

Revista do Representante

Comercial de Minas Gerais

Belo Horizonte Nº 1 - Julho 2016

Uma Publicação do Core-MG (Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de Minas Gerais)
e do Sircom (Sindicato dos Representantes Comerciais no Estado de Minas Gerais)



Projetos Sindicato Itinerante e Core Viajante já estão ampliando a interiorização das entidades em MG e beneficiando toda a categoria

Página 3



Álvaro Fernandes, presidente do Core-MG e do Sircom (foto no alto), está à frente das iniciativas, que reuniram, em Juiz de Fora, dirigentes e representantes da Zona da Mata (acima)

Sircôm amplia convênios na área médica em todo o Estado

Página 4

Contas de 2015 do Core-MG são aprovadas em reunião do Confere

Página 8

Confira artigos sobre queda nas vendas e opções de aposentadoria

Páginas 12 e 14

Nasce a revista do Representante Comercial



Temos a satisfação de apresentar, a toda a categoria dos Representantes Comerciais de Minas Gerais, a nova publicação do Core-MG e do Sircom. Após muitos anos produzindo o Jornal do Representante Comercial, evoluímos o conceito do informativo e estamos lançando a nossa revista.

Utilizando como referência a trajetória do nosso jornal, passamos a veicular, portanto, uma publicação ainda mais moderna, mais atraente e, principalmente, mais informativa, em formato mais agradável de manusear, de ler e de guardar. O projeto gráfico é inovador e dá mais versatilidade à publicação, agora com 16 páginas e maior diversidade de conteúdo.

Temos a certeza de que, já a partir desta primeira edição, nossa revista vai trazer sempre informações úteis a toda a categoria, com base nos serviços prestados e nas ações das duas entidades que dirigimos.

Vale destacar, por exemplo, a reportagem de capa desta edição, que demonstra a nossa determinação no processo de interiorização das entidades a partir dos encontros já iniciados do Core Viajante e do Sindicato Itinerante. A cada evento, vamos mobilizar mais e mais profissionais de todo o Estado, oferecendo mais suporte e serviços aos profissionais da Representação Comercial.

Boa leitura a todos!

Álvaro Alves Nunes Fernandes
Presidente do Sircom e do Core-MG

EXPEDIENTE

Representante

Comercial de Minas Gerais

Sircom: (31) 3071-3400

Rua Bernardo Guimarães, 2004 - Lourdes
Belo Horizonte-MG - CEP: 30140-082
e-mail: sircom@sircom.org.br

Diretoria

Presidente: Álvaro Alves Nunes Fernandes
Vice-Presidente: Antônio José Maciel Ribeiro
1º Secretário: Paulo Torquato dos Santos
2º Secretário: Telles Fantini
1º Tesoureiro: Khalil Nassib Hamzi
2º Tesoureiro: Carlos Evandro Pires
Suplentes: Maurício Afonso A. Ludgero Siqueira, Sidnei Isaias dos Santos, Maurício Rocha de Melo Moreira, Eber Gomes de Paula, Antônio Romeu Soares e Laudemiro Gomes de Sá
Conselho Fiscal (Efetivos e Suplentes): Calimério Simão Rosa, Gilberto Rodrigues Campos, Walter Campolina Alves, Cristina Caldeira Otoni, Carlos José Moreira Cotta e José Carlos da Costa
Delegados Junto à Federação (Efetivos e Suplentes): Álvaro Alves Nunes Fernandes, Antônio José Maciel Ribeiro, Laudemiro Gomes de Sá e José Carlos da Costa

Core-MG: (31) 3071-3300

Avenida Bias Fortes, 382 - 3º e 4º andares - Lourdes
Belo Horizonte-MG - CEP: 30170-010
e-mail: coremg@coremg.org.br

Diretoria

Presidente: Álvaro Alves Nunes Fernandes
Diretor Secretário: Antônio José Maciel Ribeiro
Diretor Tesoureiro: Antônio Romeu Soares
Diretores-Comissão Fiscal: Sidnei Isaias dos Santos, Paulo Torquato dos Santos e Khalil Nassib Hamzi
Diretores Conselheiros: Laudemiro Gomes de Sá, Maurício Afonso Araújo Ludgero Siqueira e Walter Nunes

Delegacias do Core-MG

- **Divinópolis** - Avenida 1º de Junho, 200 - Edifício Faria da Costa, salas 403 e 404 - Centro - CEP: 35500-002 - Fone: (37) 3221-5213
- **Governador Valadares** - Rua Israel Pinheiro, 2801 - sala 717 - Centro - CEP: 35010-130 - Fone: (33) 3272-2116
- **Juiz de Fora** - Rua Fernando Lobo, 102 - Edifício Europa Central Tower, salas 502 e 503 - Centro - CEP: 30016-230 - Telefax: (32) 3215-4142
- **Montes Claros** - Rua Corrêa Machado, 1025 - Edifício Premier Center, sala 602 - CEP: 39400-090 - Fone: (38) 3216-0112
- **Uberlândia** - Rua Coronel Antônio Alves Pereira, 400 - Edifício Executivo, loja nº 11 - Centro - CEP: 38400-104 - Fone: (34) 3235-3543
- **Varginha** - Avenida Rio Branco, 371 - Edifício Júlia Noemi, sala 501 - Centro - CEP: 37002-010 - Fone: (35) 3221-3671

Ponto de Apoio

- **Ceasa (Contagem)** - Rodovia BR 040 - Edifício Minasbolsa, sala 432 - CEP: 32145-900 - Fone: (31) 3393-7724

