

Geração 6.0: oportunidade para o varejo

Os novos idosos, homens e mulheres que já passaram dos 60 anos, não querem ser rotulados de velhos, são fiéis e gostam de consumir em locais cujo atendimento é pessoal e atencioso. Págs. 6 e 7



SindiVarejista
lança ICC
inédito em
Campinas

Índice será mensal
e servirá para
orientar o empresário
varejista em suas
ações no dia a dia
do comércio. Pág. 4



O que 2017 reserva
para o varejo ?

Pág. 3

Qualificação
prepara empresários

Pág. 4

Contribuição: como
ela volta para você

Pág. 10

SindiVarejista se consolida como gerador de dados

O ano de 2016 chega ao fim com um importante projeto realizado pelo SindiVarejista e que se consolidará ainda mais em 2017. Iniciamos a divulgação do Índice de Confiança do Consumidor (ICC) para as cidades de Campinas e Indaiatuba, cujos dados inéditos nesses municípios apontam o “humor” do consumidor. Há tempos planejávamos realizar esse trabalho, que consideramos fundamental para a categoria. Com a ajuda de nossos colaboradores e da FecomercioSP, conseguimos colocar em prática este projeto num momento em que empresários tanto necessitam de orientações e respaldo para iniciar o ano com mais confiança.

A divulgação do ICC, composto também pelo Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) e Índice de Expectativas do Consumidor (IEC), será feita mensalmente pelo SindiVarejista. Essas informações servem de apoio para o planejamento estratégico do comércio; contribuem para a percepção clara do comportamento do consumidor e ajudam o empresário a olhar para o futuro com mais segurança. Na prática, essas informações se consolidam como um termômetro para o setor e permitem que as empresas organizem seus estoques em datas importantes.

Com grande satisfação, afirmamos que a iniciativa consolidará o SindiVarejista na região de Campinas como gerador de dados para a economia local, orientando o varejo, que tem sentido diretamente os impactos da crise econômica enfrentada pelo país.

A nossa experiência positiva também gerou reflexos em outros locais. Como coordenadora da Coordenadoria Sindical Leste, fui convidada a incentivar outros sindicatos patronais a realizar este trabalho, a partir da nossa experiência. Nove sindicatos já fizeram a capacitação promovida pela FecomercioSP.

Acreditamos que a coleta e divulgação desses dados irão auxiliar em muito o setor do varejo e consolidar cada vez mais o SindiVarejista como uma entidade representativa. Desejamos que 2017 seja um ano de muito trabalho, compartilhamento de informações, experiências e, claro, excelentes resultados.



Sanae Murayama Saito
Presidente do SindiVarejista
de Campinas e Região

FIQUE SABENDO

GRAFITE NA ESCOLA

O projeto ‘Grafite na Escola’, desenvolvido pelo Conexão Social SindiVarejista com os alunos da Escola Municipal Pierre Bohomme, em Campinas, foi vencedor da 7ª edição do Prêmio Anamatra de Direitos Humanos 2016.

A ação foi desenvolvida em 2015 com 20 alunos do EJA (Educação de Jovens e Adultos) e venceu a categoria ‘Programa Trabalho, Justiça e Cidadania (TJC)’.

A iniciativa foi realizada em parceria com o grafiteiro e artista plástico Gustavo Nênon que desenvolveu oficinas com os estudantes que têm as mais variadas histórias de vida, vulnerabilidade social e alguns com deficiências intelectual e auditiva. Durante dois meses, os alunos mergulharam no mundo do grafite por meio de palestras e aulas práticas. No final, eles aprenderam a arte da grafiteagem e produziram juntos 16 painéis que se transformaram na exposição ‘O Trabalho é uma Arte’, que percorreu cinco espaços públicos de Campinas sendo visitada por cerca de 100 mil pessoas.



