Ano 14 - Nº 157 - Dezembro 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

Horário especial de Natal

Veja como ficará o horário de funcionamento do comércio durante o período natalino:

De 10 a 23 de dezembro – até as 22 horas

Dias 6, 13 e 20 de dezembro (sábado) - até as 18 horas.

Dia 7 de dezembro (domingo) – supermercados abertos, das 8 às 13 horas

Dia 21 de dezembro (domingo) – supermercados das 9 às 15 horas, comércio das 13 às 19 horas

Dias 24 e 31 de dezembro - comércio e supermercados até as 18 horas

Dias 26 de dezembro e 2 de janeiro - comércio e supermercados abrem ao meio-dia

Natal já movimenta a cidade

A programação natalina foi aberta no final do mês passado, com a chegada do Papai Noel. Além de apresentações artísticas em vários pontos da cidade e nos distritos, os presépios montados em seis praças por artistas plásticos locais devem chamar a atenção do público. A Vila do Papai Noel, na Praça Napoleão Moreira da Silva, e a decoração natalina do Parque do Japão também prometem ser grandes atrações do Natal Maringá 2014, uma realização da prefeitura, com coordenação do Provopar e apoio do Sivamar, Acim e Instituto Cultural Ingá.

Pág 3

Comércio cauteloso com as vendas

Os investimentos em estoque foram bem planejados, assim como as contratações de temporários, que em Maringá não devem passar de 500, contra as mil vagas geradas em todo o comércio no ano passado. Mas, pesquisas em nível nacional e local mostram que o consumidor está animado para as compras de Natal, apesar do nível de endividamento das famílias estar alto. Em Maringá, 81% dos entrevistados em levantamento feito pela Acim afirmaram que pretendem fazer compras de Natal. Destes, 31% responderam que têm intenção de gastar mais que no ano passado.

Pág 4

Prêmio Sinduscon

O presidente do Sivamar, Ali Wardani, representou o presidente da Fecomércio-PR, Darci Piana, na cerimônia de entrega do Prêmio Sinduscon e do Prêmio Fornecedores 2014. Os vencedores do Prêmio Sinduscon foram, na Categoria Terceirizadoras, a Construtora Cantareira, com a Taky Empreendimentos em segundo lugar; na Categoria Obras Públicas, a Canteira foi novamente primeiro lugar, com a Metro Engenharia em segundo; e na Categoria Construtoras Incorporadoras, a campeã foi a Construtora Catamarã, seguida pela A.Ioshii. Na foto, Ali Wardani, José Carlos Valêncio, presidente da Terra Roxa Investimentos; José Maria Paula Soares, presidente do Sinduscon; tenente coronel Antonio dos Anjos Padilha, comandante do 4° Batalhão da PM; Sérgio Barroso, delegado chefe da Polícia Civil, e José Armando Quirino dos Santos, diretor da Catamarã.

MENSAGEM DO PRESIDENTE

O que esperar para 2015?

Estamos às vésperas de mais um Natal e um novo ano se aproxima. O comércio já sente os primeiros reflexos no movimento, que começa a aumentar por conta do pagamento de parte do 13° salário. É hora de estar com a loja preparada para nossa melhor época de vendas.

Mas, o que esperar para 2015, já que 2014 foi um ano difícil, em especial para o varejo? Se tomarmos por base apenas as análises de especialistas sobre o futuro da economia, as expectativas não são animadoras. Porém, há outros aspectos a se considerar e que não devem ser deixados de lado quando pensarmos no que esperar para o ano que vem.

O comércio é, para a maioria dos que atuam no ramo, uma vocação. E as características de quem empreende neste setor são a garra, a vontade de trabalhar e, principalmente, a persistência. Essas qualidades já sustentaram os empresários da nossa área em momentos realmente muito difíceis na economia. Por que seria diferente agora?

É claro que se a economia não vai bem, os negócios são afetados. Mas, por piores que sejam as projeções, temos que confiar em nosso poder de encarar as dificuldades com determinação, como já aconteceu em outros períodos, muitos deles de séria crise econômica. Tenho certeza de que iremos superar os obstáculos que virão com coragem e muito trabalho, como sempre acontece com os empresários do comércio.

Aproveito para desejar a todos um Feliz Natal e muita paz e saúde em 2015!

***Ali Wardani**, presidente do Sivamar*

ARTIGO

É tempo de vendas gordas. Mas, cuidado!

***João Paulo Silva Junior** é superintendente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (Acim)*

Vender bem é importante. Receber é fundamental. Por isso, nesta época a atenção do comerciante deve estar focada na segurança, para evitar calotes e fraudes que podem ser coibidas no ato da venda. Cautela com documentos, atenção no momento do cadastro, uso adequado das consultas de crédito são ações que definem o recebimento saudável das vendas.