Coordenação Técnica da Revista

Pedro Paulo Garcia de Carvalho e Angelina Maria Teles Vieira

- **Coordenação Editorial:** Texto & Arte Comunicação
- **Fone:** (31) 3024-1658
- **E-mail:** textoearte.bh@gmail.com
- **Jornalista Responsável:** João Carlos F. Penna - MG 3362 JP
- **Redação:** JCFP e Eliara Santana
- **Designer e diagramação:** Li Ferreira
- **Impressão:** Global Print Editora Gráfica Ltda.
- **Tiragem:** 20 mil exemplares

Projetos Core Viajante e Sindicato Itinerante já estão sendo implantados em diversas cidades mineiras

Já estão em plena fase de implementação em cidades de Minas Gerais os dois novos projetos de interiorização da categoria e de valorização dos profissionais da Representação Comercial lançados pelo Core-MG e pelo Sircom – o Core Viajante e o Sindicato Itinerante. Idealizados pela atual diretoria das entidades, os projetos estão focados, inicialmente, na Zona da Mata, que é uma região com forte atuação de profissionais de Representação Comercial.

Eles foram lançados, em janeiro, na cidade de Juiz de Fora, com a presença da diretoria das entidades, da procuradoria do Core-MG, de colaboradores da delegacia local do Conselho e de Representantes que atuam na região. A próxima etapa dos projetos ocorrerá em Ubá, também na Zona da Mata. Auxiliando na concretização das etapas estão os colaboradores, que passam a atuar como multiplicadores dos

projetos em cidades menores da região, assim como em eventos e feiras que contam com a participação da categoria. Também estarão engajados no projeto, especialmente com o objetivo de aumentar a base de associados e convênios do Sircom, Delegados Regionais nomeados para essa finalidade sindical. A ideia é levar a todos um maior conhecimento sobre a atuação do Core-MG e do Sircom, demonstrando o potencial de atendimento e de prestação de serviço das entidades.

Um exemplo dessa maior capilaridade de atuação ocorreu após o evento de Juiz de Fora. Colaboradores presentes participaram, posteriormente, da Feira de Móveis de Minas Gerais (Femur) e fizeram contatos com profissionais de Além Paraíba e da Cooperativa Nacional dos Representantes Comerciais de Visconde do Rio Branco.

Fotos divulgação



O diretor Antônio José Maciel Ribeiro, o presidente das entidades, Álvaro Alves Nunes Fernandes, e o procurador do Core-MG, Pedro Paulo Garcia de Carvalho, participam do primeiro evento dos projetos, em Juiz de Fora; o próximo encontro será realizado em Ubá



Álvaro Fernandes (ao centro), presidente do Core-MG e do Sircom, coordenou os trabalhos em Juiz de Fora, com a presença de representantes das entidades e de profissionais da categoria

Sindicato Itinerante ajuda a ampliar rede de convênios em diversas cidades de MG

O projeto Sindicato Itinerante vem contribuindo de forma decisiva para que o Sircom coloque em prática uma de suas principais políticas de atuação: a interiorização dos serviços prestados. Esse é um dos destaques do projeto, que visa ainda ampliar a captação de novos associados para fortalecer a sua base em todo o Estado – exceto na cidade de Uberlândia, que conta com entidade própria.

Confira algumas das modalidades de benefícios, que representam economia direta no pagamento familiar dos profissionais da categoria:

- **Convênios naturais:** são muito atrativos e preveem descontos que chegam a até 20% do valor do serviço prestado ou dos produtos oferecidos. Eles incluem segmentos como farmácias e drogarias, hotéis, laboratórios, óticas, odontologia, oficinas mecânicas, entre outros.
- **Convênios especiais:** são ainda mais atraentes que os naturais. Neles, os associados contam com a coparticipação direta e imediata do Sindicato em consultas médicas, que hoje abrangem as seguintes modalidades: ginecologia, pediatria, clínica-geral, cardiologia, ortopedia, oftalmologia, dermatologia e urologia.

Veja um exemplo: O Sircom mantém convênio com o Hospital PHD Pace de Belo Horizonte. O valor da consulta é de R\$ 60,00, mas, pelo sistema de coparticipação, o associado só paga R\$ 24,00 (40%), pois o Sircom arca com 60% do valor total. Além do PHD Pace, esse sistema é mantido também com a LL Medical Center e outras clínicas médicas. Para o interior, a começar pela Zona da Mata, estão sendo formalizados diversos convênios especiais para os associados. Em Juiz de Fora, o Sircom já firmou convênio com a Unimed, que deve se estender também a Ubá.

- **Plano de Saúde:** Além do sistema de consultas, na modalidade coparticipação, o Sindicato investe ainda mais em saúde, disponibilizando também o Plano Unimed BH para os seus associados. O custo de contratação do plano para o associado Sircom é diferenciado e muito atraente. No caso, por exemplo, da contratação direta individual, o desconto na mensalidade pode chegar a 22%.

O mesmo benefício já está sendo expandido para o interior, a começar também pela Zona da Mata, com o Plano Unimed Juiz de Fora. Dependendo do número de associados e dependentes interessados, o desconto pode chegar a 30%.



Confira no site do Sircom a relação completa dos convênios oferecidos em BH e em outros municípios de Minas: www.sircom.org.br

E veja também detalhes sobre a Assessoria Jurídica extrajudicial e judicial oferecida pelo Sindicato, bem como sobre cálculos indenizatórios.

