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

Você já se preparou para as vendas de Natal?

O período natalino se aproxima e é hora de deixar tudo em ordem para atender o aumento da demanda. As principais providências, como reforçar os estoques, já devem estar tomadas, mas ainda dá tempo de investir em algo mais para chamar a atenção do consumidor numa época em que a concorrência fica ainda mais acirrada. Caprichar na decoração do ambiente e da vitrine, assim como investir no treinamento da equipe, especialmente dos temporários contratados, são ações que farão a diferença. O Jornal Sivamar ouviu especialistas de diversas áreas, que dão dicas de como preparar a loja para as vendas de final de ano.

Pág 4

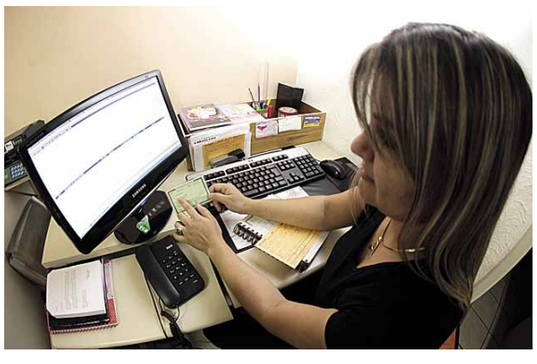
Horário do comércio no período natalino

- 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 da 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).

Mais segurança nas vendas a prazo

O grande movimento de final de ano no comércio pode levar ao descuido com alguns procedimentos de rotina no setor de crediário. Se as vendas a prazo não forem precedidas de boas informações cadastrais e financeiras sobre o cliente, é grande o risco de o lojista ter um início de ano com um índice elevado de inadimplência. Por este motivo é preciso atenção redobrada para que nenhum detalhe seja esquecido. Orientar a equipe de colaboradores é o primeiro passo para garantir a segurança das vendas a prazo.

Pág 3



Sivamar participa de missão técnica

O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, e a superintendente e advogada da entidade, Lisley Maria Messias da Silva, participaram da Missão Técnica do Comércio em São Paulo, promovida pelo Sebrae-PR e pela Fecomércio-PR. O objetivo foi conhecer o varejo da maior cidade da América Latina que é referência mundial em varejo além de ditar tendências para o setor.

Pág 6

EDITORIAL

Um grande acontecimento

Rubens Abrão, presidente do Sivamar

É novembro e mais uma vez nos vemos às vésperas da melhor época de vendas para o comércio. Todos estão mobilizados – ou se mobilizando – para colocar a loja em ordem e se preparar para o período natalino.

A cidade também se prepara. Como ocorre todos os anos, o Sivamar, a Acim e a Prefeitura se uniram para fazer do Natal uma festa especial para os maringaenses e os visitantes que tradicionalmente vêm à cidade nesta época. Este ano temos uma novidade, que é o Instituto Cultural Ingá coordenando as atividades do Natal, dando maior unidade às ações e à programação.

O Sivamar está diretamente envolvido em dois grandes e importantes projetos do Natal. Um deles é o "Shopping a Céu Aberto", que iluminará duas mil árvores de áreas comerciais do centro e de diversos bairros. Este projeto, desenvolvido em parceria com a Acim, é um dos grandes responsáveis pelo clima especial que envolve a cidade durante o período natalino.

O outro, realizado em parceria com a Acim Mulher, é o Concurso de Decoração de Natal, que contemplará cinco categorias: vitrines, prédios comerciais, externa e interna de shoppings centers, externa de edifícios residenciais e externa de residências.

Todo este trabalho das entidades e da Prefeitura de transformar a cidade nesta época tem um reflexo muito positivo para o comércio em geral. Com turistas e famílias maringaenses indo às ruas para apreciar a decoração de Natal, o grande beneficiado é o comércio.

Por este motivo, a participação do lojista nesta programação é de vital importância para os seus negócios. E esta participação não exige esforço extra, já que praticamente todos decoram as vitrines e a loja neste período. Por que, então, não caprichar ainda mais e se inscrever no concurso de decoração?

Na medida em que mais lojas estiverem participando e concorrendo, mais bonita ficará a cidade e mais pessoas terão curiosidade de sair às ruas para apreciar esta beleza e sentir o clima do Natal. Mais gente nas ruas significa maiores oportunidades de vendas.

Para o próximo ano o Sivamar está organizando uma grande campanha de Natal, com a volta do sorteio de prêmios, o que ficou inviável para este ano em função do curto espaço de tempo. Mas podemos começar a transformar o Natal num grande acontecimento já a partir deste ano. Basta que nós lojistas nos sensibilizemos para o fato de que, quanto mais nos dedicarmos a esta data, mais ela se tornará referência no calendário de Maringá. E todos ganharão com isso.

ARTIGO

Novo olhar sobre o final do ano

***Jane Eyre** é consultora de Desenvolvimento Humano*

O Natal se aproxima e ressurgem as preocupações em relação ao movimento que essa época gera no comércio. É hora dos empresários pensarem nas contratações temporárias, dos candidatos focarem em encontrar uma boa vaga e dos clientes se prepararem para enfrentar a maratona, às vezes estressante, das compras.

