INFORMATIVO ACIA
Ano XI . São Roque . Abril de 2011
FILIADA À FACESP ASSOCIAÇÃO COMERCIAL ACIA SÃO ROQUE

CURSOS E PARCERIAS 2011

A Associação Comercial de São Roque traz mais uma vez as conhecidas parceiras com o SENAI-SP e SENAC, em novos cursos de reciclagem profissional. Com metodologia simples, rápidos e econômicos, os treinamentos são direcionados à vários segmentos do mercado, e com certeza farão a diferença para você e seus colaboradores.

VEJA AQUI OS CURSOS QUE IRÃO ALAVANCAR SUA CARREIRA

SENAI

Registro Contábil = 40 horas
Higienização Industrial = 12 horas
Escrita Fiscal = 20 horas
Empreendedorismo = 20 horas
Criatividade = 12 horas
Auxiliar de Vendas = 40 horas
Auxiliar Financeiro = 40 horas
Administração de Escritório Informatizada = 20 horas

senac são paulo

Técnicas de Chefia e Liderança = 15 horas
Técnicas Secretariais = 30 horas
Técnicas de Negociação = 16 horas
Recepção e Atendimento Telefônico = 15 horas

*TODOS OS CURSOS OFERECIDOS DEPENDEM DE FORMAÇÃO DE TURMA

Mais informações 11 4784-9022 (ACIA – São Roque)

1º curso de 2011

"LÍDER SERVIDOR"
de 21/02 a 04/03
realizado na ACIA – São Roque
com 30 participantes

10 DICAS QUENTES PARA ATRAIR CLIENTES

1 CHAMARIZ

'Promova ações de relacionamento, de entretenimento, faça eventos temáticos, chame o cliente para dentro da loja', recomenda Marcelo Heidrich Neto, da Ponto de Criação, agência de comunicação de marca. Foi com a implantação do Espaço do Chef, uma área voltada aos chefs de cozinha e futuros profissionais, que a Doural, loja de utilidades domésticas, de São Paulo, virou referência entre os apreciadores da gastronomia. 'O espaço, inaugurado em dezembro, ampliou nossas vendas em 25%', afirma o sócio Fernando Abdalla.

2 O HUMOR SEMPRE VENCE

Uma proposta de marketing bem-humorada, no mínimo, chama a atenção. Ainda mais quando o mundo vive um momento de grande instabilidade. "Nada mais atual do que levantar o astral do consumidor", diz Brian Dyches, diretor internacional do Retail Design Institute, com sede nos Estados Unidos. O caminho é apostar nas cores e em um eficiente projeto gráfico que pode ser traduzido, por exemplo, em cartazes ou adesivos aplicados nas paredes e no piso da loja. "Além de refrescar o espaço, a estratégia custa um décimo do preço de uma reforma completa e pode ser realizada em pouco tempo", afirma Dyches. Ele observa que os tons de amarelo, laranja e vermelho estão em alta, porque são alegres e ligados à prosperidade.

3 PODE PEGAR

Se o cliente está reticente, que tal eliminar as barreiras de acesso à loja? Diga "não" aos vendedores com ar de superioridade, aos balcões e, se for o caso, até à porta de entrada. "Quanto mais o produto puder ser tocado, maior será a chance de venda", afirma Eugênio Foganholo, da Mixxer, consultoria de varejo e bens de consumo. Um exemplo clássico, e inspirador nos dias de hoje, é a mesa de experimentação instalada nas lojas da rede O Boticário, que permite ao cliente usar qualquer produto sem ser incomodado. "Mais do que nunca, é hora de colocarmos o aviso: pode pegar, no lugar do tradicional não toque", aconselha Foganholo.

4 MANEQUINS DINÂMICOS

Sem movimento e atitude, uma vitrine perde toda a graça. "Para fazer diferente, porém, não basta trocar a roupa do manequim. Este precisa transmitir um estilo", afirma Manuel Alves Lima, sócio da Falzoni & Alves Lima. Vale usar adesivos que simulem expressões e adotar peças articuladas, que possam ganhar novas poses. "Sem criatividade não há como chamar a atenção do consumidor", avalia Lima.

