Ano 14 - Nº 151 - Junho de 2014

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

Crescimento maior que o PIB

Na primeira década deste milênio o mercado de artigos esportivos registrou um crescimento anual de 6%, maior que a taxa média do PIB brasileiro, de 3,2%. Isso se deve a uma mudança de comportamento que pode ser observada nas ruas: cada vez mais pessoas tomam consciência de que a atividade física é essencial para a boa saúde. Tanto que muitos decidem sair de vez do sedentarismo aderindo à prática de um esporte. Em Maringá, cidade de ruas planas e que tem vários parques para quem quer se exercitar, este segmento do varejo também está aquecido. A mudança de comportamento em relação à atividade física tem refletido de forma positiva nas vendas.

Pág 4

Prorrogada a Convenção Coletiva 2014/2015

Termo aditivo assinado no mês passado entre o Sivamar e o Sincomar prorrogou a validade do acordo coletivo até 31 de julho. Com isso, fica garantida a abertura dos supermercados no primeiro domingo do mês e o horário do comércio aos sábados – até as 18 horas nos dois primeiros ou nos quatro para a loja que faz revezamento dos colaboradores.

Pág 8

Férias escolares, época de vender mais

Julho é o mês do ano em que muitos pais aproveitam para renovar o guarda-roupa da garotada e até mesmo para complementar o material escolar para o restante do ano. Para transformar este período num momento de boas vendas, investir em atrações para as crianças pode ser uma boa estratégia. Afinal, cada vez mais elas têm poder de influência nas decisões de compra das famílias e até mesmo na escolha da loja. Mas é preciso se programar desde já.

Pág 3

Vice-presidência na Fecomércio-PR

O Sivamar passou a ocupar uma vice-presidência na diretoria da Federação do Comércio do Paraná, tendo como representante o presidente do sindicato, Ali Wardani (foto). Na eleição, realizada no mês passado, o presidente do Sistema Fecomércio-PR Darci Piana foi reconduzido ao cargo, por unanimidade dos 51 sindicatos votantes, para a gestão 2014/2018.

Pág 6

Cálculo de folha de pagamento

Encerrado no mês passado o primeiro curso do ano promovido pelo Sivamar, sobre marketing em redes sociais. Em julho o sindicato promoverá mais um treinamento voltado às empresas do comércio, com o tema "Cálculo de folha de pagamento". As vagas são limitadas e as inscrições devem ser feitas antecipadamente.

Pág 6

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Transparência e bom senso na mesa

Ali Wardani, presidente do Sivamar

No mês passado iniciamos mais um processo de negociação da Convenção Coletiva de Trabalho do comércio. O Sivamar realizou a primeira assembleia com lojistas, quando foram eleitos os membros da comissão que irá se encarregar da negociação com os sindicatos dos trabalhadores, e decididos alguns detalhes sobre o encaminhamento da mesma. A participação dos presentes foi grande e muitos se colocaram à disposição para integrar a comissão, numa demonstração de que estão dispostos a trabalhar voluntariamente pelo bem de todo o comércio.

Como já vem ocorrendo há alguns anos, os membros escolhidos representam cada um dos principais segmentos do comércio: lojas de rua, de bairro, supermercados. A novidade é que este ano também ficou estabelecido que cada segmento terá um representante na comissão de acordo com o porte das empresas: pequenos e grandes supermercados, pequenas e grandes lojas de rua.

O objetivo desta mudança é contemplar, na pauta de negociações com os sindicatos de trabalhadores, todas as demandas e necessidades de cada um dos setores do comércio. Isso sem contar que, com esta ampliação da participação, o processo se torna ainda mais transparente, objetivo que o Sivamar sempre buscou em todas as negociações de acordos coletivos.

Sabemos que este é um período em que há muito trabalho pela frente e que nem sempre sentar à mesa de negociação é algo confortável. Mas temos certeza de que o bom senso será o norte das conversações para que consigamos chegar a um acordo que contemple as necessidades de comerciantes e trabalhadores, pois nenhum sobrevive no mercado sem o outro.

Por fim, queremos convidar você, lojista, a participar também das próximas assembléias, pois desta forma estará somando e contribuindo para o enriquecimento de todo o processo. E quem sairá ganhando seremos todos nós, que temos na atividade comercial não só um meio de vida, mas uma verdadeira vocação.

ARTIGO

A internet como apoio ao seu marketing

A internet é um meio de comunicação. Tudo bem, não é como a TV, o rádio ou o jornal, mas está tomando conta. Só para citar um exemplo simples, hoje trocamos a lista telefônica pelo Google, que é mais rápido e funciona melhor.

