



Sirecom Sergipe inaugura nova sede

Entidade da Fecomércio pretende fortalecer trabalho da categoria

Pág. 03



**SERGIPE NA REUNIÃO DO
FORÚM SIRECOM BRASIL**

Pág. 09

**SUSTENTABILIDADE É
TEMA DE PALESTRA**

Pág. 10



**Tarde Festiva em comemoração
ao Dia Panamericano do Representante
Comercial**

Pág. 11

Palavra do Presidente

Emerson Natal de Almeida Sousa

Diretor Presidente do CORE Sergipe

É com satisfação que apresentamos a segunda edição do Informativo CORESENews, com novidades, informações e atividades promovidas pelo CORE e pelo SIRECOM Sergipe destinadas a nossa categoria.

No final de 2015, comemoramos o cinquenta-
nário da Lei 4.886, de nove de dezembro de
1965. O Dr. Plínio Affonso de Farias Mello, o
patrono dos Representantes Comerciais, foi o
principal idealizador da lei que regulamentou a
profissão, assegurando direitos e deveres, e
principalmente a indenização pelos serviços
prestados em prol das empresas de representa-
ção, entre outras. O CORE – Conselho
Regional dos Representantes Comerciais no
Estado de Sergipe, sob nossa gestão desde 2014,
capitaneado por Cloves Alcântara, completou
50 anos em 31 de janeiro de 2016. O SIRECOM
– Sindicato dos Representantes Comerciais e
das Empresas de Representação Comercial de
Sergipe, sob nossa gestão desde 2011, comple-
tou 67 anos, em 27 de setembro de 2015. Com
certeza não conseguimos e nem vamos
conseguir fazer em tão pouco tempo, tudo que
precisamos, queremos e a categoria reivindica,
mas estamos incansavelmente tentando acertar,
com muito trabalho, através de várias ações,
dentro do que nos é permitido por Lei, pelas
Resoluções do Conselho Federal e pelas
Normas do TCU – Tribunal de Contas da
União e ainda, considerando o princípio da
economicidade e capacidade financeira das
entidades.

Enfrentamos muitas dificuldades, principalmente pela falta de espírito de associativismo que é escasso na nossa grande região Nordeste. E isso é fácil de identificar, enquanto no Sul e Sudeste, temos estados menores ou do mesmo porte de alguns do Nordeste, que possuem oito, dez, ou mais sindicatos da categoria, todos funcionando com grande número de associados e o que é melhor, participando ativamente, sugerindo, criticando, ou disponibilizando-se para ajudar

no que for preciso, no nosso Nordeste, cada estado possui um sindicato, e com pouca adesão dos integrantes. Por aqui, os sindicatos patronais se fecham, criticando a categoria pela falta de apoio, enquanto os profissionais e empresas das categorias se afastam, também criticando e cobrando ações e benefícios das entidades, quando todos deveriam lutar em prol da união, oferecendo apoio e/ou trabalho pela garantia dos direitos de todos, fortalecendo as entidades, que travam batalhas napoleônicas pelo fortalecimento e representatividade dessas categorias.

Mudando de assunto para falarmos sobre comportamento, temos um ditado que diz: "No Brasil, o ano só começa depois do Carnaval". Já estamos em fevereiro e já trabalhamos e produzimos muito, ajudamos no crescimento do país ou pelo menos, devido às forças opostas, conseguimos com o trabalho de todos nós brasileiros, manter essa imensa locomotiva nos trilhos. Nós Profissionais de Vendas, somos movidos pela: "Automotivação", movidos pelo combustível da "Força de Vontade", "Empreendedorismo", "Crescimento Pessoal", "Fé", "Esperança" e "Criatividade", pois sabemos que, sem essas qualidades não alcançaremos as nossas metas e muito menos os nossos objetivos, não somente de vendas, mais de sustentação das nossas empresas, das nossas famílias e das nossas indústrias representadas e ainda, manter a participação na formação do PIB e na manutenção de emprego e renda. E só conseguimos manter todas essas qualidades e comportamentos, porque acreditamos na máxima verdadeira que, o nosso Grande País chamado Brasil, não pode e nem tem como parar. E isso de janeiro a janeiro.

Somos uma locomotiva alimentada pela força do trabalhador e do empresariado brasileiro. Podem acontecer quaisquer impecilhos, seja político, tributário, grevista, entre outros. É ponto pacífico que este País não tem como parar.

Estamos passando por um período de grandes dificuldades no Brasil e no mundo e até que a



Emerson Natal

economia se acomode, sabemos o que devemos fazer, pois já aprendemos em outras épocas, outras crises, pacotes, realinhamentos, mudanças ou correções de rumos. Adaptações aos novos comandos e até alguns desmandos, ou ainda, aos chamados “apertos de cintos” que por diversas vezes a nossa própria experiência ou os nossos dirigentes e legisladores nos forçam a praticar.

Nós, Representantes Comerciais, não podemos esquecer que somos: “A Maior Categoria Profissional do Planeta”, vivemos, atuamos e dependemos do mercado e quando uma força maior tenta alterar as leis universais desse mercado, na maioria das vezes, salvo raras exceções, as nossas experiências, o nosso feeling, sinalizam para mudarmos de atitudes, para irmos além do que executávamos normalmente, para inovarmos, para fazermos diferente, desenvolvendo novas competências, buscando novos clientes e novos mercados, novos produtos, prosseguindo em frente e com foco na busca incessante do crescimento e da manutenção dos nossos mercados.

Precisamos praticar outra máxima muito comentada, criada pelo publicitário Nizan Guanaes, para um anúncio, que diz: "Enquanto outros choram, eu vendo lenços". Portanto vamos vender os nossos lenços para os que choram. Sabemos que não podemos parar. Esqueçamos àqueles que apenas choram, lamentam e ficam paralisados ou engessados. Sigamos sempre em frente, para o bem e crescimento das nossas empresas, dos mercados em que atuamos e do nosso Grande e Democrático Brasil.

