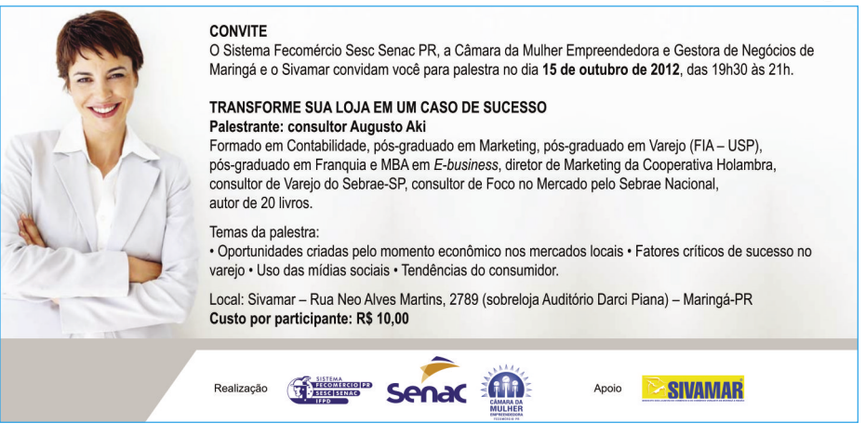
SIVAMAR
MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE
Informativo do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região

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

Um mercado cheio de oportunidades

O crescimento do acesso à internet no Brasil, aliado às novas tecnologias que permitem entrar na rede via dispositivos móveis, fez com que o e-commerce registrasse crescimento vertiginoso nos últimos anos. Porém, quando o assunto é o pequeno varejo ainda é baixo o número de empresários que utilizam a internet como ferramenta para potencializar as vendas. Para quem quer começar a explorar este mercado os especialistas recomendam planejamento. E que tudo seja feito com acompanhamento de profissionais capacitados.

Pág 4



CONVITE
O Sistema Fecomércio Sesc Senac PR, a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá e o Sivamar convidam você para palestra no dia **15 de outubro de 2012**, das 19h30 às 21h.

TRANSFORME SUA LOJA EM UM CASO DE SUCESSO
Palestrante: consultor Augusto Aki
Formado em Contabilidade, pós-graduado em Marketing, pós-graduado em Varejo (FIA – USP), pós-graduado em Franquia e MBA em *E-business*, diretor de Marketing da Cooperativa Holambra, consultor de Varejo do Sebrae-SP, consultor de Foco no Mercado pelo Sebrae Nacional, autor de 20 livros.

Temas da palestra:
• Oportunidades criadas pelo momento econômico nos mercados locais • Fatores críticos de sucesso no varejo • Uso das mídias sociais • Tendências do consumidor.

Local: Sivamar – Rua Neo Alves Martins, 2789 (sobreloja Auditório Darci Piana) – Maringá-PR
Custo por participante: R$ 10,00

Realização Apoio

Horário do comércio no período natalino

• De 10 a 22 de dezembro as lojas abrirão até as 22 horas de segunda a sexta-feira e até as 18 horas nos sábados.
• Dia 23, domingo, o comércio funcionará das 14 às 20 horas e os supermercados das 9 às 15 horas.
• Dias 24 e 31 de dezembro o comércio e os supermercados abrirão até as 18 horas.
• A íntegra Convenção Coletiva de Trabalho 2012/2013, com todos os detalhes sobre pagamento e compensação de horas-extras, pode ser acessada no site do Sivamar (www.sivamar.com.br).

ELEIÇÕES

Sivamar recebe mais quatro candidatos a prefeito

No mês de setembro foi a vez de Alberto Abraão (Partido Verde), Roberto Pupin (Partido Progressista), Dr Batista (Partido da Mobilização Nacional) e Enio Verri (Partido dos Trabalhadores) apresentarem suas propostas.

Pág 3

SANTOS DUMONT

Anteprojeto é apresentado aos lojistas

Em reunião realizada no mês passado, lojistas da Rua Santos Dumont conheceram o anteprojeto arquitetônico e urbanístico da revitalização da via, que contemplará o trecho entre as Avenidas São Paulo e Getúlio Vargas. Agora o projeto está aberto a sugestões dos comerciantes, moradores e proprietários de imóveis, para que possa atender todas as necessidades da comunidade local.

Pág 7

EDITORIAL

Nossa qualidade de vida está em jogo

O tema revitalização de áreas comerciais domina as discussões quando o assunto é planejar o futuro das cidades. O crescimento dos municípios traz como conseqüência negativa a degradação da região central.

Problemas como o envelhecimento das edificações, a falta de planejamento dos espaços, a deterioração de equipamentos urbanos, a destinação incorreta do lixo e, especialmente, a insegurança fazem com que estas áreas não só se desvalorizem como também passem a ser evitadas pelas pessoas. Isso significa uma perda não só para a cidade, como também para o comércio estabelecido.

Maringá ainda não chegou a um nível crítico como ocorre com outras cidades de porte semelhante, mas o sinal de alerta já está soando. Temos áreas que começam a apresentar problemas que tendem a se agravar com o passar do tempo. Mas, ainda é possível trabalhar para revertê-los sem grandes investimentos.

