



SINCOVAT
A GENTE FAZ DIFERENTE!



SINCOVAT

Revista trimestral do Sindicato do
Comércio Varejista de Taubaté e Região

outubro / novembro / dezembro - 2025

YouTube Facebook Instagram /sincovat

**Mala Direta Postal
Básica**

9912313066/2012-DR/SPI
Sindicato do Com.
Varej. de Taubaté

///CORREIOS///

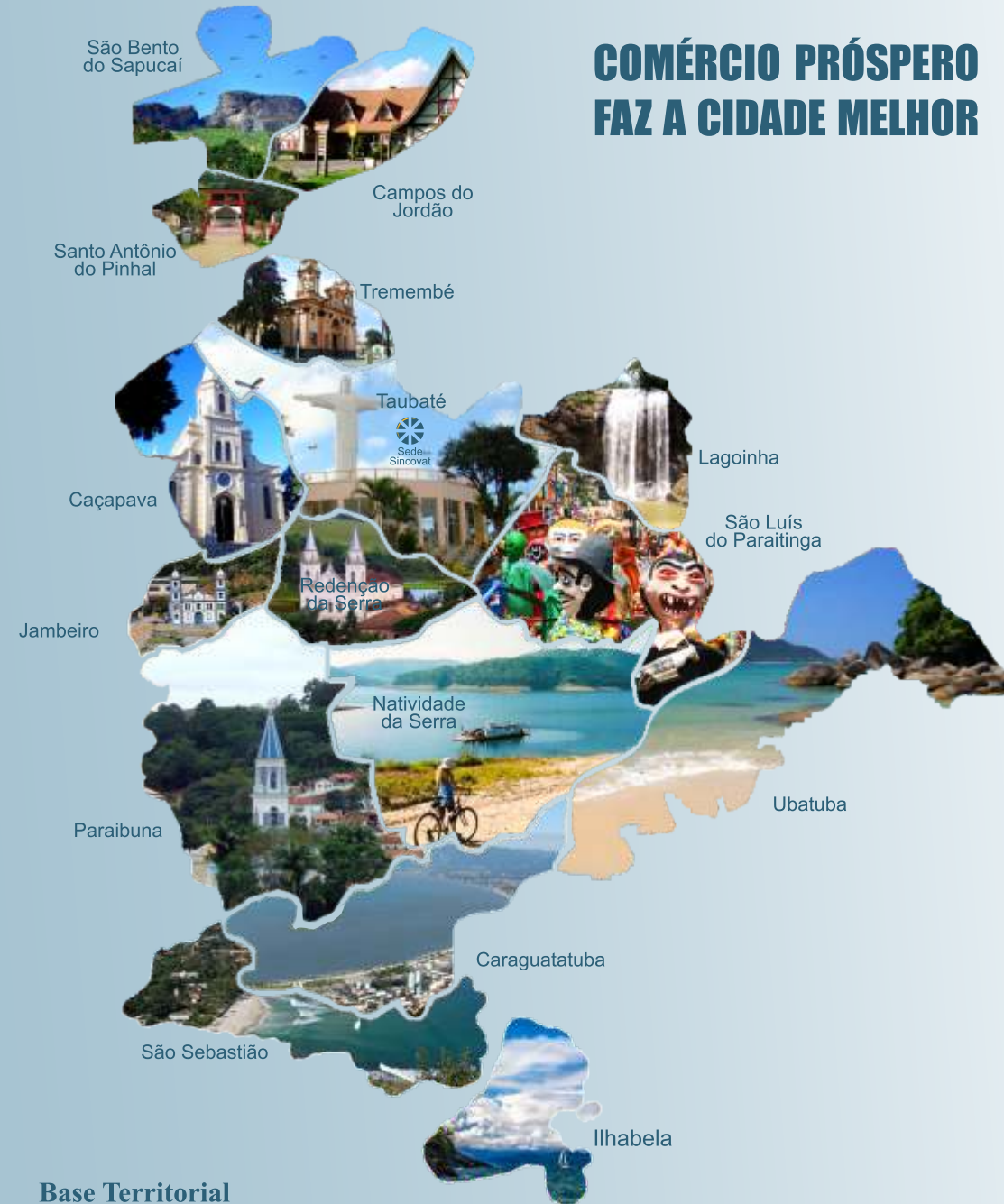
fechamento autorizado
pode ser aberto pelos Correios



**PRÉ-NATAL
DO COMÉRCIO**

As datas importantes
do varejo antes do
bom velhinho chegar

COMÉRCIO PRÓSPERO FAZ A CIDADE MELHOR



Você define, sua equipe aproveita, sua empresa cresce!

