SICREDI GENTE QUE COOPERA CRESCE.

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

SANTA RITA SAÚDE
O plano para uma vida melhor.
VENDAS 44 3028-5767
patrone.vendas@hotmail.com
Agente Autorizado PATRONE

Vaidade masculina em alta

A venda de produtos de beleza voltados ao público masculino cresce a cada ano. Hoje eles respondem por quase 20% do total de produtos vendidos pelo segmento. Um sinal de mudança nos hábitos do brasileiro, que está mais preocupado com a aparência. O varejo, assim como a indústria de cosméticos, tem investido neste nicho de mercado promissor e com consumidores bem informados. Uma pesquisa recente mostrou que 85% dos homens compram sozinhos os produtos de beleza que usam, enquanto apenas 15% disseram que as mulheres fazem as compras.

Pág 7

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

O que faz a força do comércio maringaense?

Esta é a pergunta que o Jornal Sivamar tenta responder em sua reportagem principal, mostrando que Maringá é uma cidade de características peculiares que garantem um comércio forte e dinâmico. A cidade polariza uma importante região do agronegócio brasileiro, tem grandes empresas e órgãos públicos que geram milhares de empregos. Além disso, a renda média do maringaense figura entre as mais elevadas do país e é a segunda maior do estado. Sem contar que por aqui também se constroi muito, o que significa mais vendas para o comércio. Confira o que algumas lideranças têm a dizer sobre este perfil da cidade e sobre a força do varejo maringaense.

Pág 4

Crédito para o pequeno

A coordenadora do escritório regional da Fomento Paraná, Neandra Viliado Quinteiro, esteve no Sivamar no mês passado para falar sobre crédito para o micro e pequeno empresário e as facilidades oferecidas pela agência. Os financiamentos vão até R$ 4 milhões, com taxa de juros a partir de 0,55% ao mês e até 60 meses para pagar. Tudo depende do faturamento da empresa. A grande novidade é que a Noroeste Garantias assinou convênio com o escritório regional e passou a oferecer cartas de garantias para financiamentos.

Pág 6

E o consumidor foi à praça!

Pelo oitavo ano consecutivo o evento do Dia do Consumidor atraiu milhares de pessoas à Praça Raposo Tavares. Serviços de utilidade pública foram oferecidos pelos parceiros da iniciativa, que tem por objetivo homenagear o cliente em nome dos lojistas associados e representados pelo Sivamar.

Pág 3

EDITORIAL

Benefício para todos

O Sivamar, em parceria com a Acim e outras entidades, tem trabalhado muito para o fortalecimento das campanhas promocionais do comércio. Trabalho este que vem dando resultados muito positivos. Um exemplo foi a última edição da Maringá Liquida, quando quase mil lojas ofereceram descontos de até 70%.

Em pesquisa realizada entre os lojistas participantes, 49% consideraram a campanha boa e 25%, excelente. Em relação às vendas, 65% deles se declararam satisfeitos. O consumidor também aprovou. A pesquisa ouviu 480 pessoas, no Centro e no Jardim Alvorada: 68% declararam que haviam feito compras durante a liquidação e 16% que pretendiam fazer.

As campanhas do comércio beneficiam toda a cidade. Os consumidores são atraídos pelos descontos, mais gente circula pelas ruas e essas pessoas acabam consumindo também em outros tipos de estabelecimentos – restaurantes, lanchonetes, panificadoras, cafeterias. O lojista participante ganha porque é uma oportunidade de liquidar estoques para a compra de novas mercadorias.

Tanto é verdade que a Prefeitura e a Câmara Municipal têm sido parceiras constantes das campanhas do comércio, num reconhecimento aos benefícios que as mesmas trazem para a cidade. Porém, alguns veículos de comunicação ainda não atentaram para estes benefícios. E, inclusive, não percebem como são benéficas para o faturamento comercial dos próprios veículos, na medida em que um comércio mais forte cria um círculo virtuoso: mais emprego, mais recursos e mais investimentos dos empresários em anúncios e publicidade.

Reconhecemos e agradecemos a parceria de muitos veículos que oferecem condições comerciais diferenciadas para a divulgação, visto que são entidades de classe, sem fins lucrativos, que promovem a Maringá Liquida, a Ponta de Estoque e a Campanha de Natal.