Nas ruas Joubert de Carvalho e Basílio Sautchuk, por exemplo, além da deterioração dos equipamentos públicos é possível observar o consumo de drogas em plena luz do dia, dando a sensação de insegurança a quem passa no local. Isso sem falar no mau cheiro e nos riscos que a arborização representa para população, em virtude do envelhecimento das árvores e de anos de poda sem critério. O mesmo se pode dizer de praças centrais, como a Napoleão Moreira da Silva e a Raposo Tavares.

Um trabalho amplo é necessário para a recuperação destas áreas, a começar pelo combate ao tráfico de drogas, que acarreta o grave problema social da dependência química. Isso aliado a projetos de revitalização e recuperação do espaço público para que os cidadãos e suas famílias sintam-se seguros e estimulados a frequentá-lo.

O projeto de revitalização da Rua Santos Dumont, que vem sendo conduzido pelo Sebrae-PR e pela Fecomércio-PR, com apoio do Sivamar e de diversas entidades, será um grande passo para o início do processo de recuperação da área central de Maringá. Acreditamos que será um modelo para que outras vias sejam também revitalizadas.

***Rubens Abrão**, presidente do Sivamar*

Este momento, em que brevemente a cidade terá um novo prefeito, é mais do que propício para colocar o tema em debate. A próxima administração municipal precisa incluir este assunto entre as prioridades. Só assim será possível garantir que a população de Maringá continue desfrutando da qualidade de vida que tornou nossa cidade famosa como um bom lugar para viver.

ARTIGO

Treinamento para ter resultado

O comércio passou por transformações significativas nos últimos anos e quem é do ramo teve que se adaptar. A concorrência está cada vez mais acirrada, já que a maioria das lojas oferece produtos similares, com qualidade e preços parecidos. O consumidor está mais exigente, crítico e consciente de seus direitos. Ele não tolera a falta de profissionalismo.

Para se sobressair é preciso oferecer atendimento diferenciado. Porém, na maioria das vezes, o atendimento é ineficiente, ou seja, o vendedor perde vendas porque está desmotivado e despreparado, por isso não batalha, deixando a desejar.

O lojista precisa entender que o colaborador deve ser treinado e qualificado para poder dar resultado. Admitir um vendedor e colocá-lo para trabalhar sem treinamento é um grande erro. Treinamentos em atendimento e técnica de vendas são básicos e imprescindíveis para uma equipe de varejo.

Outro ponto importante é informar a quem está sendo contratado quais os objetivos da empresa, que metas devem ser alcançadas, com quais produtos a pessoa vai trabalhar, o que se espera dela como profissional e o quanto poderá ganhar ao desempenhar bem a sua função.

É claro que o vendedor também precisa fazer a sua parte, participando dos treinamentos oferecidos pela empresa. Quanto mais qualificado, mais apto ele estará não só para vender mais, como também para uma futura disputa de vaga no mercado.

Com uma equipe bem preparada, o resultado ganha-ganha, esperado em todo tipo de negociação, aparecerá: o comerciante lucrará, consumidor ficará satisfeito e o vendedor, realizado, batendo metas e conseguindo um bom rendimento no fim do mês.

Esta situação se refletirá diretamente nas vendas, porque o consumidor bem atendido comenta com seus amigos e parentes. Este "boca a boca" é a principal propaganda de qualquer negócio. E isso tudo trará como benefício não só o crescimento das vendas, como também a redução da rotatividade da equipe. Em outras palavras, "o calcanhar de Aquiles" de todo estabelecimento comercial praticamente desaparecerá.

***Maria Alice Pinatti** é consultora, instrutora de treinamentos e palestrante*

O sucesso da empresa varejista depende diretamente de uma equipe coesa, que saiba como agir desde a abordagem do cliente até o fechamento da venda. E isso só é possível quando se investe nas pessoas, qualificando-as. Colaboradores bem treinados fazem toda a diferença.

EXPEDIENTE

Presidente
José Rubens Abrão
1° Vice Presidente
Amauri Donadon Leal
2° Vice Presidente
Tarley Maia Kotsifas
Diretor Administrativo
Ali Saadeddine Wardani
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Junior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Carlos Mamoru Ajita
Diretor de Promoções
Vanderlei Aparecido Scanferla
Diretora 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
Roberto Burci
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Conselho Fiscal
Shiniti Ueta
José Adilson Staub
Arley Luis Camilo
Ronaldo Ramos
Luis Antonio Domingues
Levi Cesar Todon

Conselho Superior
Massao Tsukada
Ali Saadeddine Wardani
Heitor Bolela Junior
Adilson Emir Santos
Antonio Donisete Busíquia

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista de Maringá e Região
Ano 12 - n° 135 - Outubro/2012
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
Diretores Responsáveis
Shiniti Ueta e Wesley Dejuli
Produção
RG Comunicação
Jornalista Responsável
Regina Célia Daefiol - MTB 2538 - Pr
Colaboradora
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.