São diversas as reivindicações solicitadas pelos sindicatos dos empregados (cesta-básica, vale-refeição, PLR, convênio médico, plano odontológico, seguro de vida, cesta de Natal, auxílio-creche, etc). Mas, durante as negociações, o Sincovat entende que elas não podem ser obrigatórias, deixando livre para você, lojista, decidir os benefícios de seus funcionários, de acordo com a saúde financeira da sua empresa!

 **SINCOVAT**
A GENTE FAZ DIFERENTE!

O último trimestre do ano se apresenta como um período estratégico para o comércio, marcado por expectativas positivas e pelo potencial de expansão das vendas. O chamado “Pré-Natal do varejo” tem início em outubro, com o Dia das Crianças, seguido pelo Halloween e pela Black Friday – três datas que desempenham papel decisivo na geração de fluxo, no fortalecimento da visibilidade das marcas e na preparação para a temporada natalina. Cada uma dessas ocasiões abre frentes específicas de oportunidades para segmentos distintos do mercado, que vão de vestuário e calçados a brinquedos, perfumaria, eletroeletrônicos e artigos de decoração. Os resultados da primeira metade de 2025 reforçam esse cenário promissor. O varejo regional registrou faturamento de R\$ 37,5 bilhões nos seis primeiros meses do ano, representando um crescimento real de 10,5% em comparação ao mesmo período de 2024. Trata-se do maior volume da série histórica iniciada em 2008. Entretanto, é fundamental destacar que a concorrência se intensifica progressivamente, diluindo os resultados entre os canais físicos e digitais. Esse movimento evidencia duas realidades: a economia mantém-se aquecida e o consumidor segue disposto a comprar, mas os hábitos de consumo estão em plena transformação.

Reportagem desta edição da Revista Sincovat aponta que 53% dos moradores da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte já compram ou contratam serviços por aplicativos – índice praticamente equivalente ao da Grande São Paulo, que lidera o ranking com 54%. Desde a pandemia, o consumo digital ganhou velocidade exponencial e consolidou-se como comportamento predominante. Hoje, com poucos cliques, a mercadoria chega à porta do



Dan Guinsburg
Presidente Sincovat
Vice-presidente FecomercioSP

consumidor em questão de horas. Esse cenário não deve ser visto como barreira, mas como oportunidade. A digitalização deixou de ser tendência e se tornou parte estrutural do mercado. Cabe ao empresário regional integrar-se a esse ecossistema, aproveitando as próximas datas comemorativas que antecedem o Natal para consolidar a presença digital de seus negócios.

Desejamos a todos um fim de ano próspero, repleto de bons resultados e um Natal de excelentes vendas.



Presidente: Dan Guinsburg

Secretário: Alfredo Felipe de Souza Dias

Tesoureiro: Maurílio Pereira Puccinelli Zanqueta

Suplentes: Marco Afonso Faria Rezende, Orestes Eslon De Oliveira Campos e Luiz Antônio Alves Matos

Conselho Fiscal: Paulo Ribeiro Perrota Júnior, Cláudio Testa e Daniel Ferreira Da Silveira

Suplentes: Marcos Aurélio Linke e Vitória Aparecida Lima Rocha Cunha da Silva

Delegados: Dan Guinsburg e Alfredo Felipe de Souza Dias

Suplente: Maurílio Pereira Puccinelli Zanqueta e Cláudio Testa

Jornalista Responsável: Alexandre Andrade (MTB: 39866)

Projeto Gráfico e Diagramação: Alexandre Andrade

Capa: 1A

Impressão: Gráfica Resolução
Tiragem: 5 mil

Ano 19, edição 91 -
outubro/novembro/dezembro 2025

Sede Taubaté: Rua Visconde do Rio Branco, 51
– 6º andar, Centro, CEP: 12020-040
Tel.: (12) 3632-6570

www.portalsincovat.com.br
financeiro@sincovat.org.br



• índice •



08 APP DE COMPRAS

53% da população do Vale usam aplicativos

16 CAPA

Pré-Natal do comércio



18 CONTRATO TEMPORÁRIO

Confira as regras para evitar despesas desnecessárias

20 DO ‘HYPE’ AO LUCRO

Como usar as estratégias do morando do amor neste Natal?



