



## Loja virtual, lucro real

**Comércio eletrônico se consolida como canal de vendas e os negócios realizados pela internet devem crescer 25% neste ano**

Os pequenos e médios varejistas são responsáveis, hoje, por 20% do que é faturado nas operações de comércio eletrônico no Brasil. Um número ainda tímido para um setor que tem tudo para crescer em volume de negócios fechados pela internet, através das lojas virtuais. “A adesão de pequenos e médios varejistas ao comércio eletrônico ainda é baixa porque falta estrutura e foco nesse tipo de negócio. Os varejistas ainda têm muitas dúvidas e é preciso levar conhecimento a este público”, avalia a superintendente de Marketing da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), Sandra Turchi. Ainda segundo a executiva, existe uma expectativa de que as pequenas e médias empresas passem a responder por 30% do faturamento total do setor até 2010.

Segundo estimativas do portal e-bit, em 2009 o faturamento do comércio eletrônico deve chegar a R\$ 10 bilhões com crescimento médio de 25%. “O crescimento do comércio eletrônico no Brasil vem sendo sustentado pelo ingresso da classe C no setor. A entrada da Casas Bahia no e-commerce alavancou ainda mais o acesso deste público à internet, rompendo barreiras e demonstrando todo seu potencial para trazer novos consumidores e fornecedores para o segmento”, avalia o diretor geral da e-bit, Pedro Guasti.

### Loja virtual exige gestão afinada

Administrar uma loja virtual não é muito diferente do que se faz em um estabelecimento físico. É preciso ter uma equipe com responsabilidades diversas, além de pensar na logística, nas questões fiscais, pagamento, entre outros. “A primeira coisa que o varejista deve ter em mente é que a estrutura deve ser adequada ao tamanho de cada um. Hoje existem soluções práticas e prontas para quem quer investir em comércio eletrônico.



**Além de investir em uma plataforma tecnológica, o varejista deve pensar em ferramentas de marketing e divulgação do negócio**

Há até linhas de financiamento disponíveis para isso”, diz Turchi.

Planejar o negócio, analisar a concorrência e o mercado são lições de casa que o varejista deve fazer antes de iniciar o processo. “O varejista deve saber até onde quer chegar e investir para crescer e só depois procurar uma empresa que forneça a tecnologia. Existem várias ferramentas específicas para a criação de lojas virtuais, como as que podem ser desenvolvidas especificamente para um determinado projeto e outras disponibilizadas por meio de serviço, essas são as mais indicadas para quem está começando”, orienta o co-founder da Tray Sistemas, Walter Leandro Marques.

Além de investir em uma plataforma tecnológica, o varejista deve pensar em ferramentas de marketing e divulgação do negócio. “Nesse negócio é preciso associar credibilidade à marca o que pede um grande esforço em ferramentas de marketing online como selos de certificação e inclusão em buscadores e comparadores de preços”, orienta Guasti.

Para Walter Marques, a máxima de uma loja virtual é o atendimento e a segurança transmitida ao consumidor. “Na internet o

consumidor é “Rei”, e tem o poder de propagar uma insatisfação de uma maneira que pode trazer sérios estragos para uma marca. Por isso é muito importante cumprir com todas as expectativas criadas com o cliente como entregar produtos nas datas previstas e prestar um atendimento rápido”, afirma.

Um bom exemplo de como o varejo bem estruturado é competitivo também no mundo virtual é a Eletrônica Santana. A empresa lançou sua loja virtual há cinco anos e participa de campanhas e sites comparadores, o que confere boa visibilidade. “Entendemos o comércio eletrônico hoje como uma obrigatoriedade. Quem está fora da internet está fora da realidade e terá dificuldades para sobreviver”, afirma o diretor Comercial e de Marketing da empresa, Rubens Branchini Martins.