Rua General Osório, 883, 4º andar
CEP 13010-111 - Campinas - SP
Tel/Fax (19) 3775-5560
sindivarejistacampinas.org.br
Facebook: [fb.com/sindivarejistacampinas](https://www.facebook.com/sindivarejistacampinas)
Youtube: [youtube.com/sindivarejistacps](https://www.youtube.com/sindivarejistacps)

NOSSO VAREJO

Presidente: Sanae Murayama Saito
Gerente: Elaine Oliveira
Jornalista Responsável: Luciana Félix / MTB 51.251
Reportagens: Bruna Mozer / MTB 63.067
Equipe de apoio: Clayton Ferreira e equipe SindiVarejista
Fotos: Adriano Rosa / Banco de imagens interno / Divulgação
Ilustrações: Roni / Editoração: Neo Arte Design
Tiragem: 16 mil

Jaime Vasconcellos, assessor econômico da FecomercioSP, faz uma análise sobre as expectativas para o próximo ano e aponta o início de uma retomada. Mas, ainda assim, considera que a leve melhora está longe de alcançar o patamar de anos anteriores. Cabe ao empresário buscar saídas eficientes para evitar graves problemas financeiros. Veja abaixo.



2017: um novo ano 'menos pior' para o comércio

O que o empresário do varejo pode esperar para 2017? Haverá melhora da economia?

Será um ano ainda muito cauteloso, apenas com expectativa de início de uma recuperação das vendas. A economia inicia uma reação na transição de 2016 para 2017, porém os efeitos práticos de ganhos de confiança, redução da inflação e de juros serão sentidos de forma lenta e gradual. Aos poucos o consumidor ficará mais confiante em 2017 e tende a voltar a consumir de forma mais sólida, mas ainda em patamares bem abaixo dos verificados em 2011, 2012 e 2013. A melhora será sentida, mas com base de comparação muito fraca, que é 2016.

Como ficam os setores que tiveram queda nas vendas, como autopeças, eletrônicos, concessionárias etc. Haverá retomada?

Aos poucos. O setor de autopeças é o primeiro de mercadorias não essenciais a mostrar alguma evolução. Aos poucos essa tendência deverá se estender para outras atividades. Mesmo que de forma bastante tímida, há uma amenização dos números negativos para, após uma estagnação, retomarmos o crescimento. Ainda assim, as atividades que comercializam mercadorias não essenciais de maior valor, ou seja, aquelas que necessitam de crédito, deverão continuar com desempenho negativo mais agudo.

"Aos poucos o consumidor ficará mais confiante em 2017 e tende a voltar a consumir de forma mais sólida, mas ainda aos patamares bem abaixo dos verificados em 2011, 2012 e 2013"

Então quer dizer que os setores essenciais, como supermercados e farmácias, continuarão com vendas estáveis?

Naturalmente, em períodos de crise, quando a renda e o poder de compra das famílias ficam fragilizados, o consumidor tende a direcionar seu orçamento aos bens essenciais, como alimentação e medicamentos.

Com esse pequeno sinal de recuperação, podemos considerar que o poder de compra das famílias irá aumentar?

Sim, mas podemos dizer que é uma melhora do ponto de vista de diminuição do ritmo de piora.

Como o empresário do varejo deve ficar atento e se adequar a esse cenário em 2017?

A principal orientação é o pragmatismo.

Observar a melhoria da economia de forma racional, isto é, uma recuperação lenta, setorialmente gradual e ainda com grande teor de incerteza. Para isso, é importante ter estoques menores, preservar capital de giro, controlar endividamento, pois os juros continuarão bastante altos e seletivos. Também é preciso avaliar de forma coerente o quadro de funcionários e a contratação ou não de temporários em datas especiais, além de buscar forma eficiente de controlar riscos de inadimplência.

Preparo e capacitação são chaves para enfrentar 2017

Empresários que buscaram conhecimento têm conquistado resultados positivos e se dizem prontos para enfrentar o próximo ano

Como se preparar para um novo ano, que junto com uma bagagem de crise e instabilidade econômica, traz também incertezas? Para especialistas, 2017 marca o início de uma retomada – ainda que lenta – para o varejo, mas que demandará mais esforço e preparo. A saída, no entanto, pode ser a busca de capacitação e informações que podem ser aplicadas na empresa e traçar estratégias para resolver deficiências.

Foi isso que fizeram dois empresários de Campinas que enfrentavam dificuldades em seus negócios. Rodrigo Faustino da Silva, do Depósito Garcia Soluções, assumiu parte da empresa do pai há dois anos, mas mesmo efetuando mudanças para redução de gastos, não via melhora no faturamento. “As vendas estavam cada vez mais baixas. Até que decidimos procurar o Sebrae”, disse.