Estatísticas indicam que consultas aos serviços de proteção ao crédito, como o oferecido pela Acim em parceria com o SPC Brasil, podem reduzir em até 90% o risco com inadimplentes e fraudadores. Informando apenas o CPF ou o CNPJ, a consulta retorna com dados como nome completo, nome dos sócios (se pessoa jurídica), endereço, telefone, data de nascimento, nome da mãe, signo (zodíaco), titulo de eleitor, dívidas vencidas em SPC e Serasa, histórico de consultas (passagens), protesto em nível nacional, além de contas encerradas e cheques sustados.

Na avaliação de documentos pessoais sempre peça os originais e com foto. Atualmente, o melhor deles é a Carteira de Habilitação, pois já traz CPF, RG, data de nascimento e, principalmente, vem com data de validade. Sempre confronte a imagem da foto com a do cliente, mas também verifique se a data da emissão de documento é compatível com a idade da pessoa na foto.

Com o documento pessoal em mãos - e comparando com a resposta da consulta de crédito - o atendente deve confirmar nome da mãe, endereço, signo, foto. E também conferir se há registros negativos e o histórico de consultas. Quando há muitas consultas anteriores e atuais, pode ser alto sinal de problema.

Na conferência dos cheques verifique se existe o serrilhado na parte esquerda da folha (quando se destaca do talonário), pois a maioria dos clonados não possui isso. Mais atenção com cheques "amarelados" pelo tempo (contas encerradas) ou que venham previamente assinados. E é essencial conferir assinatura e nome com o documento.

Na consulta de crédito já se consegue informações de cheques sustados e contas encerradas. Digitando o CMC7 – aqueles números impressos na parte inferior do cheque - aparecem informações da agência bancária e documentos e talonários roubados, se existirem. Verifique se a numeração do cheque confere com a tarja magnética.

Saber analisar o comportamento do consumidor pode prevenir fraudes e golpes. O estelionatário costuma chegar em horas de maior movimento ou no fechamento da loja, provocando pressão no atendente. Suor em abundância, inquietude, não olhar nos olhos, voltar no mesmo dia para comprar de novo, preferência pelos caixas localizados perto da porta de saída são comportamentos clássicos de estelionatários.

Para evitar o assédio desse tipo de criminoso, é importante ter alguns cuidados. Ao pedir que ele assine algo, faça isso com os documentos em mãos, impedindo que o mesmo tente copiar a assinatura. Um bom teste é levar os documentos para outro espaço, como que para conferir, e ver como ele reage. Alguns saem correndo da loja.

Buscar sempre a capacitação da equipe é fundamental. Cerca de 80% das fraudes não ocorrem por habilidade do falsário, mas sim pelo excesso de rapidez na identificação do cliente e pelo despreparo, desatenção e a confiança demasiada de vendedores, balconistas e caixas.

Tomando todos esses cuidados o lojista reduzirá muito as probabilidades de começar o ano com prejuízo no caixa por causa de maus pagadores.

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 - n° 157 - Dezembro/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: Odiário do Norte do Paraná
Tiragem: 7.000 exemplares

É permitida a reprodução total ou parcial de conteúdos desta publicação, desde que citada a fonte.

FIM DE ANO

Em Maringá já é Natal

Apresentações artísticas, presépios montados em praças por artistas plásticos, Vila do Papai Noel, iluminação especial e concurso de decoração natalina prometem movimentar a cidade este mês

A chegada do Papai Noel marcou o início das atividades do Natal em Maringá

A chegada do Papai Noel na Praça da Catedral no dia 29 do mês passado abriu a programação do Natal em Maringá, que incluirá apresentações artísticas em vários pontos da cidade, iluminação especial, presépios nas praças, além da Vila do Papai Noel na Praça Napoleão Moreira da Silva. O Natal Maringá 2014 é uma realização da prefeitura, com coordenação do Provopar e apoio do Sivamar, Acim, Instituto Cultural Ingá e de várias empresas.

A grande novidade deste ano são os presépios criados por artistas plásticos locais, instalados em seis praças: Rocha Pombo (Presépio Shalom, do artista Antônio Tramarin), Regente Feijó (Presépio Renascimento, do artista Rogério Carniato), Todos os Santos (Presépio A Alegria do Amor, da artista Jurandy Augusto da Costa), dos Sertões (Presépio A Misericórdia de Deus dos Homens, da artista Joseane Bornelli), dos Expedicionários (Presépio Paz na Terra, da artista Majô Baptistoni) e Praça José Bonifácio (Presépio A Alma do Natal Reflete Você, do artista Renê Meyring).

