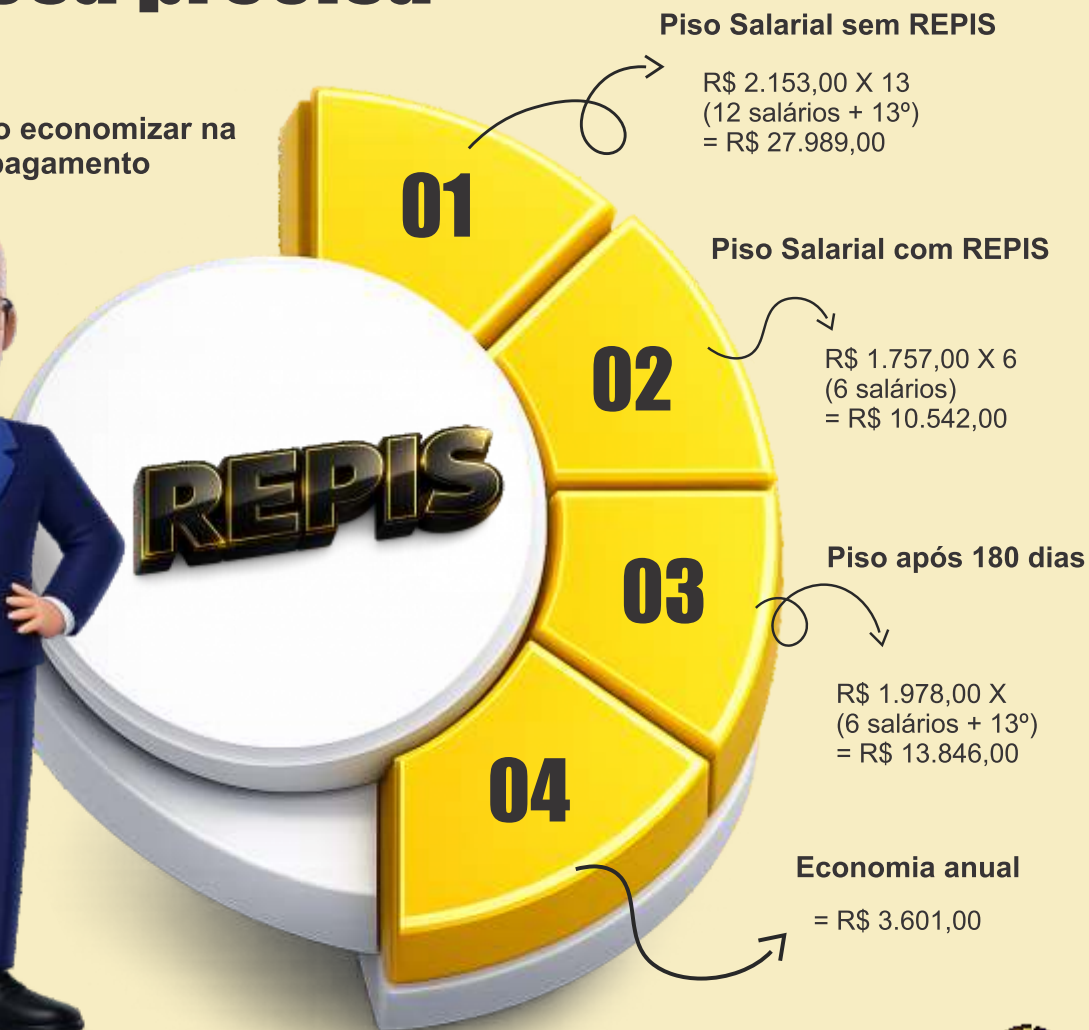


0 respiro que a sua empresa precisa

Veja como economizar na folha de pagamento



REPIS
Regime Especial de Piso Salarial



SINCOVAT

Revista trimestral do Sindicato do
Comércio Varejista de Taubaté e Região
94 julho / agosto / setembro 2026

Mala Direta Postal
Básica

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

...CORREIOS...

fechamento autorizado -
pode ser aberto pelos Correios

A REINVENÇÃO DO VAREJO





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 segundo semestre chega trazendo muito mais do que datas importantes para o comércio. Ele impõe uma reflexão: quem pretende crescer até o fim do ano precisa entender que o ambiente de negócios mudou - e continua mudando rapidamente.

