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

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

Confira nesta edição

Artigo do novo delegado-chefe, Osnildo Carneiro Lemes, trata da segurança no comércio de Maringá.
Pág 2

A segunda parte das orientações da Cartilha da PM sobre como melhorar a segurança de estabelecimentos comerciais
Pág 7

"Case Empresarial" foi o tema da palestra promovida no Sivamar pela Câmara da Mulher Empreendedora.
Pág 8

Use a internet a seu favor

A rede mundial de computadores pode ser uma grande aliada do comerciante se ele souber usá-la a seu favor. Além das lojas de comércio eletrônico, a internet oferece ferramentas de marketing bastante interessantes. Os sites de compras coletivas são bons exemplos. Novidade recente no Brasil, esta modalidade de compras vem ganhando cada vez mais usuários, que economizam com os ótimos descontos oferecidos. O lojista pode ganhar divulgando sua empresa para um grande número de novos clientes.
Pág 4

Uma homenagem ao consumidor

Ele cumpre um relevante papel nas relações comerciais e este fato merece ser reconhecido. O consumidor é o foco do evento comemorativo que o Sivamar promove anualmente como forma de destacar a importância do cliente para o comércio. Este ano será no dia 12 de março, na praça Raposo Tavares e haverá diversas novidades. Entre elas, a emissão de Carteira Profissional no estande da Agência do Trabalhador. A expectativa é que nesta edição o número de atendimentos ultrapasse os dez mil registrados em 2010.
Pág 3

Novos instrutores

O Senac-PR realizou processo seletivo de novos instrutores em todo o estado. Em Maringá, o presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, que é também conselheiro Regional do Senac, acompanhou a realização das provas.
Pág 6

Tendências do consumo

A Prefeitura e o Codem promoverão, no próximo dia 15, a palestra "Tendências do Consumo no Brasil e no seu Negócio", com o consultor Glaucio Neves Fernandez, do Rio de Janeiro. Será às 19h30, no Teatro Marista. Associados podem retirar seus convites no Sivamar.
Pág 6

ATENÇÃO CONTADORES

O SIVAMAR solicita a todos os contadores a atualização do cadastro de empresas pertencentes a esta entidade, tendo em vista os recolhimentos devidos. Os dados podem ser enviados ao SIVAMAR pelo fax: (44) 3026-4444, ou pelo email: sivamar@sivamar.com.br ou para nossa sede: Néo Alves Martins, 2789.

Comércio

Maringá Liquida

Os descontos da Maringá Liquida levaram muita gente às ruas

Realizada de 25 a 27 de fevereiro, a Maringá Liquida levou milhares de consumidores às lojas para aproveitar os descontos, que chegaram a 70%. Além dos preços atrativos, a campanha ofereceu serviços e atividades de lazer para quem passou pelo comércio da cidade no domingo, último dia da promoção. Inclusive para a garotada.
Pág 3

EXPEDIENTE

Presidente
Amauri Donadon Leal
1° Vice Presidente
José Rubens Abrão
2° Vice Presidente
Carlos Alberto Tavares Cardoso
Diretor Administrativo
Ali Saadeddine Wardani
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Junior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Carlos Mamoru Ajita
Diretora de Promoções
Raquel Almeida Costa
Diretor Social
Moacir Rodrigues Montalvão
Diretor Intersindical
Evandro Miguel Mutti Ponchio
Diretor Área de Serviços
Juvenal da Silva Correia Filho
Diretor Área Comércio de Bairro
Dercílio Constantino
Diretor Área de Mercados
Antonio Roberto da Silva
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Conselho Fiscal
Shiniti Ueta
José Adilson Staub
Arlei Luiz Camilo
Ronaldo Ramos
Vanderlei Aparecido Scanferla
Paulo Alcenio Ciocheta

Conselho Superior
Massao Tsukada
Ali Saadeddine Wardani
Heitor Bolela Junior
Adilson Emir Santos

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista de Maringá e Região
Ano 11 - n° 117 - Março/2011
Rua Néo Alves Martins, 2.789 •
Centro • Maringá - PR • CEP 87013-914
Fone/Fax: (0xx44) 3026-4444
E-Mail: imprensa@sivamar.com.br
Home-Page:
http://www.sivamar.com.br
Diretores Responsáveis
Shiniti Ueta e Wesley Dejuli
Produção
RG Comunicação
Jornalista Responsável
Regina Célia Daefiol - MTB 2538 - Pr
Editoração Eletrônica
Oséias T. dos Santos
Email: oseias@sivamar.com.br
Projeto Gráfico
Lumen Marketing
Conselho Editorial
Lisley M. M. da Silva, Oséias T. dos Santos, Sandra Vedovati e Wesley Dejuli
Fotos: Ivan Amorin
Impressão: Grafinorte S/A
Tiragem: 7.000 exemplares

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

EDITORIAL

Planejar bem o presente para não sofrer no futuro

No mês passado, a divulgação do levantamento "Mapa da Violência", feito pelo Ministério da Justiça, chamou a atenção. Curitiba foi apontada como a capital do Sul do país que registrou o maior aumento da taxa de homicídios de jovens: 243%. O índice foi o quarto maior entre as capitais brasileiras, ficando atrás apenas de Salvador (370,7%), Maceió (362,3%) e São Luís (257,4%).

