



Comunicação e crescimento profissional

Dois palestras estão programadas para esse mês no Sivamar. No dia 18 o tema será "Comunique-se bem com o cliente e venda mais", com a jornalista Regina Daefiol. No dia 25, numa promoção da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios, acontece a palestra "Eu sou o obstáculo", com o especialista em coaching Roberto Recinella. Veja mais detalhes nesta edição.

Pág 6

Um novo olhar sobre o antigo

Tendência lançada pelo mundo da moda, a valorização de produtos antigos nunca esteve tão alta. Peças originalmente fabricadas anos atrás ou até mesmo objetos que remetem a referências do passado têm público certo. São consumidores que buscam exclusividade e, muitas vezes, resgatar algo que lhes traga lembranças afetivas. Nessa onda, o mercado vintage e retrô vem crescendo no país e também em Maringá. Os comerciantes que apostaram neste nicho confirmam que a demanda por esses produtos vem aumentando mesmo, tanto que o conceito dos chamados brechós mudou ao longo dos anos.

Pág 4



Os talentos do comércio



Muitos profissionais do comércio encontram nas atividades artísticas um refúgio para o estresse. Nos momentos de lazer, eles dão vazão ao talento e encantam. É o caso de Douglas Ezequiel dos Santos, cartazista da rede de supermercados Cidade Canção, que depois do expediente dedica-se a esculpir, em madeira, réplicas de construções e de trens.

Pág 3

Ampliação da base



O Sivamar passou a representar legalmente diversos segmentos do comércio atacadista. A Secretaria de Relações do Trabalho deferiu alteração no estatuto do sindicato, que também incluiu a cidade de Ângulo na base territorial da entidade. A medida, foi

publicada no Diário Oficial da União. No dia 29 do mês passado, representantes dos shoppings atacadistas de confecções participaram da reunião de diretoria do sindicato.

Pág 7

CONVENÇÃO COLETIVA

Validade prorrogada até 30 de setembro

O Sivamar assinou um termo aditivo com o Sincomar prorrogando novamente a validade da Convenção Coletiva de Trabalho 2013/2014, desta vez até 30 de setembro. A medida foi tomada porque o novo acordo coletivo de trabalho ainda não foi fechado entre as entidades sindicais. A prorrogação garante a abertura do

comércio até as 18 horas nos dois primeiros sábados do mês ou nos quatro, no caso das lojas que realizam o revezamento da equipe de colaboradores. Fica garantida também a abertura dos supermercados que têm acordo com seus funcionários no dia 7 de setembro, primeiro domingo do mês, das 8 às 13 horas.

EXPEDIENTE

Presidente
Ali Wardani
1º Vice Presidente
Amauri Donadon Leal
2º Vice Presidente
Roberto Burci
Diretor Administrativo
Salatiel Farias Dias
Diretor de Finanças
Antonio Batista de Moura Júnior
Diretor de Patrimônio
Francisco Morales
Diretor Jurídico
Ronaldo Ramos
Diretor de Promoções
Vanderlei Aparecido Scanferla
Diretor Social
Raquel Almeida Costa
Diretor Intersindical
Moacir Rodrigues Montalvão
Diretor Área de Serviços
Lucho Tombini
Diretor Área Comércio de Bairro
Dercílio Constantino
Diretor Área de Mercados
Arlei Luiz Camilo
Diretor Área de Marketing
Wesley Dejuli
Diretor Área Comércio Atacadista
Luís Fernando Wunderlich Ferraz

Conselho Fiscal

Shiniti Ueta, José Adilson Staub, Luis Antonio Domingues, Levi Cesar Todon, Juvenal da Silva Correia Filho, Ednei Noronha

Conselho Superior

Heitor Bolela Junior, Antonio Donisete Busíquia, Massao Tsukada, Adilson Emir Santos, José Rubens Abrão

Informativo Mensal do Sindicato dos Lojistas do Comércio e do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região Ano 14 - n° 153 - Agosto/2014

Rua Néu Alves Martins, 2.789 • Centro • Maringá - PR • CEP 87013-914
Fone/Fax: (0xx44) 3026-4444
E-Mail: imprensa@sivamar.com.br

Home-Page:

<http://www.sivamar.com.br>

Diretor Responsável

Wesley Dejuli

Produção

RG Comunicação

Jornalista Responsável

Regina Célia Daefiol - MTB 2538 - Pr

Colaboração

Alan Maschio
Camila Cabau

Editoração Eletrônica

Oséias T. dos Santos
Email: oseias@sivamar.com.br

Projeto Gráfico

Lumen Marketing

Conselho Editorial

Lisley M. M. da Silva, Oséias T. dos Santos, Sandra Vedovati e Wesley Dejuli

Fotos: Ivan Amorin e Walter Fernandes

Impressão: Grafimorte S/A

Tiragem: 7.000 exemplares

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Nasce uma grande parceria

Foi com muita alegria que recebemos, no mês passado, no Sivamar, representantes dos lojistas de shoppings atacadistas de Maringá. O setor de confecções é um dos segmentos do comércio atacadista que passaram a integrar a base de representação do sindicato.

