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

No Editorial o presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, fala sobre a importância do lojista ouvir as queixas do consumidor e tentar, da melhor maneira possível, resolver o problema.

Pág 2

No Artigo, o reitor da UEM, Julio Santiago Prates Filho ressalta a importância da universidade para o desenvolvimento regional, em especial o comércio.

Pág 2

As sociedades empresariais e o comércio

As parcerias societárias estão presentes na maior parte das empresas do varejo. E 90% delas são sociedades familiares. Grandes grupos do setor nasceram e prosperaram com o estabelecimento de sociedades. Mas qual o segredo para ter sucesso na relação com o sócio? O Jornal Sivamar ouviu especialista no assunto e lojistas que vivem o cotidiano de uma sociedade empresarial. Os quesitos lembrados por todos como mais importantes são a confiança e o respeito mútuo.

Pág 4

Varejo Mais no Sivamar

Será lançada, no dia 13 de abril, às 19h30, no Sivamar, a edição 2011 do projeto Varejo Mais, desenvolvido em parceria pelo Sebrae-PR e pela Fecomércio-PR. Os associados do sindicato terão preços subsidiados para participar do projeto, que já atendeu 950 micro e pequenas empresas em mais de 13 cidades da região Noroeste nos últimos cinco anos. Ao todo, foram mais de 7.800 horas de consultoria prestada às empresas e cerca de 6 mil pessoas foram capacitadas em palestras e treinamentos.

Pág 6

Só preço não resolve

Em pesquisa nacional realizada recentemente, 48% das pessoas entrevistadas disseram que a qualidade do atendimento é mais importante quando se fala em respeito ao consumidor. A surpresa foi o quesito "preço dos produtos", citado como fundamental por apenas 22% dos entrevistados.

Pág 7

17 mil atendimentos na praça

Este foi o número registrado na sexta edição do evento comemorativo ao Dia do Consumidor, realizado no dia 12 de março pelo Sivamar e o Sistema Fecomércio-PR, com apoio de diversos parceiros. Só no espaço do Senac foram realizados 235 cortes de cabelo. No estande do Sesc, 680 pessoas receberam orientação na área de saúde bucal e 500 crianças participaram da recreação. A Agência do Trabalhador recebeu 117 pedidos de emissão de Carteira Profissional, a maioria de jovens à procura do primeiro emprego.

Pág 3

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

Empresárias homenageadas

Olívia foi indicada pela Câmara da Mulher Empreendedora de Maringá

A maringaense Olívia Shizuka Abe, proprietária da Antiguidades Santa Mônica, foi uma das homenageadas do 4º encontro da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios (CMEG), promovido pela Fecomércio-PR no dia 25 de março, em Curitiba. O evento, que comemorou o Dia Internacional da Mulher, reuniu 1.200 empresárias de todo o estado, além de autoridades.

Pág 6

EDITORIAL

Você ouve as queixas do seu cliente?

Em muitas situações, o empresário do comércio encara os direitos do consumidor como um empecilho às suas atividades cotidianas. Mas, se analisarmos com mais profundidade, veremos que o Código de Defesa do Consumidor apresenta uma série de oportunidades de melhora e aperfeiçoamento da atividade comercial. Afinal, o consumidor é o objetivo final de todo o trabalho desenvolvido pelo comércio.

Porém, para se ter este olhar diferenciado sobre os direitos do consumidor é preciso haver mudanças no comportamento das pessoas dentro das empresas do comércio. Será que nós, comerciantes, e nossos colaboradores estamos preparados para ouvir o consumidor em suas queixas? A realidade mostra que nem sempre.

Em reunião no Sivamar, o coordenador do Procon Maringá, Dorival Dias, fez um alerta importante: ao receber uma reclamação do consumidor, o órgão entra em contato com a empresa e, em muitos casos, é atendido por funcionários mal treinados e que não dão muita atenção ao caso. Não raras vezes, a questão acaba totalmente esquecida, porque o comerciante sequer fica sabendo do ocorrido. Esta atitude acaba gerando uma situação de conflito e o caminho para a solução, certamente, será o judicial.

Uma pesquisa realizada pela Shopper Experience apontou que 48% dos entrevistados consideram a qualidade do atendimento o que mais importa quando se fala em respeito ao consumidor. Mas, de que adianta qualificar os colaboradores para que prestem bom atendimento se, no pós-venda, eles não estão preparados para ouvir o consumidor e resolver o seu problema?