A mesma pesquisa mostrou que o Paraná, que na década de 1990 ocupava a 22ª segunda posição em número se assassinatos para cada grupo de 100 mil habitantes, em 2008 saltou para o nono lugar.

São números que preocupam e que nos deixam um alerta: as ações que realizamos no presente influirão diretamente nos resultados que teremos no futuro. Esses números de Curitiba são reflexos de uma série de políticas equivocadas, que deixaram de considerar que a questão social não pode ser esquecida quando o poder público planeja atrair novos contingentes de mão de obra para uma cidade.

A segurança pública é o primeiro setor afetado quando as ações do presente deixam de considerar os efeitos sociais que aparecerão no futuro. O crescimento do consumo de drogas está intimamente ligado a tudo isso.

Diante do quadro atual, não há como imaginar que o problema da violência e da criminalidade pode ser resolvido apenas pelas autoridades da área de segurança pública. Toda a sociedade é responsável por apontar caminhos. Precisamos do envolvimento de especialistas das mais diversas áreas para buscar soluções.

Mas precisamos, acima de tudo, que o poder público não perca de vista que desenvolvimento econômico e desenvolvimento social têm que caminhar lado a lado. Somente com um planejamento consciente é possível garantir um futuro em que a qualidade de vida não seja comprometida pelos problemas gerados com a falta de segurança e o crescimento da violência, inclusive no comércio.

***Amauri Donadon Leal**, presidente do Sivamar*

ARTIGO

A criminalidade no comércio

***Osnildo Carneiro Lemes** é delegado-chefe da 9ª Subdivisão Policial de Maringá*

Ao assumirmos a chefia da 9ª SDP de Maringá, de imediato procuramos saber quais os principais problemas relacionados aos índices de criminalidade que tanto afligem a sociedade. Sem nenhum espanto, constatamos que o flagelo das drogas que se abate sobre a maioria das cidades grandes também se estende à nossa cidade.

E os males e consequências do uso das drogas, principalmente do crack, não se restringem somente ao usuário e seus familiares, mas causam sérios danos a toda a sociedade. O viciado perde todos os princípios morais e escrúpulos na desesperada busca pelas drogas.

Seu comportamento danoso se estende àquelas pessoas de bem, as quais, sem nada terem com a situação das drogas, tornam-se vítimas tanto dos traficantes como dos usuários.

Dentre estas vítimas em potencial encontram-se os comerciantes, vulneráveis pelas próprias circunstâncias de suas atividades, eis que, ao exporem seus produtos ou se exporem a sua clientela, como estratégia de vendas, expõem-se também aos marginais.

Ao planejarmos operações policiais preventivas ou repressivas, dentre outras providências, temos que olhar a situação com os olhos dos delinquentes: quais os pontos vulneráveis, onde e como se encontra o alvo de nossos objetivos, onde os obstáculos são menores e os pontos e horários de menor policiamento.

O policiamento preventivo ostensivo não é a atribuição principal da Polícia Civil, cabendo à nossa co-irmã, a Policia Militar. A Polícia Civil exerce a polícia judiciária, visando identificar os autores dos crimes que não puderam ser evitados e fornecer ao Poder Judiciário todos os elementos para a aplicação da lei.

Entretanto, como estratégia de sucesso nas investigações, adotamos também medidas que surtem efeito tanto no policiamento preventivo como no repressivo. Assim, já criamos um Grupo Antidrogas para atuar no combate aos pequenos traficantes e usuários, por entender que estes são os que mais causam transtornos ao comércio e a outros profissionais, tanto da área central como da periferia da cidade. O tráfico de drogas em grande escala é combatido pelo Denarc que conta com um núcleo em Maringá.

Estamos também planejando a criação de um segmento fardado da Polícia Civil de Maringá, que seria o GDE, para agir nos moldes do COPE de Curitiba, com atribuições de policiamento preventivo, principalmente no centro da cidade. Este grupo só não começou a atuar em razão da falta de efetivo da Polícia Civil, que aos poucos está sendo suprida.

Já foram determinadas, pelo atual governo, todas as medidas necessárias para suprir as deficiências das polícias herdadas de governos anteriores que, ao longo de anos, descuidaram desta importante área. Desta forma o atual governo demonstra que efetivamente está preocupado e empenhado em garantir a segurança a todos os paranaenses.

COMEMORAÇÃO

Comércio vai homenagear o consumidor

Tradicional evento promovido anualmente pelo Sivamar foi criado para, em nome dos lojistas da cidade, prestar homenagem aos clientes e valorizar seu relevante papel nas relações comerciais

No ano passado, mais de dez mil atendimentos foram realizados durante o evento

No dia 15 de março é comemorado o Dia do Consumidor. Para marcar a data, o Sivamar promoverá a sexta edição do evento em homenagem ao consumidor. Será no dia 12 de março na Praça Raposo Tavares, das 9 às 15 horas.