A partir de agora, trabalharemos unidos para alcançar um objetivo comum a todos - empresários e trabalhadores - que é o crescimento e o fortalecimento da atividade comercial como um todo. Afinal, Maringá é referência não só pela pujança de seu varejo, como também pela força do atacado. E isso é um fato histórico.

A cidade já foi considerada um dos maiores pólos atacadistas do país, posição reforçada nos últimos anos pelo

grande desenvolvimento das indústrias de confecções locais. Por meio dos shoppings atacadistas, Maringá exporta moda para diversos estados brasileiros, bem como para países vizinhos como Paraguai e Argentina.

O lojista que atua no atacado de confecções se profissionalizou e investe em seu negócio. Muito mais do que os bons preços que atraem compradores do Brasil inteiro, a qualidade dos produtos também destaca esse segmento do comércio que agora passa a ser representado legalmente pelo Sivamar.

Essa grande parceria que agora nasce dará ao nosso sindicato ainda mais legitimidade para atuar em prol do desenvolvimento da atividade comercial. Que ela seja frutífera e benéfica para todos.



Ali Wardani, presidente do Sivamar

ARTIGO

Uma proposta para o futuro

*Darci Piana, presidente do Sistema Fecomércio Sesc Senac PR

A Fecomércio-PR desenvolveu um estudo sobre as deficiências que inibem o crescimento consistente do estado e do país. A análise leva em conta os fatores macroeconômicos, a possibilidade de construir um futuro sustentável e indicadores como a liberdade pessoal, comparável aos países mais desenvolvidos. São sugestões a serem consideradas pelos dirigentes que serão eleitos em outubro.

Apesar de contar com características atrativas ao empreendedorismo, como cenário econômico em crescimento, insumos básicos com custo competitivo e amplo mercado interno, o país situa-se, em competitividade, na 48ª posição global, ainda que seja a sexta economia do mundo.

A crescente demanda de mão de obra demonstra a importância da formação técnica especializada. É imperativo que seja mantido o apoio ao Sistema "S" para dar vazão à demanda com a necessária qualidade. A manutenção do Pronatec e a colaboração entre união, estados, Distrito Federal e municípios é fundamental para os serviços nacionais de aprendizagem na educação profissional e tecnológica.

Ações precisam ser implantadas para melhorar a eficiência da máquina pública. Entre elas, o limite no número de cargos em comissão, a redução do peso da máquina administrativa e os incentivos ao funcionário produtivo. É preciso, ainda, redução significativa no número de ministé-

rios. Necessária é também a simplificação do processo de abertura e fechamento de empresas.

Mas nada funcionará enquanto vigorar o caos tributário. Será preciso retomar a proposta de reforma tributária nacional, com a implementação do Imposto sobre Valor Agregado. Mais ainda, diminuir a carga tributária, bem como o número e espécies de tributos, simplificando o sistema arrecadatário.

A substituição tributária tem se transformado em um mecanismo complexo, afetando a rentabilidade das empresas. Também é vital eliminar a guerra fiscal entre os estados, com a unificação das legislações e alíquotas.

O peso da arcaica legislação trabalhista prejudica o emprego e a competitividade. É preciso reduzir alíquotas em contribuições, a equalização dos salários mínimos estadual e nacional e o aperfeiçoamento do processo de Conciliação Prévia.

A falta de infraestrutura representa um dos grandes gargalos para o crescimento econômico do Paraná e do Brasil. Nesse sentido, os desafios a serem superados contemplam os modais de transporte rodoviário, ferroviário, portuário, hidroviário e aeroviário, além de mais investimentos em mobilidade urbana e no setor elétrico.

Não podemos perder de vista o objetivo de viabilizar o Programa de Arrendamentos e Licitações dos Portos e alterar

a Poligonal do Porto de Paranaguá, bem como a abertura do mercado para navegação de cabotagem ao longo da costa brasileira.

Da mesma forma, o país deve atuar para um efetivo incremento do transporte ferroviário, com a construção da Ferrovia Oeste-Leste até Pontal do Paraná, a construção da Ferrovia Norte-Sul e a construção do contorno ferroviário norte de Curitiba.

O modal rodoviário representa cerca de 60% do transporte interno. É fundamental a construção de novas estradas, como o trecho paranaense da BR-101 e a conclusão da BR-487 (Estrada Boiadeira) e da BR-153, entre outras prioridades.

O crescimento econômico apresentado pelo Paraná tem exigido investimentos nos aeroportos, não só no Afonso Pena, mas também nos de Londrina, Maringá e Cascavel e naqueles destinados à aviação regional.

Na área de energia, é preciso estimular novas fontes e rever a política do etanol, para que retome sua competitividade.

O comércio eletrônico vem ganhando mercado, mas suas regras não estão claras. É preciso estabelecer um processo de arbitragem entre as empresas do setor e os consumidores para dirimir litígios.

Tais diretrizes apontam o caminho para a busca por um melhor ambiente empresarial e de qualidade de vida da população.

