

Neste Natal, temos o respiro que a sua empresa precisa

Veja como economizar na folha de pagamento



Piso Salarial sem REPIS

R$ 2.153,00 X 13
(12 salários + 13º)
= R$ 27.989,00

Piso Salarial com REPIS

R$ 1.757,00 X 6
(6 salários)
= R$ 10.542,00

Piso após 180 dias

R$ 1.978,00 X
(6 salários + 13º)
= R$ 13.846,00

Economia anual

= R$ 3.601,00

REPIS

Regime Especial de Piso Salarial

SINCOVAT

Revista trimestral do Sindicato do Comércio Varejista de Taubaté e Região

95 outubro / novembro / dezembro 2026

Mala Direta Postal Básica
9912313066/2012-DR/SPI
Sindicato do Comércio Varejista de Taubaté
CORREIOS
fechamento autorizado - pode ser aberto pelos Correios

O CLIENTE ESTÁ NA RUA
E VOCÊ ESTÁ FAZENDO O QUÊ?



BASE TERRITORIAL



O comércio chega ao fim do ano diante de um desafio que vai além de vender mais. Em um mercado competitivo, o empresário precisa equilibrar custos, equipes e estratégias para transformar oportunidades em resultados sustentáveis.

Nesta edição da Revista Sincovat, reunimos temas que se conectam por uma questão central: a capacidade de adaptação das empresas. A discussão sobre o fim da escala 6x1 envolve a organização do trabalho, os custos operacionais e a negociação coletiva. Mudanças dessa dimensão exigem avaliar os impactos sobre empresas e trabalhadores, especialmente os pequenos negócios. O desafio é conciliar condições dignas de trabalho, produtividade e manutenção dos empregos formais.

A rotatividade também acende um alerta. No varejo paulista, o turnover ultrapassou 63% entre junho de 2025 e junho de 2026, o maior patamar desde 2022. Substituir funcionários eleva despesas, compromete a produtividade e enfraquece o vínculo com o cliente. Selecionar bem, treinar e reter talentos deixou de ser apenas uma tarefa do RH. É uma decisão estratégica.

Mas equipes preparadas não bastam se o consumidor não entrar na loja. Com tantas ofertas disputando sua atenção, o varejista precisa ir além das promoções convencionais. Vitrines atraentes, campanhas criativas, ações digitais e ofertas bem planejadas podem transformar curiosidade em vendas. O objetivo não é vender a qualquer preço, mas criar motivos para o consumidor escolher sua loja.

Os três temas revelam um desafio comum: administrar recursos, valorizar pessoas e conquistar mercado. Não existe fórmula única, mas empresas que planejam, conhecem seus clientes e antecipam mudanças estão mais preparadas para enfrentar as incertezas.



No comércio, vender mais importa. Mas é a combinação entre gestão eficiente, equipes comprometidas e inteligência comercial que permite crescer sem comprometer o futuro.

Boas vendas e boas festas!

Dan Guinsburg
Presidente Sincovat
Vice-presidente FecomercioSP

SINCOVAT
Sindicato do Comércio Varejista de Taubaté e Região

Presidente: Dan Guinsburg

Secretário: Arion Rezende Guinsburg

Tesoureiro: Maurílio Pereira Puccinelli Zanqueta

Suplentes: Eity Machado Iwamura, Orestes Eslon 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 95 - outubro / novembro / dezembro 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

FECOMERCIOSP Sesc Senac

• índice •



08 **FIMDA ESCALA 6X1**
Proposta aprovada deve trazer impactos no mercado de trabalho

12 **EMPREGOS**
Varejo tem a maior rotatividade desde 2022





16 **CAPA**
O cliente está na rua e você está fazendo o que?

22 **Black Friday**
Ainda vale a pena apostar na data?





24 **2027 DESAFIADOR**
Sinais de desaceleração aparecem nos principais setores



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!



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



Fim da 6x1

preços mais altos ao consumidor, informalidade e novos custos às empresas

Proposta aprovada pelo Senado desconsidera a diversidade das escalas de trabalho nos setores e a realidade financeira dos negócios

A aprovação da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) que acaba com a escala de trabalho 6x1 pode desorganizar jornadas em diversos setores, elevar os preços de produtos e serviços, encarecer a cesta de consumo das famílias e ampliar a informalidade.

