Ano 13 - Nº 143 - Julho de 2013

www.sivamar.com.br

SICREDI
GENTE QUE COOPERA CRESCE.

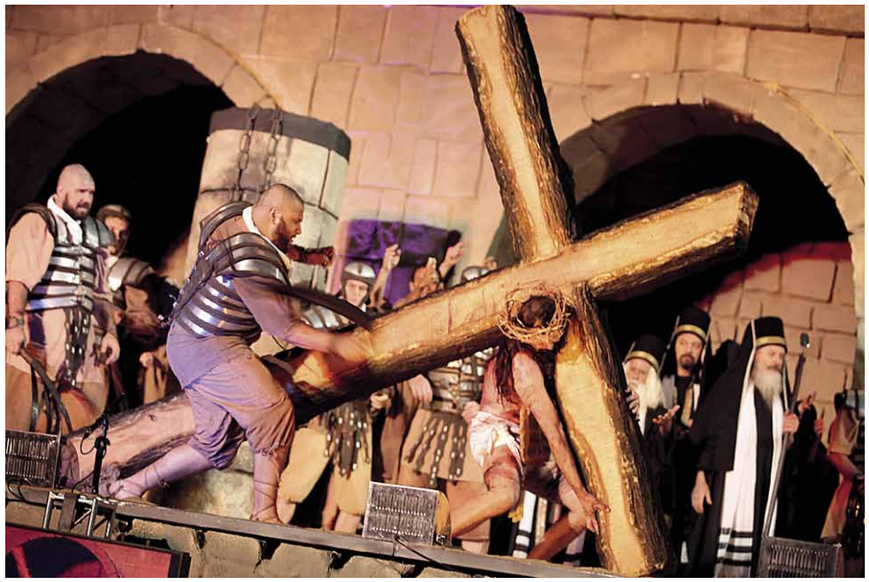
SIVAMAR
MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE
Informativo do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região

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

# Você quer decidir como aplicar seus impostos?

Então é só aderir à renúncia fiscal, mecanismo previsto em lei que permite às empresas patrocinar projetos sociais e culturais, como a encenação da Paixão de Cristo (foto). E fazer isso não é tão complicado como parece, garantem os especialistas ouvidos pelo Jornal Sivamar. Em Maringá muitas empresas já adotam esta prática, que, além de ser uma boa ferramenta de marketing, contribui com a vida da comunidade. O Instituto Cultural Ingá está apostando na adesão das empresas à renúncia fiscal como fonte de recursos para financiar projetos do Natal Ingá. A ideia é movimentar a cidade com uma boa programação cultural no final do ano, o que beneficiará o comércio e outros setores da economia.

Pág 4



# Claudinê de Oliveira no Sivamar

O delegado regional da Receita Estadual, Claudinê de Oliveira, participou de reunião da diretoria do sindicato no mês passado. Ele apresentou a estrutura e o trabalho que vem sendo desenvolvido pelo órgão em Maringá e região. O delegado recebeu como lembrança da visita um exemplar do livro "Desbravadores do Comércio de Maringá".

Pág 6

# Menos perdas, mais lucratividade

As perdas são um dos grandes desafios enfrentados pelos supermercadistas. Segundo o último levantamento realizado pela Associação Brasileira de Supermercados, em 2011 elas chegaram a 1,96% do faturamento do setor, que foi de R$ 224,3 bilhões. Quem é do ramo sabe: controle rígido de estoque, pessoal treinado e cuidados especiais com os perecíveis (foto) são algumas das práticas que devem se tornar rotina quando o assunto é reduzir as perdas.

Pág 3

# A volta dos sorteios

Lançada no mês passado (foto), a 22ª edição da Maringá Liquida marcará a volta das campanhas com sorteios de prêmios no comércio. Promovida pelo Sivamar e pela Acim, a liquidação, além dos tradicionais descontos, vai sortear um carro zero quilômetro para os consumidores. Haverá também novidades para contemplar lojistas e vendedores. Os kits de adesão já estão à venda.

Pág 7

## 16 de julho, Dia do Comerciante

Parabéns a você que faz do comércio uma vocação. O Sivamar trabalha ao seu lado.

**Conte conosco!**

SIVAMAR®
SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

## 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° 143 - Julho/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
**Diretor Responsável**
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.**

## EDITORIAL

# Que os gritos das ruas ecoem em nós

O momento histórico vivido pelo país deve trazer para todo brasileiro uma lição: é na coletividade que o cidadão se faz ouvir. As manifestações que aconteceram Brasil afora contrariaram a corrente do individualismo que permeia a sociedade moderna. E demonstraram que é possível mudar a realidade quando todos se unem em torno desta causa.