### Para saber mais:

**Sandra Turchi**  
[www.sandraturchi.com.br](http://www.sandraturchi.com.br)  
**Eletrônica Santana**  
[www.eletronicasantana.com.br](http://www.eletronicasantana.com.br)  
**e-bit**  
[www.ebit.com.br](http://www.ebit.com.br)  
**Tray Sistemas**  
[www.tray.com.br](http://www.tray.com.br)

# Uma nova Luz!

**Afinal, porque buscar a solução em grandes obras e fabulosos contratos, quando a simples e eficaz gestão pública resolve?**

**H**á muito está na ordem do dia o chamado Projeto Nova Luz, que pontifica a requalificação da chama da “cracolândia”. Não sei quem teve a infeliz ideia de apelidar essa região da cidade, como se somente lá houvesse usuários de crack. Curioso que o uso de drogas é feito e, diga-se, tolerado em toda a cidade: crack, maconha, cocaína, a única coisa criminalizada agora no Estado de São Paulo é o cigarro. Se o fulano estiver pitando um inocente cigarrinho no botequim da esquina, ele pode ser denunciado por qualquer transeunte, e a polícia vem com tudo para prendê-lo. Pode estar certo que virá. Porém, droga alucinógena pode! São Paulo é uma imensa cracolândia, mas o marketing político resolveu apenas apelidar a região da Santa Ifigênia/ Luz.

Na Roma antiga dizia-se: “A mulher de César não basta ser honesta, precisa parecer honesta”. Aos políticos também não basta ser, precisam parecer. E não parecem. Assim tudo que envolve a política (partidária) vem de plano eivado de suspeição. A Concessão Urbanística e o Projeto Nova Luz não fogem a regra. Muito empenho político causa muita suspeição. Afinal, pra que tamanho projeto para recuperar uma região tão pujante, que atrai milhares e milhares de pessoas de todo o Brasil, cujo comércio é emblemático em todo país. Falar em materiais elétricos e eletroeletrônicos é falar em Santa Ifigênia. O Brasil inteiro sabe!

Não bastaria apenas e tão somente a devida e correta atuação do poder público, melhorando o calçamento, fazendo a coleta de lixo, melhorando a iluminação, a segurança, fiscalizando os imóveis irregulares, intimando aos proprietários quanto à segurança das edificações, fechando os prostíbulos, retirando das ruas os drogados e levando-os a tratamento especializado, dando assistência aos moradores de rua, enfim, fazendo aquilo para o que ele existe? Afinal, porque buscar a solução em grandes obras e fabulosos contratos, quando a simples e eficaz gestão pública resolve?

O problema de todo o centro de São Paulo é o mesmo: descaço, ineficiência e falta de zeladoria, que levam à deterioração e à desvalorização.

Não resta dúvida de que quando existe presunção de lucros a iniciativa privada investe. Não se faz necessário conseguir novos investidores, os empresários que atuam na região há anos não terão dificuldade alguma em fazer a sua parte, na medida em que o Poder Público cumpra com aquilo que é seu dever.

A cada dia fico mais convencido de que, na verdade, o que precisa ser feito é uma requalificação da política e dos serviços públicos. O resto é esconder a Luz com a peneira.



Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues

## Em Dia

### FIEE e eletronicAmericas

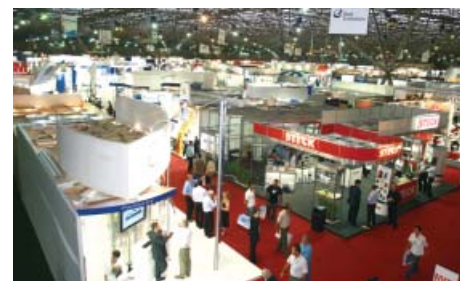
**Principais eventos do setor eletroeletrônico da América Latina trarão as novidades e tendências em equipamentos, produtos e serviços**

A cidade de São Paulo irá sediar, entre 01 e 05 de junho, as duas principais exposições do setor eletroeletrônico da América Latina: a 25ª edição da FIEE (Feira Internacional da Indústria Elétrica, Energia e Automação) e a 5ª eletronicAmericas (Feira Internacional da Indústria de Componentes, Tecnologia a Laser, Optoeletrônica e Instrumentação). Juntos, os eventos devem atrair cerca de 52 mil profissionais interessados nas novidades, tendências, produtos, serviços e inovações tecnológicas de um setor que, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE), faturou R\$ 123 bilhões em 2008, um crescimento de 11% em relação a 2007. Entre as principais indústrias confirmadas estão fabricantes de componentes eletroeletrônicos, materiais elétricos de instalação, automação predial, comercial e industrial, distribuição de energia

elétrica, entre outros. Simultaneamente às feiras, acontece a 12ª edição do Fórum ABINEE TEC, onde a entidade apresentará o estudo “A Indústria Elétrica e Eletrônica do Brasil em 2020 – Cenário Atual, Perspectivas, Prognóstico, Proposição de Medidas”.