Este é um período em que o comércio, mais do que nunca, precisa de pessoas qualificadas, que estão cada vez mais raras no mercado de trabalho. Realizar um bom processo de seleção, considerando o perfil do candidato e as necessidades da vaga, é o primeiro passo para o lojista acertar. É preciso fugir daquelas armadilhas do tipo "contratei o menos pior" ou "contratei para ajudar". Procurar ser assertivo, planejando com antecedência, é o melhor caminho para não errar neste primeiro passo.

O segundo passo, essencial para driblar as dificuldades do mercado, é treinar o contratado. O candidato pode até chegar com alguma experiência, mas cada empresa tem suas particularidades. Por isso, é preciso orientar correta e amplamente o trabalhador temporário para que ele fique bem informado sobre os produtos ou serviços ofertados, as condições de pagamento, as regras para troca ou devolução.

Tudo deve ser feito da mesma forma como a empresa capacita profissionais contratados em outros momentos do ano. É importante ter em mente que não é porque o colaborador é temporário que precisa saber menos. Ele também vai cuidar do bem mais valioso da loja, que é o cliente!

Já o funcionário precisa ter em mente que a vaga temporária é uma oportunidade não só para garantir a manutenção de suas necessidades como também para se desenvolver como pessoa e profissional. E mais: emprenhar-se no aprendizado das novas atribuições e destacar-se pelo desempenho pode garantir a permanência no emprego após o período das festas.

O cliente é o grande destaque desta época. Ele quer e deve ser bem atendido, pois é a razão de existir do comerciante. Mas, vale uma dica também para o cliente, para que o fim de ano seja um período mais tranquilo para todos: tentar compreender o momento, colocando-se no lugar dos recém-contratados. Afinal, todos nós já nos vimos como "novatos" em algum momento da vida!

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° 136 - Novembro/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.

FIM DE ANO

Crédito com mais segurança

No corre-corre que toma conta do comércio no final do ano, o lojista pode acabar se descuidando de detalhes importantes para garantir a segurança das vendas a prazo. Veja quais os erros mais comuns e como evitá-los

O setor do crediário deve receber atenção especial do lojista no final do ano

O movimento das lojas durante o período natalino pode levar à quebra da rotina num dos departamentos em que isso jamais poderia acontecer: o crediário. Com o aumento do fluxo de clientes, que sempre esperam um atendimento rápido e eficaz, alguns procedimentos normalmente usados para garantir a segurança do crédito podem ser deixados de lado. E é aí que mora o perigo, pois a inadimplência pode ser grande em janeiro.

Segundo dados da Serasa Experian, em janeiro de 2011 houve um crescimento de 24,8% na inadimplência do consumidor em relação ao mesmo mês de 2010. Economistas atribuíram esse aumento à expansão do endividamento do brasileiro ao longo de 2010. Este é um dado que não pode passar despercebido numa época em que o país vive um momento de grande oferta de crédito, facilitando o endividamento das famílias,

Por este motivo, torna-se fundamental levantar com cuidado a situação financeira do consumidor antes de vender a crédito. Esta investigação começa pela realização de um bom cadastro. "O primeiro passo para vender com segurança é a realização de um cadastro que contenha informações pessoais, econômicas e referências", coloca o consultor Braz Vendramini, especialista em crédito e cobrança, até porque, segundo ele, um cadastro bem elaborado, em caso de inadimplência, facilita a cobrança.

Vendramini lembra que o cadastro deixou de ser algo burocrático e pode ser rápido, basta o cliente ter em mãos os documentos necessários, como os de identificação pessoal, comprovantes de renda e residência. "O empresário deve ter em mente que a definição da política de crédito é sua responsabilidade, pois conceder crédito não é uma obrigação legal, e sim uma decisão pautada em critérios estabelecidos pela empresa, devendo haver o respeito do cliente às regras", pondera.

O segundo passo, segundo ele, é não deixar de realizar consultas para saber se a pessoa tem o nome incluído em serviços de proteção ao crédito, como SPC e Serasa. "A cada nova compra é necessário fazer novamente a consulta, assim como é importante atualizar os dados cadastrais, especialmente números de telefone", explica o consultor.

Muitas compras?

Um dos erros mais comuns – já que este procedimento exige um pouco mais de tempo - é deixar de levantar informações sobre compras realizadas pelo cliente nos últimos meses, por meio de verificação de passagens do CPF. O sinal de alerta deve ser acionado se o cliente consultado tiver realizado um grande volume de compras a prazo no comércio, ou mesmo em uma ou duas lojas.

A primeira medida, neste caso, é verificar se os rendimentos da pessoa são compatíveis com tais dívidas. Aí entra o cadastro bem feito, onde documentos de comprovação de renda são fundamentais. Braz Vendramini lembra que, no entanto, um grande número de passagens do CPF é apenas um indicativo, um instrumento a mais para a avaliação de crédito. "Por isso, em nenhum momento se deve dizer ao cliente que ele tem muitas passagens pelo comércio", afirma.

Segundo Braz Vendramini, o primeiro passo para vender a prazo com segurança é a realização de um bom cadastro

Outra falha comum em época de muito movimento nas lojas é não exigir documento com foto de quem está comprando. Inclusive por meio de cartão de crédito, principalmente aqueles que não têm chip e que o portador assina o comprovante.