Então, para começar, tenha um site da sua empresa. Mas, antes de mais nada, é preciso fazer algumas reflexões: como está sua logo? E as cores que identificam sua marca? Depois, é importante ter em mente que um bom site pode ser simples e, para atrair visitantes frequentes, você precisa criar (ou reproduzir) conteúdo novo todo dia.

E se o foco é informar, lá deve ter um mapa, telefone, email, endereço, seus produtos e/ou serviços e pronto. Talvez um case de sucesso ou informações relevantes. Em apenas uma página (ou poucas) cabem todas essas informações e tudo o que interessa será dito. Fuja da empolgação inicial e opte pelo básico, mas com um visual bonito.

Na imensidão da web sua página precisará de uma forcinha para ser vista. Para isso, contrate, por exemplo, serviços como o AdWords do Google: quando alguém digitar uma palavra-chave, junto com os resultados da pesquisa aparecerá um anúncio do link patrocinado com a conexão para o site de sua loja.

Falando nisso, é interessante utilizar outros serviços do buscador, como o Google Places - que insere seu ponto comercial no Google Maps - e a rede social Google+. Os dois aparecem no resultado da busca Google e ajudam sua empresa a ser encontrada.

Já nas redes sociais, quem manda atualmente é o Facebook. Os usuários mais antigos devem se lembrar que não existia post (publicação) patrocinado na Linha do Tempo. Antes, eram apenas atualização dos amigos e das fan pages. Mas o alcance das fan pages tem caído. Hoje 10% ou menos dos posts chegam até os fãs, e a tendência é que este índice caia para 2%.

Isso significa que sua empresa deverá investir em propaganda dentro da rede social para ser vista. E não tente usar perfil pessoal no lugar de fan page. Existem "robôs" que identificam essa prática e podem penalizar sua empresa. Em caso de insistência, seu perfil pode ser removido da rede social.

Mesmo sendo o Facebook a maior delas, é sempre bom lembrar que outras redes sociais também são bem frequentadas e podem ajudar a projetar sua empresa, como YouTube, Twitter e – acredite - Orkut. Vale a pena investir também em comunicação em tempo real com aplicativos como o WhatsApp e o Viber.

As ferramentas são bastante diversificadas. Com criatividade e aproveitando todos os recursos disponíveis, é possível fazer da rede mundial de computadores uma grande aliada no marketing da sua empresa.

***Reuel Paulo da Silva** é formado em Informática pela Universidade Estadual de Maringá e instrutor de Informática no Senac Maringá*

EXPEDIENTE

Presidente
Ali Wardani
1° Vice Presidente
Amauri Donadon Leal
2° Vice Presidente
Roberto Burci
Diretor Administrativo
Salatiel Farias Dias
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Júnior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Ronaldo Ramos
Diretor de Promoções
Vanderlei Aparecido Scanferla
Diretor 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
Arlei Luiz Camilo
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Diretor Área Comércio Atacadista
Luís Fernando Wunderlich Ferraz

Conselho Fiscal
Shiniti Ueta, José Adilson Staub, Luis Antonio Domingues, Levi Cesar Todon, Juvenal da Silva Correia Filho, Ednei Noronha

Conselho Superior
Heitor Bolela Junior, Antonio Donisete Busíquia, Massao Tsukada, Adilson Emir Santos, José Rubens Abrão

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região
Ano 14 - nº 151 - Junho/2014
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
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.

FÉRIAS ESCOLARES

Um bom momento para vender mais

Muitos pais aproveitam julho para comprar roupas e calçados para a garotada, renovar o uniforme e o material escolar. Atrair a atenção das crianças pode ser uma boa estratégia para que essas compras sejam feitas em sua loja

Um espaço de brincadeira e diversão para a garotada é uma boa aposta para dar tranquilidade aos pais durante as compras

O mês de julho é aguardado com ansiedade por crianças e adolescentes por causa das férias escolares. E este pode ser um bom momento de vendas para o lojista. Afinal, muitas famílias aproveitam o período para renovar o guarda-roupa da garotada. Mais para o final do mês, muitos pais também correm às livrarias e papelarias para comprar material escolar para o restante do ano. Sem falar que, com os filhos mais tempo em casa, é hora de reforçar a despensa com as guloseimas mais apreciadas.

A conjunção desses fatores pode ser convertida em mais vendas para muitos segmentos do comércio. Oferecer atrativos para a garotada na loja pode ser uma boa estratégia de vendas, já que as pesquisas demonstram que as crianças têm cada vez mais influência nas decisões de compra dos adultos.