#### Anote:

FIEE e eletronicAmericas  
**Data:** 01 a 05 de junho de 2009  
**Local:** Pavilhão de Exposições do Anhembi - Av. Olavo Fontoura, 1209 – Santana. São Paulo – SP  
**Horários:** de segunda a quinta-feira, das 13h às 21h; sexta-feira, das 13h às 20h  
**Visitação:** exclusiva para profissionais do setor com apresentação obrigatória de cartão comercial  
[www.eletronic-americas.com.br](http://www.eletronic-americas.com.br)



**SINCO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL ELÉTRICO E APARELHOS ELETRODOMÉSTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO**

Esta publicação é destinada a proprietários, executivos, gerentes, compradores, vendedores e profissionais de marketing das empresas varejistas e atacadistas de material elétrico e aparelhos eletrodomésticos em todo o Estado de São Paulo. Os artigos assinados não refletem necessariamente a opinião do Sindicato. Proibida a reprodução total ou parcial sem autorização do editor.  
**PRESIDENTE:** Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues - **DIRETORIA - VICE-PRESIDENTE:** Roberto Ramos - **1.º SECRETÁRIO:** Wildman Rojas de Carvalho - **2.º SECRETÁRIO:** Sylvio Rodrigues Covas Jr. - **1.º TESOUREIRO:** José dos Santos Rodrigues - **2.º TESOUREIRO:** Valdo de Moraes - **CONSELHO FISCAL:** Roberta Aparecida Dias, Silvío Moreira Barbosa, Virgílio Cansino Gil, Joaquim Carlos Martins, Manoel Coyado Reverte, Ubyrajara Pasquoto - **Delegados Representantes junto a FECOMERCIO-SP:** Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues e Abduch Bernaba Jorge - **COORDENADORA EXECUTIVA:** Roseli Anchieta Silveira - **EDITORA E JORNALISTA RESPONSÁVEL:** Adriana Bruno (MTB 26 109) - e-mail: [adriana.bruno@terra.com.br](mailto:adriana.bruno@terra.com.br) - **PROJETO GRÁFICO E PRODUÇÃO:** Cyan Artes Gráficas Rua Conselheiro Crispiniano, 398 - 9.º andar - CEP 01037-001 - Centro - São Paulo - SP - [www.sincoeletrico.com.br](http://www.sincoeletrico.com.br) - e-mail: [sincoeletrico@sincoeletrico.com.br](mailto:sincoeletrico@sincoeletrico.com.br) - Tel.: (0 xx 11) 3223-8377 / Fax.: (0 xx 11) 3223-6210

# Saúde começa pela boca

**SincoElétrico firma parceria com Prevident para oferecer serviços odontológicos a seus filiados e associados**



Foto: divulgação

A Prevident atua há 23 anos no setor de odontologia de grupo

Sempre em busca de oferecer uma gama cada vez maior de produtos e serviços para seus filiados e associados, o SincoElétrico acaba de fechar parceria com a Prevident, uma empresa com 23 anos de mercado e que atua exclusivamente no setor de Odontologia de Grupo.

Certificada desde 1998 com o ISO 9001, a Prevident busca conscientizar seus clientes de que a prevenção em odontologia não garante apenas boa saúde bucal, mas também, economia futura, uma vez que muitas doenças do corpo são ocasionadas por omissão aos primeiros sinais que se manifestam pela boca, inclusive câncer bucal e doenças sexualmente transmissíveis. A Prevident tem como diferenciais a parceria com farmácias e laboratórios de análises clínicas.

Os filiados e associados ao SincoElétrico poderão contar com a cobertura de 192 procedimentos, além de isenção da taxa de inscrição, carência zero, rede credenciada nacional, preço único independente do número de funcionários e gerenciamento on-line do benefício. Para saber mais sobre a Prevident ou como usufruir do benefício entre em contato com o SincoElétrico pelo telefone (11) 3223 8377.

Planos de saúde a partir de:

R\$ 39,12

Filiados e Associados ao SincoElétrico, a Medial oferece a sua empresa benefícios exclusivos.

