	1,23

Fonte: Fundação João Pinheiro, 2021.

Referencias e fonte dos dados:
Ministério da Economia/Secretaria Especial de Previdência e Trabalho/CAGED e RAIS.
Dados obtidos em 29/04/21.
Informativo FJP: Análise Insumo Produto | Matriz Insumo Produto Vº3 Nº3 Abril 2021.
Disponível em:
http://novosite.fjp.mg.gov.br/wp-content/uploads/2021/03/30.04_Inf_CAIP_MIP_03

Prof. Roney Versiani Sindeaux é Doutor em Economia e Mestre em Administração. Coordenador do Observatório do Trabalho do Norte de Minas, prof. na Unimontes e Diretor Técnico e Institucional da Fadenor.

Mídia espontânea beneficia a imagem da sua empresa

Saiba como utilizar esta estratégia de divulgação da sua marca em veículos de comunicação

Toda crise traz oportunidades. Esta máxima está no topo das lições que esta pandemia proporciona. As empresas precisaram rever o planejamento estratégico e até o propósito do negócio para permanecerem vivas em meio a tantas mudanças. E na hora de decidir sobre divulgação, nem sempre as melhores formas de investimento estão ligadas a redes sociais e anúncios pagos. Muitas vezes a mídia espontânea pode, no momento certo, fazer com que marcas sejam vistas sem apoios financeiros.

A mídia espontânea ocorre quando um produto ou empresa é citado de maneira positiva em uma reportagem, por exemplo, sem ter que pagar por esta exposição. Uma boa pauta é a chave para conquistar o interesse de um veículo. A função da assessoria de imprensa é fazer a ponte entre a sua empresa e os veículos de comunicação (jornal, rádio, revista, site e TV).

Um profissional Assessor de Imprensa experiente tem uma visão de mercado que o capacita para propor pautas e assuntos interessantes com foco no seu público-alvo, ajudando os jornalistas a fazerem as reportagens, gerando a mídia espontânea. A equipe de marketing pode ajudar a mapear o mercado, selecionar formadores de opinião e efetivar ações que resultem em mídia espontânea.

Com mais de 20 anos de atuação neste segmento, tenho inúmeros exemplos de pautas de interesse de público. Em entidades e organizações, eventos em prol do desenvolvimento regional fazem parte da agenda dos veículos,



MÍDIA IMPRESSA

como a Fenics, a Feira Imobiliária e ainda a cobertura de articulações junto a lideranças que requer o conhecimento do fato pelo público.

Mas no caso de empresas privadas, como gerar pautas de interesse público? A realização de eventos como



por **Nágila Almeida**

seminários, cursos e workshops, preferencialmente gratuitos; a promoção de campanhas em favor da saúde ou segurança da sociedade, como o Outubro Rosa. Ações que tenham o objetivo de conscientizar as pessoas, como a preservação do meio-ambiente e sustentabilidade.

Enfim, o que sua empresa pode oferecer de benefício para a sua comunidade? Vimos diversas multinacionais aparecerem no Jornal Nacional como doadoras de álcool em gel, equipamentos hospitalares, máscaras e cestas básicas para famílias em todo o Brasil. No âmbito regional, a todo instante as manchetes abordam ações de indústrias apoiando a testagem de Covid, a doação de alimentos para o Projeto Mesa Brasil, por exemplo. Tivemos até doações de sandálias para os profissionais de saúde.

AUDIOVISUAL



As micro e pequenas empresas podem se beneficiar da mídia espontânea compartilhando experiências, como estão lidando com este momento tão desafiador. Pequenos gestos que podem servir de grande inspiração para quem acessa a notícia.

O ineditismo de um produto é outro mote para pautar os veículos de imprensa. Recentemente, a startup TudOn teve seu produto divulgado, com

a participação de gestor e cliente, em matérias nos jornais, sites e reportagem com duração de 4 minutos na TV (enquanto um comercial comum dura cerca de 30 segundos).