Expediente

Diretor-presidente
Emerson Natal de Almeida Sousa
presidencia@core-se.org.br

Petrúcio da Silva
Diretor-secretário

Diretor-tesoureiro
Cloves Nascimento Alcântara

Manoel Messias de Mendonça
1º Diretor-suplente

Sérgio Murilo Carvalho Matos
2º Diretor-suplente

Pedro Rocha Amarante
Conselheiro

Francisco Luiz Quitino de Moura
Conselheiro

Jornalista Responsável
Míriam Donald DRT/SE 1998
comunicacao@sirecomse.com.br

CORE – Sergipe
Rua João Pessoa, nº 320,
Ed. Cidade de Aracaju.
Salas 501 a 503 e 519 a 521
CEP.: 40.019-900
Aracaju/SE
Tel.: (79) 3214-5676/3211-0808
corese@core-se.org.br

SIRECOM – Sergipe
Rua Germiniano Maia, 803,
bairro Salgado Filho.
CEP.: 49020-040
Aracaju/SE
Tel.: (79) 3214-3931
sirecomse@gmail.com



SIRECOM SERGIPE INAUGURA NOVA SEDE

Entidade da Fecomércio pretende fortalecer trabalho da categoria



Foto Alex Franca

Presidente da Fecomércio/SE, Laércio Oliveira (ao centro), e Diretoria Sirecom

O Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe (Sirecom-SE) conta com novo endereço. A nova sede localiza-se na rua Germiniano Maia, 803, bairro Salgado Filho. Dos 68 anos de existência no Estado, o Sindicato esteve nos últimos cinco anos em um espaço menor, mas sempre realizando as ações da categoria. Durante a solenidade, o presidente do Sirecom, Cloves Alcantara, destacou que a casa é uma conquista, principalmente para os profissionais, que fazem da instituição, uma extensão do trabalho e da vida do representante.

"Buscamos ser ágeis, versáteis e principalmente disponíveis com o tempo e a hora. Esses cinco anos foram de muita luta para que conquistássemos não apenas nossa independência em estrutura, mas nosso reconhecimento com entidade. Lutaremos para continuar fazendo um trabalho valoroso para todos, fortalecendo o comércio de Sergipe e garantindo emprego, renda e qualidade de vida". Para o empresário e vice-presidente nacional da

Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad), Juliano Souto, a entidade é repleta de amigos e professores. "Parabenizo esta instituição que traz relacionamento saudável e honesto entre o representante e o comerciante. Tive a oportunidade de me aproximar de Seu Cloves e vejo o quanto seu trabalho junto à diretoria é dedicado", disse. Presente na inauguração, estava o presidente do Sistema Fecomércio, Laércio Oliveira, e outros membros da Federação. De acordo com Laércio, apesar no momento de dificuldades no cenário econômico, os representantes comerciais possuem um papel de grande importância. "Nós vamos virar o jogo. Aqui, eu tenho uma representação dessa categoria, que faz um elo importante da nossa economia e liga o produtor com o vendedor. Isso tem o valor inestimável em nossa formação enquanto mercador. Essa classe merece um respeito enorme do País", ressaltou.



Cloves Alcântara
presidente do Sirecom:



Cloves Alcântara,
Emerson Natal e
Laércio Oliveira
(Da esquerda para direita)

AVISO - NORMALIZAÇÃO DE PENDÊNCIAS

O CORE Sergipe, entidade pública federal da administração indireta, fiscalizadora do exercício profissional da Representação Comercial, Agentes de Comércio e Intermediadores de Bens e Serviços, criada pela Lei nº 4.886, de 09 de dezembro de 1965, através do presente, alerta aos representantes que estão em débito, referente às anuidades da Pessoa Jurídica e Física ou do Responsável Técnico, deverão comparecer ao Setor de Cobrança desta entidade, de segunda a sexta-feira, das 08h30 às 16h30, afim de regularizarem as suas pendências.

Esclarecemos que conforme previsto na lei e por determinação do Tribunal de Contas da União, as entidades de fiscalização profissional deverão proceder à inscrição dos débitos na dívida ativa da União, medida preparatória ao ajuizamento da competente Ação de Execução Fiscal, de acordo com o que estabelece a Lei nº 6.830/80.

A Ação de Execução Fiscal poderá acarretar em penhoras de créditos on-line, penhora de faturamento da empresa, penhora de ações, de imóveis, de veículos, etc.

Adv. Júlio César do Nascimento Rabelo - Assessor
Jurídico do CORE Sergipe

QUAL A MELHOR FORMA DE TRIBUTAÇÃO PARA AS EMPRESAS DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL?

Lucro presumido x Supersimples

Atualmente, as empresas precisam fazer um bom planejamento tributário para recolherem seus tributos de forma adequada e legal dentro da legislação aplicável à matéria. Em virtude de tantos desafios tributários e obrigações fiscais, questiona-se: Qual a melhor forma de tributação para as empresas de representação comercial? Vamos analisar o Lucro presumido comparando com o Supersimples para a tomada de decisão das empresas.

Lucro presumido

O Lucro Presumido trata-se de uma forma de tributação simplificada para apuração da Base de cálculo do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre Lucro Líquido das pessoas jurídicas.

O Regulamento do Imposto de Renda, Decreto 3.000/99, em seus artigos 516 ao 528, determinam a sistemática para o cálculo e apuração.

A opção pela sistemática do Lucro Presumido é manifestada pelas empresas mediante o pagamento da primeira quota ou quota única do imposto devido correspondente ao primeiro período de apuração

sendo considerada definitiva para todo o ano calendário.