Segundo dados do Instituto Alana – organização sem fins lucrativos voltada aos direitos da criança e do adolescente – os filhos chegam a participar de 80% das decisões de compra em uma família, do vestido da mãe ao carro. A comerciante Vanda Lucia Barbosa Felipe, dona da Estrelinha Elegante, sabe disso. Esse poder de decisão dos pequenos foi levado em conta no projeto da nova sede da loja, que deve ser inaugurada em agosto. "Estamos investindo num espaço maior para oferecer mais conforto e também atrativos para o nosso público", explica.

A garotada ganhará três espaços diferenciados para diversão, um voltado às meninas, outro aos meninos e um especial para os menorzinhos. "Nossa ideia é atrair as crianças - já que elas têm poder de influenciar na escolha da loja - e também criar um ambiente legal para que toda a família veja no momento das compras uma oportunidade de passeio", afirma.

Desde já

Para vender mais em julho, é preciso se preparar desde já, planejando as ações e treinando a equipe para oferecer um atendimento diferenciado. Quem é do ramo de produtos infantis costuma promover com mais frequência ações voltadas a este público. Mas os lojistas de outros segmentos também podem adotar algumas estratégias para atrair a atenção dos pequenos.

Distribuir guloseimas, como pipoca, balas ou pirulito, pode ser uma boa ideia. "Mas, sempre levando em consideração o segmento de público da loja, para que a ação seja compatível com ele", alerta Gustavo Ishikawa, consultor do Sebrae-PR.

Vanda Felipe, da Estrelinha Elegante: aposta em atrações para as crianças na nova sede

Outra dica é criar um espaço agradável para a criança, com mesa, papel e lápis colorido para ela se distrair enquanto os pais fazem as compras. Vale investir num aparelho de televisão com programação infantil ou até mesmo num videogame. E que tal distribuir ingressos de cinema? Afinal, em julho acontecem vários lançamentos de filmes voltados ao público infanto-juvenil.

Gustavo Ishikawa, consultor do Sebrae, frisa que é preciso planejamento para não perder o timming do mês

Até mesmo a equipe de vendas pode entrar no clima, usando uma roupa diferente ou um acessório lúdico, nem que seja num dia da semana, como uma ação promocional. Mas, acima de tudo, os vendedores devem estar preparados e dispostos a atender bem os pequenos consumidores. Afinal, além de influenciarem os pais, eles podem se tornar os clientes de amanhã.

Questão de timming

Gustavo Ishikawa ressalta que também é fundamental investir na divulgação das ações especiais que serão desenvolvidas. "Pode ser por panfletagem ou até mesmo através das mídias sociais. Se a disponibilidade de recursos for maior, vale investir também em divulgação no rádio e na TV, sempre levando em conta a importância de ter a orientação de um profissional de publicidade e marketing", coloca o consultor do Sebrae.

Ele lembra que nas comunicações veiculadas por grandes empresas a criança está sempre presente. "Propaganda de carro é um bom exemplo, sempre há uma criança influenciando decisões. E essas propagandas são exibidas em horários estratégicos, quando a família está reunida", avalia, acrescentando que a própria mídia ajuda a reforçar um comportamento que já existe em relação às decisões de compra.

Ishikawa frisa que, para que essas ações alcancem o resultado desejado, é preciso que haja planejamento e tempo hábil para execução. "Já é momento de pensar nas estratégias de vendas para o mês de julho, para não se correr o risco de perder o timming", afirma.

Um novo semestre escolar

O movimento nas livrarias e papelarias costuma aumentar no final de julho, porque, antes do retorno das aulas, os pais aproveitam para complementar o material escolar dos filhos. Mesmo que não seja um período tão bom quanto janeiro, considerado o "mês de Natal" do setor, o fim das férias escolares traz um aumento nas vendas. E, como é comum entre os brasileiros deixar para a última hora, é nos últimos dias que se concentra o maior movimento.

Também neste segmento vale a pena investir para atrair a garotada para a loja. E não apenas na época de férias escolares. As grandes livrarias costumam montar ambientes aconchegantes e divertidos para o público infantil, com almofadas, bancos e prateleiras baixas para que todos fiquem à vontade por horas, mesinhas para desenhar, brinquedos e livros espalhados.

As livrarias e papelarias menores também têm como investir nessa estratégia criando um cantinho da leitura, onde podem acontecer, por exemplo, sessões de contação de histórias. Em Maringá existem vários grupos que trabalham com essa atividade, muitos deles com cadastro na Secretaria de Cultura do município. O espaço pode ser complementado com criatividade, com brinquedos infantis, jogos de montar, lápis e papel para colorir. A criatividade é sempre uma grande aliada quando o assunto é chamar a atenção das crianças.