A ajuda especializada serviu para dar apoio e segurança ao projeto de ampliar o espaço para exposição dos produtos. Foi então que, após projeções de crescimento e vários estudos e orientações de especialistas, Rodrigo



Rodrigo, administrador do Depósito Garcia, ampliou sua loja após orientação de especialistas (ao lado); Melissa (foto abaixo), proprietária da ConstruVIP Loja Trafane, afirma que a empresa teria fechado sem capacitação



iniciou a obra para dobrar o espaço da loja. “A ideia é aumentar as vendas de final de ano e, assim que o cenário econômico melhorar, estaremos preparados”.

Também buscando soluções, Melissa Trafane, proprietária da loja ConstruVIP Loja Trafane conseguiu atingir recorde histórico de vendas em junho. “Em 8 anos, conseguimos esse recorde. Considerando este um momento econômico difícil, foi uma grande conquista e resultado de toda qualificação que buscamos e aplicamos”, disse.

Melissa buscou apoio no Sebrae e afirma que, se não tivesse se capacitado com profissionais especializados, sua loja teria fechado. “Não consigo mudar o mercado e a economia, mas a minha loja sim. Precisamos olhar para dentro.” A qualificação dos funcionários foi uma das estratégias fundamentais usadas por Melissa.

Busca por ajuda é só quando a água bate no queixo

Para a consultora de marketing do Sebrae Tais Fernanda Camargo a maior dificuldade dos pequenos e médios empresários está no fato de que eles abrem um negócio com base no que sabem fazer, sem buscar conhecimento em outras áreas fundamentais para o funcionamento da empresa. Tais também afirma que o perfil de empreendedores que buscam apoio é aquele que quer começar um negócio por necessidade ou precisa de ajuda para evitar a mortalidade da empresa. “Muitos chegam quando sentem a água batendo no queixo. Quando o empresário se capacita, consegue buscar mais soluções para os mesmos problemas”, disse.

A especialista explicou que diante do cenário econômico instável, o Sebrae tem auxiliado muitas empresas a buscarem soluções para manterem as vendas. “É preciso, nesses casos, buscar vender mais para menos pessoas. Por isso, ter conhecimento técnico e trabalhar diversas ferramentas, como marketing ou descontos, é fundamental!”



■ Para quem se interessar pelos serviços do Sebrae, entrar em contato: tais@sebraesp.com.br



Consumidor de Campinas dá sinais de otimismo

Pesquisa inédita feita pelo SindiVarejista em parceria com a FecomercioSP mostra o humor do campineiro para compras nos próximos meses



Consumidora responde aos questionamentos na Rua 13 de maio

O consumidor de Campinas está mais otimista em relação ao poder de compra em 2017, aponta pesquisa inédita feita pelo SindiVarejista em parceria com a FecomercioSP. O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) chegou a 104,2 pontos, o que é considerado princípio de otimismo para o consumo. A média significa que as pessoas acreditam que terão melhores condições de compra no próximo ano, mas ainda sentem certa insegurança com o momento atual.

O levantamento que revela o humor do consumidor também ajuda o varejista a programar estoques, sinalizando como deverá ser o comportamento de seus clientes a curto e médio prazo.

O indicador utilizado na pesquisa varia entre 0 e 200 pontos, sendo que abaixo de 100 significa pessimismo e, acima, otimismo. O ICC é composto pelo Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA), que revela a disposição em consumir neste momento, e também pelo Índice de Expectativas do Consumidor (IEC), que aponta a perspectiva das pessoas em comprar no futuro, sem considerar o cenário atual.

Quando perguntado aos entrevistados sobre a disposição deles em consumir neste momento, o ICEA apontou pessimismo, com 66,2 pontos. Já o IEC foi mais alto, com 129,5 pontos.

O assessor econômico da FecomercioSP Fábio Pina explica que esse pessimismo é resultado do momento atual em que, mesmo com maior estabilidade

política, não houve nenhuma mudança concreta que faça as pessoas estarem dispostas a consumir agora. No entanto, quando questionados sobre os próximos meses, a perspectiva é melhor.

“O indicador de Campinas está alinhado com o da Capital e mostra uma percepção bastante apurada dos consumidores. Este otimismo já vem acontecendo ao longo do último semestre. As pessoas estão projetando a perspectiva de um futuro melhor”, explicou.

Ele adiantou que o atual momento ainda é “problemático” e que não teremos um Natal fantástico. “Mas, diante desses números, é possível o empresário do varejo se programar”.