Até o dia 6 de janeiro o Trenzinho do Natal Maringá fará, diariamente, o passeio pelo Caminho dos Presépios, com saída da Praça da Catedral. E até o dia 10 de janeiro a jardineira fará o mesmo trajeto, com embarque também na Praça da Catedral.

A Vila do Papai Noel estará em atividade até o dia 23 deste mês, na Praça Napoleão Moreira da Silva. A Vila, que terá várias atrações, funciona das 18 às 22 horas durante a semana e das 14 às 22 horas aos sábados e domingos.

Reflexos positivos

Outra atração tradicional do Natal de Maringá é a decoração do Parque do Japão. A programação especial será aberta no próximo dia 11, com a chegada do Papai Noel, atrações artísticas e uma queima de fogos. Até 11 de janeiro haverá o happy hour com pratos típicos todas as noites, exceto nos dias 24, 25 e 31 de dezembro e 1° de janeiro. Para chegar ao Parque do Japão as pessoas poderão utilizar a Nipo Jardineira, que fará o roteiro da Praça da Catedral até o parque em três horários, 18h30, 19h30 e 20h30.

Haverá também programação em duas bibliotecas da cidade. Na da Vila Operária para cada livro, revista ou gibi emprestado o usuário receberá um cupom para concorrer a panetones e um prêmio especial. A promoção, que vai até o dia 18 de dezembro, tem apoio do Escritório Gomes de Contabilidade. O Provopar promoverá também duas oficinas de enfeites de Natal, nos dias 11 e 16 de dezembro, às 14 horas, na Biblioteca do Mandacaru.

O show pirotécnico encantou quem foi à Praça da Catedral assistir a abertura do Natal 2014

O público assitiu a várias apresentações artísticas na noite de abertura

"Toda essa programação e a decoração natalina são muito importantes nesta época. As pessoas esperam pelo Natal com ansiedade e esse clima faz toda a diferença. Sem contar que essas atrações também beneficiam o comércio, o que reflete de forma positiva em toda a economia da cidade", coloca o presidente do Sivamar, Ali Wardani.

Concurso

Como ocorre todos os anos, a Acim e o Sivamar estão promovendo o Concurso de Decoração de Natal, que tem como objetivo incentivar a decoração de estabelecimentos comerciais e residenciais. As inscrições vão até o dia 12. Empresas associadas à Acim ou ao Sivamar podem se inscrever nas sedes das entidades ou pelo endereço www.acim.com.br/natal.

Serão premiadas seis categorias de decoração: vitrines, prédios comerciais, áreas externa e interna de shoppings, externas de edifícios residenciais, residências e presépios em áreas externas. A comissão julgadora avaliará criatividade, originalidade, harmonia e iluminação, e em 19 de dezembro fará a entrega de prêmios.

O primeiro lugar de cada categoria ganhará um fim de semana no Costão do Santinho Resort, Golf & Spa, em Florianópolis/SC; segundo e terceiro lugares ganharão troféus. A iniciativa tem patrocínio do Costão do Santinho e apoio da Unimed Maringá, Sicoob e Acim Mulher.

O Sivamar também patrocinou a premiação do 6° Concurso de Cartão de Natal, organizado pela Prefeitura de Maringá: uma bicicleta para cada um dos autores dos dez melhores cartões. Partciparam do concurso alunos dos 4° e 5° anos das escolas de educação integral que fazem oficinas de arte e artesanato.

Numa pré-seleção nas escolas foram escolhidos 100 trabalhos e uma comissão formada por servidores da prefeitura elegeu os dez melhores. Os cartões selecionados irão divulgar o Natal de Maringá.

Atividades nos distritos

A programação do Natal Maringá 2014 estará também nos distritos de Iguatemi e Floriano com apresentações artísticas e culturais.

***Iguatemi**: dia 7, apresentação do Som da Banda Natal Maringá, da Associação Cultural Branca da Mota Fernandes, às 17 horas, na praça central; dia 11 de dezembro, na praça da igreja, às 17 horas, apresentação do Harpista Ricardo Tondato; dia 17 espetáculo Histórias que a Vovó Contava, com a Cia Pedras, às 20 horas; de 11 a 14 de dezembro, 8ª Expo Iguatemi, com barracas típicas, parque de diversão, e shows todas as noites (dia 11 Léo e Giba, dia 12 Banda Poerão, dia 13 Rodrigo e Juliano, dia 14 Banda Garrafão).

***Floriano**: dia 6 de dezembro apresentação do harpista Ricardo Tondato, às 19 horas, na praça da igreja; dia 14 de dezembro, Som da Banda Natal Maringá, com a Associação Cultural Branca da Mota Fernandes, às 17 horas na praça central.