A falta de padronização e de critérios formais no processo de concessão de crédito também pode ser um risco neste período do ano. Se a loja já tem um procedimento rotineiro para liberar vendas a prazo fica muito mais fácil seguir o roteiro mesmo com mais movimento de clientes.

Se não existe um procedimento padrão, é muito mais complicado, e demorado, fechar a venda, desagradando o cliente. E se houver tentativa de agilizar o atendimento para satisfazê-lo, detalhes importantes podem ser esquecidos ou simplesmente ignorados.

Prazos longos

Prazos de pagamento longos, apesar de serem um atrativo para aquecer as vendas, também devem ser cuidadosamente analisados. "O que geralmente aconselho para o final do ano é incentivar as vendas a prazo com entrada, principalmente porque as pessoas estão com o 13° salário na mão. Recebendo a entrada, será mais fácil receber o resto do valor", explica Vendramini, acrescentando que estatisticamente nas vendas sem entrada a inadimplência é mais elevada, considerando os gastos das famílias nos últimos meses do ano.

É interessante também, segundo ele, aproveitar esta época em que as pessoas estão com mais dinheiro para receber atrasados. "Para isso deve ser feita uma varredura na carteira de clientes, levantando os inadimplentes para registrá-los no SPC. Em muitos casos, se o lojista não aproveitar esta época para receber, será bem mais difícil depois", comenta.

A última dica de Braz Vendramini diz respeito à contratação de funcionários para o final do ano. "O comerciante tem uma preocupação grande em contratar mais vendedores, mas é preciso investir também no reforço do quadro de suporte, que inclui analistas de crédito, atendentes de crediário, caixa. Muitas vezes o cliente está com a mercadoria na mão, escolhida, e desiste de levar porque tem fila grande no crediário ou no caixa", explica o consultor.

Cuidado com os golpistas

Na loja A Brasileira, há 35 anos no comércio, mês de dezembro é sinônimo de atenção redobrada no setor de crediário. "Maringá cresceu muito e passou a atrair consumidores de outros estados, como Mato Grosso, São Paulo. Com isso, os riscos de vender a crédito aumentaram", afirma Edison Gonzalez, sócio-proprietário da loja.

Segundo ele, independente da correria da época, os funcionários do setor são orientados a sempre consultar cadastros de devedores, como Serasa, cartórios de protesto, SPC. "O mercado exige que se tome estes cuidados, porque, além das pessoas honestas, que têm intenção de pagar suas contas, existem muitos golpistas que escolhem esta época para atuar. Por isso é importante fazer consultas em cadastros nacionais", coloca o comerciante.

Edison Gonzalez explica que quando a pessoa vem de fora, o procedimento da loja é ligar e pedir referências nos locais onde o consumidor costuma comprar na cidade de origem. "É um gesto simples que pode prevenir dores de cabeça. Nós também costumamos receber muitas ligações de lojas de outras cidades para obter informações de nossos clientes. É uma política de parceria importante não só para o lojista, como também para o próprio cliente", reforça.

Em sua vivência de tantos anos no comércio, o lojista lança um alerta para a ação dos golpistas nesta época. Segundo ele, muitos começam a agir já a partir de setembro, quando realizam várias compras de pequeno valor a crédito, pagando tudo em dia para poder ter boas referências. "O golpe vem em dezembro, quando o golpista passa a comprar produtos de grande valor e depois não paga as prestações", explica Gonzalez. Por todos estes motivos, adverte o comerciante, orientar o pessoal do setor de crediário é fundamental.

CAPA

Sua loja está em ordem para o final de ano?

Esta pergunta simples deve orientar as ações de todo lojista daqui até dezembro. É claro muita coisa já tem que estar providenciada, como os pedidos para reforçar os estoques, por exemplo. Mas ainda dá tempo de investir em algo mais para conquistar os clientes neste Natal

A decoração é um item importante na preparação da loja para o Natal. Mas é preciso ir além para que o cliente tenha uma experiência positiva ao fazer suas compras

Natal é sinônimo de crescimento nas vendas, mas é preciso lembrar que a expectativa é a mesma para todo o comércio e que a concorrência fica ainda mais acirrada. Para garantir o melhor desempenho o comerciante tem que encontrar uma forma de se destacar na multidão. Para isso, o caminho é realizar um bom planejamento.

No mês de novembro, o ideal é estar com o quadro de funcionários temporários completo, o estoque em ordem e o treinamento em ritmo acelerado. Tudo para garantir que cada cliente sinta-se único quando entrar pela porta da frente, receba atendimento de primeira linha e saia da loja com sensação de ter economizado tempo e investido bem o seu dinheiro.

"Para nós o Natal começa em outubro", afirma a gerente de uma das lojas B1 em Maringá, Sirlei de Andrade Geraldi. A coleção com as tendências 2012/2013 já está nas araras e a de Réveillon pronta para assumir seu lugar na vitrine. Segundo ela é preciso se programar o ano inteiro para garantir ao cliente a melhor experiência de compra no final do ano.

Mesmo com a mercadoria no estoque e a equipe treinada, ainda há muito o que fazer. "Você tem que estar pronto, caso contrário fica tenso. A gente tem que estar atento ao que sai mais ou menos para garantir que não falte o produto que o cliente deseja, que a vitrine esteja bonita e o atendimento no padrão esperado", diz.

