



Lições para um  
**2017 diferente**  
pág. 2



O desafio de  
conquistar o  
**consumidor digital**  
pág. 4



Como construir  
**marcas queridas**  
pág. 5

# **SINBINFORMA**



**Brinca Birigui**  
na Praça  
promove  
atividades  
pág. 6



Associados do Sinbi  
doam calçados no  
**mês das crianças**  
pág. 7



Divulgue  
seu projeto  
no **Ecosinbi**  
pág. 3



Carlos Alberto Mestriner  
Presidente do Sinbi

## Lições para um 2017 diferente

Chegou a reta final deste ano desafiador para empresários de todos os setores, em que falar de inovação e conhecimento se tornaram palavras de ordem para atravessar os contratempos. Vencer o oponente do pessimismo e a falta de confiança na política não foi tarefa fácil, mas as lições positivas que se pode levar para 2017, sem dúvidas, são inúmeras. Uma delas foi o centro dos trabalhos do Sinbi ao longo deste ano: a necessidade de estar sempre aberto para se atualizar e inovar.

No último grande evento da entidade, a Semana da Indústria, ficou claro na mensagem dos profissionais que palestraram, que é preciso estar em constante movimento e transformação. Não há mais possibilidade de sobrevivência para empreendimentos que ignoram essa questão. Principalmente no mercado da moda, onde diferentes ofertas surgem a todo instante.

Sem buscar informações sobre as reais necessidades do cliente, segmentar e se atualizar sobre as tecnologias vigentes, a marca pode até se manter durante um curto período, mas o crescimento não acontecerá. O consumidor é mais crítico e também mais participativo no processo de construção de um produto que deseja e é preciso muito profissionalismo para cumprir essa missão de atendê-lo.

**O senso de comunidade é outra exigência do mercado atual. Saber conquistar bons parceiros, seja para desenvolver negócios ou contribuir para os aspectos sociais que o rodeiam, é essencial**

Por isso, a Unisinbi tem sido um canal utilizado pelo sindicato para estimular essa busca constante, muitas vezes atendendo de maneira segmentada, como é o caso dos cursos que foram especialmente pensados para o setor de confecção.

Neste informativo, também destacamos o sucesso de ações tradicionais de outubro como o Brinca Birigui na Praça. O evento reúne centenas de famílias para um momento de descontração e alegria, com aqueles que são a inspiração dos esforços do polo biriguiense. Outra atividade social de grande importância foi a doação de calçados às crianças das creches municipais. O leitor poderá conferir, o quão significativo pôde representar um sapatinho novo aos alunos, já que muitos pais não possuem condições financeiras para adquirir um novo e muito menos comprar um presente no Dia das Crianças. Parabéns às empresas que não pensaram duas vezes em participar. Vocês fizeram a diferença!

Esses dois exemplos levantam outro ponto importante ao mundo empresarial: a parceria. O senso de comunidade é outra exigência do mercado atual. Saber conquistar bons parceiros, seja para desenvolver negócios ou contribuir para os aspectos sociais que o rodeiam, é essencial.

Que todos esses aprendizados nos conduzam para um ano mais próspero e de bons indicadores. Boa leitura! ■

## EXPEDIENTE

**Diretoria Sinbi:**  
Gestão 2016/2018

**Presidente:**  
Carlos Alberto Mestriner

**Vice-Presidentes:**  
Sérgio Gracia  
José Roberto Colli

**1º Secretário:**  
José Luiz Fernandes

**2º Secretário:**  
Marcelo Ribeiro Moreira

**1º Tesoureiro:**  
Wagner Aécio Poli

**2º Tesoureiro:**  
Jacir Ignácio Migliorini

**Diretor de Patrimônio:**  
Ismael Varoni

**Diretores Sociais:**  
Denilson Eckstein  
Jácomo Ferracini Netto

**Diretora Administrativa:**  
Valdenice Alves

**Membros do Conselho Fiscal:**  
Fábio Madela, Rodrigo Lautenschlager dos Santos, José Roberto Rodrigues

**Membros Suplentes do Conselho Fiscal:**  
Renato Rocha Barboza, Sérgio Donizete Sposito, Renato Ramires

**Diretor Setorial de Confecção:**  
Tiago Tревelin Zonta

**Diretor Adjunto Setorial de Confecção:**  
Francisco Rueda

**Diretor Setorial de Mercado:**  
José Carlos Barducci

**Diretor Adjunto Setorial de Mercado:**  
Gustavo Henrique Simões Ueno

**Diretor Setorial de Relações Institucionais:**  
Samir Nakad

**Delegados na Federação:**  
Samir Nakad  
Carlos Alberto Mestriner

**Suplente de delegados na Federação:**  
José Roberto Colli

**Expediente:**  
O Sinbinforma é uma publicação mensal que leva a Birigui, Aracatubá e região informações relevantes direcionadas às indústrias de calçados, vestuário e para a sociedade em geral.

