

sincovaga sp



supernotícias

NÚMERO 18

ANO 4

MARÇO / ABRIL

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

WWW.SUPERNOTICIASONLINE.COM.BR



COMO CRESCER EM 2015

Conheça as ações que podem garantir um ano melhor do que preveem os analistas

VAREJO E ETC

Os efeitos indesejados do câmbio instável

ACONTECE

Saiba o que Sincovaga preparou para a Reatech 2015

SERVIÇOS

Reforma revitaliza a sede e a torna mais ampla e funcional





Alvaro Furtado

Presidente do Sincovaga/SP

Uma Páscoa menos doce

A Páscoa é uma das datas do calendário do varejo mais esperadas por consumidores e comerciantes, depois do Natal. Este ano, porém, o impulso nas vendas sofrerá o impacto das circunstâncias conjunturais presentes, com inflação, juros e endividamento em alta, contas públicas em desequilíbrio e renda com menor ritmo de aumento, que impedem maior otimismo.

A confiança do consumidor e, por consequência, sua intenção de consumo já espelham a apreensão com o futuro, principalmente em decorrência das fortes altas observadas nos alimentos e nos impostos.

Os fabricantes de chocolates estimam um crescimento de 10% nas vendas nesta Páscoa. Uma previsão muito mais doce do que a realidade que se avizinha.

Percebendo o cenário desfavorável, a indústria já se movimenta para oferecer alternativas aos consumidores, sobretudo no que se refere aos formatos. Por conta disso, este ano os coelhos trarão, além dos tradicionais ovos, mais chocolate em barra ou bombons, pois afinal a diferença de preço chega a 50%.

Para o comerciante aproveitar este momento, é preciso estar atento a uma infinidade de aspectos que vão influenciar o consumidor. Muito antes de expor o produto na loja e deixá-la pronta e colorida para recebê-lo, o empresário deve dar atenção à gestão eficiente das categorias de produtos mais procurados na Páscoa, com destaque para os produtos típicos, como chocolates e colombas.

Uma boa gestão passa pela negociação eficiente com o fornecedor, o que vai garantir preços competitivos, pelo treinamento das equipes, para que evitem rupturas e perdas, e pela manutenção do ambiente da loja sempre limpo e agradável, além da cordialidade no atendimento.

O cuidado com o manuseio, a qualidade dos produtos e o prazo de validade é essencial em todas as categorias, mas sobretudo nos chocolates, que são frágeis. Por tudo isso, o desafio para os comerciantes concentra-se em comprar bem, para evitar grandes estoques e, conseqüentemente, encalhes, assim como ter atenção para a exposição na loja, tendo em vista o calor, que é a inimiga número um desse tipo de produto.



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 - Nicolas Comércio Alimentos Ltda.

María Del Carmen P. Mosquera - Supermercado Madrid Ltda.

CONSELHO FISCAL

Wilson Hiroshi Tanaka - Nicolas 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: 30.000 exemplares

Periodicidade: Bimestral

Circulação: Regional

Entidade Oficial



Comercialização



Produção



ÊNFASE AO PLANEJAMENTO PARA GARANTIR BONS RESULTADOS



Fred Chalub

O cenário econômico nos primeiros meses de 2015 confirma as expectativas e não nos surpreende: ajuste fiscal em curso, redução do consumo, inadimplência em alta e taxas de juros crescentes, assim como a desconfiança em relação ao futuro. Acrescente-se a isso os fantasmas do desemprego e da inflação.

A vantagem é que, embora não exista uma “receita de bolo” que sirva para todas as empresas, no comércio varejista de gêneros alimentícios as soluções para superar tudo isso também já são conhecidas. Elas passam por muito trabalho em identificar pontos fracos a corrigir e fortes a explorar, garantindo que, ainda que haja ceticismo no ar, o ano seja bom para o setor.