Nas ruas a expectativa é de melhora

A servidora pública Maria Eugênia de Sousa, de 50 anos, foi uma das entrevistadas que acredita em melhorias no ano que vem. “Este ano tivemos que fazer várias adaptações no orçamento. Mas creio que no próximo ano estaremos melhores, com mais poder de compra”, disse.

Geração 6.0:

o varejo está preparado para atender os idosos?

Homens e mulheres com mais de 60 anos viraram uma grande oportunidade para os pequenos e médios varejos. Eles são fiéis aos estabelecimentos e um grande filão de mercado. Saiba o que fazer para conquistá-los

Quem não concorda que o conceito de “velhice” mudou? Esqueça aquela imagem de homens e mulheres com mais de 60 anos, dentro de casa vendo TV, com saúde frágil e sem planos futuros. Hoje, o que se vê são idosos ativos. Muitos ainda trabalham e sustentam suas famílias. Eles sabem muito bem o que querem, e como querem. Essa é a cara da nova Geração 6.0 (população acima de 60 anos) que veio para ficar e passou a representar um grande filão de negócios para as pequenas e médias empresas do varejo que souberam enxergar essa mudança de perfil.

Segundo pesquisa da consultoria Oficina Sophia Retail, responsável pelo estudo ‘Geração 6.0’, que mapeou o comportamento desta geração, os novos idosos não querem mais ser tachados como “velhos”, eles buscam os mesmos produtos de pessoas mais jovens e querem ser tratados como tais. A pesquisa apontou também que adoram novidades: são fiéis aos locais onde fazem compras e sabem muito bem identificar promoções e “enganações”. “A intenção foi auxiliar o comércio a enxergar de forma mais objetiva esse público, que é forte, está em grande número, tem renda que, na maioria das vezes, é gerenciada como querem, já que eles não têm prestações a longo prazo para pagar”, afirmou a coordenadora da pesquisa e sócia-diretora da Oficina Sophia Retail, Valéria Rodrigues.

A coordenadora também revelou que esse público gosta de consumir produtos atuais. “Não querem loja de produtos para idosos, querem consumir o que todos estão consumindo. Não querem ser rotulados, por isso é preciso se adaptar às necessidades deles, mas sem fazer discriminação, separação”. A pesquisa apontou que ir ao supermercado é um passeio para esse público. “Para 57% dos entrevistados, ir ao supermercado é prazeroso. Gostam de ver novidades e passam bastante tempo no local”, destacou Valéria. A maior parte dos gastos é no próprio supermercado (26% do total). “Na sequência, os

Público que só vai aumentar

A população brasileira está envelhecendo mais. A estimativa do IBGE é que até 2026 o país tenha 37 milhões de idosos. Hoje já são 25 milhões de pessoas, o que representa 12,7% da população brasileira.

A pesquisadora da Universidade Presbiteriana Mackenzie Márcia Pivatto está desenvolvendo um estudo para entender como as empresas de diversos setores estão trabalhando o envelhecimento da população, e se estão preparadas para atender essa demanda. Para ela, a mudança será rápida e é preciso ser iniciada agora. “É fato que teremos uma população envelhecida. Como iremos encarar isso? O que os diversos setores devem fazer para se preparar? Estamos trabalhando nisso, criando ferramentas de auxílio para as empresas em diversos setores”, disse.



VALÉRIA RODRIGUES



MÁRCIA PIVATTO

gastos são com moradia (24%), saúde (18%), tecnologia (9%) entre outros”.

Como atrair esse público?

Para Valéria, entre os pontos primordiais para ganhar o cliente da ‘melhor idade’ está o esforço do varejista em fazer um atendimento adequado, com vendedores atenciosos, etiquetas com números grandes e preços acessíveis. “Essas são as principais demandas defendidas por eles na pesquisa. A loja ideal, para essa geração, seria a que tem atendentes treinados e simpáticos para dar explicações sobre os produtos de forma simples. Com etiquetas grandes e de fácil entendimento. Então não é a loja com produtos de velhinhos, mas sim uma loja que dispõe produtos para todos e com atendimento atento às necessidades desse público. Quem conseguir enxergar isso e fazer pequenas remodelações vai conquistar uma clientela muito grande e fiel”.