CAPA

Faz bem para a saúde e aquece o comércio

A prática de atividade física melhora a saúde e por este motivo ganha cada vez mais adeptos. Uma realidade que ajuda a impulsionar o comércio de produtos esportivos. Na primeira década do milênio o setor registrou um crescimento anual de 6%, maior que a taxa média do PIB brasileiro, de 3,2%. E o mercado vem se expandindo

Caminhar no parque é a marca registrada do maringaense; mas muitos estão indo além e partindo para uma prática esportiva, como a corrida e o ciclismo, para manter a saúde

Já está mais do que comprovado: a prática regular de atividade física melhora a saúde, o humor e ajuda a prolongar a vida. O exercício aeróbico – seja corrida, pedalada, caminhada, natação ou outro esporte – ajuda a melhorar o condicionamento cardiovascular, a combater ou controlar doenças crônicas e a manter o peso.

E nem é preciso passar horas a fio na academia ou correr quilômetros se o objetivo é manter a saúde. Segundo médicos e especialistas em atividade física, bastam 30 minutos diários de exercícios para ter mais vigor, energia e disposição para as tarefas diárias.

Só para citar alguns exemplos dos benefícios: uma caminhada rápida de 30 minutos pode ajudar a relaxar depois de um dia estressante. Isso porque a atividade física estimula reações químicas no cérebro responsáveis por sensações como o relaxamento, a satisfação e a alegria, o que pode até mesmo ajudar a prevenir a depressão.

Exercícios durante o dia também ajudam a ter uma boa noite de sono, levando à melhora da concentração, da produtividade e do humor. Além disso, eles são parte importante de qualquer tratamento para controlar doenças crônicas, como colesterol e pressão arterial altos ou o diabetes.

Cada vez mais pessoas vêm constatando esses benefícios na prática. Segundo dados da pesquisa Vigitel (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico), divulgada no final de abril pelo Ministério da Saúde, em cinco anos houve no Brasil um aumento de 11% no percentual de pessoas que praticam atividade física, passando de 30,3% em 2009 para 33,8% em 2013.

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

Ir além

Maringá é uma cidade que, por ter muitos parques e ser plana, favorece a prática de atividades físicas. Tanto que o hábito de fazer caminhadas é quase uma marca registrada do maringaense. Mas, nos últimos anos muita gente tem decidido ir além e investir numa prática esportiva.

É cada vez maior o número de pessoas e grupos que praticam a corrida nos parques e avenidas da cidade, que já conta, inclusive com um novo circuito de provas, o Maringá Running, composto por três competições durante o ano, com percursos de cinco e dez quilômetros. Isso sem contar competições tradicionais, como a Prova Rústica Tiradentes, Pare de Fumar Correndo, entre outras.

O ciclismo também tem crescido, tanto que a cidade tem vários grupos que reúnem os apaixonados por pedal, como o Bicicultura Maringá, o Red Bikers, o Pedala Maringá, entre outros. Sem falar no Clube Maringaense de Ciclismo, fundado em 1996 e que representa Maringá em competições oficiais.

Somando esses novos aficionados ao contingente dos que já tinham na prática esportiva um hábito, têm-se um público com muita disposição para investir em produtos e serviços específicos e, principalmente, ávido por novidades. Um nicho de mercado promissor para o comércio de materiais esportivos.

Só para ficar com o exemplo da corrida, de acordo com a Corpore, clube de corredores com sede em São Paulo, cada atleta gasta, em média, por prova R$ 518. Os itens de preparação, como tênis, roupas e equipamentos, representam 83% do investimento. Uma pesquisa realizada pelo grupo em parceria com a Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo (FIA/USP) mostrou que este esporte cresce cerca de 20% por ano no país e gera uma receita anual de R$ 3 bilhões.

Abastecida

A maringaense Andréa Tragueta é um exemplo desses novos atletas. Ela passou a praticar a corrida por uma razão interessante. "Sempre gostei de atividade física, desde criança. Menos de corrida. Então, comecei a praticar como um desafio, para superar essa rejeição. E está sendo muito bom. Como é uma atividade em grupo, faço novas amizades, participo das provas que acontecem aos fins de semana, em Maringá e fora da cidade", conta.