O imposto com base no Lucro Presumido será determinado por períodos de apuração trimestrais, encerrados pelo contador nos dias 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano calendário. A forma de recolhimento do Imposto de Renda e Contribuição Social devidos e apurados trimestralmente, serão pagos em quota única até o último dia útil do mês subsequente ao fato gerador, podendo ser parcelado, no máximo, em três vezes, sendo que as parcelas não poderão ser inferiores a R\$ 1.000,00, corrigidas pela taxa de juros selic.

Supersimples

O Supersimples, aprovado pela Lei Complementar nº 147 de 07 de agosto 2014, é o sistema de tributação que unifica em uma única guia dos tributos federais, estaduais e municipais. As empresas de Representação Comercial estão incluídas no Anexo VI que possui alíquotas de imposto que variam entre 16,93% a 22,45% de acordo com a faixa de faturamento mensal.

Estudo Comparativo de Percentuais de Tributos Aplicáveis ao Lucro Presumido x Supersimples

Tributos	Lucro Presumido	Supersimples Anexo VI
IRPJ		
Para faturamento até R\$ 120.000,00 anual	2,40%	
Para faturamento superior R\$ 120.000,00 anual	4,80%	
Contribuição Social	2,88%	
Cofins	3%	
ISS – De 2% a 5% de acordo com a Lei Municipal	2%	
Pis	0,65%	
Alíquota para faturamento < R\$ 120.000,00 anual	10,93%	
Alíquota para faturamento > R\$ 120.000,00 anual	10,33%	
Receita Bruta em 12 meses de R\$ 0,00 a R\$ 180.000,00		16,93%



6º CONGRESSO BRASILEIRO DE REPRESENTANTES COMERCIAIS

Desafio - Integração - Inovação

08 a 10 de setembro de 2016 - Iate Clube - Aracaju-Sergipe



INSCRIÇÕES

www.originalpropagandaeeventos.com.br/cbrc



INFORMAÇÕES

www.sirecomse.com.br
[79] 3214-3931
contato@sirecomse.com.br

www.core-se.org.br
[79] 3214-5676
corese@core-se.org.br

Organização



Realização



CORESE

Você sabia que a microempresa de representação comercial é isenta do Imposto de Renda?

Felipe de Souza Silva
Assessor Jurídico do Sirecom Sergipe

É isso mesmo! E essa isenção não é de agora. Ela surgiu com o advento da Lei nº 7256/84, pois institui em seu Art. 11, a isenção de alguns impostos para aquelas empresas consideradas microempresas. No entanto, alguns anos após ser publicada, essa lei foi alterada, entrando em vigor algumas redações dadas pela Lei nº 7713/88, ceifando esse benefício para a quase totalidade das microempresas. Só que, nesta mudança, não foram incluídos os Representantes Comerciais.

Apesar disso, a Receita Federal, ao longo dos anos, cobra o imposto de renda das pessoas jurídicas (ou assim equiparadas) de Representantes Comerciais, erradamente. Infelizmente é difícil entender os motivos que levaram uma classe com um corpo jurídico tão grande a não aproveitar

este benefício (inúmeros são os juristas envolvidos com os Sindicatos, Conselhos Regionais e Conselho Federal desta categoria) e a não buscar o que lhe é garantido por lei desde 1984.

Contudo, como já dito em outras oportunidades, Representantes Comerciais por todo o Brasil, estão ingressando com ações judiciais em desfavor da Receita Federal objetivando a isenção do imposto de renda, bem como a restituição dos valores que foram retidos indevidamente ao longo dos anos. Fique atento e procure seus direitos!

Para mais informações, entrar em contato com o advogado Felipe de Souza Silva: (79) 9937-5016 - e-mail: fsouza-adv@hotmail.com).

INDENIZAÇÃO CONTRATO A PRAZO INDETERMINADO:

Ocorrendo rescisão, por parte do representado, sem justo motivo (art. 35) ao representante é devida indenização cujo montante não será inferior a 1/12 avos do total da retribuição (comissões), devidamente atualizada, auferida durante o tempo em que exerceu a representação (art. 27, "j", c.c. arts.

33, § 3º, e 46).

Exemplo: Representante comercial, com 12 meses de vigência do respectivo contrato, percebeu no período, o valor de R\$ 30.000,00 (valor já atualizado).

Indenização devida = $1/12$ de R\$ 36.000,00 = R\$ 3.000,00

INDENIZAÇÃO CONTRATO A PRAZO CERTO:

Nessa hipótese, a indenização corresponderá à importância equivalente à média, mensal da retribuição (comissões) auferida até a data da rescisão, multiplicada pela metade dos meses resultantes do prazo contratual (art. 27, § 1º). Quanto à atualização dos valores, o legislador é omissor, na hipótese da rescisão antecipada do contrato a prazo certo. Diante dessa omissão, pressupõe-se que os valores que compõem essa indenização não são atualizados.

Exemplo: Representante comercial rescinde o contrato de 6 meses de duração no 3º mês de vigência. Percebeu, no período, comissões no valor de R\$ 6.000,00.

Indenização devida: $R\$ 6.000,00 \div 3 = R\$ 2.000,00 \times 1,5 (*) = R\$ 3.000,00$

(*) 1,5 representam metade dos meses restantes do prazo contratual.

COLUNA JURÍDICA

Guilherme Eduardo Novaretti
Advogado especializado em representação comercial

OS JUSTOS MOTIVOS PARA O REPRESENTANTE COMERCIAL RESCINDIR O CONTRATO COM A REPRESENTADA

Conforme antigo publicado anteriormente, acerca do direito à indenização pelo representante comercial, a qual relembro, é devida em duas circunstâncias: dispensa imotivada pela Representada; ou rescisão por justo motivo pelo Representante.

