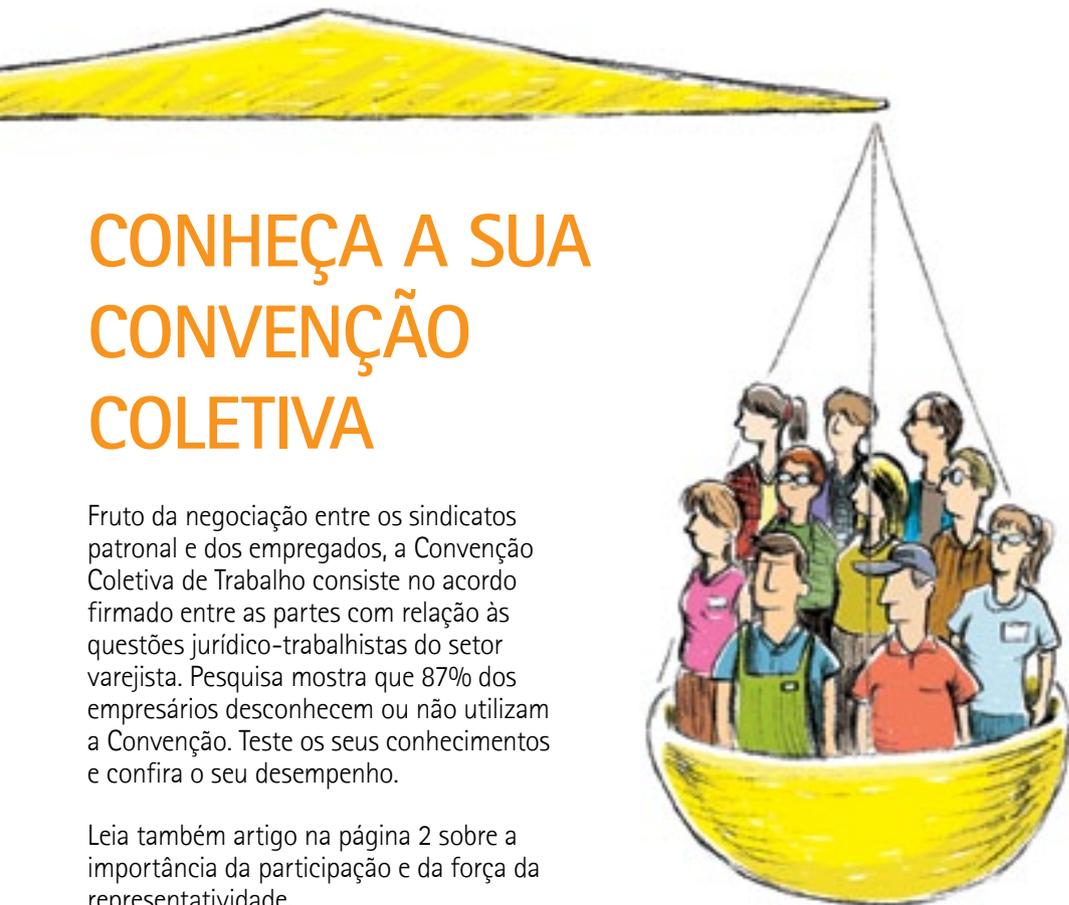


NOSSO VAREJO

SINDIVAREJISTA
de Campinas e Região



Impresso Especial
9912255289/2010-DR/SPI
SINDIVAREJISTA
CORREIOS



CONHEÇA A SUA CONVENÇÃO COLETIVA

Fruto da negociação entre os sindicatos patronal e dos empregados, a Convenção Coletiva de Trabalho consiste no acordo firmado entre as partes com relação às questões jurídico-trabalhistas do setor varejista. Pesquisa mostra que 87% dos empresários desconhecem ou não utilizam a Convenção. Teste os seus conhecimentos e confira o seu desempenho.

Leia também artigo na página 2 sobre a importância da participação e da força da representatividade.

págs. 6 e 7

CONEXÃO SOCIAL CHEGA A INDAIATUBA



O Conexão Social Sindivarejista chegou aos alunos da Educação para Jovens e Adultos (EJA), em Indaiatuba, no final de maio. Na semana do Meio Ambiente, em junho, o programa foi levado ao Shopping Spazio Ouro Verde.

pág. 8

PARA USO DOS CORREIOS

<input type="checkbox"/> Mudou-se	<input type="checkbox"/> Falecido
<input type="checkbox"/> Desconhecido	<input type="checkbox"/> Ausente
<input type="checkbox"/> Recusado	<input type="checkbox"/> Não Procurado
<input type="checkbox"/> End. Insuficiente	<input type="checkbox"/> Informações escritas pelo porteiro ou síndico
<input type="checkbox"/> Não existe o N° indicado	
<input type="checkbox"/>	

Reintegrado ao Serviço Postal Responsável
Em ____/____/____

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



3

SINDICATO

Crédito exclusivo da CAIXA para os associados atrai varejistas pela baixa taxa de juros



4

PERFIL

Em homenagem ao Dia dos Pais, contamos a história da Óptica Ferrari que mantém unidos pai e filho



11

PLANEJAMENTO

Professor do Senac dá orientação sobre ações voltadas para o Dia das Crianças

A REPRESENTATIVIDADE



O Sindivarejista deu início às rodadas de negociação da Convenção Coletiva de Trabalho 2011/2012, nas 13 cidades de sua abrangência. As negociações com os devidos sindicatos dos empregados acontecem cidade por cidade, respeitando as particularidades de cada município e lutando pelos interesses do empreendedor do varejo, sem perder o foco do equilíbrio da balança Empregador/Empregado.

Esta é a hora de participar!