"Com a iniciativa, o Sivamar, como entidade que representa o comércio, presta um reconhecimento à importância do papel do consumidor nas relações comerciais. É uma forma de mostrar que o lojista valoriza o seu cliente", explica o presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal.

Serão disponibilizados diversos serviços gratuitos à comunidade, com algumas novidades. Uma delas é a emissão de Carteira Profissional, numa parceria entre a Agência do Trabalhador de Maringá e o Ministério do Trabalho. Outra é a realização, no estande da loja Caverna do Dino, de diagnóstico da pisada infantil, além de orientações sobre nutrição infantil, aleitamento materno e sobre a importância das vacinas.

Estes são os outros parceiros que oferecerão serviços durante o evento: Cesumar (atendimento fonoaudiológico e audiológico, orientações sobre amamentação, exame de glicemia capilar, massagem e atividades artísticas para crianças), Procon (orientações sobre Direito do Consumidor); OAB/PR (orientação e consultoria jurídica); Sincontábil (orientações sobre Declaração de Imposto de Renda); Sincomar (orientações trabalhistas), Hemocentro de Maringá (coleta de sangue e cadastro para doação de medula); Copel (orientação sobre o consumo consciente de energia); Santa Casa (verificação de pressão arterial, balança para índice de peso/altura e exame de glicose, prevenção de doenças renais); Sesc (prevenção para saúde bucal e recreação); Secretaria Municipal de Saúde (orientações sobre prevenção da dengue, do alcoolismo e do uso de drogas); Secretaria Municipal de Meio Ambiente (exposição ambiental, informações sobre destinação de resíduos sólidos urbanos e arborização urbana) Sanepar (cadastro para tarifa social e atividades de educação ambiental); Senac (corte de cabelo).

A cada ano vem crescendo a participação da comunidade. No ano passado foram realizados mais de dez mil atendimentos na praça durante a realização do evento. A expectativa é que este ano também haja um crescimento no número de visitantes e atendimentos.

O evento conta com o apoio do Procon, Acim, Instituto RPC/TV Cultura, Prefeitura de Maringá, Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá, Grupo Maringá de Comunicação, Jornal O Diário e Rádio Cultura AM.

MARINGÁ LIQUIDA

Mais de mil e duzentas empresas participaram

Mais uma vez a Maringá Liquida atraiu muitos consumidores, que aproveitaram descontos de até 70%

A 17ª edição da Maringá Liquida, realizada de 25 a 27 de fevereiro, contou com a participação de mais de mil e duzentas empresas da cidade. Os descontos oferecidos no comércio chegaram a até 70%. A campanha, que nesta edição teve o tema "É pra acabar tudo", é uma realização da Acim e do Sivamar, com apoio do Simatec/Acomac, Prefeitura e Câmara Municipal de Maringá.

Durante a liquidação, o comércio funcionou em horário especial. No sábado as lojas abriram até 18 horas e no domingo, das 14 às 20 horas. Também no domingo os consumidores puderam participar de diversas atividades gratuitas.

Na praça Napoleão Moreira da Silva teve distribuição de pipoca e algodão doce, além de cama elástica e piscina de bolinhas para a criançada; o PAM realizou aferição de pressão arterial; houve exposição do Clube do Carro Antigo e a presença da Polícia Rodoviária Estadual. Na praça Raposo Tavares o destaque foram a Feira do Artesanato e Feira da Agroindústria Familiar. E o Sesc realizou atividades pedagógicas e recreativas para as crianças na praça Farroupilha.

A Feira do Artesanato e a Feira da Agroindústria Familiar atraíram muitos visitantes

YNBRAS
PATENTES & MARCAS
ASSESSORIA E CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRASIL & EXTERIOR
YNGÁ DO BRASIL PATENTES E MARCAS LTDA.
Fones: 3226-6590/3226-6990

Proteja o seu maior patrimônio...
A sua marca.
Só é dono quem registra.
ynbras@yahoo.com.br

TECNOLOGIA

A internet a favor do varejo

A cada ano crescem no Brasil o número de internautas e o uso da internet como meio de compras. Tendo em vista este fato, a rede mundial de computadores pode abrir inúmeras possibilidades ao lojista, seja de vendas diretas, seja de divulgação de sua empresa

Edilson Orlandini e a equipe do Derruba Preço: site nascido em Maringá

O varejo não pode "virar as costas" para a internet ou enxergá-la apenas como concorrente. Não é mais possível ignorar o crescimento vertiginoso que o e-commerce vem registrando no Brasil e muito menos a utilidade da rede mundial de computadores como poderosa ferramenta de marketing. Seja por meio de anúncios digitais, seja nas chamadas redes sociais ou mesmo nos sites de compras coletivas, novidade que se tornou febre entre os consumidores.

