Ano 14 - Nº 154 - Setembro de 2014

www.sivamar.com.br

SICREDI
GENTE QUE COOPERA CRESCE.

SIVAMAR
MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE
Informativo do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região

viszar digital
Digitalização e Gerenciamento Eletrônico de Documentos
(44) 3028.5702

Aqui se vende moda

O setor atacadista de confecções é responsável pelo escoamento da produção do segundo maior polo confeccionista do país, que é a região Noroeste do Paraná. São mais de 2 mil indústrias, que respondem por mais de 80 mil postos de trabalho, diretos e indiretos, e produzem mais de 8 milhões de peças por mês. Tudo isso chega até lojistas do Brasil inteiro e até de países vizinhos graças aos shoppings atacadistas, que trabalham com o sistema de pronta-entrega. Conheça este que é um dos segmentos que o Sivamar passou a representar e que, só em Maringá, gera mais de 2,5 mil empregos diretos.

Pág 4

Descontos atraentes

Mais uma vez a Maringá Liquida levou o consumidor para as ruas graças aos descontos oferecidos pelas mais de mil empresas participantes. A tradicional liquidação, que entrou na 23ª edição, teve horário especial de funcionamento do comércio, acordado entre o Sivamar e o Sincomar.

Pág 6

Fidelizar é a palavra de ordem

Seja por meio de programas próprios ou terceirizados, cada vez mais o comerciante tem buscado alternativas para conquistar a fidelidade do consumidor. Os clubes de coalizão, que permitem acumular pontos a cada compra para a troca pelos mais diversos produtos e serviços, vêm ganhando espaço no varejo. São a bola da vez tanto na preferência do cliente quanto de muitos lojistas, que buscam neste tipo de programa agilidade, maior alcance e gestão facilitada.

Pág 3

Empresário do Ano 2014

Ilson Rezende, sócio da DB1 Global Software e uma das mais dinâmicas lideranças empresariais do setor de TI, recebeu a premiação no mês passado. A solenidade, que reuniu diversas autoridades, teve um público de mais de 500 pessoas. O Empresário do Ano é promovido em parceria pela Acim, Sivamar, Fiep e Apras.

Pág 6

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Ganhos que não podem ser mensurados

Associativismo e trabalho pelo bem comum foram as palavras de destaque nos discursos da cerimônia de entrega do prêmio Empresário do Ano a Ilson Rezende, no mês passado. Mesmo sendo um empreendedor jovem, ele tem uma trajetória de muito sucesso, alcançada graças a seu grande talento e também a sua capacidade de viver o cooperativismo e o trabalho voluntário como algo cotidiano.

Assim como Rezende, muitos empresários maringaenses conseguem ver com clareza a importância de unir esforços e trabalhar em conjunto, sem nenhum ganho financeiro, para que toda a coletividade possa ser beneficiada. Vemos exemplos desse tipo de dedicação em nossa diretoria. São comerciantes que doam parte do seu tão preociso tempo para trabalhar em favor dos interesses de todo o comércio.

E são muitos outros exemplos. Tanto que Maringá é uma cidade diferenciada e reconhecida justamente pelo poder de organização de nossa sociedade e pelo associativismo que fez nascer grandes empreendimentos e que atrai para cá investimentos.

Mais do que nunca essa capacidade de se associar, de unir forças para alcançar objetivos comuns, é uma característica que pode fazer toda a diferença. O mundo globalizado, onde tudo acontece rapidamente e as decisões também têm que ser tomadas na mesma velocidade, exige que estejamos preparados para dar as respostas certas. E, com a união de esforços, fica muito mais fácil encontrar soluções para os novos desafios que surgem a cada dia.

Quem busca esse caminho não tem ganhos financeiros, mas o que recebe em troca vale muito mais. Além do crescimento profissional e da experiência adquirida e que pode ser aplicada em seus próprios negócios, quem se associa e trabalha de forma voluntária cria laços, amizades que perduram pela vida afora. E isso não tem preço.

***Ali Wardani**, presidente do Sivamar*

ARTIGO

Rituais do consumo

O prazer em descobrir, mesmo sem querer, uma loja diferente, encontrar um objeto de desejo em uma vitrine e, ainda, em ser atraído para dentro de um local inesperado e aconchegante são momentos de extrema felicidade. Estes são rituais de prazer e quem sabe de puro hedonismo que vivenciamos em uma loja.

Os rituais nos permitem construir significados especiais para as nossas vivências e permanecem em nossa memória como momentos emblemáticos e únicos. São as lembranças que gostamos de compartilhar. Compramos assim produtos, marcas, que são transformados em objetos que resgatam em nossa memória aqueles momentos e construímos com eles pequenas passagens de nossa vida.

