Ano 13 - N ° 146 - Outubro/Novembro 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 e Atacadista de Maringá e Região

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

Varejo de instrumentos musicais destaca Maringá

A cidade conta com várias lojas especializadas no ramo e muitas delas têm no e-commerce importante ferramenta de vendas. Essas empresas oferecem uma gama variada de produtos e atendimento especializado, atraindo compradores de várias partes do país. Segundo dados da Associação Brasileira da Música, em 2013 o segmento de instrumentos e equipamentos musicais pode chegar a um faturamento de R$ 700 milhões no Brasil. Estudos apontam que este mercado pode atingir R$ 1,5 bilhão em receita até 2015. Nesta edição, o Jornal Sivamar foi ouvir comerciantes do setor e, na reportagem principal, traça um perfil deste mercado e dos consumidores deste tipo de produto, que são fiéis e também exigentes.

Pág 6

Fechada a Convenção Coletiva 2013/2014

As negociações se deram por mais de quatro meses e o acordo, que é extensivo a Maringá e às outras 16 cidades que compõem a base territorial do sindicato, foi fechado no dia 18 de outubro. O reajuste médio dos salários do comércio ficou em 9,5% e o pagamento dos retroativos deve começar a ser feito pelas empresas na folha de pagamento de outubro, já reajustada. As regras para a abertura do comércio aos sábados e dos supermercados aos domingos foram mantidas. Todas as lojas estão autorizadas a funcionar até as 18 horas nos dois primeiros sábados de cada mês, ou nos quatro com o revezamento da equipe de colaboradores. Já os supermercados continuam autorizados a funcionar no primeiro domingo de cada mês, das 8 às 13 horas.

Pág 12

Estudantes premiados

O Sivamar premiou os estudantes do primeiro ano do Ensino Médio da rede estadual que venceram o I Concurso de Redação sobre o comércio. A cerimônia foi acompanhada por autoridades e lideranças empresariais. O objetivo da promoção cultural foi incentivar o hábito da leitura e da escrita entre os alunos, que este ano fazem a primeira prova do Programa de Avaliação Seriada da UEM. O concurso foi baseado nas regras da prova de Redação do PAS.

Pág 3

Programação cultural e sorteio de carros marcarão o Natal

Serão mais de cem apresentações culturais, no centro em vários bairros da cidade, entre as programadas pela prefeitura e as que estão sendo coordenadas pelo Instituto Cultural Ingá, com patrocínio de empresas, via Lei Rouanet. A programação especial começa no dia 30 de novembro com a chegada do Papai Noel. O comércio funcionará em horário especial, até as 22 horas, de 9 a 20 de dezembro. O Sivamar, a Acim e parceiros promoverão uma campanha de Natal especial, quando serão sorteados três carros zero quilômetro. Os kits de adesão do lojista começarão a ser comercializados em breve.

O presépio dos Arautos do Evangelho, com luzes e movimento dos personagens, será uma das atrações do Natal Ingá

Pág 10

EDITORIAL

Você também é responsável

O comércio já começa a viver a expectativa das festas de fim de ano e da melhor época de vendas. Não poderia haver momento mais propício para falar sobre a importância da adesão do lojista para o sucesso da campanha de Natal.

O Sivamar e a Acim, com apoio de diversos parceiros, estão formatando uma campanha que promete chamar a atenção dos consumidores não apenas pelos prêmios – serão três carros zero quilômetro – mas também pela maneira como serão feitos os sorteios. Num primeiro momento serão sorteadas 30 chaves de automóveis e, num outro dia, de um novo sorteio entre esses 30 consumidores sairão os contemplados com os três carros.

A campanha se estenderá por aproximadamente 40 dias. Haverá três modelos de kits de adesão, de acordo com o tamanho da empresa, que começarão a ser comercializados dentro de poucos dias.

Mas todo este trabalho não terá resultados positivos se não houver, por parte do lojista, a disposição de participar da campanha. O investimento em uma ferramenta que ajudará a vender mais é pequeno considerando que o Natal é, como se costuma dizer, a época de safra do comércio.

Alguns empresários costumam se acomodar, apostando na máxima de que o Natal "se vende por si mesmo". Este pensamento é um erro estratégico, porque com o mercado altamente concorrido é preciso lançar mão de todos os recursos para se destacar e chamar a atenção do consumidor, que tem à disposição inúmeras ofertas de produtos, preços, condições de pagamento.

Também não podemos deixar de considerar que o comércio de rua precisa oferecer aos seus clientes um diferencial, assim como fazem os shoppings centers, que em datas especiais sempre sorteiam prêmios que atraem os consumidores.

Aliada à campanha do comércio, teremos a programação especial que vem sendo organizada pela prefeitura e pelo Instituto Cultural Ingá – que o Jornal Sivamar destaca em reportagem nesta edição. Serão mais de cem apresentações de dança, música, teatro no centro e em vários bairros da cidade. Ou seja, teremos tudo para fazer deste Natal um dos melhores dos últimos anos. Mas a responsabilidade para que isso aconteça não está nas mãos das entidades envolvidas ou da prefeitura. Está, sim, nas mãos de cada comerciante.

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

ARTIGO

Cumprindo a lei, com respeito ao cidadão

A Receita Federal do Brasil está instalada em Maringá como Delegacia desde 1978 e como jurisdiciona uma progressista região composta de 126 municípios, é responsável atualmente pela segunda maior arrecadação de tributos federais no estado, atrás apenas da capital, se desconsideradas as arrecadações aduaneiras.

Em 2012 nossa arrecadação tributária ultrapassou R$ 4,5 bilhões, somando-se a arrecadação da Delegacia da Receita Federal em Maringá e suas sete agências subordinadas, localizadas em Campo Mourão, Cianorte, Ivaiporã, Jandaia do Sul, Loanda, Paranavaí e Umuarama.

Sob nossa administração tributária estão, aproximadamente, 163 mil pessoas jurídicas e, no ano de 2013, recebemos 238.799 Declarações de Imposto de Renda Pessoa Física.

Para exercermos nossas atribuições, contamos com aproximadamente 220 colaboradores. Além disso, a instituição também se vale de um moderno sistema de coleta e processamento de dados, que lhe permite saber de fatos geradores de tributos quase simultaneamente à sua ocorrência.

Nossos trabalhos permeiam, basicamente, três grandes focos: o bom atendimento ao público, a arrecadação tributária e a repressão à prática do crime de contrabando e descaminho.

No atendimento ao público, a DRF Maringá adota horário estendido de atendimento, das 7 às 19 horas, sem interrupção, além de uma atuante ouvidoria, com o intuito de aprimorar sempre nossa prestação de serviço.

Na arrecadação tributária temos tido cada vez melhores resultados, fruto de uma fiscalização de qualidade, bem como de medidas que elevam o recolhimento espontâneo de tributos, como a aproximação institucional de órgãos de classe, a promoção de palestras a profissionais e a divulgação na imprensa de ações concentradas.