Os poderes Executivo e Legislativo foram sacudidos, e isso só já é uma mostra da força da união demonstrada nas ruas. Os políticos no poder tiveram que se apressar e se mexer para mostrar que estavam ouvindo o clamor popular. Mais que isso, tiveram que mostrar ações concretas. Uma delas foi a derrubada da PEC 37, que propunha limitar o poder de investigação do Ministério Público, e a redução dos preços das tarifas do transporte público em dezenas de cidades.

Mas, como essas foram medidas tomadas no calor dos protestos, agora é hora de vigiar e voltar para as ruas, se for preciso, para exigir ações concretas também contra outras mazelas antigas do Brasil. Uma delas é a melhoria da qualidade da educação e do atendimento de saúde - com a valorização dos profissionais brasileiros para que eles possam se interessar por atender na saúde pública. O povo mostrou que essas é que são as prioridades para o dinheiro público, e não obras para a Copa do Mundo.

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

É preciso também empunhar outras bandeiras, questões essenciais para que o país possa crescer e se desenvolver: uma reforma que coloque fim à pesada carga tributária, que desde o Império cobra do cidadão impostos elevados sem que ele tenha a contrapartida de serviços públicos de qualidade; investimentos concretos na infraestrutura do país, com melhoria de estradas, portos, aeroportos, aumento da malha ferroviária, redução de tarifas de pedágio. Estes quesitos influem diretamente no desempenho das empresas brasileiras e na própria competitividade do país no mercado internacional.

Para nós, empresários, este momento histórico deixa a lição de que é preciso sair do imobilismo. As manifestações populares mostraram que a pressão e a união são os únicos meios de promover mudanças concretas. Aproveitemos o eco do que foi ouvido nas ruas e façamos esta reflexão.

## ARTIGO

# Realizando desejos

Todo consumidor, quando entra num estabelecimento comercial, além de suprir uma necessidade, ele busca também realizar desejos. E quando falamos em desejos, falamos em fatores subjetivos agregados ao produto em si e também em algo mais que pode ser oferecido ao consumidor. O sorteio de prêmios pode ser este algo mais que mexe com a emoção de quem compra.

Seja em promoções realizadas individualmente pelas lojas, seja em campanhas coletivas de todo o comércio, o sorteio de prêmios sempre suscita um clima de expectativa que é, sem dúvida, um fator que estimula a compra.

Podemos citar inúmeros casos de campanhas de sucesso que mobilizaram os consumidores. Em Maringá, a Acim e o Sivamar já realizaram várias promoções do gênero que alcançaram grande êxito. Como foi o caso da primeira delas, a Promoacim, realizada em 1989. A campanha trouxe para a cidade Angélica, que na época era cantora e apresentadora de programa infantil.

As compras nas lojas participantes davam direito a ingressos para o show da artista. Houve uma participação maciça das empresas do comércio na campanha e o show reuniu milhares de pessoas, numa demonstração de que este tipo de promoção agrada lojistas e consumidores.

***Carlos Ajita** é Diretor Jurídico do Sivamar e Diretor Executivo do Grupo Ajita*

A experiência positiva desta campanha foi muito importante para o Grupo Ajita. Os bons resultados da Promoacim nos incentivaram a realizar campanhas promocionais que distribuíram ao consumidor ingressos para shows da extinta dupla Sandy e Junior, que na época lotava estádios. Nos sete shows promovidos pelo Grupo Ajita e outras cinco empresas parceiras, o público foi recorde.

Ao longo dos anos, fomos formatando um novo modelo de promoção, por meio do Clube de Vantagens Passo a Passo. Há mais de uma década realizamos quatro sorteios por ano, onde os clientes concorrem a carros e motos. A repercussão é muito grande e o retorno, com a fidelização dos clientes, tem sido bastante positivo para a empresa.

Com base nesta experiência, posso afirmar que a realização de campanhas promocionais com o sorteio de prêmios é o melhor caminho para estimular as vendas do comércio. O Sivamar e a Acim estão no caminho certo ao resgatar essas promoções. O sucesso da próxima edição da Maringá Liquida e a campanha que será realizada durante o Natal Ingá, com certeza, confirmarão este fato.

SUPERMERCADOS

# Controle de perdas é dinheiro no caixa

**Inventário contínuo dos estoques, manipulação, transporte e exposição de mercadorias são itens que devem receber atenção especial para combater as perdas, um dos fatores que mais comprometem a lucratividade no setor de supermercados. O treinamento dos colaboradores é fator fundamental neste processo**

*Controle contínuo dos estoques, pessoal treinado e eficiência nas compras são fatores que ajudam a reduzir as perdas nos supermercados*

Comprar e vender com o mínimo de perdas é um dos desafios diários no setor supermercadista. Não apenas por se trabalhar com produtos perecíveis, mas também pelo fato de que essas e outras mercadorias podem ser perdidas por erros que poderiam ser evitados.