Divulgação

Cláudio Felisoni, do Provar

“É fundamental ser mais eficiente nas operações varejistas, incluindo os aspectos mercadológicos (promovendo o que gera maior rentabilidade e fluxo), e de retaguarda de loja, com um olhar mais crítico em todo o processo, para descobrir onde se perde dinheiro”, orienta o professor Cláudio Felisoni de Ângelo, presidente do Conselho do PROVAR (Programa de Administração do Varejo), da Fundação Instituto de Administração (FIA-USP).

Frente a esse quadro, o foco deve ser direcionado para o administrativo-financeiro, incluindo uma boa gestão de caixa, análise de riscos em relação a créditos e revisões orçamentárias, a partir do monitoramento do cenário de vendas e despesas.

Alberto Serrentino, fundador da consultoria Varese Retail, ressalta que é preciso aprimorar os controles, ter objetivos, metas e indicadores claros para os negócios e buscar formas de aumentar a produtividade dos recursos que a empresa já tem, ou seja, em 2015 será preciso fazer mais com menos (ou com o mesmo) e muito melhor.

Negociar e... negociar – “Realmente é necessário olhar para dentro do negócio, rever processos, alinhar expectativas com a realidade, renegociar contratos, taxas e eliminar supérfluos, isto é, tudo aquilo que não está diretamente ligado ao funcionamento do negócio”, explica Olavo de Brito, consultor em Gestão de Pessoas do Madrid Supermercados. “Diante dos desafios de 2015, precisamos buscar novos caminhos e todos os envolvidos têm a obrigação de rever posturas, inclusive os fornecedores”, reforça.

Segundo Brito, devido ao fato de a empresa ter duas lojas apenas, não havia uma postura muito agressiva em termos de negociação, de modo que era comum o fornecedor impor condições e itens que muitas vezes contrariavam o mix de produtos comercializado.



Divulgação

Alberto Serrentino, da Varese Retail

Mais do que nunca, fortalecer vínculos é apontado por Serrentino, da Varese Retail, como uma meta a ser perseguida. “Em tempos de demanda menos aquecida, o varejo pode privilegiar o oportunismo de curto prazo e tentar buscar negociações mais duras, ou fortalecer vínculos estratégicos com os fornecedores e encontrar formas de contornar o momento de forma colaborativa, com reflexos positivos a longo prazo”, analisa.

Sobre esse aspecto, o professor Felisoni, do PROVAR, acrescenta que neste ano a negociação tende a ser bem mais difícil, em função da retração das vendas na ponta. “A indústria vai tentar repassar seus custos para o comércio, que tentará negociar. Será uma verdadeira queda de braço”, acredita.



Fred Chalub

Nelson Barbosa, do Barbosa Supermercados

Em um ano difícil, “parceria” é a palavra-chave para contornar as adversidades, na opinião de Nelson Barbosa, diretor presidente do Barbosa Supermercados.

“Sem uma negociação justa e equilibrada, não será possível alcançar o que se pretende. O fornecedor é um elo importante nesse processo e deve ser reconhecido como tal, de maneira que a negociação atenda a todos os envolvidos. Isso reflete também na distribuição, armazenamento, gestão de margens e no tíquete médio”, diz o executivo.

Embora o Madrid trabalhe com alguns distribuidores, a compra direta e o diálogo com a indústria passaram a fazer parte da rotina dos gestores. “Atentos aos aumentos de tabelas, compramos antecipadamente, mas evitamos grandes estoques e, conseqüentemente, perdas”, explica Diego Lima, gerente comercial do Madrid.

Em um ano difícil, “parceria” é a palavra-chave para contornar as adversidades

Nelson Barbosa, do Barbosa Supermercados

Estoque enxuto – Comprar exatamente o que vai vender, sem que sobrem ou faltem produtos, é a equação de ouro para o comércio varejista de gêneros alimentícios. É praticamente impossível prever todas as variáveis envolvidas, mas quanto mais próximo do ideal, mais lucro o empresário terá. “A resposta é conhecer o consumidor e suas necessidades para definir o estoque adequado, sem acúmulos e perdas”, exemplifica Felisoni, do PROVAVAR.