Nos trabalhos de repressão ao contrabando e descaminho, ações da RFB Maringá, coordenadas com outras unidades da Receita Federal, com a Polícia Militar do Paraná, a Polícia Rodoviária Estadual, e a Polícia Federal e Rodoviária Federal, têm levado a uma gradual e constante diminuição dos ilícitos, o que favorece não só a arrecadação tributária como também o comércio local.

Estamos crescendo em quantidade e qualidade, em arrecadação e em importância, mas nossa postura continuará sempre sendo a de respeito ao cidadão e à lei. Cumprimos a lei, com firmeza e zelo, mas preservando a integridade de nossos servidores e de todos com quem interagimos.

***Vagner Lopes da Silva** é delegado da Receita Federal em Maringá*

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 e Atacadista de Maringá e Região
Ano 13 - nº 146 - Outubro e Novembro/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.

CONCURSO DE REDAÇÃO

Sivamar e Fecomércio-PR premiam vencedores

Os trabalhos foram produzidos por estudantes do primeiro ano do Ensino Médio da rede pública durante o mês de agosto. O objetivo do concurso foi estimular a leitura e a escrita, visando às provas de redação do PAS, o Programa de Avaliação Seriada da UEM, que dispensa o vestibular para ingresso na instituição

Da esquerda para a direita: Cláudio Ferdinandi, professora doutora Cláudia Valéria Doná, Pedro Henrique Oliveira (primeiro colocado), sua professora, Laura Lopes de Paiva, Darci Piana, Amanda Branco da Silva (segunda colocada), Rubens Abrão, Giovana Gomes (terceira colocada) e a professora Amanda Rodrigueiro

Os autores dos três melhores textos do I Concurso de Redação para alunos do primeiro ano do Ensino Médio da rede pública, promovido pelo Sivamar e pelo Sistema Fecomércio-PR, foram premiados numa cerimônia que aconteceu na sede do Sivamar no dia 2 de outubro. Entre os presentes, além dos presidentes das duas entidades promotoras, estiveram o prefeito em exercício Cláudio Ferdinandi, presidentes de entidades de classe e o diretor de negócios do Sicredi União - um dos patrocinadores do concurso - Paulo Ozelami.

O primeiro colocado foi o estudante Pedro Henrique Batista Oliveira, do Colégio Estadual Marco Antonio Pimenta. Ele ganhou uma viagem para Curitiba com direito a acompanhante, incluindo passagem aérea, passeio de trem pela Serra do Mar até Morretes e uma diária no Complexo de Lazer e Turismo do Sesc Caiobá.

Pedro contou que se sai bem na disciplina de Português e que os professores elogiam sua criatividade. Orgulhosa, a família do aluno premiado acompanhou a cerimônia; os pais e avós não escondiam a alegria. A professora de Pedro, Laura Lopes de Paiva, ganhou um notebook.

O segundo lugar ficou com Amanda Branco da Silva, que é estudante do Colégio Estadual Presidente Kennedy e aluna de Amanda Rodrigueiro. A estudante, que estava acompanhada de quatro membros da família, ganhou um notebook. "Minhas redações são elogiadas pelos professores", contou. O terceiro lugar também ficou com uma aluna da professora Amanda, Giovana Hellen Gomes, que ganhou um tablet. A professora faturou um tablet e uma máquina fotográfica.

Cerimônia

Na cerimônia de premiação, o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, agradeceu os parceiros que sempre apoiam as iniciativas do sindicato. "Hoje é um dia de muita alegria para o Sivamar, porque atingimos mais um objetivo. Quando assumimos a diretoria nos propusemos a auxiliar o associado. Uma das metas era o retorno da premiação entre os consumidores nas campanhas do comércio de rua, daí o sorteio do automóvel na última edição da Maringá Liquida. Outra meta era oferecer qualificação para os comerciantes, por isso fizemos uma parceria com a Fecomércio e estamos oferecendo cursos e palestras diferenciadas. E outro objetivo era fazer parte de um projeto cultural, porque acreditamos que nosso trabalho vai muito além da relação capital e trabalho. E este concurso faz justamente parte desta proposta".

Já o presidente da Fecomércio-PR, Darci Piana, explicou que a parceria com o Sivamar no concurso vai ao encontro da ideia de incentivar os alunos a lerem mais para melhorar a interpretação de textos. "Não poderíamos ficar de fora de um concurso desta envergadura. O Sivamar é um sindicato preocupado com a sua gente".

Rubens Abrão colocou, durante a cerimônia: "hoje é um dia feliz porque atingimos mais um objetivo"

Darci Piana, presidente da Fecomércio-PR: "o Sivamar é um sindicato preocupado com a sua gente"

O prefeito em exercício Cláudio Ferdinandi ressaltou que "o Sivamar está realizando um projeto que contribui para melhorar a realidade da educação"

Para o prefeito em exercício, Cláudio Ferdinandi, "a educação é o mais grave problema do país e o Sivamar está realizando um projeto que contribui para melhorar esta realidade".

O concurso teve como tema a importância do comércio para a economia de Maringá. Mais de 300 redações foram inscritas. Os trabalhos foram avaliados por uma comissão julgadora formada por professores avaliadores da primeira etapa do PAS (Programa Seriado de Avaliação) da UEM (Universidade Estadual de Maringá).

A promoção cultural contou com apoio da Sicredi União Paraná; com parceria da Secretaria Estadual de Educação, por meio do Núcleo Regional de Educação de Maringá; e com organização didática da professora doutora Cláudia Valéria Doná Hila, da UEM, que integra a comissão responsável pela elaboração das provas de redação do vestibular.

Os textos premiados

Conheça as redações que foram premiadas. Elas foram produzidas de acordo com as normas dos estilos de textos que integram o conteúdo das provas do PAS.

1° lugar
Autor: Pedro Henrique Batista Oliveira

"O comércio de Maringá é importante, pois contribui para o desenvolvimento da cidade e, com certeza, para a minha vida em especial. Além de gerar empregos para a população, principalmente para os jovens que têm como se apropriarem de sua primeira oportunidade de trabalho.

O comércio disponibiliza produtos de variados preços e boa qualidade, é possível comprar desde o alimento básico, confecções, calçados, além de objetos e produtos utilizados no dia a dia.

O comércio está crescendo cada vez mais e tornando Maringá uma cidade moderna e competitiva no mercado nacional. Viver em uma cidade promissora assim é muito bom e melhor ainda é ter uma perspectiva de meu futuro assegurado."

2° lugar
Autora: Amanda Letícia Branco da Silva

"A importância do comércio na minha vida e das demais pessoas onde eu moro é que o dinheiro que gastamos consumindo, de certa forma, nos ajuda, pois é aplicado em impostos que vão para a prefeitura, fazendo com que melhorem a saúde, trazendo mais médicos e construindo mais hospitais, além da melhoria na educação e cultura.