**Diretor Executivo**  
Antenor Marques

**Supervisão:**  
Rossana J. Codogno Basseto

**Comunicação e Mídia:**  
Micheli Amorim MTB: 43696/SP  
imprensa@sindicato.org.br

**Impressão e Fotolitos:**  
Artemídia Gráfica e Editora  
Tiragem: 900 unidades  
Distribuição gratuita

**Diagramação:**  
DLS Comunicação - Birigui/SP  
www.dlscomunicacao.com.br

**Contato:**  
Rua Roberto Clark, 460 - Centro  
CEP: 16200 043 - Birigui/SP  
Fone: 018 3649 8000  
sindicato@sindicato.org.br  
www.sindicato.org.br

**Penso, logo anoto.**  
Em uma agenda sua anotação registra a emoção daquele momento.

Faça seu pedido em [impressos.store](#) **Tel.: 18 3641.5550**

**artemidia**



# Divulgue seu projeto no Ecosinbi

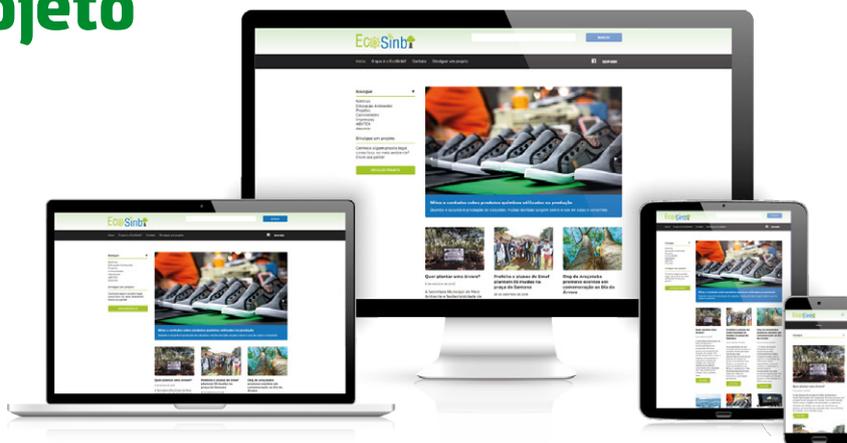
*Empresas podem destacar suas ações em prol do meio ambiente, de maneira gratuita*

As empresas associadas ao Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi) ganhou mais um espaço para divulgar seus projetos voltados para ecologia e sustentabilidade. Desde junho deste ano, o projeto Ecosinbi se tornou digital, ampliando a divulgação das boas práticas da indústria.

Atualmente, o internauta pode encontrar informações que esclarecem sobre questões corriqueiras, mas que muitas vezes são rodeadas de mitos, como, por exemplo, sobre o uso de produtos químicos na produção de calçado e a atuação do Sinbi quando o assunto é lixo industrial.

“Antes o Ecosinbi era apenas impresso, distribuído em algumas escolas municipais e poucos pontos comerciais e culturais da cidade. Agora, ele pode ser acessado por qualquer pessoa, independentemente da localização. Torná-lo digital foi consequência para acompanhar as transformações tecnológicas, utilizando de ferramentas mais sustentáveis para multiplicar as informações”, explica Antenor Marques, diretor executivo do Sinbi.

Uma das ações mais conhecidas do Ecosinbi acontece no mês de outubro.



## ORIGEM

O projeto Ecosinbi existe desde 2006 e nasceu da necessidade de promover a conscientização sobre a preservação ambiental, por meio de várias ações educativas. Além de estímulo ao plantio de árvores e cursos voltados para crianças e jovens sobre o assunto, um informativo bimestral impresso era distribuído em algumas escolas da rede pública de Birigui até 2015.