Orgulhosos de suas escolhas, os consumidores postam os rituais de consumo nas redes sociais, dividindo suas experiências, suas descobertas e seus prazeres com o seu grupo, disseminando assim informações sobre as lojas e marcas que participam de seu dia a dia.

Estes são alguns dos motivos que levam os consumidores a preferirem realizar suas compras em determinadas lojas, são as motivações criadas pela experiência e pelo atendimento que estes locais oferecem. Essa crescente busca pela satisfação e individualidade que o consumidor deseja tem mudado a dinâmica do próprio varejo.

Nesta última década observamos uma verdadeira revolução acontecendo nos processos de consumo e, consequentemente, nas formas aplicadas pelo varejo para reter o consumidor. Lojas hoje propõem ambientes de interação, de convivência, de descompressão para os seus clientes e possíveis clientes, construindo espaços-conceito, com o propósito de propiciar mais valor e mais serviços em um mesmo local.

Vem se tornando cada vez mais comum visitar uma exposição de arte e viver uma experiência gastronômica em um bistrô que compartilha do mesmo espaço. Até mesmo os museus são uma prova destas mudanças: visita-se e no final compra-se uma lembrança.

Lojas são, assim, locais de relacionamento com os seus clientes. E por falar em ambientes de relacionamento, quais são os rituais que sua loja oferece ao cliente? Como ele é motivado a entrar? Como ele é recebido? É necessário refletir frequentemente sobre o que é oferecido ao consumidor e de que maneira ele recebe esta oferta.

***Heloísa Omine**, professora de pós-graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo*

Em muitos casos o próprio consumidor define aquilo que o agrada, ele tem vontade de se expressar e sente-se privilegiado ao constatar que o que solicitou foi realizado. O aprimoramento contínuo das atividades da loja, transformado em rituais no atendimento, no ambiente, no relacionamento, tem a capacidade de estabelecer vínculos de confiança e de familiaridade, transformando o consumidor no maior divulgador e representante da loja.

Pense, reflita, aja. E boas vendas!

EXPEDIENTE

Presidente
Ali Wardani
1° Vice Presidente
Amauri Donadon Leal
2° Vice Presidente
Roberto Burci
Diretor Administrativo
Salatiel Farias Dias
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Júnior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Ronaldo Ramos
Diretor de Promoções
Vanderlei Aparecido Scanferla
Diretor Social
Raquel Almeida Costa
Diretor Intersindical
Moacir Rodrigues Montalvão
Diretor Área de Serviços
Lucheo Tombini
Diretor Área Comércio de Bairro
Dercílio Constantino
Diretor Área de Mercados
Arlei Luiz Camilo
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Diretor Área Comércio Atacadista
Luís Fernando Wunderlich Ferraz

Conselho Fiscal
Shiniti Ueta, José Adilson Staub, Luis Antonio Domingues, Levi Cesar Todon, Juvenal da Silva Correia Filho, Ednei Noronha

Conselho Superior
Heitor Bolela Junior, Antonio Donisete Busíquia, Massao Tsukada, Adilson Emir Santos, José Rubens Abrão

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região
Ano 14 - n° 153 - Agosto/2014
Rua Néo Alves Martins, 2.789 • Centro • Maringá - PR • CEP 87013-914
Fone/Fax: (0xx44) 3026-4444
E-Mail: imprensa@sivamar.com.br
Home-Page:
http://www.sivamar.com.br
Diretor Responsável
Wesley Dejuli
Produção
RG Comunicação
Jornalista Responsável
Regina Célia Daefiol - MTB 2538 - Pr
Colaboração
Juliana Fontanella
Editoração Eletrônica
Oséias T. dos Santos
Email: oseias@sivamar.com.br
Projeto Gráfico
Lumen Marketing
Conselho Editorial
Lisley M. M. da Silva, Oséias T. dos Santos, Sandra Vedovati e Wesley Dejuli
Fotos: Ivan Amorin e Walter Fernandes
Impressão: Grafinorte S/A
Tiragem: 7.000 exemplares

É permitida a reprodução total ou parcial de conteúdos desta publicação, desde que citada a fonte.

MARKETING

Pontos para conquistar a fidelidade

Oferecer preço, qualidade e bom atendimento nem sempre é suficiente para garantir a fidelização do cliente. Por isso cresce entre as empresas do varejo a adesão aos programas de coalizão, ferramenta que tem se mostrado eficiente para atrair o consumidor e conquistar sua preferência

Diante da grande concorrência do mercado, cada vez mais o comerciante busca novidades para conquistar a atenção do consumidor. A bola da vez são os programas de fidelização.