Além de economizar recursos financeiros, é importante destacar que esse tipo de divulgação da marca garante mais credibilidade do que a mídia paga, pois o público sente a diferença entre o que é publicidade do que é jornalis-

mo. O primeiro é visto essencialmente como uma ação comercial, algo para divulgação da empresa ou do produto. O segundo é sinônimo de informação e, portanto, de um fato real.

Nágila Almeida é Jornalista, especialista em Gestão de Negócios e Marketing; graduada ainda em Publicidade e Propaganda; Letras; Assessora de Comunicação.
Email: nagilaalmeida@yahoo.com.br



A ACI está com uma parceria incrível para sua encomenda chegar ao seu destino, de forma rápida e barata.

A ACILOG foi criada para ofertar transporte aéreo (Via GOL Linhas Aéreas) e terrestre (Via Correios) com preço super acessível (até 30% de desconto para filiados); mais agilidade (de 3 a 5 dias para entrega); coleta no local de envio sem cobranças de taxas; e o principal, qualidade efetiva na prestação de serviços. As empresas vinculadas à ACI têm mais este produto, trazendo comodidade, agilidade e uma grande economia em escala. Nesta primeira fase, são consideradas apenas postagens tendo como origem a cidade de Montes Claros para 95% das cidades brasileiras. A ACILOG permite que o cliente faça uma simulação de valores antes de postar a encomenda, desde que tenha o CEP de destino. Todas as informações, simulações, cadastro e solicitações de postagens poderão ser feitas através do site: www.acilog.com.br. Outras informações pelo telefone (38) 2101-3310.

Ambientes modernos e sofisticados.



(38) 2101-5500 www.trajetomoveis.com.br f i





26ª FENICS

Numa plataforma online, a ACI realiza, em setembro, a maior feira de negócios do Norte de Minas

Em sua 26ª edição, a Feira Nacional da Indústria Comércio e de Serviços se reinventa para promover o desenvolvimento socioeconômico regional. A Fenics - online será um instrumento de conexão entre empresas, municípios e mercado consumidor, nos dias 14 a 16 de setembro de 2021.

Em uma experiência inédita para a maioria dos expositores, em razão da pandemia, o evento começou a ser digital em 2020. Os estandes virtuais com os banners dos expositores e todo o conteúdo de lives serão divulgados através de uma plataforma construída especialmente para a Feira.

A ACI promoverá a divulgação de pequenas e médias empresas em estandes virtuais, com links para interação com os usuários da internet. Especialistas em marketing digital, economia, gestão, tecnologia e inovação devem recheiar

o evento com bastante informação. A Exposolar vai apresentar investimentos em energia fotovoltaica no Norte de Minas, com o II Webinar do Grupo de Energia Solar, na geração de energia distribuída.

Neste cenário de pandemia, a entidade, seguindo os protocolos de segurança para a prevenção da Covid 19, teve de se reinventar após 24 edições ininterruptas, com público presente de milhares de pessoas. Seja no formato físico ou digital, a maior feira da indústria, comércio e serviço do interior de Minas, é um case de sucesso, uma grande vitrine para os participantes.

Rodada de negócios

A Fenics visa promover o fortalecimento de pequenas, médias e grandes empresas, para refletir no crescimento da rede de contatos e atividades comerciais

entre fornecedores, fabricantes, lojistas, revendedores, compradores e público em geral também no mercado off-line. Desta forma, será realizada uma Rodada de Negócios numa plataforma exclusiva para os participantes.

Fala Município

Em uma parceria com a AMAMS, a Fenics terá uma agenda eletrônica para que as cidades filiadas possam conversar diretamente com autarquias, como Cemig, Copasa, Idene, etc. O Fala Município será um momento especial para demandar o poder público e instituições de fomento com pautas que ajudem a concluir projetos e pendências em cada local.