O objetivo é disseminar boas práticas, prestando um verdadeiro serviço à população, com informações importantes para um desenvolvimento sustentável. O site também possui espaço para interagir, onde qualquer pessoa pode sugerir assuntos para serem abordados ou contar sobre suas ações.

O Ecosinbi também conta com a parceria da Noroeste Lógica, Sicredi, ITB, Meján, Fiveltec, Artemídia, Prefeitura de Birigui e Instituto Pró-Criança. ■

Durante a Semana da Indústria, o número de veículos utilizados pelos participantes do evento é contabilizado. Trata-se de um evento carbono zero, onde essa contabilização resultará no plantio de árvores, na área verde mantida pela entidade e seus parceiros.

**O objetivo é disseminar boas práticas, prestando um verdadeiro serviço à população, com informações importantes para um desenvolvimento sustentável**

Toda empresa da região pode divulgar seu projeto no site. Textos e informações sobre ações ou atividades promovidas pela empresa devem ser encaminhados para o e-mail imprensa@sindicato.com.br ou telefone (18) 3649 8000 e (18) 99713 5114.



Conheça o projeto [www.ecosinbi.com.br](http://www.ecosinbi.com.br) e mostre as ações de sua empresa. É gratuito!



## BIRIGUI PALACE HOTEL

📍 Praça Dr. Gama, 252 Birigui.SP  
 ☎ Tel. 18 3642.3434  
 ✉ reservas@biriguipalace.com.br



FUSÃO PUBLICIDADE

# O desafio de conquistar o consumidor digital

*A internet possibilita uma comunicação segmentada e direcionada para seu público correto, diz especialista*

**D**urante a Semana da Indústria, que aconteceu de 22 a 27 de outubro, realizada pelo Sinbi com o patrocínio do Branco do Brasil, Couromoda, Franca, Patrus e Senda, o diretor criativo da iSimples falou aos empresários e profissionais do polo calçadista sobre a comunicação na web e a entrega de conteúdo para o consumidor digital. Ele explicou sobre a influência da tecnologia nos novos hábitos do consumidor e as diferentes maneiras das empresas se relacionarem.

“Em 2015, moda foi o principal segmento on-line e correspondeu a 30% das operações de e-commerce no Brasil. Para se ter uma ideia da dimensão, o segmento de ‘casa e decoração’ vem em 2º lugar com apenas 13%. Esse cenário já mostra a importância das empresas se relacionarem bem na web”, destacou Storti.

Para ele, uma das principais mudanças que a evolução tecnológica provocou no mercado consumidor foi o aumento de segurança nas transações financeiras on-line. Ele afirma que, atualmente, o Brasil possui um dos sistemas mais seguros do mundo. O aumento na oferta de crédito com menos burocracia é outro exemplo; um case que tem ficado famoso é a administradora de cartões de crédito Nubank. A empresa promete transparência, custos menores e a possibilidade de resolver qualquer pendência pela internet, não cobra taxa de anuidade e seus juros são rotativos, abaixo da média do mercado.

Porém, o diretor diz que a questão logística ainda é um gargalo no Brasil, mas menos preocupante para o setor

calçadista, já que um tênis de R\$900, por exemplo, é mais fácil de ser transportado do que uma cama do mesmo valor.

## COMO AVANÇAR?

Para as empresas se adequarem a essa nova realidade, Storti disse que os empresários precisam compreender suas realidades dentro desse novo mercado.

“A web possibilita uma comunicação segmentada e direcionada para seu público correto. Se eu sou fornecedor de sola de calçado ou de modelagem em 3D, por exemplo, preciso me posicionar com as empresas que têm o perfil de consumir meu produto e não o público final desse calçado. A segmentação na web permite pesquisar exatamente seu público e conversar com ele, de maneira

mais eficiente com melhor custo-benefício”, descreve.

Entre os principais erros, na tentativa de cativar o cliente, ele aponta a falta de segmentar, não ter planejamento para comunicação e o empresário decidir fazer ele mesmo esse trabalho sem a mínima orientação profissional. Outro aspecto é não investir no consumidor que já é cliente da empresa.