Na avaliação do Sincovat, a redução da jornada de trabalho é uma discussão legítima, mas seus impactos no mercado de trabalho, na atividade econômica e na segurança jurídica não foram analisados com a profundidade necessária, especialmente diante do período eleitoral em que a proposta tramitou.

No comércio, que reúne atividades com diferentes horários e necessidades de atendimento, os efeitos podem ser particularmente significativos. As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) tendem a ser as mais afetadas, por terem menor capacidade financeira e operacional para absorver custos adicionais e reorganizar equipes. Por isso, eventuais mudanças devem considerar as particularidades desses negócios, inclusive com medidas diferenciadas em relação aos encargos sobre a folha de pagamentos. Estimativas da FecomercioSP indicam que a redução da jornada para 40 horas semanais poderia elevar os custos nacionais com pagamentos em aproximadamente R$ 158 bilhões, mesmo em um cenário conservador.

Empregos dependem de empresas saudáveis

A FecomercioSP também avalia que o prazo de 14 meses previsto para a transição é insuficiente diante da conjuntura econômica e da realidade financeira das empresas. Segundo a Serasa Experian, 9,2 milhões de negócios estavam inadimplentes em julho de 2026, acumulando R$ 238,6 bilhões em dívidas negativadas. Em 2025, foram registrados 2.466 pedidos de recuperação judicial, recorde da série histórica.

O comércio responde por cerca de 20% dos empregos com carteira assinada no Estado de São Paulo, e o varejo emprega mais de 2 milhões de trabalhadores. Vendedores e demonstradores representam aproximadamente 770 mil postos, enquanto operadores de caixa somam cerca de 190 mil. Juntas, essas ocupações concentram quase metade dos empregos do varejo paulista.São atividades que exigem equipes em diferentes turnos, principalmente aos fins de semana e nos períodos de maior movimento. Como dependem diretamente do atendimento ao consumidor e operam, muitas vezes, com margens reduzidas, a substituição de trabalhadores por tecnologia é limitada.

A mudança nas escalas pode exigir novas contratações, reorganização de turnos e revisão dos horários de funcionamento. Essas adaptações tendem a elevar os custos e podem resultar em aumento de preços, redução do período de atendimento e dificuldades para manter empregos formais, especialmente em setores que já enfrentam desafios para contratar profissionais.

Negociação coletiva será fundamental

Entre as alternativas para reorganizar as jornadas estão contratos por hora ou intermitentes, trabalho temporário, escalas de revezamento com folgas móveis, ajustes nos horários de funcionamento e automação. Modelos como jornada parcial, escala 12x36, semana espanhola e banco de horas estão sujeitos às regras legais aplicáveis e, em determinados casos, à negociação coletiva. Todas as alternativas, porém, podem gerar custos adicionais.

Diante desse cenário, a negociação coletiva deverá ter papel fundamental na adaptação às novas regras. As representações sindicais patronais serão importantes na busca por soluções que conciliem as necessidades dos trabalhadores com a sustentabilidade das empresas. O desafio será ainda maior para os pequenos negócios, que contam com equipes reduzidas e têm menos recursos para ampliar contratações, reorganizar escalas ou investir em novas tecnologias. Por isso, qualquer mudança na jornada de trabalho precisa considerar a realidade das empresas, a manutenção dos empregos formais e os impactos sobre o consumidor.



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 3632-6570 ramal 2 ou pelo e-mail financeiro@sincovat.org.br

O ano termina. Os planos continuam.

Todo fim de ano tem um pouco de balanço e muito de expectativa. É hora de olhar para trás, reconhecer as metas alcançadas, entender o que ficou pelo caminho e, principalmente, decidir o que queremos fazer diferente. No comércio e nos negócios, nem sempre o resultado corresponde ao planejamento. Há conquistas que surpreendem, desafios que ensinam e planos que precisam ser adiados. Faz parte do jogo.