24 DOENÇAS PSICOSSOCIAIS

Os desafios da NR-1

NESTE FIM DE ANO, TEMOS O RESPIRO QUE ASUA EMPRESA PRECISA

Veja como economizar na folha de pagamento:

Piso Salarial sem REPIS

R\$2.031,00 x 13 (12 salários + 13°)
= R\$ 26.403,00

Piso Salarial com REPIS:

Piso de ingresso: R\$ 1.658,00 x 6
= R\$ 9.948,00

Piso após 180 dias

RS 1.866,00 x 6 + 13° = R\$ 13.062,00
Total do piso = R\$ 23.010,00

Economia anual

R\$ 3.393,00 por funcionário

REPIS

Regime Especial de Piso Salarial

• VALE A PENA ACESSAR •

Beba sem moderação

Cervejaria em Jambeiro disponibiliza chalés com torneira de chope dentro dos quartos

Imagina só: beber à vontade e não precisar se preocupar com a volta pra casa. Uma cervejaria da cidade de Jambeiro resolveu unir o útil ao agradável. Por lá, os clientes encontram chalés aconchegantes com torneira de chope liberada para os hóspedes.



Ficou curioso (a)? Então acesse com seu celular e confira o vídeo

Microfones e câmeras de lado

Jornalistas trocam as notícias pelo avental para inaugurar a nova cozinha pedagógica do Senac

A inauguração de um espaço moderno e cheio de tecnologia acabou virando também uma experiência gastronômica diferente para os comunicadores da região. O Senac de Taubaté abriu as portas da sua nova cozinha pedagógica de um jeito bem criativo: transformando jornalistas em cozinheiros por um dia.



Acesse o código QR e assista essa reportagem em nosso canal do YouTube

Treino com alma rural

São José dos Campos apresenta a primeira academia country do mundo

Você gosta de fazer musculação? Que tal trocar o treino convencional da academia por atividades que lembram a vida no campo? Pois é exatamente isso que São José dos Campos oferece: a primeira academia country do mundo. Além dos aparelhos tradicionais, o espaço traz um circuito inusitado: exercícios inspirados no trabalho rural.



Veja essa história assistindo a videorreportagem

Ideias de Sucesso



youtube.com/sincovat

6,8 MILHÕES DE VIEWS

Mais da metade da população da RM Vale já compram por aplicativos...

...e o consumo nunca mais será o mesmo



O consumo digital já é realidade: 53% dos moradores da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte compram e contratam serviços por aplicativos – um índice que coloca a RM Vale quase no mesmo patamar da Grande São Paulo, líder com 54%.

A pesquisa realizada pela Fundação Seade, em 2023, 2024 e 2025 revela que o hábito de consumir por aplicativos é maior nas faixas etárias mais jovens, entre consumidores com ensino superior e renda familiar acima de dez salários mínimos. Em contrapartida, declina entre pessoas de 60 anos e mais, entre as que cursaram apenas o ensino fundamental e de famílias mais pobres.

O celular foi o dispositivo usado por oito entre dez residentes do Estado de São Paulo que adquiriram mercadorias ou serviços por aplicativo, comportamento estável no triênio analisado, enquanto a maioria desses consumidores recorreu ao cartão de crédito como forma de pagamento. No entanto, destaca-se a crescente adesão ao Pix, que registrou elevação de oito p.p. entre 2023 e 2025 – crescimento de 19% para 27% dos pagamentos realizados no período. Nesse triênio, o Pix se tornou o meio de pagamento mais usado entre consumidores com ensino fundamental e atinge patamar significativo entre os mais jovens e membros de famílias com renda de até um salário mínimo.

Uso de aplicativo para comprar ou contratar serviços - As compras por aplicativos se tornam uma opção pela conveniência de realizar transações em qualquer horário e lugar, a facilidade de usar smartphones e, eventualmente, tablets,

além de promoções exclusivas, premiação por fidelidade e a variedade de produtos e serviços disponíveis.

O consumo por meio de aplicativos é maior nas faixas etárias mais jovens, de 18 a 29 anos (65%) e 30 a 44 anos (61%), declinando na faixa etária de 60 anos e mais (22%). Acrescente-se que essa modalidade de compras é mais utilizada por consumidores com ensino superior (64%) e renda familiar acima de dez salários mínimos (71%), segmentos estes mais afeitos ao consumo pela internet e de maior poder aquisitivo.

Esse hábito diminui entre pessoas com até o ensino médio (48%), contudo seu maior declínio se dá entre os consumidores com somente ensino fundamental, apenas 14% utilizam aplicativos para consumo. Fenômeno similar pode ser observado entre aqueles cujas famílias auferem até um salário mínimo (22%), bastante inferior à média do Estado. Essas diferenças refletem as desigualdades que se identificam tanto no acesso como na utilização das tecnologias de informação, evidenciando limites para ampliação da inclusão digital e seus benefícios.