5 COMUNICAÇÃO DIRETA

A loja deve usar a linguagem e os ícones de identificação dos produtos e setores de acordo com o perfil dos clientes que atende. "É preciso adotar signos que eles reconheçam como reais. Não basta ser apenas bonito, deve ser eficiente", diz Beth Furtado, sócia da Alia Consultoria de Marketing. "Uma boa saída é optar pelos mesmos ícones adotados no computador, reconhecidos por todos os consumidores."

6 LUGAR INCOMUM

Uma forma de realçar o caráter de novidade de uma loja é mudar a posição dos produtos mais de uma vez na semana. Dá para surpreender com atitudes triviais, como inverter a mesa de apresentação da linha masculina com a feminina e substituir a tradicional oferta por grade de tamanho pela proposta de agrupamento por cores. Reposicionar as araras e até mesmo os manequins, caso eles marquem presença além da vitrine, também é uma conduta interessante, diz Manuel Alves Lima, da Falzoni & Alves Lima.

7 VISUAL LIMPO

"Lojas lotadas de cartazes não funcionam mais", afirma Katia Bello, da consultoria Opus Design. O segredo é destacar apenas a informação relevante, a fim de chamar a atenção do consumidor. "Vale a pena comunicar tudo o que servir para incentivar o aumento do tíquete médio e não apenas o preço", diz Katia. Pode-se destacar, por exemplo, a oferta de kits promocionais (como "leve três e pague dois") e descontos especiais para portadores de cartão fidelidade.

8 EXPOSIÇÃO EFICAZ

"As gôndolas e prateleiras não podem mais parecer simples expositores de produtos, devem se transformar em um espaço de experiência visual", afirma Marcelo Heidrich Neto, da agência Ponto de Criação. A ideia é criar ondas de movimento, por meio da combinação de embalagens maiores e menores, da aposta no degradê de cores e do jogo das formas, por exemplo.

9 PROMOÇÃO INTELIGENTE

Na ponta de estoque da grife de calçados infantis Oza Boza, as ofertas mudam de perfil a cada semana. "Praticamos preço único, ora para uma linha de modelos, ora para uma determinada cor, ou ainda damos descontos para calçados fora da estação", diz Alaine Barbosa, sócia da empresa. "Se o cliente frequentar a loja semanalmente, encontrará uma oferta diferente em cada visita." Movimentar a ponta de estoque foi uma das formas que Alaine encontrou para atrair o consumidor em tempos bicudos. "Para garantir o resultado esperado, a promoção deve ter hora para começar e acabar", recomenda Eugênio Foganholo, da Mixxer Consultoria. "Caso contrário, compromete a rentabilidade e não causa impacto."

10 MAIS POR MENOS

Entregue ao consumidor mais pelo mesmo preço que ele costumava pagar e crie opções mais econômicas. Disposta a manter o movimento de seus restaurantes e atrair o público feminino, a rede Parmê somou ao seu bufê de massas e ao rodízio de pizza uma farta mesa de saladas, sem alterar o preço. "Enquanto o setor sentiu uma queda no movimento de 10%, nós conseguimos manter o número de clientes", conta Luiz Antonio Jaeger, diretor de operações. A rede instituiu, ainda, um menu megaeconômico, com quatro pratos a R$ 6,90. "A aceitação superou as expectativas. Das 4 mil refeições servidas em uma das lojas, 700 são do novo cardápio."

SAÚDE e CARREIRA

COREOGRAFIA NO ESCRITÓRIO

Dores nas costas, nas pernas, dor de cabeça. O corpo reclama, e com razão, quando passa mais de uma hora praticamente imóvel diante de um computador. E o motivo é simples: "Não fomos feitos para ficar parados", diz o coreógrafo e educador corporal Ivaldo Bertazzo, que criou seu próprio método de "Educação do Movimento" baseado em 30 anos de experiência nas aulas e nos palcos. Mas não basta se mexer. Para ser eficiente, cada gesto – como o simples ato de levantar – deve ser executado com atenção aos mínimos detalhes. Pratique essa miniaula de coordenação motora e tente incorporar essas posturas, para se mover o tempo todo do jeito certo.