De olho nesse objetivo, em 2013 o Barbosa Supermercados investiu em software de gestão de estoque, centralizando as entregas dos fornecedores em um Centro de Distribuição. O resultado pode ser traduzido em economia de tempo e redução de perdas. “Com o CD, a indústria é beneficiada, pois consegue reduzir seus prazos de entrega e os custos com frete. O varejo é favorecido com uma gestão mais eficiente de seus estoques”, garante Barbosa.

Na visão do executivo, buscar eficiência na logística e em toda a rede de distribuição é uma das premissas para superar as dificuldades em atender à demanda, especialmente quando se fala de empresas com filiais instaladas em várias regiões. “Os modelos apontados como cases de sucesso falam do fortalecimento de parcerias com fornecedores, sinergia nas operações, agilidade no picking (separação e preparação de pedidos) e robustez na distribuição, associada à performance”, diz o executivo.

A tecnologia é a grande aliada no controle de perdas e “quebras” no estoque. O Madrid, que também comercializa importados, estruturou seu CPD (onde se confere notas e pedidos) e o centralizou num único local, para atender as duas lojas. As portarias passaram a atuar com coletores e terminais de consulta ao sistema. O investimento envolveu hardware, internet, suporte e manutenção.

A empresa também teve que substituir os veículos de sua frota, com sensível redução de despesas com manutenção. A logística eficaz integra a transferência de produtos da central para a loja três vezes por semana. “A análise de giro de mercadorias, facilitada a partir de um sistema já implantado, foi a solução encontrada, até porque o mix das lojas é diferente”, justifica o gerente Lima, do Madrid.

Investir em gente – Com um turnover que chega a 50% ao ano, manter uma equipe motivada e bem treinada no varejo de alimentos é complicado. Entretanto, sob o aspecto trabalhista, o ano de 2015 deve ser melhor, na opinião do Assessor Econômico do Sincovaga, Fábio Pina. “As condições muito favoráveis que existiam no mercado de trabalho até o ano passado, em que havia disputa por mão de obra, já não mais se apresentam e o grau de exposição e vulnerabilidade dos empresários nas negociações e nas contratações caiu”, afirma o especialista. O cenário econômico deve refletir também em negociações que reponham a inflação com um ganho real menor que nos anos anteriores.

Com tudo isso, os índices de rotatividade de mão de obra têm caído e há uma maior retenção de pessoas. “O fundamental é manter e motivar os recursos humanos, ser transparente frente aos desafios, tranquilizar as pessoas em relação a riscos e cortes no quadro funcional e estimular a criatividade para o aumento da produtividade e cultura de controle de custos e eficiência”, orienta Serrentino.

Interessado em investir em seus funcionários, o Barbosa Supermercados está implantando um sistema para avaliação de performance. “Trata-se de uma ferramenta para reconhecer talentos que será utilizada em treinamentos e promoções e que vai atingir os 3.500 funcionários, distribuídos nas 30 lojas”, afirma Sérgio Ricardo Rocha, coordenador de Recursos Humanos da rede. Segundo ele, a empresa está empenhada em reduzir o turnover que estava bem alto, em torno de 5% ao mês. “Tudo isso visa criar um plano de carreira que deverá estar concluído até 2016”, completa.

No plano de gestão de pessoas do Madrid estão previstas, em média, 46 horas/mês para cursos, palestras, reuniões de orientação e/ou conscientização interna e externa. A empresa também intensifica o programa “Caça Talentos”, objetivando a melhoria do processo seletivo. “Nossos colaboradores são carteirinha carimbada em cursos de instituições como Sincovaga, Abras, Senac e Sebrae”, afirma Brito.