ELEIÇÕES

Mais quatro candidatos apresentam propostas no Sivamar

Sindicato ouviu os seis principais candidatos à prefeitura de Maringá e entregou a eles um documento destacando os principais temas relacionados ao comércio que precisam ser trabalhados pelo futuro prefeito

O Sivamar abriu espaço, nos meses de agosto e setembro, para que os seis principais candidatos à prefeitura de Maringá apresentassem à diretoria seus planos de governo. Cada um deles recebeu um documento elaborado com outras entidades, em que, além de temas gerais, são colocadas questões fundamentais para o comércio que devem ser trabalhadas pelo futura administração municipal.

Entre os temas destacados pelo Sivamar estão apoio da prefeitura à Maringá Liquida, às campanhas de Natal e à realização de outras promoções do comércio; atenção do poder público aos pequenos comerciantes que não conseguem alvará devido à Lei de Acessibilidade; atenção especial a serviços que afetam diretamente o comércio; realização de campanhas para desestimular o deslocamento de consumidores para centros de compras no exterior (Paraguai); fiscalização do comércio de produtos contrabandeados, que estimulam o tráfico de drogas e a violência; apoio do município aos projetos de Revitalização de Áreas Comerciais.

Os primeiros candidatos a se apresentar foram Maria Iraclézia de Araújo (Democratas) e Wilson Quinteiro (Partido Socialista Brasileiro). No dia 4 de setembro foi a vez de Alberto Abraão (Partido Verde), em 11 de setembro apresentou-se Roberto Pupin (Partido Progressista), no dia 18, Dr Batista (Partido da Mobilização Nacional) e no dia 25 Enio Verri (Partido dos Trabalhadores) falou de suas propostas.

Na edição passada, o Jornal Sivamar publicou a apresentação dos dois primeiros candidatos. Confira agora o que disseram os outros quatro que visitaram o sindicato.

Desenvolvimento sustentável

O candidato Alberto Abraão foi acompanhado pelo candidato a vice-prefeito, Mario Yatsugafu, na visita ao Sivamar. Abrão falou sobre o projeto "Por uma cidade justa e sustentável", destacando que "a proposta do Partido Verde é redirecionar a economia para que possa servir as pessoas, como instrumento para satisfação das necessidades do ser humano, levando em conta a preocupação ambiental".

Ele colocou que uma de suas propostas é dar tratamento tributário diferenciado para empresas e empreendedores cujas atividades não causem impacto ambiental. Abraão explicou que o município tem ferramentas para incentivar as boas práticas ambientais, como, por exemplo, concedendo bônus em tributos municipais a empresas que fazem a destinação correta dos resíduos sólidos.

Alberto Abraão também afirmou que pretende implantar uma gestão municipal moderna e sintonizada com a necessidade de agilidade das empresas e dos cidadãos, tendo como base a valorização do funcionalismo público.

Reforçar parcerias

Roberto Pupin também foi acompanhado pelo candidato a vice-prefeito, Cláudio Ferdinandi, em sua visita ao Sivamar. Ele afirmou que, se eleito, pretende reforçar parcerias com entidades como o Sivamar.

A revitalização da Avenida Brasil foi um dos temas abordados por ele. Segundo Pupin, esta é uma questão que deve ser bem discutida com os comerciantes. "A avenida precisa ser revista para melhorar a mobilidade urbana, especialmente com a futura transferência do Centro Cívico para o aeroporto velho", explicou.

Pupin afirmou que manterá o apoio da prefeitura à revitalização da Rua Santos Dumont e que este projeto precisa ser integrado à revitalização da Brasil.

Outros temas apresentados: revitalização da Avenida Colombo; reformulação da Avenida Morangueira, com instalação de corredores de ônibus; construção de um Centro de Convenções; criação de um Centro de Inovação para abrigar empresas de tecnologia e que não poluem o meio ambiente; criação da Cidade Industrial na Gleba Ribeirão Pinguim.

Medicina preventiva

Dr Batista frisou que o comércio sempre impulsionou o desenvolvimento da cidade e por isso pretende administrar "ouvindo os empresários, que serão convidados para escolher o secretário do setor". Para a área de saúde, Dr Batista colocou que sua proposta é trabalhar com a Medicina Preventiva. Na segurança pública o candidato afirmou que pretende instalar câmeras em locais estratégicos, estabelecer parceria com as entidades que atuam na área, melhorar os salários e ampliar a Guarda Municipal.

Para melhorar a segurança no trânsito e a mobilidade urbana, o candidato propôs a implantação de mais ciclovias, instalação de corredores exclusivos de ônibus e estímulo à iniciativa privada para construção de estacionamentos.

A candidata a vice-prefeita, Professora Lira, apresentou as propostas para a Educação. Entre elas está a mudança da matriz curricular para implantação do ensino integral em todas as escolas municipais. E também a redução do número de estudantes por sala de aula no ensino fundamental.

Gestão participativa

Enio Verri e o candidato a vice, Sidnei Telles, destacaram a base do plano de governo: Gestão democrática e transparente; Desenvolvimento sustentável e solidário; Gestão democrática do território; Desenvolvimento social com garantias de direitos.

Verri frisou que dará continuidade aos projetos bem sucedidos que estão em andamento e corrigirá deficiências administrativas. "Esta é uma maneira nova de fazer política em Maringá, sem rompimento. Para pensar a cidade em longo prazo é preciso dar continuidade ao que funciona", explicou.