Se alguns anos atrás a estratégia era mais comum entre as companhias aéreas, hoje é crescente entre as empresas do varejo a adesão aos chamados programas de coalizão, que oferecem ao consumidor a oportunidade de acumular pontos ao fazer suas compras para depois resgatar prêmios.

As companhias que controlam os programas de coalizão estão de olho nesta realidade e vêm investindo pesado para ampliar a participação no varejo. Mesmo porque ainda há muito espaço para crescer. As operadoras desses programas calculam atingir no Brasil perto de 10% das potenciais empresas participantes. Em países como Canadá e Alemanha, este número é de cerca de 30%. Já a taxa de adesão das norte-americanas a esta modalidade de fidelização do cliente é de quase 70%.

O boom desses programas no país começou há cerca de 20 anos, quando o brasileiro passou a viajar mais de avião, especialmente para o exterior. A melhora do poder aquisitivo da população, que trouxe um aumento de consumo aos segmentos de menor renda, também deu grande impulso a este mercado.

Agora, com o varejo buscando cada vez mais estratégias para manter as vendas em alta, o setor vive um novo momento de aquecimento. Os números não deixam dúvidas.

A companhia Dotz - que tem como sócia a canadense Loyalty One, uma das maiores do mundo em programas de coalizão, começou a atuar em 2000 operando em lojas virtuais. Há quatro anos passou a operar no varejo e fechou 2013 com 11,5 milhões de consumidores cadastrados e atuação em nove praças. A meta para 2014 é chegar a 20 milhões de usuários de Dotz – a moeda de troca do programa, que o cliente recebe por meio de pontuação sempre que compra em estabelecimentos credenciados - e estar presente em 14 ou 15 praças.

A Multiplus e a Smiles – as duas maiores redes de fidelização do país, a primeira da TAM e segunda da Gol Linhas Aéreas - alcançaram lucros líquidos de R$ 150 milhões só no primeiro trimestre deste ano. Em 2013 lucraram, juntas, R$ 440 milhões

A Smiles tem participação de 25% na Netpoints, outra gigante dos programas de coalizão, que em maio deste ano ganhou um grande reforço: a rede varejista Marisa adquiriu 20% do capital da empresa, negociação que envolveu a cifra de R$ 26 milhões. Assim, a Netpoints passou de 5 milhões para 8,5 milhões de clientes cadastrados, graças à incorporação do programa Amiga da rede varejista.

A Multiplus, criada 2009 como uma unidade de negócios da TAM, tornou-se independente no mesmo ano. Com 12,5 milhões de usuários no programa de pontos, a sua participação no varejo varia entre 7% e 8%. E a meta para os próximos três anos é expandir essa participação para algo entre 20% e 25% no varejo de resgate de pontos.

Ticket maior

O Grupo Ajita é um bom exemplo de como os clubes de coalização vêm ganhando a confiança e a preferência do varejo. A empresa mantinha, há 15 anos, um programa próprio de fidelização, o Passo a Passo. Em 2013 o grupo foi convidado a se tornar o único representante do segmento de calçados multimarcas no Paraná a integrar a rede de credenciados do programa Dotz, por meio das lojas das regiões de Maringá e Londrina.

A decisão de aceitar o convite veio em novembro daquele ano. Apesar de o programa próprio funcionar bem, pesou a favor da mudança a agilidade oferecida pela Dotz para o cliente acumular pontos e resgatar prêmios. "Percebemos que precisávamos entrar numa sintonia maior com as mudanças do mundo e do próprio consumidor, que hoje acessa tudo pela internet. Isso nos fez migrar de um programa próprio, de sucesso, para outro mais ágil", explica Carlos Ajita, superintendente das lojas da região de Maringá e Foz do Iguaçu e diretor de Marketing do grupo.

Além disso, segundo ele, houve um ganho também em confiabilidade. "No Passo a Passo, se o cliente perdesse a cartela com os selos, perdia todos os pontos acumulados. Sem contar que enfrentamos problemas com falsificação da cartela", explica.

Mesmo não tendo completado um ano de implantação, o novo programa já trouxe ganhos. Segundo Carlos Ajita, o ticket médio dos clientes que têm o cartão Dotz costuma ser 30% maior do que o dos outros. "A gama de produtos para troca é muito grande e há uma multiplicidade de lojas para o cliente Dotz fazer isso. Então, ele aproveita a oportunidade de compra para acumular mais pontos, o que acaba aumentando seu ticket médio", analisa.