Esta atitude só traz prejuízo para a empresa. Por isso, o treinamento da equipe é essencial. Cativar e encantar o cliente vai além de proporcionar a ele uma experiência agradável de compra. Inclui também ouvi-lo e tentar resolver seu problema depois da venda efetivada.

Agindo assim, além de evitar conflitos na justiça, o lojista certamente cativará seu cliente. E é sempre bom lembrar esta máxima que todo comerciante conhece: quem é bem atendido, fala para uma ou duas pessoas; mas, quem é mal atendido, fala para dez.

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

ARTIGO

A UEM e o comércio de Maringá

Julio Santiago Prates Filho é reitor da Universidade Estadual de Maringá (UEM)

A Universidade Estadual de Maringá é um patrimônio científico e cultural da região noroeste do Paraná. Patrimônio construído a partir da concepção de uma instituição que levasse o desenvolvimento ao interior paranaense, ao lado de outras universidades estaduais surgidas à época, no início da década de 1970.

Mais de 40 anos depois, é possível perceber que isso se concretizou. A UEM é reconhecida em nível nacional, conforme critérios estabelecidos pelo Índice Geral de Cursos do Ministério da Educação, que a coloca entre as melhores instituições de ensino superior do país. Seguindo a atuação do tripé ensino, pesquisa e extensão e, mais recentemente, o da inovação tecnológica, a UEM tem alavancado a economia da região, por meio da transferência de conhecimento, que tem gerado emprego e renda nos municípios onde estão situados os sete campi universitários.

Não restam dúvidas que neste processo de desenvolvimento a cidade de Maringá foi uma das mais beneficiadas. Na área do ensino, a Universidade, com seus 72 cursos de graduação, presenciais e a distância, tem levado mão-de-obra qualificada para a indústria, os serviços e o comércio.

Quanto à pesquisa, os exemplos também são muitos, com reflexos na produção de riqueza. Ao obterem recursos de agentes financiadores para desenvolverem seus trabalhos, os pesquisadores estão impulsionando o comércio local, pois o fluxo de dinheiro proporcionado pela realização da pesquisa científica movimenta a demanda e a oferta de produtos na área comercial.

Na extensão, ao estabelecer parcerias com diferentes empresas, também ajuda a impulsionar as atividades comerciais. E a inovação tecnológica fecha este ciclo virtuoso, na medida em que a UEM firma acordos de cooperação com o setor produtivo, com atuação em diversos setores, entre eles o farmacêutico e o de alimentos.

A folha salarial da UEM, gerada a partir da remuneração obtida pelos milhares de servidores, centenas de bolsistas atuantes na instituição e a mobilização de alunos de graduação e de pós-graduação, também eleva a movimentação no comércio maringaense. É assim que a UEM funciona como alavanca para o desenvolvimento e contribui, de forma consistente, para o processo de inclusão social, na medida em que democratiza o acesso ao consumo e a bens culturais oferecidos pelo setor comercial.

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° 118 - Abril/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.

DIA DO CONSUMIDOR

Uma grande festa para brindar o cliente

Pelo sexto ano consecutivo, Sivamar, Sistema Fecomércio-PR e parceiros promoveram evento para comemorar o Dia do Consumidor em Maringá. O grande comparecimento do público confirmou, mais uma vez, o sucesso da iniciativa

Durante o evento foram realizados 17 mil atendimentos nas 17 barracas instaladas na praça

Milhares de pessoas passaram pela Praça Raposo Tavares, em Maringá, no dia 12 de março, para participar do evento comemorativo ao Dia do Consumidor, promovido pelo Sivamar, Sistema Fecomércio-PR e parceiros. O dia de sol e calor estimulou a participação do público, que pôde desfrutar de uma série de serviços gratuitos nas áreas jurídica, de saúde, lazer e meio ambiente.

Foram realizados 17 mil atendimentos durante o evento nos 17 estandes instalados na praça. Só no espaço do Senac foram realizados 235 cortes de cabelo. No estande do Sesc, 680 pessoas receberam orientação na área de saúde bucal e 500 crianças participaram da recreação.

O presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, e diversos diretores da entidade compareceram ao evento. "Com esta iniciativa, o Sivamar, como representante do comércio, presta uma homenagem em reconhecimento à importância do papel do consumidor nas relações comerciais. É uma forma de mostrar que o lojista valoriza o seu cliente", explicou.

Nesta sexta edição alguns serviços chamaram a atenção da comunidade. Um deles foi a emissão de Carteira Profissional pela Agência do Trabalhador, que totalizou 117 solicitações. Muitas pessoas, a maioria jovens entre 16 e 18 anos, aproveitaram o evento para tirar o documento.