Porém, alguns se mantêm irredutíveis em suas condições de negociação. Isso impede que a divulgação dessas campanhas atinja um público ainda maior, gerando resultados ainda melhores.

O Sivamar sempre acreditou na parceria porque ela é uma via de duas mãos. E no bom senso, que é o melhor mediador de qualquer negociação. Temos esperança que um dia esses dois itens estarão presentes nos contatos com todos os veículos de comunicação da cidade, que sentarão à mesa para negociar com o sentimento de fazerem parte de uma iniciativa em que todos terão seus benefícios.

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

ARTIGO

Um aliado do comércio

Vivemos um mundo de negócios complementares e de economia integrada. Neste universo de possibilidades surgem as oportunidades de ganhos com o turismo. A cultura dos negócios pelo turismo ganhou impulso na década de 1990, nos governos de Fernando Henrique Cardoso, com a municipalização do setor.

Em 2004 tivemos dois feitos históricos, a criação do Ministério do Turismo pelo governo Lula e a criação da Secretaria Estadual do Turismo, pelo governo Requião. Como se vê, todo este processo tem menos de 20 anos, pouco tempo para o enraizamento do turismo nas agendas municipais, em especial no mundo do comércio.

Após este breve histórico, refletirei sobre a grande questão: de que forma o turismo pode favorecer o comércio? Começo afirmando que o varejo é, sem dúvida, o que mais ganha com o turismo, pois os turistas, ao consumirem bens e serviços, transferem suas poupanças para o destino onde se concretiza o fato turístico.

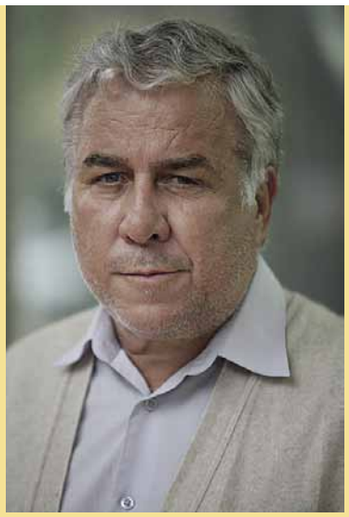
Na verdade, a essência do turismo é "somar forças (parcerias, alianças e integração) e partilhar resultados (ganha-ganha)". O fato turístico tem identidade comercial com o fenômeno compra-venda.

Quando ocorrem eventos diferenciados nas cidades, tem-se a participação não só dos moradores locais, mas também de visitantes interessados principalmente em quatro questões: comer, visitar, comprar e dormir. Portanto, o turismo está intimamente ligado aos setores do comércio e da prestação de serviços.

Numa visão de turismo regional é possível trabalhar várias vertentes. No caso de Maringá o forte está no tripé eventos-negócios-compras, com muito potencial nas áreas religiosa, de saúde, esportes, cultura e lazer.

Atraindo público para eventos e/ou roteiros integrados, estaremos atraindo consumidores. O ganho será distribuído entre os serviços de hospedagem, alimentação, visitação, transporte e atividades complementares (farmácias, postos de combustíveis, mercados, shoppings, lojas, artesanatos, etc).

Felizmente a cidade de Maringá tem um dos mais atuantes Convention & Visitors Bureau, que garante a cada ano uma oferta mais diversificada e competitiva de iniciativas voltadas aos eventos. Cabe registro também a iniciativa da Retur (Rede de Turismo Regional) e dos municípios da Amusep, pela proposta estratégica de criar um anel turístico de Maringá, denominado Caminhos do Ingá. Com adesão de novos parceiros a cada dia, o projeto tem no obelisco da Praça da Catedral o Marco Zero, com possibilidades de rotas que oferecem aos turistas a diversidade de um rico mosaico de atrativos e serviços.



***Jacó Gimennes** é presidente da Retur, diretor do ICD (Instituto de Cultura e Desenvolvimento) e Cidadão Honorário do Paraná (gimennes@gmail.com)*

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 13 - n° 140 - Abril/2013
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
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.

DIA DO CONSUMIDOR

Uma homenagem ao maior parceiro do comércio

Como ocorre há oito anos, o evento do Dia do Consumidor atraiu muita gente para a Praça Raposo Tavares. Homenagem é feita em nome dos lojistas, para demonstrar a importância do consumidor para a atividade comercial

No estande da Escola de Cabeleireiros do Senac foram realizadas centenas de cortes de cabelo

No dia 9 de março, o Sivamar e o Sistema Fecomércio-PR promoveram o tradicional evento comemorativo ao Dia do Consumido na Praça Raposo Tavares, com apoio da Prefeitura de Maringá, Procon, Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá e Acim.