COMPORTAMENTO

Talento além do horário de expediente

Especialistas são categóricos: as práticas ligadas às artes podem ajudar, e muito, a aliviar as tensões do cotidiano. Muitos profissionais do comércio encontram nas manifestações artísticas não só uma forma de relaxar, como também de dar vazão a talentos que cultivam desde a infância



Produzindo réplicas em madeira, Douglas Santos dá vazão a um talento que vem da infância

Durante o horário comercial eles mostram habilidade para vender, atender ou cuidar do caixa. Fora do expediente revelam outros talentos, de verdadeiros artistas. Na música, nas artes plásticas, esses personagens encontram espaço para se expressar e, ao mesmo tempo, driblar o estresse próprio da rotina de quem trabalha no comércio.

É o caso de Douglas Ezequiel dos Santos, que é cartazista da rede de supermercados Cidade Canção e após o expediente se dedica a produzir réplicas

de construções e de trens em madeira. A paixão pelas artes vem da infância, quando era um dos melhores alunos da classe nas aulas de Educação Artística.

Anos mais tarde, já adulto, Douglas viu nas caixas de madeira que eram descartadas por uma empresa em que trabalhava o material ideal para dar vazão ao talento latente. "Olhei aquela madeira e deixei a imaginação me guiar. Foi então que fiz a primeira locomotiva", recorda o cartazista.

Depois do primeiro trabalho, Santos não parou mais e hoje possui mais de 50 peças. "Sou ansioso e ao começar um trabalho eu não me acalmo até terminar e ter certeza de que ficou perfeito. Geralmente levo 15 dias para finalizar", afirma Douglas que utiliza ferramentas e materiais simples, como lixa, lima, serra, cola, parafuso, prego para fazer suas réplicas.

O dom de Douglas chama atenção de amigos e familiares principalmente pela riqueza de detalhes de suas peças. As locomotivas que faz, por exemplo, possuem todas as engrenagens e rodas para percorrer o trilho, também feito de madeira pelo artesão.

"Às vezes penso em fazer uma exposição com o meu trabalho. Mas acho que não saberia comercializar, colocar preço nesta atividade que faço com tanto carinho", avalia Douglas.

Nova pessoa

Outro artista do comércio é o empresário Shiniti Ueta, que dedica muitas de suas noites ao prazer da música. Ueta, que é membro do Conselho Fiscal do Sivamar e proprietário da Ueta Imagem Digital, se autodefine um apaixonado pela música. O comerciante toca acordeom, teclado e piano, numa relação

de intimidade com os instrumentos que começou aos cinco anos de idade, quando fez suas primeiras aulas de música.

Ao completar 14 anos, o hobby de Ueta tornou-se seu primeiro emprego, quando passou a dar aula de teclado. Ainda na juventude, o comerciante integrou uma banda musical que se apresentava em bailes e festas de Maringá. O grupo se desfez, mas a música continuou a ditar o tom da vida de Shiniti, que passou a comercializar instrumentos da marca Yamaha. "Eu era um revendedor exclusivo na cidade e abri a minha própria escola de música, até que a fotografia entrou de vez nos meus negócios", lembra.

Hoje, o comerciante continua exercendo seu dom tocando em eventos de amigos. "Acredito que todo mundo precisa ter um hobby e para mim a música cumpre este papel. Quando toco, relaxo, respiro melhor e fico mais calmo. Sinto como se, ao me concentrar em outra habilidade, eu me esquecesse de meus problemas. No outro dia sou uma nova pessoa. Fico pronto para os novos desafios", explica.

Fomento à música

O Sesc Maringá, por meio do CDM (Centro de Difusão Musical), desenvolve diversos projetos que incentivam a música. Semanalmente são atendidas mais de 400 pessoas de diferentes faixas etárias. Uma das iniciativas do centro é o Coro dos Comerciantes, que oferece aulas de canto aos profissionais do comércio.

O professor e músico regente do coro, Érico Bondezan, diz que, além de desenvolver as habilidades vocais, as aulas trabalham a autoestima e a valorização do indivíduo. "Todas as pessoas são capazes de exercer habilidades musicais. Não temos a pretensão de formar exímios músicos, mas sim de melhorar a qualidade de vida destes profissionais", enfatiza.

Muitos integrantes do coro nunca



Shiniti Ueta teve seu primeiro contato com a música aos cinco anos de idade e a paixão se mantém até hoje

tiveram contato com o aprendizado da música e garantem que se redescobriram. As noites de quinta-feira, quando acontecem as aulas, são como um oásis para aqueles que acabaram de se apaixonar pelo canto. Como a técnica de atendimento Edna Maria Raize Omoto, que é categórica ao afirmar que "não cantava nem no chuveiro" e que hoje, após um ano e meio de aulas, sente orgulho dos sons que produz.

"Quanto mais eu treino, mais evoluo, venço barreiras e me sinto cada dia melhor", garante Edna. "É um hobby que descobri depois de muitos anos e que hoje não quero largar por nada", completa. Dentre todas as canções que já interpretou, ela diz que gosta de cantar músicas genuinamente brasileiras, como as de autoria de Luiz Gonzaga.

