

Sindicato do Comércio Varejista de Material Elétrico
e Aparelhos Eletrodomésticos no Estado de São Paulo

O que esperar de 2012?

Especialistas recomendam cautela, mas estão otimistas com relação ao comportamento da economia e as perspectivas para o varejo

Em 2011, o cenário econômico internacional, cheio de incertezas, fez com que o Brasil também segurasse um pouco o ritmo para não se perder. O consumo desacelerou, a taxa de juros continuou alta e o desemprego também aumentou. No segundo semestre o quadro econômico brasileiro começou a clarear e de acordo com Simone Bernardino, assessora econômica da Fecomercio, com as reversões de parte das medidas macroprudenciais em meados do ano, a atividade voltou a se recuperar, a taxa de desemprego retomou sua trajetória de redução (alcançou em dezembro menor patamar histórico de 4,7%), o crédito voltou a mostrar expansão (alta real das concessões para Pessoas Físicas foi de 4,4% no ano), enquanto os níveis de inadimplência mantiveram-se estáveis e a massa de rendimentos cresceu 2,5% ante 2010 mesmo após já ter mostrado grande expansão no ano anterior. “Essa combinação virtuosa de renda, emprego e crédito permitiram a manutenção dos patamares positivos de confiança do consumidor em 2011 e as taxas positivas de consumo. Em nível Brasil, as vendas no varejo cresceram 6,7%, abaixo dos 10,9% de 2010, mas ainda assim positivos levados em conta atual conjuntura econômica. Na região metropolitana de São Paulo, de acordo com a Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV), o comércio varejista fechou 2011 com crescimento acumulado de 3,1% em relação ao ano passado”, comenta.

O ano será de cautela, mas com crescimento

Este ano, deverá ser encarado com cautela, na opinião de Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, presidente do SincoElétrico, não que o setor deva enfrentar dificuldades, pois, a demanda deverá continuar com vigor, porém as turbulências na economia internacional podem produzir reflexos negativos na economia brasileira, e temores no consumo. “Assim é prudente que as empresas fiquem atentas ao endividamento e a formação de estoques”, orienta. Para ele, o varejo deve sempre ter seu foco no cliente, assim atendimento, qualidade de produtos e serviços, competitividade, são essenciais para a manutenção de um negócio. “Sem nunca descuidar dos custos, das análises de desempenho e principalmente das compras e seus fornecedores”, completa.

Para a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em 2012 o comércio deverá crescer 7%.

“O processo de desaperto monetário iniciado no fim do ano passado, além do aumento real do salário mínimo e do cenário mais benigno para inflação permitirão um ritmo mais forte da



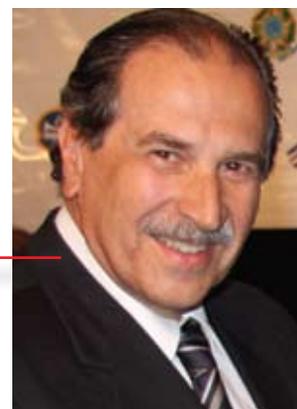
**Bruno Fernandes:
Crédito ao
consumidor deve
ser oferecido com
parcimônia**

Foto: Carolina Braga

economia brasileira em 2012, com a recuperação mais intensa da demanda doméstica a partir do segundo semestre do ano”, avalia Bruno Pereira Fernandes economista da CNC.

As previsões para a economia brasileira em 2012 apontam para crescimento do PIB entre 3% e 3,5%, considerado insuficiente para as necessidades do país, no que se refere à criação de empregos e geração de renda que garantiriam maior bem estar social. “De qualquer forma, frente às demais economias mundiais que enfrentam séria crise, é possível considerar confortável nossa situação, com desemprego baixo, renda em crescimento e inflação sob controle, muito embora no ano passado os preços tenham alcançado o teto da meta de 6,5%. As principais medidas de política econômica, a serem seguidas como preventivas contra a crise internacional, se apoiam na redução da taxa básica de juros, pela primeira vez nos últimos anos abaixo dos dois dígitos, na continuidade de oferta de crédito aos agentes econômicos, ações que por si só garantem a continuidade do crescimento do consumo das famílias”, avalia **Leonel Tinoco Netto**, assessor econômico do SincoElétrico.