O evento, que é uma espécie de feira de serviços, foi criado pelo Sivamar em 2006 para homenagear o consumidor em nome do comércio, valorizando seu relevante papel nas relações comerciais. Milhares de atendimentos foram realizados e a comunidade pode usufruir de serviços gratuitos como emissão de carteira profissional, exames e orientações em diversas áreas da saúde, orientação jurídica, corte de cabelo e recreação para as crianças.

Diretores do Sivamar e o presidente do sindicato, Rubens Abrão, também estiveram na praça acompanhando o evento. "É uma forma de homenagear nossos clientes, estendendo a eles um 'tapete vermelho'. Vários parceiros se unem ao Sivamar todo ano para, gratuitamente, oferecermos uma série de serviços de utilidade pública à comunidade", colocou Rubens Abrão.

Aprovado

A estudante Raquel Alessandra de Deus Silva aproveitou o evento para cortar o cabelo, serviço oferecido pela Escola de Cabeleireiros do Senac-Maringá. "Achei muito legal esta iniciativa. As pessoas, muitas vezes, não têm tempo nem mesmo para fazer exames de saúde e aqui é uma boa oportunidade", avaliou enquanto era atendida por uma das alunas da escola, com supervisão dos instrutores.

"Este tipo de evento tinha que ser feito mais vezes e no país inteiro, já que na saúde pública nem sempre a gente consegue fazer os exames que estão sendo oferecidos aqui", colocou o autônomo Fernando Pereira enquanto aguardava na fila para fazer o exame de acuidade visual. "Eu estou precisando de um exame de vista porque estou enxergando mal à noite", afirmou.

Para o professor Valter da Conceição a facilidade de acesso aos serviços na praça também é o que mais chamou a atenção no evento. "É uma forma interessante de homenagear o consumidor", afirmou. Rodrigo Carvalho dos Santos, que trabalha na área de Moda, também aprovou. "Como a gente quase não tem tempo de fazer exames, esta é uma boa oportunidade para saber como está a saúde".

O evento do Dia do Consumidor contou com os seguintes patrocínios: O Diário, Odiario.com, Sicred União, Sebrae-PR, Sincontábil, Cocamar, Rádios CBN, Mix e Maringá FM, Multi TV, GVT, Principal Calçados e Dias Bike.

As crianças receberam orientações sobre higiene bucal no espaço montado pelo Sesc

Os exames oftalmológicos também foram muito procurados durante o evento

Raquel Silva: "Uma oportunidade para quem não tem tempo"

Fernando Pereira: "Estou precisando de exame de vista porque não estou enxergando bem"

Valter da Conceição: "Forma interessante de homenagear o consumidor"

Rodrigo dos Santos: "Boa oportunidade para saber como está a saúde"

CAPA

O que faz a força do nosso comércio?

Uma série de características singulares transformou Maringá num importante centro comercial, que polariza uma grande região. Fatores como renda elevada da população, boa estrutura na prestação de serviços de educação e saúde e agronegócio altamente desenvolvido contribuem decisivamente para a atividade comercial da cidade

Em 70 anos de história, o comércio de Maringá cresceu e se diversificou. Uma série de fatores e características próprias da cidade contribuíram para isso

Dos primeiros estabelecimentos instalados no Maringá Velho na década de 1940 até os dias de hoje, muita coisa mudou no comércio maringaense. Os primeiros empresários da época certamente não podiam imaginar que estavam lançando as bases do que viria a ser um dos mais importantes polos comerciais do estado, tamanho foi o desenvolvimento que o setor alcançou em pouco mais de 70 anos de história.

Um feito e tanto para uma atividade que nasceu meio ao acaso, por pressão dos agricultores que haviam comprado terras por aqui e precisavam adquirir os mais diversos tipos de produtos. O relato consta no livro "Desbravadores do comércio de Maringá", de autoria do jornalista e escritor Rogério Recco, lançado no ano passado pelo Sivamar para contar a história da atividade comercial maringaense.