O comércio também é uma ótima oportunidade para os jovens conseguirem o primeiro emprego, ou seja, quando investimos no comércio estamos voltando esse investimento para nós mesmos.

Devemos sempre investir no comércio de nossa cidade, fazendo com que ela se desenvolva cada dia mais, pois precisamos dele."

3° lugar
Autora: Giovana Hellen Ferreira Gomes

"A importância do comércio para mim e para os demais maringaenses se encontra no consumo. Precisamos dele como um meio de bem estar e satisfação, além de consumirmos, buscamos sempre o melhor preço para obtermos economia.

O comércio também nos traz variadas opções de empregos, até mesmo aos jovens que estão à procura do seu primeiro trabalho, trazendo, então, melhorias à cidade e uma qualidade de vida melhor à população.

O comércio evolui a cidade, ele é multiuso e multicoisas. Ao consumirmos, parte dos impostos ajuda a nós mesmos, na saúde, educação e diversas outras funções públicas. Os comerciantes e empresários costumam investir cada vez mais na qualidade e buscam sempre diversidade para o comércio com o intuito de atrair os consumidores."

ACONTECE NO SIVAMAR

Novos treinamentos foram realizados no Sivamar

Em parceria com o Senac-Maringá, o Sistema Fecomércio-PR e a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, o sindicato promoveu outros quatro treinamentos no mês de outubro. Esses cursos e palestras abordaram temas ligados ao dia a dia das empresas do comércio. Cada participante doou um litro de leite longa vida e as doações estão sendo encaminhadas a entidades sociais de Maringá.

Administração de conflitos

O consultor Adriano Cipriano Pereira, especialista em Atendimento, Vendas, Liderança e Desenvolvimento de Equipes abordou resolução de conflitos utilizando técnicas motivacionais e desenvolvimento da percepção do líder na resolução de conflitos interpessoais.

Oratória em debate

O curso, promovido pela Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, pelo Sivamar e pelo Sistema Fecomércio-PR, teve duração de sete dias e foi ministrado pela instrutora Karine Gaff. O Sincofarma (Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos de Maringá) e o Simatec (Sindicato do Comércio Varejista de Ferragens, Tintas, Madeiras, Materiais Elétricos, Hidráulicos e de Construção de Maringá e Região) apoiaram a realização do treinamento.

Cálculo da folha de pagamento

O objetivo do treinamento, ministrado pela instrutora Eliane Alicrim, foi atualizar conhecimentos sobre os procedimentos legais e administrativos relacionados à elaboração da folha de pagamento. Estes foram alguns dos temas trabalhados: cálculos de adicional noturno, adicional extraordinário, repouso semanal remunerado, faltas justificadas, descontos, IRRF, encargos do INSS patronal, preenchimento de guias.

Marketing pós-venda e fidelização

A palestra foi ministrada pelo instrutor Jeferson Pedroso. No conteúdo, temas como Marketing Conceitual, Pré-Venda, Venda e Pós-venda, Estratégias de Marketing de Pós-Venda e Fidelização. Jefferson Pedroso é formado em Administração e Artes Cênicas, e tem mais de 15 anos de atuação em treinamentos na área comercial.

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

INTERCÂMBIO

Sivamar participa de missão técnica no Canadá

O presidente do sindicato, Rubens Abrão, integrou comitiva de lideranças políticas e empresariais da região Norte do Paraná que esteve naquele país para conhecer experiências nas áreas de inovação, incentivo às pequenas empresas e parcerias público-privadas

O presidente do CIM, Silvio Barros, apresentou os resultados da missão técnica em nome da comitiva que esteve no Canadá

No mês de setembro uma comitiva formada por prefeitos, vereadores e lideranças empresariais da região Norte do Paraná realizou uma viagem técnica ao Canadá. O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, integrou a missão, que teve por objetivo conhecer experiências bem sucedidas na área de inovação, desenvolvimento das pequenas empresas e parcerias público-privadas.

De Maringá também integraram a comitiva o vice-prefeito, Cláudio Ferdinandi; o presidente do CIM (Centro de Inovação de Maringá), Silvio Barros; o presidente da Terra Roxa Investimentos, José Carlos Valêncio; o presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá, Marco Tadeu Barbosa; e o gerente regional do Sebrae, Luiz Carlos Silva – o Sebrae foi o interlocutor com o Consulado do Canadá e o organizador da viagem.

Para o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, a missão possibilitou o contato com experiências que podem ser implantadas em Maringá para estimular o desenvolvimento econômico-social não só da cidade, como também da região, com benefícios diretos para o setor comercial.

Segundo Abrão, naquele país existe uma grande união do setor público com o setor empresarial, que resultou no sucesso das parcerias público-privadas. "Lá a comunidade não encara as PPPs como privatização, porque o governo mantém o controle sobre os serviços prestados. Por meio das parcerias, a qualidade dos serviços é otimizada porque a manutenção de toda a infraestrutura fica por conta da iniciativa privada, que é quem tem os recursos", explica.

Outro ponto que chamou a atenção do presidente do Sivamar foi a força e a pujança do comércio das cidades visitadas. Rubens cita empresas tradicionais, como o grupo Hudson Bay, fundado em 1670, que possui mega lojas em diversas cidades canadenses e é uma das mais antigas corporações em atividade no mundo. O movimento do comércio de rua e dos shoppings centers, segundo ele, também impressiona.

Incentivo às pequenas

No dia 7 de outubro, o presidente do CIM, Silvio Barros fez uma apresentação dos resultados da viagem. "Foi um grande aprendizado em vários sentidos. Será um avanço se conseguirmos implantar boas ideias, boas parcerias em nossa cidade", colocou.

Os integrantes da missão técnica do Norte do Paraná que visitou diversas cidades canadenses

Segundo Barros, uma das características do Canadá é o predomínio das pequenas empresas. "Lá são consideradas pequenas as que têm até 100 funcionários. Elas representam 99,9% das empresas do país e respondem por 40% das exportações", informou aos que acompanharam a apresentação, que aconteceu na sede da Acim.

O presidente Rubens Abrão entregou o livro Desbravadores do Comércio a Gerry Pisarzowsk, na Greater Toronto Marketing Alliance

Na capital, Otawa, o grupo conheceu a Carleton University, que oferece 65 programas de estudo em áreas diversas, envolvendo dois mil professores e 26 mil alunos, de mais de 100 nacionalidades. Os membros da comitiva conheceram três programas desenvolvidos dentro da instituição. Um deles é programa de Gerenciamento Tecnológico da Inovação, que estimula ideias que podem ser transformadas em negócios para incentivar o desenvolvimento da economia local.