Michel Oliveira, da Mix Perfumaria: expectativa com os resultados do programa são bastante otimistas

Ele considera que ainda é cedo para fazer uma avaliação precisa sobre os resultados da adesão ao programa. Mas, a percepção até o momento é bastante positiva. "A sensação que temos é que o cliente está cada vez mais envolvido. Hoje, cerca de 30% das vendas do grupo em Maringá e Londrina são feitas para clientes Dotz", comemora.

Boas perspectivas

Outra empresa de Maringá que recentemente aderiu ao programa foi a Mix Perfumaria, que tem lojas no Paraná e no interior de São Paulo. O convite para a adesão foi feito em agosto de 2013 e no final do ano passado duas lojas de Maringá e duas de Londrina passaram a operar com Dotz. "Foi o tempo necessário para operacionalizarmos o programa, com a compatibilização dos sistemas de informática e a capacitação do pessoal", explica Michel Henrique Oliveira, gestor comercial da empresa.

Segundo ele, a expectativa com os resultados do programa são bastante otimistas. "O consumidor está entendendo que onde tem Dotz há realmente um benefício, que pode ser alcançado de forma bem simples. A operacionalização da troca é tão simples quanto o sistema de pontuação. E isso o estimula a comprar nas lojas que participam do programa", avalia Oliveira.

Apesar do pouco tempo de adesão, de acordo com o gestor comercial da empresa já houve uma evolução no número de clientes que utilizam o Dotz. "Tem sido um crescimento gradativo, mas o cenário é bastante positivo. Nossa expectativa é, além de atrair mais cliente para a loja, aumentar também o ticket médio de consumo", coloca.

Segundo Carlos Ajita, o ticket médio dos clientes que têm o cartão Dotz costuma ser 30% maior do que o dos outros

De acordo com Michel Oliveira, a rede está discutindo com consultores do programa uma estratégia especial de divulgação para o final de ano. "Mas já estamos trabalhando o tema nas rádios internas das lojas, assim como nos tabloides de ofertas e nas campanhas de mídia que realizamos. Também fazemos endomarketing junto aos nossos funcionários para disseminar a cultura Dotz", explica Oliveira.

CAPA

Distribuindo moda para todo o país

Shoppings atacadistas de confecções de Maringá recebem, em média, 17 mil compradores por mês vindos de várias regiões do Brasil. O setor, que passou a ser representado legalmente pelo Sivamar, gera mais de 2 mil empregos diretos

Os lançamentos de novas coleções pelos shoppings atacadistas acontecem em grandes eventos, que reúnem lojistas de diversas partes do Brasil

Profissionalismo, investimento e inovação. O foco do segmento atacadista do vestuário é crescer em tamanho e qualidade. Pelo menos 2,5 mil empregos diretos são gerados pelas lojas concentradas em shoppings especializados que oferecem confecções de fábricas de Maringá e de outras regiões que também investem aqui.

Certamente a localização da cidade, que é uma das pontas do Corredor da Moda do Noroeste do estado - junto com Cianorte -, é um atrativo. Mas, o índice de satisfação de quase 90% com o atendimento detectado em pesquisa realizada entre clientes de um shopping atacadista local aponta que os empresários do setor estão no caminho certo: investir não só na indústria e na criação, mas também na forma de receber o lojista que vem abastecer os estoques aqui.

Segundo estimativas do Sebrae/PR e da Fiep (Federação das Indústrias do Estado do Paraná), só na área de abrangência do Sindvest Maringá o setor de confecções e acessórios soma 691 empresas, que geraram 8.883 empregos diretos apenas no ano passado. O faturamento anual desse segmento chega aos R$ 728 milhões. Os três principais polos de produção de confecções são as cidades de Maringá, que emprega 5.472 pessoas em 445 empresas, Astorga (861 empregos e 43 empresas) e Paiçandu (695 empregos e 35 empresas).

A maior parte dessa produção é distribuída pelos seis shoppings atacadistas da cidade: Avenida Fashion, Bandfashion, Pérola Park, Portal Atacadista, Shopping Feira Vest Mercosul e Shopping Vest Sul. O mercado atacadista de confecções atrai para Maringá uma média de 17 mil compradores por mês vindos de outras cidades do Paraná, além de Santa Catarina, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e São Paulo.

Bertoncello destaca que o atacado de confecções tem impacto positivo em diversos setores da economia

Esse universo de lojistas que atuam no comércio atacadista de confecções passou a ser representado legalmente pelo Sivamar. Outros segmentos de atacado também foram incluídos na base de representação do sindicato: tecidos, acessórios, jóias e bijuterias, calçados, artigos de armarinhos, cama, mesa e banho, eletrodomésticos e outros equipamentos de uso pessoal, cosméticos e perfumaria.