Outro estande muito visitado foi o da loja Caverna do Dino, que ofereceu ao público um tipo de avaliação muito importante para as crianças: o diagnóstico da pisada infantil, que pode detectar precocemente e evitar desvios posturais. O exame foi oferecido pela Clínica Salgado de Fisioterapia.

No estande da loja foram realizadas também orientações sobre nutrição da gestante e da criança, pelos alunos da PUC Paraná, e sobre vacinas, pela equipe da Casa da Vacina. Os sócios da Caverna do Dino, Rogério Carneiro e Emerson Germani, elogiaram o evento e a iniciativa do Sivamar de homenagear o consumidor todos os anos.

Variedade de serviços

Nos outros estandes o movimento também foi grande. O Cesumar ofereceu atendimento fonoaudiológico e audiológico, orientações sobre amamentação, exame de glicemia capilar, massagem e atividades artísticas para crianças; orientações sobre Direito do Consumidor foram oferecidas pelo Procon; a OAB-PR ofereceu consultoria jurídica; o Sincotábil orientou o público sobre a Declaração de Imposto de Renda e o Sincomar, sobre Direito Trabalhista; a Copel falou sobre o consumo consciente de energia; o Hemocentro de Maringá realizou coleta de sangue e cadastro para doação de medula óssea; no estande da Santa Casa foram realizados exames de verificação de pressão arterial, de glicose e de prevenção de doenças renais, além de avaliação por meio de balança para índice de peso/altura; o Sesc-Maringá realizou trabalho de prevenção para saúde bucal e recreação para a garotada; a Secretaria Municipal de Saúde fez um trabalho sobre prevenção da dengue, do alcoolismo e do uso de drogas; a Secretaria Municipal de Meio Ambiente realizou uma exposição ambiental, com informações sobre destinação de resíduos sólidos urbanos e arborização urbana; a Sanepar realizou cadastro para tarifa social e atividades de educação ambiental; e o Senac-Maringá trouxe para a praça alunos da Escola de Cabeleireiros.

O evento comemorativo ao Dia do Consumidor teve apoio do Procon, Acim, Polícia Militar, RPC TV Cultura, Secretaria da Cultura, Prefeitura Municipal de Maringá, Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá e GVT. Patrocinadores: O Diário, Rádio Cultura AM, Grupo Maringá de Comunicação, Sicoob Metropolitano, Lojas Alvorada, Brastaub, Dias Bike, Loriju, Sebrae, Loja Oba Oba, Principal Calçados, Shopping CIC HM, Cobra D'Agua, Karina Móveis, Supermercado Camilo, Consórcio Triângulo e Rede Bom Dia.

MOMENTOS

Equipe do Procon-Maringá

Equipe do Sincontábil

Estande da OAB-Maringá

Estande do Sincomar

Estande do Sesc Maringá

Estande do Senac

SOCIEDADES EMPRESARIAIS

O que é preciso para ter sucesso com o sócio

As recomendações dos especialistas são muitas, mas todos concordam que a base de uma sociedade bem-sucedida é o respeito mútuo. Nas sociedades familiares, saber separar as questões da empresa dos assuntos pessoais também é fator essencial para tudo correr bem nos negócios

As parcerias societárias são característica predominante nas empresas do varejo; grande maioria é formada por sociedades familiares

Não é por acaso que muitos comparam a sociedade empresarial ao casamento. Antes de constituí-la, é preciso avaliar bem a decisão. A relação que se estabelece só será duradoura se for harmoniosa. A exemplo do que ocorre com os cônjuges, para conviverem bem os sócios precisam ter confiança mútua, afinidade, alinhamento de valores éticos e pessoais, além de objetivos minimamente coincidentes.

Sem isso, a sociedade pode caminhar para uma separação tão litigiosa quanto muitos divórcios. Como nenhum dos requisitos necessários para o sucesso da parceria irá constar em contrato social, escolher com cuidado a pessoa para dividir uma sociedade é fundamental.

Quando se trata de casamento, existe um ditado popular que diz que "os opostos se atraem". Nas sociedades pode-se aplicar o mesmo princípio. Apesar de compartilharem princípios, objetivos e afinidades, é desejável que os sócios tenham perfis diferentes, para que as habilidades e aptidões de um complementem aquilo que o outro não tem, e vice-versa. Desta forma, se tem uma soma de qualidades que conta muitos pontos para o êxito da empresa.

