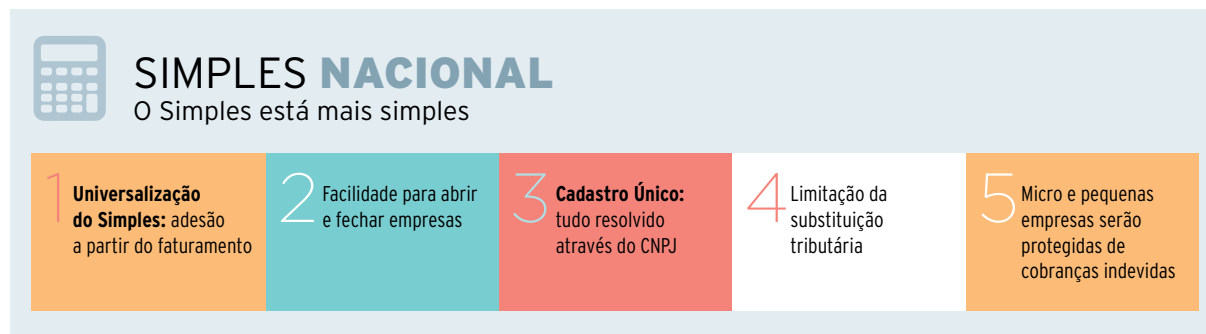


## Novo Simples: mais uma conquista significativa

Saiba o que muda após a aprovação da lei que altera o Simples Nacional.



Adaptado do infográfico disponível em [www.goo.gl/abY8m0](http://www.goo.gl/abY8m0)

Busca contínua de melhorias no setor de lavanderias. É em favor dessa causa que o Sindilav trabalha incessantemente. No dia 7 de agosto, uma das várias leis que pautavam as lutas do Sindicato foi sancionada pela presidente Dilma Rousseff: A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa liberou o acesso de organizações que faturam até R\$3,6 milhões/ano ao Simples Nacional. Além disso, todas as categorias - exceto aquelas que fornecem bebidas alcoólicas e tabacos - podem ingressar nessa modalidade tributária. Antes, apenas alguns segmentos tinham esse direito. A previsão é que mais de 450 mil empreendimentos façam adesão ao Programa e, com isso, economizem até 40% no pagamento de tributos. O Novo Simples prevê a criação de um cadastro único por CNPJ, que, por dispensar os demais cadastros, irá desburocratizar todos os processos para abertura, manutenção e fechamento das empresas.

Além disso, a mudança também prevê a disciplina para a questão da substituição tributária - aquela que obriga o empresário a pagar o ICMS dos produtos mesmo antes de revendê-los, causando insegurança e, muitas vezes, prejuízo. Alguns segmentos como vestuário e confecções, couro e calçados, brinquedos, decoração, cama e mesa, produtos óticos, implementos agrícolas, artigos para esporte, instrumentos musicais, papelaria, alimentos, materiais de construção, bebidas não alcoólicas e olaria estarão isentos.

Um "Simples de Transição" também faz parte dos planos do Governo, já que é necessário criar um meio termo para que os empresários não sejam muito impactados quando suas empresas crescerem e precisarem sair do Programa. A expectativa é de que o faturamento limite também seja reajustado anualmente para acompanhar a evolução econômica do país e não prejudicar as empresas.

A lei que prevê as mudanças no Simples Nacional entrará em vigor em 2015, e até lá novas adequações poderão ser implantadas, já que a Secretaria da Micro e Pequena Empresa (SMPE) encomendou pesquisas à Fundação Getúlio Vargas, Universidade de São Paulo e ao Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper), para rever toda a tabela de tributação e avaliar os impactos na arrecadação.

Para ajudar o empresário que tem dúvidas sobre o Novo Simples e não sabe até que ponto essas mudanças podem ou não beneficiá-lo, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) lançou uma calculadora online. Através dessa ferramenta, os novos segmentos amparados pela lei podem fazer uma comparação e descobrir qual dos regimes tributários melhor atende ao perfil da organização em que atuam: Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real.

