



sincovaga sp

supernotícias

NÚMERO 16 | ANO 3 | NOVEMBRO/DEZEMBRO | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA | WWW.SUPERNOTICIASONLINE.COM.BR

ANO NOVO, NOVOS DESAFIOS

Especialistas são unânimes sobre 2015:
será competitivo quem investir em **gestão**
e **atendimento**

TIRA-DÚVIDAS

Trabalhe aos domingos com tranquilidade

DESTAQUE

1º Fórum Coexistir supera expectativas

GENTE DO VAREJO

Uma adegas inspirada no Itaquerão





Alvaro Furtado

Presidente do Sincovaga/SP

Que venha 2015!

Acabamos de presenciar uma das disputas mais acirradas nas urnas desde 1989, ano da primeira eleição direta para presidente desde a redemocratização do País. Voltamos à realidade, mas sem pessimismo. Somos todos brasileiros e melhorar o ambiente de negócios é positivo para o País, não só para o varejo.

Prestes a iniciarmos um novo ciclo, é hora de preparar a lista de objetivos de Ano Novo. Que o governo reeleito não insista em medidas equivocadas, que prejudicaram as finanças das famílias e levaram a uma inadimplência recorde. Tanto que o cenário econômico já influi nos hábitos de consumo. Levantamento recente do Sincovaga mostrou que 50,5% dos consumidores irão substituir itens e 64,5% irão trocar marcas em suas compras de Natal. Este parece ser um comportamento com o qual teremos de conviver em 2015.

Que consigamos equacionar a administração da carga horária no varejo, que envolve o trabalho aos domingos e feriados e as folgas. Que haja vontade de desburocratizar os direitos trabalhistas, já que é impossível que uma lei com mais de 70 anos acompanhe as demandas e exigências atuais dos consumidores.

Que a terceirização no nosso setor deixe de ser questão polêmica, pois entendimentos jurídicos ainda discutem se o varejo é atividade-fim – o que o impediria de usufruir da terceirização – ou atividade-meio. Não queremos trabalhadores sem direitos ou atuando de forma precária. O que mais precisamos no comércio varejista é justamente de mão de obra.

Que em 2015 reformas como a tributária, a fiscal, a trabalhista, a política e a previdenciária não sigam como sonho distante. Que as entidades empresariais busquem consenso em suas demandas, sem pensar apenas no seu setor, mas nas necessidades do Brasil e de seu povo.

Que todos os que acreditam no varejo mantenham fortalecido o compromisso com a sociedade em 2015. Concretizar este desejo depende só de nós.



www.sincovaga.com.br
facebook.com/SincovagaSP
twitter.com/SincovagaSP

Fundado em 1931, o SINCOVAGA representa as empresas da categoria econômica do varejo de gêneros alimentícios no Estado de São Paulo, assim entendidas as que comercializam, predominantemente, alimentos, produtos de higiene pessoal e de limpeza doméstica, com denominações como: hipermercados, supermercados, autosserviços, adegas, mercados, mercadinhos, lojas de conveniência, quitandas, mercearias, empórios, laticínios, sacolões, etc.

É atribuição do SINCOVAGA representar todos os integrantes da categoria nas discussões com as representações dos trabalhadores comerciários e diferenciados para firmar convenções coletivas de trabalho, nas quais são definidas as regras para os prestadores de serviço nas empresas do varejo de alimentos.

Entre em contato conosco para conhecer e saber como utilizar nossos serviços:

Rua 24 de Maio, 35 - 13º andar - Conjunto 1313 - Centro - São Paulo/SP
CEP: 01041-001

São Paulo: **11 3335.1100**
Guarulhos: **11 2229.6141**

DIRETORIA PRESIDENTE

Alvaro Luiz Bruzadin Furtado - Austrália Varejo de Alimentos e Doces Ltda.

TESOUREIRO

Jair Marchini - Mercearia Irmãos Marchini Ltda.