Para o consultor da Regional Noroeste do Sebrae-PR Marcelo Wolff, esta complementaridade de perfis ajuda no andamento dos negócios. "Um sócio pode ser o gestor administrativo-financeiro da empresa, tratando das questões de administração, relação com os colaboradores. O outro se encarrega da relação com clientes, fornecedores, estratégias de vendas e marketing. Isto dará dinamismo ao negócio", coloca.

Confiança

Mas, Wolff ressalta, a base do sucesso das sociedades duradouras está na relação de confiança e respeito que se estabelece entre os sócios. "Sejam parentes ou não, isso é fundamental. Depois, vêm a gestão, que deve ser profissional, dedicação de ambos os sócios, planejamento e trabalho árduo, pois sabemos que os negócios são complexos e necessitam de pessoas com bom preparo para administrá-los", explica.

Wolff lembra que várias sociedades se desfazem por falta de preparo dos sócios no processo de gestão e administração das empresas. "O principal vilão nas dissoluções das sociedades costuma ser a questão financeira. Quando a relação de confiança se abala, este quesito é logo visível e ameaça fortemente a permanência da sociedade no mercado", coloca o consultor.

Marcelo Wolff, do Sebrae: confiança e respeito entre os sócios são a base de tudo

Uma questão essencial para evitar dúvidas e conflitos, aconselham os especialistas, é definir as expectativas e quais as atribuições e responsabilidades de cada um dentro da sociedade. Esta atitude mantém a saúde do relacionamento, fator que fortalece o elo entre os sócios.

Rogério e Emerson encontraram na sociedade uma forma de abrir o próprio negócio

Até porque o estabelecimento das cotas sociais - participação de cada parte nos lucros e resultados – depende, além do valor investido na sociedade, da função e atribuição de cada um dentro da empresa. A definição do pró-labore também segue a mesma lógica.

Em família

No varejo, as empresas societárias são uma característica tão dominante quanto antiga. As parcerias societárias têm garantido não só o surgimento como também a expansão de muitas empresas do comércio. E estas parcerias têm uma peculiariade: estima-se que nove em cada grupo de dez empresas do setor sejam sociedades familiares.

"Por questões culturais e de tradição do passado recente, a maioria das sociedades no comércio varejista é composta por pessoas da mesma família, ou seja, expressam alto grau de parentesco. Basta fazer uma visita ao comércio para confirmar estas informações", coloca Marcelo Wolff, do Sebrae.

As sociedades familiares, lembra Wolff, têm uma complexidade que deve ser considerada para que seja duradoura. "Muitas vezes as pessoas convivem bem na família, mas nos negócios a relação não é tão harmônica." Ele cita outro fator de complexidade neste tipo de parceria, que é o chamado conflito de gerações. Os mais jovens costuma chegar com ideias inovadoras, nem sempre bem recebidas pelos mais velhos e aí se instalam os conflitos.

O consultor ressalta que outro fator importantíssimo na sociedade familiar é saber separar a empresa da pessoa do sócio. "A confusão é comum, principalmente nas pequenas empresas. Em relação às retiradas pelos sócios, é necessário estabelecer um percentual fixo sobre o faturamento. É importante avaliar o valor que a empresa suporta, pois é comum os sócios fazerem retiradas acima do que o fluxo de caixa dela permite", coloca.

No lugar do outro

Os cunhados Rogério Lourenço Carneiro e Emerson Germani vivem o cotidiano de uma sociedade desde o início do ano. Em janeiro, os dois começaram a operar, em Maringá, a franquia Caverna do Dino – especializada em roupas e artigos infantis - e, desde então, dividem uma sociedade que vem dando certo.

A ideia da parceria nasceu há dez anos, quando os dois estavam desempregados e decidiram abrir um negócio juntos. "Mas, acabamos arranjando emprego e adiamos os planos", explica Emerson, que é casado com Marcela, irmã de Rogério.

Depois de cada um ficar uma década no emprego, surgiu a oportunidade. "Buscávamos novos rumos profissionais e passamos a pesquisar alguns se-

SOCIEDADES EMPRESARIAIS

tores para empreender. Conhecemos a franquia, nos interessamos e formamos a sociedade", explica Rogério Carneiro.

Segundo Emerson Germani, para uma sociedade dar certo, tudo tem de ser muito bem conversado e tratado antes. "O respeito é essencial. Nós nos respeitamos muito, falamos a mesma língua, não entramos em contradição com a equipe. Quando ainda não há consenso em determinado tema, a gente adia a decisão até amadurecer as ideias e chegar a um denominador comum", explicam.