Os números respaldam esta tese. O Brasil ocupa hoje o oitavo lugar no ranking dos países com o maior número de usuários da internet. A informação é da pesquisa "Estado da Internet no Brasil", realizada pela comScore – empresa especializada em estatísticas do mundo digital - que apontou a existência de 40 milhões de internautas assíduos no país no final de 2010, um crescimento de 20% em relação a 2009, quando o número de usuários era de 33,3 milhões. O crescimento foi maior que a média global (8%) e superior à da América Latina (15%).

A pesquisa considera como "usuário" da internet pessoas de mais de 15 anos de idade, que acessam a rede em casa ou no trabalho, descartando os acessos em lan houses. Levando em conta o uso da rede em outros ambientes, o número de usuários brasileiros pode chegar a 77,3 milhões, segundo a pesquisa.

Em relação a gênero, homens e mulheres com idade entre 15 e 24 anos gastam o mesmo tempo online durante o mês (média de 28,5 horas). Mas, de acordo com a pesquisa, mulheres com idade entre 35 e 54 anos ficam mais tempo na internet do que os homens.

Compras coletivas

Diante destes números, não é de se estranhar que a cada dia surjam novidades na rede que acabam virando mania nacional. É o caso dos sites de compras coletivas, que, além de proporcionarem uma boa economia para o consumidor, podem ser muito interessantes para o empresário como ferramenta de marketing. Estes sites funcionam como intermediários, negociando com fornecedores a venda de algum produto ou serviço pelo menor preço possível. As ofertas são enviadas, via e-mail, a usuários cadastrados.

As promoções - com descontos que podem variar de 50% a 90% - ficam disponíveis por determinado período e só são válidas se um número mínimo de compradores for atingido. A cada transação concluída, o site fica com uma comissão sobre a venda, que pode variar de 20% a 50%. O usuário recebe um cupom para usar no estabelecimento dentro de um prazo determinado.

Segundo analistas do setor, o mercado global de ofertas diárias em sites de compras coletivas deverá movimentar US$ 7 bilhões em 2012. O Brasil, estima-se, poderá representar 5% desse mercado.

Entrar nesta nova onda da internet, tornando-se parceiro dos sites de compras coletivas, pode trazer boas vantagens para o empresário do comércio. Letícia Leite, diretora do site Peixe Urbano, pioneiro no país nas compras coletivas, enumera algumas. Segundo ela, os sites de compra coletiva são importantes ferramentas de divulgação e marketing, com grande resultado e em pouco tempo. "Além das ofertas serem enviadas via e-mail para os usuários cadastrados, também são divulgadas nas redes sociais, como o Facebook e Twiter", explica.

Outra vantagem, de acordo com a executiva, é a conquista e a fidelização de novos clientes que visitarão a loja para resgatar o cupom adquirido. "O propósito não é que a empresa lucre com a venda dos cupons, já que o desconto é grande e tem a comissão paga ao site. Mas, sim, fazer marketing sem mexer no bolso, já que o investimento será pago com a comissão das vendas realizadas".

De acordo com Letícia Leite, os cupons de desconto comercializados pelo Peixe Urbano em 2010 representaram economia de R$ 120 milhões aos usuários cadastrados. O site foi criado em janeiro de 2010, e a primeira oferta foi colocada na internet em março do mesmo ano. Hoje está presente em 45 cidades e tem 5 milhões de usuários. Em Maringá, o site começou a operar em dezembro de 2010.

Letícia Leite, do Peixe Urbano: sites são ferramentas de marketing

Prata da casa

"Os sites de compras coletivas são um meio de publicidade com custo inicial zero. E o retorno é direto, pois o resgate dos cupons adquiridos gera um grande volume de clientes dentro da empresa", coloca Edilson Orlandini, diretor do Derruba Preço, site de compras coletivas genuinamente maringaense.

Criado no final do ano passado por sócios locais, o Derruba Preço conta com cerca de 30 empresas parceiras. "Quisemos marcar nosso site como algo nascido em Maringá para afastar o receio que muitas pessoas têm de comprar pela internet. O consumidor, sabendo que o site é daqui, fica mais tranquilo, porque pode nos contatar em caso de problema", pondera.

Para ele, além da questão do marketing, o volume de vendas proporcionado pelos sites de compras coletivas também compensa para o comerciante. "Em 16 dias úteis depois do encerramento da oferta, a empresa parceira recebe do site todo o valor do que é vendido, descontada nossa comissão. E o cupom tem um prazo mais longo para ser desfrutado pelo comprador. Com isso, o giro financeiro é rápido", explica Orlandini.

Para as empresas que desejam entrar no mundo das compras coletivas, o Derruba Preço dá uma espécie de treinamento. "O parceiro ganha, por meio de senha, acesso a um ambiente administrativo, onde pode controlar o movimento das vendas de cupons de sua empresa", coloca Edilson Orlandini, explicando que no caso de produtos como calçados e roupas, o site costuma trabalhar com vales-compra.