Em termos das regiões metropolitanas do Estado de São Paulo, as maiores proporções de adesão às compras por aplicativos foram registradas na Região Metropolitana de São Paulo (54%); RM do Vale do Paraíba e Litoral Norte (53%); RM Baixada Santista (52%). Em sentido oposto, as RMs de Piracicaba (45%); RM de Sorocaba (47%) e RM de Jundiaí (48%) foram menos aderentes a esse tipo de compra. Esse recorte regional apresenta proporções variadas que podem derivar do porte populacional dos municípios que compõem as regiões metropolitanas, uma vez que residentes de municípios maiores tendem a contar com maior oferta de produtos e serviços por aplicativos e a concentração populacional favorece esse modelo de negócios

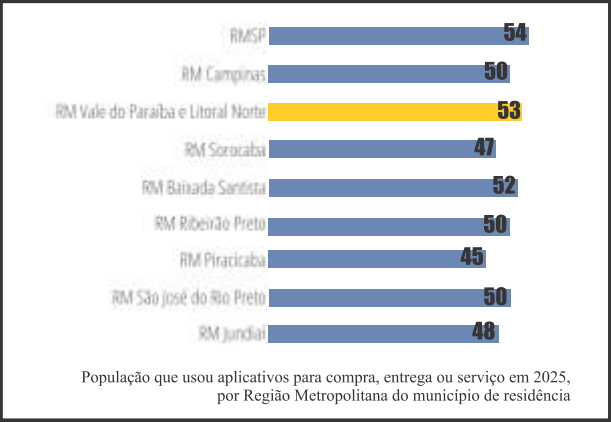
Quanto à habitualidade no uso de aplicativos no e-commerce, 28% dos consumidores afirmam ter realizado aquisições diariamente, em 2025, enquanto 38% o fazem pelo menos uma vez por semana, 21% ao menos uma vez ao mês e apenas 13% declaram realizar esse tipo de compra esporadicamente. Esses dados indicam que os consumidores das compras por aplicativo o fazem com bastante regularidade, situação verificada também em 2023 e 2024, indicando a consolidação

dessa modalidade de transação.

A faixa etária de consumidores que mais frequentemente utiliza aplicativos para aquisições é a referente aos mais jovens, entre 18 a 29 anos: 74% deles informam o uso de aplicativos diariamente/uma vez por semana. A frequência diária/semanal de compras declina conforme aumenta a idade, mas segue relevante: no grupo acima de 60 anos, 51% dos consumidores por aplicativos realizam compras nessa periodicidade. Em situação oposta, consumidores com maior escolaridade e situados em famílias mais ricas apresentam maior adesão a essa periodicidade: 70% daqueles com ensino superior e 81% dos componentes de famílias com rendimento superior a dez salários mínimos compraram diariamente ou semanalmente. Já os indivíduos com até ensino fundamental e cujas famílias auferem apenas um salário mínimo consomem com menor frequência (44% e 51% respectivamente)

Meios de acesso a aplicativos - O celular foi o dispositivo usado por oito entre dez residentes do Estado de São Paulo que adquiriram mercadorias ou serviços por aplicativo, comportamento estável no triênio analisado, sendo menores as proporções dos que utilizaram notebooks, tablets ou computadores de mesa para realizar as transações. A preponderância dos aparelhos celulares decorre desse ser o equipamento mais popular no acesso à internet, fato constatado em levantamento feito em 2024.

Formas de pagamento - A maioria daqueles que utilizaram aplicativo para comprar ou para solicitar serviço recorreu ao cartão de crédito (62%) como



forma de pagamento, modalidade preponderante no triênio. No entanto, destaca-se a crescente adesão ao Pix que registrou elevação de oito p.p. entre 2023 e 2025 – crescimento de 19% para 27% dos pagamentos nesse período. Esse comportamento é corroborado por dados do Banco Central do Brasil, ao apontar, em 2024, que o Pix foi o instrumento de pagamento que mais cresceu em termos de quantidade de transações no país – o aumento foi de 52%. Com isso, essa modalidade respondeu por 47% do total de transações de pagamentos realizados no Brasil (excluídas as em espécie) no último trimestre de 2024.

A parcela daqueles que usam cartão de crédito como forma de pagamento cresce conforme aumenta a renda, chegando a 79% entre os mais ricos, enquanto representa 41% entre aqueles cuja renda familiar é de até um salário mínimo. Uma vez que recorrem menos ao cartão de crédito, os segmentos com menor rendimento utilizam outras formas de pagamento, como o Pix (36%).

Não deixe a casa cair



Está na dúvida???