É neste momento que, como representante de toda uma categoria desde 2002, eu deixo os meus ouvidos ainda mais apurados. Quero ouvir a voz do empresário varejista! Mas só posso ouvi-la quando há uma efetiva manifestação.

Você não pode ficar em silêncio!

Além dos canais diretos de comunicação dos quais dispomos para ouvir o nosso representado (sites, publicações, telefone, e-mails, atendimento personalizado), nesta época do ano os varejistas têm a oportunidade de participar das assembleias promovidas pelo sindicato para que eles se manifestem.

Para conhecer os anseios de seus representados, o Sindivarejista encomendou uma pesquisa recente onde foi detectado que 87% dos empresários desconhecem ou não utilizam a Convenção Coletiva, o que representa um risco para o próprio varejista (que fica vulnerável à fiscalização e às ações trabalhistas).

O maior instrumento de conquista do homem civilizado ainda é o trabalho em conjunto, a força de uma categoria e a organização na forma de um sindicato representativo.

A Convenção Coletiva de Trabalho precisa ser entendida como o manual do varejo.



Você, empresário, terá oportunidade de ter a sua voz mais ativa, participando das assembleias.

Vou esperar por você.

Sanae Murayama Saito

Presidente do Sindivarejista de Campinas e Região

NOTINHAS

COMISSÃO DERRUBA PORTARIA DO PONTO ELETRÔNICO

A Comissão de Trabalho da Câmara dos Deputados aprovou em julho o projeto que derruba a portaria do Ministério do Trabalho e Emprego que obriga as empresas a implantarem o Registro do Ponto Eletrônico (RPE). A instalação do novo sistema, que já foi duas vezes adiada, passaria a vigorar no dia 1º de setembro. Para que o RPE deixe de ser obrigatório, é necessária ainda a aprovação da Comissão de Trabalho com votação no plenário da Casa.

SINDIVAREJISTA RECEBE DEPUTADO JONAS DONIZETTE

O Sindivarejista recebeu no dia 17 de junho o deputado federal Jonas Donizette (PSB/SP). Durante a reunião da Coordenadoria Nordeste dos diversos sindicatos patronais do setor varejista do interior de São Paulo, ele falou sobre as perspectivas do comércio da região na Copa do Mundo caso Campinas seja escolhida para ser uma das subdesdes. "O reflexo do comércio será imediato", disse o parlamentar que preside a Comissão Permanente de Turismo e Desporto da Câmara dos Deputados.



CONVITE ÀS MULHERES PARA FRENTE PARLAMENTAR DIA 5/08



No dia 6 de julho foi a vez da deputada estadual Ana Perugini (PT) conhecer de perto o trabalho desenvolvido por Sanae Murayama Saito à frente do Sindicato. Defensora da ampliação das políticas públicas para as mulheres, a deputada aproveitou a visita para convidar Sanae e todas as mulheres do setor varejista para o relançamento da Frente Parlamentar

em Defesa dos Direitos das Mulheres, da qual é coordenadora, no dia 5 de agosto. "Nossa luta é pela auto-estima e pela soberania da mulher", destacou a deputada.

“Unir-se é um bom começo, manter a união é um progresso, e trabalhar em conjunto é a vitória.”

Henry Ford



CONVÊNIO APORTE CAIXA: BENEFÍCIO EXCLUSIVO AOS ASSOCIADOS

Magda Machado, dona da loja Capital Calçados, pretende abrir uma filial no próximo ano. "Aqui sou sócia do meu marido, mas eu quero uma loja só para mim", diz a empresária, que no dia 16 de junho esteve na assinatura do Convênio Crédito Aporte CAIXA, na sede do Sindivarejista. O crédito exclusivo aos associados do Sindicato despertou o interesse da comerciante. "A taxa baixa de juros foi o que mais me atraiu".

O convênio assinado pela presidente do Sindicato, Sanae Murayama Saito, e pelo superintendente da CAIXA na região de Campinas, Paulo Galli, integra o projeto Quintas da Caixa. "Através de negociação, o Sindivarejista conseguiu a taxa de 1,51%, mais TR, somente para as empresas associadas, ou seja, aquelas que depositam a sua confiança no nosso trabalho. Para os não associados, a taxa se mantém em 1,68%. A longo prazo essa diferença significa muito dinheiro", explica Sanae.

O Crédito Aporte CAIXA estabelece o prazo máximo de contratação de 180 meses para os associados. Também prevê liberação de crédito com cota financiável de 50% para clientes com apenas um imóvel ou de 60% a 70% para quem possui dois imóveis.

Segundo a presidente do Sindivarejista, o convênio vai beneficiar o comerciante que quer se livrar das dívidas com juros altos, reformar ou informatizar o seu comércio. "É também para o comerciante que está enxergando novos consumidores investindo em bairros fora da região central. Muitas coisas podem ser feitas com esse crédito", complementa.

Interessados em obter mais informações sobre o Crédito Aporte podem entrar em contato com o Sindivarejista pelo telefone 3775-5560 ou pelo e-mail atendimento@sindivarejistacampinas.org.br. O empresário poderá agendar o atendimento realizado toda quinta-feira no próprio Sindicato.



Para Magda Machado, os juros mais baixos são a principal vantagem

EVITE DEMISSÕES ANTES DA CONVENÇÃO

De acordo com o Departamento Jurídico do Sindivarejista, nos meses de julho e agosto o empresário varejista deve evitar fazer demissões, do contrário pagará multa. A Lei 7238/84 diz que a demissão do funcionário durante os 30 dias que antecedem a data-base da categoria (1º de setembro) incide em pagamento de indenização equivalente ao salário mensal do empregado.