Nesta edição, reunimos temas que mostram esse cenário de transformação. A eleição de Ivo Dall'Acqua para a presidência da FecomercioSP marca uma nova etapa de fortalecimento da representação empresarial, baseada no diálogo, na integração dos sindicatos e em uma atuação mais próxima de Brasília.

E é justamente na capital federal que estão algumas das pautas mais decisivas para o futuro das empresas. O debate sobre a redução da jornada de trabalho e a atualização dos limites do Simples Nacional mostram que competitividade e desenvolvimento precisam caminhar ao lado do planejamento e da segurança jurídica. Enquanto isso, o mercado segue em movimento.

O calendário comercial do segundo semestre abre novas oportunidades para o varejo, e o turismo continua impulsionando economias como a do Vale do Paraíba e Litoral Norte, beneficiando hotéis, restaurantes, lojas e prestadores de serviços. Mas a maior mudança acontece dentro das empresas. O consumidor pesquisa, compara, avalia e decide em poucos cliques. Isso significa que preço e localização continuam importantes, mas já não são suficientes. Experiência, presença digital e inovação passaram a ser diferenciais competitivos.



O futuro do varejo não será definido apenas pelas decisões tomadas em Brasília ou pelos indicadores econômicos. Ele será construído por empresários preparados para se adaptar, inovar e transformar desafios em oportunidades. Afinal, evoluir deixou de ser uma opção. É o caminho para continuar relevante.

Dan Guinsburg
Presidente Sincovat
Vice-presidente FecomercioSP



Presidente: Dan Guinsburg

Secretário: Arion Rezende Guinsburg

Tesoureiro: Maurílio Pereira Puccinelli Zanqueta

Suplentes: Eity Machado Iwamura, Orestes Esilon de Oliveira Campos e Vitória Aparecida Lima Rocha Cunha da Silva

Conselho Fiscal: Alfredo Felipe de Souza Dias, Paulo Ribeiro Perrota Júnior e Daniel Ferreira Da Silveira

Suplentes: Marco Afonso Faria Rezende, Marcos Aurélio Linke e Cláudio Testa

Delegados: Dan Guinsburg e Arion Rezende Guinsburg

Suplente: Maurílio Pereira Puccinelli Zanqueta e Alfredo Felipe de Souza Dias

Jornalista Responsável:
Alexandre Andrade (MTB: 39866)

Projeto Gráfico e Diagramação:
Alexandre Andrade

Capa: IA

Impressão: Gráfica Resolução
Tiragem: 5 mil

Ano 20, edição 94 - julho/agosto/setembro 2026

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 SEGUNDO SEMESTRE

Prepare-se para as vendas com planejamento e criatividade

13 TURISMO

Setor aquecido beneficia a RM Vale e Litoral



16 CAPA

A reinvenção do varejo

19 SIMPLES NACIONAL

Atualizar só limites do MEI não é suficiente



22 SINCOVAT EM BRASÍLIA

Entidades alertam sobre a PEC 6x1 no Senado



Ivo Dall'Acqua - novo presidente da FecomercioSP

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) e o Centro do Comércio do Estado de São Paulo (Cecomercio) elegeram, em junho, as diretorias para o mandato 2026–2030. A votação reuniu empresários e presidentes de mais de 120 sindicatos patronais na sede da Federação, na capital paulista. O empresário e advogado Ivo Dall'Acqua Júnior foi eleito presidente da FecomercioSP, sucedendo Abram Szajman. Ex-primeiro vice-presidente da entidade, Ivo também integra a diretoria da Confederação Nacional do Comércio (CNC), onde preside a Comissão de Negociação Coletiva do Comércio.