Quanto à concessão de crédito ao consumidor, Bruno Fernandes orienta o comércio a estimular a compra a vista, liberando crédito com cautela. “Ao mesmo tempo que a retirada das medidas de restrição ao crédito e o crescimento real da renda permitirão o aumento do consumo, também poderão elevar o endividamento das famílias, pois o excessivo comprometimento da renda pode levar ao aumento da inadimplência. Assim, é fundamental que o comércio tenha parcimônia nas facilidades de parcelamento e estimule a compra à vista, através de descontos que permitam o consumidor a não se endividar”, diz.



Divulgação

A hora e a vez do LED

Há cerca de dois anos, estava em uma reunião sobre a questão do descarte de lâmpadas fluorescentes. Entre aos debates disse que tudo aquilo era efêmero, pois em cinco anos as lâmpadas de LED dominariam o mercado e não haveria mais a necessidade em nos preocupar com o descarte. Recebo hoje uma importante publicação da área de iluminação e verifico que todos os anúncios e matérias tratam das lâmpadas LED, tubulares, decorativas, para iluminação pública. Completo domínio do LED no tema iluminação.

Não seria lógico esperar nada diferente, posto que, custo e eficiência são molas mestras no processo produtivo e comercial. O processo de descarte correto das lâmpadas fluorescentes, já em pleno andamento em vários países, com custos superiores ao de produção, tornou inviável a continuidade do produto, levando o investimento no sentido de baratear a tecnologia LED. Em um ano as lâmpadas LED ficaram cinquenta por cento mais baratas e em breve estarão nos níveis de preço das fluorescentes, ou até mais baratas. Mesmo nos níveis de preço atuais elas já são mais baratas se tomarmos por base o consumo de energia versus a luminosidade e durabilidade. Assim com uma lâmpada LED o consumo de energia pode ser reduzido em cerca de cinquenta por cento e a vida útil dez vezes superior.

Duas razões dão vez a uma inovação tecnológica: razões de Estado e razões de mercado. As razões de Estado encontram-se em geral em guerras, onde a necessidade de uma nova tecnologia é militarmente vital. Aí não se levam em conta os custos, mas sim e tão somente o resultado.

As razões de mercado levam em conta se a inovação se traduz em um desejo do consumidor e quanto ele está disposto a pagar por ela. A segunda pergunta é o custo e o retorno sobre o investimento. Sendo a resposta satisfatória, a indústria investe no novo produto.

No caso das lâmpadas de diodo emissor de luz (LED) as respostas já ficaram evidentes quando do início do processo que passou obrigar a logística reversa das fluorescentes usadas. Tendo em vista que a lâmpada não tem valor algum como sucata, diversamente de outros produtos, a logística reversa transforma-se apenas em custo e alto. Custo é um componente que é pago pelo consumidor, assim as lâmpadas fluorescentes deverão ter um aumento de preço ao consumidor, que pague o custo da logística reversa. Olhando por esse prisma, porque o consumidor iria pagar mais caro por uma tecnologia ultrapassada quando pode colocar uma tecnologia mais moderna, eficiente e ambientalmente correta, pelo mesmo custo?

Há alguns anos fomos seduzidos para a mudança da incandescente para a fluorescente, visando à economia de energia, a tecnologia barateou a chamada lâmpada econômica (fluorescente compacta), mas as restrições ambientais irão torná-la mais cara.

Assim uma nova mudança se impõe, tanto visando a economia de energia como e principalmente visando a economia de produção e do consumidor. É preciso que o comércio fique atento a essa mudança, que já está ocorrendo e sua velocidade esta mais para a velocidade da luz.



Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues

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

1º SECRETÁRIO:

Wildman Rojas de Carvalho

2º SECRETÁRIO:

Manoel Coyado Reverte

1º TESOUREIRO:

José dos Santos Rodrigues

2º TESOUREIRO:

Sílvio Moreira Barbosa

CONSELHO FISCAL:

Joaquim Carlos Martins,
Virgílio Cansino Gil,
Ubyrajara Pasquoto,
Carlos Ferreira Rodrigues,
Sylvio Rodrigues Covas Junior,
Valdo de Moraes

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

PROJETO GRÁFICO E PRODUÇÃO:

Cyan Artes Gráficas

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

Rua Conselheiro Crispiniano, 398 -
9.º andar - CEP 01037-001 -
Centro - São Paulo - SP
www.sincoeletrico.com.br
e-mail:
sincoeletrico@sincoeletrico.com.br
Tel.: (0 xx 11) 3333-8377
Fax.: (0 xx 11)3333-8370

EXPOLUX 2012 acontece em abril

Mais de 200 expositores participarão dessa grande vitrine para o setor da iluminação

O setor da Iluminação tem encontro marcado. De 24 a 28 de abril de 2012, acontece a 13ª Feira Internacional da Indústria da Iluminação. A organizadora, Reed Exhibitions Alcantara Machado, confirmou que todos os espaços disponíveis para participação já foram vendidos. Serão mais de 200 expositores em uma área de 26.000 metros quadrados, ocupando os pavilhões Branco e Verde do Expo Center Norte. Direcionada a arquitetos, incorporadores, especificadores de compras, revendedores de materiais elétricos e de construção, engenheiros, lojistas, decoradores, construtores, projetistas e consumidor final interessado em construir e reformar, a EXPOLUX atualiza o mercado apresentando produtos desenvolvidos com tecnologia de ponta, além de ser uma grande vitrine em funcionalidade e design.

O evento que ganhou holofote exclusivo e casa nova, agora tem como missão acomodar mais expositores. Além da participação internacional de Itália, Japão, Portugal e Espanha, empresas nacionais aguardam por mais espaços disponíveis na feira. “A lista de espera para participação na Expolux, hoje, gira em torno de 50 empresas”, aponta José Danghesi, Diretor da Feira.

Com a introdução da tecnologia LED no mercado diante do cenário de transição mundial no setor, São Paulo pode sediar uma excelente oportunidade para o desenvolvimento dessa tecnologia no país. Será o encontro das principais empresas do setor, abrangendo grande parte da cadeia da indústria, com 38.000 compradores chave dos 15 setores que compõem a EXPOLUX (Iluminação Cênica, Iluminação de Emergência; Iluminação Decorativa e Residencial; Iluminação Hospitalar e Clínica; Iluminação Industrial e Classificada; Iluminação Monumental e de Destaque;

Iluminação Pública; Túneis e Rodovias; Iluminação Publicitária e Luminosos; Iluminação Subaquática e Fontes Luminosas; Automação e Controles para Iluminação; Cerâmica, Fibras e Madeiras; Componentes para Iluminação; Lâmpadas, LEDs e OLEDs; Reatores, Transformadores e Ignitores).

A expectativa é que com a aprovação do PADIL, Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Iluminação, 32 mil novos postos de trabalho sejam gerados no país, já que 70% dos produtos de iluminação serão de fabricação nacional em um período de quatro anos. Vale ressaltar que o Brasil é o único país que possui uma feira exclusiva para o setor de Iluminação no portfólio mundial de 440 eventos da Reed Exhibitions.

evento



EXPOLUX 2012

Data: 24 a 28 de abril de 2012

Horário: 10 às 19h

Telefone: (11) 3060-4918

Local: Expo Center Norte

www.expolux.com.br

Setor de iluminação deve crescer 7% em 2012

Com faturamento de R\$ 3,7 bilhões no ano passado, o setor brasileiro de iluminação deve crescer até 7% este ano segundo o presidente da Abilux (Associação Brasileira da Indústria de Iluminação), Carlos Eduardo Uchôa Fagundes. Ele ressalta que os produtos são comercializados primordialmente no Brasil, mas que o aumento



nas exportações está entre as metas a serem conquistadas nos próximos anos em função, principalmente, do Lux Export, programa que foi criado em parceria com a APEX-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) com o objetivo de incrementar as vendas externas. “As perspectivas são também as melhores para o mercado interno, principalmente se considerarmos que a 13ª Expolux será uma ótima vitrine para apresentarmos as mais novas tecnologias em iluminação hoje disponíveis no mercado. Tradicionalmente, a Expolux contribui para alavancar os nossos negócios”, destaca. Outro fator positivo para o mercado são as obras relacionadas à Copa do Mundo de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016. “A iluminação é parte viva desses eventos esportivos”, conclui Fagundes.