O advogado Thiago de Oliveira, do Jurídico, explica que os demitidos em julho fazem seu acerto somente em agosto, após cumprir (ou pagar) aviso-prévio. Portanto, ele sugere maior atenção com as demissões a partir de julho (60 dias antes).

O texto do artigo 9º da Lei 7238/84 diz o seguinte: "O empregado dispensado, sem justa causa, no período de 30 dias (trinta dias) que antecedem a data de sua correção salarial, terá direito à indenização adicional equivalente a um salário mensal, seja ele optante ou não pelo Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS)".

Aviso-prévio pode mudar

O Supremo Tribunal Federal (STF) examina o artigo sétimo, inciso 21 da Constituição, sobre as regras para pagamento de aviso-prévio ao trabalhador. A mudança proposta é com relação à proporcionalidade do valor de acordo com o tempo de serviço. As empresas hoje aplicam a regra mínima, nos termos da lei, de 30 dias. As lideranças empresariais defendem a manutenção de 1 mês, admitindo negociação. Confira a cláusula sobre aviso-prévio da Convenção Coletiva da sua cidade.

SERVIÇOS EM DESTAQUE

CONVÊNIO MÉDICO

Por intermédio do Sindivarejista, o associado tem o convênio médico do Grupo NotreDame Intermédica com preços diferenciados. A reconhecida qualidade dos serviços atende o varejista na medida certa. Fundada em 1968 e pioneira em gestão integral da saúde, a Intermédica comprou a Medicamp e atende em todo o Estado. O benefício é extensivo aos funcionários.

CONVÊNIO ODONTOLÓGICO

O Sindivarejista possui ainda o convênio Odontoprev - líder em assistência odontológica no Brasil - que beneficia o empresário e permite que os associados ofereçam aos colaboradores um plano odontológico de alta qualidade, com tecnologia e inovação dedicadas à saúde oral.

PALESTRAS E CAPACITAÇÃO GRATUITAS

Os eventos fazem parte da série de Encontros Gerir - Rodadas de Negociação e Inovação. Todas as palestras são gratuitas e tratam de temas de interesse do varejista. Em 2010, trouxemos para a pauta o novo ponto eletrônico e também a PLR (Participação nos Lucros e Resultados). Em julho de 2011, realizamos palestra em nossa sede sobre "Motivação: o Segredo do Sucesso". Em agosto, próximo dia 18, falaremos sobre as redes sociais como ferramenta para o varejo.

SINDIVAREJISTA
de Campinas e Região

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
Fotos: Adriano Rosa / Tomas May / Júlio César / sxc.hu
Ilustrações: Roni • Editoração: Communitas Comunicação • Tiragem: 24.000 exemplares



DE PAI PARA FILHO

Óptica Ferrari garante perpetuação do negócio dentro da família e ganha renovação com geração que chega

Rodrigo, filho mais velho de Luiz Alberto Ferrari, se interessou desde cedo pelo trabalho do pai, fez Administração de Empresas e hoje aprende o dia-a-dia do negócio

A paixão de um menino de 12 anos por fotografia construiu uma história de sucesso. O empresário Luiz Alberto Ferrari comemora 40 anos da Foto Óptica Ferrari em 2012 e já prevê vida longa para seu empreendimento, cuja continuidade aos poucos fica a cargo de um dos seus três filhos, Rodrigo, de 29 anos. Ferrari lembra que começou sua relação com o setor varrendo a calçada de um estúdio de fotografia tradicional de Campinas, Studio Segallio. Em pouco tempo, já ajudava a cortar as fotos manualmente.

A passagem do bastão de Pai para Filho acontece de forma tranquila e enche de conforto o pai Ferrari, que nunca teve sócios nestas quatro décadas. "Você não vai querer que o negócio acabe quando se trata de uma coisa de família", diz Luiz, o pai. "Eu preferia ter todos aqui, mas isso tem de acontecer naturalmente", explica.

O interesse natural pelo negócio familiar surgiu no filho mais velho. "Desde pequeno eu gostava de ficar no balcão quando estava de férias. Optei por fazer faculdade em Campinas para ficar perto das lojas. Foi uma coisa natural. Eu quis dar continuidade e hoje não me imagino fazendo outra coisa, porque foi algo que meu pai construiu e é uma coisa da qual tenho muito orgulho", diz Rodrigo com convicção.

A relação entre pai e filho na gestão do negócio é muito saudável. "Nunca tivemos atrito, mas não é a coisa mais fácil do mundo. Principalmente com relação a novas ideias. Mas, com a maturidade, o convívio fica melhor a cada dia", afirma o administrador de empresas, que além de aprender com o pai nas três lojas, tem seu próprio negócio, no mesmo setor.



Aos 12 anos, Ferrari já gostava de fotografia e ajudava a cortar fotos em estúdio

Quatro décadas

Quando comprou uma loja no Taquaral em novembro de 1972, aos 22 anos, Luiz Alberto Ferrari deu início ao seu estúdio próprio, a Foto Colorama. Um ano depois, ele abriu loja na Rua 13 de Maio, desta vez com o nome Foto Óptica Ferrari. Entre 76 e 77, Luiz adquiriu mais uma loja, na Rua José Paulino. Paralelamente, mantinha a atividade pela qual se apaixonara na infância. Foi o primeiro fotógrafo oficial da Prefeitura de Campinas.

Na década de 80, atuando como fotógrafo, Luiz fez a cobertura do casamento do ex-governador Orestes Quéricia e também do jogador Zenon. Nesta mesma década, fechou uma das lojas. Mas não se abateu nem pensou em parar. Segundo ele, o momento de maior crise foi em 2007/2008, quando a fotografia mudou definitivamente de analógica para digital.