Porta para a internet

Os sites de compras coletivas podem ser a porta de entrada para os pequenos empresários no mundo de possibilidades da internet. Mas, Letícia Leite, do Peixe Urbano, alerta que estes sites não devem ser encarados como lojas de e-

TECNOLOGIA

commerce. “São ferramentas de marketing, não uma forma de venda. Porém, os sites não deixam de ser uma maneira de o pequeno empresário começar a vender pela internet. E com garantia, já que o pagamento das compras é feito pelo site, que possui todo o sistema e ferramentas de recebimento do usuário”, observa a executiva.

Para ingressar neste meio, a empresa precisa cumprir alguns requisitos, como qualidade do produto ou serviço ofertado, credibilidade, estrutura de atendimento, estoque, potencial de crescimento e de atender o aumento de demanda que será provocado com a divulgação da oferta.

Segundo Letícia Leite, no início o foco do Peixe Urbano eram as empresas de serviços, principalmente nas áreas de gastronomia, estética e academias de ginástica. “Mas, aos poucos, outros segmentos do comércio estão sendo incorporados”, afirma, revelando informação interessante sobre o perfil do consumidor dos sites de compras coletivas: 70% são mulheres.

Bons resultados

André Matsumoto, sócio-proprietário da Brasil Cacau – loja especializada em chocolates que fica no centro de Maringá – investiu pela primeira vez nos sites de compra coletiva e ficou satisfeito com o resultado. Segundo ele, é um tipo de mídia muito interessante pelo número de pessoas que atrai para a loja.

“Vendemos 2.300 fondues de frutas com chocolate depois que disponibilizamos a oferta no Peixe Urbano. O interessante é que quem compra o cupom tem que vir até a loja para buscar o produto e acaba nos conhecendo. Então, é possível medir o retorno da mídia”, avalia o comerciante. Matsumoto aponta outra vantagem, além da publicidade. “Quem vem trocar o cupom, sempre acaba comprando algo mais”, explica, acrescentando que a loja já está formatando outro tipo de promoção para anunciar, em breve, no site de compras coletivas.

Outra comerciante que se diz satisfeita com os resultados dos sites de compras coletivas é Cristina Stump, da Bay Shore. Ela já fez duas ações, uma no ano passado e outra recentemente, desta vez no site Derruba Preço. Na primeira vez, a loja ofereceu vales-compra de R$ 100 por R$ 39,90. Na segunda, o usuário do Derruba Preço podia adquirir um cupom por R$ 19,90 que dava direito a um desconto de 50% nos produtos da loja.

“Este tipo de mídia traz realmente o cliente para dentro da loja. Mas é investimento em publicidade, não pode ser considerado como venda, já que o desconto é muito generoso e tem a comissão do site”, explica a empresária, acrescentando que a vantagem é que o pagamento desta comissão vem da própria venda dos produtos, ou seja, não é preciso mexer no caixa.

Cristina dá um exemplo do poder de divulgação que este tipo de promoção tem. “O primeiro cliente que comprou gostou tanto, que colocou no Facebook e divulgou para os amigos”, conta. Mas Cristina alerta: cabe ao lojista dar atendimento de qualidade para fidelizar este novo cliente que virá à loja em função da oferta. “O que não pode é vender gato por lebre, é preciso garantir a qualidade do que está sendo oferecido”, diz, acrescentando: “A internet veio pra ficar e não podemos ignorar este fato.”

Matsumoto, da Brasil Cacau, prepara nova promoção para a internet

Cristina Stump, da Bay Shore: duas ofertas em sites de compras coletivas

Compras sem sair de casa

João Paulo e Valéria usam a internet com frequência para fazer compras

O casal João Paulo Silva Junior e Valéria Codato Silva é usuário assíduo da internet na hora de fazer compras. Ele costuma acessar lojas de comércio eletrônico tanto para comprar como para pesquisar preços. Valéria é adepta dos sites de compras coletivas.

João Paulo começou a comprar na rede há cerca de cinco anos. Já adquiriu vários tipos de produtos. “Inclusive comprei um violão e um notebook para meu filho que mora nos Estados Unidos. Comprei sentado em minha sala, no Brasil, e ele recebeu dias depois na casa dele”, conta, demonstrando um dos motivos pelos quais as lojas eletrônicas caíram no gosto do consumidor.

Ele aponta uma vantagem das compras pela internet: comodidade de visitar diversas lojas em um minuto, usando sites especializados. “Além disso, dá para aproveitar a experiência de outros consumidores. Procuro pesquisar sobre o produto que me interessa em blogs de consumidores”, explica.

Valéria iniciou-se nos sites de compras coletivas há cerca de três meses. “Sou cadastrada em três ou quatro deles. A única desvantagem é que alguns enviam por e-mail mesmo as promoções que não contemplam Maringá. O resultado é que diariamente minha caixa de entrada fica cheia desse tipo de comunicados. Mas tem promoções excelentes”, coloca.