Impacto positivo

"A confecção gera empregos, renda e fixa as pessoas não só em Maringá, mas em toda nossa região, pois a sede de muitas indústrias que possuem lojas em shoppings atacadistas daqui está em alguma pequena cidade. Sendo assim, a produção gera empregos qualificados e de boa remuneração nesses municípios também e não apenas onde as peças são vendidas", afirma o proprietário do Avenida Fashion, Domingos Bertoncello.

Além dos lojistas e empresas envolvidos diretamente no atacado de confecções, o empresário lembra que quando se fala em desenvolvimento, o varejo e os serviços também ganham com essa movimentação. O atacado de confecções tem impacto econômico positivo para hotéis, restaurantes e para os mais diversos tipos de prestadores de serviço, como escolas de manequins, salões de beleza, buffets, entre outros.

Para que a indústria e o comércio atacadista possam se manter fortes em um mercado de alta competividade, o padrão de qualidade é fundamental. Segundo o empresário Domingos Bertoncello, o produto fabricado na região e aqui comercializado é nacionalmente reconhecido pela qualidade acima da média. Outro diferencial é a infraestrutura que a cidade e os shoppings oferecem.

"A estrutura nos shoppings atacadistas inclui serviços que proporcionam aos compradores momentos de compra agradáveis. E o fato de termos uma cidade muito bem estruturada, segura e de fácil acesso rodoviário e aéreo também ajuda muito na conquista e fidelização destes clientes", acrescenta.

Alexandre Vivan lembra que shoppings atacadistas respondem por milhares de empregos nas indústrias da região que vendem aqui

Proximidade

Assim como no comércio de rua, a administração de uma loja de shopping atacadista exige investimento em capacitação e qualificação da equipe. Os vendedores recebem compradores experientes e disputam um mercado de concorrência acirrada.

O diretor comercial do shopping Avenida Fashion, Alexandre Vivan, lembra que a loja estabelecida em um shopping atacadista é a ponta de um negócio que tem na indústria o elemento principal. Para que se mantenha também na venda o mesmo nível de qualidade que faz da indústria local referência nacional, é necessário que a administração dos shoppings esteja bastante próxima das equipes dessas lojas e entenda suas necessidades.

"O setor de atacado confeccionista comercializa milhares de peças todos os meses, mas, além de vender e gerar empregos diretos nas lojas de pronta entrega, é responsável também por milhares de empregos nas indústrias de toda a região que produzem moda para vender aqui", reforça Alexandre Vivan.

CAPA

Luis Fernando Ferraz: "Agora temos uma entidade mais próxima e que conhece bem a realidade do setor"

Também é fundamental, segundo ele, a qualificação e a capacitação desses colaboradores para garantir que o atendimento seja eficiente e especializado, com uma atenção especial que respeite as diferenças culturais e as necessidades de compra de clientes de cada região. Este investimento em qualificação, ressalta Vivan, vem sendo feito pelos shoppings, empresários e entidades ligadas ao setor, como Fiep, prefeitura e câmara municipal, Sindvest, entre outras

A expectativa de ter maior acesso a cursos e programas continuados de capacitação é uma das facilidades que animam empresários do setor também em relação à nova parceria que se estabeleceu com o Sivamar a partir do momento que o sindicato passou a representar o atacado de confecções. "Antes o setor era representado pelo sindicato atacadista do Paraná, com sede em Curitiba. Agora temos uma entidade mais próxima e que conhece bem a realidade deste mercado", afirma o empresário Luis Fernando Ferraz, do Shopping Bandfashion e que passou a ocupar uma diretoria voltada ao comércio atacadista no Sivamar.

Muito a oferecer

O diretor-superintendente do shopping Pérola Park, Fábio Costa, destaca que a região se tornou um polo de produção de moda em função da evolução da indústria. No passado, eram pequenas fábricas onde trabalhavam várias pessoas da mesma família, cada uma responsável por uma parte do processo. A partir do surgimento dos cursos técnicos e faculdades de moda, o segmento ganhou maior profissionalismo e o perfil do confeccionista também mudou.

"Nós deixamos de fabricar roupas para produzir moda e esse fato é que atrai quem busca qualidade e inovação. O nosso jeans, por exemplo, é um atrativo forte e esse é um dos segmentos que mais cresceram em termos de participação no mercado nos últimos anos", explica Costa, ressaltando que a moda evangélica é outro segmento em ascensão.

"O interessante é que o comprador interessado em uma determinada linha vem para cá, conhece outras e acaba investindo. Essa é mais uma vantagem para as indústrias em se organizar em torno de um shopping de atacado. O lojista que vem de fora sabe que aqui vai encontrar de tudo um pouco", analisa.