A criação de Novas Centralidades, com a presença do governo nos bairros oferecendo serviços e atendimento, é uma das propostas para desafogar o trânsito no centro e evitar que as pessoas se desloquem dos bairros.

Em relação à Segurança, o candidato colocou que o primeiro passo será a prevenção, por meio de políticas sociais (mais vagas em creches, escola integral no ensino fundamental, atendimento no contraturno para os adolescentes evitando que eles fiquem à mercê das drogas).

CAPA

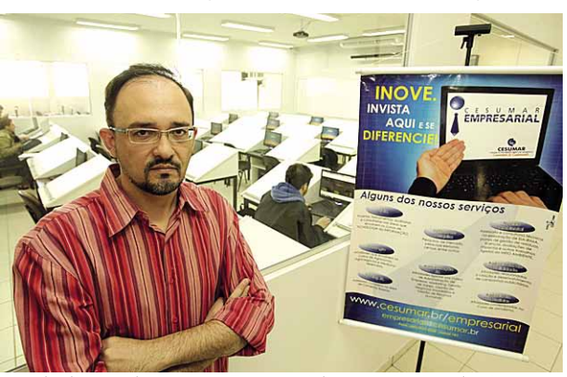
Investir na internet ajuda a alavancar as vendas

Mas esta é uma decisão que deve ser tomada pelo lojista com base num minucioso planejamento. Mais prejudicial do que não estar na internet é colocar a loja no mundo virtual e não conseguir atender às necessidades do cliente que procura este meio

As compras pela internet registraram crescimento de 21% no primeiro semestre deste ano. Os números demonstram que este mercado oferece ao lojista um grande potencial a ser explorado

A internet provocou uma verdadeira revolução no mundo dos negócios, encurtou distâncias e tornou-se um poderoso canal de comunicação entre as pessoas e as empresas. O advento dos tablets e smartphones potencializou esta revolução. Diante deste cenário, o comércio eletrônico cresceu e transformou-se num sério concorrente do varejo tradicional. Mas boa parte dos lojistas ainda não está antenada nesta realidade.

Segundo uma pesquisa divulgada durante encontro nacional sobre e-commerce realizado em Curitiba na primeira quinzena de setembro, 75% dos comerciantes brasileiros ainda não dispõem de um domínio na internet (website). Em contrapartida, 39% da população brasileira tem acesso a internet e, desse total, 70% dos internautas fazem parte das classes C e D. De acordo com a 26ª edição do Relatório WebShoppers, realizado pela e-Bit com o apoio da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, as vendas on-line somaram R$ 10,2 bilhões no primeiro semestre de 2012, um crescimento nominal de 21% em relação ao mesmo período de 2011.



Freud Oliveira, do Cesumar Empresarial: comércio virtual veio para ficar

Como demonstram os números, o lojista precisa levar em conta o potencial deste mercado. O coordenador do Cesumar Empresarial nas áreas de Empreendedorismo e Inovação, Freud Oliveira, ressalta: "Mas ele não pode demorar tempo demais para decidir utilizar a internet, sob o risco de assistir os concorrentes ocupando espaço no mercado virtual".

Oliveira ressalta que ainda é preciso vencer algumas barreiras de ordem técnica, entre elas, acesso a banda larga, hospedagem de lojas virtuais a preços acessíveis e disponibilidade de profissionais qualificados. Sem contar que é preciso domínio do tema e da gestão de lojas virtuais, que inclui desde a logística, estoque, até promoções e marketing digital. Mas não há como retroceder, o comércio virtual veio para ficar.

Ponto de partida

"Não basta estar na internet, é importante chamar a atenção do cliente e ser encontrado nas ferramentas de busca", orienta a consultora de Negócios do Sebrae-PR em Maringá, Vânia Paula Cruz Claus. O primeiro passo é a definição de um plano de comunicação para a web, atribuição de profissionais especializados. O projeto deve contemplar ações de marketing digital, ferramentas que serão utilizadas, estratégias, orçamento e estabelecer os objetivos do investimento. Sem planejamento as chances de sucesso diminuem. "Um site sem divulgação é como um outdoor no meio do deserto", enfatiza o diretor da agência de comunicação Digimax Brasil, Douglas Cardoso.

Segundo Vânia Claus, a internet oferece muitas ferramentas que podem colaborar na divulgação da empresa e até mesmo na redução de gastos. O Skype é um bom exemplo. Trata-se de um software gratuito que permite a comunicação também gratuita com outras pessoas através de conexões de voz. Há também o MSN e outros meios de comunicação instantânea disponíveis em redes sociais e sites de busca. As mensagens eletrônicas via e-mail também estreitam a relação com o cliente porque funcionam como ferramenta de divulgação sem limites geográficos ou de tempo.

Vânia Claus, do Sebrae, ressalta que não basta estar na internet, é preciso ser encontrado

"Muitas empresas pretendem apenas reforçar a marca no mundo virtual. Outras têm por objetivo ampliar o canal de comunicação com seus clientes. E há aquelas que realmente pensam em comercializar seus produtos e serviços via internet. Para cada um desses casos há uma abordagem específica e um bom especialista auxiliará na tomada de decisão", enumera Freud Oliveira, do Cesumar Empresarial.