SECRETÁRIA

Mercedes Portabales Mosquera - Supermercado Madrid Ltda.

SUPLENTES

Sérgio Hissao Hidani - Supermercado Ponto Real Lageado Ltda.

Vivian Sabrina Tanaka Sereno - Nicolás Comércio Alimentos Ltda.

Maria Del Carmen P. Mosquera - Supermercado Madrid Ltda.

CONSELHO FISCAL

Wilson Hiroshi Tanaka - Nicolás Comércio de Alimentos Ltda.

Sérgio Murilo de Araujo Freitas - Companhia Brasileira de Distribuição - Grupo Pão de Açúcar

Edival Bruno Troiano - Supermercado Troyano Ltda.

CONSELHO FISCAL - SUPLENTES

Douglas de Souza Soares - Carrefour Comércio e Indústria Ltda.

Carlos Amaro Gomes - Wal Mart Brasil Ltda.

Fernando Marchini - Mercearia Irmãos Marchini Ltda.



www.supernoticiasonline.com.br

O SuperNotícias é uma publicação bimestral do SINCOVAGA dirigida aos principais estabelecimentos varejistas no Estado de São Paulo. São empresas do segmento de varejo de gêneros alimentícios e empresas que atuam nos setores de alimentos, bebidas, produtos de higiene pessoal, beleza e limpeza doméstica.

EXPEDIENTE

REDAÇÃO E REVISÃO:

Veropress Comunicação Corporativa

contato@veropress.com.br

Jornalista Responsável: Thais Abrahão - MTb 25.299

PUBLICIDADE E PARCERIA:

comercial@sincovaga.com.br - Tel.: (11) 3335.1100

MARKETING CORPORATIVO:

marketing@sincovaga.com.br - Tel.: (11) 3335.1100

RELACIONAMENTO:

adm@sincovaga.com.br

Fale conosco: (11) 3335.1100

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:

Verts Comunicação

contato@vertscomunicacao.com.br

Tiragem: 35.000 exemplares

Periodicidade: Bimestral

Circulação: Regional

Entidade Oficial

Comercialização

Produção



O QUE ESPERAR DE 2015?

Divulgação



Previsões econômicas nunca são absolutamente precisas, porém o empresário pode se planejar com base na lógica, na razão, em dados históricos e indicadores, além, é claro, da sua própria experiência e conhecimento a respeito do seu negócio. Na tentativa de oferecer subsídios para respondermos a questão título desta matéria, o Boletim Supernotícias Sincovaga convidou três especialistas, com diferentes visões, mas que ajudam a entender quais desafios e de que proporções aguardam o comércio varejista no ano que vem.

Conheça as opiniões de Altamiro Carvalho, assessor econômico da FecomercioSP; Cláudio Felisoni de Ângelo, presidente do Conselho do PROVAR – Programa de Administração do Varejo, da Fundação Instituto de Administração (FIA-USP); e Sérgio D’Ávila, diretor da consultoria PwC Brasil e especialista em Varejo & Consumidor, sobre o que esperar do cenário econômico em 2015.

EM SUA ANÁLISE, QUAL SERÁ O RITMO ECONÔMICO EM 2015?

ALTAMIRO – As medidas necessárias para os ajustes internos não permitirão resultados imediatos sobre a queda da inflação, dos juros e alavancagem do crescimento. Esses ajustes, normalmente, demoram algum tempo para provocar mudanças claras de rumo e, nesse espaço, os crescimentos da renda, do emprego e do crédito podem ficar mais vulneráveis e provocar queda no ritmo de consumo. A meu ver, 2015 tende a ser, na melhor das hipóteses, idêntico a 2014 em termos de resultados econômicos.