Germani completa: "Diariamente passamos por situações em que as opiniões divergem. Conversando, a gente chega a um consenso. O ideal é sempre se colocar no lugar do outro para saber como ele se sentiria ou agiria em determinada situação."

O casal Clineu e Ogizeli estabeleceu funções específicas de cada um na sociedade

Funções bem definidas

Heloize Helena Rovina e Vitor Hugo Marques são casados há 12 anos e dividem sociedade nos negócios desde a época em que namoravam. Também há 12 anos o casal é proprietário da Shooter, loja que trabalha com moda feminina. Na época de namoro, eles já tiveram uma confecção de roupas masculinas, que passou a fabricar também peças femininas e depois, juntos, migraram para o varejo.

Se numa sociedade a boa relação entre as partes deve ser cultivada com afinco, no caso de marido e mulher os cuidados devem ser ainda maiores. "Se eu disser que é uma relação fácil, vou estar mentindo. Mas a gente tenta se dividir nas funções para não pesar pra ninguém", explica a lojista. Ela é encarregada do relacionamento com os clientes e fornecedores, dos recursos humanos; ele responde pelas funções administrativo-financeiras. "Cada um tem uma função distinta", frisa Heloize.

Com perfis bem diferentes, os dois se completam na administração da loja. Heloize brinca, dizendo que Vitor é o seu "freio de mão". "Ele é quem avalia as necessidades de compras do momento, por ter uma visão administrativa. Com minha visão de vendedora, quero comprar tudo e nem sempre isso é o melhor para o momento. E eu sou a parte social da empresa, dou a marca do estilo das roupas, do relacionamento com os clientes", coloca.

E como fazer para não misturar vida pessoal e negócios. "Procuramos não discutir problemas em casa. E cada um tem seu momento de relaxar, de encontrar os amigos", diz ela. Uma boa saída para manter a saúde do relacionamento de sócios e também de casal.

Heloíse e Vitor Hugo, casados e sócios há 12 anos: perfis que se complementam

Companheirismo

Ogizeli Ilene Versuti Ritter e Clineu Ritter também vivem a experiência de serem casados e sócios. Eles são proprietários da Stock Jeans, especializada em jeans e acessórios. A sociedade começou em 1996. Os dois eram bancários em Umuarama e resolveram mudar para Maringá para abrir o próprio negócio. Chegaram a abrir uma fábrica e lojas de atacado, mas concluíram que se identificavam mais com o varejo.

Sobre a relação com o sócio e marido, a comerciante diz que é algo que precisa ser cultivado no cotidiano. "É uma relação delicada, pois estamos o dia todo juntos, resolvendo problemas da empresa. Por outro lado, é muito bom, porque decidimos tudo juntos, em família", coloca.

Na empresa cada um tem uma função bem definida. Clineu cuida do financeiro e Ogizeli cuida do estoque, do relacionamento com os clientes e dos recursos humanos. Para a comerciante, o mais importante dentro de uma sociedade é o respeito mútuo e o companheirismo. "Um tem que respeitar a opinião do outro para poder chegar a um consenso. E os sócios precisam gostar muito do que fazem", ensina.

Amizade

Marcos Antônio Filgueiras e Airton Orlandini se conheceram quando trabalhavam numa empresa de informática. Há 19 anos, convidados por dois amigos, eles saíram do emprego para fundar a Syma Informática. Alguns anos depois, os dois amigos deixaram a empresa, que ficou a cargo da sociedade entre Marcos e Airton. De lá para cá, os dois administram a Syma Informática conciliando características de perfis totalmente diferentes. "Ele é mais pé no chão e eu sou um pouco mais empolgado com as coisas. Esta diferença tem sido muito importante nas decisões que tomamos", coloca Marcos Filgueiras.

Ele explica que, no início, as diferenças entre o modo de pensar de cada um geravam discussões. Com o tempo foram vendo que estas diferenças eram benéficas. "A gente se acostumou um com o jeito do outro. Nenhum dos dois tenta se sobrepor. E é bem mais fácil tomar decisões, porque cada um tem uma visão própria e vê as questões sob diferentes pontos de vista", coloca Marcos, completando: "As pessoas que trabalham com a gente sempre dizem temos uma sociedade perfeita, pois um complementa o outro."

Cada sócio tem sua função. Airton cuida da parte financeira e Marcos do comercial. Mas nem sempre foi assim. Quando a empresa era menor – hoje são 108 funcionários – cada um fazia um pouco de tudo. Hoje isso já não é mais possível. "Mas estamos sempre em sintonia, pois realizamos reuniões mensais para falar dos resultados, problemas e êxitos, para fazer um balanço mesmo."