O consultor destaca como exemplo a eficiência do E-mail Marketing, um produto similar à mala direta. Oliveira diz que, quando usado criteriosamente, o sistema gera resultados que fazem a diferença no faturamento das empresas. "Existem casos em que 30% das vendas são resultado direto das ações de E-mail Marketing", afirma.

Informações relevantes

Um site institucional funciona apenas como cartão de visitas ou catálogo virtual, mas precisa ser atraente e ao mesmo tempo informativo. Este modelo, por si só, não é capaz de converter os acessos em aumento de vendas ou em melhoria no relacionamento com os clientes. Para atingir objetivos mais específicos é necessário trabalhar na geração de notícias e de informações relevantes, na realização de campanhas virtuais, no monitoramento das visitas e menções ao estabelecimento, nos produtos e marcas comercializa-

Os principais receios dos usuários ao comprar pela internet:

- Furto de número de RG e CPF, emails e sites falsos, roubo de informações disponíveis nas redes sociais, boatos divulgados em massa
- Sites de comércio eletrônico fraudulentos, que não entregam o que comercializaram, ou com problemas na qualidade do serviço prestado
- Alguns portais de comércio eletrônico e compras coletivas estão entre os campeões de reclamação no Brasil, o que acaba fragilizando a relação com seus clientes e inibindo a expansão dos negócios

O que o lojista deve saber:

- O site deve ser todo criptografado para proteger os dados da empresa e dos clientes
- É preciso investir na estrutura do site e o servidor onde a loja está hospedada precisa ser seguro
- Cada segmento deve ter um nível de segurança, um banco precisa muito mais do que uma loja de eletrônicos e assim por diante. Infelizmente, não há sistema, por melhor que seja, totalmente imune, todos eles são suscetíveis a falhas
- O Cesumar Empresarial está preparando uma equipe multidisciplinar para prestar o primeiro atendimento a lojistas que pretendem utilizar o e-commerce. O email de contato é empresarial@cesumar.br e o telefone é 3027-6360 ramal 1181.

CAPA

das, ensinam os especialistas.

"Algumas respostas são fáceis na hora de decidir o que um site precisa conter, basta se colocar na condição de cliente. Pense como ele pensaria. Coloque informações realmente relevantes e não "encha linguiça", seja objetivo e claro, crie um canal de comunicação com o cliente e não o espante com informações incorretas e material desatualizado", explica o diretor da Bangboo Agência de Marketing Digital, Henry Max.

Ele diz que é preciso criar conteúdo relevante e que seja útil para resolver problemas ou responder dúvidas. "Você também pode ingressar nas redes sociais e tentar entender melhor o perfil do seu público além da possibilidade de ter um feedback geral do seu atendimento, produto ou serviço", diz. Já Freud Oliveira ressalta que o uso racional das redes sociais pode representar um salto na interação com os clientes.

Venda direta

Parece uma decisão simples, mas fazer a comercialização de produtos via internet é um processo complexo de gestão, que envolve conhecimentos de marketing, finanças, logística e design. Assim como no dia a dia de uma loja é necessário planejar qual a capacidade de venda, que produtos serão disponibilizados aos clientes, o preço de venda, qual o ponto de equilíbrio, como será a entrega, a venda pela internet também exige estas reflexões por parte dos empreendedores.

"É necessário que o lojista analise todos estes pontos, pois o não cumprimento do que foi prometido é uma notícia que pode se alastrar negativamente e em alta velocidade na internet", pondera Vânia Claus, do Sebrae. Para Henry Max, a decisão de vender pela internet deve acontecer quando o lojista realmente está preparado para expandir seu negócio. E é preciso também pensar na segurança tanto para o site, quanto para o cliente.

Para isso há ferramentas confiáveis de verificação de crédito, certificado de segurança digital (o famoso "https") e proteções de site que ajudam a "blindar" a loja pela verificação de possíveis falhas de segurança. A própria empresa que desenvolve o site pode orientar o lojista sobre isso.

Douglas Cardoso, da Digimax Brasil, faz um alerta quanto a conteúdo e atualização: oferecer na página um serviço que a empresa não disponibiliza ou um produto que não está em estoque, pode gerar insatisfação dos clientes, expondo a marca nas redes sociais e gerando reclamações no Procon.

Interatividade traz retorno

Luiz Domingues, da Papoula Confecções: sucesso da vitrine virtual levou à decisão de investir em e-commerce em 2013

Luiz Domingues, da Papoula Confecções, está bastante satisfeito com a potencialização dos negócios pela internet. Ele diz que a rede mundial de computadores, hoje em dia, é o ponto de partida para quem está interessado em comprar e é preciso aproveitar esse potencial.

"Hoje nosso foco é utilizar o espaço como vitrine virtual porque essa divulgação acaba atraindo mais clientes. Ou seja, a visita na internet pode ser revertida em compra de produtos na loja física", explica. Segundo ele, há também a possibilidade de reforçar a marca e levá-la a um espaço sem fronteiras.

Domingues afirma que as imagens na internet circulam em mecanismos de busca e acabam aparecendo no Facebook. As pessoas "curtem" e espalham. A interatividade é uma propaganda indireta e o retorno que ela proporciona estimulou a diretoria da empresa a programar investimentos em ferramentas de e-commerce para 2013.