O filósofo grego Heráclito já dizia que “nada é permanente, exceto a mudança”. A frase atravessa séculos e continua atual, especialmente para quem empreende. O mercado muda, o consumidor muda, a tecnologia transforma hábitos e as empresas precisam acompanhar esse movimento.

A cada ciclo, surgem novas exigências, mas também novas oportunidades para quem está disposto a aprender, inovar e recomeçar.
E o que esperar de 2027? As projeções econômicas apontam para um cenário desafiador, mas números não contam a história inteira. A economia também é feita de decisões, confiança e capacidade de adaptação. Para o varejo, cada mudança no comportamento do consumidor pode representar uma oportunidade de aprimorar o atendimento, fortalecer relacionamentos e descobrir novos caminhos para vender.

Desafios não anulam possibilidades. Ao contrário, podem impulsionar mudanças necessárias e abrir espaço para o crescimento. Que o encerramento de 2026 seja mais do que uma retrospectiva. Que seja um convite para renovar os planos, ajustar as estratégias e recuperar o entusiasmo de quem acredita no próprio trabalho. Afinal, um novo ano não garante resultados diferentes, mas oferece a oportunidade de construí-los.

Que 2027 nos encontre preparados para fazer melhor, coragem para inovar e disposição para seguir em frente. Porque, no mundo dos negócios, tão importante quanto reconhecer o caminho percorrido é manter os olhos nas possibilidades que ainda estão por vir.

centralestagio.com
0% DE INSS
0% DE FGTS
100% DE PRODUTUVIDADE 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.
CONTRATO DE ESTÁGIO
A CENTRALESTAGIO.COM FAZ TUDO POR VOCÊ!
Recrutamento ágil por Entrevistas Online.
Gestão 100% digital de contratos e relatórios.
Blindagem e conformidade total com a Lei 11.788.
(12) 9 8892-0691
ESCANEIE O QR CODE OU ACESSE:
centralestagio.com



Varejo registra a maior rotatividade desde 2022

Em 12 meses, 63% dos empregos celetistas do setor no Estado tiveram troca, o que pesa nos custos das empresas

Cálculos da FecomercioSP apontam que o turnover (índice de rotatividade de funcionários), em relação ao estoque de empregos ativos, chegou a mais de 63% na varejo paulista de junho de 2025 a junho de 2026, o maior patamar desde 2022.

Isso significa que, para cada 100 vagas celetistas abertas no varejo do Estado no período de um ano, 63 delas tiveram que passar por alguma mudança. Em 2022, essa taxa era de 51%.

Por que esse dado é tão negativo?

Em primeiro lugar, porque a rotatividade representa um custo direto para as empresas. Quanto maior o turnover, maiores os gastos com rescisões (aviso-prévio, FGTS, multas etc.), novas contratações (divulgação de vagas, triagem, exames) e treinamentos iniciais.

Há também um custo invisível: o tempo necessário para que os novos funcionários atinjam sua produtividade plena, o que pode levar mais de um mês, mesmo nos melhores cenários.

Em segmentos que dependem do relacionamento com os clientes, como farmácias, lojas e supermercados de bairro, existe ainda outro efeito negativo: a perda do vínculo entre vendedor e consumidor, prejudicando a fidelização, conceito fundamental para o varejo atual.

Em um cenário de retração das vendas, margens comprimidas, impostos e juros elevados, nenhuma empresa quer arcar com os custos de uma rotatividade excessiva.

Mas, então, o que fazer?

Além das orientações do assessor econômico Thiago Carvalho, da FecomercioSP, na página 19, um bom recrutamento é a resposta mais imediata. Antes de contratar, é fundamental avaliar se o candidato tem perfil adequado à função e condições para permanecer na empresa.

Reter talentos também é essencial, o que exige estratégias de recursos humanos e boas condições de trabalho.

As lojas de roupas e calçados registraram a maior taxa de turnover do setor: 79% em junho, alta de 4,6 pontos porcentuais em relação ao mesmo mês de 2023. Além da importância do atendimento para os resultados, o segmento está mais sujeito à sazonalidade do mercado de trabalho e às oscilações econômicas.

