



Dia das Mães: Como se destacar da concorrência

O Dia das Mães pode ser ainda mais lucrativo se o varejista conseguir se diferenciar entre os concorrentes, ensina a professora do Centro de Economia e Administração (CEA) da PUC-Campinas, Camila Brasil Gonçalves Campos. **pág. 06**

Sindivarejista investe em novo programa

O Sindivarejista lança ainda em 2012 o Conexão Empresarial Sindivarejista, com o objetivo de desenvolver a capacidade de gestão dos empresários do varejo. **pág. 08**

PARA USO DOS CORREIOS

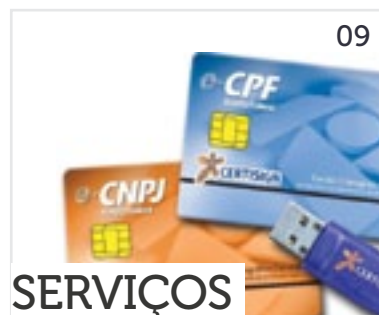
☐ Mudou-se	☐ Falecido
☐ Desconhecido	☐ Ausente
☐ Recusado	☐ Não Procurado
☐ End. Insuficiente	☐ Informações
☐ Não existe o N° indicado	escrita pelo porteiro ou síndico
☐	
Reintegrado ao Serviço Postal Responsável	
Em ____/____/____	

DEVOLUÇÃO:
Rua General Osório, 833,4º andar, Campinas, SP -
CEP 13010-111



PERFIL

De uma grande paixão, nasceu a Rocar Veículos em Campinas



SERVIÇOS

Parceria Sindivarejista e Acic faz certificação digital pela Certisign



EMPREENDEUR

Mercado de luxo cresce 9% ao ano e estimula novos negócios

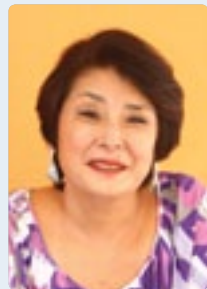
Sem medo do novo

Empresários de todos os setores, jovens ou veteranos, grandes ou pequenos, estão diante dos desafios da vida moderna que exigem de todos nós uma constante atualização tecnológica. O que antes era uma opção, hoje se apresenta como uma exigência do mercado. Não podemos ficar alheios aos recursos da informatização. Bem como, não podemos encarar tal desafio como uma barreira, e sim como um avanço em prol de nosso negócio.

A adaptação às novas ferramentas tecnológicas, que representam uma nova forma de gestão e administração do negócio, pode ser custosa em todos os sentidos. Vai nos exigir tempo, desgaste, dedicação, investimento e mudança de hábitos. Mas não há crescimento sem dor. Assimilando estes conceitos, acreditamos que podemos usar a tecnologia a nosso favor. Com nossa mais nova parceria, vamos oferecer junto com a Acic mais facilidades ao nosso associado, que tem até dia 30 de junho para se adequar à exigência da certificação digital. Por intermédio do sindicato, ele poderá adotar o sistema de maneira mais rápida e segura.

O Sindivarejista busca oferecer facilidades para que o empresário varejista não desvie do seu foco: o seu negócio do varejo. Em 2012, vamos avançar neste auxílio com o lançamento do programa Conexão Empresarial Sindivarejista, que trará para nosso representado mais informação, mais consultorias dirigidas e maior acesso às estratégias de sucesso. Os novos recursos devem ajudar o varejista a melhorar sua venda, a satisfação do seu cliente, o atendimento e o negócio em si. O mercado de luxo, que cresce a cada ano na região, é uma prova de que o atendimento ainda é um dos fatores mais importantes na hora da venda. Isso vale para qualquer setor, do luxo aos carros usados. Não podemos, enfim, ter medo do novo. E como a cada

ano devemos nos renovar, ainda que as datas se repitam, desejo boas vendas no Dia das Mães. Aproveitem as nossas dicas e boa leitura.



Sanae Murayama Saito
Presidente do Sindivarejista de
Campinas e Região

NOTINHAS

CAC da Receita Federal tem novo endereço

O Centro de Atendimento ao Contribuinte (CAC) da Receita Federal em Campinas está em novo endereço: Avenida Governador Pedro de Toledo, nº 334, Bonfim. O horário de atendimento continua sendo o mesmo, das 7h às 13h para os assuntos relacionados a pessoas físicas e jurídicas, e das 13h às 19h somente para CPF. O plantão fiscal para esclarecimento de dúvidas relacionadas à entrega do Imposto de Renda Pessoa Física também é feito nesse mesmo endereço de segunda a sexta, das 7h às 11h. O atendimento do CAC em Campinas abrange as pessoas físicas e jurídicas de Campinas, Jaguariúna, Paulínia, Valinhos e Vinhedo.