Em feiras, Core-MG defende exercício legal da profissão

O Core-MG esteve presente, recentemente, em destacadas feiras de negócios no interior de Minas. O objetivo foi conscientizar empresas representadas sobre a importância de só contratarem Representantes Comerciais que estejam em exercício legal da profissão – e com o devido registro no Conselho Regional da categoria.

Diretores e colaboradores do Core-MG participaram, por exemplo, de duas edições do Sevar (Super Encontro Varejista), promovido pela Associação Mineira de Supermercados (Amis), em Divinópolis e em Montes Claros, nos meses de abril e maio deste ano. Os encontros têm como objetivo promover a qualificação profissional no interior, facilitar o relacionamento comercial

e, ao mesmo tempo, para o Core-MG, conscientizar os empresários sobre a necessidade de registro no Conselho. O evento reúne centenas de participantes que acompanham palestras, fóruns, oficinas e debates sobre o momento e as tendências do segmento supermercadista e do varejo em geral.

O Core-MG participou também de um dos maiores eventos da indústria do mobiliário do país – a 12ª Feira de Móveis de Minas Gerais (Femur), que ocorreu em maio, em Ubá. O encontro contou com a presença das maiores empresas do setor moveleiro nacional e teve como objetivo realizar negócios, debater estratégias comerciais e definir ações para o fortalecimento do segmento.



Presentes no Sevar, em Divinópolis: João Marcelo Nogueira de Camargos, representante comercial dos Produtos Marina; Joelma Jaqueline, servidora do Core-MG, e Denio Marcio de Lima, supervisor da Cecoti



Marconi Filardi Durante, servidor do Core-MG e responsável pela Regional de Juiz de Fora; José Duriguetto, proprietário da Josandro Móveis; João Marcos da Conceição, representante comercial; Luiz Ribeiro, supervisor de vendas; e Marcelo Marques, representante comercial, na Femur



Presentes no Sevar, em Montes Claros: Joaquim Moreira, coordenador do Sevar/Amis, e Christian Mota de Oliveira, servidor do Core-MG



Eventos, como o realizado em Montes Claros, têm como objetivo realizar negócios e definir ações para o fortalecimento das empresas

Número de registro no Core-MG deve constar de material de propaganda de Representantes

A Procuradoria do Core-MG está alertando a categoria sobre a obrigatoriedade de veiculação do número de registro no Conselho dos Representantes Comerciais (Pessoas Físicas) ou das empresas do setor (Pessoas Jurídicas) no material de propaganda do segmento. Essa obrigatoriedade deve ser observada em todas as peças de divulgação, incluindo cartões de visita, folders ou publicidade em qualquer tipo de veículo – jornais, revistas, sites, rádio e TV. No caso de Pessoa Jurídica, além do número de registro da empresa, deve constar também o número do registro do Responsável Técnico da empresa. A obrigatoriedade está prevista no Artigo 22 da Lei 4.886, que regulamenta o exercício legal da profissão (vide quadro ao lado). Não observar a determinação legal da

indicação do número de registro constitui infração disciplinar, prevista no Código de Ética dos Representantes Comerciais.

O que diz a Lei

Art. 22 (Lei 4.886/1965)

“Da propaganda deverá constar, obrigatoriamente, o número da carteira profissional.

Parágrafo único. As pessoas jurídicas farão constar também, da propaganda, além do número da carteira do representante comercial responsável, o seu próprio número de registro no Conselho Regional.”

Ministério Público Eleitoral atua em conjunto com o Core-MG para tornar infratores inelegíveis

A cada dia, cresce no país o rol de iniciativas envolvendo órgãos públicos com o objetivo de reduzir as possibilidades de cometer infrações que venham a ferir a legislação vigente. Na condição de autarquia federal, o Core-MG não poderia deixar de participar de tais iniciativas.

Um exemplo é o esforço conjunto entre o Conselho e o Ministério Público Eleitoral para identificar eventuais problemas legais com Representantes Comerciais registrados junto ao Core-MG, de modo a enquadrá-los na Lei da Inelegibilidade, também conhecida como

Lei da Ficha Limpa. As infrações devem ferir os preceitos éticos e profissionais do Core-MG.

Na prática, na medida em que o Core-MG identificar alguma infração cometida por Representantes Comerciais registrados, a instituição deve se reportar ao Ministério Público Eleitoral para que o órgão tome as devidas providências para evitar que o infrator possa se eleger para qualquer cargo público do país.

As infrações, portanto, deverão ser informadas à Procuradoria Regional Eleitoral, que tomará as providências para tornar o Representante infrator inelegível.

Core-MG reforça com Amis importância do exercício legal da profissão de Representante

O presidente do Core-MG, Álvaro Alves Nunes Fernandes, esteve recentemente reunido com a direção da Associação Mineira de Supermercados (Amis) com o objetivo de estreitar o relacionamento com os dirigentes do setor supermercadista. A meta é intensificar o processo de conscientização dos empresários do ramo sobre a importância de só atuarem com os Representantes Comerciais que estejam no exercício legal da profissão.

Álvaro Alves reuniu-se com o presidente da Amis, Alexandre Poni, e com o superintendente Antônio Claret Nametala. O procurador do Core-MG, Pedro Paulo Garcia de Carvalho, também participou do encontro.

A direção do Core-MG solicitou à Amis que oriente os compradores das empresas sobre a importância de os Representantes Comerciais estarem regulares e com o registro em dia junto ao Conselho.