Nos supermercados, a rotatividade também cresceu significativamente. A taxa passou de 53,9%, em 2022, para 72,1%. Como a atividade exige, em algumas funções, menor qualificação inicial e costuma ser a porta de entrada de muitos jovens no mercado de trabalho, o turnover tende a ser maior, especialmente em períodos de mercado de trabalho aquecido.

09/ NOV

18:30 H



Gratuito

palestra:

VITRINES DE NATAL

encante, atraia e venda!

com **Rafael Veloso** - Arquiteto e docente do Senac Taubaté

Auditório do Sincovat
Rua Visconde do Rio Branco, 51,
6º andar - Taubaté-SP

Inscrições
12 3632-6570
vagas limitadas

realização: SINCOVAT A GENTE FAZ DIFERENTE!

apoio: Senac



TREINAMENTOS CUSTOMIZADOS
PARA EMPRESAS

Saber mais. Fazer melhor. Competir com vantagem.

Desenvolva sua equipe
e impulsione 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

**Atendimento
Corporativo**

Senac



O CLIENTE ESTÁ NA RUA E VOCÊ ESTÁ FAZENDO O QUÊ?

O consumidor continua comprando, mas está mais disputado do que nunca. Antes de entrar na sua loja, ele já foi impactado por dezenas de ofertas, vídeos, influenciadores, anúncios e promoções. Por isso, esperar que o cliente simplesmente apareça porque “é Natal” pode ser uma estratégia arriscada.

Exemplos recentes mostram que quem se mexe pode sair na frente - Em Taubaté-SP, inaugurações como as do "Super Mais" e da "Planeta Moda e Casa" levaram milhares de pessoas às ruas. No Brás, em São Paulo, a inauguração da chamada loja do Sheik também provocou filas quilométricas. O fenômeno chama atenção não apenas pelo tamanho do público, mas pela fórmula utilizada.

Influenciadores conhecidos ajudaram a transformar a inauguração em acontecimento. Produtos chamariz foram colocados a preços extremamente agressivos, em alguns casos próximos ou abaixo do custo. O resultado foi uma combinação poderosa: multidão, curiosidade, mídia espontânea, compartilhamentos nas redes sociais e, principalmente, gente entrando na loja.

Não é mágica. É marketing - E existe uma lição importante aí para o comércio neste final de ano: não basta ter bons produtos. É preciso criar um motivo para o consumidor sair de casa e escolher justamente a sua loja.

O consumidor não compra apenas preço. Compra a sensação de oportunidade - As chamadas lojas de preço único são um bom exemplo de como comportamento e estratégia comercial podem trabalhar juntos. Quando o consumidor encontra produtos a R$ 10, R$ 20 ou outro valor fixo, a decisão fica mais simples. O cérebro não precisa calcular tanto. A pergunta deixa de ser “será que vale a pena?” e passa a ser “por que não levar?”.

É aí que entra um dos mecanismos mais interessantes desse modelo: o produto barato funciona como porta de entrada para uma compra maior. O cliente entra para comprar uma coisa e encontra outra. Depois mais uma. E mais outra. O preço individual parece pequeno, mas a soma dos itens aumenta o ticket médio.

O segredo, portanto, não está apenas no preço baixo. Está em criar percepção de oportunidade, facilidade de decisão e desejo de aproveitar antes que acabe.

E o que isso tem a ver com o Natal?
Tudo - O final de ano é uma oportunidade para o lojista criar seu próprio “acontecimento”. Não significa necessariamente vender abaixo do custo, contratar um influencer famoso ou transformar a loja em um espetáculo. Significa pensar: o que eu posso fazer que faça o consumidor prestar atenção em mim?

Pode ser uma oferta realmente excepcional para um produto chamariz. Pode ser uma ação com um influenciador local. Pode ser uma vitrine que pare quem passa na rua. Pode ser uma campanha diferente nas redes sociais. Pode ser um lançamento, um brinde, uma experiência ou uma combinação inteligente de produtos. O importante é sair do automático. Porque, em uma época em que todo mundo anuncia “as melhores ofertas de Natal”, dizer apenas “temos promoção” já não é exatamente uma novidade.