A UEM, além de atrair milhares de estudantes de fora, tem uma folha de pagamento de R$ 27 milhões

Para atender o pedido dos primeiros moradores, a Companhia de Terras Norte do Paraná projetou a planta básica de uma pequena vila, com os oito quarteirões que abrigaram os primeiros estabelecimentos comerciais. Foi assim que nasceu o comércio de Maringá.

Em sete décadas, o perfil da atividade foi mudando, os estabelecimentos foram se diversificando e a cidade entrou definitivamente no mapa como importante centro comercial. Uma vocação que se consolida a cada ano. O fato pode ser comprovado com os investimentos de grupos de fora na cidade.

Só para ficar no segmento supermercadista, dois novos hipermercados - Condor e Pão de Açúcar - devem se instalar em Maringá até o final do primeiro semestre. Isso sem contar a unidade inaugurada no final do ano passado pelo grupo Muffato e outra do grupo Angeloni que começou a operar este mês. E o número de novos empreendimentos continua crescendo. De acordo com dados da Prefeitura, 291 novos cadastros de empresas do comércio foram registrados em 2012.

Renda elevada

Uma série de fatores contribui decisivamente para o desenvolvimento e a diversificação do varejo de Maringá. Um deles é o padrão de renda do maringaense. Dados do último Censo do IBGE apontaram que a renda média domiciliar per capita da cidade é de R$ 1.159,97, a segunda maior do estado, ficando atrás apenas de Curitiba.

Em dez anos, a renda do trabalhador maringaense aumentou 125% e a cidade avançou 35 posições no ranking nacional. Hoje Maringá figura entre os 40 municípios brasileiros com a maior renda média domiciliar per capita, segundo o Censo 2010.

Dados do IPC Maps – estudo divulgado anualmente em maio pela IPC Marketing Editora que disponibiliza informações demográficas e de potencial de consumo dos municípios brasileiros - apontam que Maringá foi a cidade cujo potencial de consumo mais cresceu no Paraná entre 2011 e 2012.

O índice, que em 2011 era de R$ 6,5 bilhões, saltou em 2012 para R$ 7,8 bilhões, um aumento de R$ 1,3 bilhão. Maringá, segundo o estudo, também foi a cidade paranaense que mais avançou no percentual de participação no consumo nacional.

Um outro fator decisivo é que Maringá possui um conjunto de empresas de grande porte e órgãos públicos que geram milhares de empregos e que, com a folha de pagamento dos trabalhadores, injetam mensalmente um grande volume de recursos no comércio. É o caso da Prefeitura de Maringá, que tem hoje perto de 10 mil servidores e uma folha de pagamento que ultrapassa os R$ 22 milhões.

Polo educacional

A UEM (Universidade Estadual de Maringá) é outro grande gerador de empregos, totalizando 4.147 servidores e uma folha de pagamento mensal que gira em torno dos R$ 27 milhões. Oferecendo em Maringá 40 cursos de graduação, 80 de especialização, 34 de mestrado e 21 de doutorado, em 2012, pelo quarto ano consecutivo, a UEM foi considerada pelo MEC a melhor universidade do Paraná. E figura entre as 20 instituições com maior produção científica e tecnológica do país.

Graças a este conceito, a instituição atrai um grande número de universitários de todo o país. São alunos que se estabelecem na cidade pelo prazo mínimo de quatro anos e que passam a consumir por aqui. Sem contar que a cada semestre a UEM realiza o vestibular, atraindo milhares de pessoas de outras cidades e estados brasileiros para Maringá.

O reitor Julio Prates Filho ressalta que os recursos gerados pela UEM têm forte impacto na economia de Maringá e região

Hoje a chamada população universitária do campus da UEM em Maringá beira as 21 mil pessoas, entre alunos, professores e agentes universitários. O reitor da UEM, Julio Santiago Prates Filho, analisa que o impacto da universidade no comércio e na economia como um todo vai além.

Ele cita a importância dos recursos gerados pela UEM por meio dos programas de pós-graduação, da captação de recursos de convênios junto aos órgãos de fomento federal, estadual e municipal, dos eventos de extensão, dos convênios nacionais e internacionais. "Tudo isso contribui consideravelmente não só com a economia local, como também regional", afirma Julio Prates.