<p><b>Benefícios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melhores custos;</li> <li>• Ampla rede de prestadores de serviços;</li> <li>• Melhores reembolsos;*</li> <li>*A partir do plano Class 620E</li> <li>• Plano odontológico <b>incluso</b>.</li> </ul>	<p><b>Carências Zero</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acidentes pessoais;</li> <li>• Exames simples;</li> <li>• Procedimentos ambulatoriais.</li> </ul>
---	---

Informações: (11) 3666-0711 - (11) 2691-7601 ou acesse [www.sincoeletrico.com.br](http://www.sincoeletrico.com.br)









**ASSESSORIA JURÍDICA**



**COBRANÇA - Versátil Cobranças**



**CONSULTORIA E ASSESSORIA EM CADASTRO DE ANÚNCIO - Urbana Cadan**



**CONSULTORIA de CERIFICAÇÃO de Material Elétrico - CGQ**



**CONSULTORIA DE PREVIDÊNCIA SOCIAL - Duarte & Lasaracina**



**CURSOS - Senac, Sebrae e ESPM**



**EAD - ENSINO À DISTÂNCIA - Instituto Monitor**



**FACULDADES, UNIVERSIDADES E PÓS-GRADUAÇÃO**



**PARCERIA INDÚSTRIA - Luxmar**



**LABORATÓRIO - Nasa Medicina Diagnóstica**



**MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO - Samtra**



**ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA - Prevident**



**PLANO DE SAÚDE - Unimed Paulistana, SulAmérica, Medial, Porto Seguro, Prevent Sênior, Intermédica, Amesp e Greenline**



**PREVIDÊNCIA ASSOCIATIVA - Fecomércio Previdência Associativa FPA**



**SISTEMA DE INFORMAÇÕES COMERCIAIS - Equifax**



**SEGURO DE AUTOMÓVEL E IMÓVEL - Porto Seguro**

## Para consumidoras exigentes

A Electrolux acaba de lançar a linha de refrigeradores Infinity. Disponível em quatro modelos, dois em inox e dois brancos, a linha possui capacidade de 550 litros, duas portas e atributos tecnológicos que vão fazer a cabeça da dona de casa, como por exemplo, o Espaço Express, que gela sobremesas e bebidas mais rápido, proporcionando economia de tempo de 50% em relação a um refrigerador convencional, além do Ice Maker, que produz cubos de gelo automaticamente, usando a água proveniente do reservatório do dispenser giratório, entre outros. “As opiniões dos consumidores e o profundo acompanhamento de tendências mundiais foram primordiais na concepção da nova linha. Assim, foi possível usar o design como forma e funcionalidade criando um layout moderno, bonito, priorizando o espaço interno e flexibilidade dos compartimentos”, diz o gerente de Marketing e Inovação da Electrolux, Rafael Bonjorno.



Na linha Infinity, as funções são acionadas por um leve toque, sem botões sobressalentes

## Casa Cor 2009

Casa Cor é sempre sinônimo de inovação, lançamento, tendência. A edição 2009 do evento não será diferente e apresentará três mostras simultâneas: Casa Cor, o Casa Hotel, voltado para o setor de turismo e o Casa Kids, para o segmento infantil. Serão cerca de 110 ambientes expostos em uma área de 22 mil metros quadrados e o tema escolhido para a 23ª Casa Cor é “Sustentabilidade”. O público visitante terá a oportunidade de conhecer ambientes e soluções sustentáveis criados por arquitetos, designers, decoradores e paisagistas para promover a harmonia entre o homem e o meio ambiente, com conforto e funcionalidade.

### Casa Cor 2009

De 26 de maio a 14 de julho no Jockey Club de São Paulo (av. Lineu de Paula Machado, 1075 – Cidade Jardim). Ingressos de R\$ 20,00 a R\$ 40,00.



## Design Arrojado

Dotado de funcionalidades para perfis pessoais e profissionais o Nokia E63 chega para acirrar a concorrência no mercado de smartphones. Com design arrojado e acabamento emborrachado, o modelo possui tecnologia 3G e conexão Wi-Fi/WLAN, além de câmera de 2.0 megapixels, tocador de música, e teclas de acesso rápido aos contatos, eventos e mensagens. O amplo teclado QWERTY ajuda a enviar mensagens SMS e e-mails com mais agilidade. O aparelho vem com entrada para cartão de memória MicroSD compatível até 8GB, além do aplicativo Nokia Mapas instalado, que permite visualizar mapas de mais de 150 países e 15 milhões de pontos de interesse.