O outro é o Programa de Capacitação de Formação de Pessoas (Lead do Win Ecosysten), que prepara empreendedores para serem líderes e vencedores. E o terceiro é o C3I – Carleton Centre For Community Innovation, que realiza investimentos na área social, beneficiando ONGs e cooperativas com microcrédito para viabilizar ideias inovadoras.

Bombardie

Em Montreal, a comitiva conheceu o Parque Tecnológico, que tem 26 anos e cerca de 60 empresas estabelecidas. O parque é da prefeitura, que desapropriou a área e viabilizou toda a infraestrutura.

Uma ONG administra o empreendimento, que oferece para as empresas instaladas assessoramento em diversas áreas, de marketing a captação de financiamentos. A empresa âncora do Parque Tecnológico é a Bombardie, que responde por 50% da economia da cidade. Além de aviões, a indústria fabrica trens e outros equipamentos pesados.

Outro parque tecnológico visitado foi o da cidade de Saint Hyacinthe, na província de Quebec, considerada a capital da biotecnologia. O parque está entre os melhores do mundo na área.

Em Toronto, os brasileiros foram recebidos por uma entidade privada que tem por objetivo desenvolver a região metropolitana da cidade, que envolve 29 municípios, a Greater Toronto Marketing Alliance (GTMA). A iniciativa privada aporta recursos para a instituição, num exemplo bem sucedido de parceria público-privada para a geração de negócios. Também conheceram o Centro de Pesquisa de Comercialização e Inovação, que incentiva o desenvolvimento da inovação e do empreendedorismo.

A última visita do grupo foi ao Conselho Canadense das Parcerias Público Privadas (The Canadian Council for Public-Private Partnerships), em Toronto, uma ONG que recebe recursos públicos e privados para disseminar o conceito deste tipo de parceria. O Canadá é o país que tem o maior número dessas parcerias e exemplos interessantes para compartilhar. Obras importantes foram viabilizadas por meio de PPPs, como a Sala de Concertos de Montreal, o Hospital Bridgepoint, Tribunal de Durham e o Victorian Cancer Center.

CAPA

Música é aposta certeira para o varejo

Em 2013, o setor de instrumentos e equipamentos musicais pode chegar a um faturamento de R$ 700 milhões no Brasil. Em Maringá este segmento do comércio oferece uma gama variada de produtos e atendimento especializado, atraindo compradores de várias partes. Na cidade, lojas físicas e comércio virtual formam parceria de sucesso

O violão é o campeão de vendas nas lojas de instrumentos musicais, um mercado que vem registrando crescimento ano a ano. As projeções indicam que a receita do setor deve atingir os R$ 1,5 bilhão até 2015 no Brasil

O ritmo que rege o comércio de instrumentos e equipamentos musicais é embalado pela paixão do brasileiro pelo som. As empresas do segmento deram um salto em faturamento de R$150 milhões na década de 1980, para uma projeção de R$ 700 milhões em 2013, segundo dados da Associação Brasileira da Música (Abemusica). Em 2012, considerado um ano atípico porque se vendeu menos, o faturamento foi de R$ 666 milhões. Estudos apontam que este mercado pode atingir R$ 1,5 bilhão em receita até 2015.

Uma das razões para este crescimento é a facilidade de acesso do consumidor: além das lojas físicas, que são parada obrigatória na compra de um novo instrumento, pode-se comprar sem sair de casa pela internet, meio que agrada muitos músicos profissionais em busca de acessórios e tecnologia.

A experiência e o profissionalismo de quem vende esse tipo de produto são fatores que levem o brasileiro a comprar instrumentos musicais no mercado interno, mesmo em anos com grandes variações cambiais. De acordo com a Abemusica, o crescimento das vendas do setor chegou aos 10% só na última década.

Música é paixão e hobby do empresário Valentim Meneghetti há 35 anos, mas ele é taxativo ao dizer que não compra um instrumento sem testá-lo antes. Por isso, visita com frequência as lojas do ramo em Maringá. "Nós somos muito bem servidos em termos de produtos de qualidade, o que você não encontra na hora pode encomendar. Eu tenho violões, violas, vários instrumentos de corda e só compro depois de testá-los. Gosto de ir pessoalmente à loja", diz.

Valentim Meneghetti é apaixonado por música e gosta de comprar nas lojas físicas, para poder sentir o potencial do instrumento

Apesar de preferir as lojas físicas, Valentin comprovou recentemente que as lojas virtuais podem ser de grande valia. Depois de comprar um novo equipamento - um pedal de efeito - ele precisou de um determinado modelo de violão. Para consegui-lo, precisou recorrer à compra pela internet. Mas optou por um fornecedor que, além do site de vendas, tem loja física. Só assim fechou o negócio.

Renan Rodrigues: "maringaense gosta de comprar pessoalmente, quer que o vendedor mostre os instrumentos"

Importado

Para o vendedor Rodrigo Vieira Bortolo, da Play Music, de Maringá, o músico sabe bem o que procura, por isso é preciso que a pessoa por trás do balcão ofereça o produto certo e também novas opções. "O cliente tem que tocar o instrumento, manipulá-lo, saber que está levando o que veio procurar", explica. Sem contar que a loja também deve orientar o consumidor que não esteja familiarizado com o produto. "Quando atendemos pais que desejam comprar um instrumento novo para os filhos orientamos a voltar com quem vai tocar, por exemplo. O resultado é melhor, nem sempre o produto mais caro é o mais adequado", coloca.

Segundo ele, é importante orientar bem desde a primeira compra porque há muitas escolas que voltaram a ensinar música e que estão gerando novos consumidores para este mercado. "Já percebemos maior procura por flautas e instrumentos de percussão, mas em Maringá, desde sempre, o violão é soberano. Aqui na loja, o segundo lugar é do teclado, que sai bastante também", acrescenta.

A Play Music, que está entre as mais tradicionais de Maringá, foi totalmente reformulada há três anos e os investimentos devem continuar. A todo o momento chegam novidades e o cliente vai percebendo as mudanças. Entre os produtos à venda cerca de 70% são provenientes da China e, segundo ele, naquele país também aconteceram mudanças. "No começo a competição era só pelo preço mesmo, depois vimos que até empresas tradicionais, como a Gianini (violões), foram para lá. Com isso, o padrão de qualidade aumentou e hoje nós já temos bons instrumentos fabricados na China", diz. Em relação aos fornecedores, a presença de produtos importados no país é maciça, mas vem registrando queda (leia box).

Dinamizar a compra e ter gente capacitada para orientar o cliente é uma maneira de conciliar o atendimento de balcão com a praticidade das lojas virtuais. É o que garante Renan Rodrigues, gerente de e-commerce de um site maringaense de venda de instrumentos e equipamentos musicais, o Jaguara.com.br. "Nós percebemos que o maior consumidor de instrumentos via e-commerce é o estado de São Paulo. O pessoal daqui gosta de comprar pessoalmente, quer que o vendedor mostre os instrumentos, quer tocar. Por isso a preferência é pela loja física", explica.