Otimista, Serrentino, da Varese Retail, não acredita que 2015 será de crise para o varejo de alimentos. Até porque está havendo o desaquecimento nas taxas de crescimento desde 2013. “O ano será desafiador em função da instabilidade e de incertezas no ambiente econômico e político do País. Apesar disso, o segmento do comércio varejista de alimentos deverá crescer, como também haverá oportunidades de ganho de participação do mercado para as empresas que souberem interpretar o cenário e manter suas estratégias a longo prazo”, conclui o consultor.

Por Zulmira Felício

REFORMA REVITALIZA A SEDE E A TORNA MAIS AMPLA E FUNCIONAL

A sede do Sincovaga, na região central de São Paulo, passou por uma ampla reforma ao longo do ano de 2014. O objetivo era proporcionar um ambiente mais espaçoso e confortável, tanto para os associados, quanto para os colaboradores e o público em geral.

A revitalização abrangeu todo o 13º andar, onde se concentra a administração do Sindicato, passando pelo auditório (16º andar), que agora conta com 70 lugares e equipamentos de última geração, e pela recepção da clínica odontológica (12º andar).

A nova estrutura foi idealizada para oferecer uma gama maior de serviços, sempre com foco na qualidade do atendimento, retribuindo ao associado toda a confiança depositada no Sincovaga.

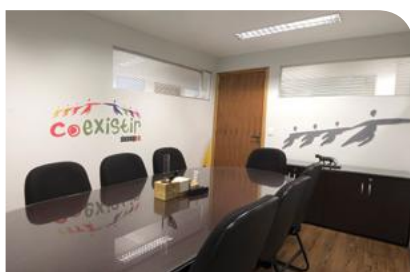
A recompensa a todo este trabalho é a sua presença. Venha tomar um café conosco!



Fotos: Bruno Leite



Área de Espera Interna



Sala de Reuniões



Detalhe da decoração alusiva à cidade



Sala do Presidente



Salas de Atendimento



Entrada do Auditório



Saguão do Auditório



Recepção principal



Auditório



Auditório (palco)



Recepção da Clínica Odontológica

SAIBA O QUE SINCOVAGA PREPAROU PARA A REATECH 2015



O Sincovaga, por meio do programa Coexistir, ampliou a sua estrutura na Reatech (Feira Internacional de Tecnologias em Reabilitação, Inclusão e Acessibilidade), que chega à 14ª edição em 2015 e acontece entre os dias 9 e 12 de abril, no São Paulo Expo Exhibition & Convention Center (Centro de Exposições Imigrantes). Uma das atrações mais aguardadas da feira é a Orquestra Instituto GPA, que irá se apresentar todos os dias do evento, sempre às 13h, na entrada do Pavilhão.

O novo estande do Sincovaga, de 156 m², é dez vezes maior que o do ano passado, proporcionando ao público o máximo de conforto para conhecer os parceiros e serviços oferecidos. Entre as atividades previstas estão a distribuição de materiais e brindes do programa Coexistir, workshops, cadastramento de currículos e orientação a profissionais e empresários sobre inclusão de pessoas com deficiência no comércio varejista.

Uma das parceiras do programa Coexistir nesta edição da Reatech é a socióloga Marta Gil, que atua desde 1990 no segmento de inclusão. Ela é a Coordenadora Executiva do Amankay Instituto de Pesquisas e desenvolveu, juntamente com a empresa Fabiano Onça Games, um jogo corporativo inédito, chamado Discovery, que será lançado no evento.

“É uma ferramenta corporativa que permite às pessoas se conhecerem melhor e debater em grupos as dificuldades encontradas em situações da vida real”, explica a especialista. A dinâmica dá origem a um relatório, que é enviado à empresa e visa estimular mudanças. “Sabemos que nem sempre a cultura das organizações reflete o discurso sobre a inclusão no dia a dia”, completa Marta. O Discovery é indicado para apoiar principalmente profissionais das áreas de Recursos Humanos e Administração de Empresas.