Natural de Araraquara, Ivo já presidiu o Sincomercio local, atuou no setor varejista e na Justiça do Trabalho. Na FecomercioSP, destacou-se pela condução das negociações das Convenções Coletivas de Trabalho e pela participação na Conferência Internacional do Trabalho da Organização Internacional do Trabalho (OIT), em Genebra.

Trabalho em rede

A nova gestão tem como premissa o fortalecimento da representação empresarial. Um dos eixos dessa agenda é o Programa (I)Nova, iniciativa dedicada à integração e ao fortalecimento dos sindicatos filiados.

“O Programa (I)Nova foi concebido para garantir que os Sindicatos possam ampliar a capacidade de articulação das bases empresariais. Sou gregário por natureza e acredito na construção coletiva. Os melhores resultados surgem quando há diálogo e atuação estruturada”, destaca Ivo.

A FecomercioSP representa mais de 1,8 milhão de empresas de todos os portes dos setores de Comércio, Serviços e Turismo. Juntos, esses segmentos respondem por 30% do Produto Interno Bruto (PIB) paulista - cerca de 10% do PIB brasileiro - e responsáveis por aproximadamente 10 milhões de ocupações.

Presença em Brasília

Considerando a importância de um ambiente econômico mais favorável ao empreendedorismo, a Entidade vem ampliando sua participação nos debates sobre política econômica no Congresso e junto aos demais Poderes. Nesse contexto, uma das iniciativas previstas é a inauguração de uma sede em Brasília, com o objetivo de fortalecer a interlocução com o Poder Público e ampliar a representação institucional do setor produtivo.

• VALE A PENA ACESSAR •



15 ANOS

Inscrito em 21 de março de 2011, o canal do YouTube do Sincovat completou 15 anos como referência em conteúdo sobre empreendedorismo na Região Metropolitana do Vale do Paraíba. Nesse período, publicou quase 1.800 vídeos com histórias inspiradoras, entrevistas e reportagens que retratam a força do comércio e dos empresários da região. Mais do que informar, o canal se consolidou como um espaço de conhecimento sobre economia, mercado e tendências que impactam diretamente o dia a dia das empresas. Ao celebrar essa trajetória, o Sincovat reafirma seu compromisso com a informação de qualidade e o desenvolvimento do empreendedorismo local.



7 milhões
visualizações

Acesse, se inscreva e confira histórias inspiradoras

O peso de uma decisão pode derrubar sua empresa

Está na dúvida:



Conte com o nosso

Departamento Jurídico

**Acesse: sincovat.org.br
assuntos trabalhistas - empresas/empregados**



Prepare-se para as vendas do 2º semestre com planejamento e criatividade

O segundo semestre concentra uma série de datas comerciais importantes para o varejo, que podem ajudar as empresas a fecharem o ano com saldo positivo. Mas, para isso, é preciso iniciar o planejamento com antecedência para identificar o potencial de cada data para o seu negócio.



9 de agosto | Dia dos Pais

Primeira data importante do segundo semestre para o varejo. Os presentes mais procurados são roupas, calçados e acessórios, mas também há oportunidades para eletrônicos, ferramentas, perfumaria e artigos esportivos. É uma boa ocasião para aumentar o tíquete médio e investir em vendas agregadas.



15 de setembro | Dia do Cliente

Data estratégica para fortalecer o relacionamento com os consumidores por meio de descontos, brindes e ações de fidelização. Também é uma oportunidade para ampliar cadastros e incentivar a recompra.



12 de outubro | Dia das Crianças

Uma das principais datas para os segmentos de brinquedos, lojas de departamentos e roupas infantis.

Eletrônicos, games e produtos tecnológicos também ganham destaque. Planejamento de estoque e logística são fundamentais para atender à demanda.