A última edição da Pesquisa Anual de Perdas no Varejo Supermercadista da Abras (Associação Brasileira de Supermercados), realizada em 2011 com 262 empresas de várias partes do país, apontou um comprometimento de 1,96% do faturamento do setor, que foi de R$ 224,3 bilhões. As duas causas mais frequentes de perdas (66%) são furtos dentro da própria empresa e falhas na administração/controle dos estoques.

Entre as empresas ouvidas pela pesquisa, menos de 14% realizam inventários rotativos diários dos estoques, enquanto que 20% só realizam verificações gerais uma vez por ano. Apesar de exigir investimento em pessoal e ferramentas de controle, o empresário colhe bons resultados quando passa a monitorar as perdas.

O processo adequado de armazenagem, distribuição e controle de mercadorias é o caminho para evitar prejuízo com produtos com validade vencida, danificados ou comprados em quantidade superdimensionada. As ferramentas utilizadas para garantir a eficiência deste processo são os monitoramentos periódicos e os softwares ou planilhas de controle de estoque.

Além disso, é preciso investir em treinamento e capacitação dos colaboradores. O cumprimento das metas de redução das perdas depende da dedicação de toda a equipe, desde a gerência até os empacotadores. E, especialmente, daqueles que manipulam as mercadorias.

### Colaboradores afinados

O diretor de uma das unidades da rede de supermercados Bom Dia, Tarley Maia Kotsifas, explica que no segmento supermercadista a maioria dos danos acontece no setor de perecíveis (açougue, padaria e hortifruti). Na loja, além de dimensionar e localizar as perdas, cada setor tem as suas metas, percentuais que são a referência da equipe para reduzir o desperdício. Segundo ele, as perdas totais do açougue têm que ser inferiores a 10% e para chegar até aí os profissionais precisam estar bem afinados.

Os supermercados também estão sujeitos a pequenos acidentes. Tarley exemplifica: "pode acontecer de um cliente esbarrar o carrinho no produto e, sem querer, danificar a embalagem, as frutas e verduras podem estragar e sempre existe o risco de algum produto cair da gôndola. Uma mercadoria também pode ser perdida por erros de manipulação (manuseio, forma de exposição, empilhamento inadequado) ou por furto". Por isso, o controle rigoroso, com planilha na mão, é essencial para reduzir as perdas onde elas podem ser evitadas.

*Tarley Maia, do Bom Dia: setor de perecíveis deve receber mais atenção, pois ali as perdas são mais frequentes*

*Marcelo Wolff: "Seja qual for o tamanho da empresa é preciso manter atenção diária sobre o estoque"*

O consultor do Sebrae/PR, Marcelo Wolff, reforça que no supermercado também é fundamental inventariar o estoque com frenquência para saber se há artigos na quantidade limite ou com datas de validade próximas do vencimento – para que dê tempo de lançar mão de promoções. Outra medida importante é seguir as orientações de manipulação e conservação de cada produto.

"Em uma microempresa, como os mercadinhos de bairro, pode até parecer que o prejuízo é pouco, entretanto se forem consideradas as perdas de um ano, o volume se torna bem maior. A atenção ao giro de mercadorias se traduz em qualidade de atendimento no que se refere à disponibilidade de produtos, conservação e apresentação, especialmente dos artigos perecíveis", orienta.

Na fase de planejamento a primeira providência é equilibrar os estoques com a demanda e o giro da loja. "Seja qual for o tamanho da empresa é preciso manter atenção diária sobre o estoque, porque a satisfação do consumidor depende muito da qualidade operacional com que se trabalha. Se o cliente vai até o mercado e encontra produtos fora de validade, danificados ou mesmo se tem dificuldade em comprar o que precisa, ele pode não voltar mais", enfatiza Wolff.

### Controle constante

O presidente do Conselho Regional de Administração do Paraná e coordenador dos cursos da área de gestão empresarial da Unicesumar, Anderson Toregeani, afirma que o controle das perdas permite prever com segurança os futuros investimentos e ajustes. Enfim é uma ferramenta de valor para os administradores e empresários do setor.

"A redução do desperdício é apenas uma das vantagens. O empresário precisa saber quanto é consumido de cada item e em quanto tempo, porque essas informações norteiam compras futuras. Perder a oportunidade de fazer uma promoção e deixar a validade do produto expirar transforma o estoque, que até então era uma despesa, em prejuízo para a empresa", explica, reforçando que no setor supermercadista o monitoramento constante dos estoques tem que ser prática rotineira, independente do tamanho da empresa.

*Bendixen, da Apras, reforça que a atenção aos processos de compras também é fundamental*

O presidente da regional Noroeste da Apras (Associação Paranaense de Supermercados), Maurício Bendixen da Silva, reforça que um processo eficiente de compras para abastecer o estoque é outro caminho para reduzir perdas na lucratividade. Isso porque no setor supermercadista a questão central é trabalhar sempre com o giro adequado dos estoques. Outro fator que também tem papel determinante na redução de perdas é o controle de como as mercadorias chegam até o setor de armazenamento e da circulação delas na empresa.