CAPA

Um fim de ano muito aguardado

Num ano atípico, em que grandes eventos trouxeram queda nas vendas, o período natalino é esperado com ansiedade pelos comerciantes. Mas a maioria está cautelosa. Investimentos em estoque foram bem planejados, assim como contratações de temporários, que em Maringá não devem passar de 500, contra as mil vagas geradas no ano passado

As pesquisas mostram que o consumidor está animado com o Natal. Mas o comércio está cauteloso porque o nível de endividamento das famílias cresceu com a facilidade de crédito, seguida de desaceleração da economia e inflação alta

Se 2014 foi um ano de bons negócios para alguns setores da economia, como o turismo e determinadas áreas da prestação de serviços, para o comércio em geral a situação foi bastante diferente. A Copa do Mundo e as eleições, dois grandes eventos que marcaram 2014, afetaram negativamente as vendas. Com exceção apenas das cidades que sediaram o torneio mundial de futebol, o comércio teve um ano difícil e que exigiu muito esforço dos empresários para equilibrar suas empresas.

Agora, muitos aguardam com grande expectativa o fim de ano para tentar recuperar o fôlego. Mesmo com previsões de um crescimento discreto nas vendas – de 2,3% em relação a 2013, segundo projeção da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) – essa época traz ânimo novo para o setor.

Mas a maioria dos lojistas está cautelosa, tanto em relação à formação dos estoques quanto à contratação de trabalhadores temporários. As contratações temporárias para este Natal, segundo dados da CNC, devem ficar em torno das 138 mil vagas em todo o país, uma expansão de apenas 0,3% em relação ao mesmo período do ano passado. Quase metade delas será gerada pelo comércio, especialmente no segmento de vestuário e calçados.

No Paraná, de acordo com sondagem realizada em outubro pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Paraná (Fecomércio PR), 29% dos empresários ouvidos disseram que pretendiam contratar funcionários temporários. O índice é o menor dos últimos três anos. Em Maringá, segundo projeções da Associação Comercial e Empresarial (Acim), o número de novas vagas temporárias deve ficar entre 450 e 500. No ano passado foram mais de mil.

Em relação aos estoques, a maioria dos lojistas preferiu não arriscar grandes investimentos por causa da retração do consumo que vem sendo registrada com a desaceleração do ritmo da economia. Além disso, no Natal do ano passado a sobra de produtos foi 10% maior que em 2012, segundo estudo também da CNC.

Consumidor disposto

Já a pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) com a população mostra um consumidor animado com as compras de Natal. O levantamento – em que foram ouvidos 681 consumidores de ambos os sexos e de todas as idades e classes sociais nas 27 capitais brasileiras - mostrou que o valor médio do presente deve saltar de R$ 86,59 no Natal passado para R$ 122,40 este ano, um aumento real superior a 30%.

Em Maringá, segundo pesquisa realizada pela Acim, 17% dos 487 consumidores ouvidos afirmaram que pretendem gastar R$ 1.001 em presentes de Natal. Outros 15% gastarão de R$ 501 a 800, 13% de R$ 401 a R$ 500 e 12% de R$ 201 a R$ 300.

Para o economista do Codem João Ricardo Tonin, em Maringá as vendas devem ser iguais ou pouco superiores ao Natal de 2013

No levantamento nacional do SPC Brasil, 87% dos entrevistados declararam ter a intenção de comprar pelo menos um presente este ano, o que representa um aumento de 20 pontos percentuais na comparação com 2013 (67%). Apenas 3% disseram que não vão comprar nada e outros 10% que ainda estão na dúvida ou não souberam responder.

Já na pesquisa de Maringá, 81% dos entrevistados disseram que pretendem fazer compras de Natal este ano. Destes, 56% responderam que pretendem comprar roupas e brinquedos. A pesquisa mostrou ainda que 31% dos entrevistados têm intenção de gastar mais que no Natal do ano passado, 23% pretendem gastar o mesmo valor, 18% gastarão menos - 28% ainda não sabem.

Em nível nacional, segundo a pesquisa do SPC Brasil, 33% dos entrevistados disseram que pretendem gastar menos esse Natal. Outros 40% afirmaram que devem gastar a mesma quantia e 27% estão dispostos a investir mais nos agrados de fim de ano. Entre os que devem gastar menos, 35% alegaram que o motivo é o endividamento, que cresceu no país nos últimos meses.

O pagamento do 13° salário – que até o dia 20 deste mês deve injetar cerca de R$ 158 bilhões na economia brasileira - pode ser a saída para muitos quitarem suas dívidas. "Mas, dificilmente as pessoas utilizam toda a receita adicional do 13° terceiro para pagar as dívidas. Acredito que isso irá ocorrer somente com as contas de mais urgência. É difícil para o consumidor endividado manter uma postura rígida no final de ano. Acredito que a 'ficha' só irá cair no início de 2015, quando a renda futura estará comprometida com as contas de 2014, tributos, material escolar", avalia João Ricardo Tonin, economista do Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá).