“Não troco esse estabelecimento por outro”.
Ana Maria Coelho, 86 anos



“O estacionamento é fácil, tem tudo o que preciso e ainda conheço todo mundo. Fico batendo papo e tenho ajuda dos funcionários”.
Cléo Peixoto, 74 anos

Varejista de Campinas dá exemplo de como conquistar essa geração

A pesquisa da consultoria Officina Sophia Retail também apontou que as lojas de bairro são as preferidas dos clientes 6.0, principalmente aquelas onde o atendente conhece pelo nome, sabe os produtos prediletos, é gentil e o ajuda a embalar e carregar as compras. Em Campinas, a rede de supermercados Kushi é exemplo em atendimento ao idoso. Muitos deles frequentam as unidades localizadas no distrito de Sousas há mais de 20 anos. A relação passou de cliente e empresa para uma relação de amizade e cumplicidade. “Temos clientes conosco desde que abrimos há 30 anos e a clientela da terceira idade é muito grande. O mais interessante é que eles são fiéis”, afirmou o gerente da unidade localizada na Avenida Antônio Carlos Couto de Barros, Fábio Maroftica Jr.

Ele explicou que um dos segredos dessa fidelização é o atendimento. “Nossos colaboradores são instruídos a darem orientações personalizadas, principalmente aos mais idosos que, às vezes, necessitam de uma ajuda para ler instruções ou até para carregar algo mais pesado. E isso passou a fazer parte da rotina dos funcionários, que os conhecem pelo nome, sabem do que gostam”, afirmou o gerente.

Na unidade, a maior parte dos clientes de terceira idade gosta de fazer suas compras no período da manhã, como a aposentada Cléo Peixoto, de 74 anos. Semanalmente ela



“É muito bom porque nos sentimos confortáveis, acolhidos. Se tenho dúvida, busco ajuda e na hora sou prontamente atendida”.
Marilza de Almeida, 72 anos

está no local e costuma encher o carrinho. “Moro no distrito e estou acostumada a vir aqui, faço isso há 20 anos”. A dona de casa Marilza Peixoto de Almeida, de 72, também é fã do supermercado. “Os atendentes me conhecem pelo nome e sabem o que quero”. A também aposentada Ana Maria Coelho, de 86 anos, é fã do hortifrúti da unidade. “São frutas e legumes frescos. A qualidade é essencial, além de ser fácil para comprar”.

Além do Kushi, a rede Pão de Açúcar revelou que deu início ao plano de desenvolvimento de políticas de atendimento voltadas à terceira idade que irá se estender a todo grupo GPA (Pão de Açúcar, Extra, Assaí) e também às unidades pertencentes a Via Varejo (Casas Bahia e Pontofrio).

2016 o ano do compartilhamento de informações!

MARÇO

> SindiVarejista promoveu o encontro "Mulher no Trabalho"; **(foto)**

Gestão de RH: "Desafios de 2016";

O SindiVarejista sediou o encontro da Coordenadoria Sindical Leste;

Sebrae promoveu curso de vitrinismo para varejistas no SindiVarejista.



ABRIL

Gestão de RH: "Como reduzir a equipe e manter talentos"; **(foto)**

Agentes de desenvolvimento local são treinados no SindiVarejista;

SindiVarejista assina CCT 2015/2016 para Hortolândia e Sumaré.



AGOSTO

Reunião com empresários em Indaiatuba; **(foto)**

Gestão de RH: 'Conflito de Gerações nas Empresas';

SindiVarejista doou 500 tíquetes do McDia Feliz para entidades carentes.



SETEMBRO

Assembleia em Indaiatuba e Geral no SindiVarejista; SindiVarejista participa da sabinata aos candidatos à Prefeitura; **(foto)**

Curso gratuito sobre designado Cipa em Indaiatuba; Gestão de RH: 'Conflitos no Ambiente de Trabalho'.

PARA NÓS DO SINDIVAREJISTA 2016 FOI UM ANO ESPECIAL, DE ESTREITAMENTO DE RELAÇÕES COM NOSSOS REPRESENTADOS E PARCEIROS. FOI UM ANO COM MUITAS ATIVIDADES, GRANDE PARTE DELAS FOCOU NO ESFORÇO DE AJUDAR NOSSO REPRESENTADO A ENFRENTAR A CRISE E TER UM OLHAR DIFERENCIADO E SOBRESSAIR COM SEU NEGÓCIO. ABAIXO SEGUE UMA LINHA DO TEMPO COM OS FATOS MAIS RELEVANTES QUE MARCARAM 2016!