Hoje ele tem três lojas (Centro, Unimart e Iguatemi) e investe em uma unidade no Campos Elíseos, na avenida Ruy Rodrigues. Nos serviços, faz um mix de 50% ótica e 50% foto. "Quando comecei, o negócio fotografia era forte. Hoje é tudo diferente."

Entre os princípios que Luiz procura passar ao seu filho está a atenção especial ao fornecedor. "Cuidar do fornecedor e do bom atendimento são ações fundamentais para um bom negócio."



FOTO ÓPTICA FERRARI

Centro: Rua José Paulino, 925. Telefone 32315877.
Shopping Unimart: Telefone 32411935.
Shopping Iguatemi Campinas: Piso 1. Telefone 32550256.

GARANTIA DO SUCESSO PASSA PELO GERENCIAMENTO DO ESTOQUE



Agilidade nos processos e informações confiáveis são fundamentais na gestão

Estoque é dinheiro

O consultor explica que, antes de abrir um comércio, o empresário precisa definir a quantidade ideal do estoque para o seu tipo de negócio. "Para produtos de valor agregado muito alto o estoque deve ser mínimo", orienta. Ele cita como exemplo um comércio do setor de telefonia, onde as mercadorias, além de caras, tornam-se rapidamente defasadas.

Se o estoque não for bem gerenciado, o varejista acabará tendo prejuízos. "Estoque é custo, dinheiro transformado em mercadoria. É como abrir a geladeira de casa e jogar fora os produtos estragados. Alguém pagou por aquilo, é dinheiro jogado no lixo", define João Antonio.

Foi-se o tempo em que o varejista precisava ir até os fundos da loja para conferir a quantidade e a validade, bem como a entrada e saída dos produtos. O gerenciamento do estoque de um varejo é fundamental para o sucesso do negócio. Mas para isso é necessário investir em uma ferramenta adequada para que o empresário consiga gerir a sua empresa por meio de informações confiáveis e agilidade nos processos.

De acordo com o consultor da TOTVS Interior Paulista, João Antonio Silva, que no dia 16 de junho apresentou uma palestra para mais de 30 associados na sede do Sindivarejista, a gestão do estoque não se faz com o melhor sistema de TI do mundo e sim adequado às necessidades do varejo. Com R\$ 1.500,00 já é possível, segundo ele, investir na implantação de um sistema levando em conta todas as fases do planejamento.



João Antonio Silva, consultor da TOTVS, alerta varejistas dos riscos de prejuízo



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.

MUITO PRAZER! MEU NOME É CONVENÇÃO COLETIVA

Perguntas e respostas

O primeiro passo para a participação, sugere a presidente do Sindivarejista, Sanae Murayama Saito, é conhecer a Convenção Coletiva de Trabalho negociada entre os sindicatos. Teste os seus conhecimentos respondendo às perguntas e confira o seu desempenho. Para saber mais, veja também no site do Sindivarejista (www.sindivarejistacampinas.org.br).

TESTE OS SEUS CONHECIMENTOS

1 – O seu funcionário trabalhou no feriado. Você deverá pagar por este dia trabalhado o mesmo valor de um dia comum.

VERDADEIRO FALSO NÃO SEI

2 – O trabalho de seu funcionário no feriado por um período de 8 horas é permitido.

VERDADEIRO FALSO NÃO SEI

3 – Se você solicitar o trabalho do funcionário no domingo, vai ter de pagar hora-extra.

VERDADEIRO FALSO NÃO SEI

4 – Sem o pedido de Adesão ao trabalho em feriado, você corre o risco de pagar uma multa ao funcionário por feriado trabalhado.