Para atender quem compra instrumentos pelo site, a equipe de atendimento foi treinada para responder dúvidas técnicas e orientar o usuário. Para a turma do violão, que representa 50% do total das vendas locais, as

dúvidas são esclarecidas por uma jovem que toca e conhece bem o instrumento. Aliás, o violão é o instrumento mais vendido também na região e a procura tem crescido. O site oferece uma grande gama de modelos, daqueles voltados a aprendizes e amadores - com preços que variam de R$ 100 a R$ 200 - a modelos profissionais a partir dos R$ 450.

Fernando Rocha, da Musitech, diz que os evangélicos já representam 35% dos consumidores da loja

Renan frisa que tanto para atender quem é daqui, como quem compra pela internet o maior desafio é a logística. "Nós perdemos muitos instrumentos no processo de transporte, o pessoal não segue as regras do manuseio da embalagem e o produto às vezes chega quebrado ao destino. Por mais que a gente embale e tente proteger, o produto é muito delicado e só esse reforço não consegue evitar o dano", afirma. Assim como outras empresas que dependem de transporte e envio de mercadorias, os atrasos também são outro obstáculo a ser vencido quase que diariamente.

O padrão de compra do consumidor deste mercado confirma que o investimento tende a ser maior conforme o músico se especializa. Independente do estilo, todos começam pelo instrumento básico e acabam chegando ao instrumento dos sonhos, em que o preço é a menor das preocupações.

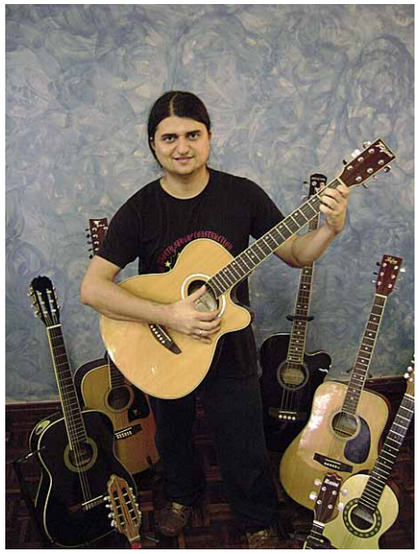
Movimento constante

O professor de música Fábio Alencar diz que sempre procura orientar seus alunos sobre o instrumento mais adequado para comprar, dá sugestões de marca e modelo. "Nós chegamos até a ligar na loja para verificar se eles têm o que o aluno precisa. Em Maringá há lojas com vendedores bastante capacitados, até porque muitos são músicos e têm todo conhecimento para indicar qual o melhor instrumento para compra. Aqui na cidade temos tudo o que se encontra nas grandes capitais", elogia.

Alencar explica que a preferência pelo violão se deve, primeiro, ao baixo custo. Depois, porque se trata de um instrumento prático para transportar e que praticamente qualquer pessoa pode aprender a tocar. Ele diz que os alunos mais velhos procuram o violão para relaxar, se divertir. Para as crianças, o maior incentivo vem dos pais, a maioria atenta aos benefícios que a aprendizagem musical oferece à turminha.

Fernando Rocha, vendedor da Musitech, confirma. Segundo ele, o consumidor que entra para fazer pesquisa é aluno ou responsável por alguém em busca de um instrumento para aprender a tocar. Só os mais experientes chegam à loja com a especificação do produto. "Nosso público é eclético e se divide em vários grupos. Vem muita gente com orientação da escola de música, temos os músicos profissionais e também um número crescente de músicos gospel. O pessoal que aprende a tocar para animar os cultos evangélicos já representa 35% dos nossos consumidores", contabiliza Rocha.

Dados da Abemusica confirmam esta tendência. De acordo com a entidade, os músicos que mais investem em instrumentos e equipamentos musicais são a turma do rock'n'roll, que representa 15% do mercado, seguida pelos evangélicos (12%), católicos (5%) e sertanejos (5%).


O professor de música Fábio Alencar destaca: "aqui temos tudo o que se encontra nas grandes capitais"

Existem alguns outros produtos e acessórios que agregam tecnologia ao mundo da música e que impulsionam as vendas. "O consumidor tem procurado por aqui mesmo acessórios e equipamentos importados. Os músicos com perfil mais profissional consomem instrumentos e tecnologia de ponta. Queremos aproveitar o espaço virtual para fortalecer a relação com esse cliente", reforça Renan Rodrigues, do site Jaguara.com.br.

Nas melhores baterias

Maringá tem uma empresa que figura ente os 10% de fornecedores nacionais do segmento musical. Fica na cidade a indústria Baquetas Alba, uma empresa conhecida em todo o território nacional e até fora do Brasil por ter certificação.

A Baquetas Alba exporta para 12 países e vende para todo o Brasil

O som da bateria das bandas de artistas como Maria Rita, Padre Marcelo Rossi, Banda Rosa de Saron, Lulu Santos, Rappa, Zeca Pagodinho tem um toque do produto maringaense. "Estamos presentes do samba ao heavy metal e a empresa está muito bem posicionada no mercado mundial, exportamos para 12 países", explica o empresário Roberto Ferreira, sócio-proprietário da Baquetas Alba, acrescentando que a empresa se prepara para participar, pela sexta vez, de uma feira na Alemanha,.

O Brasil tem apenas 25 fabricantes de instrumentos, acessórios e equipamentos musicais, a maioria deles pequenas indústrias que concorrem diretamente com os chineses. Um grande desafio para continuar crescendo.

A fábrica maringaense está indo bem, começou em 2004 com apenas três funcionários e hoje tem 20. Mesmo com a tecnologia de ponta ainda há espaço para o trabalho artesanal em algumas fases do processo, o que mantém o padrão de qualidade exigido e a penetração do produto no mercado nacional. "Posso garantir que as baquetas produzidas em Maringá estão em cada uma das lojas especializadas de norte a sul do país".

Menos importações

A indústria nacional do segmento conta com uma ajuda extra: as importações de instrumentos musicais apresentaram queda. De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a importação de dez tipos de instrumentos musicais foi de US$ 59,9 milhões de janeiro a agosto deste ano, uma queda de 23,8% em relação ao mesmo período do ano passado.

A importação apenas de instrumentos de sopros denominados metais (trompete e sax, por exemplo, produzidos pela brasileira Weril) foi de US$ 4,8 milhões, uma queda de 12,31% na comparação com os primeiros oito meses de 2012.

E, com a alta recente do dólar, a Weril pretende elevar a exportação, hoje restrita a apenas 4% de sua produção, muito inferior ao nível de 22% antes da invasão dos produtos asiáticos, que prejudicou a companhia nos mercados interno e externo.