Costa afirma que há também indústrias de renome de São Paulo que vêm para a região para montar lojas de pronta entrega nos shoppings de atacado locais por conta do potencial de negócios que Maringá oferece. São lojas diferenciadas que, mesmo sendo atacadistas, seguem o padrão butique e impressionam os compradores de imediato pela organização, exposição dos produtos e pelo alto nível de atendimento.

Segundo ele, essas unidades causam um efeito em cascata muito positivo para os shoppings, porque, se há uma loja de ponta que está sempre melhorando, todos os lojistas querem oferecer algo mais e também investem. O shopping fica com visual de alto padrão e com excelência em atendimento. Além disso, o produto tem

"Deixamos de fabricar roupas para produzir moda e esse fato é que atrai quem busca qualidade e inovação", diz Fabio Costa

qualidade e tudo somado faz com os clientes tenham certeza de que vale a pena comprar aqui.

"O lançamento da coleção outono-inverno 2015 atraiu muita gente, mas muita gente mesmo e os compradores vieram quase todos de uma vez. No final essa empolgação se traduziu em um desempenho acima da média: vendemos 30% a mais do que esperávamos. Esse foi um ano atípico, especialmente nos primeiros meses, mas os negócios parecem ter retomado o ritmo", destaca Fábio Costa.

Qualidade para enfrentar os tigres

Concorrer de igual para igual com os tigres asiáticos é um dos maiores desafios da economia global. No setor de moda não é diferente. As empresas locais encaram essa concorrência com um conjunto de investimentos em qualificação de mão de obra, incentivo aos novos talentos, aperfeiçoamento da metodologia de produção, qualidade no atendimento, processo de comercialização e logística.

Alexandre Vivan, do Avenida Fashion, afirma que o setor é suscetível a todas as influências da economia como qualquer outro. Mas o diferencial nas indústrias do polo de Maringá está na qualidade dos produtos, o maior trunfo para driblar a concorrência asiática.

"Nós reconhecemos as dificuldades. Mas nosso mercado alcança outras regiões do país e isso acaba divulgando nosso polo de moda. O objetivo é atrair cada vez mais clientes e com isso superar ano a ano nossos próprios números. Essa é a tática que nos permite colher os resultados que estamos obtendo mesmo em meio a tanta turbulência", enfatiza.

As perspectivas futuras também são otimistas porque, se os negócios continuarem nesse ritmo, o comércio atacadista de moda em Maringá deve fechar o ano com um desempenho melhor que do ano passado. Fabio Costa, do Pérola Park, é um exemplo desse otimismo com os pés firmes no chão. Mesmo com cautela, ele aposta em um crescimento 15% superior ao de 2013.

Sobre a indústria de confecções

- A região de Maringá e Cianorte é considerada pela ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) o segundo maior polo confeccionista do país;
- Segundo o Sindvest, são mais de 2 mil indústrias de confecções na região Noroeste;
- Geram mais de 80 mil postos de trabalho, diretos e indiretos;
- Produzem mais de 8 milhões de peças por mês;
- Movimentam anualmente quase R$ 2 bilhões.

EMPRESÁRIO DO ANO

Ilson Rezende recebeu prêmio em noite concorrida

Empresa do homenageado está entre as melhores para se trabalhar no Brasil. Trajetória de Rezende é marcada por forte atuação em entidades de classe

Ilson Rezende com o certificado de Empresário do Ano, ao lado dos representantes das entidades promotoras

O empresário Ilson Rezende, sócio da DB1 Global Software, recebeu no dia 22 de agosto o prêmio Empresário do Ano 2014. A DB1, que gera 160 empregos diretos e figura entre as melhores empresas para se trabalhar do Brasil, tem matriz em Maringá e filiais em Presidente Prudente (SP) e em Hyderabad, na Índia.

Entre as autoridades presentes à cerimônia, que teve um público de quase 500 pessoas, estavam o senador Wilson de Matos Silva, os deputados Luiz Nishimori, Dr. Batista e Enio Verri, e o prefeito Roberto Pupin, além de presidentes de entidades de classe, representantes do Judiciário e das polícias.

A premiação é concedida anualmente pela Acim, Sivamar, Federação das Indústrias do Estado do Paraná e Associação Paranaense de Supermercados.

Em seu discurso o presidente da Acim, Marco Tadeu Barbosa, ressaltou o trabalho de Rezende pelo associativismo. Ele lembrou que o empresário foi presidente da Cacinor, da Noroeste Garantias, além de ter integrado as diretorias da Acim, Codem, Sicoob e de entidades ligadas ao seu setor de atuação. "A história dele é digna de muitas homenagens."