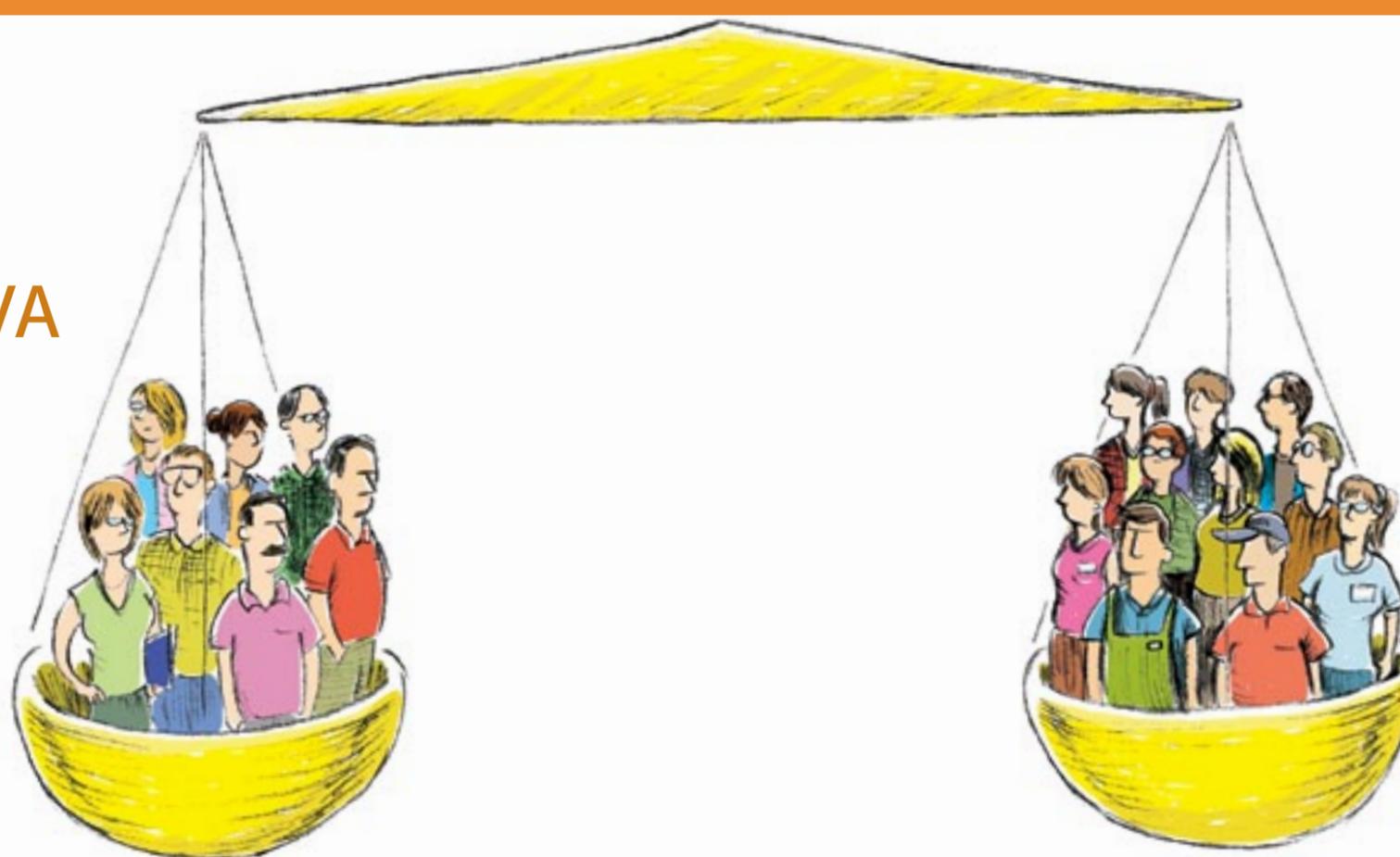
VERDADEIRO FALSO NÃO SEI

5 – Se você demitir um funcionário com mais de um ano de casa, sem justa causa, deverá pagar aviso-prévio de 30 dias e mais um acréscimo.

VERDADEIRO FALSO NÃO SEI

6 – A Convenção Coletiva de Trabalho é um conjunto de leis jurídico-trabalhistas específicas do setor, que deve ser cumprido igualmente por micros, pequenas e grandes empresas.

VERDADEIRO FALSO NÃO SEI



Fruto da negociação entre os sindicatos patronal e dos empregados, a Convenção Coletiva de Trabalho consiste no acordo firmado entre as partes com relação às questões jurídico-trabalhistas do setor varejista, como o índice de reajuste salarial, os feriados permitidos para o trabalho, entre outras cláusulas. Pesquisa encomendada pelo Sindivarejista mostra que 87% dos empresários desconhecem ou não utilizam a Convenção Coletiva.

Então vamos fazer uma primeira apresentação.

Antes de se chegar a um acordo (ou para chegar até ele), muita água passa por baixo da ponte. Primeiro, os sindicatos chamam as suas categorias para assembleias, através de edital – inclusive a nossa, patronal.

Nas assembleias, vamos decidir o que é possível aceitar dentro da pauta de reivindicação dos empregados. “Este consenso é difícil de se chegar, porque o Sindivarejista representa todos, desde o pequeno até o grande”, diz a presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Campinas e Região, Sanae Murayama Saito.

A pesquisa realizada também revelou que as micro e pequenas empresas representam 90% da categoria do varejo, dentro de uma amostragem de 500 entrevistados – 67% são micros; e 23%, pequenas empresas.

“O empresário que não participa se torna alienado e entra na estatística das ações trabalhistas”

Sanae Murayama Saito

Caráter democrático

“Uma assembleia mista” é o que defende Sanae. Baseada na sua experiência de negociação desde a década de 80, sendo a partir de 2002 à frente do Sindivarejista, ela acredita que não podemos ter uma assembleia só de grandes resolvendo a vida dos pequenos, nem vice-versa. “É preciso insistir neste caráter democrático, onde um público de pequenos e grandes deve chegar a um consenso para todos.” Outro dado da pesquisa revela que 67,5% dos varejistas têm de 1 a 10 funcionários.

A presidente já aguarda as propostas dos empregados para a negociação de 2011, uma vez que em 31 de agosto termina a validade da Convenção Coletiva 2010/2011. “Se o empresário não participa, ele abdica de seus direitos e terá que acatar as decisões da assembleia”.

O MANUAL DO VAREJO



judicial do TRT – 15ª Região e presidente da seção de Dissídios Coletivos. “As relações entre capital e trabalho devem ser permeadas pela negociação e por uma relação

“A importância da Convenção Coletiva ocorre na medida em que a categoria passa a se reunir para debater e aferir as suas dificuldades e necessidades. A partir daí ela pode se sentar à mesa de negociações”, afirma o Desembargador Lorival Ferreira dos Santos, vice-presidente

muito próxima dos interesses recíprocos, pois algumas vezes uma solução via dissídio coletivo deixa insatisfeitos empresários e empregados”, acrescenta o Desembargador.

O Salário de Ingresso é um exemplo de proposta que nasceu durante as assembleias das Convenções Coletivas. Os empresários estavam desestimulados em contratar mão de obra não qualificada por conta do alto custo de investimento na qualificação e treinamento de pessoas que logo o abandonavam.

Em contrapartida, o sindicato do empre-

gado também entendeu que o salário de ingresso poderia ser uma oportunidade para quem não tem experiência entrar no mercado de trabalho. Foi uma cláusula que atendeu ao anseio de todos. Outra cláusula oriunda das assembleias foi criada durante a Convenção de Itatiba. Havia uma dificuldade para substituir, eventualmente, um funcionário no Caixa. Foi criada uma regra para esta substituição, que só pode acontecer no máximo 100 horas no período de um mês, com um pagamento adicional fixado na Convenção.