Consulte nosso departamento jurídico

ACESSE PORTALSINCOVAT.COM.BR
Assuntos trabalhistas - empresa/empregados

SINCOVAT
NEGÓCIOS

#tvbandvale
com Alexandre Andrade

TUDO DOMINGO

8:30

As principais notícias do comércio e do empreendedorismo da RM Vale

oferecimento
Senac

apoio
DIENZO
CAMISARIA

/SINCOVAT SINCOVAT.ORG.BR @SINCOVAT



Valéria Santos
Gerente Sincovat

Saiba mais sobre os benefícios do Sincovat. Nós temos ferramentas que podem ajudar seu negócio a enxugar despesas e lucrar mais. Verifique se sua empresa está regularizada pelo telefone 3632-6370 ramal 2 ou pelo e-mail financeiro@sincovat.org.br

Fé, Persistência e Foco!

A nossa caminhada é sempre cheia de obstáculos e 2025 não está sendo diferente. Muitos tropeçaram, alguns tem seus sonhos interrompidos e muitos outros se superaram.

Segundo a Bíblia, coleção de textos religiosos de valor sagrado para o cristianismo, perseverança significa ter força e paciência para não desistir.

A pessoa que persevera enfrenta dificuldades, desafios e tempos de espera sem desanimar para alcançar seu objetivo. Leonardo da Vinci dizia que "se uma pessoa é perseverante, por mais que seja dura de entendimento, se fará inteligente e por mais que seja fraca se transformará em forte".

Charles Chaplin citava que a "persistência é o caminho do êxito". Mas também é preciso ter foco.

Quando este é claro e conhecido, funciona como uma força motriz para continuar o seu percurso, e também é preciso ter fé.

Pensar em fé, não significa necessariamente em religião, embora essa seja a primeira ideia que vem à mente da maioria das pessoas. Segundo a psicologia, ter fé diz respeito a uma organização do comportamento pessoal e social. A fé é algo que anima afetivamente as pessoas, um comportamento que faz o indivíduo se sentir motivado a atravessar uma situação de grande dificuldade.

Para este final de ano, te desejo fé, persistência e foco para encerrar este ciclo com gratidão e abrir o próximo cheio de novas oportunidades!



O INVESTIMENTO PARA IMPULSIONAR SUA EMPRESA

**A CENTRALESTAGIO.COM tem o
talento que sua empresa procura**



12 3011-0842

centralestagio@centralestagio.com
www.centralestagio.com

Estagiário no comércio: apoio que cabe no bolso e faz diferença na loja

O comércio da nossa região enfrenta um cenário desafiador: margens apertadas, custos elevados e a necessidade de inovar para atrair clientes cada vez mais exigentes. Nesse contexto, os estagiários podem ser uma solução estratégica e acessível. Ao contrário de um funcionário contratado, o estagiário representa um custo bem menor, pois a empresa está contribuindo para a formação de um futuro profissional. Isso permite reforçar a equipe sem comprometer tanto o caixa, ao mesmo tempo em que se investe em jovens talentos. No varejo, os estagiários — inclusive de ensino médio — podem desempenhar diversas funções importantes, como: apoio no atendimento ao cliente, presencial e telefônico; organização de estoque e reposição de produtos; suporte no caixa e emissão de notas; apoio em vitrines e campanhas promocionais; auxílio em tarefas administrativas e controles internos; apoio no marketing digital, ajudando a manter redes sociais ativas e atrativas. Além de ajudar no dia a dia, o estágio abre portas para que esses jovens tragam novas ideias e energia para dentro do negócio. E, quando bem aproveitados, muitos podem ser efetivados futuramente, reduzindo custos de recrutamento e formando profissionais já adaptados à realidade da loja. A CENTRALESTAGIO.COM auxilia os comerciantes do Vale do Paraíba a encontrarem estagiários preparados e dentro da lei, transformando essa oportunidade em ganho real para o negócio.



CONHEÇA O

PROGRAMA SENAC DE APRENDIZAGEM



Procurando **aprendiz?**

Tem **jovem** no Senac!

Senac Taubaté

Rua Nelson Freire Campello, 202

sp.senac.br/jovem-aprendiz



PRÉ-NATAL DO COMÉRCIO

As datas importantes para o varejo
antes do bom velhinho chegar

O Natal é, sem dúvida, a data mais aguardada pelo comércio. Mas antes de dezembro chegar, três momentos têm o poder de impulsionar vendas, aumentar a visibilidade das marcas e preparar o terreno para a grande temporada natalina: o Dia das Crianças, o Halloween e a Black Friday.