Pedro Paulo Garcia de Carvalho, procurador do Core-MG, e o presidente da entidade, Álvaro Alves Nunes Fernandes, foram recebidos pelo presidente da Associação Mineira de Supermercados, Alexandre Poni, e pelo superintendente da entidade, Antônio Claret Nametala

Decisões do Ministério do Trabalho preservam direitos adquiridos do Sircom

Duas decisões recentes do Ministério do Trabalho preservam direitos adquiridos do Sircom, que já vinham sendo exercidos pela entidade, mas que foram motivos de questionamentos, com pareceres favoráveis ao Sindicato.

A primeira delas refere-se à Base Territorial do Sircom, que foi confirmada como sendo os 852 municípios de Minas Gerais, à exceção de Uberlândia – cidade-sede do Sindicato dos Representantes Comerciais de Uberlândia (Sircau). O Ministério do Trabalho indeferiu pedido do Sircau no sentido de fazer uma mudança de bases. As regiões do Alto Paranaíba e do Triângulo Mineiro também foram confirmadas como pertencentes à Base do Sircom.

Outra decisão do Ministério, também favorável ao Sircom, foi a confirmação de que o Sindicato tem a prerrogativa de cobrar e arrecadar a Contribuição Sindical não só das Pessoas Físicas (PF), como também das Pessoas Jurídicas (PJ) que atuam em Minas Gerais. O Ministério derubou a tese defendida pela Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio), junto ao órgão federal, de que a cobrança das PJs deveria ser da competência da Federação.

Dessa forma, o Sircom mantém essas duas prerrogativas, que são de grande importância para a atuação da instituição e para a prestação de serviços de qualidade para a categoria dos Representantes Comerciais.

Confere aprova, sem ressalvas, Prestação de Contas do Core-MG referente ao exercício de 2015

A Prestação de Contas do Conselho Regional dos Representantes Comerciais de Minas Gerais (Core-MG), referente ao exercício de 2015, foi aprovada sem ressalvas pela Plenária do Conselho Federal dos Representantes Comerciais (Confere), em reunião ocorrida entre os dias 28 e 30 de março de 2016. O encontro do Sistema Confere/Cores foi realizado na sede da entidade nacional, no Rio de Janeiro.

A Plenária do Confere seguiu a recomenda-

ção da auditoria interna realizada pela Comissão Permanente de Auditoragem que, após examinar detidamente as contas, recomendou sua aprovação.

O parecer aponta que o Core-MG cumpriu integralmente as normas de contabilidade e gestão impostas pelo Tribunal de Contas da União (TCU) e pela Controladoria Geral da União (CGU). Confira, na página 10, cópia do Certificado de Auditoria emitido pelo Confere.



Fotos divulgação

O presidente do Confere, Manoel Affonso Mendes de Farias Mello, fala durante a reunião plenária da instituição, ao lado do presidente do Core-MG, Álvaro Alves Nunes Fernandes; mais à esquerda, o diretor-presidente do Core-RO, Josias da Silveira França, e à direita, o diretor-tesoureiro do Confere, Rodolfo Tavares

Orçamento de 2016

Na mesma ocasião, foi aprovada também a Proposta Orçamentária do Core-MG para o exercício de 2016. Os documentos comprobatórios das contas e do orçamento foram recebidos pelos delegados da entidade mineira presentes no encontro – o diretor-presidente do Core-MG, Álvaro Alves Nunes Fernandes, e o diretor-secretário, Antônio José Maciel Ribeiro.

Câmara de Mediação

Uma das propostas apresentadas e discutidas na reunião, defendida pelo procurador do Core-MG, Pedro Paulo Garcia de Carvalho, foi a criação de uma Câmara de Mediação para o Sistema Confere/Cores. Ela teria como objetivo agilizar o processo de indenização do Representante Comercial em caso de rescisão de contrato com a empresa Representada. O processo seria formalizado por meio de uma ordem legal e encabeçado pelos conselhos regionais em caso de demandas entre Representantes e Representadas. Esse procedimento evitaria a demanda judicial, simplificando e agilizando o entendimento entre as partes.

De acordo com a Procuradoria do Core-MG, essa iniciativa tornou-se possível a partir de dezembro de 2015, com a aprovação da Lei 13.140. A proposta foi aprovada em plenária, assim como a criação de um grupo de estudo para analisar e viabilizar a implantação dessa Câmara no âmbito de todo o Sistema Confere/Cores.

Campanha de valorização

Ainda na reunião, foi apresentada pelo presidente Álvaro Fernandes a proposta de criação de uma campanha nacional de valorização do Representante Comercial, visando sensibilizar a sociedade e formadores de opinião sobre a relevância da profissão que, em 2015, completou 50 anos de regulamentação. A Plenária acatou a sugestão, com a proposta de analisar os custos e benefícios da campanha.

Adoção de pregão eletrônico

Os presentes analisaram também a questão da necessidade de implantação definitiva dos pregões eletrônicos de licitações em todos os conselhos regionais, a exemplo do que já ocorre em Minas Gerais. A adoção dessa modalidade de licitação é uma obrigação legal determinada pelo TCU e representa, efetivamente, um procedimento de redução de custos nos contratos da administração pública em geral, incluindo autarquias federais, como é o caso dos conselhos regionais. Nesse sentido, o Confere sugeriu que todo o sistema adote, sem demora, a nova modalidade.