Em breve os estandes estarão disponíveis para comercialização. Esta será a maior vitrine virtual do interior de Minas! Outras informações: **(38) 2101-3301**.

CONECTANDO POTENCIALIDADES DO NORTE DE MINAS



FENICS

26ª | FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

on-line **FENICS.COM.BR**

14 | 15 | 16 | SETEMBRO | 21

REALIZAÇÃO



FIEMG





Minas chega a 1 Giga Watt de potência

Estado se torna o principal “celeiro” de energia limpa do país

O Estado de Minas Geras ultrapassou a marca de 1 Giga Watt de potência instalada na modalidade fotovoltaica. O estado é o que mais investe em geração distribuída (GD) de energia elétrica no Brasil, e concentra um quinto da potência instalada nacional. Na GD, os consumidores instalam suas próprias usinas de microgeração e minigeração para gerar energia a partir das fontes solar.

A Associação Comercial Industrial e de Serviços de Montes Claros, ACI - abraçou a causa desta cadeia produtiva, como de suma importância para o crescimento regional. Atualmente, a entidade está mobilizando deputados para votarem o projeto de lei que pode ser considerado um Marco Legal da GD. O Projeto de Lei do deputado federal

Lafayette de Andrada será uma contraproposta, frente aos impasses da revisão da Resolução Normativa nº 482, da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), que regula a geração distribuída (ainda em processo de avaliação).

Especialmente neste momento em que Minas alcança a marca de 1 giga watt de potência, o presidente da ACI, Leonardo Vasconcelos, destaca que “os norte-mineiros comemoram este número, compreendendo a importância desta atividade para o desenvolvimento regional. Somos o principal “celeiro” desta energia limpa que coloca Minas em destaque no cenário nacional e internacional”, revela.

O estado de Minas Gerais demonstrou como se faz política pública de desen-

volvimento de sucesso, provendo a infraestrutura necessária à implantação dos projetos e criando uma legislação moderna, na qual a desoneração fiscal promove o crescimento deste modelo sem prejuízo aos cofres públicos.

“A ACI se congratula com o Governador Romeu Zema e com o Presidente da Comissão das Energias Renováveis da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, deputado Gil Pereira por este marco de 1GW e espera que atuem junto a Cemig permitir cada vez mais a democratização deste modelo. Somente assim o cidadão norte-mineiro será protagonista neste processo de desenvolvimento sustentável, promovendo inclusão social, com empregos e renda para todos”, pontua Vasconcelos.

Meta alcançada

Minas Gerais, líder em geração distribuída no País, é também o primeiro estado da Federação a ultrapassar a marca de 1 GW de potência instalada nessa modalidade. A meta foi alcançada no dia 13 de abril. “Esse marco é muito relevante para o Estado, porque os mineiros acreditaram na importância da transição energética e foram atrás, criaram políticas de incentivo estaduais, fomentaram o mercado; hoje os benefícios ambientais, econômicos e sociais são uma realidade”, comenta Carlos Evangelista, presidente da Associação Brasileira de Geração Distribuída (ABGD).

De acordo com informações da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), a energia renovável é fornecida por 84.248 usinas de microgeração e minigeração instaladas



no estado, que beneficiam mais de 120.929 unidades consumidoras e evitam a emissão de aproximadamente 394 mil toneladas de gases de efeito estufa por ano.

Minas Gerais concentra um quinto da potência instalada nacional em GD, atualmente em 5,4 GW. A fonte solar é, de longe, a mais utilizada no estado e no Brasil, em 96% dos sistemas, seguida pelo aproveitamento do potencial hídrico (2%) e pelas usinas a biomassa ou biogás (2%). A GD Solar também desempenha um importante papel de inclusão social no sertão mineiro, com projetos sociais de arrendamento de telhados, qualificação profissional e desenvolvimento regional exemplo disso é o trabalho desenvolvido pela ABGD na região de Montes Claros, sob a coordenação do diretor regional da entidade, Walter Abreu.