Cada um deles oferece oportunidades únicas para os lojistas de diferentes setores - de roupas e calçados a brinquedos, perfumaria, eletroeletrônicos e decoração. Veja como transformar essas datas em verdadeiros trunfos comerciais.

Mais do que movimentar o caixa, essas ocasiões funcionam como ensaios estratégicos para treinar equipes, testar formatos de divulgação e identificar produtos de maior aceitação.



DIA DAS CRIANÇAS

O primeiro grande aquecimento para o fim de ano já é agora, 12 de outubro, onde é comemorado no Brasil o Dia das Crianças.

Dicas:

- **Brinquedos e jogos** ganham destaque, mas há espaço também para **moda infantil, calçados, livros** e até **eletrônicos voltados para crianças e adolescentes**.
- Uma boa estratégia é criar **kits temáticos** ou **promoções “leve 2, pague 1”** que atraem os pais em busca de praticidade e economia.
- Além disso, é o momento ideal para trabalhar campanhas emocionais, reforçando a ideia de **presentear com afeto** e conectar-se com memórias da infância.
- Use as redes sociais para lançar desafios divertidos, como fotos de crianças com presentes, incentivando a marcação da sua loja.



HALLOWEEN

Cada vez mais popular no Brasil, o Halloween, comemorado no dia 31 de outubro, vai muito além de fantasias.

Dicas:

- **Lojas de roupas e acessórios** podem investir em coleções limitadas com estampas criativas, enquanto **docerias e mercados** podem apostar em kits temáticos de doces e chocolates.
- Já os setores de **decoração e utilidades domésticas** podem explorar o clima lúdico para oferecer artigos que transformem a casa em um verdadeiro cenário de festa.
- Aproveite para criar **experiências na loja**, como vitrines decoradas, promoções com “trick or treat” (brindes surpresa) e até eventos de engajamento com os clientes.



BLACK FRIDAY

A data que abre oficialmente o “esquenta” do Natal é a Black Friday, que neste ano cai no dia 28 de novembro.

Dicas:

- Aqui, **todos os setores** ganham espaço: de eletroeletrônicos a moda, de cosméticos a joias.
- Mais do que descontos, os consumidores buscam **transparência e credibilidade**. Portanto, evite falsas promoções e aposte em combos inteligentes, como kits de presentes que já preparam o cliente para dezembro.
- A Black Friday é também uma excelente chance de **fidelizar clientes**. Ofereça benefícios exclusivos para quem já comprou antes e incentive o cadastro em programas de relacionamento que terão continuidade no Natal.



Dr. José Reinaldo Martins
Advogado Sincovat

Para dívidas trabalhistas em relação à Convenção Coletiva de Trabalho, você deverá entrar no site portalsincovat.com.br; acessar a janela Serviços Jurídicos e preencher os dados solicitados. Sua dívida será respondida por e-mail.

Contrato Temporário

Com a proximidade do final do ano, o comércio tem por necessidade aumentar o efetivo de empregados, a fim de fazer frente à demanda natural nas vendas que ocorrem nesse período.

A legislação laboral prevê o chamado contrato por prazo determinado, contudo esse instrumento necessita para sua validade de alguns requisitos que constam da CLT, especificamente as regras do artigo 443 e seus parágrafos, e pode ter prazo de 1 mês até 2 anos, tudo conforme artigos 445 e 451 da CLT.

Outrossim, a modalidade de contrato de trabalho por prazo determinado mais usual é o chamado contrato de experiência. Como esse contrato somente é admitido por um período máximo de 90 dias, acaba ele sendo o instrumento mais usado, já que o seu prazo de duração atende as necessidades do empresário do comércio para as vendas de final de ano.

Imperioso destacar, que o contrato de trabalho por prazo determinado para a sua validade, o empregado deve ser registrado. Outra modalidade de contrato temporário é a prevista na Lei 6.019/74, entretanto, para essa modalidade é necessário contratar uma empresa de serviço temporário, que disponibiliza a mão de obra pelo prazo de até 180 dias. A rescisão do contrato temporário previsto na CLT deve ocorrer na data final estipulada, sob pena do mesmo passar a vigor por prazo indeterminado e, a partir daí em eventual rescisão são devidos aviso prévio e multa de 40% do FGTS.

Frise-se ainda, existem várias questões que envolvem o contrato temporário em cada modalidade, portanto, o empresário deve sempre antes de qualquer contratação consultar seu contador, advogado ou o departamento jurídico do Sincovat, para se certificar e, assim, evitar aborrecimentos e despesas desnecessárias por eventual questionamento na Justiça.