Álvaro Fernandes discursa na Reunião Plenária

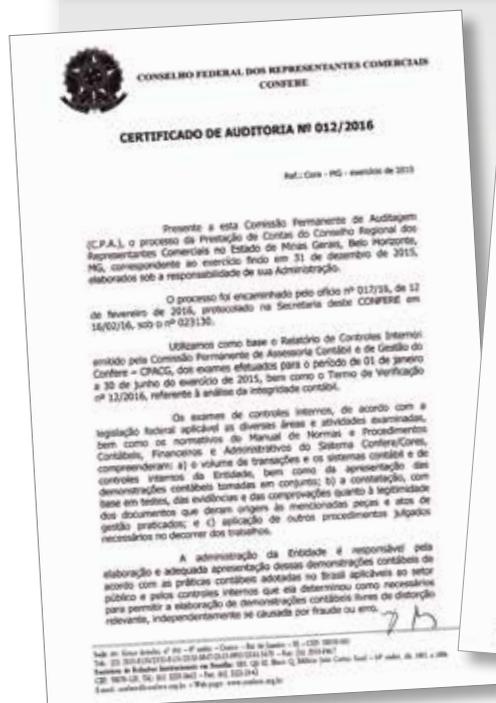


Álvaro, Manoel Affonso e Antônio José na Plenária



Pedro Paulo apresenta proposta à Plenária no RJ

Confira a íntegra dos documentos do Confere



Certificado da Auditoria das contas de 2015 do Core-MG



Resolução aprova Proposta Orçamentária para 2016

Core-MG participa de seminário do TCU sobre transparência e boas práticas nos Conselhos

Três representantes do Core-MG participaram, em 7 de abril de 2016, do Seminário de Transparência e Boas Práticas nos Conselhos de Fiscalização Profissional, promovido pelo Tribunal de Contas da União (TCU). O evento teve como objetivo apresentar os resultados e os próximos passos da auditoria realizada para avaliar o grau de atendimento da Lei de Acesso à Informação pelos Conselhos Profissionais.

O encontro contou com o ministro-relator do TCU, Weder de Oliveira, que esclareceu diversos pontos relacionados à temática em análise. Por parte do Core-MG, estiveram presentes o assessor-financeiro e de Contas, Alair Junior Silva Anjos, o procurador Paulo de Tarso do Nascimento e a secretária-executiva e pregoeira, Marta Rosa Batista.



Equipe do Core-MG: Alair Junior Silva Anjos, assessor-financeiro e de contas; Marta Rosa Batista, secretária-executiva e pregoeira; e Paulo de Tarso do Nascimento, procurador

O exercício profissional da Representação Comercial

Confira abaixo entrevista com o presidente do Core-MG e do Sircom, Álvaro Fernandes, publicada na Revista Gôndola, da Associação Mineira de Supermercados (Amis).

Qual o papel do profissional da Representação Comercial?

Inicialmente, é preciso situar o profissional da Representação antes do Representante Comercial propriamente dito. Até chegar neste termo técnico (Representante Comercial), o homem de vendas ficou conhecido como Cometa, Mascate, Caixeiro-Viajante e Vendedor. Ressalte-se, já nessas considerações inaugurais, que independentemente do tratamento ou nomenclatura, seja qual for a época, estes profissionais foram, são e serão responsáveis por percorrer ruas, bairros, municípios, cidades e estados para oferecer produtos, divulgar o progresso, disseminar culturas e contribuir para o crescimento econômico do nosso país.

O termo Representação Comercial ganhou força com a regulamentação profissional, certificada pela Lei 4.886, de 09 de dezembro de 1965. Reside nesta data o marco histórico da Representação, quando surgiu, legalmente constituída, uma das mais importantes profissões relacionadas ao comércio mundial. E digo isso porque tal importância não fica restrita ao território brasileiro, é de ordem global. No continente europeu, por exemplo, tratada tecnicamente de agência comercial, a profissão também encontra regulamentação especial, aceita de modo uniforme por todos os países da União Europeia.

E o profissional da Representação, ora atuando como pessoa física, de modo autônomo, ora desenvolvendo sua atividade como pessoa jurídica, através de uma sociedade de representação comercial, tem papel primordial na circulação de produtos e mercadorias em todos os cantos do território nacional. É o seu papel fundamental, por meio do exercício natural da sua profissão, servir de elo entre a indústria e o comércio, entre o atacado e o varejo. Sem o Representante Comercial, a produção industrial e as mercadorias do atacado estariam fadadas a encalhar no seu ponto de origem. O homem de vendas, profissional habilitado e consciente do seu papel, tem singular relevância na cadeia de distribuição. É ele o agenciador, o mediador, o intermediador de negócios. É ele a face e a voz da empresa representada.



Álvaro concede entrevista para a Revista Gôndola

O que significa a Representação Comercial como profissão regulamentada?

Conforme já registrei, a regulamentação da profissão, no encerrar do ano de 1965, veio através de lei especial (Lei 4886/65), sancionada pelo Presidente Castelo Branco. Muitas foram as dificuldades enfrentadas para chegar à regulamentação. Todas foram derrubadas, especialmente por um seleto grupo de profissionais de vendas da época, apoiados por um corpo de profissionais do direito. A partir daí, os Representantes Comerciais já não constituíam uma classe marginalizada, mas, devidamente reconhecida pela sociedade, com direitos e deveres a serem observados pelo contratante (empresa representada) e pelo próprio Representante Comercial.

Como direitos, é possível destacar vários, a exemplo do foro privilegiado para discussão de pendências do contrato de Representação Comercial, já que a justiça responsável é aquela do local da residência do Representante Comercial, bem como a classificação do crédito a receber da Representada em caso de falência, já que é considerado crédito trabalhista e, assim sendo, recebe o Representante junto com o empregado da empresa falida. Outro direito de singular relevância é a indenização devida na rescisão contratual. Neste ponto, ressalte-se que é a única categoria regulamentada que, exercendo com autonomia sua atividade, goza de significativo benefício indenizatório. Nenhuma outra categoria regulamentada (contadores, médicos, engenheiros, odontólogos, administradores, etc) tem tal privilégio. E tudo isso graças à regu-

lamentação e, evidentemente, graças à existência legal do Conselho habilitador e fiscalizador.