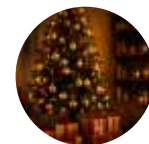
27 de novembro | Black Friday

Uma das maiores datas promocionais do ano. A recomendação é trabalhar campanhas durante todo o mês, com ações como Black November e ofertas antecipadas. Atenção especial aos estoques, atendimento, canais digitais, prazos de entrega e transparência nas promoções.



30 de novembro | Cyber Monday

Extensão da Black Friday voltada principalmente para eletrônicos, games, tecnologia e serviços digitais. Além de liquidar estoques, a data é uma oportunidade para fortalecer as vendas online e atrair novos consumidores.



25 de dezembro | Natal

Principal período de vendas do comércio. O grande movimento exige atenção ao atendimento presencial e digital, alinhamento das equipes, planejamento de estoques, embalagens, logística e política de trocas. A experiência do consumidor pode ser decisiva para os resultados da operação.





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

O futuro começa na revisão do caminho

O calendário não cria recomeços. Ele apenas nos dá a oportunidade de avaliar o caminho percorrido antes de seguir em frente. O primeiro semestre terminou e deixou resultados, aprendizados e desafios. O diferencial das empresas de sucesso não está em evitar erros, mas em aprender com eles e agir de forma mais estratégica. O filósofo George Santayana escreveu: "Aqueles que não conseguem lembrar do passado estão condenados a repeti-lo." No ambiente empresarial, essa frase é um convite à reflexão. Avaliar indicadores, entender o comportamento do consumidor, medir campanhas e ouvir clientes não é apenas uma tarefa de gestão - é uma vantagem competitiva. Como ensinava Peter Drucker, "o que pode ser medido pode ser melhorado." Nenhum planejamento para o segundo semestre será eficiente sem uma análise sincera do que funcionou - e do que precisa mudar. Crescer exige decisões baseadas em dados, não apenas em expectativas. O varejo entra agora em sua fase mais estratégica. Datas como Dia dos Pais, Dia do Cliente, Dia das Crianças, Black Friday, Cyber Monday e Natal oferecem grandes oportunidades para vender mais, fortalecer a marca e conquistar novos consumidores. Mas elas favorecem quem se prepara. A frase atribuída a Albert Einstein permanece atual: "Insanidade é fazer sempre a mesma coisa e esperar resultados diferentes." Se os resultados não vieram como esperado, talvez seja hora de rever processos, estratégias e a forma de se relacionar com o cliente. O segundo semestre não será definido apenas pelo cenário econômico/político, pela concorrência ou pelas datas do calendário. Será definido, sobretudo, pela capacidade de cada empresário de aprender, adaptar-se e agir com planejamento. Afinal, o sucesso raramente pertence a quem começa primeiro. Ele costuma ser conquistado por quem observa melhor, corrige mais rápido e transforma experiência em vantagem competitiva. Ainda há muito ano pela frente. E, para muitos negócios, os melhores resultados começam exatamente quando se decide fazer diferente.



0% DE INSS
0% DE FGTS
100% DE
PRODUTIVIDADE
PARA A SUA
EMPRESA

Manter a operação eficiente sem inflar a folha de pagamento é o maior desafio do empresário moderno. O estágio legalizado é a resposta exata para quem precisa de braço operacional qualificado com inteligência financeira.

NÃO GASTE ENERGIA
COM BUROCRACIA.
FOQUE NO SEU
CRESCIMENTO.



A CENTRALESTAGIO.COM FAZ TUDO POR VOCÊ!



(12) 9 8892-0691

ESCANEIE O QR CODE
OU ACESSE:

centralestagio.com



Peça já o seu Cartão Sincovat e tenha descontos em todas essas empresas

Educação

Academia

Lazer

Odontologia

Variedades

Médicos/psicólogos

Saúde



Mala pronta, pé na estrada e boas perspectivas para quem vive do turismo. O segundo semestre começa com um cenário animador para o setor em todo o país. A combinação entre mais emprego, renda, crédito, feriados prolongados e uma agenda cheia de eventos deve manter a procura por viagens de lazer e de negócios.