Para utilizar a calculadora, acesse: [www.goo.gl/7zQKpu](http://www.goo.gl/7zQKpu)

# O 13º vem aí

*Se sua empresa não se preparou para essa despesa, ainda há tempo.*

O fim do ano vai se aproximando e, com ele, a satisfação dos funcionários que aguardam ansiosamente pelo 13º salário. Para as micro e pequenas empresas, no entanto, esse tema pode ser um fator de preocupação, caso esse custo não tenha sido corretamente planejado.

Nunca é tarde para começar. O ideal mesmo segundo Ivan Hussni, diretor-técnico do Sebrae SP, é que as empresas se preparem desde o início do ano, reservando um fundo fixo no fluxo de caixa para esse fim. É uma forma de pagar o 13º em 12 parcelas. Contudo, para as empresas que não fizeram esse planejamento, é recomendável que comecem o quanto antes.

## O QUE NÃO DEVE SER FEITO

Por não terem se planejado, muitas empresas recorrem ao empréstimo para fazer o pagamento do 13º salário aos funcionários. No entanto, os juros desse crédito não estão incluídos no preço dos produtos e, por isso, podem reduzir o lucro da empresa.

Se, contudo, não houver alternativa, recomenda-se que o empresário faça uma pesquisa e busque as menores taxas de juros. O número de parcelas também deve ser o menor possível, para que a empresa não vire o ano acumulando despesas.

Feito isso, deve-se levar essa situação como um aprendizado para que seja feito um planejamento nos próximos anos, e para que esse erro não aconteça novamente. São esses fatores que prejudicam o bom andamento da empresa. Em caso de dúvidas, recomendamos investimentos em cursos de capacitação para melhor gerenciamento das finanças.

Fonte: [www.goo.gl/SfMYMJ](http://www.goo.gl/SfMYMJ)



EDITORIAL

## O PIB e as lavanderias

O PIB brasileiro, que é o principal indicador de desempenho econômico que soma as riquezas produzidas nas regiões em um determinado período, tem registrado baixas significativas, e ultimamente apresentado índices pouco animadores.

De acordo com os economistas, o país está entrando na chamada recessão técnica da atividade econômica, devido à queda em dois trimestres seguidos.

Outro dado importante é o declínio no índice que mede a atividade de gerentes de compra do setor de serviços no Brasil, que caiu de 50,2 em julho deste ano, para 49,2 em agosto, traduzindo o menor nível em vinte e três meses.

A grande pergunta é como esses fatos podem refletir no mercado de lavanderias e de que maneira.

Significa muito, pois nosso movimento gravita em função do poder aquisitivo da população, e a combinação de vários fatores como inflação em alta, medo do desemprego e o alto grau de endividamento das pessoas afugenta potenciais consumidores, levando-se em conta que somente 4% da população economicamente ativa brasileira utiliza serviços de lavanderia.

Nosso setor é composto por lavanderias domésticas, consumidor final e decoração, jeans, hospitalar, hotel, motel e restaurante, roupas profissionais, panos industriais e EPIs, sendo que todos, indistintamente, estão sentindo queda no movimento e pressão nos custos.

A esperança é que, qualquer que seja o vencedor das próximas eleições presidenciais, o eleito consiga colocar o Brasil novamente no caminho do crescimento econômico. No entanto, 2015 já se desenha como um ano que não será nada fácil. Aconselhamos aos empresários do nosso setor muito cuidado e prudência na administração das suas empresas.

**José Carlos Larocca**  
Presidente do Sindilav

# Governo lança site para reclamações

*Empresas devem ficar atentas a mais um canal de comunicação com seus consumidores.*

O consumidor é como o termômetro que indica o estado de saúde da sua organização. Por isso, uma reclamação não pode ser ignorada. Ao contrário, deve ser compreendida, respondida e solucionada o quanto antes, para que o cliente saiba que o compromisso da empresa com sua satisfação é prioridade.

O Governo Federal acaba de lançar um site que vai unificar as reclamações de consumidores e empresas para tentar simplificar o processo de resolução dos problemas, tornando-o mais ágil, eficiente e transparente.

No **consumidor.gov.br** os cidadãos podem acessar formulários de contato direto com as empresas cadastradas e registrar ali as suas reclamações. As organizações, por sua vez, têm até 10 dias úteis para respondê-las. O diálogo - exceto os dados pessoais do usuário - fica aberto ao público para que todos possam acompanhar a situação. Isso ajuda a manter a transpa-

rência e o compromisso em solucionar cada caso. Após o atendimento, o usuário dará nota (de 1 a 5) à empresa que o atendeu, gerando um ranking público para classificar as organizações e para verificar as melhores e piores colocadas.