**Em 2015, moda foi o principal segmento on-line e correspondeu a 30% das operações de e-commerce no Brasil**

Essa palestra contou com a parceria da Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi). ■



**VIMAPLAS**  
MASTERBATCHES

20 ANOS

SGS

*"Suas melhores ideias são coloridas... e seus melhores resultados são conosco"*

*"Agora também com composto de PVC microexpandido."*

**Concentrado de pigmentos e aditivos.**

[www.vimaplas.com.br](http://www.vimaplas.com.br)

Rua Ettore Roncato - nº61 - Dist. Industrial - Birigui - SP - CEP: 16206-014  
(18)3642-3225

**Masterbatches**

# Como construir marcas queridas?

*Produtos adequados ao público e alinhados ao posicionamento em termos de qualidade, design, sortimento, embalagem e preço também são fundamentais*

O sonho de toda empresa é ser a mais lembrada na mente do consumidor. Mas como alcançar essa proeza num mercado onde ofertas de novos produtos surgem a todo instante?

Para falar desse assunto, que também foi abordado na Semana da Indústria, Birigui recebeu o professor de marketing, branding e coordenador dos programas de mercado da pós-graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM - Sul), Artur Vasconcellos.

Confira entrevista completa:

## **Sinbi: O que é preciso para se construir uma marca de sucesso?**

**Artur:** Primeiramente, entender o público no qual a marca quer dialogar e definir com clareza o posicionamento e identidade da marca. Produtos adequados ao público e alinhados ao posicionamento em termos de qualidade, design, sortimento, embalagem e preço também são fundamentais. Estar nos tipos de canais de venda (físicos ou virtuais) que o público frequenta e que também ajudem a construir ou reforçar o posicionamento da marca, e se comunicar de maneira envolvente com este público em todos os pontos de contato possíveis. Criar laços emocionais com o público em qualquer uma das ações descritas tem sido o segredo de muitas marcas de sucesso.

## **Sinbi: Qual o papel da estratégia de marca para o negócio?**

**Artur:** Tem o papel de tornar tangível a diferenciação dos produtos e da empresa

em relação aos seus concorrentes e agregar valor a produtos permitindo margens maiores. Atrair e reter talentos para atuarem na empresa, enfim, facilitar a competitividade e crescimento do negócio.

## **Sinbi: Quais são os cuidados para se criar uma proposta de valor e uma marca conseguir se diferenciar no mercado? Cite um exemplo.**

**Artur:** Exatamente ter cuidados com os detalhes, pois são eles que fazem e comunicam a diferença. Tudo o que uma marca faz está comunicando algo e ajudando a construir sua imagem no mercado, do simples cartão de visita a uma campanha de mídia. Definir claramente qual a proposta de valor da marca em termos de benefícios racionais, emocionais de autoexpressão é o início de tudo. Pensar como essa proposta de valor será comunicada e engajará o consumidor da marca é um passo importantíssimo. Todas as marcas fortes que conhecemos têm uma



proposta de valor muito clara. Exemplo: M&Ms (diversão e colorido em produtos que vão do clássico chocolate até roupas e acessórios infantis), Melissa (design e moda no plástico), Apple (inovação, criatividade e usabilidade em dispositivos tecnológicos).

## **Sinbi: Alguns especialistas acreditam que, atualmente, as marcas têm dificuldades para conquistar a classe C, você concorda com essa afirmação? Por quê?**

**Artur:** Acredito que tenha sim certo preconceito de alguns gestores de marcas de assumirem que o público de suas marcas são da classe C e fazerem um trabalho sério focado neste público. Além disso, é um público muitas vezes mais sensíveis a preço, onde a relação custo versus benefício precisa ser muito bem definida.

A palestra de Vasconcellos aconteceu com a parceria da Associação Brasileira das indústrias de Calçado (Abicalçados) e apoio da ESPM. ■

**HOTEL RIVIERA**

Especial para você,  
essencial para os seus negócios.

Diária com café da manhã completo e internet cortesia

Av. Brasília, 1775 Jd. Nova York • Araçatuba Tel. 18 2102.5000  
www.hotelriviera.com.br reservas.ata@hotelriviera.com.br

RISAO PUBLICIDADE

# Brinca Birigui na Praça promove atividades

*Durante todo o evento, aconteceu apresentações artísticas promovidas pelos diversos parceiros*

A diversão tomou conta da praça Dr. Gama, em mais uma edição do Brinca Birigui na Praça. A festa, que aconteceu em comemoração ao Dia das Crianças, no sábado, dia 8, teve diversas atrações: pintura de rosto com os voluntários da Escola da Família, xadrez gigante, esculturas de bexigas, jogos de xadrez, damas, futebol de mesa e a Patrulha da Bagunça do Sesi, entre outros.