Os números sobre o 13° salário comprovam a opinião de Tonin. Pesquisa do SPC Brasil em parceria com o portal de educação financeira Meu Bolso Feliz mostrou que 82% dos brasileiros irão empregar o benefício em compras de Natal. Desse total, 55% afirmaram que pretendem usar apenas uma parte na compra de presentes e 27% informaram que pretendem gastar todo o dinheiro recebido desta forma.

Só 18% dos entrevistados nas capitais brasileiras declararam que não gastarão em compras. Destes, 46% querem economizar, poupar ou investir o montante recebido; 24% responderam que pagarão dívidas; 14% planejam viajar e 5% disseram que ainda não decidiram o que vão fazer com o 13° salário.

Em Maringá, dos 487 consumidores ouvidos na pesquisa da Acim, 28% declararam que pretendem pagas contas em atraso com o 13° salário, 23% pretendem poupar, 19% comprarão presentes, 14% querem viajar, 5% investirão em reforma ou construção da casa, 5% trocarão de carro e o restante deu outras respostas.

CAPA

Outro dado importante levantado na pesquisa feita em Maringá foram os fatores que influenciam na decisão de compra do consumidor. Promoções vêm em primeiro lugar, com 30%, atendimento é o segundo quesito mais observado, com 14%, seguidos de descontos (13%) e comodidade (10%).

A gerente da Calçados Franca, Eliane Denardo, aposta em crescimento de até 15% nas vendas da loja

Temos que ser otimistas

No comércio de Maringá, há muita expectativa de melhora nas vendas com a chegada do final de ano. Porém, há certa cautela no ar por causa da desaceleração da economia e também do endividamento do consumidor. Mas a maioria dos empresários e gerentes ouvidos pelo Jornal Sivamar aposta numa reação neste período.

"Estamos bem otimistas, esperamos vender de 10 a 15% a mais que no ano passado. O movimento começou a melhorar já no final de outubro", afirma Eliane Maria Denardo, gerente da Calçados Franca, que fica na Avenida Brasil. Ela ressalta que o primeiro semestre foi de vendas fracas por causa da Copa do Mundo.

A loja Investiu cerca de 5% a mais em estoque do que no ano passado. "Temos que ser otimistas. O Natal do ano passado foi muito bom e esperamos que este seja também", coloca a gerente. Segundo ela, a equipe foi reforçada, com contratações já em novembro. Até o fechamento desta edição, a previsão era totalizar sete vendedores temporários para o período natalino.

Sandra Martins Diotto, proprietária da loja Pé no Chinelo, que fica na Rua Santos Dumont, diz que se preparou para o Natal, mas com um pouco de receio. "Meu produto é para o verão, para as férias, ideal para presentear nesta época. Mas, mesmo assim, estamos cautelosos. Foi difícil planejar estoque, porque este ano foi muito atípico. Estamos esperando para ver o que vai acontecer", explica.

Ela e o marido, Irineu César Diotto, sócios na empresa, costumam fazer duas ou três compras para abastecer o estoque para o fim de ano. A estratégia, desta vez, foi comprar um pouco menos no início de novembro, para poder avaliar o comportamento das vendas e planejar as próximas compras.

A lojista afirma que a contratação de temporários deve ficar em uma ou duas pessoas. "Nós tivemos uma redução da equipe durante o ano e conseguimos manter o atendimento normal por causa da queda do movimento verificado principalmente no primeiro semestre. Mas a gente não pode desanimar. Temos que trabalhar para que tudo melhore", enfatiza. E Sandra Diotto não se acomoda. "Todo ano investimos muito em vitrine. E este ano criamos novas embalagens de presente para o Natal, que têm tags com mensagem de otimismo, para levar um pouco de alegria a todos".

Luzineide de Souza, gerente da Homem S/A: "Se conseguirmos atingir as vendas do ano passado, que foi muito bom, já estará ótimo"

Expectativa moderada

Luzineide de Souza, gerente da Homem S/A, que fica na Avenida Brasil, coloca que os reflexos da Copa e das eleições, assim como a retração da economia, dificultaram muito o planejamento para as vendas de final de ano. "A gente se preparou como em todos os anos. Só que estamos preocupados. A economia está meio atrapalhada. Se conseguirmos atingir as vendas do ano passado, que foi muito bom, já estará ótimo", avalia.

Segundo ela, o endividamento dos consumidores cresceu muito e isso, somado à inflação alta, está influenciando na queda das vendas. "O planejamento financeiro de muita gente furou. Quem comprou um bem ou um eletrodomístico mais caro por causa da facilidade de crédito, acabou endividado. E agora muitos estão usando o 13° salário para pagar as dívidas. Vamos ter que contar com aqueles que não estão endividados", explica.