O amplo teclado confere mais agilidade durante o envio de mensagens

## Eco Mascote

Com foco voltado para o consumidor final, a OSRAM lança a campanha “Promoção Eco Mascote OSRAM”, que tem por objetivo apresentar as novas lâmpadas halógenas Energy Saver Classic, além do mascote dos produtos sustentáveis da empresa, um simpático urso polar de pelúcia. A lâmpada Halógena Energy Saver Classic chegou ao mercado em fevereiro deste ano nos modelos 43W e 70W e possibilita redução do consumo de energia elétrica na ordem de 30% quando comparada às incandescentes. Para divulgar o produto, a OSRAM adotou a estratégia de oferecer aos clientes um kit composto por três lâmpadas da linha e pelo Eco Mascote. “Nossa intenção é usar a imagem do urso polar, um dos grandes prejudicados com o aquecimento global, como um amigo dos produtos ecologicamente responsáveis da empresa”, afirma a gerente de marketing promocional da OSRAM do Brasil, Paula Mello.



Ao comprar o kit o consumidor ainda encontra um cupom a ser preenchido e enviado para o endereço descrito e que permite concorrer a prêmios.

O kit é composto pelo Eco Mascote e três lâmpadas halógenas Energy Saver Classic

## Desempenho e baixo consumo de energia

A ACER traz para o Brasil uma série de notebooks batizada de Aspire Timeline. Os portáteis foram desenvolvidos para proporcionar melhor desempenho com menor consumo de energia, isso graças à bateria de seis células, que garante nove horas ininterruptas de funcionamento. Além da tecnologia Display Power Saving com processador Intel Core 2 Duo de baixa voltagem que diminui a luz de fundo da tela, gerando 33% de redução de energia, em comparação aos computadores portáteis comuns.

Ultrafinos, os notebooks Aspire Timeline têm 24 milímetros de espessura e estarão disponíveis, a partir de junho deste ano, em três modelos com telas de 13.3", 14" e 15.6". Os produtos vêm com sistema operacional Windows Vista Home Premium e são equipados com placa Wi-Fi e WiMAX, webcam, memória DDR3 expansível até 8GB, HD de 250GB a 500GB (dependendo do modelo), leitor de cartões 4 em 1, gravador de DVD com dupla camada e Bluetooth® 2.0.



A tampa dos portáteis foi desenvolvida em alumínio, garantindo leveza ao produto

## Para saber mais

Electrolux - SAC: 0800 728 8778 - [www.electrolux.com.br](http://www.electrolux.com.br)

Nokia - Tel: 4003 2525 - [www.nokia.com.br](http://www.nokia.com.br)

Acer - [br.acer.com](http://br.acer.com)

OSRAM - Disk OSRAM: 0800 557084 - [www.osram.com.br](http://www.osram.com.br)

Casa Cor - [www.casacor.com.br/saopaulo](http://www.casacor.com.br/saopaulo)



# Capacitação profissional

**Comércio que tem profissionais capacitados fideliza o cliente, ganha em competitividade e se destaca da concorrência**

O varejo, de uma forma geral, ainda enxerga a questão treinamento e especialização de colaboradores como algo nem sempre necessário. Há quem afirme que no varejo a prática é a melhor escola. Sem sombra de dúvidas o conhecimento do dia-a-dia, atrás do balcão garante experiência, porém em um setor tão específico como o elétrico, por exemplo, é preciso treinar a mão-de-obra para que o cliente se sinta seguro ao comprar e o vendedor, seguro ao atender.

Pensando nessa demanda, a Lâmpadas Golden oferece gratuitamente, desde 2007, treinamentos com o objetivo de capacitar clientes e vendedores para que estes possam entender as especificações de cada produto e a forma correta de utilização. “Os cursos acontecem periodicamente na sede da empresa e nossa intenção é a de levar informações técnicas e de mercado ao profissional da área elétrica, além as particularidades de nossos produtos”, explica o responsável pelo Centro de Treinamentos da Golden, Leandro de Barros. Segundo Bar-



O uso eficiente da energia elétrica começa com a escolha adequada das lâmpadas

“Nossa intenção é a de levar informações técnicas e de mercado ao profissional da área elétrica”; Leandro de Barros, responsável pelo Centro de Treinamento da Lâmpadas Golden

Fotos: Divulgação

ros, a empresa passou a sentir a necessidade de oferecer os cursos devido a demanda de contatos de eletricitistas e demais profissionais da área via serviço de atendimento ao cliente. “Começamos a perceber que muitas dúvidas e até mesmo reclamações eram decorrentes da falta de conhecimento do produto e não de defeitos”, completa.