Ali Wardani, falando em nome do Sivamar, da Fiep e da Apras, ressaltou: "Ilson Rezende é qualificado, dedicado e um empreendedor nato. Em curto espaço de tempo se tornou um empresário de sucesso. Escolher o nome do Ilson foi fácil pelo comprometimento dele com a comunidade".

Marco Tadeu Barbosa lembrou a trajetória de Ilson Rezende em diversas entidades de classe

Em seu discurso, Ilson Rezende lembrou as lições aprendidas na vida. "Ao instalar portas e batentes, aprendi com meu pai que devemos fazer bem feito, independente de quem fez o serviço antes de nós. Com meus sócios aprendi a ter confiança. Com os colaboradores aprendi a ter iniciativa, novas formas de liderar e a criar um ambiente próspero. Com os colegas do setor aprendi a sonhar grande, porque queremos construir um micro Vale do Silício em Maringá. Ouvi muito meus clientes e me espelhei em tantos líderes em Maringá. Tenho que dividir este prêmio com cada um de vocês. Aprendo hoje a força do reconhecimento. Estas homenagens vão mudar a minha vida".

Ali Wardani, falando em nome do Sivamar, Apras e Fiep, destacou o empreendedorismo nato de Rezende

Maringá Liquida repete sucesso

Realizada de 28 a 31 de agosto, a 24ª edição da Maringá Liquida atraiu muitos consumidores, que aproveitaram para comprar mais barato nas mais de mil lojas participantes. Promovida pelo Sivamar e pela Acim, com apoio do Sicoob, a campanha repetiu o sucesso das edições anteriores, com descontos que variaram de 10% a 70%.

O comércio funcionou em horário especial no fim de semana da liquidação. Para compensar o horário do dia 30, neste mês o comércio só abre até as 18 horas no primeiro sábado (dia 6), e não nos dois primeiros como ocorre normalmente. Já as horas trabalhadas no dia 31 deverão ser pagas aos trabalhadores do comércio como hora extraordinária acrescida do adicional convencional de 100%, sendo vedada a compensação.

As condições para o horário especial foram acordadas em um Termo Aditivo à Convenção Coletiva de Trabalho 2013/2014, assinado entre o Sivamar e o Sincomar (Sindicato dos Empregados do Comércio de Maringá).

ACONTECE NO SIVAMAR

Mais duas palestras

O Sivamar e a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios promoveram no mês passado mais duas palestras voltadas às empresas do comércio. Os dois eventos tiveram apoio do Sistema Fecomércio Sesc Senac Paraná.

No dia 18 o tema foi "Comunique-se bem com o cliente e venda mais", que teve como palestrante a jornalista Regina Daefiol, que há 23 anos atua na área de comunicação empresarial. O treinamento foi voltado a profissionais de vendas.

No dia 25, numa promoção da Câmara da Mulher Empreendedora, foi realizada a palestra "Eu sou o obstáculo", com o especialista em coaching Roberto Recinella, que é autor dos livros "É divertido fazer o impossível", "Superando limites" e "Eu sou o obstáculo".

Reunião em Astorga

A diretoria do Sivamar realizou, no dia 5 de agosto, uma reunião com lojistas e lideranças empresariais de Astorga. A cidade é um dos 17 municípios da região que integram a base territorial do sindicato, que agora engloba também o município de Ângulo.

Degustação e harmonização

A Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, com apoio do Sivamar, promoveu uma noite de degustação e harmonização de queijos e vinhos. O encontro, realizado no Madeira Grill, teve palestra do sommelier Fábio Lima.

Doação ao Lar dos Velhinhos

O Sivamar, representado por Raquel Almeida Costa, diretora Social da entidade e presidente da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios, fez, no dia 21 do mês passado, uma doação de feijão para o Lar dos Velhinhos de Maringá. O produto foi arrecadado entre os participantes de cursos e palestras realizados pelo sindicato.

O Lar dos Velhinhos foi fundado no dia 8 de maio de 1966 pelo Rotary Club, que mais tarde entregou a administração da casa para as irmãs da congregação da Imaculada Conceição. Hoje 50 idosos são atendidos no Lar, que possui uma ala especial, com capacidade para 22 idosos, voltada a pessoas com doenças como Mal de Alzheimer e Mal de Parkinson e também para aqueles que não andam mais.