O elevado conceito da UEM contribui também para consolidar Maringá como pólo educacional. Hoje a cidade conta com 10 instituições de ensino superior e uma população universitária de quase 40 mil acadêmicos vindos de todas as regiões do Brasil.

Também não se deve deixar de considerar que a cada ano Maringá se consolida como importante polo macrorregional na prestação de serviços de saúde. A cidade conta com 11 hospitais, entre públicos e privados, clínicas médicas das mais diversas es-

CAPA

pecialidades e que realizam inúmeros e modernos exames diagnósticos.

Esta característica contribui para atrair consumidores para o comércio local. Boa parte dos pacientes que buscam serviços médicos por aqui mora em municípios vizinhos e acaba passando pelo menos um dia na cidade para receber atendimento. Durante a estadia, este contingente de pessoas consome no comércio local.

Agronegócio

Outro fator que tem influência direta na atividade do varejo em Maringá é o agronegócio. A cidade é polo de uma importante região agrícola, que tem uma produção forte e diversificada. Considerando que predominam as culturas de grãos, cujos ciclos duram poucos meses, o agronegócio está sempre gerando riquezas em forma de recursos financeiros que vão para as cidades.

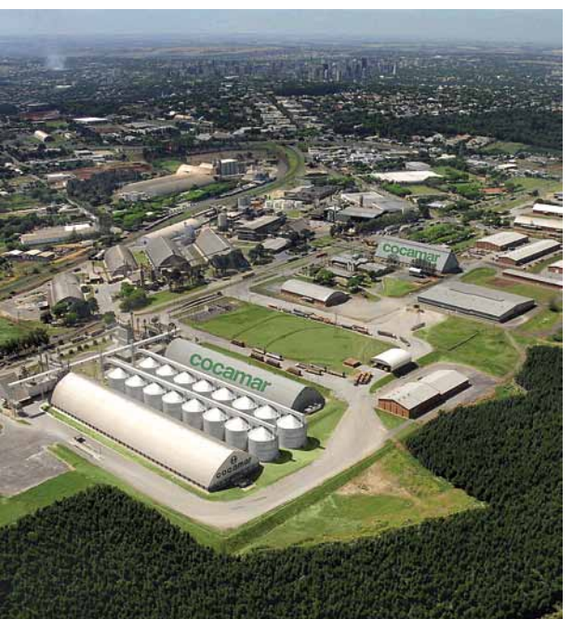
"Não há como dissociar o desenvolvimento das cidades e do comércio sem passar pelo agronegócio". A afirmação é de Luiz Lourenço, presidente da Cocamar, uma das maiores cooperativas agrícolas da América Latina, que tem sede em Maringá e cujo faturamento em 2012 chegou a R$ 2,360 bilhões, 17% a mais que em 2011. Para este ano a previsão é de que este número ultrapasse R$ 2,5 bilhões.

Em 2012, a cooperativa adquiriu mais de 2 milhões de toneladas de produtos agrícolas. Foram 780 mil toneladas de milho – um recorde do produto

Luiz Lourenço, da Cocamar: desenvolvimento do comércio passa pelo agronegócio

- e 680 mil toneladas de soja, sem contar 9,5 milhões de caixas de laranja, 60 mil toneladas de trigo e 190 mil sacas de café. "Sobretudo nos últimos anos, as commodities soja e milho alcançaram preços recordes. Os produtores se capitalizaram e, com isso, eles passam a consumir mais, bem como a procurar oportunidades de investimentos", avalia o presidente da Cocamar, Luiz Lourenço.

Além de comprar dos produtores a safra a preço de mercado, no final de cada ano a Cocamar premia a participação de cada um deles com uma complementação de preços. Quanto mais o produtor participa, mais ele recebe de adicional. Isso garante aos cooperados maior rentabilidade, melhores condições de se estruturar financeiramente e maior poder de compra, o que se traduz em mais consumo no comércio.



Cocamar, uma das maiores cooperativas agrícolas da América Latina: faturamento de R$ 2,360 bilhões em 2012

A Cocamar também é uma das grandes geradoras de empregos em Maringá. Com 11 indústrias e diversas unidades de apoio – armazéns, graneleiros e escritórios – a cooperativa gera em torno de mil empregos na cidade.