Mais perto do cliente

Para a empresária Vanda Barbosa Felipe, da Estrelinha Elegante, a relação com a internet começou com o site institucional. O modelo estático se mostrou pouco eficiente para o que ela esperava, então passou a investir nas redes sociais.

A lojista contratou duas jornalistas e passou a gerar informações e a interagir com os clientes da loja. "O Facebook me fornece, inclusive, informações estratégicas como a origem e a idade das pessoas que acessam a página. E tem mais, a internet nos ajuda a vender. Já aconteceu de publicarmos preços de alguns produtos a pedido de uma usuária. A compra foi acertada por ela online e o marido só passou na loja para pagar e pegar o produto", conta.

Outro benefício que Vanda percebeu foi o aumento do volume de clientes que "encontram" a loja pela internet, alguns até de outras regiões. O relacionamento com eles também

Vanda Felipe contratou duas jornalistas para produzir conteúdos sobre a loja no Facebook

mudou por causa dos conteúdos, as pessoas comentam e gostam de voltar para ver as novidades. "Nós fizemos um projeto de aproximação com o cliente, não só para venda. Mas já estamos estudando uma segunda etapa e avaliando qual seria a melhor estratégia de e-commerce", conclui.

Apostando nas redes sociais

Enviando e-mails com as novidades e postando fotos no Facebook, Márcia e Marcos Shimamura aumentaram as vendas

O empresário Marcos Shimamura e a esposa Márcia, da Cherry Modas, começaram a investir na internet em 2009. A ideia era captar e fidelizar os clientes. A primeira iniciativa foi mandar por e-mail as fotos das novidades da loja. Logo em seguida abriram uma página no Orkut e depois no Facebook.

"A cada e-mail e atualização das fotos nas redes sociais as vendas cresciam. Isso ocorre até hoje. Muitos clientes também nos ajudaram repassando os e-mails para amigos e indicando nossa página nas redes sociais", afirma Marcos. Ele acredita que as redes sociais são uma maneira dinâmica de comunicação porque têm um poder muito grande de influenciar as pessoas.

O empresário afirma que muita gente entra no perfil da Cherry Modas no Facebook por indicação de amigos que já são clientes. A página é uma vitrine, com fotos e preços. Manter tudo atualizado é trabalhoso e exige muito tempo, mas vale a pena, segundo ele.

Logo que chegam novidades, a equipe faz a composição das peças nos manequins, tira as fotos, edita e publica. Todos da loja ajudam, inclusive respondendo as perguntas feitas por clientes.

Marcos afirma que é preciso acompanhar as tendências de como as pessoas se comunicam e comenta que, para o varejo, as redes sociais substituem muito bem o e-mail, MSN e SMS. "Eu já comprei muita coisa a partir de propaganda virtual e temos milhares de pessoas conectadas esperando a empresa aparecer para consumir. As pessoas estão conectadas, seja em casa , no trabalho ou celular. Quem não quer ficar para trás tem que manter atualizado", acrescenta.

ACONTECE NO SIVAMAR

Assinada a Convenção Coletiva

A Convenção Coletiva de Trabalho 2012/2013, válida para o comércio de Maringá e de mais 18 cidades que compõem a base territorial do Sivamar, foi assinada no dia 21 de setembro. A assinatura oficial ocorreu na sede do Sivamar e contou com a presença do presidente do Sivamar, Rubens Abrão, do presidente da comissão de negociação, Wesley Dejuli, do diretor Administrativo do sindicato e integrante da comissão de negociação, Ali Wardani, e do presidente do Sincomar (Sindicato dos Comerciários de Maringá), Leocides Fornazza.

O reajuste do piso do comércio ficou em 10,32% e dos demais salários, em 8,5%. A íntegra da Convenção Coletiva pode ser acessada no site do Sivamar (www.sivamar.com.br).

Você Mulher que Faz Acontecer

A Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, com apoio do Sivamar e da Fecomércio-PR, promoveu no dia 25 de setembro o evento "Você Mulher que Faz Acontecer". O objetivo foi incentivar a movimentação econômica do comércio local através da apresentação e comercialização de produtos para a mulher.

Mais de 300 pessoas participaram do evento, que teve exposição de produtos voltados ao público feminino, desfile de roupas, sapatos e acessórios. Um coquetel encerrou o evento, que teve renda será revertida para a Rede Feminina de Combate ao Câncer. José Dimas Fonseca, diretor regional do Sesc-PR, representou o presidente da Fecomércio-PR, Darci Piana.

Parceria com o Sicredi União

O Sivamar e o Sicredi União assinaram, no dia 11 de setembro, contrato de parceria. O diretor de Desenvolvimento da cooperativa de crédito, Paulo Fernando Ozelame, e o superintendente regional, Rogério Machado, estiveram presentes na assinatura oficial, que aconteceu durante reunião da diretoria do sindicato.

O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, explicou que a parceria foi iniciada ainda na gestão de Amauri Donadon Leal e que agora está formalizada com a assinatura do contrato. "O Sicredi e o Sivamar estarão juntos em vários projetos. Agradecemos esta parceria e parabenizamos a cooperativa pelo seu crescimento e por associar sua marca ao Sivamar, que hoje representa 12 mil empresas", colocou.