Kazuko Yamamura conta que sempre gostou de cantar, mas confessa que nunca teve coragem de fazer isso em público. "Até que a Edna, que é minha amiga, me convidou para o coro", relata. Do convite até hoje se passou mais de um ano e Kazuko guarda com carinho na memória o dia em que se apresentou pela primeira vez, com a presença dos seus familiares. "Foi durante o Festival Internacional de Corais do ano passado. Eu fiquei muito feliz, minha autoestima foi lá em cima", brinca.

O Coro dos Comerciantes é formado por 18 pessoas divididas em naipes de quatro vozes. As mulheres em soprano e contralto, e os homens em tenores e baixos. As aulas são gratuitas e acontecem todas as quintas-feiras à noite, na sede do Sesc.

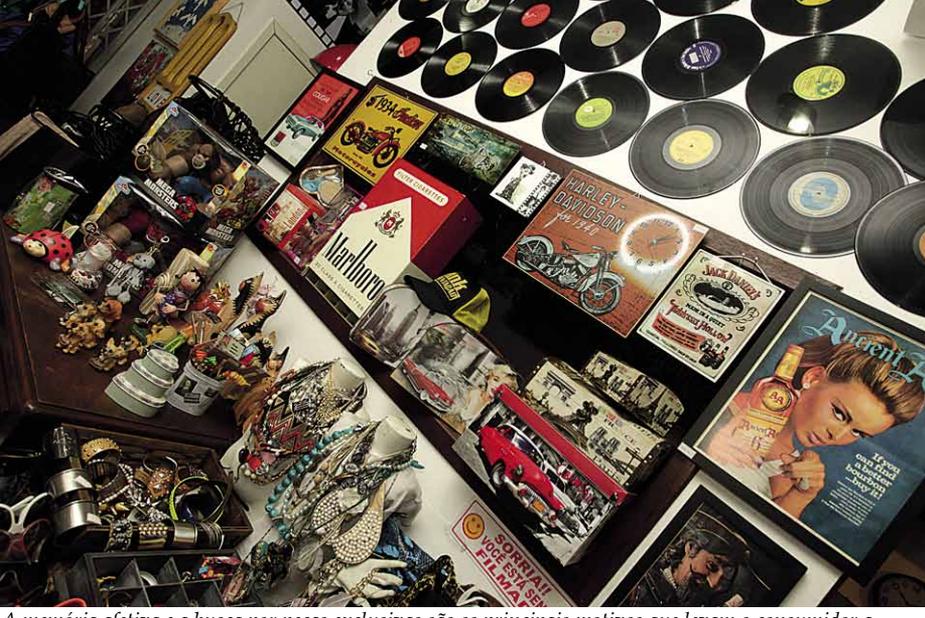


Ensaio de naipes do Coro dos Comerciantes, do Sesc Maringá, onde muitos encontram espaço para se expressar e exercitar a convivência

CAPA

O antigo é a novidade

Exclusividade e laços afetivos: estas características garantem ao mercado de produtos retrô e vintage a transformação do ato da compra em uma experiência emocional



A memória afetiva e a busca por peças exclusivas são os principais motivos que levam o consumidor a buscar as lojas de produtos antigos

A falta de pesquisas quantitativas mais aprofundadas e confiáveis sobre o tema e, em alguns casos, a informalidade ainda impedem mensuração precisa sobre o ramo. Mas a percepção cotidiana parece não falhar: o mercado de produtos vintage e retrô está ganhando espaço no país, muito graças ao avanço do poder de compra do brasileiro e do contato mais estreito com culturas em que o consumo deste tipo de mercadoria é mais difundido.

O Sebrae, por exemplo, cita em vários artigos movimentação de R\$ 5 milhões por ano gerada por estabelecimentos definidos como brechós. Número que parece subestimado, dada a quantidade de lojas do ramo encontradas em Maringá, por exemplo, e em

função da grande procura por produtos exclusivos e que remetam a ligações afetivas, comportamento fortemente estimulado pela moda.

A subvalorização do faturamento do setor explica-se pelo fato de que a categoria de empresas que trabalham com produtos antigos ainda não está claramente definida: as Juntas Comerciais podem registrar um estabelecimento conhecido como brechó das mais variadas formas, pulverizando este faturamento sobre outros segmentos.

O indicativo mais evidente de que o mercado, na prática, está realmente crescendo, portanto, vem da sensibilidade do empresariado. Todos os comerciantes ouvidos para esta reportagem citam crescimento estável da

procura por produtos retrô e vintage.

Maristela Shimabukuro, dona dos brechós Xikerê e Garage Sale, tem experiência de 10 anos com este tipo de comércio e garante: o avanço é sólido. Ela faz uma análise bem prática do que poderia justificar esta alta. "O aumento do poder aquisitivo do brasileiro trouxe algu-



Maristela Shimabukuro, dos brechós Xikerê e Garage Sale: maior poder aquisitivo gera mais descarte de roupas e objetos em bom estado

mas mudanças. Com mais dinheiro, as pessoas passam a trocar roupas ou qualquer outro bem com frequência maior, o que faz com que os produtos antigos sejam dispensados ainda em boas condições de uso" avalia. Segundo ela, o hábito de se colocar coisas usadas à venda é muito mais comum na Europa e nos Estados

Unidos justamente por este motivo.