*Neste Natal, desejamos que cada
balanço seja positivo, que suas metas
financeiras sejam superadas e que o
novo ano traga ainda mais
rentabilidade e crescimento.
Agradecemos pela confiança em nossos
serviços e estamos prontos para
continuar auxiliando na organização de
seus resultados e no controle de seu
patrimônio.
Boas festas e um próspero Ano Novo,
cheio de prosperidade e equilíbrio
contábil!*



CONTABILIDADE

CRC 2SP 2.408

TRADIÇÃO E PROFISSIONALISMO

R. Cel. Gomes Nogueira, 402 - Centro, Taubaté - SP

(12) 3632-7373
☎ (12) 99114-7783
@jac_contabilidade
www.jacont.com.br





DO 'HYPE' AO LUCRO:

AS ESTRATÉGIAS DO MORANGO

DO AMOR QUE PODEM TRANSFORMAR

SUAS VENDAS DE NATAL

Em 2025, um doce simples conquistou o Brasil e virou febre nas redes sociais: o morango do amor - fruta coberta por brigadeiro branco e açúcar cristalizado vermelho, inspirado na tradicional maçã do amor.

Com milhões de visualizações no TikTok e no Instagram, filas em barracas e sucesso em docerias, o doce mostrou como um produto pode ganhar força a partir de uma onda digital.

Mais do que uma sobremesa passageira, o “morango do amor” deixou lições valiosas para o mercado empreendedor. Afinal, o fenômeno revelou como estar atento às redes sociais pode transformar qualquer produto em estrela de vendas. Mas como aplicar esse aprendizado ao comércio neste final de ano?

Primeiro temos que entender que essa história tem um aprendizado central: atenção ao comportamento do consumidor. O sucesso repentino do morango do amor reforça uma verdade - as redes sociais são hoje um radar de tendências de consumo.

Produtos virais geram receita rápida, mas o maior valor está em compreender o desejo do consumidor e antecipar movimentos. Para lojistas, isso significa usar o digital não apenas como vitrine, mas como termômetro de comportamento.



Dicas práticas para diferentes setores do comércio

Lojas de roupas e calçados

- Aposte em peças que tenham potencial de viralizar - cores da moda, combinações temáticas ou looks para festas de fim de ano.
- Crie desafios ou trends com clientes usando suas peças e incentive o compartilhamento com hashtags próprias.

Brinquedos

- Observe quais personagens, séries ou jogos estão em alta nas redes. Muitas vezes, um desenho ou meme pode impulsionar a procura por brinquedos específicos.
- Produza vídeos curtos mostrando novidades em funcionamento, explorando o fator “encantamento” que viraliza com facilidade.

Utensílios domésticos e decoração

- Mostre formas criativas de usar seus produtos em vídeos curtos, principalmente para compor mesas natalinas ou organizar a casa para receber convidados.
- Aposte em kits temáticos - embalagens

bonitas também podem ser o diferencial que chama atenção online.

Eleto e eletrônicos

- Invista em demonstrações rápidas: “3 funções escondidas deste produto” ou “como este aparelho facilita seu Natal”.
- Aproveite a febre das listas de presentes no TikTok para destacar itens de alto desejo.

Perfumarias e cosméticos

- Aposte em conteúdos sensoriais: vídeos mostrando embalagens sofisticadas, texturas de produtos ou tutoriais rápidos de maquiagem para festas.
- Kits personalizados têm alto potencial de engajamento — mostre opções criativas para presentear.

Joalherias e acessórios

- Conte histórias: vídeos curtos relacionando a joia ao momento especial de presentear no Natal.
- Explore tendências como o unboxing elegante ou a gravação de mensagens personalizadas junto com a peça.

Estratégias que funcionam para todos os segmentos

- Monitore hashtags e desafios virais: muitas ideias para adaptar ao seu nicho nascem dessas tendências.
- Analise os conteúdos mais compartilhados no seu setor e inspire-se.
- Teste variações criativas de produtos: assim como o morango ganhou nova versão, pense em releituras do que já vende bem.
- Produza conteúdo nativo para redes sociais: vídeos curtos, imagens criativas e chamadas diretas prendem a atenção do consumidor.

Natal - a hora de aplicar

Enquanto alguns comerciantes surfaram na onda do morango do amor e colheram bons resultados, outros ficaram para trás por não enxergar a tendência a tempo. No Natal, a principal data para o varejo, quem aplicar essas lições terá mais chances de conquistar clientes e aumentar as vendas.

Mais do que vender produtos, trata-se de oferecer experiências que conectem desejo, emoção e tendência - exatamente como o doce viral fez.