Mesmo tendo tido um problema com a primeira compra – que acabou solucionado pelo site - Valéria resolveu tentar novamente. Ela conta que recentemente adquiriu um cupom de mensalidades de uma academia por um preço bem compensador. “Confesso que fiquei um pouco desconfiada porque o valor era muito bom. Fui até a academia para me certificar da promoção e também para conhecer os serviços antes de comprá-los. Tudo deu certo”, conta.

Comércio eletrônico

- 25,4 milhões de brasileiros acessaram sites de lojas de varejo em 2010
- 68,7% dos usuários passaram cerca de 1h20 minutos em sites de e-commerce
- R$ 10,6 bilhões foi o faturamento do comércio eletrônico do país em 2009; 30% a mais que em 2008
- R$ 15 bilhões é o faturamento estimado para 2010 (levantamento ainda não foi fechado)
- No Paraná, 33,33% dos empresários do comércio usam a internet como meio para compras e 30,49% usam para vendas

Fonte: *Instituto Ibope Nielsen, e-bit e Fecomércio-PR*

CAPACITAÇÃO

Senac faz processo seletivo de instrutores

O Senac-PR realizou, no mês passado, processo seletivo de instrutores nas unidades de todo o estado. O presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, acompanhou as provas do Senac Maringá, onde 75 candidatos inscreveram-se para as áreas de beleza, comércio, comunicação, gestão, hospitalidade/gastronomia, informática e saúde. Quarenta e sete inscritos compareceram para realizar as provas.

Leal, que é também Conselheiro Regional do Senac, lembra que o órgão é referência em formação de mão de obra para o comércio. Para ele, a participação no Conselho Regional é muito importante, pois é um meio de levar as demandas regionais, opinar e trabalhar em busca de soluções na área.

"O treinamento de pessoal é justamente uma das grandes dificuldades que o lojista enfrenta hoje. A contratação de instrutores qualificados demonstra a preocupação do Senac com o ensino de qualidade e o comprometimento com a profissionalização da atividade comercial", explica Amauri Donadon Leal.

ATUALIZAÇÃO

Palestra debaterá tendências do consumo

O Sivamar está apoiando a realização da palestra "Tendências do Consumo no Brasil e no seu Negócio", que apontará como o empresário pode se beneficiar com o crescimento da demanda por produtos e serviços. O evento, que acontece este mês, é promovido pela Prefeitura de Maringá e pelo Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá), com apoio de diversas entidades.

O palestrante será o consultor Glaucio Neves Fernandez, diretor da Macroplan Prospectiva, Estratégia & Gestão, do Rio de Janeiro. Fernandez já gerenciou e participou em mais de 30 projetos de consultoria em organizações públicas e privadas de grande porte, nas áreas de análise prospectiva, planejamento estratégico, implantação e gestão estratégica da inovação.

A palestra será no dia 15 de março, às 19h30 no Teatro Marista. No dia 16 haverá uma mesa-redonda entre empresários e o palestrante. As vagas para os dois eventos são limitadas.

Segundo Fernandez – que é engenheiro de produção, com pós-graduação em Gerência de Projetos (FGV-RJ) e MBA Executivo (Coppead/UFRJ) - inúmeros aspectos podem ter impacto positivo para os negócios em vários setores da economia, como o crescimento do consumo entre crianças e adolescentes, e o alto índice de brasileiros da classe C e D com computadores e acesso à internet.

"Essa realidade pode ter um impacto muito positivo nos negócios em vários setores, desde que o empresário ou executivo tenha acesso a essas informações e saiba como usá-las. Como empresário e empreendedor, independente do tamanho do seu negócio, você luta para sobreviver e crescer. Portanto, precisa estar antenado nas tendências de mercado e principalmente do consumidor", destaca o consultor.

Associados podem retirar seus convites no Sivamar. Informações pelo telefone 3026-4444.

Segurança é preocupação crescente

A falta de segurança é uma preocupação que vem crescendo entre os comerciantes de bens, serviços e turismo do Paraná. O fato foi constatado em pesquisa de opinião realizada Fecomércio-PR, que foi apresentada para a diretoria do Sivamar pelo presidente do sindicato, Amauri Donadon Leal.

O item segurança apresentou expressivo crescimento nas últimas quatro pesquisas realizadas pela Federação. No segundo semestre de 2009, a questão preocupava apenas 4,44% dos comerciantes. Este percentual passou para 8,59% no primeiro semestre de 2010 e chegou a 17,48% no final do ano passado.

"O alto índice de roubos contra estabelecimentos comerciais preocupa os empresários e o Sivamar quer apoiar o trabalho das autoridades de segurança para reduzir estas ocorrências na cidade", coloca Amauri Leal.

Internet

Na pesquisa realizada pela Fecomércio, os comerciantes também falaram sobre as perspectivas para este ano e avaliaram 2010. 79,6% dos entrevistados afirmaram ter expectativa de crescimento das vendas para o primeiro semestre de 2011 em relação a igual período de 2010.