Presidente integra mais um conselho de energia

Desde o dia 7 de fevereiro a presidente do Sindivarejista, Sanae Murayama Saito, integra mais um conselho de energia, o conselho da CPFL Piratininga. "Encaro como um novo desafio", diz Sanae, que preside o conselho da CPFL Paulista. Os conselhos são feitos por trabalho voluntário. "Nós brasileiros ainda somos muito leigos nesta prática de acompanhar o serviço das concessionárias de energia. Os conselhos nos ensinam a exercer os direitos do consumidor", explica.

“Não é a empresa que define o mercado. É o cliente”

Peter Drucker



Rua General Osório, 883, 4º andar
CEP 13010-111 • Campinas - SP
Tel/Fax (19) 3775-5560
www.sindivarejistacampinas.org.br

NOSSO VAREJO

Presidente: Sanae Murayama Saito
Jornalista Responsável: Adriana Menezes • MTB 20.337
Reportagens: Araceli Avelleda • MTB 23.979
Fotos: Adriano Rosa / Prefeitura Municipal de Cosmópolis / sxc.hu
Ilustrações: Roni • Editoração: Communitas Comunicação
Tiragem: 24.000 exemplares

Conheça os resultados da contribuição

O pagamento da Contribuição Confederativa deve ser feito até 30 de abril; confira no site o relatório de atividades de 2011

Os recursos obtidos pelo Sindivarejista com a Contribuição Confederativa são aplicados em ações como cursos, palestras, suporte técnico e assessoria jurídica gratuita prestada por advogados do Departamento Jurídico do Sindivarejista. A cada ano o sindicato amplia seus serviços e atende melhor as demandas dos empresários varejistas - confira relatório de atividades 2011 no site.



Atendimento de segunda a sexta das 8h30 às 17h45

Prevista pela Constituição Federal (no inciso IV do art. 8º), a Contribuição Confederativa patronal é compulsória e incide sobre todos os integrantes da categoria, inclusive os não-filiados ao Sindivarejista. **O prazo para o pagamento vence dia 30 de abril de 2012.**

Eventos e parcerias

Convênios e parcerias também são resultado dos recursos da Contribuição Confederativa. Em 2011, o Sindivarejista formalizou sete novos convênios. Também no ano passado, o sindicato recebeu mais de 320 pessoas em palestras sobre temas diversos como Conectividade Social, participação nos lucros, informatização, redes sociais, controle



Palestras sobre temas do varejo



Conexão Social Sindivarejista

de estoques, marketing e outros. O sucesso do Projeto Conexão Social Sindivarejista também está diretamente relacionado às contribuições (veja no site www.conexasocial.org.br).

Comunicação

Este mesmo recolhimento propicia, ainda, diferentes canais de comunicação, como o site (com 72.086 visitas em 2011), as publicações impressas **Nosso Varejo** e **Nosso Varejo Especial Contador**, e os boletins digitais semanais que aproximam o



Sindivarejista de seus representados.

Com tiragem de 25 mil exemplares, o **Nosso Varejo** está em sua 17ª edição, cinco delas publicadas em 2011. O **Nosso Varejo Especial Contador** está em sua 10ª edição, das quais seis foram distribuídas no ano passado. As duas publicações chegam às 13 cidades de abrangência do Sindivarejista.



Assembleias e cursos com participação de varejistas e funcionários



O atendimento de qualidade no pós-venda é uma das preocupações do empresário Roberto Cesnik

A paixão por carros levou o dono da Rocar Veículos, José Roberto Cesnik, a montar em 1993 uma pequena loja na Avenida José Bonifácio, em Campinas. Aos poucos o negócio prosperou e dez anos depois o comerciante comprou um imóvel de 1.200 metros quadrados na Avenida Dr. Carlos Grimaldi para onde transferiu o seu comércio, com capacidade para abrigar 80 veículos entre novos (zero quilômetro) e usados.