Marcos e Airton, sócios há 19 anos: diferenças de perfil usadas a favor da empresa

Dicas dos especialistas

- Avalie seu próprio perfil. Você só será bem sucedido numa sociedade se souber trabalhar em equipe e delegar tarefas.
- Considere os objetivos do sócio. Ele precisa ter objetivos semelhantes aos seus.
- Sociedades mais produtivas são aquelas em que os sócios possuem habilidades complementares.
- Na elaboração do contrato de sociedade, tente prever problemas que possam surgir e defina ações para resolvê-los.
- Estabeleça reuniões periódicas para compartilhar a gestão e definir os rumos que a empresa vai tomar.
- Sociedades familiares só dão certo quando questões da empresa ficam dissociadas de questões pessoais dos sócios.

ATIVIDADES DE MARÇO

Delegado fala sobre segurança

Durante reunião de diretoria do Sivamar no mês passado, o delegado-chefe da Polícia Civil de Maringá Osnildo Carneiro Lemes apresentou dados que apontam para uma diminuição nos números de furtos e roubos na Cidade Canção. Também participaram da reunião os delegados Nilson Rodrigues da Silva e Laércio Cardoso Fahur.

Os roubos no comércio, segundo ele, diminuíram de 69 em janeiro de 2010 para 24 no mesmo período de 2011; entre fevereiro do ano passado e fevereiro de 2011 também houve diminuição: de 54 para 18. Os roubos a residência caíram de 15, em 2010, para 7, em 2011. Também em janeiro, os furtos de moto diminuíram de 30 no ano passado para 20 este ano; os furtos de automóveis caíram de 19 para 13. Os homicídios caíram de 5 para 3.

O presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, afirmou que existe um trabalho a ser feito tanto pelas entidades privadas quanto pelas públicas em relação à segurança. "Temos que estar unidos com as polícias Civil e Militar, ouvir suas reivindicações e trabalhar para que nossos índices de violência diminuam e não cheguem a níveis altos como em algumas grandes cidades brasileiras", pondera Leal.

Diretor do Procon alerta lojistas

O coordenador do Procon de Maringá, Dorival Dias, participou da reunião da diretoria do Sivamar em 22 de março. A reunião foi realizada logo após a Assembleia Geral Ordinária, que aprovou o relatório de atividades e o balanço financeiro de 2010, e também a previsão orçamentária para 2011.

Dias entregou ao presidente Amauri Donadon Leal um relatório com os resultados do trabalho do órgão durante 2010. Nesse período, o Procon registrou 20.464 atendimentos, entre orientações e abertura de processos administrativos, dos quais 96,79% foram resolvidos.

Foram realizadas 1.714 audiências e fiscalizações, com 62,14% (1.065) de situações resolvidas e 39,86% (649) de casos que foram para decisão administrativa, ou seja, são situações em que o consumidor pode optar por buscar uma solução na justiça. Foram feitas 176 autuações.

É um índice baixo, que representa menos de 1% do total de atendimentos, mas, mesmo assim, o coordenador do Procon acredita que esse número poderia ser menor caso houvesse uma atenção maior das empresas. "Após receber a reclamação do consumidor, o Procon entra em contato com as empresas e, em muitos casos, é atendido por funcionários mal preparados e que não dão muita atenção ao caso. Em geral, são problemas fáceis de serem resolvidos, mas se o atendimento não é eficaz, o conflito acaba não sendo solucionado de forma amigável", alerta Dorival Dias.

O presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, agradeceu o alerta do coordenador do Procon e disse que o sindicato continuará seu trabalho de conscientizar os lojistas sobre a necessidade de seguir as orientações do órgão. "O cliente é a razão de ser do comércio. Por isso, o Sivamar tem sido parceiro do Procon na realização de ações que valorizem os consumidores e os aproximem de forma positiva de nossas lojas", ressalta Leal.

Maringaense homenageada pela Fecomércio

No dia 25 de março foi realizado, em Curitiba, o 4° encontro da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios (CMEG), promovido pela Fecomércio-PR. O evento, que comemorou o Dia Internacional da Mulher, reuniu 1.200 empresárias de todo o estado, além de autoridades.