E como deveres, dois merecem destaque. O primeiro diz respeito à obrigatoriedade de registro no Conselho, neste caso, os Representantes Comerciais que exercem a profissão no território mineiro devem manter registro regular no Core-MG. Só o registro concede legitimidade ao exercício da Representação Comercial e só o registro profissionaliza a atividade do Representante. Não é profissional, por falta de legitimidade, o Representante que atua sem registro. Ressalte-se: o Representante registrado goza dos direitos acima elencados e de muitos outros. Quanto ao segundo dever, natural às profissões regulamentadas, diz respeito à ética profissional. O exercício da Representação deve ser baseado na ética, a exemplo de ter o profissional que conduzir-se sempre com lealdade nas relações com clientes, representadas e colegas, bem como ter que zelar pelo prestígio da categoria e pela dignidade de sua profissão, conforme literalmente consta no nosso código de ética.

Neste contexto, cabe registrar minha opinião, de cunho pessoal, mas que se fundamenta em mais de três décadas de experiência: a valorização da Representação Comercial, que tanto buscamos, passa, necessariamente, pelo registro no Core e pela ética profissional.

No contexto da regulamentação, qual o papel e a atuação do Core-MG?

Antes de qualquer consideração acerca do papel e atuação do Core-MG, é preciso deixar registrada a sua natureza jurídica. Trata-se de uma Autarquia

Federal, pessoa jurídica de direito público integrante da Administração Pública Indireta. Portanto, o Core não é associação, não é sindicato, fundação e nem instituto. Tem natureza autárquica e suas contas estão sujeitas à fiscalização do TCU (Tribunal de Contas da União), assim como o seu corpo de colaboradores está sujeito à aprovação em concurso público.

Bem, esclarecida a natureza do Core-MG, passemos ao seu papel fundamental e de ordem legal, traduzido justamente na habilitação e fiscalização do exercício da Representação Comercial. Não haveria a Representação se não existisse o Conselho. O exercício da atividade passa, obrigatoriamente, pelo crivo do Core. Neste sentido, temos de habilitar o profissional para que o mesmo possa exercer a Representação Comercial e, ato contínuo, fiscalizar para que o mercado tenha apenas Representantes verdadeiramente profissionais.

Quanto à atuação, principalmente em prol de benefícios para a categoria, esta se faz em parceria com o Sircom – Sindicato dos Representantes Comerciais no Estado de Minas Gerais, pois, reside no Sindicato, a função de trabalhar na busca de ofertar benefícios para a categoria. Assim, dentre os vários benefícios, elencamos alguns: Plano de Saúde com desconto de até 22%; Clínicas Médicas com atendimento, onde 60% do valor das consultas é pago pelo Sindicato; Assessoria Jurídica extrajudicial sem custo; Laboratórios, Drogarias, Oficinas Mecânicas e Serviços Contábeis com descontos relevantes; Indicação de Representadas (balcão de oportunidades). Basta fazer as contas para se associar. Neste caso, como presidente, posso garantir, é compensador participar do Sircom.

Novas possibilidades de aposentadoria pelo INSS

Marcello Antonio Figueiredo^(*)

O Regime Geral de Previdência Social, administrado pelo INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) ao longo dos anos, vem sofrendo alterações significativas, principalmente no que se refere aos requisitos para aposentadoria.

A primeira grande reforma aconteceu com a promulgação da Emenda Constitucional nº 20, de 15 de dezembro de 1998.

A citada emenda aboliu a aposentadoria

por tempo de serviço, passando a exigir efetivo tempo de contribuição.

Para os homens, exigiu tempo mínimo de 35 (trinta e cinco) anos de contribuição. Para as mulheres, passou a exigir o mínimo de 30 (trinta) anos de contribuição.

No entanto, o fator idade não alterava, em nada, o valor do benefício, ou seja, bastava o segurado completar o tempo de contribuição

para se aposentar com proventos integrais.

Com o advento da Lei 9.876, de 26 de novembro de 1999, o fator idade passou a influenciar diretamente no cálculo da aposentadoria ante a criação do repudiado Fator Previdenciário.

Dessa forma, o cálculo do valor do benefício passou a ser realizado mediante a média aritmética atualizada de 80% (oitenta por cento) dos maiores salários de contribuição do período contributivo compreendido entre julho de 1994 até o mês anterior à data do requerimento, multiplicado por um redutor denominado fator previdenciário, para que a renda mensal seja proporcional à expectativa de sobrevida.

O cálculo da expectativa de sobrevida é obtido a partir da tábua completa de mortalidade construída pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), considerando-se a média nacional única para ambos os sexos.

Assim, em regra, o segurado homem que queira se aposentar antes dos 65 (sessenta e cinco) anos ou a segurada mulher que queira se aposentar antes dos 60 (sessenta) anos terá seu benefício reduzido em virtude da incidência do fator previdenciário.

Ao longo dos últimos anos, vêm sendo discutidas fórmulas alternativas que pudessem substituir o fator previdenciário.

No início de 2015, o Congresso Nacional, aproveitando-se de uma Medida Provisória editada pela Presidenta Dilma, conseguiu aprovar um texto de lei que criava uma fórmula alternativa ao fator previdenciário.

Tal fórmula ficou conhecida como fator 85/95, ou seja, o homem, para se aposentar com proventos integrais, necessitaria atingir 95 pontos mediante a soma de sua idade com o tempo de contribuição, e a mulher necessitaria de 85 pontos.