Os justos motivos para o representante denunciar o contrato de representação comercial, seja o contrato verbal ou escrito, estão previstos nas alíneas do art. 36 da Lei nº 4.886/65, alterada pela Lei nº 8.420/92, conforme destacarei a seguir:

A) Redução da esfera de atividade do representante em desacordo com as cláusulas do contrato:

Essa redução pode ser geográfica, com a efetiva diminuição da área de atividade prevista em contrato ou ainda a retirada, por atitude unilateral da Representada, de um ou mais clientes, que eram atendidos pelo Representante, o que também pode ser considerada uma forma de redução da esfera de atividade.

Com relação ao “desacordo com as cláusulas do contrato”, quando se trata de contrato escrito, fica muito clara a desobediência às cláusulas do contrato, já quando o contrato é verbal, as cláusulas do contrato são os costumes que o tempo se encarregou de formar, como por exemplo, o percentual de comissão é o que sempre foi pago, a área de atuação é aquela em que o Representante sempre visitou, etc.

Vale lembrar que o representante deve contestar qualquer atitude a este respeito e imediatamente após a mesma, pois caso contrário ter-se-á sua aceitação tácita, ou a chamada “boa-fé objetiva”, que é a concordância com uma situação que vem ocorrendo por um longo período.

B) Quebra, direta ou indireta da exclusividade, se prevista no contrato:

Trata-se da exclusividade de área de atuação e para haver a sua quebra é necessário que esta tenha sido concedida ao representante comercial.

Ocorre a quebra de exclusividade em situações em que a Representada nomeia o Representante para representá-la em determinada área, com exclusividade, mas passa a desrespeitar a área do representante, colocando outros representantes ou passando a vender diretamente em seu território.

C) A fixação abusiva de preços em relação à zona do representante, com o exclusivo escopo de impossibilitar-lhe a ação regular:

Há a fixação abusiva de preços em relação à zona do representante quando a representada aumenta o preço de seu produto para determinado representante, com o objetivo de evitar a comercialização de seus produtos e o representante conseqüentemente peça a rescisão do contrato, abrindo mão da indenização assegurada pela lei.

Para a caracterização do aumento de preços com o intuito de lesar determinado representante comercial é preciso verificar se a atitude está voltada a este objetivo, e não os aumentos costumeiros, bem como ter como paradigma a tabela de preço de outros representantes da mesma empresa.

Alguns juristas entendem que essa fixação abusiva do preço pode ser comparada, inclusive, com o concorrente, porém, essa não é a minha opinião, pois se mesmo que o preço do produto esteja fora do praticado pelo mercado, e mesmo assim, esse é o preço que a representada vende o produto em todas as regiões, não poderia comparar-se ao concorrente, pois inúmeros são os motivos que impedem a representada de comercializar determinado produto nas mesmas condições do concorrente.

D) O não pagamento de sua retribuição na época devida:

Trata-se do justo motivo observado com maior freqüência, pois decorre no atraso ou falta de pagamento de comissão.

Qual o prazo para pagar a comissão?

- Se existe contrato, observar o prazo

contratual;

- Se não existe contrato, deve-se observar a data em que a representada costumemente paga as comissões, verificando-se que o art. 32, § 1º, determina que as comissões sejam pagas até o dia 15 do mês posterior ao da liquidação da fatura. Mas antes de aplicá-lo é importante que o representante primeiro notifique a representada para pagar a comissão (deve-se documentar também o recebimento da notificação pela representada), e somente não obtendo êxito, recomendo uma segunda notificação para rescindir o contrato por justo motivo.

Deve-se deixar claro que, na hipótese de atraso no pagamento de comissão, o principal interesse do representante é o de receber a comissão, e não a indenização. Por isso, se os atrasos não forem constantes, indico que primeiro cobre a comissão e, somente não obtendo êxito, é que se deve pedir a rescisão contratual, e cobrar a comissão devida e a indenização legal.

E) Força maior:

A força maior é um justo motivo para o representante comercial pedir a rescisão contratual, pois dela decorre a sua impossibilidade no cumprimento do contrato, mas entendendo que este justo motivo não gera direitos ao representante, pois não decorre de nenhuma atitude lesiva por parte da representada. Como visto acima, são cinco os justos motivos que o representante possui para pedir a rescisão contratual.

Guilherme Eduardo Novaretti - e-mail:
gen.adv@uol.com.br

OBS.: Os e-mails encaminhados devem ser no sentido de sugestão ou indicação de matérias de interesse de todos aqueles que estejam relacionados à atividade de representação comercial, pois não é possível a realização de consultas por e-mail.

VISITA AO CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DE SERGIPE

O diretor para Assuntos de Comunicação Sindical e Capacitação Profissional do Sirecom, Pedro Amarante, fez uma visita de cortesia ao Conselho Regional de Administração de Sergipe (CRA-SE) para troca de informações administrativas sobre o desempenho das instituições, além de parabenizar a instituição pelos 50 anos de fundação. No registro, o presidente do CRA-SE, Carlos Eloy Filho e o diretor de fiscalização do CRA-SE, Moabe Teles.



Carlos Eloy, Pedro Amarante e Moabe Teles



Presidente do Core Sergipe, Emerson Natal, em visita ao presidente da FIES, Eduardo Prado



Diretoria do Core e do Sirecom visitam empresas no interior do Estado em combate à clandestinidade da profissão



Diretoria do Core e do Sirecom em visita ao presidente da ACESE, Wladimir Torres



Reunião do CORE Sergipe



Reunião do Sirecom Sergipe



Vice-presidente da ABAD, Juliano César, e vice-presidente da Fecomércio-SE, Hugo França, visitam estande do Core e Sirecom no Supervendas Sergipe.



Conselheiro do Core e diretor do Sirecom, Pedro Amarante, participa de palestra na Associação Comercial do Rio de Janeiro, que abordou "A Importância do Marco Legal na terceirização de serviços", ministrada pelo presidente da Fecomércio-SE, dep. federal Laércio Oliveira

SERGIPE NA REUNIÃO DO FORÚM SIRECOM BRASIL

O Sirecom Sergipe participou de mais uma reunião do Fórum Permanente dos Sindicatos dos Representantes Comerciais do Brasil (Sirecom Brasil), em Fortaleza-CE. Na ocasião, o grupo discutiu medidas para crescimento e manutenção da perenidade dos sindicatos patronais.