Rogério Machado lembrou que o Sicredi União tem uma história de parcerias na região. "Vamos disponibilizar aos associados do Sivamar acesso ao sistema cooperativo de crédito, para que conheçam melhor esta filosofia de trabalho tão contemporânea e que tem muito a agregar para os empresários do comércio", explicou.

Dia do Comerciário

O Dia do Comerciário é comemorado em 30 de outubro e o Sesc Maringá, com apoio do Sivamar, está preparando uma comemoração especial. O evento "Comércio em Ação Sesc" vai ser realizado entre os dias 22 e 26 de outubro, quando ocorrerão palestras e workshops para os trabalhadores do comércio. Também haverá visitas de técnicos do Sesc às empresas do comércio para a realização de exames e ações de prevenção na área de saúde.

As palestras abordarão os seguintes temas: Estresse: Ansiedade, proatividade e resiliência (22/10); Comunicação empresarial (23/10); Liderança: Resolução de conflitos e relacionamento interpessoal, empreendedorismo (24/10); Administração do tempo: Organização interna e externa (25/10); e Autoestima: Autoimagem e marketing pessoal (26/10).

As palestras serão realizadas sempre das 19 às 22 horas, na sede do Sesc e do Sivamar. As vagas são limitadas. Informações pelo telefone 3262-3232.

RUA SANTOS DUMONT

Anteprojeto da revitalização é apresentado a lojistas

Comerciantes e proprietários de imóveis poderão sugerir mudanças e adaptações no projeto para adequá-lo às necessidades locais

Lojistas conheceram o anteprojeto no mês passado

Em reunião realizada no dia 19 de setembro foi apresentado aos lojistas da Rua Santos Dumont o anteprojeto arquitetônico e urbanístico da revitalização da via, que contemplará o trecho entre as Avenidas São Paulo e Getúlio Vargas. O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, e os diretores Dercílio Constantino e Moacir Rodrigues Montalvão participaram da reunião. Abrão explicou que o Sivamar é um dos apoiadores da revitalização e que o projeto será um modelo para a recuperação de outras áreas comerciais. "A participação de vocês, lojistas, é muito importante para o sucesso do projeto", frisou.

A revitalização contemplará diversos aspectos, tanto no espaço público - com recuperação de calçadas, do asfalto e da arborização, instalação de novos equipamentos públicos, modernização das fachadas – quanto nas lojas. As empresas que estão aderindo ao programa recebem consultoria do Sebrae nas mais diversas áreas de gestão e vendas.

A proposta do trabalho é transformar a Santos Dumont num ponto de referência do comércio da cidade.

A apresentação aos lojistas foi feita pela professora Berna Valderrama, coordenadora do curso de Arquitetura do Cesumar e da equipe que produziu o projeto arquitetônico e urbanístico, num trabalho voluntário. O programa de revitalização da Santos Dumont vem sendo conduzido pelo Sebrae-PR e pela Fecomércio-PR, em parceria com a Prefeitura de Maringá, Cesumar, Sivamar, Simatec, Sincofarma, Acim, Codem e Micromar. Diversas etapas já foram concluídas e agora, com a apresentação do projeto à comunidade local, começa a fase decisiva que antecede o início das obras.

Conceito

O anteprojeto foi criado a partir de estudos realizados não só no trecho que receberá as melhorias, mas em todo o entorno, englobando importantes vias comerciais paralelas como a Avenida Brasil e a Rua Neo Alves Martins. Nos estudos foram observados seis aspectos: cena urbana, mobiliário urbano, acessibilidade/mobilidade, comunicação visual, arborização e destinação do lixo.

Alguns dos pontos críticos destacados pelo estudo foram falta de padronização do mobiliário urbano e da comunicação visual, conflito entre pedestres e veículos, falta de estacionamento, conflito entre a rede elétrica e as árvores e também entre as árvores e a fachada das edificações, além de acessibilidade prejudicada.

A partir da constatação destes problemas, segundo explicou Berna Valderrama, estabeleceu-se o conceito do anteprojeto, que propõe "a criação de uma linguagem universal e contemporânea, respeitando a cultura local e seus aspectos físicos e sócio-espaciais, para revitalizar e requalificar o espaço, tornando-o atrativo à comunidade".

Em relação às calçadas, o anteprojeto propõe dois tipos de piso, ladrilho ou paver, sendo que o segundo é mais indicado por ter maior permeabilidade. Haverá também pisos táteis, conforme determina a legislação, para guiar os portadores de deficiência visual, e as calçadas terão faixas com desenhos sinuosos para acompanhar o alinhamento das árvores e dar identidade visual à rua.

Também nas calçadas, o anteprojeto prevê a criação de áreas especiais com bancos, lixeiras e totens informativos, que funcionarão como um espaço de convivência das pessoas. Nestas áreas a proposta é colocar estátuas de Alberto Santos Dumont nos bancos, a exemplo do poeta Carlos Drummond de Andrade na praia de Ipanema, no Rio de Janeiro. A ideia é criar uma identidade com o nome da rua. Também haverá modificações na pista de rolamento, com delimitação do espaço para estacionamento de veículos.