Se no mercado de energia da CEMIG,

5% Abastecido por Microgeradores

Usinas até 75KVA

Geração de 20-25 mil novas vagas de emprego no Norte de Minas, Vales do Jequitinhonha e Mucuri

A energia não pode ser um monopólio.
Um capitalismo solidário é possível!

Seja solar, seja solidário

CONHEÇA NOSSA PROPOSTA



Planejamento da 26ª Fenics

A FENICS em 2021 será online, nos dias 14 a 16 de setembro. Todos os detalhes sobre o formato, programação e acessibilidade estão sendo tratados por uma equipe composta pelo presidente da ACI, Leonardo Vasconcelos, a vice-presidente, Dra Gislayne Pinheiro, o diretor executivo, Ednilson Durães, o superintendente da ACI, Kelington Mota, a assessoria de comunicação, Nágila Almeida, uma das coordenadoras da feira, Cléia Paulino, a secretária executiva, Virgínia Maia, o setor comercial, Jacqueline Reis e a agência de publicidade Flagra, com Selma Dias e Caico Siufi.



A expectativa é de aproximar os municípios de autarquias, para gerar mais celeridade na execução de projetos locais, estimular negócios entre empresas âncora e pequenas e

médias empresas, estimular o e-commerce para microempresas e capacitar gestores e equipe de vendas para este momento de pandemia mundial.

SENAR na FENICS

Para apoiar o agronegócio e produtores norte-mineiros, o SENAR é um dos parceiros da FENICS em 2021!

As tratativas começaram em reunião com o diretor regional do SENAR, Dirceu Martins, o presidente da ACI, Leonardo Vasconcelos e os coordenadores da FENICS, Kelington Mota e Cléia Paulino.



Amams e ACI juntas na FENICS

No dia 23 de abril, a ACI, a Fiemg e a Amams reuniram seus representantes para articulação de uma parceria inédita na 26ª FENICS. Os municípios poderão participar da feira, expondo seus produtos e serviços em uma grande vitrine virtual.



Nova sede da ACI



Mais uma etapa da nova sede da ACI concluída. A primeira laje e a alvenaria do primeiro piso, sob a coordenação do arquiteto Dennison Caldeira.

Novo membro no Conselho Diretor

O gerente geral do Banco do Brasil, Fabrício Mendes Fagundes, tomou posse como membro do Conselho Diretor da ACI. Participaram do ato, o presidente da ACI, Leonardo Vasconcelos e o presidente do Conselho Diretor, Ildeumar Soares.



CONEXÃO DE QUALIDADE PARA SUA EMPRESA

ACESSE:

empresas.soumaster.com.br

ou
através
do
QR Code
ao lado



MASTER

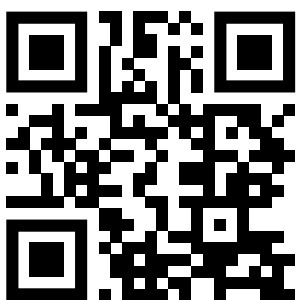
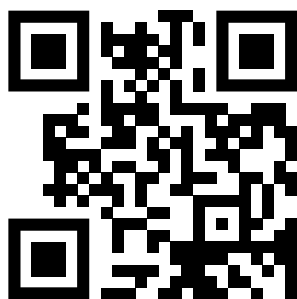


**Drogaria
Minas-Brasil®**
vender barato é tradição



DESCONTOS ESPECIAIS

BAIXE O APP



ACESSE: clubemais.drogariaminasbrasil.com.br

*Desde 1958,
fazendo parte da história
de Montes Claros e região
e da sua família também.*

*Uma história
de **sucesso**, **pioneirismo**
e **compromisso**
com o cliente.*

(38) 3221-2011 | www.drogariaminasbrasil.com.br