(Fonte: Estadao.com.br)

CERTIFICAÇÃO
DIGITAL

CERTIFICAÇÃO DIGITAL É COM A ACIM

A ACIM oferece certificação digital com rapidez, qualidade e a **preços especiais para associados.**

O Certificado Digital é um Documento Eletrônico que identifica e permite ao usuário realizar transações e procedimentos na internet de maneira segura. O Certificado Digital atesta, com valor jurídico, a identificação do usuário e garante a transmissão sigilosa dos dados trafegados.
A utilização do Certificado Digital é necessária em processos nos quais uma entidade, seja ela uma pessoa física, um computador ou até mesmo um website, precisam garantir a sua autenticidade.

Para saber mais:
44 3025 9595

CERTISIGN
A sua identidade na rede

FACIAP
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

60 anos ao lado de quem inova

ACIM
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

FACTORY | TOTAL

ENTREVISTA

"Percebemos que muitos empresários focam sua atenção na lucratividade e na gestão do negócio e se esquecem de prestar atenção na relação saudável com seu cliente, que envolve cumprir as normas legais que regem a relação com o consumidor"

Etiquetas de preço na mira do Procon

O Procon de Maringá está fiscalizando as empresas do comércio para verificar se estão sendo cumpridas as determinações legais em relação às informações que devem estar expostas nas etiquetas de preços tanto das vitrines quanto dos produtos expostos internamente. Na primeira etapa do trabalho, das 80 empresas fiscalizadas em 15 dias, 48 foram multadas. Segundo o diretor do Procon, João Luiz Regiani, a legislação que regulamenta a questão é antiga e o lojista não pode alegar desconhecimento. Nesta entrevista, ele fala sobre as regras que devem ser observadas e reforça que o Procon tem agido em função das inúmeras reclamações que tem recebido dos consumidores

JS – Neste trabalho de fiscalização, o que os fiscais têm encontrado de irregular no comércio de Maringá?

Antes de mais nada é preciso fazer uma reflexão sobre o desconhecimento por parte do lojista da legislação que ele deveria conhecer. Com isso, ele comete equívocos, muitas vezes abusividades, que violam o Direito do Consumidor. E o Procon, quando recebe uma reclamação do consumidor, não tem como deixar de atuar e autuar. Até porque grande parte dessas leis que regulam as relações de consumo é antiga, o próprio Código de Defesa do Consumidor é de 1990. E este é um quadro que nos preocupa. Percebemos que muitos empresários focam sua atenção na lucratividade e na gestão do negócio e se esquecem de prestar atenção na relação saudável com seu cliente, que envolve cumprir as normas legais que regem a relação com o consumidor. Um dos aspectos que geram muitas reclamações é a falta de preços nas vitrines. Grande parte dos lojistas descumpre a norma, gerando uma relação negativa com o seu cliente. Encontramos casos em que os preços até estão expostos, inclusive as condições de parcelamento, mas não é informada a taxa de juros para a venda a prazo, o que também é exigido pela legislação. São aspectos que, se fossem observados, criariam uma relação mais saudável entre o comerciante e o consumidor.

JS - Segundo a legislação, o que as etiquetas de preços devem informar?

O preço à vista e o preço a prazo. Se o preço a prazo for o mesmo do preço à vista, não há necessidade de especificar juros. Mas se for superior ao preço à vista, é preciso especificar o que é cobrado de juros. Pode ser mencionado o percentual cobrado por parcela – este é o método mais esclarecedor para o consumidor - ou o percentual total dos juros. Vale lembrar que essas regras se aplicam também às etiquetas de preços dos expositores internos. Quem desrespeita essas normas está sujeito a multas.

Na primeira operação de fiscalização feita no comércio houve muitas autuações?

Num período de 15 dias de fiscalização fizemos uma constatação preocupante: foram lavradas 48 multas num universo de mais ou menos 80 empresas, ou seja, em mais de 50% dos estabelecimentos fiscalizados havia irregularidades. Essa fiscalização aconteceu a partir de denúncias de consumidores que procuraram o Procon. Neste segundo semestre iniciamos este processo de fiscalização, que pretendemos dar continuidade daqui para frente. Gostaria de lembrar que no primeiro semestre fizemos contato com o Sivamar porque sabemos que a entidade tem feito um trabalho de esclarecimento dos comerciantes sobre o assunto. Se o lojista tem dúvidas, deve procurar se informar, buscar assessoria jurídica do seu sindicato, esta é a grande vantagem de ser associado a uma entidade de classe. E até mesmo o Procon, nunca deixamos de orientar o comerciante. O Ministério Público também tem visto com preocupação este desconhecimento do lojista em relação à legislação de defesa do consumidor.

JS – O senhor mencionou que é muito comum encontrar irregularidades nas empresas familiares...

Sim, as empresas familiares muitas vezes trazem vícios e costumes históricos que, se não forem trabalhados, impedem que elas saiam do amadorismo. Percebemos que muitos dos problemas detectados nas relações de consumo se acentuam ainda mais quando se trata de empresa familiar. Isso ocorre porque muitas vezes falta pessoal com uma visão diferente, ou então quando há alguém que tenha essa visão, acaba ficando isolado da gestão. Com isso, acontecem os erros que poderiam ser evitados.

JS - Além da exposição de preços, que outras irregularidades o Procon tem encontrado no comércio de Maringá?

Recebemos muita reclamação por causa de demora na resolução de problemas em produtos adquiridos. Em muitos casos há uma persistência na venda de produtos com baixa qualidade – é claro que esta não é a regra no comércio, a gente sabe que grande parte dos comerciantes preza pela qualidade. Mas ainda existe uma quantidade significativa de lojistas que mantém a política de pensar mais no lucro do que em vender um produto de qualidade, que gere satisfação ao consumidor. E muitos ainda não entendem como funcionam as regras sobre troca de produtos. O artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor concede 30 dias para que a loja resolva o problema do vício (defeito) no produto. A partir deste prazo, passa a ser do consumidor a faculdade de escolher entre a substituição do produto por outro da mesma espécie, a devolução do valor pago por ele ou o abatimento no preço, no caso de o defeito ainda permitir que o mesmo seja utilizado. É uma sistemática simples e clara, que muitas vezes o comerciante desconhece.

JS - O lojista não tem a obrigação legal de realizar a troca quando não há vício, defeito, na mercadoria, certo?

Quando se refere a aspectos externos ao produto – em função de tamanho, cor, aroma, modelo – o direito de troca não existe legalmente se o produto for adquirido em loja física. Tradicionalmente, por questão de usos e costumes, o comerciante faz a troca, até para estabelecer uma relação mais próxima com seu cliente. Mas essas regras precisam ser claras e a equipe deve ser orientada, porque muitas vezes o vendedor – que tem que cumprir metas de vendas, que ganha comissão – informa o cliente que existe a possibilidade de troca e quando o consumidor volta, a realidade é diferente. Aí se cria um conflito que é passível de reclamação no Procon. Para que isso não aconteça, é importante que na própria loja já estejam afixadas as condições de troca.