O presidente da cooperativa ressalta que a atuação da Cocamar é importante para fomentar o comércio, "porque está ligada a diversos públicos consumidores do setor: os colaboradores diretos, os colaboradores indiretos, os cooperados, os produtores em geral que se beneficiam da presença da cooperativa, o pessoal das empresas prestadoras - para muitas delas a Cocamar é a principal cliente. Enfim, o impacto positivo no comércio é grande", finaliza Luiz Lourenço.

Canteiro de obras

A construção civil figura entre os grandes propulsores do varejo na cidade. Desde a abertura do Novo Centro, o setor vem registrando crescimento ano a ano. Além disso, a expansão dos limites urbanos também gerou elevado número de novas construções. O crescimento do volume de obras pode ser comprovado analisando dados da Prefeitura.

No período de três anos - de 2009 a 2011 – foram aprovados quase 2,86 milhões de metros quadrados de projetos de construção civil na cidade. Só no ano passado, o total de metros quadrados aprovados foi de mais de 1,37 milhão.

A Pesquisa Conjuntural do Comércio realizada pela Fecomércio PR, em parceria com o Sebrae/PR, demonstra como a construção civil tem influência positiva no varejo. Segundo o estudo, no acumulado do ano a atividade comercial cresceu 5,8% no Paraná. Na comparação de dezembro com novembro, as vendas foram 12,62% maiores. Os segmentos que mais cresceram foram o de materiais de construção e o de móveis, decorações e utilidades domésticas, impulsionados justamente pelo grande volume de novas construções.

Afinal, quem constroi uma casa ou apartamento novo, geralmente quer renovar também toda a mobília e o enxoval de casa. E quem lucra com isso é o comércio, que no caso de Maringá é bastante diversificado tanto em termos de produtos destes segmentos como também em empresas. Hoje, graças ao desenvolvimento que o setor alcançou, mesmo quem busca algo sofisticado não precisa mais comprar fora de Maringá.

Além disso, a construção civil tem sido responsável por boa parcela dos novos empregos gerados na cidade nos últimos anos. "É preciso considerar também que, com o aumento da demanda por trabalhadores para o setor, os salários se elevaram, o que significa maior renda para os profissionais que, consequentemente, têm mais disponibilidade financeira para consumir". A avaliação é do presidente do Sinduscon-Nor-PR (Sindicato da Indústria da Construção Civil do Paraná – Regional Noroeste), Mauro Carvalho Duarte Junior.

Ele ressalta que, graças ao aumento da oferta de empregos, boa parcela destes trabalhadores passou a consumir certos tipos de produtos antes inacessíveis para a maioria. "Se há alguns anos o operário só podia ter uma geladeira simples, com a melhora da renda ele tem condições de trocar por uma duplex. E isso significa mais vendas para o comércio", exemplifica.

ACONTECE NO SIVAMAR

Ulisses Maia visita o Sivamar

O presidente da Câmara Municipal de Maringá, Ulisses Maia, participou como convidado da reunião de diretoria do Sivamar no dia 5 de março. Ele falou sobre o trabalho que vem sendo realizado para tornar as ações do Legislativo cada vez mais transparentes.

Maia lembrou que a Câmara passou por desgastes nas últimas gestões, quando a sociedade organizada entrou em discordância com os vereadores, e que seu objetivo é mostrar que o órgão é um poder imprescindível, que pode ser útil para as pessoas. Ele garantiu que, além de dar continuidade ao processo de transparência, está procurando fazer mais do que a lei exige.

Ulisses Maia também afirmou que vem trabalhando para aproximar a Câmara das instituições e dos cidadãos, citando a retirada das catracas com controle eletrônico da entrada e o fim da obrigatoriedade de identificação de toda pessoa que entra na casa. "Também mudamos o horário de expediente, que passou a ser das oito da manhã às seis da tarde, sem aumentar custos, pois a carga horária dos funcionários é de oito horas diárias. Além disso, agora todos os pregões e licitações realizados na casa serão transmitidos ao vivo pela internet", frisou.

Maia finalizou sua participação salientando que espera dar continuidade à parceria da Câmara com o Sivamar. O presidente Rubens Abrão garantiu que, se depender do sindicato, a parceria está selada e agradeceu o reconhecimento da Câmara à importância da Maringá Liquida para a cidade, liberando verbas para a divulgação da campanha.