Mesma análise faz Claudinéia Basques Fernandes, que em sociedade com a irmã, Claudineide, mantém o Sebo Cultura há 17 anos - os quatro primeiros em Londrina, e o restante em Maringá. "A procura vem crescendo gradualmente", garante a empresária, que em uma loja de 520 metros quadrados oferece livros, CDs, LPs e DVDs que, com o tempo, adquirem status de produtos exclusivos.

Personalidade

Exclusividade, por sinal, é uma característica que pode explicar boa parte da alta perene na movimentação comercial dos estabelecimentos que trabalham com produtos antigos. Aos poucos, a imagem de que sebos e brechós são locais onde só é possível encontrar produtos velhos, e assim, muito baratos, vem se desfazendo, em grande parte graças à ajuda da



Berenise Toebe, da Z5, afirma que os brechós vêm atraindo também a atenção do público mais jovem

indústria da moda.

A história da empresária Berenise Toebe, inclusive, se confunde com o mundo fashion. Trabalhando com modelos e confecção, ela conseguiu acumular uma boa quantidade de roupas de estilos variados, mas que por um motivo qualquer não conseguiram mais espaço nas vitrines de lojas. "Foi quando decidi montar o brechó", lembra a agora dona da Z5, que tem pouco mais de um ano de funcionamento.

Vendendo roupas - entre vários outros produtos, como calçados, brinquedos, itens de decoração e até câmeras fotográficas Polaroid -, Berenise conta que a procura é motivada principalmente pela chance de o consumidor conseguir encontrar um produto exclusivo, algo que o ajude a preservar ou mesmo destacar sua personalidade. "Acredito que isso fez com que muitos brechós se profissionalizassem, deixando de lado o aspecto sujo, com cheiro de mofo e

traça", brinca. "Esta nova roupagem facilitou também a aproximação de adolescentes, que têm muito forte essa ânsia pelo exclusivo", completa.

A procura por peças únicas reforça também uma ligação emocional do consumidor com o produto que ele deseja. Ao menos duas características da clientela citadas tanto por Ma-



Claudinéia Basques Fernandes, do Sebo Cultura, ressalta que a clientela é fiel

CAPA



Cláudio Basques Fernandes, do Sebo MultiMania, aposta nos cartuchos e consoles de videogame antigos, como o Atari

ristela quanto por Claudinéia reforçam a possibilidade de que esta hipótese esteja correta.

No caso do Sebo Cultura - comércio que é uma tradição familiar entre os Basques - Claudinéia afirma que a maioria absoluta dos clientes é contumaz. "Raramente vemos 'turistas' na loja. Mas é importante avaliar que são eles que fidelizamos, porque só isso justificaria o crescimento da movimentação comercial", acredita.

Maristela reforça o caráter emocional da compra realizada em sebos e brechós com base em outro fator: "Este tipo de compra está muito mais ligado a uma experiência do que ao consumo por si só. O cliente vem na loja e quer manusear, sentir, vestir. É normal ele passar muito mais tempo aqui do que em uma loja do comércio tradicional, porque acaba encontrando itens que despertam laços emotivos, algo saudoso."

"Algo a dizer"

A teoria da ligação emocional despertada em lojas de produtos retrô e vintage ganha respaldo nas palavras do arquiteto Luis Gustavo Sabaini de Souza, da A5 Arquitetura. Para ele, os laços afetivos de uma pessoa com uma peça de roupa ou um artigo de decoração reforçam a sensação de conforto, essencial quando se fala de bem-estar ao se vestir ou quando se está em casa.

"Artigos com esta característica têm algo a dizer. Quando você mostra a um visitante que tem em sua casa uma peça de

valor histórico na decoração, isso funciona como um recado, do tipo 'eu conheço o valor intrínseco das coisas e não as mantenho só por mero acaso'".

O dono do Sebo MultiMania, Cláudio Basques Fernandes - irmão de Claudinéia - descreve uma situação que exemplifica bem a força dos laços

sentimentais no mercado de produtos antigos. Ele trabalha no ramo há 12 anos, vendendo livros, CDs, LPs, DVDs, gibis e revistas como carro-chefe. Mas a procura por cartuchos de videogames antigos, como os famosos Ataris, sempre foi muito comum. São pessoas que querem preservar lembranças do que tiveram - ou do que não tiveram, mas desejaram muito - na infância.

"Esta demanda me estimulou a ir atrás de pessoas que pudessem me vender consoles e jogos, até que uma vez um rapaz que queria se desfazer da coleção de cartuchos de Atari me procurou. Eu comprei, e as vendas foram ótimas. Já cheguei a vender um console por R\$ 1 mil", lembra, destacando que alguns garantem que sequer vão usar o videogame. "Eles só querem ter em casa, ao lado da TV".

Manutenção

Uma das dificuldades para se manter um negócio com esta linha é providenciar um estoque de qualidade, em volume suficiente para geração de capital. A compra de produtos, como descreve Cláudio Basques, é muitas vezes feita de forma circunstancial.