Cesnik já foi bancário durante oito anos, além de ter trabalhado também com turismo e confecção. Foi no ramo de automóveis, no entanto, que o comerciante se realizou profissionalmente. Paralelo à Rocar, o varejista comanda uma empresa de crédito para empréstimo consignado, a MILCRED Financiamentos, com lojas em Campinas e Maringá, no Paraná. "Mas é da Rocar que administro as lojas de crédito, porque a loja ainda é meu foco principal", explica.

A participação direta em todo o negócio, passando pela avaliação até a venda dos veículos, é um dos pontos fortes de Cesnik à frente da empresa. "Escolhemos os carros a dedo, trabalhamos com total coerência valorizando e respeitando os nossos clientes", explica.

O pós-venda é outra preocupação. "Prestamos toda a assistência para que os nossos clientes se sintam plenamente

Paixão que virou negócio

Dono da Rocar Veículos, existente há 19 anos em Campinas, faz questão de acompanhar de perto todo o processo de venda de carros novos e usados em sua loja

satisfeitos." Formado em Economia, Cesnik também costuma transmitir seus conhecimentos sobre negócios para a equipe de sete funcionários. "Aqui não tem rotatividade, o colaborador mais novo tem três anos de casa."

A criação de um site para divulgar os veículos que vende em sua loja foi, na opinião do empresário, um investimento que valeu a pena para aumentar ainda mais o volume de vendas. "Aumentaram em mais de 50%", calcula. A internet também proporciona mais agilidade no negócio já que o cliente, depois de acessar o endereço eletrônico da loja para pesquisar os veículos disponíveis, já chega à Rocar sabendo o que quer.

Mercado aquecido

Apesar da grande procura por veículos zero quilômetro, o mercado de semi-novos se mantém bastante aquecido, observa o dono da Rocar. Na hora de fazer a escolha, o consumidor, muitas vezes, prefere comprar um carro com até dois anos de uso que seja mais completo que um zero quilômetro básico de mesmo valor. "Um veículo semi-novo, além de ser mais acessível, tem excelente qualidade e muito mais conforto do que um zero quilômetro básico. "Essa filosofia sempre deu certo", avalia.



Rocar Veículos

Rua Dr. Carlos Grimaldi, 85, Jardim Conceição
Tel: (19) 3207-2277
www.rocarveiculos.com.br

Aviso prévio proporcional: mudanças geram dúvidas

Juíza titular da 2ª Vara do Trabalho de Paulínia, Maria Inês Corrêa de Cerqueira César Targa, fala da nova lei



A lei nº 12.506/2011 que regulamenta o aviso prévio proporcional ao tempo de serviço para os empregados dispensados sem justa causa entrou em vigor no dia 13 de outubro de 2011, mas ainda gera dúvidas sobre a sua aplicação. Pela lei, o aviso de 30 dias é concedido ao empregado com um ano de serviço na mesma empresa. Após o segundo ano de serviço prestado, são acrescidos três dias até no máximo 60, totalizando 90 dias de aviso prévio.

Para a juíza titular da 2ª Vara do Trabalho de Paulínia, Maria Inês Corrêa de Cerqueira César Targa, a nova lei é muito polêmica. Como calcular o aviso prévio e se o empregador pode exigir que o empregado cumpra os 90 dias são as principais dúvidas. "O aviso prévio é um direito bilateral, o empregador pode, sim, exigir o cumprimento do período de 90 dias" esclarece. "Mas como não se pode descontar salário por mais de 30 dias, não vejo como descontar 90 dias se o empregado não cumprir o aviso e o empregador não dispensá-lo do mesmo", pondera Maria Inês.

Segundo ela, o empresário está inseguro sobre a nova lei e para a Justiça do Trabalho também se trata de uma novidade. "Ainda não vi casos desse tipo julgados pelos tribunais, precisamos aguardar um pouco para verificar como a jurisprudência responderá aos casos que ingressarem na Justiça", avalia com bastante cautela a juíza. "Para mim, a melhor interpretação é a seguinte: dois anos de trabalho na mesma empresa equivalem a 33 dias de aviso prévio; três anos a 36 dias e 15 anos a 72 dias", explica.

O que se sabe é que a nova lei não é retroativa, ou seja, o aviso prévio proporcional só vale para os trabalhadores demitidos após o dia 13 de outubro de 2011, quando entrou em vigor. De acordo com a juíza Maria Inês Targa, é importante que os empresários procurem o departamento jurídico do Sindivarejista para apresentar as suas dúvidas sobre a nova lei.



Drª. Maria Inês, juíza do Trabalho



Varejista, seu negócio é feito por milhares de consumidores.