LEVANTAR

Aproxime os pés da cadeira e pressione a parte anterior de cada pé contra o chão antes de esticar as pernas. Ao mesmo tempo apoie as mãos sobre a mesa, com atenção para não elevar os ombros até as orelhas, e, sim, alargá-los. "É importante usar pés e mãos para obter apoio antes do movimento. Esse cuidado previne futuras bursites e hérnias de disco".

SENTAR

Os pés devem ficar apoiados no chão ou em plataformas

móveis (com os joelhos desenhando um ângulo de 90 graus em relação aos pés). Enquanto estiver sentada, nunca relaxe totalmente as pernas; para isso, a pressão que os pés exercem sobre o solo é fundamental. "Uma certa tensão muscular é necessária e mantém o corpo em alerta. Mas é preciso aprender a não fixar essa tensão em um único ponto, para não gerar dores localizadas".

GIRAR

Cruze os braços em "x" na

frente do peito, tocando os ombros com as mãos, e faça movimentos (curtos) de rotação com o tórax, para um lado e para o outro. A cabeça não acompanha o gesto. Batizado de "tic-tac", o exercício ajuda a modular a respiração, equilibrando a força muscular dos dois lados das costas. Repita muitas vezes enquanto estiver sentada.

ANDAR

Caminhe pelo menos dez minutos sem parar, no local de trabalho, no pátio, no estacionamento da empresa ou até mesmo na rua. Se puder, ande mais de uma vez por dia: essa rotina evita problemas no nervo ciático, inchaço nas pernas e dificuldades no fluxo intestinal.

ALONGAR BRAÇOS

Com a mão direita, segure na articulação do cotovelo do braço esquerdo e puxe levemente para cima por alguns segundos. Alterne os lados. Esse alongamento mantém a suspensão entre as costelas e favorece a circulação.

ALONGAR PERNAS

Apoie o pé direito no segundo degrau de uma escada (ou em uma superfície fixa que tenha uma certa altura), mantendo o joelho dobrado. A outra perna fica reta, com os dedos do pé a sua frente.

Nessa posição, direcione a bacia para frente, sentindo (e forçando) a abertura da virilha direita e contraindo o glúteo do mesmo lado. Pratique algumas vezes e repita esse vai e vem com o pé esquerdo na escada.

MASSAGEAR

A vibração "acorda" os nervos da nuca e da face: com as pontas dos dedos, faça um movimento vigoroso de percussão em toda a base do crânio, atrás da nuca, para melhorar as condições de sustentação da cabeça. Em seguida faça o mesmo sobre o nasal, o malar e o maxilar, garantindo um bom fluxo da respiração.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO ROQUE
Ano XI | Tiragem: 1200 exemplares | Projeto Gráfico: Claudio Donizett | Propaganda e Marketing: Silviane Júdica

DIVULGAÇÃO BIMESTRAL DA SINISTRALIDADE DO PLANO DE SAÚDE UNIMED SÃO ROQUE, INTERMEDIADO PELA ACIA

Buscando sempre a total transparência em suas ações, a ACIA - ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO ROQUE - divulgará bimestralmente a taxa da SINISTRALIDADE que comporá o reajuste que será aplicado em 2012.

A Sinistralidade ocorre quando as despesas para manutenção do plano pela UNIMED são maiores que a receita auferida no período (média é apurada no período de dezembro de 2010 até janeiro de 2012). No caso de plano coletivo por adesão, como é o nosso, quando as despesas superam a receita acima de 80%, ocorre a sinistralidade e o equilíbrio se dá com a aplicação do reajuste pela media mensal de sinistralidade no período de apuração. Informamos abaixo a sinistralidade bimestral apurada:

• Dezembro de 2010 as despesas superaram a receita em 20,98%, ou seja, o índice de sinistralidade apurado foi de 100,98%

• Janeiro de 2011 a receita superou as despesas, ou seja, o índice de sinistralidade apurado foi de 73,57%, logo:

Tabela de sinistralidade bimestral

DEZEMBRO 2010	100,98%
JANEIRO 2011	73,57%

Observação:
Ao final do período dezembro 2010 a janeiro 2012, soma-se a sinistralidade mensal e divide pelos meses da apuração mais o IGPM acumulado do ano e obtém-se assim o percentual de reajuste para 2012 (nos termos da cláusula 9.1 do contrato vigente).