CLÁUDIO – O mercado de consumo teve uma fase auspiciosa, com quase 12 anos de expansão, quando chegamos a 10% de crescimento em termos reais, propiciado pela estabilidade econômica (Plano Real) e uma intensa distribuição de renda, o que catapultou vários segmentos. Infelizmente, essa política implementada até 2009 se prolongou mais do que seria razoável. Com o estímulo ao consumo, a inadimplência subiu rápido, assim como a inflação, os juros e os preços, como o da gasolina, o que vai impactar nos produtos. Tudo isso traz incertezas às decisões de investimentos em 2015.

SÉRGIO – No nível macroeconômico, as análises apontam para um 2015 com baixo crescimento econômico, aumento dos preços administrados pelo governo, especialmente combustíveis, e da inflação. A taxa básica de juros foi recentemente elevada e não há sinais de que ela volte a cair

ao patamar de um dígito no curto prazo. A expectativa para o ano que vem, de acordo com a Tendências Consultoria Integrada, é de queda na massa real de renda, que em 2014 está projetada para crescer 2,6% e em 2015 ficará em 1,1%, ou seja, o consumo não deve crescer.

QUE HORIZONTE PODEMOS ESPERAR PARA O VAREJO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS?

ALTAMIRO – O ano que vem será marcado pelos desafios dos ajustes que necessitam ser feitos na economia. Os reflexos dependerão da profundidade com que o governo vai agir, mas certamente o crescimento da renda, do emprego e do crédito irão refletir esses ajustes. Essas variáveis, como determinantes do consumo, irão impactar as vendas, inclusive de bens essenciais, como gêneros alimentícios. O ano será desafiador para todos, inclusive para os supermercados.

CLÁUDIO – Acabamos de sair de uma eleição presidencial em que metade do País se manifestou contra um modelo. Agora o governo terá de lidar com um Congresso mais fracionado em vários partidos e será difícil aprovar projetos. Em 2015 não teremos Copa nem eleição. Haverá pressão da inflação e aumento de juros. O consumo não deve crescer.

No segmento de supermercados o crescimento não será forte, assim como a queda também não deve ser. Acredito que alimentos, higiene e limpeza não sofrerão grandes impactos.

SÉRGIO – Além da pressão inflacionária, o segmento do varejo sofrerá com outras questões, como o enfraquecimento da atividade econômica

do País como um todo, que vem se mostrando mais forte que o esperado, e com a desaceleração do mercado de trabalho, que tem impacto direto na renda disponível para consumo. Ainda assim, apesar do cenário desfavorável, a expectativa é que haja crescimento nas vendas nos supermercados de 1,3% em 2014 e de 2,2% em 2015.

QUAIS SERÃO NOSSOS MAIORES DESAFIOS?

ALTAMIRO – O varejo de gêneros alimentícios fica muito exposto às condições imprevisíveis, como as climáticas, que impactam o preço dos produtos. Para isso não há proteção, restando apenas uma administração rigorosa e atenta aos fatos econômicos. Requer atenção um eventual esgotamento no crescimento da renda e problemas com a geração de empregos, que poderá provocar retrações nos níveis atuais de consumo.

CLÁUDIO – Em tempos em que “o dinheiro entra pela ja-

“O ano será
marcado pelos
ajustes necessários
na economia”

nela”, fica sempre mais fácil administrar. Não será o caso, por isso o empresário deve estar atento aos custos e aos estoques e evitar perdas, que no varejo de gêneros alimentícios impactam muito o resultado. No geral, o comerciante deverá olhar com mais cuidado ainda para a gestão.

SÉRGIO – O maior desafio será o de se manter competitivo, apesar do ambiente econômico desfavorável. Temas que envolvem redução de custos e aumento da eficiência na gestão de lojas, tais como gerenciamento eficiente de estoques, redução de perdas e planejamento tributário adequado, entre outros, passam a ganhar mais importância no contexto.

QUAL A FÓRMULA PARA MANTER-SE COMPETITIVO EM 2015?