RESPOSTAS

1 – FALSO. Conforme a Convenção Coletiva deve ser feito o pagamento de um adicional de 100% sobre as horas trabalhadas mais uma folga compensatória, além do fornecimento gratuito do vale-transporte e de vale-refeição.

2 – VERDADEIRO. A jornada de trabalho nos feriados não poderá exceder 8 horas, na conformidade do artigo 58 da CLT.

3 – FALSO. Tendo folga semanal em dias diversos (de acordo com uma escala interna), não há pagamento de hora-extra e o domingo será considerado dia normal de trabalho.

4 – VERDADEIRO. A multa varia de acordo com a Convenção Coletiva de Trabalho de cada cidade.

5 – VERDADEIRO. Verifique a cláusula que trata sobre este assunto dentro de sua Convenção.

6 – VERDADEIRO. A Convenção Coletiva de Trabalho deve ser cumprida por todos igualmente.

CONFIRA O SEU DESEMPENHO

Todas as 6 respostas certas

PARABÉNS! Você está muito bem informado sobre a sua Convenção. **VAREJISTA NOTA 10.**

Quatro ou cinco acertos

Procure conhecer melhor as cláusulas da Convenção. **VAREJISTA INTERESSADO.**

Duas ou três respostas certas

ATENÇÃO! Você está desinformado e precisa conhecer melhor as regras do seu negócio. **VAREJISTA EM RISCO.**

Uma ou nenhuma questão certa

PERIGO! Você está sujeito a ações trabalhistas e outros infortúnios. **VAREJISTA EM PERIGO.**

CONEXÃO SOCIAL CHEGA AOS ALUNOS DE INDAIATUBA



O Conexão Social Sindivarejista chegou aos alunos da Educação para Jovens e Adultos (EJA) das Emefs Vicente Bernardinetti Viber e Leonel José Vitorino Ribeiro, em Indaiatuba, no final de maio. De uma maneira bem lúdica e divertida, os personagens Gastão e Poupança sensibilizaram os 175 estudantes sobre a importância do orçamento familiar.

No início de julho, os mesmos alunos participaram de uma oficina onde adaptaram o orçamento do Professor Gastão, que sempre está no vermelho, sugerindo cortes nas despesas para que no final do mês ele não precise mais recorrer ao cheque especial. Os estudantes sugeriram diversos ajustes, equilibrando assim as despesas em relação aos ganhos.

Em Indaiatuba, alunos da Educação para Jovens e Adultos (EJA) participaram com sugestões de economia

SEMANA DO MEIO AMBIENTE: CONCEITOS E PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL

Uma intensa programação com o objetivo de ensinar conceitos e práticas do consumo sustentável marcou a Semana do Meio Ambiente, entre os dias 7 e 11 de junho, no Shopping Spazio Ouro Verde.

Organizado pelo Programa Conexão Social em conjunto com o Sesc, Senac e Shopping Spazio, o evento reuniu uma Mostra Coletiva de Fotografia produzida por alunos da Escola Municipal Carmelina de Castro Rinco, oficinas de arte e sustentabilidade e projeções de curtas sobre meio ambiente com entrada franca para o público.

O espetáculo Circulando marcou o lançamento da Semana. A peça trazida pelo Sesc Campinas e encenada pelo Grupo Los Circo Los

utilizou a linguagem do teatro de rua e de algumas modalidades circenses para aproximar o público dos artistas.

Ao longo da semana, a oficina 'História das Coisas que Compramos' ensinou os alunos das escolas Carmelina e Professor André Tosello sobre a produção de determinados produtos. Durante uma visita ao Supermercado Covabra, as crianças aprenderam sobre as etapas e pessoas envolvidas no processo até chegar às mãos do consumidor e os impactos causados no meio ambiente. A peça teatral com os professores Gastão e Poupança sobre o orçamento familiar e uma oficina de pipas encerraram a programação.



Fotografias produzidas pelos alunos da Escola Carmelina



Crianças aprendem sobre consumo sustentável



Oficina de pipas encerrou as atividades da Semana

PRODUTOS DEVEM ESTAR ACOMPANHADOS DOS PREÇOS NAS VITRINES



Informações devem ser legíveis ao consumidor, com preços afixados nos produtos expostos

Volta e meia os comerciantes são alvo de fiscalização por parte dos agentes do Procon para saber se a Lei 10.962, de 11/10/2004, que determina a afixação de preços em produtos expostos nas vitrines, está sendo ou não cumprida. O Sindivarejista orienta aos seus representantes para que estejam atentos à legislação, evitando prejuízos com o pagamento de multas.

A lei determina que os preços sejam afixados por meio de etiquetas ou similares nos produtos expostos à venda em autosserviços, supermercados e hipermercados, além de mercearias ou estabelecimentos onde o consumidor tenha acesso direto ao produto sem intervenção do comerciante. A lei permite outras alternativas como a afixação do código referencial ou de barras, desde que a informação do preço à vista dos produtos, característica e códigos estejam expostas de forma clara e legível.

O Decreto 5.903 de 20 de setembro de 2006 ainda obriga o fornecedor a discriminar o valor à vista dos produtos e serviços. Nos casos de compra parcelada ou financiada, ele deve informar o número e valor das prestações e as taxas de juros e encargos.