JS - Outra questão que gera muitas dúvidas é a venda em cartão de crédito: o preço do produto pago em dinheiro não pode mesmo ser menor do que o que é pago no cartão de crédito?

Isso mesmo, e mais: não pode haver valor mínimo de compra para aceitação do pagamento via cartão, nem no débito, nem no crédito. Se o estabelecimento oferece o cartão como meio de pagamento, ele deve ser aceito como se dinheiro fosse. A lei também proíbe não aceitar pagamento em cartão para determinados produtos – isso acontece muito na venda de cigarros e de crédito para celular. Quando o cartão é oferecido pelo estabelecimento como meio de pagamento, deve ser aceito na venda de todo tipo de produto. Também gostaria de alertar para outro problema que o Procon vem fiscalizando, que é a venda de produtos com data de validade vencida nos supermercados. Começamos um trabalho de fiscalização e dos sete estabelecimentos fiscalizados, sete foram multados. E as multas foram altas, porque é uma irregularidade gravíssima, que coloca em risco a saúde pública. Vamos continuar atuando em relação a isso. Outras questões que continuarão sendo fiscalizadas são a sintonia entre o preço nas gôndolas e o preço constatado no caixa, as condições dos produtos armazenados nos balcões frios, exposição de produtos com embalagem violada, reembalagem de produtos vencidos para estender o prazo de validade. A legislação que regulamenta essas questões também é antiga e elas merecem mais atenção por parte das empresas.

NATAL

ICI e prefeitura lançam o Natal Ingá 2013

Serão 24 dias de programação especial, que começará em 30 de novembro, com a chegada do Papai Noel. Mais de 100 apresentações culturais com temas natalinos serão realizadas; Sivamar, Acim e parceiros promoverão campanha no comércio com sorteio de três carros

O lançamento do Natal Ingá 2013, que reuniu lideranças empresariais e autoridades: serão mais de 100 apresentações culturais

Num evento realizado no dia 10 de outubro na Acim, que reuniu autoridades e lideranças empresariais, a prefeitura de Maringá e o Instituto Cultural Ingá (ICI) lançaram oficialmente a programação do Natal Ingá 2013, que será terá início no dia 30 de novembro com a chegada do Papai Noel.

Entre as autoridades presentes estava o vice-prefeito Cláudio Ferdinandi, vereadores e secretários municipais, o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, o presidente da Acim, Marco Tadeu Barbosa, o presidente do Instituto Cultural Ingá, Orlando Chiqueto, e o presidente do Centro de Inovação de Maringá, Silvio Barros.

O presidente da Acim, Marco Tadeu Barbosa, parabenizou as empresas, entidades e parceiros que se uniram à prefeitura e ao ICI na realização do Natal Ingá. "Graças a todos que acreditaram neste projeto Maringá terá o melhor Natal de todos os tempos", colocou.

O presidente do Sivamar, que também é um dos parceiros do ICI, ressaltou durante o lançamento que o Natal deste ano será um marco para a cidade, pois envolverá toda a população, estimulando as pessoas a irem para as ruas para viver o clima especial. "Quem sabe num futuro possamos nos unir às cidades da região e estender essa programação, realizando um Natal ainda mais grandioso", sugeriu.

Orlando Chiqueto colocou que o ICI tem apenas dois anos de existência, mas conseguiu êxito no trabalho "de buscar recursos, por meio da renúncia fiscal das empresas, e bons projetos para receber o apoio financeiro, trazendo qualidade cultural para a comunidade maringaense".

Chiqueto informou que os recursos garantidos para os projetos do Natal via Lei Rouanet ultrapassam R$ 750 mil. "E há possibilidade de mais aportes. Teremos uma programação diversificada, envolvendo teatro, música, artesanato, desfiles, paradas, que envolverão toda a cidade. Será uma grande oportunidade de resgatar o espírito natalino, que nos convida a sair do individualismo para viver em comunidade", colocou, ressaltando que "a cultura ocupará as praças, ao invés das drogas e da violência".

O vice-prefeito Cláudio Ferdinandi agradeceu o envolvimento de todas as entidades e empresas com o projeto. "Temos certeza de que este será um Natal inesquecível, uma festa da família, que nos levará a uma reflexão para que 2014 seja um ano ainda mais iluminado".

Cem apresentações

A gerente de Turismo da prefeitura, Wanda Pile, apresentou a programação oficial do município, que será aberta no dia 30 de novembro, com a chegada do Papai Noel. Durante todo o mês de dezembro serão realizadas atividades como a Parada do Papai Noel, Concurso de Cartões de Natal para os alunos da rede municipal, além da programação cultural que se desenrolará no palco da Vila do Papai Noel. Segundo ela, entre os projetos do ICI e da prefeitura, serão realizadas mais de 100 apresentações culturais em vários pontos da cidade.

O diretor executivo do Instituto Cultural Ingá, Miguel Fernando, apresentou os projetos que foram selecionados pelo órgão através do edital Procultura Maringá. Segundo ele, dez empresas estão patrocinando as atividades culturais via Lei Rouanet: Biazan, Coopercred, Crivialli, Ferrari & Zagato, Lowçucar, IG, Jadon, Rivesa, Usina Santa Terezinha e Sicoob.

Os Arautos do Evangelho deram o clima de Natal ao evento de lançamento, executando canções tradicionais

A programação cultural, que começa no dia 1° e vai até 23 de dezembro, envolverá o trabalho de 250 profissionais e deverá ser acompanhada por um público estimado em 300 mil pessoas. Estão previstos os seguintes projetos: Encenação do Auto de Natal, no centro e em bairros da cidade; 30 apresentações de música, teatro e dança no palco da Vila do Papai Noel; a peça "Um Natal diferente, com cheiro de boneco e gente", com apresentações no centro e nos bairros; oito apresentações da Parada de Natal, com bailarinas que circularão por várias ruas dos bairros e centro, encerrando com encenação de um auto de Natal baseado nas raízes da cultura brasileira; Concertos de Natal, com a Orquestra do Unicesumar, inclusive com uma apresentação no Parque Alfredo Nyfller; Apresentações e desfile da Banda de Metais Branca da Mota, sendo uma delas no teatro Calil Haddad.