Pablo Henrique da Silva Carvalho, sócio da Kalipe Presentes, localizada na Avenida Mandacaru, tem perspectivas de vendas menores, já que no ano passado foi muito bom. "A Copa do Mundo ainda está trazendo consequências para as vendas. Mesmo assim, investimos praticamente o mesmo que no passado em estoque acreditando que vamos vender", afirma o comerciante.

Já em novembro Pablo contratou uma vendedora temporária, que se juntou a ela e à irmã – e também sócia - Poliana Carvalho no atendimento. Para tentar alcançar a meta de vendas do ano passado, os irmãos pretendem investir em propaganda na rede de televisão das lotéricas do bairro onde fica a loja – Jardim Los Angeles. "É a primeira vez que vamos investir nesta modalidade. Também distribuiremos panfletos e teremos carro de som circulando no bairro", explica.

Irineu e Sandra Diotto, da Pé no Chinelo, investiram em novidades, como novas embalagens de presente com mensagens de otimismo

Roupas em primeiro

Pesquisa realizada pelo SPC Brasil mostrou que as roupas estão em primeiro lugar na preferência do consumidor quando o assunto é presente. Dos entrevistados, 77% afirmaram que esta será opção de presente de Natal, seguida de calçados (50%) e perfumes/cosméticos (45%).

Na comparação entre 2013 e 2014, houve um crescimento do interesse em produtos como calçados (de 38% para 50%), perfumes e outros cosméticos (de 33% para 45%) e smartphones (de 12% para 20%). Há uma predominância maior de mulheres que presenteiam calçados (55%) e de homens que presenteiam smarthphones (24%).

A mesma pesquisa mostrou que quem decide presentear leva em conta, principalmente, o perfil do presenteado (47%), o desejo de quem ganha (20%) e o preço do presente (11%).

As mães aparecem em primeiro lugar na relação dos mais presenteados (56%), depois filhos/filhas (53%), cônjuges (52%), pai (36%), amigos (22%) e namorados/namoradas (20%).

VENDAS

Você está preparado para fidelizar neste Natal?

Fim de ano é tempo de correria, principalmente nas lojas. Porém, a qualidade do atendimento deve ser mantida e até aprimorada nesta época, que pode ser muito propícia para atrair novos clientes para o próximo ano

A atenção dispensada ao cliente nas vendas de Natal podem garantir a fidelização para compras futuras

Quem é do comércio sabe: dezembro é mês de muito corre-corre, principalmente a partir da segunda semana. O tempo é curto e todos na loja estão com o olhar voltado para as vendas. É justamente este momento, em que as pessoas estão motivadas a comprar mais, que o comerciante deve aproveitar para conquistar novos clientes, garantindo também vendas futuras. E bom atendimento, que se traduz em gentileza, paciência, interesse e conhecimento, é ponto chave para o sucesso dessa iniciativa.

Com cordialidade, atenção e observando alguns detalhes, a equipe de vendas pode realizar um importante trabalho de fidelização. Conhecer o cliente pode fazer toda a diferença entre o seu negócio e o do seu concorrente. Para isso, é preciso observar e analisar quem faz compras na sua loja. Assim você poderá conquistar novos clientes não só em datas comemorativas, mas para todo o ano.

Quem conhece os desejos do seu consumidor, mesmo quando o mercado enfrenta períodos de baixa, consegue driblar as crises, porque estimula a compra a partir de uma vontade e não de uma necessidade. Para conhecê-los, o cadastro pode ser um grande aliado.

Durante a conversa com o consumidor, o vendedor pode perguntar e anotar informações como tamanho, estilo e cores preferidos, do que a pessoa gosta ou não em relação aos produtos da loja. Com essas informações no cadastro, você poderá, no futuro, informar sobre promoções e lançamentos que batem com o perfil desse cliente via celular e até por e-mail.

Mas, para ter sucesso neste trabalho, treinamento da equipe é fundamental. O vendedor, além de saber informar e orientar o cliente, tem que saber abordá-lo de forma a não intimidá-lo ao solicitar tais informações. A abordagem precisa acontecer de maneira respeitosa. Oferecer benefícios em troca das informações para o cadastro – como concorrer a um prêmio - aumenta as chances da pessoa se interessar em fornecer seus dados.

Atenção aos retardatários

Todas as etapas da venda precisam acontecer de maneira rápida, simples e devem deixar o cliente satisfeito, pois é isso que faz com que ele volte à loja. Chamar pelo nome faz toda a diferença. Por isso, essa informação deve ser a primeira a ser levantada pelo vendedor.