Desde que começou a praticar o esporte, Andréa passou a investir em produtos diferenciados. "Para correr é preciso ter um bom tênis. Você começa ver as outras pessoas que já correm e segue o exemplo, investindo em roupas e acessórios, como o frequencímetro, um IPod, já que a música ajuda muito na hora de correr", exemplifica Andréa, acrescentando que Maringá está bem abastecida de lojas que comercializam acessórios para corrida e suplementos, essenciais para repor as energias, principalmente nas provas de longa distância.

Esse comportamento do novo contingente de atletas amadores tem aquecido os negócios em muitas empresas. Na Taquion Confecções, que há 20 anos fabrica e vende roupas para fitness e moda praia, o crescente interesse pela prática de esportes e atividades físicas tem feito as vendas registrarem um aumento anual médio de 8%. Tanto que a empresa passou a contar com representantes de vendas em vários estados do país.

"Temos percebido que cada vez mais as pessoas estão preocupadas com a saúde e estão aderindo à atividade física. Com isso, acabam consu-

Andréa Tragueta começou a correr para vencer um desafio e se apaixonou pelo esporte. Hoje investe em produtos específicos e participa de competições

CAPA

mindo mais produtos ligados ao esporte, seja roupas, materiais esportivos ou suplementos", avalia Ana Rita Canassa, gerente administrativa da Taquion.

Os produtos líderes de vendas na empresa são as calças leggings e as camisetas regatas básicas, muito usadas tanto na academia quanto na corrida. Ana Rita ressalta que hoje a roupa de fitness tem um apelo casual. "Muitas peças são usadas até mesmo para sair à noite. Sem contar que as pessoas querem estar antenadas com a moda quando estão praticando uma atividade física", explica a gerente.

Ana Rita Canassa, da Taquion: crescimento anual médio de 8% nas vendas e representantes comerciais em vários estados brasileiros

Uma nova cultura

Os números relativos ao uso da bicicleta no Brasil também confirmam mercado aquecido. Pesquisa da Aliança Bike (Associação Brasileira do Setor de Bicicletas), realizada pela Tendências Consultoria, mostrou que o país tem um consumo médio de 4,5 milhões de unidades por ano. A estimativa é que a frota nacional de bicicletas chegue atualmente a mais de 70 milhões de unidades, número bem acima da frota de carros - de cerca de 45 milhões - e de motocicletas – pouco mais de 20 milhões.

Para o comerciante Salatiel Dias, proprietário da Dias Bike, esse aquecimento da demanda no setor se deve em boa parte à mudança de perfil do consumidor. "Há seis ou sete anos se vendia bicicleta como meio de transporte, tanto de pessoas como de mercadorias. Ou seja, para o trabalho. Hoje ela é mais procurada para o lazer e para o esporte", explica.

Essa mudança, na avaliação de Salatiel, se deve a dois fatores. Em primeiro lugar, boa parte dos que usavam a bicicleta para ir ao trabalho hoje utiliza a motocicleta, veículo que registrou uma explosão de vendas nos últimos anos devido às facilidades de financiamento. "Além disso, com a obrigatoriedade da empresa conceder vale-transporte ao trabalhador, o transporte coletivo também passou a ser mais utilizado", coloca ele.

E o segundo fator, aponta, está na nova visão das pessoas em relação à bicicleta, como meio de manter a saúde com atividade física. "Ocorreu uma inversão: quem não usava bicicleta, agora está usando, só que de forma diferente, para o lazer e também como meio de locomoção. O trabalhador que usava para se deslocar até o trabalho, já não utiliza tanto. Nos pátios das grandes indústrias é possível observar essa redução", explica Dias.

Na opinião do comerciante, existe uma cultura em torno da bicicleta, que veio de fora do país e que o brasileiro começa a incorporar, que está ligada não só a uma vida saudável mas também sustentável do ponto de vista ambiental. "E o público que está incorporando essa filosofia procura uma bicicleta de qualidade, muitos investem em marca. A preocupação central não é o preço. Esses consumidores têm consciência de que precisam ter uma bicicleta adaptada ao seu tipo físico e que é fundamental investir em segurança", avalia Salatiel Dias.

De acordo com ele, pelo menos 30% do orçamento do cliente com este perfil são investidos em acessórios de segurança, como capacete, sinalização e roupas especiais refletivas. "Este é um nicho que nasceu recentemente, não exista", considera, acrescentando que a loja dele passou a contar com uma boutique de acessórios, criada há quatro anos, que hoje tem peso significativo no faturamento global da empresa. "Nosso mercado está aquecido porque as pessoas estão descobrindo o outro lado da bicicleta", comemora.