Cosmet
CONSULTORIA EM MEDICINA DO TRABALHO LTDA
• PCMSO PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL
• PPRA PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS
• LTCAT LAUDO TÉCNICO DE CONDIÇÕES AMBIENTAIS DE TRABALHO
• PPP PERFIL PROFISSIOGRÁFICO PREVIDENCIÁRIO
• CIPA COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES
• EXAMES OCUPACIONAIS
• ADMISSIONAIS
• DEMISSIONAIS
• PERIÓDICOS
Rua Santos Dumont, 2166 - Sala 01 - Maringá - PR
COSMET@COSMET.COM.BR - WWW.COSMET.COM.BR
FONE (44) 3029-3055

REVERSÃO PATRONAL

Uma forma de fortalecer o seu sindicato

Duas vezes por ano, toda empresa do comércio representada pelo Sivamar deve realizar o recolhimento da taxa de Reversão Patronal. As empresas filiadas à entidade são isentas da taxa por já pagarem a mensalidade social.

São os recursos gerados pela taxa de Reversão que ajudam a fortalecer a representatividade e a manter os serviços oferecidos pelo seu sindicato. Afinal, é a receita gerada por essa contribuição que mantém em funcionamento a estrutura através da qual a entidade dá atendimento ao comerciante.

Essa estrutura permite ao sindicato trabalhar para representá-lo nos assuntos de interesse da categoria. Como, por exemplo, nas negociações anuais da Convenção Coletiva de Trabalho ou para o estabelecimento de horários especiais de funcionamento do comércio para a realização de campanhas promocionais, como a Maringá Liquida.

Por meio dessa estrutura também o lojista pode ter acesso a um serviço muito importante na prevenção de conflitos e ações judiciais, que é a consultoria oferecida gratuitamente pelo Departamento Jurídico do Sivamar. E este é apenas um dos serviços oferecidos pelo sindicato.

Do ponto de vista legal, a Reversão Patronal é prevista em Convenção Coletiva de Trabalho e é autorizada pela CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), artigo 513, alínea "e". A taxa tem por objetivo custear as despesas operadas para a conquista dos benefícios auferidos nos acordos coletivos e de manter as atividades sindicais, sendo devida por todos integrantes de uma categoria profissional ou econômica.

Mais saúde em sua empresa

O Sivamar disponibiliza aos lojistas associados diversos convênios na área de saúde, que são extensivos aos dependentes. São médicos, laboratórios, dentistas, fisioterapeutas entre outros profissionais.

Para usar os convênios é muito simples. O sindicato fornece uma guia e o usuário escolhe o profissional de sua preferência. Não é preciso pagar qualquer tipo de mensalidade. O pagamento das consultas e serviços, com preços diferenciados, é feito diretamente ao profissional escolhido.

Também na área de saúde, o Sivamar oferece ao lojista convênio com médicos especialistas em Medicina do Trabalho. Assim, o comerciante pode ter acesso a exames pré-admissionais, demissionais e periódicos para sua equipe de colaboradores a preços especiais. Mais informações podem ser obtidas no Sivamar ou pelo telefone 3026-4444.

Pacote de benefícios Sivamar

Confira alguns dos serviços que o sindicato oferece a seus filiados.

• Assessoria Jurídica

Dúvidas sobre legislação, acordo coletivo de trabalho ou outras questões jurídicas? Procure nossa Consultoria Jurídica. As consultas podem ser feitas pelo telefone ou pessoalmente no Departamento Jurídico. O serviço é gratuito para o associado.

• Câmara de Conciliação Trabalhista

O caminho mais ágil e seguro para a mediação de acordos na área do Direito do Trabalho. Os associados recebem acompanhamento jurídico do Sivamar nas audiências realizadas na Câmara.

• Campanhas Promocionais

*O Sivamar é parceiro na organização da campanha **Maringá Liquida** e da campanha de Natal **"Um Shopping a Céu Aberto".** Também é o Sivamar que negocia o horário diferenciado para o comércio nos dias das campanhas, proporcionando assim maiores vendas e mais conforto para os consumidores.*

• Convênios Médicos

O Sivamar mantém convênio com médicos, laboratórios, dentistas e outros profissionais da área da saúde, extensivo a todos os filiados do Sivamar. Para usar o convênio é muito fácil. O Sindicato fornece um guia e o associado escolhe o profissional de sua preferência.

• Cursos e Palestras

O Sivamar oferece, com valores diferenciados para empresas associadas, cursos, palestras e treinamentos voltados tanto para o empresário como para os trabalhadores no comércio.

• Escritórios Conveniados

Você está precisando de um advogado? O Sivamar mantém convênio com diversos escritórios de advocacia, que oferecem inúmeras vantagens para as empresas associadas, entre elas valores diferenciados. Confira no sindicato os nomes e endereços dos escritórios conveniados.

SIVAMAR
SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

Para saber mais sobre os benefícios que o Sivamar oferece aos seus associados, ligue para **44 3026 4444.**