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL ACIA SÃO ROQUE

Unimed São Roque

VENDAS

APOIO AOS ASSOCIADOS

No calendário promocional deste ano nossa entidade continuará dando apoio aos associados com material promocional e divulgação institucional na mídia nas datas: Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia da Vovó, Dia dos Pais, Dia da Criança e Natal.

CLUBE DE DESCONTO ACIA

ACADEMIAS
MILLENIUM ACADEMY
20% de desconto na mensalidade para associados e funcionários
Av. Santa Rita, 45 - São Roque
Centro Comercial Cidade
Tel. 4784-1760

FISIOMED FISIOTERAPIA
20% desc. na avaliação do PMS - Programa de Musculação Supervisionada - 10% desc. nas mensalidades até o vencimento - 10% desc. nas sessões de fisioterapia, RPG, pilates e estética (drenagem e massagem)
Av. Bandeirantes, 224 - São Roque
Tel. 4712-9424

IMPRESSÃO
MI BALÕES DECORATIVOS
(impressões em balões)
10% de desconto para associados.
Estrada São Roque / Araçariguama, 144
Tel. 4712-7235

PETS / VET.
DOGS WASH
20% de desconto nos serviços de ofurô Associados e funcionários
Tel. 4784-3488 - Rua Prof. Joaquim de Oliveira, 116 - São Roque

S.O.S. ANIMAL
10% de desconto em produtos anti-pulga, anti-carrapato, vermífugos e produtos de higiene - Rua Sotero de Souza, 425
Tel. 4712-6129 - São Roque

CLUBE
GRÊMIO UNIÃO SANROQUENSE
Isenção do valor do título para associados
R. José Bonifácio de Andrada e Silva, 452
São Roque - Tel. 4712-2088

INGLÊS
FISK (Unidade Franqueada São Roque)
20% de desconto na mensalidade e material divididos em 4 pagamentos.
Para comerciantes e funcionários.
Praça da Matriz, 66 - Centro - São Roque
Tel. 4784-6844

CURSOS
PREPARA CURSOS PROFISSIONALIZANTES
Associados e funcionários
Cursos Profissionalizantes
20% de desc.
Rua Rui Barbosa, 225 - Sobreloja
São Roque - Tel. 4712-7984

DENTISTAS
DR. RIOVALDO CASTELANI
DRA. ANA CAROLINA D. CASTELANI
10% de desconto
- exceto prótese e implantes -
Associados e funcionários
Av. Tiradentes, 491
São Roque - Tel. 4712-3601

DR. CELSO DOS SANTOS ABREU
10% de desconto
- exceto próteses -
Associados e funcionários
Rua Cap. José Vicente de Moraes, 37
São Roque - Tel. 4784-1340

DRA. JULIE L. D. M. RABELO NEVES
20% de desconto nos tratamentos odontológicos Associados e funcionários
R. José Bonifácio de A. Silva, 501
São Roque - Tel. 4712-4053

DR. GUSTAVO CARVALHO ROSA
10% de desconto nos implantes odontológicos - Associados e funcionários
Rua Dr. Stevaux, 25
Centro - São Roque - Tel. 4712-6904

CLÍNICA DENTÁRIA RODOVIÁRIA
15% de desconto em tratamentos e implantes (exceto ortodontia e prótese) - Associados e funcionários
Tel. 4784-5013 - Av. Aracaí, 26
Sala 8 - São Roque (ao lado da Rodoviária)

INFORMÁTICA
CTI - Informática e Inglês
Isenção de Matrícula - 15% de desconto nas mensalidades para informática e idiomas
Associados, funcionários e dependentes
Rua Rui Barbosa, 519 - Centro
Tel. 4712-9720