"O ideal é trabalhar sempre com o produto em área de vendas. Em exposição o produto corre menos risco de avarias e vende mais rápido. Mas é preciso analisar as possibilidades de perdas também na exposição dos produtos. Colocar, por exemplo, vidros de azeites ou bebidas em área de alto fluxo sem proteção adequada é perda certa", considera o presidente da Apras.

De acordo com ele, quanto menor o tempo de armazenamento e quanto menos se manipular o estoque, melhor, já que boa parte das perdas ocorre no depósito das lojas. A verificação diária de data de validade também é primordial. Os equipamentos de refrigeração devem ser monitorados constantemente com leituras ao longo do dia. Para quem puder investir em automação, já existem meios de controlar temperaturas a distância e estabelecer médias que permitem formar um histórico.

Com todos esses cuidados, as perdas podem ser mantidas sob controle e isso se traduz em mais lucratividade. Sem contar que evitar o desperdício deve fazer parte da filosofia de toda empresa que pretende atuar de forma sustentável e com responsabilidade social.

RENÚNCIA FISCAL

# Uma forma inteligente de investir seu imposto

**Com a ajuda dos seus contadores e com uma dose de boa vontade, empresários podem vencer as operações burocráticas e destinar parte dos tributos que pagam para patrocinar a cultura, o esporte e até projetos sociais. Esta prática é uma maneira de conquistar reconhecimento, além de contribuir para a vida da comunidade**

*A Banda Marcial Branca da Mota, patrocinada pela Usina Santa Terezinha, é um projeto financiado por meio da renúncia fiscal*

Incentivar a cultura ou contribuir com projetos sociais são ações que trazem grande retorno à imagem das empresas. E, para fazer isso, o empresário não precisa colocar a mão no bolso. Existem vários mecanismos fiscais que permitem às empresas - grandes, médias ou pequenas - destinar parte dos impostos devidos para os mais diversos tipos de projetos. Um exemplo mais conhecido é o FIA (Fundo da Infância e Adolescência), mecanismo previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente que permite às pessoas físicas e jurídicas praticar a renúncia fiscal em favor de projetos sociais.

Também é possível destinar parte dos impostos para projetos culturais. E é cada vez maior o número de empresas que vêm praticando a renúncia fiscal, graças às leis de incentivo à cultura. A Lei Rouanet (Lei Federal de Incentivo à Cultura, N° 8.313/91) estabelece regras para a destinação de um percentual do Imposto de Renda devido pelas empresas para ações culturais, seja por meio do Fundo Nacional de Cultura ou via Mecenato.

A forma de apoio mais difundida é o Mecenato, onde os contribuintes podem destinar um percentual de 4% do Imposto de Renda de pessoa jurídica ou de 6% de pessoa física para projetos culturais. Na prática, a renúncia fiscal funciona assim: o Estado abre mão de uma parte do imposto e o contribuinte escolhe o destino desse dinheiro, patrocinando projetos culturais (eventos, artistas, grupos, entre outros) ou projetos sociais. Sem a renúncia, esses recursos iriam para o caixa da União e seriam redistribuídos aleatoriamente.

*Roberto Cidade frisa que o processo de renúncia fiscal é menos trabalhoso do que apurar os impostos devidos*

Para aderir à Lei Rouanet, o primeiro passo é escolher bem o projeto, decisão que cabe ao gestor da empresa. A partir dessa escolha é importante verificar a aprovação no Diário Oficial da União e no site do Ministério da Cultura. É fundamental também que se peça ao agente cultural a emissão do Recibo de Mecenato, com a indicação do valor do patrocínio e da conta vinculada do projeto para se fazer o depósito. Em se tratando de empresas com marcas e estruturas operacionais locais, é importante voltar os olhos para iniciativas mais próximas, de artistas e grupos do mesmo município ou região.

## E a burocracia?

O gerente administrativo da Usina Santa Terezinha – contabilista por formação - Roberto Cidade, salienta que a operação burocrática é extremamente simples. Basta ter a apuração de impostos em dia e um pouco de boa vontade. Em palestras a contadores e empresários, Cidade tem dito que o trabalho realmente difícil é a correta apuração dos impostos. "A destinação desses tributos para projetos culturais, comparada a esse desafio, é muito mais simples", considera.

Nessas palestras, o gerente da Usina Santa Teresinha procura justamente desmistificar a renúncia fiscal. "O foco é esclarecer as questões documentais e burocráticas, bem como deixar claro que os riscos de responsabilização do doador pela possível má aplicação dos recursos é inexistente. E que a adesão ao apoio cultural via renúncia fiscal não tem qualquer vínculo com malhas finas automáticas ou fiscalizações da Receita Federal", garante.