Mais crédito com a Fomento Paraná

Em fevereiro, Maringá ganhou a primeira agência da Fomento Paraná em formato de escritório regional do interior do estado, que foi instalada na sede da Acim. A coordenadora do escritório, Neandra Viliado Quinteiro, participou da reunião de diretoria do Sivamar no dia 19 de março.

Ela explicou que, na gestão de Beto Richa, a Fomento Paraná - fundada em 1999 - passou a atender a iniciativa privada. Antes, a instituição só atuava no setor público. Para os empresários, a agência de fomento oferece financiamentos de até R$ 4 milhões, com taxa de juros a partir de 0,55% ao mês e até 60 meses para pagar. O limite do financiamento é determinado de acordo com o faturamento anual da empresa pretendente.

A coordenadora do escritório regional frisou que, para crédito de até R$ 50 mil é solicitado avalista e acima deste valor a garantia pode ser dada com penhor ou hipoteca no equivalente a 130% do valor de financiamento. No mês passado, a Fomento Paraná firmou parceria com a Noroeste Garantias, que passará a fornecer garantias para financiamentos pela agência.

Segundo ela, as solicitações para financiamentos de até R$ 15 mil podem ser feitas diretamente no escritório da Acim. "Acima deste valor tem que ser através do Banco do Empreendedor. A análise cadastral e aprovação dos financiamentos são feitas em Curitiba", explicou. Para mais informações sobre a Fomento Paraná, é só ligar para 3025-9643.

Evento homenageia empresárias

A maringaense Eliane Fagan, proprietária do espaço Eliane Fagan Cabeleireiros e Estética, foi uma das 20 empresárias homenageadas durante o evento "Mulheres: essencialmente capazes", promovido em março pela Federação do Comércio do Paraná e pela Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios do Paraná.

Ela recebeu o troféu "Mulher Empreendedora", assinado pelo artista plástico Luiz Gagliastri. Diversas autoridades participaram da solenidade. A diretora executiva da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios do Paraná, Elizabeth Lobo Elpo, reforçou que a premiação "é uma homenagem da Federação do Comércio a todas as empresárias paranaenses do segmento do comércio de bens, serviços e turismo".

O presidente do Sistema Fecomércio Sesc Senac PR, Darci Piana, falou sobre o perfil das homenageadas. "Todas que recebem o prêmio são mulheres que nos enchem de orgulho. Agradeço pelo esforço de vocês para o desenvolvimento do nosso comércio e do nosso estado."

Uma caravana de empresárias de Maringá, lideradas pelas diretoras da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios da cidade, foi até Curitiba para acompanhar a premiação.

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

BELEZA

Eles também querem se cuidar

A cada ano crescem as vendas de produtos de beleza voltados ao público masculino, o que demonstra que os homens estão se preocupado mais com a aparência. Eles respondem por quase 20% do total de produtos vendidos pelo segmento

Eles estão cuidando mais da aparência; com isso, venda de produtos de beleza para homens cresceu 163% em cinco anos

O mercado de beleza brasileiro é o terceiro maior de mundo, ficando atrás apenas de Estados Unidos e Japão. Em 2012, a venda de produtos como perfumes, maquiagens, cremes hidratantes, esmaltes, tintas para cabelo e outros cosméticos movimentou mais de R$36 bilhões, um crescimento de 15% em relação a 2011.

O aumento da renda das classes D e E é um dos fatores que têm impulsionado o setor. Outro dado demonstra o potencial deste mercado. Segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising) o faturamento de franquias do setor de beleza cresceu 21,4% em 2012.

Neste universo, o segmento de produtos voltados ao público masculino ganha impulso a cada ano, sinalizando uma mudança de comportamento do brasileiro em relação à aparência. Em cinco anos, o consumo de produtos de cuidados pessoais específicos para homens alcançou cerca de US$ 4 bilhões no Brasil, um crescimento de 163%. O país responde hoje por 12% do faturamento global destes produtos, que é de US$ 33 bilhões.

Com estes números, o país se posiciona como segundo maior consumidor de produtos de beleza masculinos, perdendo somente para os Estados Unidos. As projeções da indústria do setor apontam que o Brasil deve se transformar no maior mercado mundial deste segmento até 2015. Ou seja, caiu definitivamente por terra o mito de que cuidar da aparência é coisa só de mulher.

Prevenção

Entre os produtos mais procurados por eles estão perfumes, gel para o cabelo, creme pós-barba, hidratante e desodorante. De olho neste promissor nicho de mercado, a indústria de cosméticos tem investido em lançamentos.