A vitrine continua vendendo - E existe uma ferramenta que o comércio tem literalmente na porta: a vitrine. Uma boa vitrine não é apenas decoração. Ela é mídia. É o primeiro vendedor da loja e trabalha 24 horas por dia para quem passa pela rua.

Uma composição criativa, produtos bem escolhidos, iluminação, movimento, preço visível e uma boa história podem transformar uma simples passagem em entrada na loja. E quanto mais disputada está a atenção do consumidor, mais importante fica essa primeira impressão.

Mexer-se é também conhecer o próprio cliente
Outro aprendizado das lojas que conseguem gerar grandes movimentos é a capacidade de entender o que desperta curiosidade. Novidade chama atenção. Escassez cria urgência. Um preço muito agressivo gera conversa. Um influenciador empresta alcance e credibilidade. Uma boa exposição transforma produto em desejo. Não é preciso copiar nenhuma dessas estratégias literalmente. É preciso entender a lógica por trás delas.

Quem chama atenção, entra na disputa. Quem não chama, corre o risco de nem ser percebido.

O Natal de 2026 está chegando. Para o consumidor, será mais uma temporada de compras. Para o lojista, pode ser apenas mais um dezembro ou a oportunidade de fazer algo diferente. No varejo, muitas vezes a diferença entre uma loja cheia e uma loja vazia começa antes mesmo de o cliente abrir a porta. Começa na capacidade de fazer com que ele queira entrar.

ÉPOCA DE OPORTUNIDADES

Comércio da região deve abrir mais de duas mil vagas com carteira assinada

O varejo da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte deve gerar cerca de 2.100 novas vagas com carteira assinada nos meses de outubro e novembro, de acordo com as projeções do Sincovat. Se confirmadas as projeções, o resultado ficará acima do apurado no ano passado quando cerca de 1.700 mil vagas foram abertas.

As vendas do varejo da região têm andado de lado ao longo do ano, alternando resultados positivos e negativos e isso refletiu no mercado de trabalho formal. No acumulado do ano até agosto, o setor fechou quase 1.700 vagas com carteira assinada e em agosto o saldo foi positivo em apenas 23 vagas, o pior desempenho para o mês desde o início da série histórica em 2020.

Justamente por esse ritmo mais fraco de contratações, espera-se uma compensação nos próximos meses já que será necessário aumentar a força de trabalho para atender a demanda de fim de ano, mas o montante de efetivações deve ser bem menor considerando a conjuntura econômica desafiadora. As atividades de supermercados e lojas de vestuário e calçados devem concentrar grande parte das vagas. Entre as funções e cargos, destacam-se os vendedores e atendentes, operadores de caixa e repositores.

Mais do que atender ao aumento do movimento no período, as contratações temporárias também podem funcionar como porta de entrada para posições permanentes. Tradicionalmente, cerca de 20% dos temporários são efetivados após as festas.



Bom atendimento não acontece por acaso
Como contratar e preparar o reforço de fim de ano

O fim de ano se aproxima, e contratar às pressas pode custar caro. Antes de anunciar a vaga, defina quantas pessoas precisa, os horários, as tarefas e as competências esperadas. Divulgue com antecedência e deixe claras a remuneração, a jornada e a duração do contrato. Na seleção, não olhe apenas o currículo: pontualidade, cordialidade, iniciativa, escuta e disposição para aprender contam muito.

Faça perguntas práticas, por exemplo: “Como você atenderia um cliente indeciso ou alguém insatisfeito?”. Simule uma situação de venda e observe se o candidato demonstra atenção, clareza, agilidade e equilíbrio sob pressão. Experiência ajuda, mas não substitui a atitude. Também confira referências profissionais quando pertinente e avalie a disponibilidade real para os horários combinados.

Contratar bem é apenas o começo. Mesmo temporário, o funcionário precisa de treinamento: apresente os produtos, preços, formas de pagamento, trocas, sistemas e procedimentos da loja. Explique como abordar, ouvir e orientar o consumidor sem pressioná-lo. Nos primeiros dias, coloque-o ao lado de alguém experiente, acompanhe os atendimentos e dê retorno objetivo. Uma equipe preparada trabalha com mais segurança, reduz erros e evita filas desnecessárias.