Boa parte das aquisições, conta ele,

é feita em lotes, e não há a garantia de que vai haver boas peças em meio a todo o pacote. Cláudio lembra, por exemplo, de um padre de quem comprou uma coleção com 4,5 mil livros. "Não é comum uma chance como esta aparecer. Neste caso, quase todas as unidades estavam ótimas e eram de um valor cultural e didático muito grande. Mas há situações em que temos que comprar um grande lote de livros de um colecionador somente para garantir a aquisição de um exemplar raro, em meio a tudo o que vem junto", explica.

No caso das roupas, a situação é

semelhante. Maristela, do Brechó Xikerê, é constantemente procurada por pessoas que querem vender peças. "Há outro tipo de preconceito que o ramo carrega: quando a pessoa tem uma roupa velha, acha que pode vendê-la a um brechó. O foco deste negócio nunca foi e não é este. Roupas com desenho antigo, mas bem conservadas, quase nunca podem ser vendidas a preços baixos. O brechó tem roupas a preços baixos, mas claro que não é só isso. E por outro lado, roupas velhas e sem condições de uso têm potencial nulo de comercialização", diz.

Experiência e ligação afetiva

Não é de se estranhar que os quatro empresários citados na reportagem tenham ligações afetivas ou históricas com o negócio no qual estão envolvidos. Cláudio e Claudinéia vêm de uma família que criou o Sebo Capricho, um dos mais tradicionais do Paraná, instalado em Londrina. Hoje, os Basques mantêm mais de 30 estabelecimentos deste tipo, também em São Paulo e Santa Catarina.

Berenise Toebe, da Z5, é do Rio Grande do Sul, estado com forte colonização europeia, que valoriza o apreço pelo antigo. E Maristela Shimabukuro morou muitos anos no Japão e nos Estados Unidos, países

com culturas que estimulam este tipo de comércio.

Com essa ligação e a experiência adquirida, eles conseguem vencer uma dificuldade comum para o ramo em cidades novas, que é abastecer os estoques. Afinal, é de se esperar que um município que, como Maringá, ainda nem completou 70 anos de história tenha menos produtos antigos em circulação.

"Por ser uma cidade nova, Maringá produziu até agora menos itens que podem ser considerados vintage. Muitas das coisas que compramos vêm de outros lugares", conta Cláudio Basques.

Retrô e vintage: diferenças

Muitas vezes usados como sinônimos, os termos "retrô" e "vintage" guardam diferenças conceituais importantes. Vintage é uma expressão que faz referência a "safra de vinho" em inglês. Na prática, a aplicação desta palavra remete ao padrão de qualidade usado para avaliar a bebida: quanto mais velho, melhor.

Peças vintage geralmente estão ligadas ao resgate de elementos estilísticos ou arquitetônicos produzidos entre as décadas de 20 e 60. Na prática, são peças verdadeiramente antigas, mas bem conservadas e que carregam história.

O retrô, por outro lado, é o simples uso de desenhos em referência à cultura dos anos 70 e 80, aplicado em produtos novos. Atualmente, por exemplo, é muito comum encontrar

toca-discos ou geladeiras com design antigo - mesmo que estes produtos estejam carregados de tecnologia superatual. Essas são as peças retrô.

O arquiteto Luis Gustavo Sabaini, no entanto, faz uma ressalva. Para ele, por mais que seja antigo, um item perde sua caracterização vintage se não despertar uma ligação sentimental com quem pretende usá-lo. O termo vintage ganhou um caráter mais sério, afetivo. "É como uma mulher que quer manter a penteadeira da avó no quarto novo. A decoração vai ser produzida de forma a fazer com que a peça realmente faça parte do cenário, estimulando este laço afetivo. Se a peça não desperta estes sentimentos, não é vintage; é simplesmente antiga", diz.



O arquiteto Luis Gustavo Sabaini lembra que objetos antigos têm história e "algo a dizer"

ACONTECE NO SIVAMAR

Sivamar renova convênio com Sicredi União



O Sivamar assinou, no mês passado, o contrato de renovação do convênio com a cooperativa de crédito Sicredi União Paraná. Graças a este convênio, o associado Sivamar tem acesso a um amplo pacote de produtos e serviços

com condições especiais, entre eles linhas de crédito comercial com juros diferenciados. Na foto, o presidente do Sivamar, Ali Wardani, e o presidente do Sicredi União, Wellington Ferreira, assinam o contrato, ao lado do diretor de Finanças do Sivamar, Antonio Batista de Moura Júnior; do diretor executivo do Sicredi União, Rogério Machado; do gerente regional de Desenvolvimento da cooperativa de crédito, Paulo Fernando Ozelame; e do 1º vice-presidente do sindicato, Amauri Donadon Leal.