Ariane Aureliana se mudou para Birigui há poucos meses e levou os dois filhos para participar da festa pela primeira vez. "Achei legal, bem organizado, os brinquedos são separados por idade, muito bom", disse Ariane.



Pintura de rosto foi um dos espaços mais concorridos



Criançada teve diversas opções para brincar

Outra mãe que aproveitou a manhã de sábado para levar seus filhos ao evento foi Angélica Evangelista Teixeira da Cruz. "É tudo de bom, as crianças se divertem bastante. Este ano, achei interessante as apresentações de dança, porque é uma oportunidade para as pessoas mostrarem seus talentos", compartilhou Angélica.

Neste ano, durante todo o evento, na concha acústica, o público pôde prestigiar as apresentações do Grupo de Dança do Sesi, da Banda Marcial de Birigui, dos alunos da Oficina de Dança da Secretaria de Cultura e Turismo de Birigui, Coral Infantojuvenil da Secretaria de Cultura e Turismo de Birigui, Vivace – Academia de Música e Duo Tin Ton & Vitor Hugo – Guitar Man.

O mágico Marcelo Beutrin e seus assistentes surpreenderam a criançada com o show de ilusionismo. E o artista popular Carlos Alberto Javkin realizou intervenções teatrais com seu personagem "Mímico Andarilho", ambos artistas contratados pelo Sesc.

O Brinca Birigui na Praça é uma realização do Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui (Sinbi), Associação Comercial e Industrial de Birigui (Acib), Sesc, Sesi e Prefeitura de Birigui. ■





## CERTIFICADO DIGITAL CIESP

DOCUMENTOS ELETRÔNICOS COM SIGILO E SEGURANÇA



O CIESP CERTIFICA EM TODO O ESTADO DE SÃO PAULO E TEM CONDIÇÕES ESPECIAIS

A EMISSÃO DO CERTIFICADO DIGITAL POSSIBILITA TROCA DE DOCUMENTOS DIGITAIS COM AUTENTICIDADE, SIGILO, INTEGRIDADE DE CONTEÚDO E RECONHECIMENTO DIGITAL.

NÃO PERCA TEMPO NEM O PRAZO!  
PROCURE O CIESP E FAÇA A ASSINATURA ELETRÔNICA

TELEFONE: 3117-6681 / 3117-6678 – E-MAIL: TAIS.CIESP@TERRA.COM.BR

Valores para certificados em cartão:

e-CPF A3 CARTÃO para ASSOCIADO: R\$ 148,00

e-CNPJ A3 CARTÃO para ASSOCIADO: de R\$ 170,00 a R\$ 200,00

e-CPF A3 CARTÃO para CLIENTE: R\$ 185,00

e-CNPJ A3 CARTÃO para CLIENTE: de R\$ 212,50 a R\$ 250,00

Valores para certificados em token:

e-CPF A3 TOKEN para ASSOCIADO: R\$ 200,00

e-CNPJ A3 TOKEN para ASSOCIADO: R\$ 250,00

e-CPF A3 TOKEN para CLIENTE: R\$ 280,00

e-CNPJ A3 TOKEN para CLIENTE: R\$ 340,00



**imprensaoficial**

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO



## Associados do Sinbi doam calçados no mês das crianças

Em outubro, além do Brinca Birigui, teve a continuidade da campanha de doação de calçados. A ação engajada pelo Sinbi beneficia 3.145 crianças de 18 creches municipais da cidade.

A Fuffy foi uma das empresas que doou calçados pela primeira vez. Para participar das entregas, realizadas no Centro Educacional Infantil (CEI) Bella Clark Soares, no bairro Jardim Popi, compareceram os compradores da empresa Adriano Aparecido Martins e Patrícia Pereira de Carvalho.

“O mais gratificante é ver o sorriso deles. É um simples calçado, mas a felicidade que elas ficam é grande”, disse Martins. Para Patrícia, trata-se de uma oportunidade de ajudar aos pais de crianças, que muitas vezes não têm condições de comprar um calçado novo. “Se todas as empresas ajudassem um pouco, faria uma grande diferença.”