Thiago Carvalho
Economista Sincovat

Quer saber como está o mercado econômico regional e quais influências na sua empresa? Fique sempre bem informado acessando as nossas redes sociais e nosso site portalsincovat.com.br. Você sempre encontrará informações atualizadas que poderão te ajudar na tomada de decisões.

Nova ferramenta para impulsionar a geração de empregos na RM Vale

De acordo com os dados divulgados recentemente pelo IBGE, a taxa de desocupação no Brasil atingiu 5,8% no 2º trimestre de 2025, o menor nível da série histórica iniciada em 2012. No varejo da RM Vale, a pesquisa de emprego no comércio varejista também tem mostrado um mercado de trabalho aquecido com várias atividades registrando recordes de estoque de empregos celetistas. Trata-se de uma excelente notícia, mas que também evidencia um outro problema: as dificuldades de contratação de mão-de-obra. Processos seletivos longos, altos custos de recrutamento e a dificuldade em encontrar profissionais com as competências certas acabam comprometendo a eficiência das empresas. Para completar, o setor ainda convive com uma elevada rotatividade, que aumenta gastos e reduz a produtividade. Assim, iniciativas que facilitem o acesso a trabalhadores mais preparados e conectem de forma prática empresas e candidatos se tornam essenciais. É nesse contexto que surge o Programa Trampolim, lançado pelo Governo do Estado de São Paulo. O Trampolim é uma plataforma digital gratuita e mais do que um simples banco de vagas, o programa oferece um ecossistema completo de apoio à empregabilidade, combinando oferta de cursos de qualificação, intermediação de mão de obra e orientação de carreira. As empresas cadastradas podem divulgar vagas sem custo, filtrar candidatos de acordo com o perfil desejado e até solicitar cursos específicos, alinhados às necessidades de seu setor ou região. Já os trabalhadores encontram capacitações presenciais e online, além de ferramentas que os ajudam a se preparar para processos seletivos e para o dia a dia no mercado. Tanto empresas quanto candidatos podem se cadastrar através do site <https://www.trampolim.sp.gov.br/pt/> utilizando a conta gov.br. Para os empresários do varejo, o Trampolim representa uma oportunidade concreta de superar dificuldades históricas no recrutamento. Entre os principais benefícios, destacam-se: a redução de custos e tempo nos processos de contratação; acesso a profissionais mais preparados, formados em cursos voltados às demandas reais do mercado; fortalecimento da imagem institucional, ao participar de uma política pública de inclusão produtiva; entre outros.

CONHEÇA AS RÁDIOS DO GRUPO BAND VALE DE COMUNICAÇÃO

Saiba mais: (12) 99782-0222



comercialbandvale@band.com.br

PREVENÇÃO DE DOENÇAS PSICOSSOCIAIS



Os desafios da NR-1

Estresse, pressão emocional e outros fatores que afetam a saúde mental dos trabalhadores agora fazem parte das responsabilidades legais das empresas. E para esclarecer como lidar com esse novo cenário, o Sincovat, em parceria com a FecomercioSP, Sesc e Senac, realizou uma palestra gratuita para orientar os empresários. O evento aconteceu no auditório do Senac, em Taubaté, e reuniu quase 100 pessoas. Também foi transmitido ao vivo pelo canal do Youtube do Sincovat. Durante o treinamento, o assessor jurídico da FecomercioSP, Eduardo Pastore, orientou os participantes sobre as recentes mudanças da Norma Regulamentadora 1 (NR-1). Desde maio, a norma passou a incluir os riscos psicossociais, como: ansiedade, conflitos interpessoais e sobrecarga; entre outros aspectos que devem ser considerados na saúde e segurança do trabalho. Acesse o QR Code abaixo e assista a palestra na íntegra.



Mais de 90 pessoas participaram da palestra, realizada no auditório do Senac de Taubaté



Dr. Eduardo Pastore, durante palestra sobre a NR1, em Taubaté-SP



Evento foi transmitido ao vivo pelo YouTube



Equipe Sincovat



Advogado do Sincovat - José Reinaldo Martins; Presidente do Sincovat - Dan Guinsburg e o palestrante Eduardo Pastore - Assessor Jurídico da FecomercioSP

COM O **CARTÃO SINCOVAT**
EMPRESÁRIOS E FUNCIONÁRIOS
DO COMÉRCIO TÊM DESCONTOS
EM DIVERSAS **EMPRESAS**
CONVENIADAS.

P A R C E R I A S

Educação



Academia



Lazer



Odontologia



Variedades



Médicos/ psicólogos



Saúde