Roberto Cidade garante que o retorno para a empresa é muito positivo, pois essa é uma ótima ferramenta de divulgação e fortalecimento das relações com a comunidade. Sem contar que o dinheiro gerado pela renúncia fiscal pode ficar na cidade, aplicado em projetos locais. "Considerando o PIB de Maringá, que sempre cresceu mais que o nacional, e considerando os tributos gerados aqui, realmente é muito dinheiro que podemos administrar, controlar sua aplicação", afirma.

Ele aponta como exemplo a Usina Santa Terezinha, que em 2012 destinou parte do Imposto de Renda devido, via Lei Rouanet, ao patrocínio de projetos como a Paixão de Cristo, a Banda Marcial Branca da Mota Fernandes, o Plantão Musical da Associação Médica de Maringá e o Instituto Museu Memória e Vida. E este ano a empresa está apoiando o Projeto Caravana Cultural, que leva o cinema para cidades da região.

## Sensibilização

Para o assessor de Imprensa da Concessionária Viapar, Marcelo Bulgarelli, essa prática é positiva para todo mundo. "A Viapar pratica a renúncia fiscal e, desta forma, investe na comunidade, dentro de critérios estabeleci-

*Marcelo Bulgarelli, da Viapar: com parte dos tributos devidos, empresa financia projetos culturais nos municípios em que atua*

dos pela diretoria. Apoiamos projetos regionais porque atendemos 26 municípios", explica, ressaltando que os projetos também precisam ter cunho social, como é o caso da Banda Branca da Mota, patrocinada pela empresa, que envolve jovens carentes, e o Arte e Vida, de Apucarana, que mantém uma escola de circo.

A Viapar também apoia o tradicional Festival de Cinema de Maringá, que completa 10 anos, e o Festival de Jazz, que acontece anualmente em Cascavel e que, desde 2012 tem um braço em Maringá. Bulgarelli diz que com tantas demandas às vezes é difícil sobrar "gordura" para algum novo projeto. Mesmo assim, a empresa já confirmou patrocínio para o relançamento do livro Terra Crua e para o Festival Nipo Brasileiro.

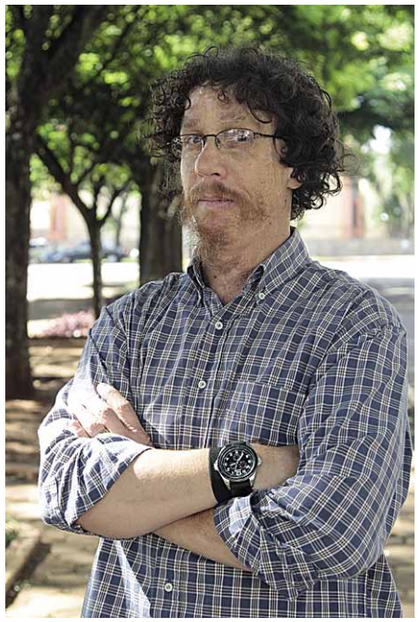
O produtor cultural Pery de Canti considera que o incentivo via renúncia fiscal já não é mais um assunto desconhecido. "Grandes empresas já estão acostumadas a lidar com o os requisitos necessários ao enquadramento. E enxergam os benefícios desta prática, como o impacto positivo na comunidade e o senso de pertencer à região onde atuam", coloca.

Mas, segundo ele, é necessário que os produtores culturais atuem diretamente na sensibilização do mercado de Maringá - ação que Pery realiza há uma década - e que invistam no esclarecimento continuado. "O acesso à informação e a orientação levam segurança e confiança para a empresa que pretende associar o nome a um projeto e investir", coloca, enfatizando que o dinheiro precisa ser bem empregado e, para isso, os projetos apresentados devem se enquadrar nos requisitos exigidos pelo Ministério da Cultura. "É necessário cumprir certas exigências e formalidades, que ficam a cargo dos produtores culturais", explica.

### Investimento positivo

Os benefícios da renúncia fiscal são inúmeros. Além de divulgar o nome da empresa, a prática se reverte em prol de toda a comunidade, já existe uma cadeia produtiva envolvida nos projetos que, de forma direta ou indireta, acaba movimentando o comércio, os setores de transportes, hotelaria, gastronomia, prestação de serviços, entre outros.

Mas, uma das barreiras que persistem em relação aos apoios culturais é que, de maneira geral, ainda existem



*Para Pery de Canti, as empresas de Maringá ainda precisam ser mais estimuladas para que adotem a cultura da renúncia fiscal*

muitas dúvidas entre os empresários, do pequeno ao grande. Na tentativa de mudar esta realidade, o Instituto Cultural Ingá vem realizando campanhas de orientações sobre o tema. A mais recente recebeu o slogan "Pratique a Renúncia Fiscal – Investimento Inteligente". "Nós também promovemos uma capacitação técnica para mais de cem produtores culturais com sobre a elaboração de projetos culturais para captar recursos via lei Rouanet", afirma Miguel Fernando, diretor executivo do órgão.