Essa fórmula foi parcialmente modificada pela Presidenta Dilma por meio da Medida Provisória nº 676/2015, a qual foi transformada na Lei nº 13.135, de 17 de junho de 2015.

Da forma como foi aprovado, o segurado homem necessita ter, no mínimo, 35 anos de contribuição, e a segurada mulher necessita ter, no mínimo, 30 (trinta) anos de contribuição.

Exemplificando, o homem precisa ter 60 anos de idade com 35 anos de contribuição ou 59 anos de idade com 36 anos de contri-



Marcello analisa a legislação vigente

buição, e assim por diante.

Esclarece-se que esse fator é progressivo, sendo que em 31 de dezembro de 2018 passará para 86/96 pontos; em dezembro de 2020 para 87/97 pontos; em dezembro de 2022 para 88/98 pontos; em dezembro de 2024 para 89/99 pontos e em dezembro de 2026 para 90/100 pontos.

Diante desse cenário, verifica-se que tal fórmula é transitória, tendo prazo de validade, ou seja, somente beneficiará os segurados que se aposentarem até 2025.

Após essa data, dificilmente algum segurado se beneficiará dessa fórmula, pois sempre terá que contribuir por mais de 35 anos, se homem, ou 30 anos, se mulher, para ser beneficiado pela fórmula.

Isso nos leva a crer que, pelo andamento das reformas previdenciárias, a pretensão do governo brasileiro seja de que os segurados se aposentem apenas por idade, e cada vez mais velhos.

O que se espera, em contrapartida, é que o governo dê mais qualidade de vida aos brasileiros para que possam desfrutar de suas aposentadorias com tranquilidade.

(*) Advogado, pós-graduado em Direito Previdenciário

O que fazer para reverter 40% de queda nas vendas

Raul Candeloro^(*)

Uma das apresentações mais comentadas do Circuito VendaMais 2015, nosso evento online de vendas, foi justamente minha palestra falando sobre como lidar de maneira proativa em relação à crise.

A imagem que tenho usado é a do iceberg, onde uma pequena parte fica para fora, mas a grande massa está abaixo d'água, invisível. Se você olhar apenas aquela ponta exterior, não entende o quão imenso é o iceberg.

Mesma coisa com a economia brasileira: se temos retração de 3% do PIB, significa que 97% continuam lá. Só para você ter uma idéia, esses 97% representam 5.335 trilhões de Reais. Eu não sei você, mas para mim, trilhão é MUITO. E 5 trilhões é 5x muito!

E aí vem a pergunta: onde está seu foco? Na parte do PIB que sumiu (que é o que a mídia e as pessoas de baixa performance gostam de enfatizar)? Ou na imensa parte que continua girando?

Sim, eu sei: você pode argumentar que as vendas de alguns setores caíram muito mais. E é verdade. Mas também, de novo, é uma questão de foco.

Veja o exemplo que tenho dado em palestras e treinamentos – lembrando que é só um exemplo fictício, para ilustrar a forma de pensar e resolver o 'problema' da queda nas vendas.

Cenário anterior, quando tudo estava razoavelmente bem:

- 10 contatos/dia
- 4 fechamentos
- R\$ 1.000/venda
- Total: R\$ 4.000/venda por dia

Cenário atual, com queda nas vendas:

- 9 contatos/dia
- 3 fechamentos
- R\$ 800/venda
- Total: R\$ 2.400/venda por dia

Note que as vendas caíram 40%. Se você olhar apenas essa parte do problema, ficará extremamente preocupado/a, ansioso/a, deprimido/a. Talvez ache até que não consegue reverter a situação.

Mas uma coisa que eu sempre enfatizo é que o resultado final é CONSEQUÊNCIA (quem já fez

o meu Alta Performance em Vendas e o GEC sabe que falo dos 3 Cs). E consequência a gente não controla. Consequência é resultado, e resultado a gente não controla.

Então, precisamos analisar as CAUSAS dessa consequência, desse resultado. No nosso exemplo acima, se olharmos os indicadores de performance, notaremos rapidamente que:

1. Tivemos uma queda de 10% no número de contatos.
2. Tivemos uma queda de 40% para 33% no índice de conversão/fechamento.
3. Tivemos uma queda de 20% no ticket ou venda média.

A soma de tudo isso é o resultado desastroso de queda de 40% nas vendas. Só que quando abrimos esse 'resultado desastroso' e analisamos o porquê, as causas, começa a ficar claro O QUE podemos fazer para reverter isto. É o nosso terceiro 'C', de CAMINHO.

E é justamente no caminho que temos CONTROLE (mais um C!). É aqui que pessoas de alta performance pensam, decidem e agem.

Começamos analisando as Consequências, descobrimos as Causas e aí desenvolvemos e aprimoramos o Caminho para alterar positivamente as Consequências. São os 3 C's.

Note como isto é útil, prático e poderoso quando faço o exercício com vendedores e pergunto:

- O que vocês fariam para aumentar o número de contatos e reverter essa queda de 10%?
- O que vocês fariam para melhorar esse índice de conversão e aproveitar melhor as oportunidades?
- O que vocês fariam para elevar o valor das vendas?

TODOS ELES/ELAS sabem responder! Fiz o exercício inúmeras vezes nos últimos meses, e os resultados são impressionantes.

O mais interessante é a reação motivada das pessoas, que finalmente descobrem que podem sim alterar e influenciar seus resultados e, assim, ter controle da sua vida.