Gestão no setor elétrico

Empresa Deak Sistemas é o novo reforço no time de parceiros do SincoElétrico. Agora, nossos filiados e associados podem contar com o que há de mais moderno em sistemas de gestão empresarial

A automação é uma grande aliada do varejista que busca modernizar sua empresa, ganhar agilidade e competitividade. Com 12 anos de mercado, a Deak é uma desenvolvedora de Sistema de Gestão Empresarial e atua no mercado de materiais elétricos. Especializada em nosso setor, a empresa oferece sistemas ERP, CRM, PAF-ECF/TEF, SPED Fiscal, SPED PIS/COFINS e NF-e, base do gerenciamento automatizado de uma empresa no segmento de varejo, distribuição industrial e montagem de painéis.

“As ferramentas foram projetadas para garantir o maior nível possível de automação nos procedimentos administrativos, comerciais e operacionais, garantindo o fornecimento de indicadores de controle importantes

para a gestão pela qualidade. As empresas podem expandir seus negócios para todo o Brasil sem sustos, pois os modelos tributários e as homologações do SPED, NF-e e PAF-ECF atendem a todos os requisitos da legislação nacional e local”, esclarece Ana Deak, diretora da empresa. Ainda segundo a executiva é possível definir padrões de Balanced Scorecard para a área financeira, comercial, logística e tributária, permitindo que todos os procedimentos internos sejam gerenciados pelo próprio ERP, garantindo aos gestores de nível gerencial receber os alarmes de todos os procedimentos fora do padrão. “Isso dá mais agilidade ao vendedor, permitindo que os gerentes e supervisores apenas decidam naquilo que foge às regras pré-definidas. Como por exemplo: a margem líquida de um produto que não pode ser menor que um percentual ou o crédito para um segmento de mercado que deve ser sempre controlado; nas vendas à vista, em dinheiro, a análise de crédito deve ser liberada e as vendas sazonais são apontadas ao comprador; e centenas de outros alarmes automatizados”, diz.

Para saber mais sobre a Deak Sistemas acesse o site: www.deak.com.br

Informações sobre a parceria entre o SincoElétrico e a Deak por telefone (11) 3333 8377



	AUTOMAÇÃO COMERCIAL DEAK		FACULDADES, UNIVERSIDADES E PÓS-GRADUAÇÃO
	ASSESSORIA JURÍDICA		LABORATÓRIO Nasa Medicina Diagnóstica
	ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA Prevident		LINHAS DE CRÉDITO Caixa Econômica Federal
	CERTIFICAÇÃO DIGITAL Certisign		MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO - Samtra
	CONSULTORIA E ASSESSORIA EM CADASTRO DE ANÚNCIO Urbana Cadan		PLANO DE SAÚDE Geia e Qualicorp
	COBRANÇA Way Back		PREVIDÊNCIA ASSOCIATIVA Fecomércio Previdência Associativa FPA
	CURSOS Senac, Sebrae e ESPM		SEGURO DE AUTOMÓVEL E IMÓVEL Geia Consultoria e Corretora de Seguros
	EAD - ENSINO À DISTÂNCIA Instituto Monitor		SISTEMA DE INFORMAÇÕES COMERCIAIS - Equifax

Setor é contra a proibição da distribuição das sacolas plásticas

CNC acredita no combate ao desperdício do produto e seu uso consciente

“O comércio é contra a proibição da sacola plástica. A sacola de plástico é útil, prática, barata, higiênica e antipolvente”. A afirmação de Evandro Costa, coordenador do GTT MA e assessor econômico da Divisão Econômica da CNC, se baseia no fato de que foi a sacola de plástico que desenvolveu a cultura doméstica de separar os restos de alimentos dos rejeitos sólidos recicláveis, elevando, de forma espetacular, a higiene dos lares e dos edifícios, com enorme economia de detergentes e outros materiais. “Querem a substituição por saco de papel ou saco plástico biodegradável, já utilizado na América do Norte, é feito de amido de milho, ou seja, usa matéria-prima que é alimento, além de sua fabricação consumir cerca de 70% a mais de energia do que o saco plástico comum”, diz Costa. Ainda segundo o



especialista, existe um Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas, que é uma iniciativa da cadeia produtiva dos plásticos para incentivar o uso responsável a combater o desperdício de sacolas plásticas através do fornecimento de sacolas plásticas mais resistentes, certificadas pela Norma ABNT NBR 14.937.