Se em sua loja ainda há preparativos para finalizar, mãos à obra. Mas antes de começar é interessante refletir sobre alguns aspectos. A tônica no varejo nesta época deve ser a excelência em todos os processos. O cliente tem pressa e muitas dúvidas, o que exige uma equipe afinada. Se não for bem atendido, simplesmente não volta. O comerciante que quiser se sobressair tem apenas mais este mês para se organizar, arrumar a loja, investir em produtos de qualidade, preparar a equipe para oferecer um atendimento ágil e eficiente.

Mágica

A equipe de vendas precisa ter em mente que nesta época do ano o cliente tem mais ofertas de produtos e preços à disposição e mais dúvidas, porque na maioria dos casos estará comprando para presentear. Ao mesmo tempo, os vendedores precisam se mostrar mais pacientes e atenciosos do que nunca, apesar de estarem sob pressão em função de metas bem mais altas para atingir. Por isso, preparar bem o pessoal de atendimento é muito importante.

A consultora do Sebrae Patrícia Valente Santini, especialista em Recursos Humanos, acredita que levar em conta a atmosfera natalina faz toda a diferença. É necessário preparar a equipe de vendas com técnicas e ferramentas que transmitam ao cliente a sensação de que o pessoal da loja está sintonizado na mesma emoção que ele.

"No período natalino, os conceitos que estão em alta são de união, família e solidariedade. Os consumidores estão em clima de férias, de presentes, estão mais propensos a agradar as pessoas que os cercam", orienta. Segundo ela, atendimento ideal deve ser individualizado e personalizado. Mais do que em qualquer outra época do ano, o consumidor quer se sentir especial.

Na abordagem do vendedor, a pessoa deve perceber o cuidado e a disposição em apresentar a sugestão de presente. "A equipe precisa saber vender a emoção que o produto ou serviço proporciona. Essa 'mágica' é o segredo para se ganhar cada vez mais o cliente", ensina a consultora.

É importante destacar que já foi o tempo em que bastava evitar que o consumidor ficasse sem atendimento para que se considerasse bem recebido. Hoje ele está mais informado e o nível de exigência é outro, por isso o desempenho do vendedor tem uma relevância muito maior. "Contam muito a empatia com o cliente, entendendo o que ele busca, e a sensibilidade para compreender o valor emocional da compra natalina. Os detalhes também contam, como o capricho nas embalagens e a rapidez na finalização da compra", afirma Patrícia Santini.

Nesta época do ano as pessoas costumam comprar produtos de maior valor e, por este motivo, querem mais informações. Então, é necessário contar com profissionais bem preparados, de vendedores, gerentes a caixas. "Tendo em vista que nesse período também aumentam as contratações temporárias, a capacitação da equipe é fundamental para conseguir fazer com que os colaboradores atuem em sintonia", acrescenta a consultora. Todo esse esforço se converte em uma experiência de compras positiva, fazendo com que cliente volte e indique a loja para outros.

Patrícia Santini, do Sebrae, diz que a equipe deve estar em sintonia com os conceitos em alta no Natal: união, família e solidariedade

Vitrine

A vitrine é o cartão de visita da loja. tão importante quanto ter uma equipe de vendas afinada é investir numa boa vitrine de Natal.

Especialista em Marketing com formação em Moda, Josy Champion é uma das consultoras mais requisitadas da região na área de Visual Merchandising. Ela tem seis anos de experiência com projetos exclusivos e assina as vitrines de empresas como o grupo Naka (Bonny, B1 e B1 Homem).

Ela ressalta que Natal é um tema que pode ser apresentado de inúmeras maneiras e com o uso de diversos materiais. Mudar o formato das clássicas bolas natalinas, acrescentar personagens ou guirlandas à decoração da loja e da vitrine podem ser uma boa opção. Para sair da mesmice, que tal montar um belo presépio feito com materiais alternativos e bem iluminado, que pode chamar mais atenção do que um tradicional Papai Noel?

Só não vale exagerar porque o olhar do cliente tem que ser direcionado para o produto, ensina Josy Champion. O brilho ou a luz devem ser mantidos para que a vitrine remeta ao clima de comemoração e alegria. O objetivo do lojista de rua deve ser o mesmo dos shoppings, ou seja, atrair o cliente para dentro.

A vitrine não é algo quantitativo, mas Josy diz que se pode mensurar o valor do marketing indireto por meio de pesquisas sobre a lembrança que o cliente terá sobre um local, pelo aumento do movimento ou pela procura por uma mercadoria em destaque.

CAPA

Josy Champion: "Um produto bem apresentado em uma vitrine estimula o desejo de consumo"

"Um produto bem apresentado em uma vitrine estimula o desejo de consumo e este desejo se transforma em retorno financeiro", comenta.

A preocupação com o visual na loja Bolsas e Acessórios Raio de Sol começou bem antes do Natal. Duas funcionárias participaram de um curso no Sebrae sobre decoração de vitrines e o resultado foi além do esperado. "O investimento valeu tanto que nós temos outras vendedoras à espera de novas turmas. Podemos dizer que 80% da motivação de compra do cliente está na vitrine e depois que elas aplicaram o que aprenderam, a resposta foi imediata", comemora o gerente Carlos Henrique Tonon.