Conheça as Soluções TOTVS para Varejo.

O novo mundo é feito de empresas sem barreiras.

O novo mundo não tem limites. Nele, empresas se aproximam para dividir o conhecimento multiplicando suas riquezas e gerando novas demandas. O mundo compartilhado abre novas oportunidades e novos mercados. A TOTVS, por meio de suas soluções em tecnologia, software e serviços, oferece acesso a esse novo mundo sem barreiras ou limitações. Let's Share.

Technology | Software (SaaS) | Social Network | Consulting

 /totvsip (19) 3027-6660 www.totvs.com/interiorpaulista



TOTVS

Compartilhe o novo mundo.



No Dia das Mães, destaque-se no meio da concorrência

Professora do Centro de Economia e Administração (CEA) da PUC-Campinas diz que planejamento estratégico pode tornar a data ainda mais lucrativa e dá as dicas mais simples e rápidas para um bom resultado imediato

Uma das datas comemorativas de maior movimento para o comércio, o Dia das Mães pode ser ainda mais lucrativo quando o varejista planeja estratégias para atrair consumidores com promoções específicas para o período.

“É fundamental que o varejista se diferencie da concorrência”, ensina a professora do Centro de Economia e Administração (CEA) da PUC-Campinas, Camila Brasil Gonçalves Campos. Possuir um cadastro completo de seus clientes, orienta a professora que é também administradora especialista em Marketing, é imprescindível para estabelecer as ações. “Ter apenas o nome e o endereço não é suficiente”, avisa. É preciso que o varejista saiba quem é a sua clientela, se tem filhos e a faixa etária, por exemplo, para poder definir as promoções direcionadas aos públicos específicos.

A partir daí o empresário do varejo já pode pensar no tipo de promoção que irá definir. Parabenizar a cliente enviando um e-mail marketing ou até mesmo uma correspondência no início de maio pode ser uma ótima sugestão a um custo baixo. A distribuição de brindes em lojas de produtos destinados ao público alvo também é citada por Camila Campos, que dá

ainda uma outra dica: promover um sorteio. “Não precisa ser um grande prêmio”, explica.

Não são apenas as promoções que fazem o diferencial em relação aos concorrentes. “O algo diferente deve ser pensado além do produto, tem que ser importante para que o consumidor prefira a sua loja. Muitos varejos vendem o mesmo produto, então como fazer?”, questiona a professora. É quando o atendimento, a disponibilidade da mercadoria, o prazo de entrega, os serviços pós-venda e as condições de pagamento são levados em conta. “Tudo isso pode conferir ao varejo importantes pontos de diferenciação.”

Atendimento

Cumprimentar, dar atenção e responder de maneira cordata, esclarece Camila, são princípios básicos de educação. São fatores que ajudam, segundo ela, mas não são apontados como um diferencial. “Eu posso entrar em uma loja e ser super bem recebida por um vendedor extremamente educado, mas quando faço perguntas sobre o prazo de entrega ele me diz que é extremamente longo e que não pode fazer nada.

É um ponto importante que o varejista deve considerar”, orienta. Nesse caso, esclarece, toda a educação do vendedor não significou um bom atendimento, pois o consumidor sempre espera que se possa fazer algo por ele.

O que é então um bom atendimento? “Ele se dá quando, além de ser educado e mesmo que não saiba alguma informação específica, o que é normal, o vendedor vai atrás da resposta e se compromete a informar o cliente o mais rápido possível. Saber negociar as condições de pagamento também é importante. O funcionário deve mostrar-se disponível para uma negociação para que o cliente fique satisfeito sem comprometer o estabelecimento. Isso não significa ceder a tudo o que o cliente quiser, mas negociar para que os dois lados saiam ganhando”, pondera a professora da PUC-Campinas. “Uma dica é que o varejista pense um pouco como seus consumidores, isso pode ser uma importante fonte de inspiração sobre o que fazer”, aconselha.



Professora Camila Campos: “O consumidor sempre espera que se possa fazer algo por ele”

Origem da data

O Dia das Mães teve origem quando uma jovem professora americana, chamada Anna Jarvis, entrou em profunda depressão com a morte de sua mãe. Para diminuir o sofrimento, um grupo de amigas resolveu homenagear com uma festa a mãe de Anna, mas ela quis que a homenagem se estendesse a todas as mães, vivas ou falecidas.