Estudos do governo brasileiro apontam que 62% dos consumidores não costumam fazer reclamações quando enfrentam problemas nas relações de consumo. Dos que reclamam, apenas 11% procuram o Procon e outros 9% publicam seu descontentamento nas redes sociais. Um dos principais motivos que fazem com que eles não procurem os órgãos responsáveis é a falta de perspectiva com relação à solução do problema enfrentado.

Vale lembrar que o site não substitui os trabalhos dos Procons, mas amplia o acesso aos órgãos de defesa, em favor do consumidor.

Para conhecer e utilizar o site acesse: **consumidor.gov.br**



# Para você que está começando agora

*Oito passos fundamentais para seguir na hora de escolher o ponto comercial.*

Quem deseja empreender sonha muito e isso é bom. Mas é preciso ter cuidado para que os sonhos não atrapalhem na hora de tomar decisões cruciais para o sucesso do negócio, como o ponto comercial da lavanderia, por exemplo.

A Exame PME publicou uma matéria com 8 dicas para quem vai escolher um ponto comercial. Nós gostamos da ideia e vamos reproduzir\* essas dicas aqui, adaptadas ao nosso cenário, porque as consideramos úteis e atemporais. Acompanhe:

## 1. PESQUISANDO O PÚBLICO

Procure saber como é o fluxo de pessoas na região que você pretende abrir seu negócio. Se essas pessoas costumam ou não demandar serviços das empresas da região. Se possível, pesquise o valor médio que essas pessoas gastam em seus pedidos.

## 2. COMO É O COMÉRCIO NA REGIÃO SOB O OLHAR DOS COMERCIANTES?

Conversar com quem já trabalha na região de interesse pode dar uma boa noção do lugar, além, é claro, de dar boas pistas sobre as brechas existentes, mostrando onde exatamente sua empresa pode investir para conquistar o público, através do diferencial.

## 3. QUE TIPOS DE LICENCIAMENTOS VOCÊ VAI PRECISAR?

Algumas atividades comerciais são proibidas em determinadas regiões. Certifique-se de que você poderá abrir uma lavanderia ali. Certifique-se também se a infraestrutura do local será adequada. Caso precise fazer adaptações, calcule-as e tenha certeza de que valerá a pena.

## 4. FOCO NOS ESTUDOS

Existem pesquisas que podem ser muito úteis para te auxiliar nessa escolha. Estudos mostram informações do mercado, orientações geográficas, informações sobre a população, renda, hábitos e muito mais. Invista no estudo dessas pesquisas e sempre confira a fonte para garantir que elas são idôneas.

## 5. SEU SERVIÇO VAI SER SEMPRE UTILIZADO PELOS CLIENTES DESSE LUGAR?

A sazonalidade determina os produtos e serviços que vendem mais em determinadas épocas do ano. Certifique-se de que esse local não oferecerá longos períodos de baixa demanda, para que a sua empresa não seja prejudicada.

## 6. MINHA EMPRESA ATENDERÁ AS EXPECTATIVAS DAQUELA REGIÃO?

Verifique se o lugar que você escolheu precisa de uma lavanderia. Se for constatado que as pessoas daquela região não utilizam nem pretendem utilizar esses serviços, procure outro ponto.

## 7. É UMA BOA LOCALIZAÇÃO?

Lavanderias possuem serviço de entrega. E o cliente também precisa chegar facilmente até a sua empresa. Sendo assim, verifique as vias de acesso ao local, se há lugar para estacionar, se existem saídas rápidas para facilitar a logística. Se o lugar for de difícil acesso, isso será um complicador a mais para sua gestão.

## 8. APAREÇA!

Não esqueça o básico: as pessoas precisam saber que sua empresa está ali. Escolha um local de boa visibilidade e não se esqueça de caprichar na comunicação visual. No mais, boa sorte!