A vendedora Eliane Beatriz de Abreu, 31, afirma que depois do curso adquiriu outra visão do vitrinismo. Ela diz que na decoração é preciso pensar em algo especial para transmitir, uma ideia, uma emoção. "Você precisa harmonizar as cores, tendências e os elementos para que os clientes consigam ver os produtos. Você muda a vitrine e as pessoas esperam por novidades", afirma.

Uma boa vitrine deixa a loja mais bonita e atrai muito mais clientes, segundo Cristina Gomes de Mello, 25, que também participou do curso. Ela tem seis anos de experiência em vendas e garante que a capacitação foi um bom investimento. Cristina sente-se mais segura quando o assunto é exposição dos produtos e reconhece a importância de saber fazer isso da forma correta. "Aprendi o jeito certo de dispor as mercadorias, colocar novos elementos aos poucos para valorizar cada produto, não apenas os novos", comemora. Agora é só aplicar os conhecimentos para preparar uma boa vitrine de Natal.

Eliane de Abreu e Cristina de Mello, da Raio de Sol: curso de vitrinismo bem antes do Natal

Casa arrumada

As compras de fim de ano são exaustivas e o cliente espera encontrar a loja preparada para recebê-lo com conforto. Ambientes bem decorados são mais atraentes para as compras e a organização oferece, além de conforto, segurança para o consumidor que anda de um lado para outro com sacolas nas mãos.

Ainda dá tempo de fazer pequenas mudanças na organização interna para desobstruir o espaço, separando depósito, área dos clientes e caixa. Questões simples, como ter água à disposição, fazem toda diferença, assim como oferecer ao consumidor locais agradáveis para a prova de roupas e calçados.

Pequenos gestos revelam cuidado e capricho. Um tapete no piso do provador de roupas, número suficiente de cabides para que a pessoa possa organizar as peças na hora de prová-las e um espelho iluminado e de bom tamanho são pequenos detalhes que causam boa impressão. Demonstram que a loja se preparou para receber o cliente que, afinal, é o grande responsável pelo crescimento das vendas no final do ano.

Tendências de decoração

O lúdico faz sucesso na decoração de Natal

O tradicional e o contemporâneo se misturam nos lançamentos de artigos de decoração natalina este ano. A combinação de vermelho, verde, branco e dourado com luzes brancas ainda funciona, mas vale a pena pensar em uma leitura mais criativa. Nas folhas dos pinheiros e guirlandas lançados este ano surgem novos tons de verde, azul e até rosa, iluminados por luzes de led.

É sempre bom ressaltar a dica dos especialistas: cuidado para evitar o excesso na decoração natalina, que pode atrapalhar a visão do cliente e trazer efeito contrário do esperado.

Os objetos usados na composição de uma vitrine, por exemplo, podem ser neutros, como flores, fitas e luzes, ou ter um apelo mais lúdico, como casinhas iluminadas, figuras de Papai Noel, brinquedos e animais em pelúcia. Mas é preciso levar em conta o público a que se destinam os produtos da loja e montar um projeto de decoração que valorize o estilo de quem compra ali.

Optar por um tema como brinquedos e doces pode funcionar muito bem e permitir inclusive o aproveitamento de enfeites de 2011. Para quem quiser renovar os elementos da decoração ou investir mais, comprar no atacado garante uma economia significativa.

Além disso, os profissionais podem orientar sobre novidades na decoração. Assim como no projeto da vitrine, os resultados tendem a ser melhores para quem investe mais na decoração da loja. Conforme o espaço disponível é possível investir em grandes árvores de Natal decoradas com fitas, bolas e enfeites de todos os formatos.

A consultora do atacado Comvisa, Valdirene Pinheiro, diz que a partir de R$ 500 já é possível dar uma atmosfera natalina ao espaço comercial. Montando kits de R$ 1 mil, R$ 2 mil, o comerciante transforma o ambiente e dá ao cliente a sensação de viver um pouco dessa magia.

Cuidado com a segurança!

Apesar de haver reforço policial nas ruas, o lojista deve adotar ações preventivas contra criminosos que aproveitam esta época do ano para agir. O layout da loja pode contribuir muito com a segurança se permitir a visualização de todos os espaços por parte dos funcionários.

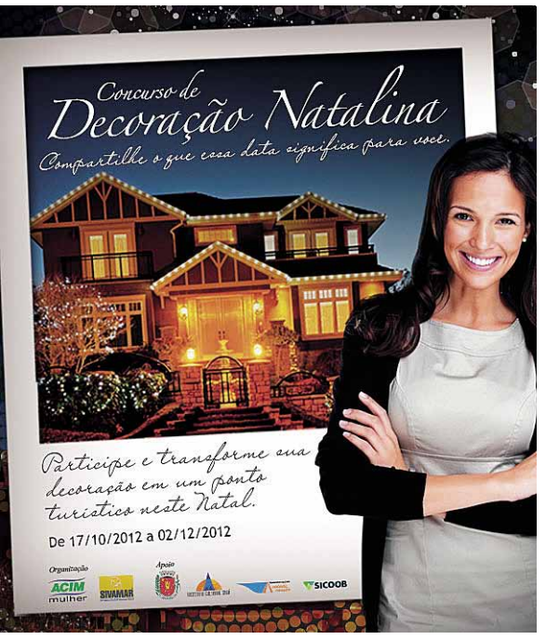
"A segurança eletrônica é um mecanismo que pode inibir a ação de criminosos, desde que os mecanismos de vigilância, como câmeras, sejam utilizados de maneira ostensiva, para serem vistos por quem chega ao estabelecimento. Da mesma maneira, a utilização de espelhos nos pontos cegos permite aos funcionários a ampliação de seu campo de visão para todas as áreas da loja", afirma o tenente da Polícia Militar Cláudio Rocha.