Os números já mostram essa tendência. O turismo vem acumulando recordes de faturamento, a aviação civil transporta cada vez mais passageiros e a hotelaria segue com bons índices de ocupação. O brasileiro continua viajando e, quando o orçamento aperta, a estratégia é trocar destinos mais distantes por lugares mais próximos.

É aí que localizações como o Vale do Paraíba e o Litoral Norte ganham destaque. Com opções que vão das montanhas às praias, a região reúne destinos para todos os gostos e bolsos, o que deve atrair ainda mais visitantes nos próximos meses.

E quem ganha com esse movimento não é só o turismo. Hotéis, pousadas, bares, restaurantes, lojas e diversos prestadores de serviços também sentem os reflexos do aumento no fluxo de visitantes.

Para os empresários, o momento é de aproveitar a oportunidade, investir em experiências diferenciadas e se preparar para um consumidor cada vez mais exigente.

A expectativa é que o turismo continue impulsionando a economia e gerando novas oportunidades para o comércio e o setor de serviços em toda a região.

TREINAMENTOS CUSTOMIZADOS
PARA EMPRESAS

**Saber mais.
Fazer melhor.
Competir
com vantagem.**

Desenvolva sua equipe
e impulse os resultados
de forma estratégica.

Docentes

Aprenda com quem
é especialista.

Gestão

Pilote seu projeto
com a gente.

Infraestrutura

Acesse recursos
de ponta.

+ de 1.500 cursos

Explore o melhor
para sua necessidade.

Cursos presenciais
e a distância.

**QUER
FAZER?
SENAC!**



[sp.senac.br/
corporativo](https://sp.senac.br/corporativo)

Atendimento
Corporativo



A REINVENÇÃO DO VAREJO

Como a transformação digital está mudando o comércio e o que os empresários precisam fazer para continuar competitivos

PROMOCÃO
LIQUIDAÇÃO
TUDO COM
ATE 50%
DE DESCONTO

OFERTAS
IMPERDÍVEIS

Durante décadas, o sucesso de uma loja dependia de três pilares: boa localização, variedade de produtos e preços competitivos.

Hoje, essa lógica já não explica o comportamento do consumidor. Mais conectado, informado e exigente, o cliente pesquisa preços pelo celular, compara ofertas em marketplaces, consulta avaliações nas redes sociais e decide onde comprar em poucos minutos.

Diante desse cenário, muitos empresários se perguntam: o varejo físico está com os dias contados? A resposta é simples: não. O que está acontecendo no Brasil e no mundo não é o desaparecimento das lojas físicas, mas uma profunda transformação do setor.

O comércio continua relevante, porém sob novas regras. Quem compreender essa mudança continuará crescendo. Quem insistir em modelos ultrapassados encontrará um mercado cada vez mais competitivo.



O novo consumidor mudou as regras do jogo

O consumidor já não compra apenas produtos. Ele procura conveniência, rapidez, confiança e experiências que façam sentido para sua rotina. A jornada de compra deixou de ser linear. Ela pode começar em um anúncio nas redes sociais, seguir para um marketplace, passar pelo site da empresa e terminar na loja física. Em muitos casos, acontece exatamente o contrário. Para o cliente, já não existe separação entre o mundo físico e o digital. Tudo faz parte da mesma experiência. O consumidor espera encontrar a mesma qualidade de atendimento, as mesmas informações e a mesma facilidade de compra, independentemente do canal escolhido.



O que está acontecendo no mundo?

Os Estados Unidos, tradicionalmente um dos maiores laboratórios do varejo mundial, mostram uma tendência que também começa a ganhar força no Brasil. Nos últimos anos, milhares de lojas tradicionais encerraram suas atividades.

Ao mesmo tempo, empresas que investiram em tecnologia, integração de canais e experiência do cliente expandiram seus negócios. O fenômeno não representa o fim do varejo físico. Representa a evolução do setor. As operações genéricas perderam espaço. As empresas que entregam valor, eficiência e relacionamento continuam crescendo. Hoje, a grande provação deixou de ser apenas vender. O desafio é permanecer relevante.