“O Programa visa promover a qualidade das sacolas plásticas oferecidas no varejo, seu uso responsável, a reutilização e o descarte adequado, oferecendo vantagens ao consumidor”, comenta.

Pesquisa do IBOPE revelou que os consumidores aprova a sacola plástica: 100% as reutilizam após as compras; 73% as utilizam para acondicionar o lixo doméstico; 69% consideram as sacolas como as embalagens ideal para carregar suas compras.

ICMS/Substituição Tributária

Nova Pesquisa dos IVA's para o ano de 2012

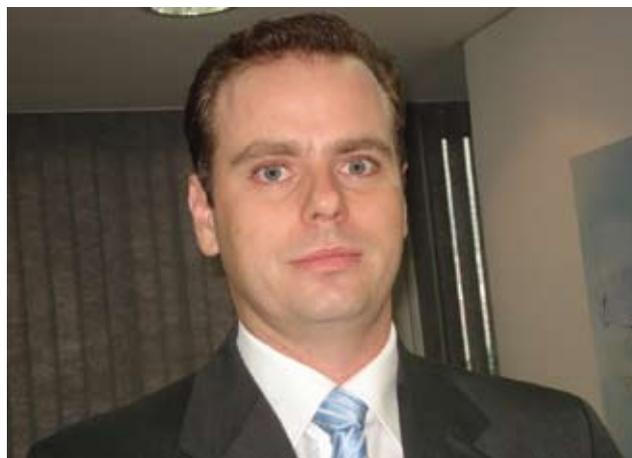
*Por doutor Halim José Abud Neto

Contrariando o pensamento popular brasileiro que o ano começa somente após o carnaval, as entidades que representam o setor de material elétrico, em especial, o setor do comércio, representado pelo SincoElétrico – Sindicato do Comércio Varejista de Material Elétrico e Aparelhos Eletrodomésticos no Estado de São Paulo e a pela ABREME - Associação Brasileira dos Revendedores e Distribuidores de Materiais Elétricos estão, desde o final do ano passado, trabalhando, intensamente, para cumprir as novas exigências do Regime da Substituição Tributária do ICMS no Estado de São Paulo, conforme previsto na Portaria CAT 81/2011 publicada no DOE 30/06/2011.

A Portaria CAT 81/2011 divulgou, também, os novos IVA's - Índices de Valor Adicionado Setorial por produto do setor de material elétrico e com vigência a partir de 01/07/2012, ocorre que os novos IVA's foram publicados pela SEFAZ/SP - Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo com base nas informações extraídas, basicamente, do banco de dados das NF-e's e regra geral todos os IVA's estão, substancialmente, majorados quando comparados com os atuais IVA's.

Além de divulgar os novos IVA's do setor de material elétrico, a referida Portaria CAT prevê a possibilidade, às entidades representativas do setor, caso haja interesse, apresentarem à SEFAZ/SP uma nova pesquisa de levantamento de preços, desde que seja realizada por um instituto de pesquisa de mercado de reputação idônea. O resultado da nova pesquisa fornecerá subsídios a SEFAZ/SP sobre a representatividade dos produtos, bem como as particularidades do setor de material elétrico.

Vale relembrar que a implantação do Regime da Substituição Tributária do ICMS no Estado de São Paulo iniciou-se no ano de 2007 e desde então, as entidades representativas do setor de material elétrico vêm desenvolvendo inúmeros trabalhos



O resultado da nova pesquisa fornecerá subsídios a SEFAZ/SP sobre a representatividade dos produtos, bem como as particularidades do setor de material elétrico

técnicos e institucionais, com a finalidade de alinhar e ajustar a competente legislação tributária à realidade do setor.