Segundo ele, as ocorrências mais comuns no período natalino são os furtos no interior dos estabelecimentos. A contratação de seguranças é uma alternativa para quem quer se sentir mais seguro. Outra medida que também funciona bem é o uso de cartazes que orientam os clientes a cuidarem dos pertences.

A Polícia Militar desenvolveu uma cartilha sobre segurança no comércio com diversas orientações que podem ser usadas o ano inteiro. Para consultar o material, basta acessar o site da corporação www.policiamilitar.pr.gov.br e entrar no link Dicas de Segurança.

ACONTECE NO SIVAMAR

Concurso de decoração é um dos destaques do Natal Ingá



O Sivamar e a Acim Mulher estão promovendo o Concurso de Decoração de Natal que será uma das atrações da programação do Natal Ingá 2012, que inclui também iluminação da Catedral e de duas mil árvores da área central e de bairros, chegada do Papai Noel, apresentação de corais e outras atividades culturais. A apresentação dos detalhes da programação e o lançamento do Natal Ingá, que será coordenado pelo Instituto Cultural Ingá, aconteceram no dia 17 de outubro, na sede da Acim.

No evento, o prefeito Silvio Barros agradeceu os parceiros do Natal, em especial a ACIM e o Sivamar. "Foi aqui na Associação Comercial que surgiu a ideia da parceria para tornar o Natal uma atividade da cidade e não apenas de uma entidade ou da prefeitura. Fico feliz em terminar este ciclo com a criação do Instituto Cultural Ingá, que fará a coordenação deste processo, de forma permanente", colocou.

Os interessados em participar do Concurso de Decoração de Natal organizado pela Acim Mulher e pelo Sivamar podem se inscrever gratuitamente até 2 de dezembro. São cinco categorias: vitrines; prédios comerciais; externa e interna de shoppings centers; externa de edifícios residenciais; e externa de residências.

O primeiro colocado de cada categoria receberá como prêmio um i-Pad e troféu. O julgamento será entre os dias 3 e 5 de dezembro, com avaliação da criatividade, originalidade, harmonia e iluminação. A cerimônia de premiação será em 7 de dezembro. O concurso tem apoio do Sicoob, Instituto Cultural Ingá, Prefeitura e TCCC. O regulamento do concurso está disponível no www.acim.com.br/natal2012

A exemplo do ano passado, para que as pessoas conheçam os ganhadores do concurso, será disponibilizada a Linha Natal, onde um ônibus da empresa TCCC fará um city tour à noite, percorrendo os estabelecimentos e residências decorados.

Para o presidente do Sivamar, o concurso de decoração natalina é um grande fator de atração de turistas para a cidade e por este motivo a adesão, especialmente dos lojistas é fundamental. "Já se tornou tradição as pessoas de fora virem a Maringá nesta época para apreciar a decoração de Natal. Isso é muito importante para a movimentação da economia, já que os visitantes aproveitam para comprar no comércio, consumir em restaurantes, lanchonetes. Sem contar que o maringaense também vai às ruas nesta época para passear com a família. Com isso, mais empregos são gerados e mais recursos circulam na cidade, beneficiando a todos", analisa.

Programação

O Natal Ingá será aberto com a chegada do Papai Noel no dia 6 de dezembro, quando também será acionada a iluminação do projeto um Shopping a Céu Aberto e começará a funcionar a Vila do Papai Noel, coordenada pelo Provopar.

A Vila do Papai Noel, que será instalada na Praça Napoleão Moreira da Silva, este ano terá decoração com proposta sustentável. A árvore de Natal e os enfeites serão confeccionados com garrafas PET. Os detentos da Penitenciária Estadual de Maringá estão contribuindo com a confecção dos materiais para a decoração da vila. O projeto "Um Shopping a Céu Aberto", uma realização conjunta da Acim e do Sivamar, iluminará duas mil árvores na região central e bairros de Maringá.

O horário especial do comércio começa a partir do dia 10 e vai até 21 de dezembro, quando as lojas abrirão até as 22 horas durante a semana e até as 18 horas aos sábados. No dia 23, um domingo, as lojas abrirão das 14 às 20 horas e os supermercados das 9 às 15 horas. E nos dias 24 e 31 de dezembro, comércio e supermercados funcionarão até as 18 horas. A programação do Natal Ingá está disponível em www.natalinga.com.br

Missão Técnica

O Mercado Livre foi uma das empresas visitadas durante a missão técnica

O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, e a superintendente e advogada da entidade, Lisley Maria Messias da Silva, participaram, de 21 a 24 de outubro, da Missão Técnica do Comércio na cidade de São Paulo, promovida pelo Sebrae-PR e pela Fecomércio-PR.