A garota escreveu então para políticos, empresários, comerciantes e religiosos sugerindo que fosse criado um dia em homenagem às mães. A data foi oficializada em 1914, quando também estabeleceu-se o segundo domingo de maio para a comemoração.

Anna Jarvis acabou virando nome de uma rua no bairro Cambuí, em Campinas.

Fonte: Guia dos Curiosos

Dicas simples para resultados imediatos

- ✓ **CADASTRO** - Faça um cadastro completo de seus clientes. Além de nome, endereço e telefone, inclua informações do seu perfil, como preferências, numeração, faixa etária dele e dos filhos.
- ✓ **E-MAIL MARKETING** – Enviar por e-mail sugestões de presentes para o Dia das Mães, pelo menos 15 dias antes da data, pode trazer o cliente até você. O mesmo vale para o aniversário do cliente.
- ✓ **BRINDES** - A distribuição de brindes em lojas de produtos destinados ao público alvo também é uma estratégia que funciona. Existe ainda a alternativa do sorteio de algum brinde, que não precisa ter alto valor. A ideia é se diferenciar do concorrente e atrair o cliente à sua loja.
- ✓ **ATENDIMENTO** – É preciso ser cuidadoso do momento em que o cliente entra na loja até a hora em que ele está na fila ou negociando formas de pagamento. Enquanto ele estiver na loja, ele espera ser bem atendido. Afinal de contas, não basta vender; é preciso fazer o cliente sair feliz.

Conexão Empresarial Sindivarejista traz novidades



Com o objetivo de estimular e desenvolver a capacidade de gestão dos empresários do varejo, o Sindivarejista investe este ano em um novo programa de ações, o Conexão Empresarial Sindivarejista. O lançamento está previsto para meados de 2012, quando deverá ser concluída a reforma da sede do Sindivarejista, em Campinas, com um auditório, salas de treinamento, biblioteca e espaços exclusivos para uso dos associados. "A sobrevivência e o desenvolvimento das pequenas e médias empresas do comércio varejista dependem da criação de um ambiente de inovação", defende a presidente do Sindivarejista, Sanae Murayama Saito, que conta com o apoio da diretoria para empreender mais um plano de atividades dirigidas. Segundo ela, o Conexão Empresarial nasce inspirado no sucesso do Conexão Social Sindivarejista, um programa premiado que

leva às comunidades os conceitos de consumo sustentável e a valorização da memória do varejo. O Conexão Empresarial Sindivarejista vai promover o desenvolvimento dos negócios colocando à disposição profissionais, ferramentas e informações que auxiliem de forma direta na vida do varejista. "Precisamos de capital financeiro e humano para avançar", afirma Sanae. De acordo com o coordenador do programa, Roberto Goulart Júnior, as ações serão direcionadas aos eixos das Relações do Trabalho, Tecnologia no Varejo, Desenvolvimento e Retenção de Talentos e Eficiência de Vendas. "O varejo tem conquistado mais importância no cenário econômico. Queremos contribuir para estas novas formas de gestão", afirma Goulart Jr.

Conexão Social Sindivarejista lança um novo desafio



O Conexão Social Sindivarejista retomou no início de março as ações em Indaiatuba lançando um novo desafio aos alunos e professores do Programa Educação para Jovens e Adultos (EJA): valorizar a memória do varejo local. A primeira atividade envolveu no dia 5 de março os educadores das EMEBs Leonel José Vitorino Ribeiro e Professora Áurea Moreira Costa.

Além de compartilhar as conquistas de 2011, o encontro teve por objetivo planejar as atividades que farão parte do novo projeto a ser desenvolvido ao longo de 2012. Durante o primeiro encontro do ano coordenado por Cristiano Barbosa, que integra a equipe do Conexão Social, os educadores assis-

tiram ao vídeo do relatório de atividades de 2011. No dia 14 de março, o vídeo foi apresentado aos alunos, que também conheceram as novas propostas.

Memória do Varejo

O projeto envolvendo o varejo de Indaiatuba será desenvolvido a partir da escolha dos próprios alunos, que vão indicar comerciantes de seus bairros para contarem suas histórias. Professores e instituições envolvidas também participam desta seleção. Além de um vídeo com os depoimentos dos varejistas, serão lançados livros na Feira Literária que acontece em outubro. A presidente do Sindivarejista e idealizadora do Conexão Social, Sanae Murayama Saito, falou durante o encontro com o alunos sobre a importância de valorizar esta memória. "O papel social do comerciante varejista é muito importante. No passado, muitos devem lembrar, havia muita confiança na relação entre o comerciante e o consumidor, a compra era marcada na caderneta e paga no final do mês. Ou seja, o comerciante financiava nossa comida, era como um provedor da casa, porque ele só recebia o pagamento depois", disse Sanae.