E lembre-se: a quantidade de coisas que as pessoas adquirem está relacionada ao prazer que sentem no ato da compra. Conforto e bom atendimento são decisivos nessa hora. Pesquisas de perfil do cliente apontam música alta, balcão bagunçado e propaganda enganosa como os itens mais desaprovados pelo público numa loja. Esses são obstáculos que podem ser superados com planejamento e organização.

O consumidor valoriza aquilo que facilita o momento de compras: ar-condicionado, estacionamento a preço justo, entrega em domicílio. Entretanto, ele valoriza, em primeiro lugar, a qualidade do atendimento. Só depois é que vêm produto e preço

E, por último, é sempre bom lebrar que o brasileiro tem o hábito de deixar tudo para a última hora. Mesmo quando se trata de comprar o presente de Natal das pessoas mais queridas. Por este motivo, a atenção dispensada aos retardatários deve ser igual. Mantenha os mesmos critérios de qualidade e atendimento até o final. Isso certamente ajudará o cliente a se lembrar de sua loja quando for fazer uma nova compra.

Fonte: Programa Venda Melhor – Natal, do Sebrae-SP

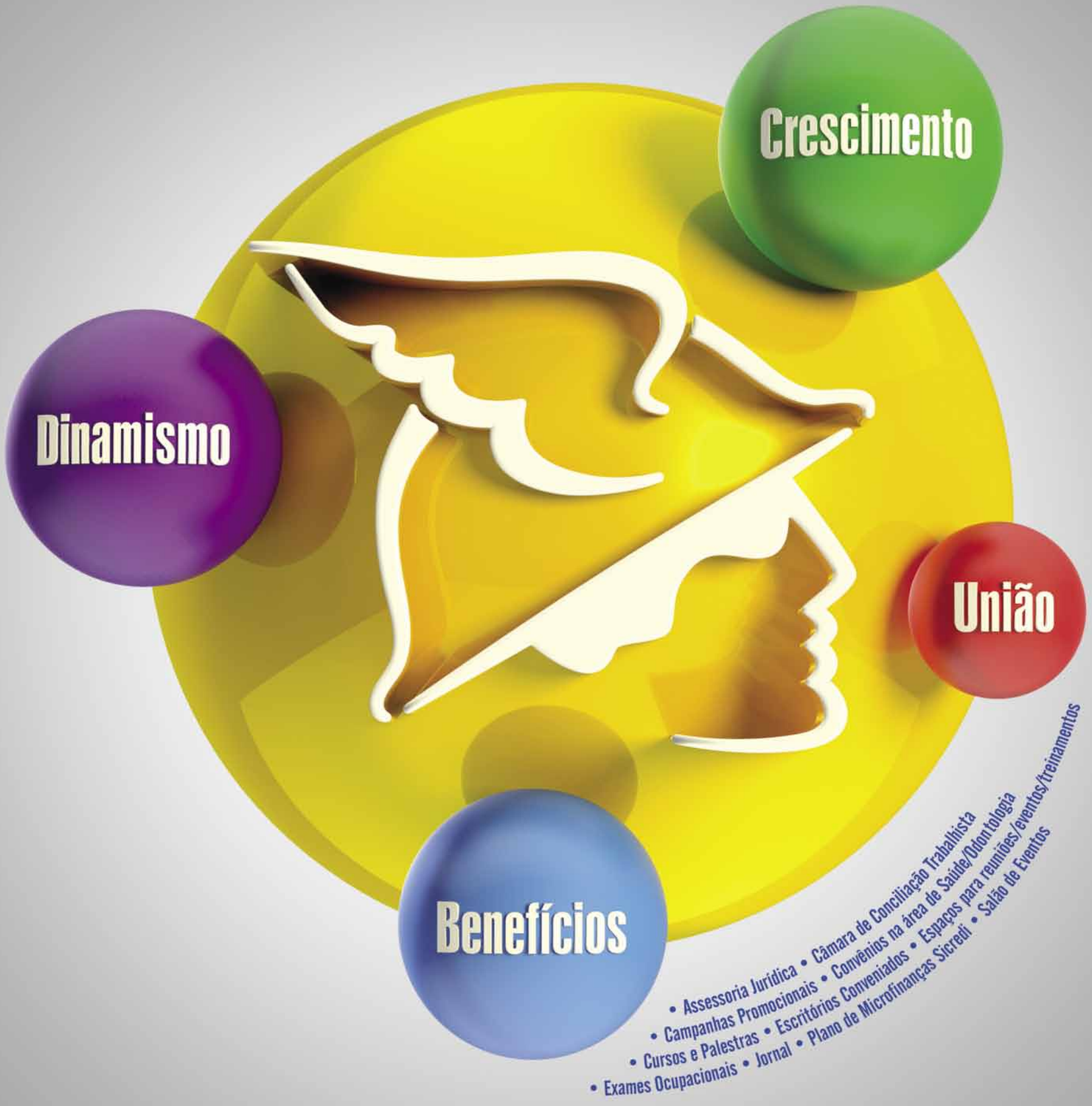
Lembre-se, lojista

- O cliente volta quando a experiência foi boa. Mas nem sempre é fácil avaliar o que ele achou de sua loja, porque nem todos reclamam na empresa, simplesmente não voltam mais. Com um telefonema depois da venda, além de causar boa impressão ao cliente, é possível obter sugestões para identificar erros e de melhorias.
- Identificado um problema, é preciso buscar a causas e resolvê-lo. Na maioria das vezes, basta um ajuste nos processos de trabalho da equipe ou uma melhoria na qualidade dos produtos comercializados.
- Você é o líder, por isso deve orientar, influenciar e valorizar iniciativas da equipe. Principalmente porque a eficácia das soluções depende do trabalho e do esforço individual de cada colaborador, do compromisso de evitar falhas e da vontade de melhorar o atendimento.

Fonte: Blog do Sebrae-MS

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

COSMET
CONSULTORIA EM MEDICINA DO TRABALHO LTDA
• PCMSO PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL
• PPRA PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS
• LTCAT LAUDO TÉCNICO DE CONDIÇÕES AMBIENTAIS DE TRABALHO
• PPP PERFIL PROFISSIOGRÁFICO PREVIDENCIÁRIO
• CIPA COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES
• EXAMES OCUPACIONAIS
• ADMISSIONAIS
• DEMISSIONAIS
• PERIÓDICOS
Rua Santos Dumont, 2166 - Sala 01 - Maringá - PR
COSMET@COSMET.COM.BR - WWW.COSMET.COM.BR
FONE (44) 3029-3055



MUITO MAIS QUE UM SINDICATO, A FORÇA DO COMERCIANTE.

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

Fecomércio PR
Sesc Senac IFPD

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

ACONTECE NO SIVAMAR