A orientadora pedagógica Sandra Rodrigues Paludetto destaca a importância do gesto. “É de extrema importância porque muitas crianças só receberão esse presente. Os pais agradecem muito pessoalmente e por meio dos bilhetes nas agendas dos alunos; eles dizem que não poderiam comprar um presente para seus filhos e se sentem frustrados. Para uma empresa grande pode parecer um gesto pequeno, mas faz toda a diferença”, acredita a coordenadora. Na opinião de Sandra, além das creches, as crianças do ensino fundamental também poderiam ser beneficiadas.

As empresas participantes como doadoras foram: Adrun, Art – C, Beakid, Bella Nina, Brink, Café com leite, Carinha de Nenê, Chique Top, D’ Karini, Dadudinha, Danzer, Dok, Finobel, Flib, Fuffy, Grugui, Hobby, Keto, Kiath, Kidstep, Kidy, Klassipé, Klin, La Femme, Lig Lé, Lulopé, Magia de Criança, Meli, Mimopé,

MZKid, Nilqi, Ortobaby, Ortopasso, Pampili, Pé com Pé, Pé Pkeno, Pinóquio, Plugt, Redmax, Sameka, Sticc, Tatipé, Tip Toe, Toke, Valesca, World Colors, Xuá Xuá e Zani. ■



Aluno da CEI Enriqueta Terence após a entrega dos presentes

  
**BEERRE**  
MARCAS & PATENTES

[www.beerre.com.br](http://www.beerre.com.br)

Sua marca,  
seu patrimônio maior.  
Registre-a!

Marcas & Patentes  
Desenho Industrial  
Departamento Jurídico  
Departamento Internacional

 (17) 99772 4967

(17) 3235 3000 | 99772 4966

# A contribuição assistencial sindical e o regime de tributação simples

Por Dra. Claudia E. Fraga N. Ferreira, departamento jurídico do Sinbi.

A opção pelo regime de tributação Simples tem levado, muitas vezes e erroneamente, as empresas a deixarem de recolher a Contribuição Assistencial determinada na Convenção Coletiva de Trabalho ou a Contribuição Sindical cobrada no início de cada ano. É necessário esclarecer essa dúvida criada pelos legisladores que implementaram o dito regime de tributação empresarial.

Segundo a definição apresentada no portal do Simples Nacional, este é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Abrange a participação de todos os entes públicos federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios). É administrado por um Comitê Gestor composto por oito integrantes: quatro da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), dois dos Estados e do Distrito Federal e dois dos Municípios.

Desse modo, um só ente da Federação arrecada os tributos que são compilados em uma só guia. O Simples Nacional implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação dos seguintes tributos:

Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ); Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI); Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL); Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins); Contribuição para o PIS/Pasep; Contribuição Patronal

Previdenciária (CPP); Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) e Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN).

Nota-se que a Contribuição Sindical e o Imposto Sindical não estão relacionados entre os tributos arrecadados pela União através da guia do Simples Nacional.

Outro ponto polêmico que tem provocado dúvidas relativas à obrigatoriedade do recolhimento da Contribuição Sindical é a suposta isenção que seria conferida no art.13,§3º da LC 123/06.

Não existe a isenção acima mencionada, uma vez que a legislação tributária

não está autorizada a atribuir dispensa genérica a um tributo. A isenção precisa ser especificada para ser validada.

De outro lado, diz aquela lei que a isenção concedida é em serviço social e de formação profissional; ou seja, está tratando da contribuição ao sistema "S" e fica silenciosa em relação aos sindicatos. No que toca a Contribuição Assistencial, não paira dúvida alguma que quando está prevista nas convenções coletivas, todas as empresas associadas ficam obrigadas a quitar essa exação para os sindicatos, sempre em conformidade ao art. 513 da CLT e a convenção coletiva. Assim concluímos que a Contribuição Sindical é devida pelos optantes do Simples, da mesma forma que a Contribuição Assistencial. ■



ATENDIMENTO MÉDICO  
EM TODO O BRASIL

ADQUIRA SEU  
SEGURO-SAÚDE

AGORA É FÁCIL

**F** Fácil  
Corretora de Seguros

# Curso mostra boas práticas nas redes sociais

Nas redes sociais a palavra de ordem é compartilhar. Seja vivências, informações, ideias ou mobilizar outras pessoas em prol de uma causa, os usuários não se cansam de se expor, alguns, até em tempo real.