Atualmente a Golden oferece treinamentos, com temas como: “Iluminação para Eletricitistas”, dirigido a técnicos e profissionais especializados na área e “Iluminação Aplicada”, voltado para arquitetos, lighting

designers, projetistas, entre outros. O Centro de Treinamentos da Golden já atendeu mais de seis mil pessoas e a expectativa é de que esse número cresça 20% em 2009.

O SincoElétrico apóia a iniciativa da Golden e irá promover para seus filiados e associados, em parceria com a empresa, um treinamento especial, “**Aqueça suas vendas com Lâmpadas**”, que será realizado no dia 15 de Junho na sede da entidade.

• **Para saber mais:**

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

ou [www.lampadaskgolden.com.br](http://www.lampadaskgolden.com.br)

## Sobre a Golden

A Golden é uma empresa nacional que atua no setor de iluminação desde 1990 e diferencia-se por trabalhar com produtos eficientes e sustentáveis. A empresa conta com unidades fabris no Brasil e no exterior e mais de 80 representantes espalhados pelo território nacional. “A Golden busca ser reconhecida não apenas como uma empresa que quer vender seus produtos, mas também por seus braços sociais. Atualmente 80% de nossa linha de lâmpadas é composta por modelos eficientes e com apelo de sustentabilidade”, diz Leandro de Barros. Em seu portfólio estão itens como as famílias de lâmpadas fluorescentes, halógenas, metálicas, LEDs, iluminação natalina, entre outros. Seus produtos são voltados para uso doméstico, comercial, industrial e iluminação pública e seu crescimento médio anual é a ordem de 30%. Atualmente, a Golden ocupa a sexta posição no setor de iluminação, com 8,9% de participação, e espera expandir seus negócios em 20% neste ano.

## Você Sabia?

### SincoElétrico faz aniversário em maio

**No dia 23 de maio o SincoElétrico comemora 71 anos de trabalho e contribuições para o fortalecimento do setor**

Renovar sempre e oferecer aos associados oportunidades, parcerias e serviços para a melhoria da gestão dos negócios é uma premissa da qual o SincoElétrico não abre mão. Desde 1938, o sindicato levanta bandeiras, luta por elas, se posiciona e reúne conquistas importantes para a cadeia por ele representada, ou seja, material elétrico e eletroeletrônico, eletrodomésticos, iluminação, telefonia móvel e fixa e informática.

Dentre as tantas conquistas como a batalha pelo Simples Paulista, da qual o sindicato participou, e pelas novas propostas para a reforma tributária, o SincoElétrico se posiciona, em 2009, em favor das iniciativas e propostas que levem o comércio varejista a seu desenvolvimento sustentável.

Totalmente em dia com as necessidades do mercado e a mudança no comportamento dos consumidores, o sindicato também quer ser uma ferramenta para auxiliar os associados a navegarem, com segurança e funcionalidade, nas águas do comércio eletrônico.

Em suma, o SincoElétrico não quer apenas fazer seu papel como entidade de classe, mas sim como parceiro, um aliado ao associado com o objetivo claro de fomentar e fortalecer cada vez mais toda a cadeia varejista que representa.

# Sua empresa já aderiu ao REPIS?

**O Regime Especial de Piso Salarial – REPIS, permite que às micro e empresas de pequeno porte pratiquem valores de pisos diferenciados**

Previsto em norma coletiva de trabalho (cláusula 5 da Convenção Coletiva aplicável aos comerciários do interior do Estado), o Regime Especial de Piso Salarial – REPIS, permite que as microempresas e empresas de pequeno porte do comércio em geral e que possuam até 10 empregados, pratiquem valores diferenciados de pisos salariais, nesse caso, 5% inferiores aos praticados pelas demais empresas. Nas convenções da Capital e Grande São Paulo esse regime também existe, com algumas diferenças em sua implantação. Outro detalhe é que para aderirem ao REPIS, as empresas devem estar conceituadas na Lei Complementar nº 123/06, que instituiu o Simples Nacional.