Houve ainda, debate sobre o Simples Nacional, o 6º Congresso Brasileiro de Representantes Comerciais (CBRC), a ser realizado em Aracaju (SE), apresentação do Projeto Piloto de Comércio Exterior, além do intercâmbio entre sindicatos do Fórum.



REPRESENTANTES COMERCIAIS PARTICIPAM DE PALESTRA SOBRE LOGÍSTICA

Iniciativa fez parte das ações do mês do representante

Em celebração ao Dia Panamericano do Representante Comercial, comemorado no dia 1º de outubro, o Conselho Regional de Representantes Comerciais de Sergipe (CORE-SE), em parceria com o Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe (Sirecom), realizou café da manhã seguido da palestra "A importância da Logística na Representação Comercial", ministrada pelo consultor e facilitador do Senac, Marco Antônio Gonçalves. A iniciativa ocorreu no auditório do Core.

Na palestra, o consultor fez uma construção histórica da logística no comércio, além de abordar conceitos e métodos que devem ser utilizados para um trabalho ser realizado com excelência. Explicou também, os tipos de logística, que abrange suprimentos, produção, distribuição e reversa.

De acordo com Marco Antônio, é difícil manter a logística. No cenário atual, pode-se identificar a população crescente, o cliente mais exigente, a globalização, mais pontos de venda e mais ocorrências. "A logística é importante para o representante, pois ele precisa conhecer todo o processo da produção até a chegada ao cliente e consumidor. Além disso, precisa ter conhecimento e

prática quanto aos custos diretos e indiretos", afirmou o consultor.

O diretor-presidente do Core, Emerson Natal, explica que o representante comercial não deve se limitar, mas buscar se qualificar. "Alguns ainda pensam que a logística se refere apenas ao transporte, mas ela começa desde o momento que o profissional sai de casa para visitar um cliente até o momento que a mercadoria chega ao seu destino. O representante precisa conhecer esses conceitos e aplicá-los da maneira correta para conseguir prestar um serviço de excelência ao cliente. Isso contribui para otimizar e mensurar os frutos do trabalho", destacou.



SUSTENTABILIDADE É TEMA DE PALESTRA

Projeto Ecos, coordenado pelo Sesc, busca conscientizar sindicato da Fecomércio



O Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe (Sirecom-SE) recebeu o movimento de sustentabilidade Ecos, que está em notório processo de fortalecimento no Sistema Fecomércio/Sesc/Senac. Uma evidência disso foi a palestra realizada no dia 10 de setembro na sede do Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe – Sirecom-SE). O ECOS, que discorreu sobre sustentabilidade e comunicação, atendeu convite da Fecomércio (Segs) e foi recebido pelo presidente do Sirecom, Cloves Alcantara. Entusiasmado com as propostas de sustentabilidade apresentadas pelas integrantes de trabalho, Alcantara declarou que muitas questões apresentadas o fizeram refletir sobre muitas práticas alinhadas que devem ser alinhadas. “Vamos incentivar este projeto em nosso Sindicato”, disse.

ECOS

Com base no compromisso que as instituições vêm adquirindo a respeito de seus passivos socioambientais, torna-se fundamental a implementação de ações que induzam a mudança de pensamentos, paradigmas, posturas e procedimentos internos, preconizados pelo desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente correto.

Foi para iniciar esse processo de mudança que, em 2010, surgiu o Ecos – Programa de Sustentabilidade CNC-Sesc-Senac. O programa, direcionado ao público interno das três instituições, consiste em um conjunto de ações planejadas e checadas continuamente, para a mitigação dos impactos relacionados às atividades das instituições, que possam representar riscos ao meio ambiente ou à sociedade.

O Ecos tem como missão planejar, propor, executar e apoiar ações que induzam à prática intersetorial e colaborativa da sustentabilidade nas atividades desenvolvidas nos âmbitos da CNC e dos Departamentos Nacionais e Regionais do Sesc e do Senac, com o objetivo de mitigar os impactos socioambientais e otimizar o uso dos recursos das instituições.

Dentre os objetivos gerais estão: incentivar a implantação e o aperfeiçoamento contínuo do sistema de gestão ambiental, integrado aos demais sistemas de gestão da instituição; acompanhar e melhorar, continuamente, os indicadores de sustentabilidade; Otimizar o uso dos recursos disponíveis; dialogar e responder às demandas dos públicos de interesse afetados pelas atividades da instituição; priorizar a compra de produtos e serviços ecologicamente corretos; promover a sensibilização de seus colaboradores internos e externos para atuarem com responsabilidade na conservação do meio ambiente; Incentivar o uso de técnicas ecoeficientes para a construção, reforma ou ampliação da infraestrutura; apoiar o uso de fontes de energias renováveis e menos poluentes; promover a segregação, destinação e tratamento corretos dos resíduos sólidos e líquidos; Fortalecer a integração entre CNC-SESC-SENAC.

SUSTENTABILIDADE



CORESE news
Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de Sergipe



www.sustentabilidade2013.com.br

www.planetasustentavel.com.br

www.sustentabilidade.sebrae.com.br

www.finep.gov.br/inovasustentabilidade/

www.wwf.org.br

TARDE FESTIVA EM COMEMORAÇÃO AO DIA PANAMERICANO DO REPRESENTANTE COMERCIAL

O Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe (Sirecom Sergipe), juntamente ao Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de Sergipe (CORE-SE) realizou uma tarde festiva, na AEASE, em alusão ao Dia Panamericano do Representante Comercial (1º de outubro). Os profissionais representantes estiveram reunidos com familiares e amigos em dia marcado por muita alegria, descontração, música e sorteios. A data já é celebrada desde 1937 pela categoria. Confira os momentos.