O comerciante que não cumprir a lei estará sujeito a uma multa que varia de 200 a 3 milhões de Unidades de Referência Fiscal (UFR). "Afixar os preços dos produtos nas vitrines não é apenas uma questão de cumprir a lei, mas também de respeito ao consumidor. Ao se informar sobre o preço de uma mercadoria na vitrine ele entrará na loja seguro de que tem condições de pagar por aquele produto, evitando situações de desconforto entre ele e o vendedor", pondera Sanae Murayama Saito, presidente do Sindivarejista de Campinas e Região.

EMPREENDEDORISMO

A CRIATIVIDADE PODE SER UM GRANDE NEGÓCIO

Foi quando ouviu de uma cliente que um varal de alumínio não chega a durar sequer um ano na praia por causa do clima úmido que José Fernando Sartori teve a ideia: "Por que não criar uma alternativa feita a partir de um material mais resistente?". Há quatro anos o dono da loja de materiais elétricos e hidráulicos Kores começou a produzir varais usando tubos de PVC que, além de mais resistente, custa a metade do preço dos convencionais.

No início, conta o varejista, pensou em utilizar o bambu, mas logo descartou o material quando descobriu que o PVC seria muito mais simples no processo de produção. "O PVC não estraga, não enferruja e não gera lixo porque é 100% reciclável. Sem contar que a capacidade é a mesma do varal de ferro", compara. A técnica desenvolvida pelo comerciante apresenta ainda como vantagem a não aplicação de cola, que por ser à base de acetona agride o meio ambiente.



José Sartori: ideia surgiu da necessidade de uma cliente

Variedade

O varal ecológico, como é chamado, é produzido atrás do balcão da loja de José Fernando, que nesses quatro anos já utilizou 1.800 metros de PVC. O tipo e o tamanho variam desde o menor, para banheiros, ao preço de R\$ 13,00, até o maior com abas, vendido a R\$ 42,00, enquanto o de alumínio custa R\$ 75,00. O varal de teto grande é vendido por R\$ R\$ 26,00. "Aguenta a mesma capacidade de roupas que o de metal", explica. "A procura é grande", diz o comerciante que atribui isso às indicações. Certa vez vendeu uma unidade para a síndica de um prédio em Ubatuba. Os vizinhos gostaram tanto que acabaram fazendo encomendas. Hoje cada um dos 90 apartamentos possui um. Sartori também produz araras de roupa em PVC.

Loja Kores. Rua Mogi Guaçu, 1.596, Jardim Flamboyant. Fone: 3253-5691.

HORTOLÂNDIA DESPONTA NO CENÁRIO NACIONAL

Cidade que mais cresce no Brasil (com índice de 22,6% em 2010), Hortolândia passa por transformações rápidas que trazem benefícios à cidade. O número de estabelecimentos comerciais subiu 60% nos últimos cinco anos. O Comércio tem sido mola propulsora, com a geração de empregos e o aquecimento da economia local.

Ainda neste ano, está prevista a inauguração do Shopping Hortolândia, com 120 lojas (110 satélites, quatro âncoras, cinco megalojas e um hipermercado) e quatro salas de cinema. O investimento de R\$ 40 milhões deve gerar cerca de 500 empregos, de acordo com a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Serviços. O fluxo previsto de público mensal é de 800 mil pessoas. Já confirmaram instalações os varejistas Marisa, C&A e Walmart.

As mudanças no cenário consolidam uma nova realidade: os habitantes de Hortolândia não saem mais da cidade em busca de comércio, porque agora eles encontram tudo que precisam na cidade. "Isso fortalece o varejo local", defende Sanae Murayama Saito, presidente do Sindivarejista, que já ouviu em reunião com os varejistas locais sobre o desejo de uma Convenção própria.



População encontra o que precisa no comércio local, que cresceu 60% em cinco anos



□ Cidades representadas pelo Sindivarejista de Campinas e Região

- Indústrias: 435
- Comércios: 2.346
- Crescimento em 2010: 22,6%*
- Prestadores de Serviços: 2.610
- Agências Bancárias: 13
- Renda média per capita: R\$ 1.200,00
- PIB: R\$ 5,5 bilhões
- Arrecadação Municipal: R\$ 505 milhões (previsão 2011)
- Principais indústrias: IBM, EMS, Wickbold, Dell Computadores, GKN, Mabe, Dow Corning, Magnetti Marelli, CAF Brasil, Amsted Maxion, Lanmar, Gonvarri.
- Nos últimos seis anos, foram criados 16 mil empregos na cidade, a partir da instalação de mais de 200 novas empresas no município.

Fonte: Portal da Prefeitura de Hortolândia.

* Os dados do crescimento são do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).



fotos: site Prefeitura Municipal de Hortolândia



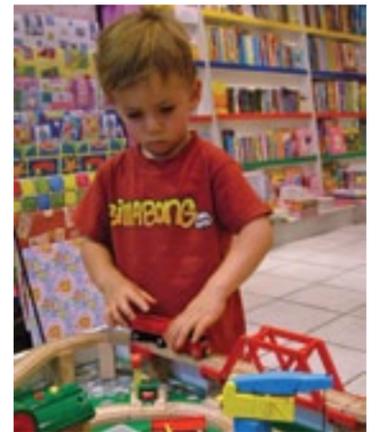
DIA DAS CRIANÇAS: HORA DE DEFINIR SEU MIX DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Para alavancar as vendas no período que antecede o Dia das Crianças, o comerciante precisa definir o perfil do seu público-alvo. "Entendendo as necessidades do consumidor, ele define o seu mix de produtos e serviços, os preços e o estoque necessário. É preciso também conhecer as ações praticadas pela concorrência", orienta o professor do Senac na área de administração e negócios, Guaracy Colaiácovo.