A loja física continua sendo um diferencial

Mesmo com o avanço do comércio eletrônico, existem vantagens que continuam exclusivas do ambiente físico. O consumidor ainda valoriza a possibilidade de: • experimentar produtos; • receber atendimento especializado; • resolver dúvidas imediatamente; • levar a compra para casa na hora; • criar uma conexão mais próxima com a marca. Por isso, todo empresário deveria responder a uma pergunta simples: Por que o cliente sairia de casa para visitar minha loja? Se essa resposta não estiver clara, dificilmente o consumidor encontrará um motivo para escolhê-la.



5 movimentos que definem o varejo vencedor

1. Transforme a loja em um destino - A loja deixou de ser apenas um ponto de venda. Ela passou a ser um espaço de relacionamento, demonstração de produtos, retirada de pedidos, produção de conteúdo e fortalecimento da marca.

Hoje, vender é apenas uma das funções da loja.

2. Integre o físico ao digital - O consumidor quer liberdade. Ele deseja pesquisar online, comprar pelo aplicativo, retirar na loja, trocar produtos com facilidade e ser reconhecido em qualquer canal. Quanto mais integrada for a operação, melhor será a experiência do cliente.

3. Faça do atendimento o seu maior diferencial No novo varejo, o vendedor deixou de ser apenas um tirador de pedidos. Ele precisa atuar como consultor, compreender as necessidades do consumidor e oferecer soluções. Produtos podem ser copiados. Experiência de atendimento, não.

4. Tome decisões com base em dados - Fluxo de clientes, ticket médio, conversão de vendas, produtos mais procurados e comportamento de compra passaram a ser indicadores estratégicos.

5. Tenha uma proposta de valor clara - O mercado não recompensa empresas sem identidade. O consumidor precisa entender rapidamente o que torna sua marca diferente. É Preço? Especialização? Atendimento? Conveniência? Experiência? Quem tenta competir em tudo acaba não sendo lembrado por nada.



O desafio do pequeno varejo

Muitos pequenos empresários ainda enxergam os marketplaces como adversários. Os negócios mais competitivos, porém, passaram a utilizá-los como uma poderosa vitrine para conquistar

novos clientes. A venda online pode ser o primeiro contato. O relacionamento acontece quando esse cliente volta à loja, conhece a marca e passa a comprar novamente. A tecnologia aproxima. O atendimento fideliza.



Simples Nacional

Atualizar limites do MEI não é suficiente, proposta deve incluir também micro e pequenas empresas

Às vésperas da apresentação do texto do PLP 108/2021 pelo relator da proposta, deputado federal Jorge Goetten (Republicanos/SC), a FecomercioSP, juntamente com o Sincovat, defendeu, em Brasília, a atualização integral dos limites do Simples Nacional e alertou, mais uma vez, para os riscos de uma eventual correção fracionada, como vêm sinalizando representantes do governo e da Receita Federal.

Durante solenidade em homenagem ao Dia Internacional das Micro, Pequenas e Médias Empresas, realizada na Câmara dos Deputados e convocada pelo presidente da Casa, deputado Hugo Motta, o presidente da Federação, Ivo Dall'Acqua, destacou a relevância dos pequenos negócios para a



“ Não basta aumentar o limite dos MEIs. Precisamos que aumentem também os limites das MEs e EPPs. Está muito defasado. As empresas pararam de crescer, foram ‘engolidas’ pela inflação.”

DAN GUINSBURG,
Presidente do Sincovat, vice-presidente da FecomercioSP e vice-presidente do Conselho do Comércio Varejista

economia brasileira e a necessidade de adaptar os limites de faturamento do regime à realidade econômica do País.