Marta Gil, do Amankay

Mobilidade – A capacidade de ir e vir, não apenas utilizando o transporte público, mas também o particular, é um aspecto que favorece a inclusão e a qualidade de vida. Por isso, um tema que suscita muitas dúvidas nas pessoas com deficiência é como tirar a CNH (Carteira Nacional de Habilitação) e adquirir um veículo com isenção de impostos.

Para atender essa parcela do público, o Sincovaga fez uma parceria com a Auto e Moto Escola Rosa Zuin, que terá profissionais no estande capacitados a orientar, tanto sobre o treinamento para a obtenção da CNH, quanto a respeito da documentação para aquisição e adaptação do veículo, por meio de um parceiro, conforme a necessidade de cada condutor.

“Muita gente não sabe sequer que tem o direito às isenções”, explica a proprietária, Rosa Maria Zuin. Segundo ela, dependendo da faixa de preço, nacionalidade do veículo e da deficiência, é possível obter isenção de impostos como IPI, ICMS, IPVA, e também exclusão do rodízio de veículos.

FÓRUM MOSTRA DIFERENTES VISÕES DA INCLUSÃO

O fórum “Lei de Cotas e Trabalho Decente para Pessoas com Deficiência”, apoiado pelo programa Coexistir, do Sincovaga, será realizado no dia 10 de abril, das 10h30 às 13h30, dentro da Reatech 2015. O objetivo, segundo Carlos Aparício Clemente, organizador do encontro, coordenador do Espaço da Cidadania e vice-presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Osasco/SP, é proporcionar ao público diferentes olhares sobre o tema. “Será uma oportunidade de conhecermos as visões de mundo dos trabalhadores, dos empresários, dos sindicatos e do setor público sobre a questão”, afirma.



Carlos Clemente, do Espaço da Cidadania

Um dos convidados do fórum é José Carlos do Carmo, Auditor Fiscal do Trabalho e Coordenador do Projeto Estadual de Inserção de Pessoas com Deficiência no Mercado de Trabalho, da Secretaria Regional do Trabalho e Emprego de São Paulo, que abordará as formas de evitar a alta rotatividade das pessoas com deficiência nas empresas.

O evento terá ainda a presença da deputada federal Mara Gabrilli, relatora do projeto da Lei Brasileira de Inclusão para portadores de deficiência física, aprovada na Câmara em março e enviada ao Senado, e que prevê, entre outros pontos, o uso do FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) para a compra de órteses e próteses, a obrigatoriedade das prefeituras tornarem as calçadas acessíveis e o direito ao auxílio-inclusão, uma renda suplementar para a pessoa com deficiência inserida no mercado de trabalho.

OS EFEITOS INDESEJADOS DO CÂMBIO INSTÁVEL



Imagine ter de negociar com fornecedores e fazer as compras para uma data tão importante para o varejo quanto a Páscoa e no restante do ano manter os estoques de produtos importados com preços competitivos.

Nesse momento, em que a maioria dos importadores já pagou pelos produtos típicos da Páscoa, é provável que os preços não sejam tão afetados pela subida recente do dólar. Entretanto, o bacalhau não escapou de ficar mais salgado este ano. "O aumento médio ficou em 10% em relação a 2014", calcula o presidente do Sincovaga, Alvaro Furtado.

Para ele, essa alta vai ter impacto ainda mais expressivo no segmento de massas e pães, em razão da dependência que mantemos da farinha de trigo vinda de outros países, e em setores que utilizam insumos importados. "Por conta disso, o solução inflacionário será grande", afirma o especialista.

A instabilidade do dólar complica o planejamento das empresas, em um ano já marcado por demanda enfraquecida e crédito escasso. As incertezas sobre o câmbio tornam praticamente impossível prever a cotação da moeda norte-americana de uma semana para outra. Tanto que entre janeiro e março de 2015 a alta acumulada já passa de 24%.