ALTAMIRO – Cuide da administração do seu negócio, evite o endividamento excessivo e tenha uma política de estoques cautelosa, além de ficar atento e bem informado sobre as condições conjunturais. Compre o mais barato possível, negocie prazos e condições de pagamento e conheça a concorrência. Estimular as vendas com promoções, além de investir em treinamento, também garantem produtividade maior.

O diferencial do varejo está na qualidade da gestão e do atendimento

CLÁUDIO – Uma vez que o empresário não consegue controlar o ambiente econômico externo, ele deve, como nunca, trabalhar para aprimorar a gestão do seu negócio.

SÉRGIO – Investir na gestão, melhorar processos, implantar sistemas e controles aumentam a produtividade. O varejo não pode deixar também de investir em inovação, porque os consumidores cada vez mais buscam experiências únicas e customizadas, preço baixo e qualidade. O diferencial para o varejo sempre estará no correto atendimento ao consumidor, ou seja, entender de fato quem é o seu cliente, o que realmente é importante para ele e procurar atender suas expectativas. Isso leva à fidelização, aumenta as vendas e as margens. ■

SERVIÇOS

ACOMPANHAMENTO LEGISLATIVO É TRABALHO DE INTELIGÊNCIA EM PROL DO SETOR VAREJISTA



Sincovaga acompanha quatro projetos em análise na Câmara Municipal de São Paulo que podem impactar o comércio varejista

Um dos trabalhos realizados pelo Sincovaga e que apesar de pouco divulgado beneficia todo o universo de empresas representadas é o Acompanhamento Legislativo. O serviço consiste na pesquisa diária de projetos de lei que possam impactar, positiva ou negativamente, no dia a dia do comércio varejista de gêneros alimentícios. A partir dessa identificação, o passo seguinte é analisar os possíveis efeitos de determinado projeto de lei ou proposta no desempenho do setor.

Quando necessário, a entidade atua, juntamente com seus parceiros – associações, federações e

confederação –, no sentido de influenciar em sua aprovação ou não, expondo sua opinião ao legislador responsável por meio de e-mails, ofícios e reuniões. “Trata-se de um trabalho de inteligência, que é praticamente invisível ao empresário. A aprovação de algumas leis poderia tornar inviável a atuação no segmento, já tão exigido”, avalia Alvaro Furtado, presidente do Sincovaga.

Atualmente, quatro projetos do Legislativo Municipal de São Paulo estão sendo acompanhados, já com seu andamento atualizado (pareceres, substitutivos, etc.) para que, havendo interesse, as empresas possam oferecer subsídios para a atuação da entidade. O acompanhamento de projetos de lei no âmbito federal (Câmara e Senado) e no âmbito estadual (Assembleia Legislativa) também é objeto de atuação do Sincovaga, inclusive em parceria com a Fecomercio, o CNC e a Abras.

Na Assessoria Legislativa, os contatos com parlamentares e vereadores são constantes, inclusive com reuniões às segundas e sextas-feiras, quando não há sessões legislativas com votação, permitindo a presença de deputados e senadores nas suas bases. Essa proximidade é sempre muito útil para que as entidades representativas do comércio possam expor seus problemas e necessidades em face de projetos de lei.

O varejo e o varejo de alimentos, especialmente, têm em suas entidades representativas (do sistema sindical e associações) importantes colaborações para que as empresas tenham diminuído o impacto de legislações sobre suas atividades. ■

UM BRINDE AOS BONS NEGÓCIOS



Fachada da Itaquerão Distribuidora / Gileno Santos Lima, sócio da Itaquerão Distribuidora

Em setembro do ano passado, a Arena Corinthians já tinha mais de 90% de suas obras concluídas. Já se viam as estruturas metálicas prontas, as cadeiras montadas e o gramado verdinho. Quem gosta de futebol já podia sonhar com belas partidas no estádio, considerado um dos mais modernos do País.