CURIOSIDADES

Significado de Termos em Inglês usados em Economia e Mercado

O que significa?

Budget: é um termo da língua inglesa que significa orçamento. É frequentemente utilizado no meio empresarial para designar o orçamento periódico (normalmente anual) feito por uma empresa, onde são inseridas variáveis de custos, receitas e despesas, definindo um plano de contas. O budget é normalmente o plano base para início da atividade produtiva. Através desse plano estratégico, são traçados os objetivos de venda e produção e se consegue fazer uma previsão das condições financeiras durante o período determinado, bem como um planejamento futuro.

B2B: "Business to Business". O comércio de B2B é o comércio eletrônico feito diretamente entre empresas, via Internet, com redução de custos e consequente maior margem nas vendas e menor custo nas compras.

B2C: "Business to Consumers". O chamado B2C é o comércio eletrônico efetuado diretamente entre a empresa produtora e o consumidor final. Em geral o consumidor adquire os produtos a preço mais competitivo pois evita o "atravessador".

Benchmark: Do inglês, ponto de referência ou termo de comparação. É o indicador usado para comparar a rentabilidade entre

investimentos, produtos, serviços e taxas. Um exemplo: as taxas de juro dos títulos de 90 dias do Tesouro americano servem como benchmark para todas as taxas de juro dos EUA.

CEO: Iniciais da expressão em inglês chief executive officer, que significa o diretor-presidente de uma companhia ou seu diretor-executivo mais importante e com maiores poderes.

Commodity: Termo usado em transações comerciais internacionais para designar um tipo de mercadoria em estado bruto ou com um grau muito pequeno de industrialização. As principais commodities são produtos agrícolas (como café, soja e açúcar) ou minérios (cobre, aço e ouro, entre outros).

Holding: Empresa que possui a maioria das ações de outras empresas e que as controla por isso. As multinacionais são exemplo, porque costumam controlar suas subsidiárias espalhadas pelo mundo a partir de uma holding.

Joint Venture - Em inglês esta expressão significa "união de risco". Ela é usada para definir uma associação, ou fusão, de empresas que pretendem ampliar mais sua participação no mercado. Nos últimos anos esta foi a maneira

encontrada por companhias estrangeiras que se uniam às nacionais para entrar no mercado brasileiro.

Marketplace: Marketplace é um local onde se faz comércio de bens e serviços. A palavra é uma junção dos termos ingleses market, que significa "mercado" e place, que significa "lugar". O mercado pode acontecer em um espaço físico (real) ou em um espaço virtual. O termo abrange tanto os mercados de rua (onde os comerciantes montam as suas barracas para venderem os mais variados produtos: carne, peixe, frutas, legumes, etc.), como também o mercado global, o mundo dos negócios. Uma nova tendência de marketplace está voltada para o comércio virtual (através da Internet), também chamado de e-marketplace (letra "e" de eletrônico).

Market share: Expressão em inglês que significa participação no mercado. É a fatia das vendas de um produto que cada fabricante detém. Um exemplo: se o mercado brasileiro de biscoitos é de 5 bilhões de unidades vendidas e um dos fabricantes participa com 3 bilhões de unidades, então ele tem um market share de 60% e é líder deste mercado.

Ciclo de Palestras capacita e informa a categoria



Analista técnica e coordenadora de treinamento,
Gicelma de Souza

Com o objetivo de abordar os benefícios da Previdência Social para a Representação Comercial, a analista técnica e coordenadora e treinamento, Gicelma de Souza, palestrou com a presença do gerente executivo do INSS, José Antônio de Melo. Na ocasião foram apresentados aspectos fundamentais para que a classe contribua corretamente e usufrua dos benefícios disponibilizados aos segurados da Previdência.

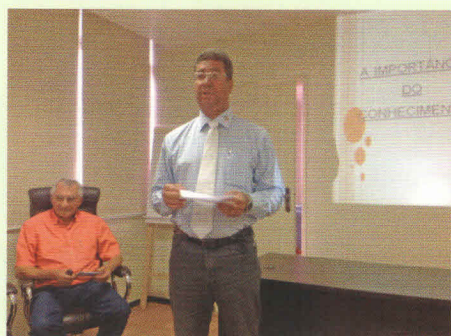


Diretor-presidente do Core, Emerson Natal, o gerente executivo do INSS, José Antônio, e o conselheiro do Core, Pedro Amarante



Representantes e demais profissionais do segmento assistem a palestra

Com o tema "A importância do conhecimento para o profissional de vendas", o representante comercial e diretor suplente do Core Sergipe, Manoel Messias de Mendonça, ministrou palestra que abordou sobre as experiências positivas e negativas, o

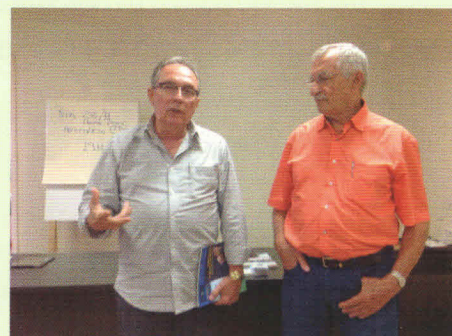


Diretor-presidente do Core, Emerson Natal

comportamento indevido e vícios praticados pelos profissionais de venda, ocorrida no auditório do Conselho. Mendonça é sócio da MREP Representações, empresa com 40 anos no segmento supermercadista.