Empossada a diretoria da Câmara da Mulher



No dia 9 de julho tomou posse a nova diretoria da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá. A solenidade, que contou com a presença da diretora executiva da Câmara da Mulher Empreendedora do Paraná, Elizabeth Lobo Elpo, aconteceu no bufett Donattê Gourmet. A empresária Raquel Almeida Costa foi reconduzida à presidência da entidade. A nova diretoria ficou assim constituída: Edna Canela,

vice-presidente; Ana Lúcia Megda, diretora de Responsabilidade Social, Cultural, Ambiental e Sustentabilidade; Veruska Garcia Origo, diretora de Comércio e Serviços; Lucia Rosa da Silva, diretora de Eventos; Cristiane Carvalho Pasquinelli, diretora de Marketing; Fabiana Alves, diretora de Turismo; Ivana Garcia Gonçalves, diretora de Administração e Financeira; e Magali Rosana Luiz, diretora de Capacitação e Desenvolvimento Empresarial.

Treinamentos no Sivamar

No mês passado o Sivamar realizou o curso "Cálculo de Folha de Pagamento", promovido em parceria como o Sistema Fecomércio/PR, Senac Maringá e Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá.



Para este mês estão programadas duas palestras voltadas às empresas do comércio. No dia 18 o tema será "Comunique-se bem com o cliente e venda mais", com a jornalista Regina Daefiol. Voltado a profissionais das áreas de vendas e de atendimento ao público, a palestra abordará: A importância da boa comunicação interpessoal; Erros que devem ser evitados; Falar corretamente e com clareza é fundamental; A importância da proatividade; A arte de saber ouvir para interpretar desejos; Comunicação não-verbal: Fique atento, o corpo fala!

Já no dia 25, numa promoção da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios, acontece a palestra "Eu sou o obstáculo", com o especialista em coaching Roberto Recinella. Entre os temas que serão tratados estão: O que é motivação; Caminhos para o autoconhecimento; Síndrome do super-herói; Eu sou o obstáculo; Quebra de paradigmas e Os passos para superação dos obstáculos pessoais

As inscrições devem ser feitas antecipadamente no Sivamar porque as vagas são limitadas. Informações pelo telefone 3026-4444.

Feira Ponta de Estoque



A 24ª edição da Feira Ponta de Estoque, realizada entre 16 e 19 de julho pela Acim e Sivamar, com organização do Acim Mulher, repetiu o sucesso dos anos anteriores. Mais de 190 mil consumidores compareceram aos estantes dos cerca de 200 expositores em busca de produtos com preços pro-

mocionais.

A renda do estacionamento foi destinada a oito entidades sociais cadastradas na Secretaria de Assistência Social e Cidadania. No total, as entidades dividiram R\$ 81 mil. Outra ação social do evento foi a doação de mercadorias não vendidas pelos expositores para as entidades sociais.

Durante a feira foram coletadas mais de duas toneladas de papel, papelão, plástico e alumínio, doados a catadores de material reciclável. Além de ter destinação correta, esse material vai gerar renda para diversas famílias.

REPRESENTAÇÃO

Sivamar tem sua base ampliada

Documento deferindo alteração estatutária, que inclui empresas de diversos setores do comércio atacadista na base de representação do Sivamar, foi publicado no Diário Oficial da União



Representantes dos shoppings atacadistas participaram da reunião de diretoria do dia 29, que contou também com a presença dos candidatos a deputado Mário Verri (estadual) e Enio Verri (federal)

A Secretaria de Relações do Trabalho deferiu alteração no estatuto do Sivamar, que passa a representar legalmente também as empresas de diversos segmentos do comércio atacadista. A medida, publicada no Diário Oficial da União, também inclui a cidade de Ângulo na base territorial da entidade, que passa a abranger 18 municípios da região (além de Ângulo, Astorga, Doutor Camargo, Florá, Floresta, Flórida, Iguaraçu, Itambé, Ivatuba, Lobato, Mandaguaçu, Marialva, Maringá, Ourizona, Paiçandu, Presidente Castelo Branco, São Jorge do Ivaí e Sarandi).

Agora o sindicato representa, além do varejo, os seguintes segmentos de atacado: tecidos; artigos de vestuário e acessórios; jóias e bijuterias; calçados; artigos de armarinhos, cama, mesa e banho; eletrodomésticos e outros equipamentos de uso pessoal; cosméticos e perfumaria.

“Este é um momento muito importante para o sindicato, que vinha trabalhando há quase três anos para alcançar essa conquista. Não podemos deixar de agradecer o apoio da Federação do Comércio do Paraná, que foi uma grande parceira em todo esse processo”, afirma Ali Wardani, presidente do Sivamar.

União forte

No dia 29 do mês passado foi realizada uma reunião de diretoria com a presença de representantes dos shoppings atacadistas de confecções. Estiveram presentes Domingos Bertoncello, proprietário do Shopping Avenida Fashion, e Alexandre Vivan, diretor comercial do empreendimento; Octávio Baroni Júnior, gerente do Shopping

VestSul; Elaine Lopes, gerente comercial do Shopping Band Fashion; e Cássio Murilo Almeida, presidente do Vest Sul.