Não apenas quem aprecia o esporte começou a sonhar. Foi exatamente nesta época que a Arena, apelidada carinhosamente de “Itaquerão”, em razão de sua localização, no bairro de Itaquera (zona leste de São Paulo), fez nascer em dois empreendedores o desejo de aproveitar a onda de interesse em torno do bairro e da sua nova atração para abrir seu próprio negócio.

Nascia então a Itaquerão Distribuidora, localizada no bairro de Cidade Líder, para suprir uma necessidade dos moradores e de quem frequenta a região: encontrar no mesmo lugar várias opções de bebidas, algumas delas geladas, espetos prontos ou congelados e sorvetes.

Tudo começou quando Gileno Santos Lima e Wilton Martins de Oliveira, hoje sócios, e um primo de Lima, marcaram uma reunião sem compromisso para avaliar a ideia de abrir uma adega, visto que não havia um modelo de estabelecimento desse tipo nos arredores. Apenas Lima e Oliveira apareceram e acabaram traçando todo o plano de negócio. O primeiro passo: procurar o imóvel ideal. Acabaram encontrando um que precisava de reformas, mas tinha boa localização. Hoje, após a ampliação, o local tem 800 m2 de área. Lima, que foi contador por 38 anos, providenciou a documentação para a locação.

Eles partiram então para o contato com fornecedores e foram montando o mix de produtos, hoje em torno de 700 itens. “Queremos alcançar os mil itens, porque nosso diferencial é oferecer tanto as marcas consideradas de ‘primeira linha’ quanto as mais populares, para conseguirmos atender os gostos de todos públicos”, diz Lima.

As vendas foram crescendo, impulsionadas por eventos como a Copa, além do clima mais quente, e eles imaginaram diferenciais que pudessem incrementar o negócio, sempre com foco na conveniência, a exemplo do telão, que recepciona os clientes na entrada da loja. “Ao percebermos que havia movimento suficiente, começa-

mos a funcionar 24 horas e também passamos a oferecer as bebidas geladas, principalmente as cervejas”, explica Lima.

O impacto foi imediato nas vendas. “Se no começo corríamos atrás dos fornecedores, hoje é o contrário. Estamos sempre buscando novidades para oferecer ao nosso consumidor e ter bons parceiros é importante para obter a exclusividade na região.”

Para conseguir suprir a demanda pelas bebidas geladas, os sócios fizeram as contas e concluíram que o investimento em vários freezers e geladeiras convencionais seria muito alto e inviável. “Pensamos em construir até uma câmara fria, mas um amigo disse que seria loucura, visto que o imóvel não é nosso. A alternativa foi adquirir um contêiner frigorífico, onde cabem cerca de 5 mil caixas de cerveja de 600 ml.”

Lima calcula que frequentam a adega, entre sexta e domingo, os dias de maior movimento, quase 2.000 pessoas. “Eu acreditava na nossa ideia e esperava o sucesso, só que de forma mais lenta. Em breve planejamos mudar para um imóvel mais espaçoso, visando o maior conforto aos clientes.”

Diante disso, ele prevê ainda mais trabalho do que já tem, mas vê isso com entusiasmo. “Gosto de lidar com o público. Tive ao longo da minha carreira de contador mais de 500 clientes, de perfis tão distintos como artistas, políticos e profissionais liberais. Por isso caprichamos no atendimento, para poder fidelizar o nosso consumidor.” Quanto ao primo, que no ano passado não apareceu na reunião, Lima garante: “Ele se arrepende até hoje de não ter ido”. ●

Mesclar marcas consagradas e populares atrai todos os públicos



1- Mix de produtos chega a 700 itens
2- Contêiner frigorífico supre demanda por bebidas geladas

COM PRESENÇA MACIÇA, 1º FÓRUM COEXISTIR INCLUSÃO E DIVERSIDADE FOI UM ENORME SUCESSO

Divulgação



Convidados do 1º Fórum Coexistir Inclusão e Diversidade em debate.