O objetivo foi conhecer o varejo da maior cidade da América Latina que é referência mundial em comércio além de ditar tendências para o setor. Os participantes visitaram empresas renomadas, onde conheceram estratégias utilizadas para a fidelização de clientes, capacitação e avaliação da equipe, e de experimentação, na qual o cliente pode ver e sentir de perto o produto ou serviço oferecido. Além disso, os integrantes da missão conheceram exemplos de layouts de loja diferenciados, processos de monitoramento constante de resultados e os diferenciais que destacam estas empresas no mercado.

Rubens Abrão ressalta que a missão foi um importante instrumento de busca de aprendizado e conhecimento de inovações para serem multiplicados para todo o comércio, bem como para serem aplicados em seu próprio negócio.

Estas foram algumas das corporações visitadas durante a missão: Hermès, Shopping Cidade Jardim, Mega Polo Moda (shopping atacadista), Boutique Bar Nespresso, Pop Store (espaço conceito da Natura), Loja Conceito Havaianas, Bilabong e Mercado Livre. Os paranaenses também estiveram na Escola Superior de Propaganda e Marketing – Núcleo de Varejo, que conta com o laboratório experimental de varejo, criado para aproximar as atividades acadêmicas do mercado, promovendo a integração entre empresas e escola.

LEGISLAÇÃO

Contratação de temporários requer cuidados

Existem diversos aspectos que precisam ser observados para não infringir a lei. A começar pela escolha de uma agência de empregos idônea e que tenha registro no Ministério do Trabalho

Segundo dados da Asserttem (Associação Brasileira das Empresas de Serviços Terceirizáveis e Trabalho Temporário), até o fim do ano devem ser abertas 155 mil vagas de trabalho temporário no país, número 5,5% superior a 2011. O comércio responderá por 75% das vagas e a indústria, por 25%.

Boa parte dos lojistas já fez as contratações de temporários para fazer frente ao crescimento da demanda no Natal. Mas muitos deixam para completar a equipe em novembro. O comerciante precisa estar atento ao que diz a lei em relação aos trabalhadores temporários para que não tenha problemas no futuro. Especialmente no que diz respeito à legislação trabalhista.

Segundo a advogada Lisley Maria Messias da Silva, superintendente do Sivamar e responsável pelo Departamento Jurídico do sindicato, o profissional temporário tem parte dos direitos de um funcionário fixo, como descanso semanal remunerado, hora extra, férias e 13° proporcionais. Mas, quando vencido seu contrato, não recebe multa do FGTS nem aviso prévio. "O período máximo do contrato é de três meses, com possibilidade de ser prorrogado por mais três", explica.

De acordo com a lei, só é possível contratar temporários por meio de agências de empregos. As agências são responsáveis pela confecção e assinatura do contrato de trabalho e por fazer o pagamento. Os custos são repassados ao lojista.

Responsabilidades

A agência de empregos deve ser fiscalizada pelo lojista que a contrata, pois ele será corresponsável pelo recolhimento de encargos sociais se a mesma não efetuá-los. O lojista contratante também tem responsabilidade solidária e subsidiária pelas obrigações trabalhistas quando estas não são cumpridas pela empresa prestadora de serviços.

Por isso é fundamental pesquisar a idoneidade da agência de emprego antes de contratá-la. O lojista pode fazer uma busca no site do Ministério do Trabalho para saber se ela é registrada no órgão ou se responde a processos trabalhistas.

É sempre interessante também conferir se os valores e termos acordados com a agência estão corretos e claros no contrato de trabalho assinado pelo colaborador contratado. Questões, como tempo do vínculo empregatício, função a ser desempenhada, os encargos sociais previstos e o caráter de temporalidade do serviço, também merecem atenção.

Outra dica importante é procurar contratar agências de emprego que trabalham com carteira assinada, reforça Lisley Messias da Silva. Algumas costumam contratar temporários como autônomos ou PJ (pessoa jurídica) e isso pode representar um risco de ações trabalhistas no futuro. "Seguindo o que diz a Consolidação das Leis do Trabalho, as chances da empresa sofrer um processo trabalhista são menores", reforça a advogada.

A advogada e superintendente do Sivamar, Lisley Messias da Silva, alerta que o lojista precisa estar atento à legislação ao contratar temporários

TIRE SUAS DÚVIDAS

Confira o que diz a Convenção Coletiva de Trabalho do Comércio em relação à jornada de trabalho no período natalino

Cláusula 49ª - Da jornada especial no mês de dezembro e outras avenças

As jornadas de trabalho no período natalino, considerando-se como tal o período compreendido entre os dias 10 e 21/12/2012, serão laboradas/prorrogadas nos seguintes termos:

Parágrafo primeiro. Para o segmento varejista em geral entre os dias 10 e 21/12 (de segunda a sexta-feira) o trabalho se estenderá até as 22 horas e nos sábados dias 1°, 08, 15 e 22 o trabalho se estenderá até as 18 horas; nos dias 24 e 31/12 a jornada se encerrará às 18 horas, para o comércio varejista em geral, assim como para o segmento supermercadista.

Parágrafo segundo. Facultativamente, durante o período natalino, as empresas poderão se utilizar da mão-de-obra de seus empregados, considerando como jornada normal de trabalho das 9 horas às 19 horas.