O tema também esteve no centro das discussões da Frente Parlamentar de Comércio e Serviços (FCS), coordenada pelo deputado Luiz Gastão (PSD/CE), que reuniu parlamentares e representantes do setor produtivo em torno do projeto.

Na ocasião, as entidades reforçaram mais uma vez, a necessidade de atualização de todas as faixas de faturamento do regime.

O Simples Nacional abrange cerca de 24 milhões de pequenos negócios, responsáveis por 80% dos empregos formais gerados em 2025. Contudo, desde 2018, o teto permanece inalterado, sem considerar a defasagem inflacionária



Dr. José Reinaldo Martins
Advogado Sincovat

Para dúvidas 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 dúvida será respondida por e-mail.

Multa por dispensa no período de 30 dias da data-base

Conforme previsto nas leis 6.078/79 e 7.238/84, o empregado dispensado, sem justa causa, no período de 30 dias antecedentes à data-base da sua categoria tem direito à indenização do valor equivalente a um salário mensal. A regra não vale para outras situações de demissões, como pedido de dispensa, demissão por justa causa ou rescisão por mútuo acordo. Vale destacar que a indenização também se aplica à rescisão sem justa causa do contrato de experiência interrompido antes do seu prazo final.

Contagem do período - O período de 30 dias, previsto pela lei, é contado a partir da data do término do contrato de trabalho, e não da comunicação da dispensa. Portanto, deve-se considerar que o aviso-prévio, mesmo indenizado, será levado em conta como tempo de trabalho. Caso o término do contrato ocorra dentro do período de 30 dias que antecede a data-base da categoria, a indenização será devida. Outro detalhe importante é sobre o período de projeção do aviso-prévio indenizado, que também será computado para efeito de ressarcimento, incluindo, na contagem, os três dias adicionais por ano completo de trabalho, conforme estabelece a Lei 12.506/11. Na hipótese de o término do aviso-prévio trabalhado (ou indenizado) recair no mesmo mês ou no mês posterior à data-base, no nosso caso setembro, o trabalhador não fará jus à indenização adicional, mas apenas às verbas de natureza rescisórias, que devem ser calculadas com o reajuste vigente a partir da data-base, ou, quando necessário, uma rescisão complementar referente as diferenças com base no reajuste salarial. É importante lembrar, ainda, que a indenização não integra o salário de contribuição do empregado para efeitos previdenciários, tampouco implica depósito do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS).



com Alexandre Andrade

15 ANOS



#tvbandvale

As principais notícias do comércio e do empreendedorismo da RM Vale



agora em novo horário

TODO DOMINGO

10:15

com reprise após o Canal Livre

oferecimento



apoio



/SINCOVAT



SINCOVAT.ORG.BR



@SINCOVAT

Sincovat em Brasília - entidades alertam sobre os reflexos da PEC 6×1 no Senado



“a entidade defende uma transição responsável, que preserve a competitividade das empresas

Ivo Dall'Acqua
Presidente FecomercioSP

O Sincovat, juntamente com FecomercioSP, participou, no início de julho, de uma série de compromissos em Brasília para debater os desdobramentos da PEC 221/2019 para o setor produtivo. A proposta trata da redução da jornada de trabalho e do fim da escala 6×1.

A discussão ocorreu durante sessão temática convocada pelo presidente do Senado, Davi Alcolumbre, e coordenada pelo senador Laercio Oliveira (PP/SE), a fim de analisar os impactos sociais, econômicos e produtivos da medida.

O presidente da Federação, Ivo Dall'Acqua, representando toda a cadeia produtiva e sindicatos

filiaados, ressaltou que a entidade não é contrária ao debate sobre novos modelos de jornada de trabalho, mas defende uma transição responsável, que preserve a competitividade das empresas e evite efeitos negativos sobre a atividade econômica.

O grupo de diretores filiaados à Federação também contou com Marcelo Braga, presidente do Conselho de Serviços da FecomercioSP; Dan Guinsburg, presidente do Sincovat e vice-presidente do Conselho do Comércio Varejista da FecomercioSP; e Ronaldo Jamar Taboada, presidente do Conselho do Comércio Atacadista da FecomercioSP.