\*As dicas não foram copiadas, mas embasaram todo o conteúdo. Para ler o texto original acesse o endereço eletrônico: [www.goo.gl/2Vyhd1](http://www.goo.gl/2Vyhd1)



# O marketing dos dias atuais, segundo Kotler

*Em que ponto o off-line e o digital se esbarram?*

O pesquisador Philip Kotler, especialista em Marketing e autor do livro "Administração e Marketing", concedeu entrevista à Revista Exame e trouxe ótimas reflexões sobre marketing digital e tradicional. Reproduzimos, abaixo, os principais pontos da entrevista, em forma de dicas. Acompanhe:

## OS PRINCIPAIS ASPECTOS DO MARKETING SÃO IMUTÁVEIS

De acordo com Kotler, os três principais conceitos do Marketing: **foco no consumidor** e em suas necessidades, **comunicação transparente** e assertiva e, por último, **atingir a satisfação do cliente** são os principais aspectos que conquistam a confiança do cliente de maneira eficaz. As ferramentas para descobrir e aplicar cada uma dessas características podem mudar, mas a essência do marketing nunca muda.

## O COMUNICADOR DEVE CONHECER AS PRINCIPAIS E ATUAIS FERRAMENTAS DO MARKETING

De acordo com Philip Kotler, se estamos na era digital devemos conhecer as ferramentas digitais. O bom comunicador precisa estar focado em aprofundar seus conhecimentos sobre Youtube, Instagram, Pinterest, Twitter e Facebook. Mais que conhecer cada um desses canais, é fundamental saber como cada um deles pode contribuir para a melhoria entre a comunicação da sua empresa



Philip Kotler é professor de marketing internacional na escola de negócios Kellogg, da Universidade Northwestern

e o público. Áreas promissoras como o neuromarketing, por exemplo, não podem ser esquecidas e também devem ser estudadas e utilizadas em benefício da comunicação entre empresa e consumidor.

## DE OLHO NO DIGITAL

Kotler acredita que, em um futuro próximo, pelo menos metade dos orçamentos dedicados à comunicação serão destinados ao digital. A combinação entre o digital e o off-line é perfeitamente possível, mas é preciso atingir o público onde ele está. Por isso, quem conhecer mais sobre os dois ambientes certamente sairá na frente.

Leia a entrevista na íntegra em: [www.goo.gl/yQzVAX](http://www.goo.gl/yQzVAX)

# Pronatec Aprendiz

*Empresas e estudantes podem ser beneficiados.*

Encontrar mão de obra qualificada é um dos principais problemas enfrentados não só pelo setor de lavanderias, mas pela maioria das micro e pequenas empresas do país.

Agora, uma boa notícia vai contribuir para a redução desse problema. No dia 10 de setembro os ministros da Educação, José Henrique Paim; do Trabalho, Manoel Dias; e da Secretaria da Micro

e Pequena Empresa, Guilherme Afif Domingos anunciaram a ampliação do Pronatec Aprendiz. Isso significa que micro e pequenas empresas de todo país também poderão contratar jovens entre 15 e 24 anos, que ingressaram no Pronatec, para trabalharem como aprendizes.

Será uma troca de benefícios: as empresas terão mão de obra que está sendo qualificada, e os jovens terão a oportunidade de executar, na prática, o que estão aprendendo nos cursos técnicos. A articulação entre os jovens interessados e as empresas será feita pelo Ministério do Trabalho, e os estudantes serão custeados com recursos do programa federal.

# A importância da contabilidade para pequenas empresas

*Assumir o controle é o primeiro passo para tomar decisões corretas na gestão.*

Falta de conhecimento sobre as finanças e o que o futuro reserva para elas. Desconhecimento de fatores essenciais para o bom andamento de qualquer negócio como, por exemplo, o fluxo de caixa e a conciliação bancária. Falta de pudor ao utilizar os recursos da empresa, misturando contas pessoais com contas jurídicas. Todos esses fatores, juntos ou não, são grandes vilões para o empresário que deseja crescer e manter a rentabilidade de seu negócio.

Nesse cenário, a contabilidade entra como ferramenta fundamental. O controle contábil é como uma bússola que orienta o empreendedor sobre as decisões corretas a serem tomadas ao longo da gestão. A contabilidade nunca deve ser menosprezada, pois representa o coração da empresa. Através do bom controle contábil é possível identificar para onde exatamente vão todos os recursos financeiros da empresa e, assim, cortar despesas

desnecessárias, fazer investimentos assertivos e tomar a decisão correta quando a situação assim exigir.