Parágrafo terceiro. Não haverá jornada de trabalho no dia 12/02/2013, terça-feira de Carnaval, tanto como para o comércio varejista em geral como para os supermercados.

Parágrafo quarto. Serão observadas as seguintes diretrizes em razão do trabalho extraordinário realizado no domingo que antecede o Natal, dia 23/12/2012.

Segmento Varejista em geral

a) Não haverá pagamento de hora extraordinária;

b) a jornada dos dias 26/12/2012 e 02/01/2013 , iniciar-se-á às 12 horas;

c) a jornada do dia 13/02/2012 (quarta-feira de cinzas) iniciar-se-á às 12 horas;

Segmento Supermercadista

a) Não haverá pagamento de hora extraordinária;

b) O repouso semanal será fruído na forma legal, ou seja, não poderá exceder o período máximo de 7 dias;

c) a jornada do dia 13/02/2013 (quarta-feira de Cinzas) iniciar-se-á às 12 horas, onde todos os empregados não farão jornada superior a 6 horas;

d) a jornada dos dias 26/12/2012 e 02/01/2013 iniciar-se-á às 12 horas, onde todos os empregados não farão jornada superior a 6 horas.

Parágrafo quinto. Fica ressalvado que o empregador que não utilizar da mão-de-obra de seus empregados no dia 23/12/2012, domingo, como descrito anteriormente, não precisará obedecer a compensação estabelecida nas alíneas "a"; "b", "c" e "d" do parágrafo quarto desta cláusula.

Shopping CIC HM
O shopping da família
Rua Santos Dumont, 2971, fone (0XX) 44 3033-9000, Maringá - PR

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

SERVIÇOS

Direito do Trabalho e Previdenciário

A superintendente e advogada do Sivamar, Lisley Messias da Silva, participou do Fórum de Direito do Trabalho e Previdenciário realizado em São Paulo dias 17 e 18 de outubro pela IOB Folhamatic e Informa Group.

Juízes e juristas abordaram temas como Questões divergentes nos contratos de trabalho; Relações sindicais; Jornada de Trabalho; Equiparação salarial por identidade, analogia e equivalência; Atuais questões previdenciárias; Fiscalização do Ministério do Trabalho e Emprego e a atuação do Ministério Público do Trabalho; Responsabilidade civil das empresas nos acidentes do trabalho e nas doenças ocupacionais; Atuais questões previdenciárias.

NOVOS SÓCIOS

Feliz Calçados - Av. Duque de Caxias, 595 - Centro - Maringá-PR
Lojas Paranaenses - Rua Nossa Senhora do Rocio, 1071 - Centro - Marialva-PR
Casa das Máquinas - Rua Joubert de Carvalho, 942 - Zona 01 - Maringá-PR
Cristiane C. dos Santos Confecções - Av. Brasil, 3434 - Loja 1 e 2 - Center Brasil - Maringá-PR
Ótica Focus - Av. São Paulo, 257 - Zona 01 - Maringá-PR
Iraci Modas - Av. Montreal, 159 - Jardim Panorama - Maringá-PR
MB Embalagens - Av. Riachuelo, 174 - fundos - Zona 03 - Maringá-PR
Pantera Sport - Rodovia Pr 317 - Vest Mercosul - Maringá-PR
Pantera Sport - Rodovia Pr.317 S/n - Km 06 - Vest.Sul, 0 - loja 85 - Zona 47 - Maringá-PR
Supermercado Mercatto - Av. Maringá, 2058 - Jardim Nova Paulista - Sarandi-PR
Supermercado Mercatto - Av. Maringá, 2696 - Jardim Santa Eliza - Sarandi-PR
Britânico e Americano - Rua Sao Joao, 250 - sala 01 - terreo - Zona 07 - Maringá-PR
Pipiui Moda Infantil - Av. Dona Sophia Rasgulaeff, 3198 - Jardim Oasis - Maringá-PR
Band A Materiais Didáticos - Rua São João, 250 - Zona 07 - Maringá-PR
Box In Box - Av. Colombo, 9161 - Quiosque Q-07 - Pq. Industrial Bandeirantes - Maringá-PR
Box In Box - Av. Tuiuti, 710 - Quiosque C23 - Vila Morangueira - Maringá-PR
Box In Box - Av. São Paulo, 458 - Quiosque B-2-H - Zona 01 - Maringá-PR
Box In Box - Av. São Paulo, 120 - Quiosque Q305 - Zona 01 - Maringá-PR
Laços & Tiras - Rodovia Rod. Pr 317 Km 06 - Shoping Vest Sul - Loja 55 - Maringá-PR
Laços e Tiras - Rodovia Rod. Pr 317 Km 06 - Av. Fashion, Lojas 210 e 211 - Pinguim - Maringá-PR
Central Embalagens - Av. São Domingos, 273 - Vila Morangueira - Maringá-PR

• 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.

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.**

YNBRAS
PATENTES & MARCAS
ASSESSORIA E CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRASIL & EXTERIOR
YNGÁ DO BRASIL PATENTES E MARCAS LTDA.
Fones: 3226-6590/3226-6990

Proteja o seu maior patrimônio...
A sua marca.
Só é dono quem registra.
ynbras@yahoo.com.br