Três carros

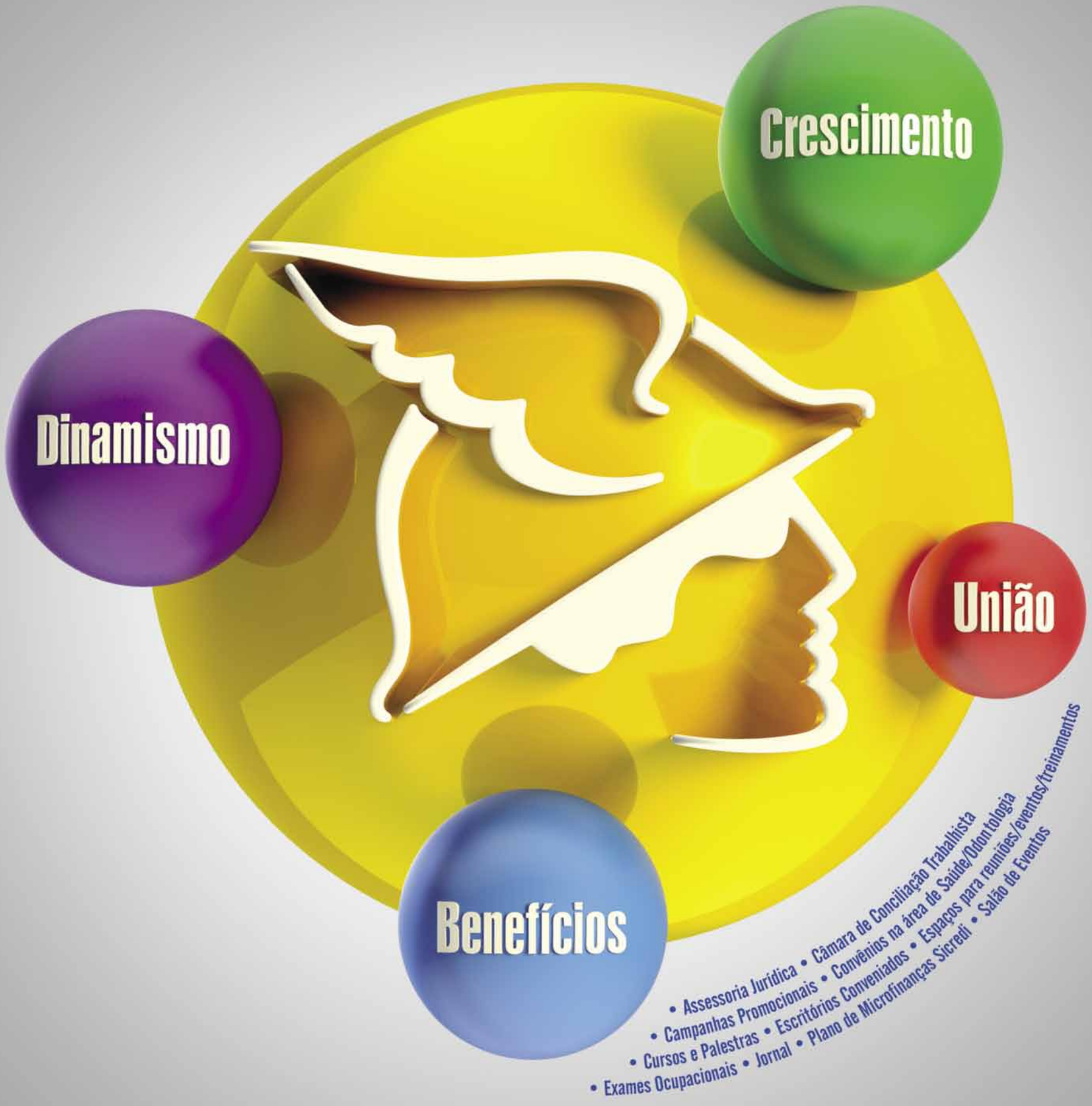
A campanha de Natal do comércio deste ano também promete movimentar a cidade. O Sivamar e a Acim estão formatando os detalhes, mas já ficou decidido que serão sorteados três carros.

As duas entidades vêm realizando diversas reuniões com empresários e lideranças. Os diretores Vanderlei Scanferla e Dercílio Constantino, além do presidente Rubens Abrão, têm representado o Sivamar nesses encontros.

A iluminação das árvores será mantida como parte da decoração natalina, e deverá ser modernizada com lâmpadas de LED em vários pontos.

O Acim Mulher também promoverá o tradicional Concurso de Decoração de Natal, que este ano terá novidade na modalidade Vitrine: o presépio será um dos quesitos avaliados, atendendo pedido especial feito pelo arcebispo de Maringá, Dom Anuar Battisti para reforçar o verdadeiro sentido do Natal cristão, que é o nascimento de Jesus Cristo. Outro destaque da temporada de Natal promete ser o presépio dos Arautos do Evangelho, que todo ano encanta maringaenses e visitantes com apresentações repletas de luzes e movimentos dos personagens.

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



MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE.

O **Sivamar** tem como missão representar, fortalecer e unir a classe empresarial do comércio.

SISTEMA FECOMÉRCIO PR SESC SENAC

SICREDI

SIVAMAR®
SINDICATO DOS LOJISTAS DO COMÉRCIO E DO COMÉRCIO VAREJISTA E ATACADISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

44 3026 4444 SIVAMAR.COM.BR ASSOCIE-SE

CONVENÇÃO COLETIVA

Fechado acordo com o sindicato de trabalhadores

Depois de quase quatro meses de negociação a convenção foi fechada no dia 18 de outubro. Reajuste médio dos salários do comércio ficou em 9,5%. Pagamento dos retroativos deve começar a ser feito pelas empresas na folha de pagamento de outubro

No dia 18 de outubro o Sivamar fechou com o Sincomar (Sindicato dos Comerciários de Maringá) a Convenção Coletiva de Trabalho referente a 2013/2014.

O acordo abrange Maringá e outras 16 cidades que compõem a base territorial do sindicato: Astorga, Doutor Camargo, Floraí, Floresta, Flórida, Iguaraçu, Itambé, Ivatuba, Lobato, Mandaguaçu, Marialva, Ourizona, Paiçandu, Presidente Castelo Branco, São Jorge do Ivaí e Sarandi.

O reajuste médio dos salários do comércio ficou em 9,5%, retroativo a junho. O pagamento dos retroativos deverá ser feito da seguinte forma: dos meses de junho e julho, na folha de pagamento de outubro já reajustada; e dos meses de agosto e setembro, na folha de novembro.

Os pisos do comércio ficaram com os seguintes valores: R$ 980 como garantia para comissionistas e para os operadores de caixa de supermercado; R$ 940 para os demais trabalhadores. Para os iniciantes, sem experiência comprovada em Carteira de Trabalho, o piso passou para R$ 840 nos primeiros 120 dias de contratação.

As regras para a abertura do comércio aos sábados e dos supermercados aos domingos são as mesmas constantes da Convenção de 2012/2013. Todas as lojas estão autorizadas a funcionar até as 18 horas nos dois primeiros sábados do mês. Para abrir até este horário em todos os sábados é necessário realizar o revezamento da equipe de colaboradores. Já os supermercados continuam autorizados a funcionar no primeiro domingo de cada mês, das 8 às 13 horas.

A íntegra da Convenção Coletiva pode ser acessada no endereço www.sivamar.com.br

• 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.**