Atividades de 2012 começaram em março

Certificação digital com atendimento personalizado

Parceria Sindivarejista e ACIC oferece facilidade para o empresário obter documento eletrônico que o identifica



O Sindivarejista e a Acic (Associação Comercial e Industrial de Campinas) acabam de firmar uma parceria para oferecer aos empresários varejistas o serviço de certificação digital pela Certisign, a primeira empresa especializada neste serviço no Brasil. **O prazo para a migração do modelo atual para a certificação digital se encerra em 30 de junho de 2012.** "Nosso objetivo é facilitar a vida do empresário, que desta forma poderá se adequar de maneira ágil e segura pelo sindicato, com serviço da Certisign", afirma a presidente do Sindivarejista, Sanae Murayama Saito, que orienta o varejista a procurar o seu contador para realizar este processo. O empresário e o seu contador devem consultar antes o site do Sindivarejista ou da Certisign para fazer a escolha do certificado necessário à empresa. O atendimento presencial precisa ser feito por agendamento junto ao Sindivarejista. A Certisign promete realizar em cerca de meia hora a certificação, uma vez que a empresa compareça munida dos documentos solicitados. O custo vai variar de acordo com o serviço prestado. "Tudo isso representa facilidade com hora marcada", diz

Sanae, que tem certeza de que o Sindivarejista vai ajudar no dia a dia do varejista. Para a presidente da Acic, Adriana Flosi, a parceria é muito importante para os associados. "A partir desta parceria os associados do Sindivarejista terão mais um benefício, que é o serviço de certificação digital, documento eletrônico que identifica e permite ao usuário realizar transações e procedimentos na internet de maneira segura. Esse serviço já é realizado com os associados da Acic e sempre foi de extrema importância para garantir a autenticidade dos remetentes e destinatários de documentos e dados que trafegam pela internet", afirma Adriana. Para agendar um horário com a Certisign no Sindivarejista, o empresário, ou o seu contador, deve ligar na sede do sindicato (19-37755560) ou enviar e-mail para atendimento@sindivarejistacam-pinas.org.br. Pelo site (www.sindivarejistacam-pinas.org.br) ele poderá verificar antes qual a certificação necessária para o seu negócio.

Adriana Flosi: mais um benefício aos associados do Sindivarejista



Novos cursos no Senac envolvem compras e comércio exterior

O Senac Campinas vai oferecer em maio dois novos cursos voltados para as áreas de compras e administração de materiais e de comércio exterior. Funcionários de empresas contribuintes do Senac e optantes pelo Simples Nacional do setor de comércio de bens, serviços e turismo têm direito a 20% de desconto. A partir de agora o benefício passa a ser extensivo aos empresários representados do Sindivarejista. O primeiro curso, de compras e administração de materiais, ensinará o aluno a atuar nos processos de aquisição e administração de materiais a partir de uma visão integrada da logística para que o profissional consiga dar suporte tanto na decisão e seleção de fornecedores quanto nas compras

de materiais locais ou internacionais. O curso terá início no dia 7 de maio com aulas às segundas-feiras, das 18h45 às 22h30, até 28/05. Com início no dia 14 de maio, o curso básico em comércio exterior tem por objetivo capacitar o aluno para iniciar sua atuação no segmento de importação e exportação. Para isso, serão desenvolvidas habilidades básicas para procedimentos operacionais, administrativos e comerciais. As aulas serão ministradas às segundas, quartas e sextas, das 19h às 22h30, até 18 de junho. Mais informações sobre inscrição e valores podem ser obtidas pelo telefone (19) 2117-0600 ou pelo site: www.sp.senac.br/campinas.

Cosmópolis: atividade industrial é a grande aposta

Prestes a completar 68 anos, Cosmópolis é uma cidade que ainda busca sua identidade econômica. Com uma parte significativa de seu território voltada para o agronegócio da cana-de-açúcar, nas últimas décadas a economia do município desenvolveu-se nos setores de serviços e do comércio, que hoje conta com grandes redes de varejo, entre elas Enxuto, Dia, Droga Raia e Lojas Cem.