Em um segundo momento, o ICI promoveu uma palestra para contadores, abordando especificamente os benefícios da Lei Rouanet. "Também estamos buscando firmar parcerias com diversas empresas para que elas iniciem o processo de destinação fiscal a projetos culturais, de incentivo ao desporto, pró-idoso e para infância e adolescência", completa Miguel. Ele lembra que muitas empresas financiam atividades filantrópicas tirando recursos do próprio caixa. "Com a renúncia fiscal, dependendo da envergadura da empresa, é possível investir uma quantia muito mais significativa de recursos sem mexer no caixa", afirma.

O Instituto Cultural Ingá lançou o primeiro edital do Projeto Procultura Maringá, que fará a interface entre os produtores culturais e empresários interessados em patrocinar projetos culturais do Natal Ingá 2013 (leia box). A iniciativa, inédita no município, garantirá consultoria a diferentes empresas para que façam a renúncia fiscal. "Esta é uma forma democratizada dos produtores culturais terem acesso aos recursos disponíveis", explica Miguel Fernando.

Para ele, o apoio à cultura e a projetos sociais tem que integrar o cotidiano das empresas de todos os portes e ser entendido como investimento. "Além disso, é fundamental compreender que este tipo de apoio pode resultar em benefícios para todos os envolvidos. A partir dos resultados fica mais fácil atrair também as pessoas físicas para a cultura da renúncia fiscal", pondera.

## Natal Ingá em pauta

Segundo o presidente do Instituto Cultural Ingá, Orlando Chiqueto, os investimentos maringaenses em projetos culturais, esportivos e sociais através da renúncia fiscal saltaram, em seis anos, de R$ 600 mil para R$ 6 milhões. Mas, a estimativa é que Maringá tenha potencial de gerar R$ 30 milhões em renúncia fiscal.

"Ou seja, R$ 24 milhões estão indo para Brasília e há muita dificuldade de que este valor retorne para a cidade", frisou o presidente durante uma apresentação que fez aos diretores do Sivamar. "Com base nisso, o Instituto tem buscado nos contribuintes do Imposto de Renda o apoio para projetos culturais"

Chiqueto salientou que, quando se promove a cultura, a comunidade ganha, tornando-se mais crítica, mais participativa, o que traz um amadurecimento para a sociedade. "Sem contar que a prática da renúncia fiscal é uma oportunidade para o empresário exercer a cidadania e a responsabilidade social", colocou.

O Instituto Cultural Ingá está trabalhando para viabilizar, por meio de Lei Rouanet, uma série de projetos culturais para o Natal Ingá, que, além de levar cultura à população, irão gerar benefícios para o comércio com a atração de mais visitantes para a cidade. "Para isso, é fundamental que as empresas se disponham a fazer a renúncia fiscal em favor desses projetos, para que todos sejam beneficiados, comerciantes e a comunidade em geral", afirmou Orlando Chiqueto.

*Orlando Chiqueto e Miguel Fernando em apresentação sobre renúncia fiscal no Sivamar: Maringá tem potencial de R$ 30 milhões*

Segundo ele, 70% dos recursos do Natal de Gramado, no Rio Grande do Sul, são viabilizados por meio da Lei Rouanet. "Em Maringá será possível atender projetos de artes cênicas, música erudita e instrumental - incluindo autos de Natal, danças natalinas, entre outros", informou. O julgamento dos projetos será feito por comissões técnicas formadas por pessoas ligadas aos parceiros do Instituto Cultural Ingá.

## Números da Lei Rouanet

- No Brasil, em 2012, foram investidos na cultura R$ 1,23 bilhões através da Lei Rouanet.
- Maior patrocinadora, a Petrobras destinou cerca de R$ 80 milhões ao setor no período. A Vale destinou R$ 40 milhões e o Banco do Brasil R$ 39 milhões.
- Em termos de Paraná, Maringá representa apenas 2% dos investimentos feitos por meio da Lei Rouanet.
- Para 2013, 549 projetos culturais em todo o país tiveram aval do Ministério da Cultura para a busca por patrocínio via Lei Rouanet.

ACONTECE NO SIVAMAR

# Sivamar recebe delegado da Receita Estadual

O delegado regional da Receita Estadual em Maringá, Claudinê de Oliveira, participou da reunião de diretoria do Sivamar no mês passado. Ele fez uma apresentação da estrutura e do trabalho que vem sendo desenvolvido pelo órgão.