Vinte empresárias, representantes de cada uma das 20 CMEG foram homenageadas e três honrarias especiais foram concedidas a mulheres cujo trabalho se destacou nas áreas de responsabilidade social, cultura e educação: Cleide Pennacchi, Chloris Casagrande Justen e Ângela Russi, respectivamente.

Além das homenagens, as empresárias assistiram à palestra "A conversão de compra e o marketing sensorial", com Heloisa Omine, que destacou a necessidade de proporcionar experiências de consumo com sensações memoráveis e únicas. As convidadas também acompanharam a apresentação musical "Homenagens a grandes mulheres", com pocket show.

A maringaense Olívia Shizuka Abe (foto), proprietária da Antiguidades Santa Mônica, foi uma das homenageadas. Olívia Shizuka Abe inaugurou a empresa em 2000, que começou as atividades comercializando móveis antigos e usados.

Alguns anos depois, passou a trabalhar com móveis antigos, peças decorativas e projetos para áreas internas e externas. A empresa de Olívia Abe trouxe à cidade o conceito de móveis rústicos, feitos com madeira de demolição, um modo de produção ecologicamente correto.

Varejo Mais 2011

A edição 2011 do projeto Varejo Mais, realizado em parceria pelo Sebrae-PR e a Fecomércio-PR, será lançada no dia 13 de abril, às 19h30, na sede do Sivamar. Os associados terão preços subsidiados para participar do programa.

Durante a realização do Varejo Mais são desenvolvidas ações para melhoria na gestão da carteira de clientes, na definição de novos produtos, nos serviços e processos, no aprimoramento administrativo, no desenvolvimento de equipes e no relacionamento com os clientes.

Na região Noroeste, o programa já atendeu 950 micro e pequenas empresas em mais de 13 cidades nos últimos cinco anos. Ao todo, foram mais de 7.800 horas de consultoria prestada às empresas e cerca de 6 mil pessoas foram capacitadas em palestras e treinamentos.

CONSUMO

Preço não é fator determinante, diz pesquisa

Qualidade do atendimento importa mais que preço, aponta pesquisa

Uma pesquisa realizada pela Shopper Experience, em parceria com o Grupo Padrão, mostra como os consumidores têm evoluído no Brasil. De acordo com o estudo, 48% dos entrevistados disseram que a "qualidade do atendimento" é o que mais importa quando se fala em respeito ao consumidor. A surpresa foi o quesito "preço dos produtos", citado como fundamental por apenas 22% dos entrevistados.

A mudança no perfil do consumidor se deve a vários fatores, entre eles a estabilidade da economia, baixos índices de desemprego e a confiança no futuro do Brasil. O fator "preço" perde ainda para a "qualidade do produto", que obteve 42% de menções na pesquisa. Os empresários devem se preocupar com a boa "imagem" da empresa, citada por 34% dos consumidores.

Os números comprovam que os consumidores brasileiros estão mais exigentes e buscam a melhor relação custo-benefício ao realizar uma compra. É um alerta para que as empresas invistam no atendimento e na busca de produtos de qualidade, que deixou de ser um diferencial e hoje é essencial para a sobrevivência das empresas.

Rapidez e honestidade

O administrador e especialista em Vendas para Mercados Competitivos, César Frazão, ressalta que, antes do preço, o consumidor observa a qualidade, rapidez, garantia, estilo e marca. "Sem contar que, quando o cliente diz que no concorrente é mais barato, no fundo ele nem sabe quais os outros preços praticados no mercado", frisa.

Para Frazão, as principais características de um bom atendimento são rapidez e honestidade "em qualquer circunstância". Ele acrescenta que os maiores erros que uma empresa pode cometer são: não atender corretamente o telefone, preocupar-se em vender e não em resolver o problema do cliente e, por último, julgar pela aparência e menosprezar o consumidor.

"O lojista deve se lembrar sempre que o cliente insatisfeito fala mal da empresa para muito mais pessoas do que quando ele é bem atendido. Hoje com as redes sociais ganhando potência, um cliente mal atendido pode falar da sua experiência rapidamente para milhares de pessoas e isso pode ser fatal", alerta.

TIRE SUAS DÚVIDAS

Auxílio-reclusão

1) Em quais hipóteses é devido o auxílio-reclusão?

O auxílio-reclusão é devido, nas mesmas condições da pensão por morte, aos dependentes do segurado recolhido à prisão que não receba remuneração da empresa nem esteja em gozo de auxílio-doença, aposentadoria ou abono de permanência em serviço, desde que o seu último salário-de-contribuição mensal tenha sido inferior ou igual a R$ 862,11.