As empresas que ainda não participam ou querem renovar a adesão devem procurar pelo SincoElétrico, para buscar esclarecimentos sobre as exigências do sistema e requerer a expedição do Certificado de Adesão ao REPIS. Vale ressaltar que as empresas já poderão praticar os pisos com valores diferenciados a partir da data do protocolo do requerimento ou formulário de solicitação.

**Com o Certificado de Adesão ao Repis, as empresas do interior podem praticar os seguintes valores:**

**Microempresas (ME)**

- Piso salarial de ingresso: R\$ 545,00
- Empregados em geral: R\$ 610,00
- Caixa: R\$ 668,00
- Faxineiro e copeiro: R\$ 548,00
- Office boy e empacotador: R\$ 445,00
- A garantida do comissionista puro é de R\$ 718,00

**Empresas de Pequeno Porte (EPP)**

- Piso salarial de ingresso: R\$ 575,00
- Empregados em geral: R\$ 639,00
- Caixa: R\$ 688,00
- Faxineiro e copeiro: R\$ 564,00
- Office boy e empacotador: R\$ 452,00
- A garantida do comissionista puro é de R\$ 752,00

• Acesse [www.sincoeletrico.com.br](http://www.sincoeletrico.com.br) para baixar o requerimento. Para maiores informações entre em contato pelo telefone: 3233-8377

Fonte: Federação do Comércio do Estado de São Paulo (Fecomercio)

## Não Perturbe!

**Mais de 200 mil pessoas já aderiram ao bloqueio do recebimento de ligações de telemarketing**

Criado e embasado na Lei 13 226/08 e regulamentado pelo Decreto Estadual 53 921/08, o cadastro para o bloqueio do recebimento de ligações de telemarketing tem por objetivo impedir que as empresas do segmento ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço liguem sem autorização para os usuários que nele se inscreverem. Administrado pela Fundação Procon-SP, o cadastro já conta com mais de 209 mil inscritos e o número de linhas incluídas na lista superou 360 mil, o que significa média de 1,7 linhas por pessoa.

O bloqueio das ligações começou a vigorar efetivamente em 01 de maio para os mais de 88 mil consumidores que cadastraram suas linhas entre os dias 27 de março de 01 de abril. Para quem cadastrou sua linha a partir de 02 de abril a mesma bloqueada sempre após 30 dias da solicitação.

As empresas de telemarketing devem manter seus cadastros atualizados e podem consultar os números dos consumidores que não desejam receber ligações no próprio site do Procon. Empresas

de outros estados também estão proibidas de efetuar ligações para os números bloqueados. Apenas entidades filantrópicas e empresas autorizadas pelo titular da linha podem efetuar ligações para números que façam parte do cadastro do bloqueio. As empresas que desrespeitarem o bloqueio poderão ser multadas de acordo com o previsto artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor.



### Como cadastrar a linha

O consumidor (pessoa física ou jurídica) pode cadastrar, sem custo, número de telefones fixo ou móvel, do Estado de São Paulo, que estiverem em seu nome, através do site da Fundação Procon.

**Para saber mais:** Fundação Procon-SP - [www.procon.sp.gov.br](http://www.procon.sp.gov.br)

## 1º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade

**As inscrições continuam abertas e os primeiros colocados receberão prêmio de R\$ 15 mil**

Lançado em setembro do ano passado, marcando os 70 anos da entidade, o 1º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade visa estimular empresas a apresentarem soluções simples e sustentáveis, além de fazer com que as boas iniciativas possam ser multiplicadas. Podem ser inscritos gratuitamente, até 15 de junho, projetos de empresas e entidades de comércio e serviços, implantados até primeiro de maio de 2008.

O prêmio foi dividido em quatro categorias: entidades, micro, pequena e média e grande empresa. Os primeiros colocados receberão R\$ 15 mil de prêmio e os finalistas troféus em reconhecimento pela iniciativa. Com a premiação em dinheiro, a Fecomercio deseja contribuir para a continuidade das ações, bem como sua ampliação.

Para saber mais: [www.fecomercio.com.br/sustentabilidade](http://www.fecomercio.com.br/sustentabilidade)