Portanto, ante o iminente risco de aumento dos atuais IVA's do setor de material elétrico, o Sincoelétrico, a ABREME e outras entidades do setor, estão em processo de contratação junto à Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE para a realização da nova pesquisa dos IVA's e que deverá ser entregue a SEFAZ/SP até o dia 30/04/2012.

**Doutor Halim José Abud Neto é advogado especializado em direito tributário e sócio da Ferretti, Ganem, Abud e Advogados Associados (www.ferretiadv.com.br)*

Foco no cliente

Com 26 anos de mercado, a empresa Gimawa está no ramo de distribuição de materiais elétricos e agora inaugura o Museu da Lâmpada, uma homenagem a esse produto imprescindível na vida moderna

O varejo é um dos segmentos de mercado em que o dinamismo está intimamente ligado a tal atividade. Isso porque a indústria lança novidades periodicamente, o consumidor muda suas necessidades e desejos todos os dias e o próprio mercado segue tendências e dita as regras do jogo. Para acompanhar todo esse movimento, o varejista precisa contar com fornecedores que sejam também parceiros. Que entendam essa necessidade de constante atualização e entregue mais do que a mercadoria, que seja um aliado. Com foco no cliente corporativo, a Gimawa atua com a distribuição de materiais elétricos tanto para o varejo, indústria, e setor da construção. “A empresa foi fundada em 1986, e é uma das principais revendedoras de materiais elétricos, projetos e consultoria na área, porque além atender o cliente em suas necessidades, também facilitamos os processos de cotação e compra de produtos. Tudo isso com qualidade no atendimento, eficácia em processos, melhores opções de pagamento e entrega dentro do prazo programado”, comenta Gilberto Pedrone, diretor da Gimawa. O executivo ainda conta que em toda sua trajetória, a empresa teve foco no mercado corporativo, mas que recentemente inaugurou seu e-commerce, voltado para pessoa física.

Além de comercializar produtos, a Gimawa preocupa-se com a capacitação do mercado em que atua e para contribuir com a disseminação de informações e conteúdos, organiza cursos e palestras focados no segmento de iluminação e suprimentos elétricos em geral. “O foco é proporcionar um conteúdo claro, objetivo e atualizado para garantir o bom aproveitamento e desempenho de todos”, comenta Pedrone. Para isso, a empresa conta com um auditório moderno, com 46 lugares, onde as palestras e cursos acontecem.



O Museu da Lâmpada

Inaugurado no dia 15 de março, na sede da empresa, o museu relata a história da iluminação e da lâmpada desde a descoberta do fogo até as lâmpadas mais

modernas, mostrando as necessidades do ser humano e sua evolução. “O Museu foi idealizado visando a necessidade do conhecimento sobre este assunto não muito abordado e pode ser visitado por qualquer pessoa mediante a agendamento. Para entrar pedimos a colaboração de um quilo de alimento não perecível que será doado a instituições carentes”, diz Pedrone.



Museu da Lâmpada: do fogo ao Led

Com a descoberta do fogo e com o seu domínio, o homem percebeu o quanto era essencial para sua sobrevivência, não só para se aquecer, cozinhar e se proteger mas também para iluminar. Com o passar dos tempos essa técnica passou por diversas e curiosas criações. De lá para cá muitas foram as contribuições de alguns gênios para a história da humanidade. Porém um merece destaque, Thomas Alva Edison, em sua vida o inventor e empresário americano registrou nada menos que 2332 patentes, mais uma em especial contribuiu com o avanço tecnológico no mundo e permitiu que a humanidade tivesse um pouco mais de conforto, segurança e qualidade de vida, a invenção da luz incandescente comercializável.

A partir de então a haste de carvão que quando aquecida gerava luz, foi passando por grandes reformulações ao longo da história até chegar aos modelos mais modernos que conhecemos hoje em dia, por exemplo, a tecnologia LED.

Museu da Lâmpada

Av. João Pedro Cardoso, 574 – Aeroporto – São Paulo – SP. As visitas devem ser agendadas por telefone (11) 2898 9358
Para saber as datas dos cursos ou maiores informações sobre a empresa acesse o site: www.gimawa.com.br