Lembre-se: rapidez não é atropelar o cliente, mas resolver sua necessidade com eficiência e atenção. Por fim, trate o reforço temporário como parte do time, com respeito, metas claras e reconhecimento. Um bom atendimento pode transformar uma compra de ocasião em uma relação duradoura. E um bom funcionário de dezembro pode ser o talento que sua loja precisava para o ano inteiro.



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.*

Intervalos na jornada de trabalho

Visando à recuperação de energias por parte dos empregados, dispõe o regramento legal de alguns intervalos denominados de Interjornada e intrajornada.

Interjornada, refere-se à pausa entre uma jornada de trabalho e outra (de um dia para o outro) que de acordo com o artigo 66 da CLT é de, no mínimo, 11 horas consecutivas.
Quanto ao segundo (intrajornada), refere-se àquele conferido dentro da jornada de trabalho cuja finalidade é o descanso para repouso e alimentação.

A par disso, o artigo 71, caput, da CLT menciona que em qualquer trabalho contínuo, cuja duração exceda de 6 (seis) horas, será obrigatório a concessão de um intervalo para repouso e alimentação de, no mínimo, 1 (uma) hora, e salvo acordo ou convenção coletiva de trabalho, não poderá exceder de 2 (duas) horas.
Já o §1º do mesmo dispositivo deixa claro que não excedendo a de 6 (seis) horas será obrigatório a concessão de intervalo de 15 (quinze) minutos. Isso, é claro, quando a jornada não ultrapassar a 4 (quatro) horas diárias.

Além desses intervalos, que não são computados na duração do trabalho, outros existem como o conferido a mulher para amamentar o próprio filho, até que este complete 6 (seis) meses de idade artigo 396 da CLT, que no caso conforme previsão legal é de dois períodos de meia hora cada um, podendo as partes (empregador e empregada) definir por acordo o cumprimento do benefício. No caso, é de grande relevância para a saúde e o crescimento saudável da criança, tendo em vista a importância do aleitamento materno nos primeiros meses de vida.



O risco climático também bate à porta do varejo

Eventos climáticos extremos já representam riscos à gestão do varejo. Enchentes, secas, calor intenso e falhas de energia podem danificar estoques, interromper entregas, afastar funcionários e reduzir vendas. Pesquisa da FecomercioSP com 200 empresas paulistas revelou que 64,5% foram afetadas por condições climáticas adversas e 44,5% tiveram prejuízos financeiros. Apesar disso, a preparação ainda é insuficiente.

O primeiro passo é mapear vulnerabilidades nas instalações, nos estoques, nos fornecedores e nas rotas de transporte. Também é importante avaliar a dependência de água e energia, além das condições de deslocamento dos funcionários. Com essas informações, o empresário pode elaborar um plano de emergência, definir responsáveis, estabelecer canais de comunicação e prever alternativas para manter atividades essenciais.

A prevenção inclui proteger mercadorias, inspecionar instalações, digitalizar documentos, fotografar estoques e equipamentos e manter reservas de produtos críticos. Quando possível, medidas de eficiência hídrica e energética ajudam a reduzir a dependência de recursos essenciais.

Outro cuidado é reservar recursos financeiros para reparos e interrupções, revisar contratos e seguros e conhecer as coberturas disponíveis. A alegação de força maior não garante isenção automática de responsabilidades, especialmente quando havia riscos conhecidos e medidas preventivas possíveis.

A segurança dos funcionários também deve ser prioridade. Em dias de calor extremo, é necessário oferecer água potável, ventilação, pausas e condições adequadas de trabalho, suspendendo atividades quando houver risco à saúde.

Monitorar alertas meteorológicos, acompanhar fornecedores e registrar ocorrências permite respostas mais rápidas. Após um evento, o empresário deve documentar os danos, acionar a seguradora e revisar o planejamento. A prevenção não elimina os impactos climáticos, mas reduz prejuízos e fortalece a capacidade de recuperação do negócio.