Se o segurado, embora mantendo essa qualidade, não estiver em atividade no mês da reclusão, ou nos meses anteriores, será considerado como remuneração o seu último salário-de-contribuição.

Vale ressaltar que o auxílio-reclusão é devido, apenas, durante o período em que o segurado estiver recolhido à prisão sob regime fechado ou semiaberto. *(Regulamento da Previdência Social – RPS, aprovado pelo Decreto nº 3.048/1999, art. 116, caput, §§ 1º e 5º; Portaria Interministerial MPS/MF nº 568/2010, art. 5º)*

2) Antes de ser prolatada a sentença condenatória, o segurado recolhido à prisão terá direito ao auxílio-reclusão?

Sim. Será devido o benefício de auxílio-reclusão em caso de recolhimento do segurado à prisão sem que tenha sido prolatada sentença condenatória.

O auxílio-reclusão, tem como objetivo ajudar os dependentes do detento a manterem uma renda para que possam se sustentar. A pretensão não é auxiliar o detento, sendo que o detento ou recluso, por mais árdua que seja sua posição pessoal, está ao abrigo das necessidades fundamentais e vivem as expensas do estado; seus dependentes não, estes se vêem, de um momento para o outro, sem o arrimo que os mantinha e, não raro, sem perspectiva de subsistência".

(Intrução Normativa INSS nº 45/2010, art. 331; Portaria Interministerial MPS/MF nº 568/2010, art. 5º)

Fonte: Boletim IOB - Manual de Procedimentos - Legislação Trabalhista e Previdenciária - Fascículo nº 12/2011 - CT 9 e CT10.

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

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

SERVIÇOS

Camilo inaugura conceito Express

O cruzamento das avenidas Brasil e Paraná em 1952

O Supermercado Camilo reinaugurou, no mês passado, a loja da avenida Brasil com um novo conceito. O Camilo Express tem por objetivo oferecer um atendimento ágil, com mais produtos semiprontos em instalações modernas.

Segundo Arlei Luiz Camilo, diretor do grupo, a ideia é ir além de vender produtos e prestar um serviço ao cliente. "O aumento do poder aquisitivo leva o consumidor a buscar novos modelos, mais comodidade. E a localização da nossa loja é ideal para este tipo de proposta", coloca.

O Camilo funciona num prédio que tem história: foi sede do primeiro supermercado da área central de Maringá. Ali também funcionou um dos primeiros armazéns de secos e molhados, que depois deu lugar ao Mercado Cravinho, estabelecimento inaugurado na época em que os supermercados começavam a ganhar força no Brasil. A foto de Kenji Ueta mostra como era, em 1952, o cruzamento das avenidas Brasil e Paraná, região onde hoje está localizado o Supermercado Camilo.

O cruzamento das avenidas Brasil e Paraná em 1952

NOVOS SÓCIOS

Mercado Sertões - Praça Dos Sertoes, 249 - Zona 04 - Maringá-PR

Comércio de Bijuterias Sino de Ouro - Rua Santos Dumont, 2138 - Zona 01 - 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.

• sala de TREINAMENTO

Você procura um local para realizar reuniões ou palestras? O Sivamar tem três salas de treinamento, uma com capacidade para 55, outra para 35 pessoas e outra para 15 pessoas, equipadas com ar-condicionado e recursos audiovisuais, além de localização privilegiada. Os associados podem fazer a reserva na secretaria do sindicato.

• exames OCUPACIONAIS

O Sivamar mantém convênio com médicos especialistas em Medicina do Trabalho para a realização de exames admissionais, periódicos e demissionais. Os preços são especiais para os associados ao sindicato. Consulte a tabela e retire o guia de consultas na sede do Sivamar.

• salão de EVENTOS

O Sivamar possui um salão de eventos, construído numa área de 7.500 m2, localizado nos fundos do Jardim América. Além do salão, com capacidade para 400 pessoas, a área conta também com churrasqueira e amplo estacionamento. Associados do sindicato têm desconto especial nas locações.

• CURSOS e PALESTRAS

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

• JORNAL

Informativo mensal, que traz, além de informações técnicas, jurídicas e das atividades do sindicato, matérias sobre diversos temas de interesse do comércio.

• biblioteca JURÍDICA

Com acervo de mais de 3 mil livros jurídicos, localizada na sede da entidade e disponível para consultas, servindo inclusive para capacitação dos profssionais que atendem sua empresa.

• SITE

Para conhecer o site do Sivamar acesse: **www.sivamar.com.br**

• câmara de conciliação TRABALHISTA

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

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