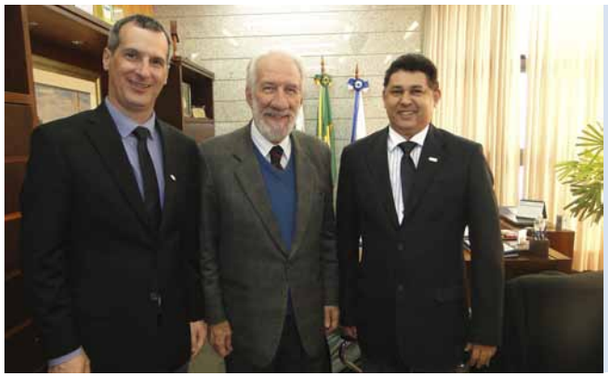
Estiveram presentes também integrantes da equipe da delegacia regional: Antonio Ramiro Dias Tavares (Assessor Operacional), Gilberto Favato (Inspetor Regional de Fiscalização), Clovis Medeiros de Souza (Inspetor Regional de Tributação), Reinaldo Fantinelli (Auditor Fiscal), Arlete Azamoto Bancke (Inspetora Regional de Arrecadação) e Affonso Celso Bancke (Auditor Fiscal).

Claudinê de Oliveira afirmou que faz parte da filosofia de trabalho da Receita a aproximação e o contato direto e frequente com empresários. "O fisco tem que parar de intervir só para punir. É preciso orientar e informar. Estamos nos empenhando neste sentido", colocou, reforçando que o órgão quer desenvolver um "trabalho respeitoso e de diálogo" com os empresários.

# Cursos abordaram crédito e redes sociais

Dois cursos realizados no Sivamar tiveram como temas "Administração de Crédito e Cobrança" e "Empreender com as Redes Sociais". O primeiro foi ministrado pelo instrutor do Senac Paulo Leite e fez parte da série de cursos e palestras gratuitos que será realizada durante todo este ano em parceria com o Sistema Fecomércio-PR.

O segundo foi promovido pela Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios, Sivamar, Senac e Sistema Fecomércio-PR. O curso teve por objetivo habilitar os participantes a analisar dados coletados nas redes e mídias sociais e tomar decisões relativas à divulgação de conteúdo a partir desta análise. Com isso, as empresas podem utilizar a internet de forma mais eficiente e atingir seu público-alvo.



*O vice-presidente do Sivamar Amauri Donadon Leal, que também é conselheiro Regional do Senac, e o diretor de Marketing, Wesley Dejuli, participaram em junho da reunião mensal da Fecomércio-PR. Na foto, os dois posam ao lado do presidente da Federação, Darci Piana.*

# Contabilistas em festa

O Sivamar realizou, no mês passado, a festa de confraternização com os contadores, em comemoração ao Dia do Contabilista. O evento é realizado anualmente como forma de homenagear esses profissionais, que são grandes parceiros do sindicato.

A festa, que este ano teve como tema "Boteco do Sivamar", recebeu muitos elogios dos participantes e da própria diretoria do sindicato. O salão de eventos da entidade, que recebeu decoração temática, ficou lotado.

Parabéns à equipe de colaboradores do Sivamar, que trabalhou muito e se esmerou na criação do tema e na organização da festa!

# Congresso Brasileiro de Direito do Trabalho

A superintendente e advogada do Sivamar, Lisley Maria Messias da Silva, participou do 53° Congresso Brasileiro de Direito do Trabalho, realizado no mês passado pela LTr Editora, em São Paulo.

O congresso é o mais importante evento na área de Direito do Trabalho no país e reúne renomados juristas da área doutrinária, magistrados, membros do Ministério Público do Trabalho e advogados para debater as atualizações e temas relacionados.

Entre os palestrantes deste ano estiveram o ministro corregedor-geral da Justiça do Trabalho, Ives Gandra Martins Filho; a ministra do Tribunal Superior do Trabalho, Kátia Magalhães Arruda, e o ex-ministro do Tribunal Superior do Trabalho, Pedro Paulo Teixeira Manus, que fez a conferência de abertura do evento.

Segundo Lisley, o congresso é "uma grande oportunidade de trazer para o sindicato as novidades e mudanças na legislação trabalhista, que é muito dinâmica e, por este motivo, é fundamental estar sempre atualizado".

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

MARINGÁ LIQUIDA

# Um grande teste para o Natal

*A campanha trará de volta os sorteios de prêmios, que sempre fizeram sucesso no comércio de Maringá. Experiência será importante para a campanha de Natal que Sivamar e Acim pretendem realizar*

*Foi grande a participação dos comerciantes no lançamento da 22ª Maringá Liquida, ocorrida no mês passado*

Lançada no dia 14 de junho pela Acim e pelo Sivamar, a 22ª edição da Maringá Liquida marcará a volta das campanhas do comércio com sorteio de prêmios. Além de resgatar os sorteios, que sempre fizeram sucesso na cidade, esta edição da Maringá Liquida servirá de experiência para a grande campanha de Natal que Sivamar, Acim e parceiros pretendem realizar este ano.