Mas o que parece ser um mar de oportunidades, tanto para pessoas comuns quanto para empresas, se mal utilizado pode ser um canal de repercussão negativa para elas.

Para saber como agir de maneira profissional e aproveitar esse caminho de maneira inteligente, a Universidade Corporativa do Sinbi (Unisinbi) promoveu de 4 e 6 de outubro o curso "Boas práticas nas redes sociais".

Os designers Joice Moretto e Luiz Carlos Teixeira mostraram aos profissionais e empresários quais os benefícios de estar nas redes sociais, como deve ser a postura, sobre produção e tipos de conteúdo, como produzir boas postagens, analytics, entre outros. ■

"Você não pode ficar de fora, por mais que se tenha preconceito, não dá para ficar alheio à sociedade. Rede social não é um assunto tão atual, mas algumas empresas ainda têm problemas de utilizar ou desconhecem o poder desse meio", disse Teixeira.

Ele também explicou que um dos principais erros dos usuários é confundir o perfil pessoal com o profissional ou comercial. "Cada perfil tem suas características. No pessoal, o usuário tem a liberdade de postar sua intimidade; no profissional ou comercial ele deve expor somente questões que envolvem a empresa", completa.



## CONFIRA OS PRÓXIMOS CURSOS DA UNISINBI:

| Curso   | Data   | Valor   |
|---|--|---|
| 9º Workshop de Transferência Metodológica em Design Estratégico para empresas | 07 a 10 de novembro, das 19h às 22h          | R\$100 para associados e R\$130 para não associados   |
| Criação e Gerenciamento de Conteúdo para YouTube                              | 22 e 24 de novembro, das 8h às 18h           | R\$170 para associados e R\$ 200 para não associados (parcelado em duas vezes no boleto ou cartão de crédito). 5% de desconto para pagamentos à vista |
| Curso "Na Medida Gestão de Pessoas"   | 21 a 24, 28 e 29 de novembro, das 18h às 22h | R\$ 280 - taxa de participação por pessoa + R\$ 24 de taxa de lanche  |



## Empresários participam de curso sobre **liderança criativa**

**L**iderança e criatividade se tornaram vitais para o sucesso dos negócios, independente do segmento. Mas como desenvolver empresas inovadoras, diferenciadas ou perceber as oportunidades que estão em nossa rotina e que podem fazer a diferença?

Foi em busca dessas respostas que os dez participantes do "Curso design estratégico e liderança criativa" se reuniram nos dias 23 e 24 de setembro. O treinamento aconteceu em Araçatuba e foi conduzido pelo especialista em processos de inovação e design estratégico Fabiano Virgínio Pereira. Ele mostrou cases e ferramentas que podem ser utilizadas a partir de uma visão criativa, soluções para negócios vinculados com flexibilidade, também modelos mais híbridos e dinâmicos.

"A proposta do encontro foi falar de novas competências de liderança estratégica, criativa e como essas competências se tornaram essenciais para a diferenciação de resultados", descreveu Pereira. Ele também explicou sobre como estimular o engajamento das equipes por meio da criatividade, utilizando ferramentas do design estratégico. As atividades motivavam os participantes a perceber o sentido das empresas e assumindo mais efetivamente uma cultura de inovação, passando por um aspecto chave que é o comportamento.



Carlos Mestriner, presidente do Sinbi, acredita que o encontro foi muito importante para reunir os empresários e motivá-los a pensar no setor, tanto para o presente, quanto para o futuro. "Isso traz contribuições importantes para a cadeia como um todo. Tivemos a oportunidade de nos aprofundarmos nas micro e macro tendências e enxergar como será o setor daqui a cinco anos. Acredito que as pessoas que participaram mergulharam no tema. Ao final, saímos com uma missão de reavaliar a entidade, Sinbi, nosso foco e quais diferenciais buscaremos para o setor contribuindo para deixá-lo com excelência e focado em inovação", contou Mestriner.

O curso foi promovido pela Universidade Corporativa do Sinbi (Unisinbi). ■

Encante-se com o hotel que homenageia Birigui em todos os detalhes.