A contabilidade também comprova, para fins de crédito e financiamento, que o empresário está ciente de todas as suas receitas e despesas e, portanto, está qualificado para assumir mais um compromisso financeiro. Serve também como prova inconteste da realidade patrimonial da organização para esclarecer eventuais dúvidas.

A contabilidade é, portanto, o braço direito do empresário. Registra todas as entradas e saídas da empresa, dá uma visão assertiva do cenário atual e fornece uma previsão do que está por vir.

Fonte: [www.goo.gl/FmzUIR](http://www.goo.gl/FmzUIR)



# Feira Têxtil nacional reúne mais de 90 mil pessoas

*Participantes consideraram o evento produtivo e celebram as novidades tecnológicas do setor.*

No dia 13 de agosto foi realizada, em Blumenau, a Feira Brasileira para a Indústria Têxtil. O evento é tido como a maior mostra de tecnologia têxtil da América Latina e reúne cerca de 400 expositores, além de atrair mais de 90 mil pessoas ao Parque Vila Germânica.

Foram mais de 50 representantes de todo o mundo. Ao todo 2.250 marcas foram expostas na Feira. Além disso, o evento contribuiu significativamente para o crescimento da economia local. Os hotéis registraram aumento de 40% e o comércio também foi impactado positivamente.

O público que participou do evento foi muito elogiado pelos expositores. Das novidades apresentadas, os destaques ficaram por conta dos amigos do meio ambiente - acessórios, insumos e matérias-primas - e de informações técnicas e de tendências comportamentais e de varejo.



Também ganharam destaque inovações como a máquina automatizada de meias que dispensa a interferência da mão humana. O aparelho é controlado por um software que tece as peças baseando-se em desenhos previamente escolhidos. O produto fica pronto em menos de dois minutos.

A Feira foi um ótimo ponto de encontro para a troca de experiências e a concretização de bons negócios entre os empresários do setor. Os participantes saíram do evento com boas perspectivas para o segmento e aguardam um cenário otimista pela frente, que provavelmente será impulsionado pela inovação tecnológica.

O Sindilav, que reconhece a importância deste segmento para a economia brasileira e para o setor de lavanderias, em especial, torce para que todas essas previsões se realizem num futuro bem próximo.



## Tirando o planejamento da gaveta

*Planejar é importante, mas executar o plano também é.*

Qual a importância de definir uma estratégia para o seu negócio? Sem dúvidas o planejamento oferece oportunidades para analisar alternativas, reduz a insegurança, aumenta as certezas e dá a sensação de pleno controle, mas é preciso tempo e recursos para que ele seja corretamente elaborado.

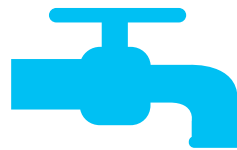
A organização financeira da empresa e o planejamento assertivo trazem muito mais do que um controle interno para os

seus gestores, mas também uma boa reputação. Uma empresa bem organizada tem fácil acesso ao crédito e é vista com bons olhos pelos investidores e organizações financeiras. O contrário também é verdade: empresas desorganizadas e incapazes de prever o futuro financeiro espantam investidores e não ganham crédito com as organizações. Nesse caso, qualquer processo para melhoria e investimentos no negócio fica muito mais difícil e caro.

O mais importante em toda essa história não é nem o planejamento em si, mas a aplicabilidade deste planejamento à realidade da empresa. Afinal, de nada adianta planejar algo que você sabe que vai ser impossível tirar do papel. A execução do planejamento é tão ou até mais importante do que o planejamento em si. Portanto, se a realidade da sua empresa é modesta não se intimide em fazer um planejamento à altura. O importante é planejar e o que foi planejado em benefício da empresa. Comece agora.

Fonte: [www.goo.gl/jFsgnN](http://www.goo.gl/jFsgnN)

# O problema da (falta de) água



*Precisamos falar desse assunto, mais uma vez.*

Como o trigo é para o pão, assim é a água para as lavanderias. A diferença é que o trigo não é um recurso essencial para a vida na Terra. A água sim. E mesmo sendo o recurso natural mais importante, ele é, provavelmente, o mais negligenciado.