Diretor suplente do Core, Manuel Messias de Mendonça



Ao lado de Mendonça, o presidente da Associação Sergipana de Supermercados (Ases), João Luiz Oliveira, prestigia a palestra



CONFIRA TODOS OS NOSSOS CONVÊNIO NO SITE
www.core-se.org.br — www.sirecomse.com.br

ANUIDADE 2015 – CORE-SE (RESOLUÇÃO Nº 1.064/2016 – CONFERE)

LEI 12.246, de 27 de maio de 2010

PESSOA FÍSICA R\$ 350,20

Pagamento até 31/01/2016 desconto 20% 280,16

Pagamento até 28/02/2016 desconto 15% 297,67

Pagamento até 31/03/2016desconto 10% 315,18

RESPONSÁVEL TÉCNICO R\$ 175,10

Pagamento até 31/01/2016 desconto 20% 140,08

Pagamento até 28/02/2016 desconto 15% 148,84

Pagamento até 31/03/2016 desconto 10% 157,59

PESSOA JURÍDICA:

CLASSE DE CAPITAL SOCIAL			VALOR ANUIDADE R\$
De R\$ 1,00	até	R\$ 10.000,00	488,60
De R\$ 10.000,01	até	R\$ 50.000,00	586,30
De R\$ 50.000,01	até	R\$ 100.000,00	703,60
De R\$ 100.000,01	até	R\$ 300.000,00	843,30
De R\$ 300.000,01	até	R\$ 500.000,00	1.284,70
Acima de		R\$ 500.000,00	1.913,10

Anuidade Pessoa Jurídica Valor: 488,60 (1ª Classe de Capital Social)

Pagamento até 31/01/2016 desconto 20% 390,88 (capital mínimo)

Pagamento até 28/02/2016 desconto 15%	415,31 (capital mínimo)
---------------------------------------	-------------------------

Pagamento até 31/03/2016 desconto 10% 439,74 (capital mínimo)

Vencimento anuidade 30/04/2016



CORESE
Conselho Regional dos Economistas Comerciais do Estado de Goiás

50 Anos – 1966 – 2016

O Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de Sergipe – CORE Sergipe, instituição criada pela Lei 4.886 de nove de dezembro de 1965, foi fundada em 31 de janeiro de 1966, no salão nobre da centenária Associação Comercial e Empresarial de Sergipe – Acese, no centro da cidade de Aracaju, coincidentemente no mesmo local que, depois de 48 anos de existência, e quatro anos de intervenção, esta diretoria veio a tomar posse.

A entidade teve o representante comercial Sr. Hélio de Araújo Faro como primeiro presidente do Conselho. Ele dirigiu a entidade de 1965 até 1969, sendo substituído pelo representante comercial Gilberto dos Santos, que comandou o Core até 1972.

O terceiro presidente foi o Sr. Aloisio dos Santos, que devido ao falecimento em abril de 1988, assumiu novamente o Sr. Gilberto dos Santos, ficando na presidência até 2009, quando o Core Sergipe esteve sob intervenção do Conselho Federal, até 14 de janeiro de

2014, quando a atual diretoria tomou posse.

De acordo com o atual diretor-presidente do Core, Emerson Natal, tudo que a categoria precisa e reivindica, a gestão busca alcançar com muito trabalho, através de várias ações, dentro do que é permitido por lei, pelas Resoluções do Conselho Federal e pelas Normas do Tribunal de Contas da União – TCU e ainda, considerando o princípio da economicidade e capacidade financeira das entidades.

“Enfrentamos muitas dificuldades, principalmente pela falta de espírito de associativismo que é escasso na nossa grande região Nordeste. Isso é fácil de identificar, enquanto no Sul e Sudeste, temos estados menores ou do mesmo porte de alguns do Nordeste, que possuem oito, dez, ou mais sindicatos da categoria, todos funcionando com grande número de associados. E o que é melhor, participando ativamente”, observa.

Relacionado ao período atual, ele destaca que até que a economia se acomode, a categoria “sabe o que deve fazer, pois já aprendeu em outras épocas, outras crises, pacotes, realinhamentos, mudanças ou correções de rumos”.

1º DE OUTUBRO - DIA PANAMERICANO DO REPRESENTANTE COMERCIAL



Plínio Affonso de Farias Mello
Patrono dos Representantes Comerciais

O Dia Panamericano do Representante Comercial, que é comemorado em 1º de outubro, foi instituído em 1937 num evento em Buenos Aires - Argentina, com o objetivo de analisar e propor mudanças quanto à regularização e a proteção legal dos Representantes nas Américas.

O representante comercial é o grande elemento de intermediação dos negócios, e um verdadeiro desbravador, sendo responsável pelo entrelaçamento de vontades, descobrindo caminhos para as partes e contribuindo

significativamente para o desenvolvimento econômico do País.

Sua importância tornou-se singular e de especial influência, que sua presença na sociedade impunha o devido reconhecimento. Assim, legislou-se sobre essa atividade, advindo, então, a Lei nº 4.886/65, responsável pela regulamentação de tão respeitada profissão.

O projeto oficial foi constituído pelo Ministério da Indústria e Comércio, através da Comissão constante de representantes da Confederação Nacional da Indústria e da Confederação Nacional do Comércio, aprovado pelo Congresso Nacional. A partir daí os representantes comerciais já não constituíam uma classe marginalizada, mas, devidamente reconhecida pela sociedade.

A profissão regulamentada por essa lei (4.886/65) foi aprovada no Congresso Nacional e sancionada pelo presidente Humberto Castelo Branco, a qual recebeu significativas alterações introduzidas pela Lei nº 8.420, de 08 de maio de 1992, sancionada pelo presidente Fernando Collor de Mello, e Lei nº 12.246, de 27 de maio de 2010, sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Parabéns a todos os representantes comerciais do Estado de Sergipe!

Com informações do Conselho Federal dos
Representantes Comerciais – CONFERE

SIRECOM FIRMA PARCERIA COM A PLAMED

Devido à demanda de solicitações para convênio, o Sindicato dos Representantes Comerciais de Sergipe (Sirecom Sergipe), juntamente com o Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de Sergipe (CORE-SE), firmaram parceria com a empresa de saúde Plamed.