O setor de serviços é responsável por 45,54% do total de empregos, seguido da indústria com 31,11%, e do comércio, que corresponde a 19,46%. “A chegada dos varejistas nacionais e o aumento do grau de exigência do consumidor fizeram com que o comércio local se especializasse e consequentemente crescesse, investindo em qualificação e estrutura”, declara Vicente Galatti, vice-prefeito e secretário

de Comércio Indústria, Turismo, Geração de Emprego e Renda de Cosmópolis.

A cidade possui um forte potencial de expansão e tem despertado o interesse de empresas atraídas pelo baixo custo do metro quadrado industrial, pela localização privilegiada e pelos benefícios tributários que a cidade oferece. Metade da receita de Cosmópolis é proveniente da indústria química e farmacêutica.

Novos distritos industriais estão sendo viabilizados para receber as empresas, que hoje já somam 1.700 no município. No segundo semestre desse ano, uma indústria gaúcha do setor de plástico iniciará as operações. Com investimento total de R\$ 11 milhões, a empresa vai gerar 400 novos postos de trabalho.



Área total: **154.659 km**

População: **58.827 (ano 2010)**

PIB: **R\$ 713.383,385 (IBGE 2008)**

Renda per capita: **R\$ 12.310,11 (IBGE 2008)**

Orçamento previsto para esse ano: **R\$ 101.162.822,71**

Agências bancárias: **6**

Empresas: **1.700**

Principais indústrias: **ABL Antibióticos, Usina Ester, Globe Química**

Fontes: Prefeitura Municipal de Cosmópolis e Agência Metropolitana de Campinas (Agencamp)

“O aumento do grau de exigência do consumidor fez com que o comércio local se especializasse, investindo em qualificação e estrutura”
Vicente Galatti



O LUXO PEDE LICENÇA

Com crescimento anual de 9% ao ano, o mercado de luxo atende a um público que exige produto com valor agregado e atendimento diferenciado; região atrai investidores deste nicho

Ele deixou sua carreira de executivo com passagem por grandes bancos, em São Paulo, e juntou-se a outros dois empreendedores para investir em um negócio voltado para as classes A e B em Campinas, o Empório Gourmet Mr. Beer. Mas antes de inaugurar as duas unidades em março, uma no Taquaral e outra em Barão Geraldo, Daniel Hirayama fez um estudo sobre o mercado regional a partir de dados disponíveis do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e da Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios). A conclusão foi que o crescimento da região ainda vai atrair muitos empreendimentos e um grande público de alto poder aquisitivo.

“Decidimos investir atraídos pela oportunidade”, afirma Daniel, que é estatístico e está acostumado a avaliar números e probabilidades. De acordo com dados da Associação Comercial e Industrial de Campinas (Acic), o mercado de luxo cresce 9% ao ano na região.

A expectativa de Daniel é obter retorno do seu investimento em 24 meses. Há três anos no mercado, a franquia Mr. Beer possui 28 lojas em cinco estados diferentes, a maior parte instalada em forma de quiosque dentro de shoppings. A cervejaria oferece cerca de 200 rótulos diferentes - entre importados e cervejas brasileiras artesanais -, além de produtos exclusivos como copos, baldes e diversas opções de presentes.

Muito além do produto

Segundo Daniel, que é campineiro e estava há 17 anos em São Paulo, a cervejaria atende o consumidor das classes A e B. “Ele não quer somente o produto, mas também o serviço. Por isso nós vendemos um pouco da história de cada cerveja, porque nosso público espera este valor agregado”, diz Daniel. Para prestar atendimento diferenciado, os funcionários passaram por treinamento de dez dias em São Paulo. “Hoje há uma migração da pirâmide socioeconômica, onde a classe B sobe para a classe A, da mesma forma que há um movimento mais na base da pirâmide.”