Marquises

Outra proposta do projeto é a criação de uma iluminação decorativa e de segurança, por meio da instalação de pequenos postes entre os já existentes na rua. "Nestes postes também podem ser instaladas câmeras de segurança", opinou a professora Berna Valderrama.

Como forma de preservar um elemento característico da rua, o projeto arquitetônico e urbanístico propõe a manutenção das marquises, que, na avaliação dos técnicos, têm uma função importante no espaço, de proteger as pessoas e reduzir o calor. Além disso, as marquises delimitarão o espaço entre a parte superior das edificações e as fachadas das lojas, onde será trabalhada a comunicação visual que também seguirá medidas de padronização.

No final da apresentação, Berna Valderrama explicou que o projeto foi concebido de forma que os custos possam viabilizar a revitalização da área. A secretária executiva do Codem, Márcia Santin, colocou que a partir das sugestões dos lojistas e proprietários de imóveis e da aprovação do anteprojeto pelos mesmos, serão realizados os orçamentos para execução das obras. Ela lembrou que a Fecomércio-PR está aportando recursos no projeto e que a prefeitura também terá participação nas obras que envolvem equipamentos públicos, asfalto e arborização.

Paralelamente a este trabalho de aprovação do projeto arquitetônico e urbanístico, consultores do Sebrae continuam visitando os lojistas da rua para entregar a cartilha do programa aos que ainda não aderiram e os diagnósticos das consultorias realizadas nas primeiras empresas que já formalizaram a adesão.

Entre os serviços oferecidos pela consultoria estão Diagnóstico Operacional de Loja, com realização do Cliente Oculto, consultorias individuais em Finanças, Marketing, Visual de Loja, Fachadas, Vitrines e Recursos Humanos, treinamentos sobre Gestão Visual de Loja, Projeto de Design de Marcas, Planejamento de Fachadas, Vitrines, e Iluminação.

SERVIÇOS

• Exames Ocupacionais

O Sivamar mantém convênio com médicos especialistas em Medicina do Trabalho para a realização de exames admissionais, periódicos e demissionais. Os preços são especiais para os associados ao sindicato. Consulte a tabela e retire o guia de consultas na sede do Sivamar.

• Jornal

Informativo mensal, que traz, além de informações técnicas, jurídicas e das atividades do sindicato, matérias sobre diversos temas de interesse do comércio.

• Plano Microfinanças

O plano oferece ao associado Sivamar uma série de produtos e serviços do Sicoob Metropolitano, com taxas e condições diferenciadas. Há também produtos diferenciados para pessoa física, como taxa de juros do cheque especial e linhas de crédito pessoal.

• Previdência Complementar

O plano de previdência Fecomércio/FPA é extensivo aos familiares e também pode ser contratado para os colaboradores da empresa. Além de garantir uma aposentadoria mais tranqüila, o associado pode deduzir do Imposto de Renda o valor das contribuições mensais para o plano.

• Sala de Treinamento

O Sivamar tem três salas de treinamento, uma com capacidade para 55, outra para 35 pessoas e outra para 15 pessoas, equipadas com arcondicionado e recursos audiovisuais, além de localização privilegiada. Os associados podem fazer a reserva na secretaria do sindicato.

• Salão de Eventos

O Sivamar possui um salão de eventos, construído numa área de 7.500 m², localizado nos fundos do Jardim América. Além do salão, com capacidade para 400 pessoas, a área conta também com churrasqueira e amplo estacionamento. Associados do sindicato têm desconto especial nas locações.

Pacote de benefícios Sivamar

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

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.**

Cooperar com a gestão financeira da sua empresa é dar tempo para você fazer o que sabe melhor: crescer.

SICREDI EMPRESAS.
SOLUÇÕES QUE COOPERAM COM O TAMANHO DO SEU NEGÓCIO.

O Sicredi possui mais de 2 milhões de associados e oferece os mesmos produtos e serviços de um banco tradicional. Mas o Sicredi não é um banco. É uma instituição financeira cooperativa que, ao invés de clientes, tem sócios. E isso faz toda a diferença.

Por ser uma instituição cooperativa, o Sicredi oferece um atendimento mais próximo, uma parceria com um objetivo em comum e um modelo de negócios sustentável, no qual todos saem ganhando: o seu negócio, a sua cooperativa e a comunidade. Pois parte do capital de uma cooperativa é revertido para a sua região. E o crescimento da sua empresa contribui para isso. Afinal, se o seu negócio cresce, gera emprego, renda e fortalece a economia.

Seja a sua empresa pequena, média ou grande, você pode contar com uma equipe de profissionais, pronta para orientá-lo na escolha das melhores soluções para atender às necessidades da sua empresa. Sempre com a agilidade, a praticidade e a segurança que o mundo dos negócios exige.

O NEGÓCIO DA SUA EMPRESA É CRESCER? SEJA SÓCIO DO SICREDI.

Associado SIVAMAR, procure a Unidade de Atendimento mais próxima e descubra o que o Sicredi pode fazer por você.

SIVAMAR SINDICATO DOS LOJISTAS DO COMÉRCIO E DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO
Ano Internacional das Cooperativas
SICREDI
GENTE QUE COOPERA CRESCE.