Marcas tradicionais no mercado feminino lançam linhas especiais para conquistar também os homens. E outras já tradicionais no segmento vêm ampliando o portfólio de produtos para atender as demandas de um público não só mais vaidoso, mas também mais bem informado.

Uma pesquisa realizada pelo Ibope a pedido de um grande fabricante de cosméticos sobre o perfil do consumidor masculino mostrou que 85% compram sozinhos os produtos de beleza que usam, enquanto apenas 15% disseram que as mulheres (namoradas, mães, esposas) fazem as compras.

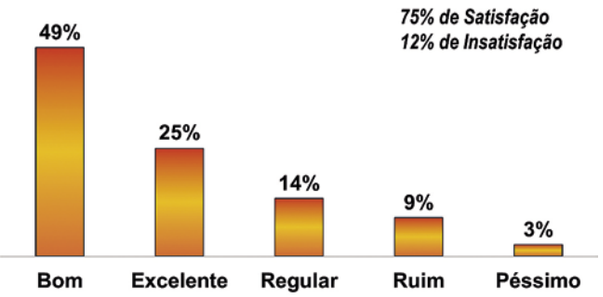
O comerciante maringaense Vanderlei Forlin, proprietário de uma loja da marca Racco Cosméticos, confirma: a cada ano os homens estão comprando mais produtos de beleza. E a procura maior é por produtos para a face, uma parte do corpo com a qual eles não se preocupavam tanto há poucos anos. "Antigamente, os homens faziam a barba com sabonete e muitos passavam álcool depois. Hoje eles procuram cremes específicos para barbear e loções pós-barba que não agridem a pele", exemplifica.

Além disso, segundo Forlin, os homens também estão consumindo mais produtos que previnem o envelhecimento precoce da pele, o que há pouco tempo era preocupação exclusiva das mulheres. "Eles querem cremes hidratantes com filtro solar. Também estão mais preocupados em cuidar da limpeza da face e investem em produtos específicos para este fim", coloca. Outra linha de produtos bastante procurada são os xampus que tratam os cabelos grisalhos.

Segundo o comerciante, a mudança de comportamento em relação aos cosméticos e produtos de beleza não se deu apenas no público consumidor. Até bem pouco tempo atrás sua equipe de revendedoras – a marca trabalha com vendas de porta a porta – era formada apenas por mulheres. Hoje muitos homens integram o grupo. "Vender produto de beleza deixou de ser profissão apenas de mulher", avalia o lojista.

CONVÊNIOS

Maringá Liquida tem aprovação dos lojistas



Uma pesquisa realizada pelo Departamento de Pesquisa e Estatística da Acim junto aos lojistas participantes da 21ª Maringá Liquida mostrou que a maioria ficou satisfeita com os resultados da campanha, promovida pelo Sivamar e pela Acim. Na avaliação geral, 49% consideraram a campanha boa e 25% excelente.

Em relação às vendas, 65% dos empresários ouvidos se declararam satisfeitos. Quanto às estratégias de divulgação, 68% deles se declararam satisfeitos. Foram entrevistadas 110 empresas participantes, 58% delas localizadas no centro da cidade, 32% em bairro e 10% em shoppings.

A pesquisa da Acim também entrevistou 480 consumidores durante a realização da Maringá Liquida, no centro da cidade e no Jardim Alvorada. Dos entrevistados, 68% declararam que haviam feito compras durante a liquidação e 16% que pretendiam fazer. A maioria afirmou identificar as lojas participantes por meio das bandeirolas.

NOVOS SÓCIOS

Supermercados Angeloni - Av. Horacio Racanello Filho, 5120 - Armazém - Zona 09 - Maringá-PR

Armarinhos São Domingos - Av. São Domingos, 1653 - Vila Morangueirinha - Maringá-PR

Lojas Colombo - Av. Manoel Ribas, 88 - Centro - Astorga-PR

Armarinhos Rincão - Rua Joubert de Carvalho, 188 - Zona 01 - Maringá-PR

4our Solutions - Rua Das Azaleias, 479 - Sala 01 - Cj. Borba Gato - Maringá-PR

Lojas Colombo - Av. Colombo, 9161 - Pq. Ind.Bandeirantes - Maringá-PR

• *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.**