"Nosso mercado está aquecido porque as pessoas estão descobrindo o outro lado da bicicleta", afirma Salatiel Dias, da Dias Bike

Correr faz bem

Os benefícios para o corpo e para a mente atraem cada vez mais adeptos para a prática da corrida. Melhora da saúde e alívio do estresse são exemplos dos ganhos para quem adere ao esporte.

"Desde que comecei a correr nunca mais fiquei gripada e nem tive dor de garganta. A minha resistência melhorou muito também e até meu colesterol baixou. Sem falar nas novas amizades que fiz com a corrida", afirma a maringaense Andréa Tragueta. Mas, para obter todos esses benefícios é preciso estar atento a algumas questões:

- Avaliação médica é fundamental para quem quer começar a correr
- A orientação de um profissional especializado ajudará a desenvolver o seu potencial sem o risco de lesões
- Os alongamentos, principalmente após os treinos, são essenciais
- O tênis é o acessório mais importante, por isso, ao invés de investir naquele modelo mais bonito, é melhor comprar um que realmente se ajuste ao pé
- As meias devem ser de algodão ou outro tecido específico que possibilite a transpiração e não retenha o suor
- As roupas devem ser leves e flexíveis; os tecidos em dry fit são uma boa pedida, pois absorvem o suor sem deixar cheiro e muitos contêm proteção contra os raios solares.

Fonte: Circuito de Corridas Maringá Running

Para pedalar numa boa

O ciclismo é uma atividade física que traz como benefícios a redução do estresse diário, prevenção do infarto, melhora da resistência e aumento da imunidade. Mas os iniciantes no esporte devem observar alguns cuidados:

- O uso do capacete é indispensável, assim como do filtro solar. Os fones de ouvido devem ser evitados para manter a atenção no trânsito
- Ao pedalar use a ciclovia; quando não for possível, observe as regras de trânsito; ao contrário do que muitos pensam, o correto é circular de bicicleta no mesmo sentido da via
- Escolher o modelo certo é fundamental: uma boa bicicletaria possui pessoal com experiência para dar orientações ou indicar local especializado para a realização do bike fit, avaliação que por meio de medições corporais determina o modelo de bicicleta ideal para cada tipo físico
- Muitas bicicletarias permitem que o cliente faça um test drive: ele leva a bike para casa e usa durante alguns dias para saber se vai se adaptar
- Bicicleta é como carro, precisa de manutenção, principalmente nos freios e na calibragem dos pneus.

Fonte: Grupo Pedala Paulista

ACONTECE NO SIVAMAR

Na diretoria da Fecomércio-PR

O Sivamar passou a ocupar uma vice-presidência na diretoria da Federação do Comércio do Paraná, tendo como representante o presidente do sindicato, Ali Wardani. A eleição foi realizada em 16 de maio, quando, por unanimidade dos 51 sindicatos votantes, o presidente do Sistema Fecomércio, Darci Piana, foi reconduzido ao cargo para a gestão 2014/2018.

Após a contagem dos votos, Darci Piana agradeceu aos membros da chapa, aos presidentes de sindicatos filiados e aos colaboradores do Sistema. "O resultado de hoje mostra que, quando a gente tenta fazer as coisas bem feitas, somos reconhecidos. O reconhecimento vem pelo voto, pelo abraço ou pela colaboração", afirmou.

Diretoria recebe convidados

A reunião de diretoria do Sivamar realizada no dia 6 do mês passado contou com a presença de diversos convidados. Orlando Chiqueto, presidente do Instituto Cultural Ingá, fez uma apresentação da história da entidade, falando dos projetos que foram realizados na cidade durante o Natal e sobre a Lei Rouanet. Miguel Fernando, executivo do órgão, apresentou a prestação de contas, frisando que em 2013 o total gerenciado pelo ICI atingiu de R$ 637 mil. Também participaram da reunião o coronel Nerino Mariano de Brito, comandante do 3° Comando Regional da PM; o tenente coronel Antonio Roberto dos Anjos Padilha; comandante do 4° Batalhão da PM; e o presidente da Acim, Marco Tadeu Barbosa.

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

Primeiro treinamento do ano

No mês passado, o Sivamar realizou o primeiro curso da programação de 2014, com o tema "Marketing em Redes Sociais" (foto). A promoção, em parceria com o Sistema Fecomércio Paraná e com a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, teve apoio da Rádio CBN Maringá. Para o mês de julho está previsto um novo curso, sobre cálculo de folha de pagamento. As vagas são limitadas e as inscrições devem ser feitas antecipadamente no Sivamar. Informações pelo telefone 3026-4444.