MAIO

Gestão de RH: 'Demissão';
SindiVarejista promove curso gratuito de Cipa. **(foto)**



JUNHO

Sindivarejista passa a vender os tíquetes do McDia Feliz;
SindiVarejista participa da festa junina do Sescon; **(foto)**
Gestão de RH: 'Motivação e Engajamento no Varejo'.



JULHO

SindiVarejista promove encontro sobre Resíduos Sólidos no Varejo; **(foto)**
Primeira Assembleia Geral no Sindivarejista; Presidente do SindiVarejista se reúne com o diretor do Procon; **(foto)**
Gestão de RH: 'Métodos para Seleção de Profissionais'.



OUTUBRO

SindiVarejista apoiou evento de empreendedorismo da Acic;
SindiVarejista assina Convenção Coletiva para Campinas, Paulínia, Valinhos, Indaiatuba, Vinhedo, Itatiba, Cosmópolis, Monte Mor, Holambra, Hortolândia e Sumaré;
SindiVarejista promove seminário para ajudar varejista a enfrentar a crise; **(foto)**
Gestão de RH: 'Formas de aplicar feedback'.



NOVEMBRO

Gestão de RH: 'Gestão no Comércio é possível';
SindiVarejista divulga os dados do ICC de Campinas; **(foto)**
Conexão Social vence prêmio com projeto 'Grafite na Escola';
SindiVarejista fecha Convenção Coletiva para Artur Nogueira.



Entenda a importância da sua Contribuição e como ela volta para você!

No dia **31 de janeiro**, termina o prazo para recolhimento da Contribuição Sindical Patronal, uma importante contrapartida para o desenvolvimento do setor e fortalecimento da categoria.



"Já precisamos da assessoria jurídica do SindiVarejista para esclarecimento de dúvidas trabalhistas e foi excelente. Marcamos horário e recebemos as orientações necessárias para resolvermos diversos impasses e questões dentro da empresa"

ALESSANDRA PRATES, analista de departamento pessoal da Frutaria Rio das Pedras.



"Durante todo o ano de 2016 participei do projeto Gestão de RH e foi muito importante para minha formação. Mudei da área financeira para a de recursos humanos e consegui aplicar várias coisas que aprendi nos encontros"

ALINE MAYRA DA SILVA, analista financeira Aguiáfix Comércio de Fixadores e Ferramenta.



Festival Cultural já tem data definida para início: março de 2017

Evento do Conexão Social, o festival vai levar arte, música e entretenimento para diversas regiões da cidade. Você pode ajudar e ampliar ainda mais o projeto

O Conexão Social SindiVarejista lança em março de 2017 a 1ª edição do "Festival Cultural Conexão Social". O projeto, já aprovado pela Lei Rouanet e que este ano conseguiu o patrocínio da concessionária CCR Autoban, prevê ações culturais em Campinas com objetivo de promover atividades artísticas com foco na participação popular, no diálogo e na transformação da realidade valorizando e divulgando a arte de rua. O festival será composto de atividades oferecidas gratuitamente à população como palestras e oficinas.

Como o apoio ao projeto é dentro da Lei Rouanet, qualquer empresa ou pessoa física pode colaborar, repassando o imposto que seria destinado ao governo para a iniciativa.

O patrocínio da CCR realizará ações culturais já planejadas, mas



Oficina de grafite promovida pelo Conexão em 2015 com alunos do EJA

o projeto ainda busca novos patrocinadores para expandir as ações (*leia mais abaixo*).

Para a presidente do SindiVarejista, Sanae Murayama Saito, o apoio a iniciativas com apelo cultural, esportivo ou social é uma forma das empresas do comércio atuarem em seu entorno. "Empresas apoiadoras recebem contrapartidas como visibilidade da marca, estreitamento no relacionamento com a sociedade, com seus colaboradores e clientes, além de agregar valor e responsabilidade social", afirmou.

Quem pode apoiar este projeto?

A Lei Federal 8.313/91 de incentivo à cultura, mais conhecida como Lei Rouanet, permite que as empresas tributadas com base no Lucro Real, por apuração anual ou trimestral, destinem até 4% do Imposto de Renda devido – calculado sobre a alíquota de 15% – a projetos culturais.