Prova disso é a seca, que já vinha atingindo vários países pelo mundo e agora tem assustado os paulistanos. Em 2012, o nível de água nas barragens no sudeste e no centro-oeste do país chegou a 28% da capacidade devido à pior seca dos últimos 50 anos<sup>1</sup>. Agora estamos vivendo a pior seca dos últimos 80 anos<sup>2</sup>.

## O QUE ESPERAR DO FUTURO?

Uma projeção da ONU mostra que a nossa dependência pela eletricidade vai gerar um colapso até 2050. Só na América Latina o consumo da água deverá crescer, até lá, 360%.

Além do problema do grande consumo pelas hidrelétricas, existe outro: a falta de conhecimento da população sobre a seriedade do assunto. Desde que o racionamento atingiu a cidade de São Paulo, 76% dos moradores economizaram, mas 24% deles<sup>2</sup>, acredite, consumiram ainda mais! Eles acreditam que, porque pagam, podem usar sem moderação, sem controle, e estabelecem uma relação errada com a água - comparando o recurso da natureza a um produto que sempre estará à disposição para quem puder comprar.

## O QUE AS LAVANDERIAS PODEM FAZER A RESPEITO?

Em diversas edições do Sindilav nós temos falado sobre a importância da conscientização ambiental das lavanderias. Sabemos que investir em projetos para reuso da água e economia de energia custa caro, mas repetimos: vale a pena. Na última edição da revista trouxemos dois entrevistados que comprovaram isso. Os valores investidos nos projetos de reutilização foram recuperados rapidamente, e a economia de água chegou a 85%.

Em 2011, o Sindilav, em parceria com a Associação Nacional das Empresas de Lavanderias (Anel), criou um Programa que ajuda as lavanderias a modificarem seus processos de trabalho, aumen-

tando não só a qualidade do atendimento, mas também a economia de recursos, em respeito ao meio ambiente.

O Selo de Qualidade e Sustentabilidade para lavanderias, como o próprio nome já diz, foi criado para ajudar você, empreendedor dono de lavanderia, a certificar o seu estabelecimento, adequando-o às suas necessidades, às necessidades do seu cliente e às necessidades do planeta.

Além da nossa responsabilidade social, como empreendedores que precisam da água para manter o negócio, temos também que estar preparados para receber os novos clientes, quando estes perceberem que lavar as roupas nas lavanderias significa economia de água, redução de custos, ganhos de tempo e preservação das roupas.

Precisamos agir agora. Não podemos esperar que a situação piore para tentar encontrar uma solução. Aliás, a solução está na conscientização, na mudança dos hábitos e no respeito à natureza e aos recursos que ela nos dá. Recursos que são naturais, mas não são eternos.

Mude! E conte com o Sindilav para ajudar nessa mudança. Para mais informações sobre o SQS, acesse: [www.sindilav.com.br/SQS](http://www.sindilav.com.br/SQS)

Fontes para elaboração da matéria:

<sup>1</sup> Bom dia Brasil

<sup>2</sup> ONU Brasil

## Expediente

### Boletim Informativo do Sindicato Intermunicipal de Lavanderias no Estado de São Paulo - Sindilav

Rua Pais de Araújo, 29 - 11º andar - cj. 111 a 113 - Cep 04531-090 - São Paulo - SP - Tel./Fax: (11) 3078 8466  
[www.sindilav.com.br](http://www.sindilav.com.br) - e-mail: [sindilav@sindilav.com.br](mailto:sindilav@sindilav.com.br)

Diretoria Executiva

Presidente: **José Carlos Larocca**

Vice-presidente: **Edson Di Nardi**

Diretor: **Rui Sérgio Torres**

Gerente Executivo: **Marco Antonio Pires Fernandes**

Filiado à Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo - FecomercioSP

Editora e jornalista responsável:

**Rute Faria** - MTB: 16835

[rutemariapf@gmail.com](mailto:rutemariapf@gmail.com)

Periodicidade: **Bimestral**

Tiragem: **3.850 exemplares**

Projeto gráfico:

**Occa mPL branding & design**

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