O Sincovaga-SP, por meio do programa Coexistir, realizou no dia 21 de Outubro de 2014 o 1º Fórum Coexistir Inclusão e Diversidade, na sede da entidade. Com o auditório cheio e a presença maciça dos responsáveis nas empresas pelas áreas de saúde, Recursos Humanos, além de membros que atuam em organizações não governamentais e profissionais que trabalham na área de diversidade, o evento foi também uma oportunidade de networking e de troca de experiências.

O objetivo principal foi discutir a importância da diversidade e da inclusão de pessoas com deficiência (PCD) para a sustentabilidade das empresas do comércio varejista e da sociedade, evidenciando as potencialidades e os direitos desta parcela significativa da população.

O projeto Coexistir foi criado pelo Sincovaga em 2013, com a finalidade de estimular, orientar e assessorar as empresas varejistas representadas a aderir à inclusão social, promover a capacitação profissional das pessoas com deficiência e trocar informações sobre vagas disponíveis, ampliando as condições de captação da mão de obra.

A especialista do Sincovaga-SP em programas de diversidade e inclusão no mercado de trabalho, Maria de Fátima e Silva, que presta assessoria à entidade com o objetivo apoiar e orientar as empresas representadas, fez a abertura reforçando os conceitos que inspiraram o evento e o esforço do segmento do comércio varejista de alimentos em praticá-los.

Na sequência, o presidente do Sincovaga-SP, Alvaro Furtado, destacou a importância do encontro: “Não basta só contratar, mas é preciso integrar as pessoas com deficiência ao mercado de trabalho. Por isso, este primeiro Fórum não poderia ter um tema mais atual”.

O primeiro painel abordou o tema “Pessoas com Deficiência e Reabilitados do INSS – Caracterização e Instrução Normativa 98”, destacando a dificuldade de caracterizar o PCD, os esforços na captação de candidatos, já que as empresas querem cumprir a lei, além dos desafios para a sociedade que decorrem da falta de convivência com os PCDs. O mediador foi o médico especializado em Medicina do Trabalho pela Unifesp/EPM, Roberto Sasaki (Casas Bahia).

“Ninguém se realiza plenamente se não pode trabalhar. Por isso é necessário transmitir a mensagem que a diversidade no ambiente de trabalho é uma coisa positiva”, disse José Carlos do Carmo, Auditor Fiscal do Trabalho e Coordenador do Projeto Estadual de Inserção de Pessoas com Deficiência no Mercado de Trabalho - Secretaria Regional do Trabalho e Emprego, São Paulo.

A segunda palestrante do primeiro painel foi a terapeuta ocupacional e Representante Técnica da Reabilitação Profissional do INSS (Gerência Executiva São Paulo Centro), Luciane Mourão de Oliveira. Segundo ela, um dos papéis do órgão é facilitar a readaptação profissional de pessoas com deficiência ou reabilitados do INSS. “Atuamos para garantir que essas pessoas sejam reinseridas no mercado, seja por meio de encaminhamento para cursos de capacitação profissional, treinamento profissional em empresas conveniadas ou concessão de recursos de tecnologia assistiva, como próteses, órteses, lupas ou cadeiras de rodas”, afirmou.

O segundo painel abordou o tema “Diversidade e Inclusão – Sustentabilidade e Direito”, com mediação de Marinalva Cruz, coordenadora do PADEF (Programa de Apoio à Pessoa com Deficiência), da Secretaria Estadual do Emprego.

A palestrante Ivone Santana, Gerente de Relações Corporativas e Sustentabilidade do Magazine Luiza, falou sobre os desafios do programa de inclusão de pessoas com deficiência na empresa. “Ao mesmo tempo em que trabalhamos a questão do preconceito, realizamos as adaptações na estrutura física e treinamos a equipe do RH, pois trata-se de um tema novo, que precisa ser discutido e para o qual nem todos estão preparados”, disse.