Assim como nas demais datas comemorativas do ano, é comum nessa época o empresário investir muito dinheiro em marketing, merchandising, vitrinismo e promoções. Para Guaracy, no entanto, **o ideal é que os investimentos sejam feitos com regularidade e criatividade.** O empresário deve reservar um percentual do faturamento da loja para aplicar em técnicas que fazem a diferença para o negócio.

Ambiente estimula a compra

Além de estar atento ao visual da fachada e da vitrine, o espaço interno deve ser agradável para que o cliente se sinta bem. "Clientes satisfeitos com o ponto-de-venda permanecem mais tempo na loja e chegam a comprar até duas vezes mais", avisa o professor. Guaracy lembra ainda que as promoções devem ser criativas e realizadas por um período limitado, pois atraem mais clientes para a loja e apressam a decisão de compras. O professor do Senac cita ainda alguns recursos de divulgação para atrair a atenção do consumidor, como cartões de visitas, distribuição de panfletos, cupons de desconto e brindes. Divulgação no jornal do bairro, encartes em revistas, participação em eventos da região e patrocínios junto à comunidade também são eficientes.



Crianças mais exigentes e sensíveis aos apelos

Vendedor deve conquistar cliente

Por ser um meio de comunicação barato, a internet deve ser usada como ferramenta para fortalecer o relacionamento entre o varejista e o consumidor por meio de informações sobre lançamentos, novidades e promoções. Investir na equipe de vendedores também é fundamental. "Vendedores (as) uniformizados (as), bem treinados e sempre dispostos a ajudar nas suas escolhas fazem toda a diferença", finaliza. Afinal, não basta trazer o público infantil até a loja, é preciso também conquistá-lo. Além de sensíveis aos apelos atrativos, eles são exigentes em relação à qualidade dos produtos.

REDES SOCIAIS SE ENCONTRAM COM O VAREJO



"Não importa o tamanho do empreendimento, todos os empreendedores irão se relacionar com os aplicativos ligados às redes sociais", assegura o planejador digital Josué de Menezes, que fará palestra no Sindivarejista, no dia 18 de agosto, das 8h30 às 11h30, sobre formas de utilizar as redes sociais como ferramenta para o varejo.

"Os fenômenos da Nova Web impactam diretamente na vida das empresas e negócios, independente do porte. Entender a lógica e conceitos deste novo mundo é pré-requisito essencial para construir a marca dentro de uma visão de novos modelos de negócios", completa Josué.

O evento faz parte da programação Encontros Gerir – Rodadas de Negociação e Inovação promovidos pelo Sindivarejista. Em julho, no dia 21, o jornalista Dirceu Martins Pio, especializado em pequenas empresas, também apresentou a palestra "Motivação: o segredo do sucesso".

As inscrições podem ser feitas pelo telefone (19) 37755560 ou por e-mail: atendimento@sindivarejistacampinas.org.br

CORPO E MENTE EM EQUILÍBRIO

Reservar pelo menos 10 minutos do dia para meditação ajuda a manter o equilíbrio físico, mental e emocional. Este pode ser um bom começo para uma vida mais equilibrada. Se for pela manhã, deve melhorar o dia; no período da noite, contribui para um sono mais tranquilo.

Raquel Munhoz, dona da Microsom Campinas, reconhece os benefícios da meditação. "Acho importante, porque traz o equilíbrio e compensa o estresse." Seu primeiro contato com o tema foi através do livro 'Comer, Rezar, Amar'. Mas foi durante uma visita à Universidade da Luz (Uniluz) que ela praticou pela primeira vez. "Gostei muito, fiquei 40 minutos em silêncio. É muito difícil desligar, mas foi um desafio", confessa.

A partir dessa experiência, Raquel definiu a meditação como um objetivo em sua vida. "Tenho me organizado para isso apesar da minha falta de tempo", admite.



Raquel Munhoz: meditar traz equilíbrio e compensa estresse

Passo a passo da meditação

- Escolha um lugar tranquilo e confortável para se deitar ou sentar;
- Respire profundamente pelo nariz exalando o ar pela boca;
- Afaste de sua mente pensamentos ruins e preocupações para que o corpo recupere a energia e elimine a tensão acumulada;
- Visualize um lugar onde você gostaria de estar até entrar em um estado de relaxamento profundo;
- Retorne aos poucos ao seu mundo real. Ao abrir os olhos sentirá a diferença.

CONTANDO UM CAUSO CÂMERAS DE OLHO NO 'GOLPE DO TROCO'

O caso de Wesley Cardoso Salgado ocorreu há cerca de seis meses, quando uma jovem aparentando 16 anos entrou em sua loja de R\$ 1,99, a Leve Tudo, para fazer compras. Depois de comprar R\$ 6,00 em produtos, pagar com uma nota de R\$ 10,00 e receber o troco, foi embora. Pouco depois chegou a irmã reclamando que o dono havia dado o troco errado já que a consumidora, segundo ela, pagou com uma nota de R\$ 20. "Ela começou a fazer escândalo e ameaçou ligar para a polícia, até que tomei a iniciativa e disse que quem iria chamar a polícia era eu", recorda.

Depois de mostrar ao policial a gravação do vídeo comprovando o valor do dinheiro, a mulher foi embora. "Ela ficou com cara de tacho", relata Wesley. Segundo ele, casos como esse são comuns. "A gente sempre fala para conferir o troco na hora, temos ainda o cupom fiscal, não tem como errar".

Wesley tem 16 câmeras instaladas em sua loja, uma em cada caixa. Além de evitar esse tipo de situação, também servem para coibir as tentativas de roubo.



Wesley Salgado: recomendação para conferir o troco

Recicle! Não jogue este impresso em via pública ou em lixo comum. Recicle!

TIRANDO UMA