Exames ocupacionais mais em conta

O Sivamar mantém convênio com diversas clínicas especializadas em Medicina do Trabalho, que contam com profissionais habilitados para realizar os exames médicos dos funcionários das empresas associadas. E o lojista pode utilizar este serviço pagando preços mais baixos.

Vale ressaltar que a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e a Norma Regulamentadora n° 7 do Ministério do Trabalho determinam que toda pessoa jurídica que tenha funcionários deve, antes de contratar ou demitir e uma vez por ano, fornecer meios para que seja feita a avaliação da saúde dos colaboradores através de exame realizado por médico especialista em Medicina do Trabalho. O descumprimento do que diz a lei em relação aos exames médicos pode levar a multas.

O sindicato mantém convênio com as clínicas Apto, Cesem, Cipamed, Cosmet, Cosmo, Labore e Maxipas. Para realizar o exame, é necessário retirar a guia no Sivamar. Informações pelo telefone 3026-4444.

Uso eficiente da voz

Estão sendo formadas novas turmas para o curso "Qual o meu tipo de voz", promovido pelo professor e músico Gilson Gad com apoio do Sivamar. O curso, que é voltado a profissionais do comércio e ao público em geral, ensinará técnicas de canto para que os participantes usem a voz de forma eficiente. Utilizando o canto como ferramenta, o curso tem por objetivo ampliar os conhecimentos dos alunos sobre as potencialidades da voz para o sucesso pessoal e profissional. As aulas acontecerão na sede do Sivamar. Informações pelo telefone (44) 4141-4049.

Cursos Profissionalizantes
Matrículas Abertas
4141-4049 9968-9555
Violão-Guitarra-Baixo-Teclado

Vendas para atacadistas

O Sivamar e a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, em parceria com o Senac e o Sistema Fecomércio Paraná, promoveram no dia 7 de novembro o curso "Dinâmicas de vendas para o Natal". O treinamento, voltado a vendedores de shoppings atacadistas, foi gratuito e aconteceu no salão de eventos do shopping Vest Sul. O consultor nas áreas de vendas e gestão Jefferson Pedroso abordou temas como trabalho em equipe e sucesso na venda, os motivadores da venda voltados para as festas natalinas e comportamentos assertivos do vendedor moderno.

Mulheres de negócios

A Câmara da Mulher Empreendedora, com apoio do Sivamar, Fecomércio-PR, Senac, Sincofarma, Sesc, Sebrae, OAB-PR e Simatec, realizou no dia 13 do mês passado a 6ª edição do evento "Você mulher, que faz acontecer". No salão do Giardino Eventos foram instalados estandes para exposição de produtos e serviços. O público também assistiu a um desfile de moda seguido de coquetel. O objetivo do evento, realizado anualmente, é promover a movimentação econômica e o estímulo do comércio através da apresentação e venda de produtos e serviços.