Na sequência, Karina Chaves, Gerente de Responsabilidade Social do Carrefour, citou situações do dia a dia que desafiam as equipes a aplicar as premissas do programa de Valorização da Diversidade na companhia. “Para lidar com elas, reforçamos para os colaboradores a

importância do respeito, do foco na essência do ser humano, da igualdade de oportunidades e tratamento e de estar aberto a novos aprendizados”, afirmou.

Fechando o encontro, Maysa Silveira, coach e especialista na implantação de programas de sustentabilidade e bem-estar, explicou como o coaching pode ajudar os PCDs a identificarem seus próprios recursos, mostrando novas formas de ver e usar essas habilidades para alcançar objetivos profissionais e pessoais. “Trabalhamos nas emoções positivas, para ampliação de possibilidades e padrões de comportamento, nas forças e competências do indivíduo, nos relacionamentos positivos e no senso de propósito e significado. Isso transforma a visão que a pessoa tem dela mesma.”

O 1º Fórum Coexistir Inclusão e Diversidade Sincovaga-SP contou com o apoio da FecomercioSP, da Fecomercários (Federação dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo) e da Superintendência Regional do Trabalho e Emprego, em São Paulo – SRTE/SP. ■

...“É preciso integrar as pessoas com deficiência no mercado de trabalho”...

O QUE É PRECISO PARA TRABALHAR AOS DOMINGOS?

Shutterstock



O funcionamento das empresas do comércio varejista de gêneros alimentícios aos domingos e o trabalho dos empregados desses estabelecimentos neste dia dependem da obtenção, gratuitamente, da Certidão expedida pelo Sincovaga, assim como da respectiva licença municipal. O procedimento atende à legislação federal em regência e, em especial, à Lei Municipal n° 13.473/02 e a seu decreto regulamentador n° 45.750/05.

A certidão deve ser solicitada ao Sincovaga até o dia 30 de dezembro de 2014. Um modelo está disponível no site www.sincovaga.com.br, na seção Convenções, no arquivo da Convenção Coletiva Comerciantes – Capital 2014-2015. A certidão será emitida para as empresas do comércio varejista de gêneros alimentícios ou seus representantes, desde que comprovem o integral cumprimento das cláusulas da referida Convenção.

A certidão é expedida sem custo para os empresários. O documento é copiado ao Sindicato dos Comerciantes de São Paulo e chancelado pela Municipalidade de São Paulo, que vai autorizar e regular o trabalho dos empregados aos domingos, bem como emitir a necessária licença municipal para funcionamento das empresas em todos os domingos.

Lembramos que a ausência da certidão pode gerar multa à empresa no valor de R\$ 240,00 (duzentos e quarenta reais), que é revertido em subsídio aos serviços assistenciais do sindicato patronal. ■



Esse é momento de comemorar os acertos e refletir sobre o que é preciso melhorar. Por isso, no ano que se inicia, vamos renovar nosso otimismo e esperança!

Aos amigos, parceiros e colaboradores do Sincovaga nossos mais sinceros agradecimentos, na certeza que estaremos juntos em 2015.

Continuaremos trabalhando, de portas abertas, para estreitar os laços que nos unem e fortalecer ainda mais o comércio varejista.

Feliz Natal e um Ano Novo de muita saúde, sucesso e prosperidade!



E SE VOCÊ PUDESSE...



CRESCER +



PLANEJAR +



GANHAR +

GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARCA ALINHADA A AÇÕES CRIATIVAS

(11) 5061.5771 / 5083.0280 | www.vertscomunicacao.com.br



Prontos para o Natal e de cara nova. É giro certo na sua loja!

operamarketing



E mais: Bem Casado, Chocolate e Goiabada cremosa.

Lançamento

Mini-panettones



Conheça também a linha anual



www.village.com.br
vendas@village.com.br

Tel: (11) 2342-6644

Faça seu pedido e receba um brinde.

*Promoção exclusiva para pessoa jurídica associada ao Sincovaga.