**ibis Styles Birigui**  
conforto, design único, tudo incluso



ibis Styles Birigui  
Rua Antônio Bersanetti, 400  
T +55 (18) 3634 9200  
Reserve em [ibis.com](http://ibis.com)



## Como planejar uma coleção



A Universidade Corporativa do Sinbi (Unisinbi), em parceria com o Sebrae-SP, promoveu em outubro um curso específico para empresários do setor de confecção: “Como planejar uma coleção de moda”. A designer de moda e especialista em cultura e comunicação, Maria Tereza Fernando Carvalho, explicou as várias fases que compõem o desenvolvimento de uma coleção, assim como os fatores que podem influenciar a criação. “Planejar uma coleção é uma atividade gerencial que viabiliza, facilita o projeto e fabricação do produto. Também direciona para o segmento de consumo, para o designer é fundamental, pois, além de tornar o trabalho eficiente, auxilia no processo criativo”, descreveu Maria.

Ela também ressaltou que é importante questionar: quem é o consumidor? Quem realmente compra o produto? Vender para todo mundo é o sonho de todo empreendedor, mas é essencial as empresas conhecerem e entenderem as características e necessidades de quem pretende atender. “O produto precisa ter atributos da pessoa, que traduzam sua personalidade. Isso permitirá que o consumidor se identifique”, disse.

A especialista também mostrou o calendário do varejo e explicou como organizar um cronograma coerente, além das escolhas de cores. O curso aconteceu no Senai de Birigui. Para saber quando haverá outros cursos específicos para a confecção, basta entrar no site [confirmesinbi.com](http://confirmesinbi.com). ■

**NÃO É MODA É CAUSA**

**SINBI**  
Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui

**FAÇA SUA DOAÇÃO!  
O SINBI APOIA E É PONTO DE COLETA**

OUTUBRO  
**ROSA**

NOVEMBRO  
**AZUL**

**VOLUNTÁRIOS DO COMBATE AO CÂNCER BIRIGUI - SP**

**Soluções que cooperam para você ter mais tranquilidade.**

Rua Travessa João Pessoa, 86

Conta-corrente Investimentos Poupança Consórcios  
Crédito Cartão de Crédito Seguros

**SICREDI**  
GENTE QUE COOPERA CRESCE.

## Jantar da Noite Portuguesa supera expectativas



Em setembro, aconteceu a tradicional Noite Portuguesa, em prol do Instituto Pró-Criança. Para a gestora social da entidade Marie Calixto, o evento foi um sucesso. “Tivemos uma ótima adesão, 345 pessoas participaram. Gostaria de agradecer a atuação da diretoria e dos conselheiros, pelo empenho, eles trabalharam muito para a venda dos convites e esse engajamento foi muito importante. A equipe do Pró-Criança também teve papel importante para a realização”, agradeceu Marie. O jantar foi servido pelo buffet Zenilda Magalhães, a decoração foi da empresa Alaide. O valor gerado pelo jantar será direcionado para a ampliação dos projetos, no próximo ano.

## Crianças participam de programação especial

Outubro é o mês mais esperado do ano para muitas crianças e, no instituto, o período mereceu uma agenda especial. Para iniciar, a equipe da entidade participou do Brinca Birigui na Praça, com um espaço dedicado aos pequenos, com livrinhos de pintura, desenvolvimento de origamis e orientações sobre a campanha Outubro Rosa, que visa orientar sobre a prevenção do câncer de mama. Além disso, as crianças puderam visitar o

shopping da Klin, onde participaram de inúmeras brincadeiras e ganharam uma lembrancinha. Eles também foram convidados para participar do momento de oração, realizado todas as segundas-feiras, na fábrica da mesma marca. Elas encantaram os colaboradores cantando a música “Aquarela”, do cantor Toquinho.

Para a gestora de Recursos Humanos da Klin, Fabiana Zancan, a presença dos pequenos foi muito especial. “É sempre gratificante estar com eles, que trazem emoção e tornam mais leve o ambiente. A participação deles é sempre um momento de muita alegria, eles são nossas inspirações”, disse Fabiana. ■



Para conhecer outros projetos e ações, basta acessar [www.procriancabirigui.org.br](http://www.procriancabirigui.org.br) ou acompanhar pelas redes sociais: [www.facebook.com/procrianca.birigui](https://www.facebook.com/procrianca.birigui)