A subida do dólar não é um fenômeno isolado. Ela tem ocorrido em todo o mundo, mas no Brasil se deve, principalmente, à insegurança política e econômica atuais. "Embora o dólar alto favoreça a exportação de produtos brasileiros, países como Estados Unidos, Europa e China estão mais cautelosos."

AGENDA

EVENTOS

EXPOVINIS 2015 - 19 SALÃO INTERNACIONAL DO VINHO

DE 22 A 24/04 de 2015
EXPO CENTER NORTE/SP

AGRISHOW 2015 - 22 FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA AGRÍCOLA EM AÇÃO

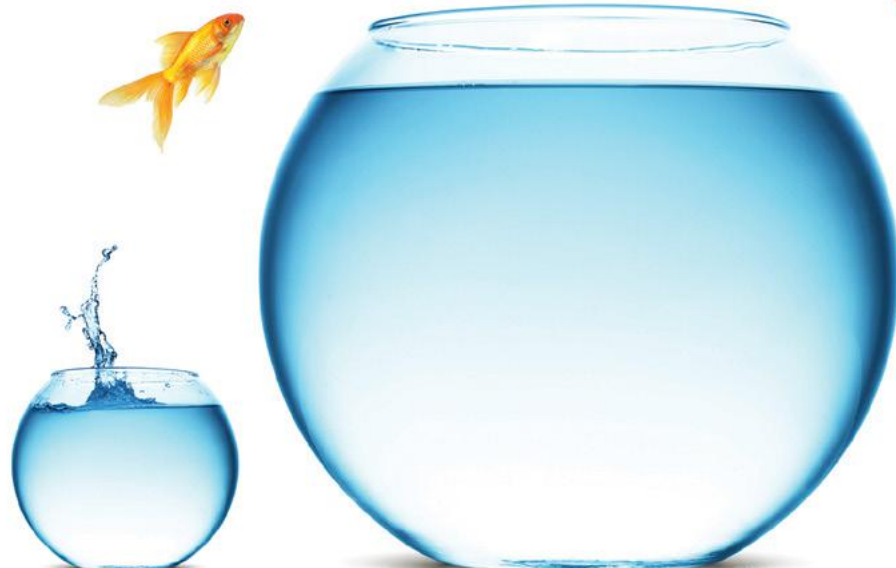
DE 27/03 a 01/05 de 2015
RIBEIRAO PRETO/SP - BRASIL

FISPAL FOOD SERVICE E SIAL 2015 - SALÃO INTERNACIONAL DE ALIMENTAÇÃO PARA A AMÉRICA LATINA

DE 09 a 12/06 de 2015
EXPO CENTER NORTE/SP

Para mais informações, ligue 11 3335.1100 ou envie um e-mail para marketing@sincovaga.com.br | SINCOVAGA/SP

E SE VOCÊ PUDESSE...



PLANEJAR +



CRESCER +



GANHAR +



A primeira agência a aplicar
Neuromarketing em ações
de comunicação.



2015

EXPOVINIS
BRASIL

22 a 24
abril de 2015
das **13h às 21h**

Expo Center Norte
Pavilhão Azul
São Paulo - SP

DEGUSTE OS MELHORES
NEGÓCIOS DO VINHO
DA AMÉRICA LATINA

A 19ª edição do mais tradicional evento do Brasil é a oportunidade perfeita para apreciar tudo que o mundo do vinho tem a oferecer.

▶ **450** Expositores

▶ **5.500** Rótulos Nacionais e Internacionais

ATIVIDADES PARALELAS



ESPERAMOS POR VOCÊ!

▶ www.expovinis.com.br

Revista Oficial

Champanheira Oficial

Água Oficial

Agência de Viagem Oficial

Cia. Aérea Oficial

Taça Oficial



Apoio institucional:

Filiada à

Promoção e Organização



Aprecie com moderação



/expovinisbrasil