Algumas idéias rápidas que surgiram nas reuniões de 'toró de parpite' (brainstorms) que fizemos em eventos in company e palestras abertas:

1. Criar "combos" de produtos/serviços (opções: + popular com outro, + barato com outro,

- maior margem com outro, + novo - lançamento - com outro).
2. Investir em novos canais de prospecção/comunicação e até de vendas (mídias sociais, por exemplo).
 3. Treinar a equipe de vendas (fornecedores/parceiros podem ajudar com patrocínio e verba).
 4. Pesquisa com clientes – quais os segmentos mais prósperos?
 5. Pesquisa de mercado com concorrentes – blindagem contra a concorrência.
 6. Pesquisa com ‘não vendas’ – clientes que entraram em contato mas não compraram (chamo isso de pós-não vendas).
 7. Pesquisa com clientes inativos – o que os motivaria a comprar + irritadores.
 8. Criar e/ou lançar novos produtos/serviços com preço menor mas margem MAIOR.
 9. Aumentar número de contato com clientes (atendimento/relacionamento).
 10. Criar novas segmentações de público-alvo (subnichos de clientes – o nicho do nicho).
 11. Eventos para fidelização e prospecção de clientes.
 12. Palestras para clientes e prospects.
 13. Parcerias com outras empresas (você me promove e eu promovo você).
 14. Campanhas de vendas para a equipe comercial com pontos por venda de mix.
 15. Campanhas de compras para clientes (milhagem, pontos, estímulo à recompra/volume).
 16. Criar um funil automático de reativação de clientes inativos (e-mail, carta, telefone, visita).
 17. Mapeamento de oportunidades (analisar mix de compra dos clientes e propor produtos/serviços que eles ainda não compram).
 18. Cadastrar e acompanhar TODO e QUALQUER contato de venda (para poder fazer muitas das coisas que comentamos acima).
 19. Contratar novos vendedores, com perfil diferente, e desafiá-los a pensar de maneira diferente, argumentar de maneira diferente, vender de forma diferente.
 20. Criar um calendário de lançamento de novos produtos/serviços (mostrar aos clientes que não está parado).
 21. Estimular testemunhas e depoimentos de clientes satisfeitos.
 22. Estimular indicações (clientes indicando possíveis clientes).
 23. Estimular sugestões de melhoria de processos.
 24. Estimular sugestões de lançamentos.
 25. Venda estilo assinatura, com entregas programadas.
 26. Criar categorias de clientes (prata, ouro, diamante) com lista de benefícios para cada categoria e estimular clientes a subirem de categoria (baseado em volume de compras, frequência de compras e mix de produtos/serviços).
 27. Buscar ter 100% de disciplina para execução com excelência, criar uma rotina diária e semanal produtiva.
 28. Criar um concurso ou competição de melhores práticas e certificar clientes de alguma forma.
 29. Campanhas de Marketing do Bem (campanhas onde uma parte do faturamento/vendas é doada para uma causa social nobre).
 30. Dar um desconto futuro (voucher ou vale para desconto na próxima compra).
- Note que você não precisa fazer todas elas. Por algum motivo ou outro, pode ser que várias delas não se apliquem à sua realidade.
- Pode ser também que algumas delas você já esteja fazendo. Parabéns!
- Aí vem a pergunta: quantas delas poderiam ser adaptadas ou diretamente aplicadas rapidamente na sua empresa? Aposto que, pelo menos, 2 ou 3. E muitas vezes não precisamos mais do que isso para reverter resultados (e até melhorá-los!).
- É tudo uma questão de atitude e de foco na solução do problema, não no problema.
- Foco no que você tem **CONTROLE**.
- Se quisermos realmente melhorar os resultados, as consequências, temos que entender **COMO** isso aconteceu, de onde surgiu (as causas).
- Se uma árvore tem frutos pequenos, não adianta reclamar dos frutos. Precisa olhar para a raiz, para o tronco, para os galhos. Tem que fazer o caminho inverso e ir à fonte do problema.
- Em vendas é o mesmo.
- Consequência
 - Causa
 - Caminho
- Minhas perguntas-desafio para você este mês:
1. Qual (ou quais) dessas 30 idéias vai colocar em prática? (Já faça um 5w2h e faça direito!).
 2. O que você colocaria de novo nesta lista? Tem alguma coisa a mais que poderia recomendar para aumentar contatos, conversões, ticket médio?
- PS.: Isso é o que fazemos aqui na VendaMais com nossos treinamentos e workshops. Caso tenha interesse em que façamos esse trabalho com sua equipe, é só avisar. Adoramos ver as vendas de nossos clientes aumentando enquanto o mercado está caindo.

(¹) Administrador de empresas com MBA nos EUA, autor de diversos livros sobre vendas e palestrante

Posto de apoio da Ceasa mantém toda estrutura de suporte aos Representantes Comerciais de MG

Os Representantes Comerciais que atuam na CeasaMinas (Centrais de Abastecimento de Minas Gerais) continuam contando com toda a estrutura do posto de apoio do Core-MG na central de comercialização. Os profissionais da área contam com sala, estrutura de trabalho com acesso à internet e pessoal de apoio para facilitar e agilizar as atividades dos Representantes em atividade. Se você é Representante Comercial com atuação na Ceasa, não deixe de contar com a estrutura disponível.



O movimento na Ceasa é sempre intenso, e o posto do Core-MG dá todo o suporte para os profissionais de Representação Comercial que atuam no local

Saiba mais sobre os serviços oferecidos pelo Core-MG e pelo Sircom. Acesse os sites das entidades:



www.coremg.org.br / www.sircom.org.br