No encontro, o presidente Ali Wardani frisou que a partir de agora “o Sivamar também é a casa do setor atacadista. Os lojistas podem contar com o sindicato, assim como esperamos contar com o apoio dos representantes deste segmento”. Wardani também colocou que a participação dos representantes dos lojistas na rotina do sindicato será importante para “direcionar nossas ações, nos ajudando a fazer o melhor pela classe dos atacadistas. Nossa união será forte para que possamos representar dignamente o segmento de vocês”.

Domingos Bertoncello, que também é diretor de shopping varejista, lembrou que, no passado, os shoppings de varejo pertenciam à base do Sivamar. Mas havia dificuldade para que conciliar alguns aspectos próprios deste setor – como

horários de funcionamento diferenciados - nas negociações das convenções coletivas.

“Na época, houve um consenso para que os shoppings saíssem da base de representação legal do Sivamar, mas sempre houve parceria em ações que beneficiavam o comércio”, colocou. Bertoncello lembrou que o ex-presidente Amauri Donadon Leal convidou os shoppings de varejo a retornar para a base do Sivamar e que, a partir de negociações entre as partes, isto pode ser possível.

Octávio Baroni Junior, do shopping Vest Sul, ressaltou que os shoppings atacadistas trazem recursos de todo Brasil para Maringá e que a maioria das fábricas fica na cidade. Alexandre Vivan, do Shopping Avenida Fashion, lembrou que o segmento estava ligado a outro sindicato por questões legais. “Agora há legitimidade jurídica para que o Sivamar represente os shoppings de atacado”, ponderou. Elaine Lopes, gerente comercial do Shopping Band Fashion, afirmou que percebe “uma necessidade de unificar o diálogo com o sindicato dos trabalhadores do setor, para que se obtenha uma situação mais tranquila no trabalho do dia a dia”.



Ali Wardani com Octávio Baroni Júnior, Alexandre Vivan, Domingos Bertoncello e Elaine Lopes

Cosmet

CONSULTORIA EM MEDICINA DO TRABALHO LTDA

- PCMSO PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL
- PPRA PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS
- LTCAT LAUDO TÉCNICO DE CONDIÇÕES AMBIENTAIS DE TRABALHO
- PPP PERFIL PROFISSIONGRÁFICO PREVIDENCIÁRIO
- CIPA COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES
- EXAMES OCUPACIONAIS
 - ADMISSIONAIS
 - DEMISSIONAIS
 - PERIÓDICOS

Rua Santos Dumont, 2166 - Sala 01 - Maringá - PR
COSMET@COSMET.COM.BR - WWW.COSMET.COM.BR
FONE (44) 3029-3055

CONVÊNIOS

Carlos Ajita recebe troféu Guerreiro do Comércio



Carlos Ajita com o troféu Guerreiro do Comércio, ao lado de Darci Piana, da senadora Gleisi Hoffmann e do presidente do Sivamar, Ali Wardani

Em solenidade realizada no dia 18 do mês passado em Curitiba, o empresário maringense Carlos Ajita recebeu o troféu Guerreiro do Comércio, entregue anualmente pela Federação do Comércio do Paraná a empresários de destaque do estado. Integrante da diretoria do Sivamar desde a década de 1990, Ajita é superintendente das lojas do Grupo Ajita na região de Maringá e Foz do Iguaçu e diretor de Marketing da empresa, que tem 31 unidades no Paraná.

A solenidade de premiação contou com a presença de diversas autoridades, entre elas o governador Beto Richa. O prêmio, que está na nona edição, homenageia empresários do estado que se destacam em quesitos como tempo de mercado, projeção, reconhecimento da comunidade, notoriedade empresarial e geração de oportunidades de trabalho. "Nossa federação homenageia aqueles que lutam todos os dias, que ajudam a impulsionar o desenvolvimento do

Paraná, contribuindo para a criação de empregos e aumento de renda da nossa população", destacou o presidente do Sistema Fecomércio-PR, Darci Piana.

Além dos empresários, o presidente do Sistema Fiep, Edson Luiz Campagnolo e o diretor do Grupo Barigüi, Felix Bordin receberam a comenda Ordem do Mérito do Comércio do Paraná. Desde que o prêmio Guerreiro do Comércio foi criado, em 2006, 446 empresários - de um total de 514 mil empresas paranaenses - foram homenageados.

"Esse prêmio é um reconhecimento para nossos empresários que trabalham arduamente e contribuem para o fortalecimento da economia do estado, na criação de empregos e geração de renda para os paranaenses", disse o governador Beto Richa.

Antes da entrega do prêmio aconteceu a apresentação da nova diretoria do Fecomércio PR, na qual o Sivamar ocupa uma vice-presidência e que foi oficialmente empossada em 23 de junho.



• 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.

• Jornal

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

• Plano Microfinanças

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

• Previdência Complementar

O plano de previdência Fecomércio/FPA é extensivo aos familiares e também pode ser contratado para os colaboradores da empresa. Além de garantir uma aposentadoria mais tranquila, o associado pode deduzir do Imposto de Renda o valor das contribuições mensais para o plano.

• Sala de Treinamento

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.

• 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.

Pacote de benefícios Sivamar

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



Para saber mais sobre os benefícios que o Sivamar oferece aos seus associados, ligue para **44 3026 4444**.