Encontro Empreendedor

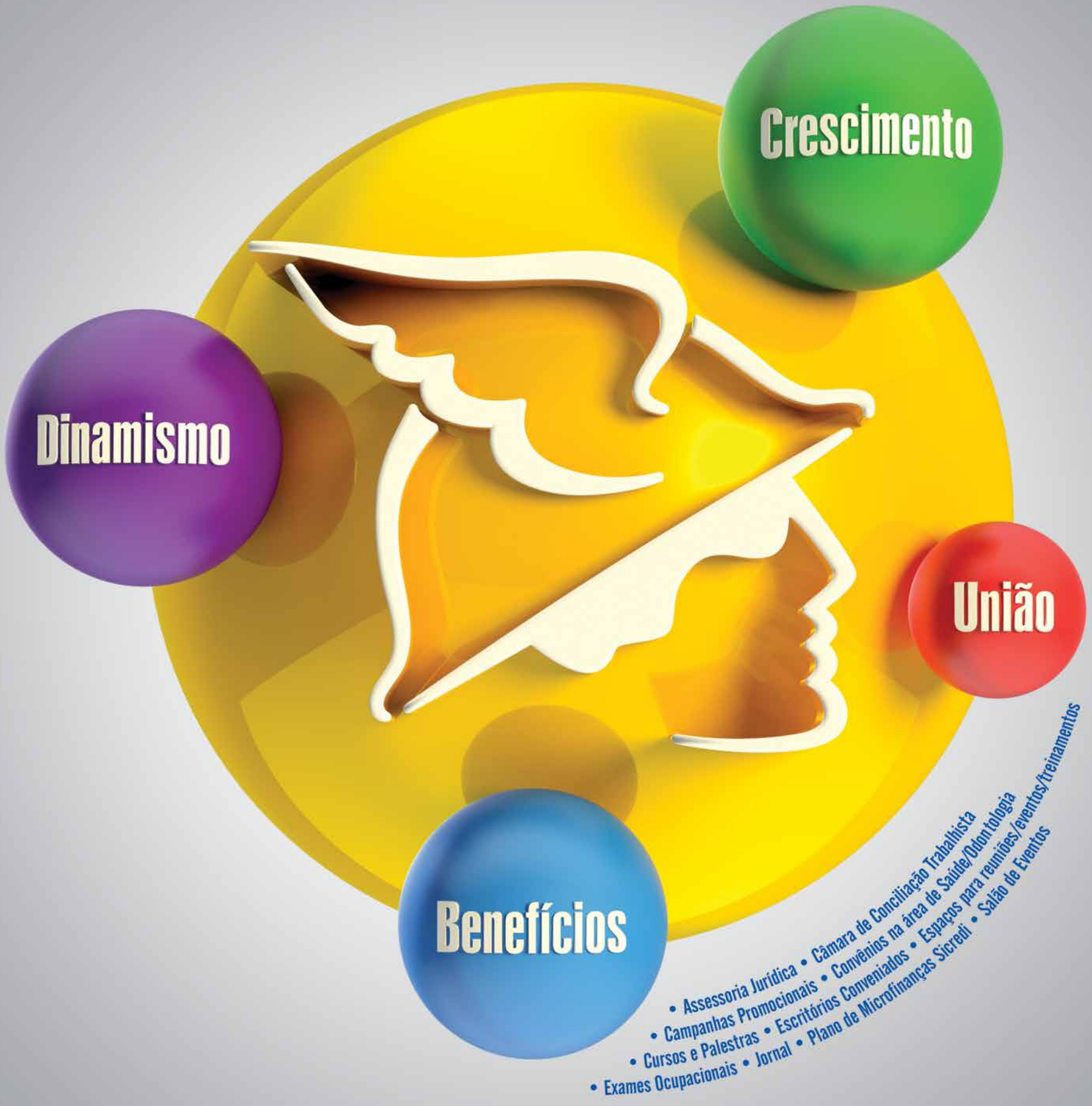
A Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá promoveu no mês passado o Encontro Empreendedor, oportunidade em que empresas de Maringá puderam expor e comercializar produtos e serviços. Durante o evento aconteceu também a palestra "Diversidade pessoal nas empresas" (foto). O encontro, que teve apoio do Sivamar e do Sistema Fecomércio, foi realizado no auditório do Senac. Treze empresas participaram como expositoras: Antiguidades Santa Mônica, Carmem Steffens, Cativa Natureza Maringá, Dinâmica Corporis, Farmácia São Paulo de Manipulação, Lages Paraná, Maluí Malhas, Nobre Cabeleireiros, Saúde & Cia, Semi Jóias e King Leilões, Viva Casa Imobiliária, Ynbras Patentes & Marcas e Zaz Perfumaria / Royal Cosméticos.