- **Gostaria de apoiar ou saber mais sobre o assunto? Entre em contato com o SindiVarejista pelo email: comunicacao@sindivarejistacampinas.org.br**

'Resolução de Conflito': tema preferido de varejistas

Interesse pelo tema sinalizou a necessidade de trabalhar a resolução de conflitos dentro das empresas

Grande parte dos encontros do Gestão de RH no Varejo deste ano, projeto desenvolvido pelo Conexão Empresarial SindiVarejista, teve como foco o tema "Resolução de Conflito". Em muitos encontros o tema foi levantado pelos próprios participantes. Eles revelaram dificuldades em relação à questão e a necessidade de se trabalhar o assunto nas empresas do varejo.

Para Ariana Gilberto, facilitadora do projeto e especialista em Recursos Humanos, há resistência da gestão em separar pessoal x profissional. "Os relacionamentos profissionais estão muito carregados de impessoalidade. Esse fator impede que o responsável por uma equipe venha enfrentar o conflito com receio de se expor e até magoar", disse.

Ariana também alerta para uma dificuldade em comum. "Falta uma comunicação assertiva no momento do conflito. Ou seja, de dizer apenas o necessário para finalização da questão".

Nos encontros realizados, Ariana apresentou um aspecto fundamental para ser possível a solução desse problema, que é o gestor mediar o conflito e resolvê-lo. "A orientação é sempre desmistificar o conflito e trazer à tona o seu ponto positivo". Além disso, o gestor deve sair de sua zona de conforto. "É preciso se colocar no lugar do outro".



Participantes durante encontro de RH

QUAIS SÃO OS BENEFÍCIOS DO CONFLITO?

estimular o debate e avaliar alternativas de forma mais completa

impedir grupos e indivíduos de tomarem decisões inferiores

testar a lógica dos argumentos

aprender um sobre os outros na busca da resolução do problema

No Verão ou não, use filtro solar

O Verão está chegando, e se já era recomendado o uso diário do filtro solar, nessa época do ano ele se torna imprescindível. Porém, um estudo feito nos EUA e publicado em outubro na revista "JAMA Dermatology" aponta que muita gente ainda não faz isso. Para prevenir o câncer de pele e o envelhecimento prematuro, dermatologistas defendem o uso para todas as pessoas.

Na pesquisa, feita com 156 dermatologistas, cada um concordou que o protetor solar reduz o envelhecimento da pele, e 97% concordaram que também reduz o risco de câncer. Mas 99% desses médicos também acham que seus pacientes não aplicam filtro, ou, se aplicam, não fazem de forma suficiente.

A maior parte das pessoas precisa de quase 30 ml de filtro para cobrir todas as partes expostas do corpo, segundo com a Associação Americana de Dermatologia (AAD).

"Essa realidade também é nossa. Porém, aqui o quadro é mais preocupante, porque estamos em um país tropical", afirmou a dermatologista Adriana Veiga. A médica defende que é preciso ter consciência e utilizar o filtro da forma correta diariamente, inclusive em dias nublados. "Deve ter um fator de proteção solar de 30 ou mais. Se estiver na praia ou na piscina, deve ser aplicado 15 minutos antes da exposição ao sol e reaplicado a cada duas horas".



CONTANDO UM CAUSO

Trocou remédio da esposa por uma ferramenta



Quem nunca conheceu um bom vendedor que te convenceu a comprar algo que não precisava? Desta vez, história semelhante aconteceu na loja Comercial Andorinha de Parafusos, em Campinas. A administradora financeira Cristina Herrera (foto) conta que certo dia um senhor muito simples apareceu na loja e ficou tão empolgado com uma ferramenta que decidiu compra-la com o único dinheiro que tinha: cerca de R\$ 300, que usaria para o remédio da sua esposa, que tinha uma doença crônica. A troca do remédio pela ferramenta rendeu altas

discussões entre os funcionários. "Coitada da mulher, se fosse meu marido, não perdoaria", diziam algumas. No entanto, a "culpa" maior recaiu sobre o vendedor, que é considerado daqueles que, podemos dizer, "vende até a mãe". "O vendedor tem uma fama de ser excelente. Realmente ele tem grande capacidade de convencimento e sempre consegue fazer com que aquele cliente indeciso efetue a compra. Com essa história, a fama dele ficou ainda maior: ele conseguiu fazer o homem trocar o remédio da mulher por uma ferramenta", conta Cristina que, relembra que o assunto gerou muitas risadas e discussões entre os colegas. O fato é que, depois que o cliente foi embora com a ferramenta, todos ficaram curiosos para saber a reação da mulher ao ver o marido chegar em casa sem o remédio, e com uma ferramenta.

TIRANDO UMA