A pesquisa apontou, ainda, a internet como grande fonte de vendas para o comércio. Para um terço dos empreendedores do setor (33,33%) a rede mundial de computadores foi o meio utilizado pela empresa para compras. Outros 30,49% a usam para vendas.

A pesquisa de opinião foi realizada com 298 empresas em 68 cidades paranaenses de todas as regiões do Paraná. O retorno efetivo do material fornece, sob a ótica estatística, uma representatividade da amostra de 90% de confiabilidade à sondagem para uma margem de erro pré-estipulada em 7%.

Cosmet 10 Anos
CONSULTORIA E SERVIÇOS EM MEDICINA E ENFERMAGEM 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 SALAS 1 E 2 - MARINGÁ - PR
COSMET@COSMET.COM.BR - WWW.COSMET.COM.BR
FONE (44) 3029-3055

Av. Brasil, 3434
Fone 44 3033-8000
Maringá
Paraná
Shopping Center Brasil
A sua família merece!

DISPOSITIVOS DE SEGURANÇA

Uma proteção a mais para a loja

Nesta edição, o Jornal Sivamar reproduz a segunda e última parte das orientações contidas na cartilha da Polícia Militar do Paraná sobre como evitar delitos no comércio. O material foi produzido com base em pesquisa realizada em 101 estabelecimentos de Curitiba com maior incidência de furtos e roubos

Câmeras de vigilância são boas alternativas de segurança, mas é preciso cuidado com a manutenção

Todo o investimento em sistemas de segurança, principalmente quando envolvem novas tecnologias, é importante. Mas é preciso observar alguns critérios para que esses dispositivos cumpram o papel de proteger a loja.

O sistema de contenção (grades, portas antifurto e outros) deve fornecer o mesmo nível de proteção em todos os acessos do prédio (portas e janelas). Se há um pavimento superior ou inferior no imóvel que, mesmo não integrando a área de vendas, permite que se tenha acesso a ela, deve ter o mesmo nível de segurança do ambiente da loja, sob pena de se tornar um ponto vulnerável.

A manutenção dos sistemas de segurança instalados é tão importante quanto a sua aquisição ou instalação. A maioria dos sistemas de segurança verificados pela Polícia Militar em pesquisas com vítimas de roubos apresentava falhas de manutenção.

É sempre bom evitar que todas as câmeras de segurança instaladas sejam facilmente avistadas por quem está na loja, para o caso de uma tentativa de eliminação das mesmas pelo ladrão. O acesso ao sistema de gravação deve ser dificultado e este deve ficar, sempre que possível, oculto. Muitos ladrões levam consigo a fita ou mídia de gravação do delito.

A central de controle das imagens deve ficar à vista da pessoa responsável e não dos demais freqüentadores da loja. Alguém que esteja estudando o ambiente para praticar um delito pode procurar verificar, através da central de controle, quais os pontos ou ambientes que não são cobertos pela câmera para facilitar sua ação.

Cuidado com o alarme!

Os alarmes costumam ser um dispositivo eficiente de proteção. Porém, eles apresentam um problema: o acionamento acidental repetitivo. Isto gera, com o passar do tempo, um descrédito da vizinhança e até mesmo do lojista, que pode começar a encarar cada disparo como sendo acidental.

Para evitar esta situação, a constante verificação do funcionamento do alarme é fundamental. Quando mal conservado, o equipamento pode tanto gerar um número maior de acionamentos acidentais (por pane no sistema) como também não funcionar quando realmente necessário.

Se o estabelecimento possui alarme e não tem presença de vigilantes quando está fechado, é importante, se possível, que algum vizinho próximo seja alertado para comunicar acionamentos ao lojista. Muitos ladrões, após acionarem o alarme numa tentativa de invasão, permanecem nas proximidades avaliando qual é o nível de resposta. Se nada acontecer, certamente retornarão.

Vale uma recomendação final: jamais tenha armas no estabelecimento comercial. Elas aumentam o perigo, por induzirem seus proprietários a reagir a assaltos, o que, na maioria dos casos, resulta em ferimento ou morte do portador da arma.

TIRE SUAS DÚVIDAS

Remuneração do trabalhador

1) O que se entende por abono de férias? Qual o prazo para se requerer o abono? Este abono se integra ao salário?

É quando o empregado opta em converter 1/3 das férias a que tiver direito, em abono pecuniário, na remuneração que lhe for devida no período correspondente. O empregado deve requerer o abono de férias em até quinze dias antes do término do período aquisitivo de suas férias, de modo que o empregador se prepare para o pagamento requerido. Não se integra o abono ao salário, desde que não exceda de vinte dias de salário, visto que a lei é expressa nesse sentido para efeitos da legislação do trabalho e da previdência social.

2) Como são concedidas as férias ao empregado? E como este fica sabendo da época da concessão de suas férias?