Direito do Trabalho em debate

De 26 a 28 de maio foi realizado em São Paulo, no Centro de Convenções Rebouças, o 54° Congresso Brasileiro de Direito do Trabalho, promovido pela LTr Editora, a maior editora brasileira especializada em Direito do Trabalho. A superintendente e advogado do Sivamar, Lisley Maria Messias da Silva, participou do evento, considerado um dos mais importantes da área no Brasil.

A sessão solene de abertura contou com uma conferência do ministro do Tribunal Superior do Trabalho, Mauricio Godinho Delgado. Durante o congresso foram realizados diversos painéis abordando temas como terceirização, responsabilidades em acidentes de trabalho, arbitragem trabalhista, liberdade sindical.

Entre os palestrantes estiveram juristas como os ministros do TST Alexandre Belmonte e Cláudio Mascarenhas Brandão; o ministro corregedor-geral da Justiça do Trabalho, Ives Gandra Martins Filho; os desembargadores Francisco Rossal, Georgenor de Sousa Franco Filho, José Augusto Rodrigues Pinto e Sebastião Geraldo de Oliveira, além de juízes e procuradores do Trabalho.



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

DATA-BASE

Prorrogada a Convenção Coletiva 2013/2014

O Sivamar assinou com o Sincomar um termo aditivo prorrogando a validade da Convenção Coletiva de Trabalho 2013/2014 até 31 de julho. O objetivo da medida é resguardar os direitos de ambas as categorias enquanto está sendo negociado o novo acordo coletivo.

Com a prorrogação fica garantida a abertura dos supermercados no primeiro domingo de julho, dia 6. O termo aditivo garante, ainda, o funcionamento do comércio até as 18 horas nos dois primeiros sábados do mês para todas as lojas ou nos quatro, no caso das que realizam o revezamento da equipe de colaboradores. O acordo de prorrogação abrange todas as cidades da base territorial do sindicato.

No dia 20 do mês passado o Sivamar realizou a primeira assembleia com lojistas (foto), quando foram iniciadas as discussões em torno da Convenção Coletiva 2014/2015. Os presentes elegeram a comissão que irá negociar a convenção com o sindicato dos trabalhadores.

Estes são os membros da comissão: presidente: Ali Wardani (Móveis Karina); representantes das grandes redes de comércio de rua: Sueli Ribeiro dos Santos (Pernambucanas), Mario Aparecido Ferreira (Lojas Americanas) e como suplente Eline Fontes (Lojas Riachuelo); representantes das pequenas e médias lojas de rua: Wesley Dejuli (Vizzar Sing), Vanderlei Aparecido Scanferla (Cobra D'Água) e como suplentes Luiz Antonio Domingues (Papoula) e Joraci de Lima Junior (Jucalli); representante do comércio de bairro: Dercílio Constantino (Lojas Alvorada); representantes das grandes redes de supermercados: Marilene Bleithgen Silva (Supermercado Cidade Canção), Josiella Dariane Camargo (Irmãos Muffato); representantes dos pequenos e médios supermercados: Roberto Burci (Supermercado Burci) e Tarley Maia Kotsifas (Rede Bom Dia).

Femucic completa 36 anos

Um festival de talentos raros, capaz de retratar a cena musical produzida de norte a sul do país. Assim pode ser resumida a 36ª edição do Festival de Música Cidade Canção (Femucic), realizada em Maringá de 21 a 24 de maio pelo Sesc Paraná, por meio do Sistema Fecomércio, e pela Prefeitura de Maringá, com promoção da RPCTV.

O evento contou com apoio do Sivamar e da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá. Nesta edição foram inscritas 855 músicas, vindas de 25 estados brasileiros. Destas, 52 foram selecionadas e apresentadas ao público. Sem caráter competitivo, o festival privilegia a música brasileira e é referência na produção, na técnica e na formação de platéias.

Confraternização com contadores

O Sivamar realizou no dia 30 do mês passado a tradicional festa de confraternização com os escritórios de contabilidade. O evento é realizado anualmente para homenagear contadores e técnicos da área de contabilidade por prestarem relevantes serviços às empresas do comércio e serem grandes parceiros do sindicato.

O presidente do Sivamar, Ali Wardani, deu as boas vindas aos convidados ao lado dos diretores e da equipe de colaboradores do sindicato, que foi muito elogiada tanto pela diretoria como pelos convidados pela organização da festa. Houve sorteio de brindes e o músico Gilson Gad com a banda Aqua animaram a noite, com um repertório eclético que levou muita gente para a pista de dança.