Inaugurada em fevereiro em Campinas, no Shopping Igua-temi, a relojoaria de alto luxo Lafith é o resultado da mesma conclusão do seu sócio-empendedor: o mercado de luxo

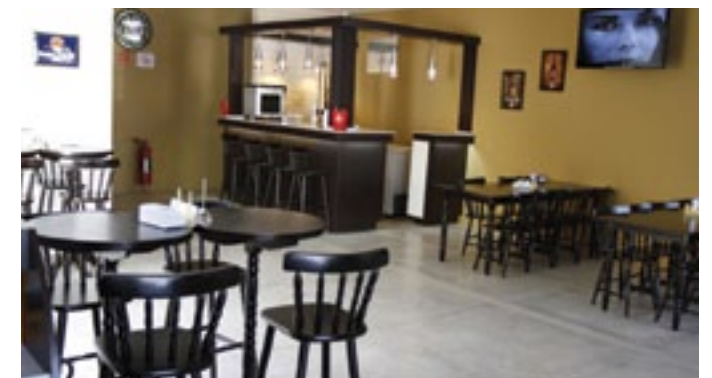


Daniel Hirayama: “O consumidor do mercado de luxo não quer somente o produto, mas espera o valor agregado”

em Campinas e região está aquecido e tem boas perspectivas de crescimento. A loja vai comercializar as melhores marcas do mundo, entre elas Rolex, cuja concessão para venda na região ele já detinha há dez anos.

Foco no consumidor

Segundo o porta-voz da Lafith, os primeiros sete anos de concessão da Rolex tiveram demanda estável em Campinas, mas nos últimos três anos a venda cresceu de 25% a 30% ao ano. Este aumento motivou o investimento em uma loja focada neste consumidor de alto luxo. “Nós estamos próximos a São Paulo, onde é possível comprar a marca, mas nosso cliente pode evitar a violência e o trânsito da capital, além de ter um atendimento diferenciado. Por tudo isso precisamos incentivar para que este mercado cresça cada vez mais.”



Cervejaria Mr. Beer, voltada para as classes A e B, chega à região atraída pelas oportunidades do mercado de luxo



Comer e ser feliz: os alimentos do bom-humor

Ao pensar em um alimento que produz a sensação de alegria e bem estar, a primeira, e talvez a única, opção que nos vem à mente é o bom e velho chocolate. Existe, no entanto, uma infinidade de outras opções que, além de produzir o mesmo efeito, são bastante nutritivas. Os alimentos que melhoram o humor estimulam a produção de substâncias químicas chamadas neurotransmissores. As principais são a serotonina (presente nas carnes, peixes, ovos, leite

e chocolate), dopamina (abacate, banana e chá verde) e nora-drenalina (carne magra, queijo branco, nozes, feijão, iogurte natural e ovos).

A nutricionista Erica Cristina Tivelli Ferreira orienta para que o consumo desses produtos seja regular. "Eles devem ser consumidos diariamente para que se tenha sempre a oferta de nutrientes, mas não vale exagerar na quantidade, pois o excesso não potencializa o efeito", alerta.



Alimentos que ajudam a melhorar o astral

Aveia - produção de energia

Brócolis e ovos - melhoram o humor

Folhas escuras - têm efeito antidepressivo

Frutas oleaginosas - diminuem o estresse

Laranja, maracujá e jabuticaba - previnem o cansaço e combatem o estresse

Leite - tem efeito relaxante

Pimenta - produz sensação de euforia

Massas, pães e chocolates - produzem alegria

Alface - tem efeito calmante

Sementes de abóbora e de girassol - melhoram o humor e a qualidade do sono

CONTANDO UM CAUSO

Os perigos da 'língua solta'



Fabrício de Lima: clima tenso terminou em risada

Um pequeno mal entendido quase terminou em confusão durante a viagem de negócios feita por Fabrício Cesar Thadeo de Lima, dono da Polymark Comércio de Brindes, instalada em Campinas. Em janeiro do ano passado o empresário foi a Milão para visitar a feira internacional que apresentou novidades no setor de papelaria e brindes. O pequeno incidente aconteceu na hora de acertar a conta do

hotel antes de seguir para o aeroporto. Fabrício estava com um amigo e, ao passar o cartão de crédito, a máquina acusou erro de leitura. Após tentar algumas vezes, o dono do estabelecimento ficou irritado e começou a xingar o equipamento. "Ele era muito simpático, até ficamos amigos, mas italiano é espalhafatoso e na hora usou a palavra 'schifoso', que significa malandro no sentido de prejudicar as pessoas." O amigo de Fabrício, que aprendeu o significado do termo 'schifoso' durante a novela Passione, da TV Globo, sentiu-se ofendido porque achou que o dono do hotel estava xingando os dois brasileiros. "Ele ficou vermelho e muito bravo, demonstrou para o meu amigo entender que os xingamentos eram para a máquina do cartão e não para nós", recorda Fabrício, que precisou interceder para dar fim ao clima tenso. "No final demos muita risada", lembra Fabrício.

TIRANDO UMA