Para adquirir o plano, o associado deve estar em dia com a entidade. Ao obter o plano, o representante poderá ter condições e preços diferenciados. Na parceria foi disponibilizado tanto os produtos individuais e familiares, quanto produtos

empresariais, que tem como característica serem mais acessíveis em cerca de 20% dos individuais.

A Plamed disponibilizou um corretor exclusivo para atender os interessados, que devem entrar em contato através do número 9948-8693. No registro, o presidente do Core-SE, Emerson Natal, o gerente comercial regional da Plamed, Ruy Simões e o presidente do Sirecom, Cloves Alcântara.

Plamed

Com mais de 30 anos de atuação em Sergipe, a Plamed

possui uma rede que oferece pronto atendimento clínico e pediátrico 24 horas na Clínica São Camilo, em Aracaju. Há também diversas especialidades médicas e um laboratório de análises clínicas com tecnologia de ponta, e também no interior, com a Clínica Nossa Senhora do Carmo, na cidade de Carmópolis, referência no atendimento médico na região. A Plamed ainda oferece aos seus clientes a maior rede credenciada de médicos do estado, com atendimento médico em casos de urgência através do Sistema Abramge.

Emerson Natal, Ruy Simões e
Cloves Alcântara



transcompras

NOSSO OBJETIVO

SER A MELHOR EMPRESA DE
TRANSPORTE DE CARGAS E
ENCOMENDAS



Sua carga e encomenda com rapidez e segurança

Para os estados: **São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Sergipe, Alagoas e Pernambuco.**
(para maiores informações acesse nosso site www.transcompras.com.br)

Atendemos aos seguimentos:

Automotivos; Alimentícios; Brinquedos/Bazar; Confeções; Cosméticos; Informática e Papelaria; Máquinas e Equipamentos; Materiais para Construção Civil; Químicos; Cargas secas em geral. Também fazemos serviços de Armazenagem Geral, Paletização, Gestão de Estoque, Cross Docking, Coletas Múltiplas, Transporte e Gestão de terceiros. Consultem-nos!

Veja na próxima página nossa empresa recebendo o Prêmio Top de melhor Transportadora no setor de brinquedos



SERGIPE

MATRIZ
ARACAJU/SE
FONE: (79) 3114-4861
FONE: (79) 9932-1345

TODO ESTADO

Capital
Aracaju
N. Senhora do Socorro
São Cristóvão

FEIRA DE SANTANA/BA

UNIDADE
FEIRA DE SANTANA/BA
FONE: (75) 3625-4105
FONE: (75) 9131-5256

Feira de Santana/BA

BAHIA VIA SERGIPE

UNIDADE
ARACAJU/SE
FONE: (79) 3114-4861
FONE: (79) 9932-1345

Esplanada (Só G. Barbosa)
Paripiranga
Rib. do Pombal (Só G. Barbosa)

ALAGOAS

UNIDADE
MECEIÓ/AL
FONES:
(82) 2126-4900
(82) 9 9933-0647

TODO ESTADO

Capital
Maceió
Rio Largo
Satuba

RIO DE JANEIRO

UNIDADE
R. DE JANEIRO/RJ
FONES:
(21) 3299-2727
(21) 9 7965-4300

Duque de Caxias
Niterói
Nova Iguaçu
Rio de Janeiro
São Gonçalo
Nilópolis
Belford Roxo
Mesquita
Queimados

PERNAMBUCO

UNIDADE
RECIFE/PE
FONE: (81) 3972-7400
FONE: (81) 9 9969-4224
Capital

Recife
Jaboatão Guararapes
Cabo Sto. Agostinho
Olinda
Interior
Abreu de Lima
Itapissuma
Igarassú
Camaragibe
S. Lourenço da Mata
Moreno
Aliança
Bezerros
Camutanga
Carpina
Caruaru
Ferreiros
Gloria da Goita
Goiana
Gravata
Ibiranga
Ipojuca
Itambé
Limoeiro
Nazare da Mata
Paudalho
Paulista
Serrinha
Surubim
Timabuba
Vitória Sto. Antônio

BAHIA VIA SALVADOR

UNIDADE
SALVADOR/BA
FONE: (71) 3616-3350
FONE: (71) 3616-3352
Capital

Salvador
Lauro de Freitas
Simões Filho
Interior
Alagoinhas
Amélia Rodrigues
Camaçari
Candeias
Catu
Dias D'Ávila
Madre de Deus
Mata de São João
Pojuca
S. Fco do Conde
S. Sebast. do Passé
Conceição do Jacuípe

BAHIA VIA PAULO AFONSO

UNIDADE
PAULO AFONSO
FONE: (75) 3281-3868
FONE: (75) 8818-8488

Inaja-PE
Jatoba-PE
Petrolândia-PE
Tacaratu-PE
Gloria-BA
Jeremoabo-BA (Retirar PAV)
Rodelas-BA (Retira PAV)
Santa Brígida (Retira PAV)

VITÓRIA DA CONQUISTA/BA

UNIDADE
VIT. DA CONQUISTA/BA
FONE: (77) 3422-8081
Vitória da Conquista

Interior
Aracatu
Brumado
Barra da Estiva
Boa Nova
Cândido Sales
Dom Basílio
Dario Meira
Encruzilhada
Firmino Alves
Floresta Azul
Ibicoara
Ituaçu
Ipiáú
Iguai
Inicui
itororó
Itapetininga
Itambé
Ibicarai
Itabuna
Ilhéus
Itarantim
Jussiape
Jequié
Livramento de N. Sra.
Malhada de Pedra
Manoel Vitorino
Macarani
Maiquinique
Nova Canaã
Planalto
Poções
Potiragua
Rio de Contas
Tanhaçu