O lançamento da liquidação ocorreu durante um café da manhã na sede da Acim e reuniu lojistas e lideranças empresariais do comércio, que puderam conhecer os detalhes da campanha. Uma questão que foi bastante reforçada é que as entidades promotoras realizarão uma grande campanha de mídia para atingir de forma eficiente e massiva o consumidor.

Além de descontos atrativos, nos quatro dias da Maringá Liquida os lojistas participantes distribuirão aos clientes cupons para concorrer a um carro zero quilômetro. Segundo explicaram os organizadores, cada R$ 50 em compras dará direito a um cupom. Haverá novidades também para estimular os lojistas e vendedores, que poderão ser conferidas junto à equipe credenciada que está realizando a venda de kits de adesão.

No lançamento, o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, reiterou que o objetivo da campanha é alavancar as vendas do comércio e que a adesão do lojista é fundamental para o sucesso da promoção. "Queremos, além de oferecer bons descontos, resgatar esta tradição das campanhas com sorteio de prêmios que deixam o consumidor satisfeito. Mas é preciso que todo o comércio se mobilize e participe da Maringá Liquida", ressaltou.

*Rubens Abrão ressaltou que a participação do lojista é fundamental para o sucesso da campanha, que resgatará o sorteio de prêmios*

O presidente da Acim, Marco Tadeu Barbosa, lembrou que a entidade realizou uma pesquisa com lojistas, que demonstraram o desejo da volta do sorteio de prêmios. "Esta é uma forma de estimular a adesão das empresas e as compras dos consumidores", colocou, lembrando que, no entanto, o lojista não pode esquecer que o foco da campanha são os descontos, que fizeram da Maringá Liquida uma das mais tradicionais promoções do comércio da região.

A Maringá Liquida terá apoio do Sicoob, Acomac/Simatec e Central de Negócios Imobiliários. Os kits de adesão, que já estão à venda, são compostos por cupons, bandeirolas, cartazes, urnas, cartazetes e tags de preços. Estão sendo oferecidos três modelos de kits e os associados do Sivamar e da Acim têm 20% de desconto. Para mais informações e adesão, os telefones de contato são 3225-5551, 9972-5620, 3025-9595 e 3026-4444.

## Comércio aos sábados

O horário de funcionamento do comércio aos sábados até as 18 horas está garantido pelo Termo Aditivo assinado pelo Sivamar e pelo Sincomar, que prorrogou a validade da Convenção Coletiva de Trabalho 2012/2013 até o dia 31 deste mês. Vale lembrar que o lojista pode optar por abrir a loja até as 18 horas nos dois primeiros ou nos quatro sábados do mês, sendo que neste caso é necessário realizar o revezamento da equipe de colaboradores. Informações pelo telefone 3026-4444.

CONVENÇÃO COLETIVA

# Negociações continuam

*Em Assembleia Geral Extraordinária os lojistas elegeram a comissão de negociação*

A Convenção Coletiva de Trabalho 2013/2014 continua em discussão entre o Sivamar e o Sincomar. A primeira rodada de negociações aconteceu no dia 20 do mês passado. No dia 25 aconteceu no Sivamar uma reunião para tratar do alinhamento das convenções coletivas de trabalho do comércio na região. Este alinhamento é importante para estabelecer parâmetros de negociação entre os sindicatos filiados à Federação.

Além de presidentes de sindicatos patronais, estiveram presentes o vice-presidente da Federação do Comércio do Paraná, Ari Faria Bittencourt, o advogado da entidade, João Carlos Requião, o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, o vice-presidente do sindicato, Amauri Donadon Leal, e o diretor administrativo, Ali Wardani

*Em Assembleia Geral Extraordinária os lojistas elegeram a comissão de negociação*

A comissão que negocia a convenção Coletiva, eleita na Assembleia Geral Extraordinária realizada no dia 5 de junho, ficou assim constituída: Ali Wardani (Móveis Karina), Wesley Dejuli (WP Comunicação), Roberto Burci (Supermercado Burci), Tarley Maia Kotsifas (Rede Bom Dia), Salatiel Dias (Dias Bike), Lucheo Tombini (Tombini Móveis), Marilene Silva (CSD Varejo), Julio Cesar Veres (Super Muffato), Ary Engelberg (Lojas Americanas), Gerson Fraga (Walmart), Isaque de Souza (Supermercado Angeloni) e Antonio Roberto da Silva (Super Alecris).

## Pacote de benefícios Sivamar

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

### • Assessoria Jurídica

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

### • Câmara de Conciliação Trabalhista

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

### • Campanhas Promocionais

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

### • Convênios Médicos

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

### • Cursos e Palestras

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

### • Escritórios Conveniados

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

SIVAMAR
SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

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