ATENÇÃO, EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO!

Abre sua loja nos
FERIADOS?

A Portaria nº 3.665/2023 do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) **JÁ ESTÁ EM VIGOR** e mudou as regras para a abertura do seu negócio nos **FERIADOS**.

Agora, para abrir **LEGALMENTE**, sua empresa precisa da **CRS** (Certidão de Regularidade Sindical) e da previsão na Convenção Coletiva de Trabalho (CCT).

ABERTO
COM SEGURANÇA



**O RISCO É
REAL!**

Abrir sem a CRS pode resultar em
FISCALIZAÇÕES, MULTAS PESADAS
e **SÉRIOS PASSIVOS TRABALHISTAS**.

GARANTA A SEGURANÇA JURÍDICA DA SUA EMPRESA!



Evite multas
e penalidades



Proteja seu negócio
e seus colaboradores



Trabalhe de portas
abertas com total
tranquilidade e legalidade

**QUER REGULARIZAR
SUA EMPRESA
HOJE MESMO?**

Fale com a nossa equipe
especializada e emita a
sua **CRS** sem complicações.

**ENTRE EM CONTATO AGORA MESMO
PELO WHATSAPP:**

 **(12) 3632-6570**



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.

Juros, inflação e eleições: o que esperar do varejo da RM Vale no 2º semestre diante de um cenário turbulento?

O segundo semestre se anuncia desafiador. O cenário macroeconômico segue marcado por juros elevados, inflação acima do teto da meta, aumento do endividamento e da inadimplência das famílias, além da incerteza sobre os rumos da política econômica. Esse conjunto de fatores tende a manter o consumo sob pressão e já impõe um ritmo de crescimento mais moderado ao varejo. Os dados da Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV), da FecomercioSP com base na Sefaz-SP, mostram que as vendas do varejo da RM Vale somaram R\$ 6,5 bilhões em abril, com leve queda real de 0,8% em relação ao mesmo mês de 2025, influenciada principalmente pelo recuo de 6,6% nos supermercados. No acumulado de 12 meses, o setor ainda registra alta de 0,5%, indicando desaceleração gradual, e não uma ruptura. Já a Pesquisa de Emprego do Varejo da RM Vale, elaborada pelo Sincovat com base no CAGED, aponta a eliminação de 2.016 vagas formais entre janeiro e maio, o pior resultado para o período desde 2020. As eleições também devem influenciar o comportamento do consumidor. A incerteza eleitoral tende a aumentar a cautela das famílias, especialmente na compra de bens duráveis, como eletrodomésticos, eletrônicos e móveis, segmentos que também sofrem com os juros elevados. Apesar dos desafios, não há motivos para desespero. Parte da desaceleração nas vendas e no emprego reflete uma base de comparação muito forte, construída após quatro anos consecutivos de crescimento do varejo regional. O faturamento de abril, por exemplo, foi o segundo maior da série histórica para o mês, atrás apenas de abril de 2025. Além disso, o comércio da RM Vale tem apresentado desempenho relativamente mais resiliente que a média do Estado de São Paulo, mantendo uma base sólida para atravessar o segundo semestre. Em síntese, o restante de 2026 deve ser marcado por alternância entre resultados positivos e negativos, refletindo o equilíbrio entre um mercado de trabalho que ainda sustenta a renda das famílias e um ambiente econômico mais desafiador.

CONHEÇA AS RÁDIOS DO GRUPO BAND VALE DE COMUNICAÇÃO

Saiba mais: (12) 99782-0222



comercialbandvale@band.com.br



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



e mais:



Soluções
financeiras com
vantagens especiais



Central de estágios
para empresas e
estudantes



Parceira para
exames admissionais
e demissionais



Programa de TV
na Band Vale,
Youtube e revistas



12 3632-6570
/ SINCOS VAT