As férias devem ser concedidas em um só período, a não ser em casos excepcionais que as férias serão concedidas em dois períodos, um dos quais não poderá ser inferior a dez dias. Ressalta-se que aos menores de dezoito e maiores de cinqüenta anos de idade, as férias devem ser concedidas sempre de uma só vez. O empregador está obrigado a comunicar ao empregado, por escrito, com antecedência de dez dias, a época de concessão das férias.

3) O que é aviso prévio? Qual a finalidade do aviso prévio?

Aviso prévio é uma expressão que tem três acepções: a) é a comunicação antecipada, feita pelo empregador ao empregado, ou vice-versa, no caso de contrato de trabalho por tempo indeterminado, destinada a informar à parte avisada que o contrato de trabalho será rescindido; b) é o prazo remanescente da relação de emprego a ser observado pelas partes até o término de sua duração; c) é o valor pago, em alguns casos, quando o prazo remanescente não é cumprido. Para o empregado, o aviso prévio tem o propósito de conceder-lhe tempo para procurar e encontrar novo posto de trabalho, pelo conhecimento antecipado de que seu contrato de trabalho atual está prestes a ser rescindido, evitando, assim ser despedido de surpresa; para o empregador, destina-se a providenciar a contratação de substituto.

4) Um empregado que faz o mesmo serviço que o outro deve ganhar o mesmo salário? Por quê?

Sim. Se os dois trabalharem no mesmo lugar, para o mesmo empregador, com diferença de tempo de serviço menor que dois anos, sendo o trabalho de igual valor, deverão receber o mesmo salário. Este é o princípio da equiparação salarial e é muito fácil de compreender. Se eu trabalho da mesma forma que meu companheiro, por que devo ganhar mais do que ele? Só se estiver há mais de dois anos trabalhando na empresa, porque daí ganhará pela antiguidade.

Quais as sanções aplicáveis no caso de não recolhimento da contribuição sindical?

Os infratores estarão sujeitos a multas, aplicadas pelas Delegacias Regionais do Trabalho, além de sanções criminais, quando cabíveis. Os profissionais liberais poderão ter suspensa a licença para o exercício profissional até a quitação dos débitos. A prova de quitação da contribuição sindical, é documento imprescindível para a participação em concorrências públicas ou administrativas e para o fornecimento às repartições paraestatais ou autárquicas.

SERVIÇOS

Case Empresarial

A Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios realizou, no mês passado, no auditório Darci Piana, do Sivamar, a palestra "Case Empresarial". A empresária Viviane Araújo, do blog Plano Feminino, e a presidente da Câmara, Raquel Almeida Costa, apresentaram seus cases e em seguida foi servido um jantar. Quinze empresárias participaram do evento, que contou com apoio da Fecomércio-PR, Sivamar, Simatec e Sincofarma.

NOVOS SÓCIOS

Bionutri - Rua Castro Alves, 618 - Zona 06 - Maringá-PR
Osmahy Confecções - Avenida Montreal, 726 - Jardim Panorama - Sarandi-PR
Via Uno - Avenida Sao Paulo, 400 - Zona 01 - Maringá-PR
Caverna do Dino - Rua Santos Dumont, 2502 - Zona 01 - Maringá-PR
De Luxe Pet - Avenida Mandacaru, 277 - Sala 104 e 105 Mand. Boulevar - Vila Santa Izabel - Maringá-PR
Refrigeração Alvorada - Avenida Morangueira, 2385 - A - Vila Morangueira - Maringá-PR
Dankari - Avenida Tiradentes, 804 - Zona 01 - Maringá-PR
Açougue e Mercearia Confiança - Avenida Sao Judas Tadeu, 1466 - J. Vitória - Maringá-PR
Padaria Pão de Ouro - Avenida 19 de Dezembro, 514 - Zona 07 - Maringá-PR
Mercadinho do Alemão - Avenida Mário Clappier Urbinatti, 601 - Zona 07 - Maringá-PR
Poupa Norte - Rua Pastor Anísio Francisco da Silva, 369 - Jardim Alvorada - 1ª Parte - Maringá-PR

SIVAMAR
SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

Pacote de benefícios sivamar

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

• 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.

• 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.

• 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. Confra no sindicato os nomes e endereços dos escritórios conveniados.

• plano MICROFINANÇAS

O plano oferece ao associado Sivamar uma série de produtos e serviços do Sicoob Metropolitano, com taxas e condições diferenciadas. Há também produtos diferenciados para pessoa física, como taxa de juros do cheque especial e linhas de crédito pessoal.

• plano PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR

Você sabia que o Sivamar oferece um plano de previdência aos seus associados? O plano de previdência Fecomércio/FPA é extensivo aos familiares e também pode ser contratado para os colaboradores da empresa. Além de garantir uma aposentadoria mais tranqüila, o associado pode deduzir do Imposto de Renda o valor das contribuições mensais para o plano.

• convênios MÉDICOS

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

Para saber mais sobre os benefícios que o Sivamar oferece aos seus associados ligue: **(44) 3026-4444**