Com projeções divergentes e consumidores mais seletivos, a data continua sendo uma oportunidade para o varejo, desde que o lojista planeje bem suas estratégias.

A Black Friday se consolidou no calendário do comércio brasileiro, antecipando compras de Natal e movimentando lojas físicas e virtuais. Mas, diante do orçamento apertado das famílias e dos juros elevados, uma pergunta ganha força: ainda vale a pena apostar na data?

Os resultados de 2025 indicam que sim, mas com ressalvas. Segundo levantamento da Confi/Neotrust, o comércio eletrônico faturou R$ 4,76 bilhões no dia da Black Friday, alta de 11,2% em relação a 2024. O número de pedidos cresceu 28%, chegando a 8,69 milhões. Em contrapartida, o tíquete médio caiu 12,8%, para R$ 553,60. Ou seja, houve mais compras, mas os consumidores gastaram menos por pedido.

E o que esperar de 2026? As projeções apontam para cenários diferentes. A Confi/Neotrust estima que o comércio eletrônico movimente R$ 13,3 bilhões entre 26 e 29 de novembro, crescimento de 20,7% sobre o mesmo período de 2025. Já o IEMI projeta queda de 5,8% no volume de vendas e recuo de 2,5% no faturamento da Black Friday, considerando o varejo em seu levantamento. As diferenças refletem metodologias e recortes distintos, reforçando que o desempenho não será igual para todos os segmentos.

Para o lojista, a oportunidade existe, mas exige estratégia. Mais do que oferecer descontos, é importante conhecer o público, selecionar produtos com potencial de venda, negociar condições com fornecedores e calcular as margens para evitar que o aumento do faturamento comprometa a rentabilidade.

Divulgar ofertas com antecedência, investir nas redes sociais, facilitar o pagamento, garantir informações claras e oferecer um bom atendimento também fazem diferença. No comércio físico, a experiência na loja pode ser um diferencial; no digital, a agilidade e a confiança são decisivas.

A Black Friday não é garantia de bons resultados, mas continua sendo uma oportunidade de conquistar clientes, girar estoques e antecipar vendas de fim de ano. O segredo está em trocar o improviso pelo planejamento e transformar descontos em negócios sustentáveis.

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!

JAC®
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

50 anos
CERTIFICADO ISO 9001 CERTIFICADO

2027 desafiador

Enquanto a massa de rendimentos subiu, os gastos com dívidas – entre outros tipos de despesas – corroem o orçamento dos brasileiros. Tudo isso em meio à desaceleração da economia para 2027



A desaceleração da economia brasileira já começou. Ela ainda não aparece com toda a intensidade na ponta porque os estímulos fiscais do governo ajudam a sustentar a atividade e tornam o movimento menos perceptível no dia a dia. O PIB cresceu 1,1% no primeiro trimestre e 0,5% no segundo. O problema é a qualidade desse crescimento: boa parte veio de setores menos sensíveis ao consumo, como o agronegócio, que avançou 6,8% em relação ao segundo trimestre de 2025, e a indústria extrativa, com alta de 12%.

Enquanto isso, o investimento caiu para 16,1% do PIB, o menor nível desde a pandemia. O consumo das famílias, responsável por cerca de 63% da atividade econômica, também perdeu força: cresceu apenas 0,5% em 12 meses e recuou 0,4% no segundo trimestre.

O cenário indica o esgotamento de um modelo baseado cada vez mais em renda e crédito. Embora a renda média tenha avançado 4% e a massa real de salários, 4,9%, uma parcela crescente desse dinheiro está sendo absorvida por dívidas e outras despesas, reduzindo a capacidade de consumo. As apostas esportivas são um exemplo. Segundo estudo da FecomercioSP, 35% dos paulistanos recorrem a plataformas online com o objetivo de aumentar a renda doméstica.

O endividamento também pesa. O comprometimento da renda dos brasileiros com dívidas chegou a 28,9%, enquanto o endividamento em relação à renda alcançou 49%. São 83,5 milhões de brasileiros endividados, segundo o Serasa.

O varejo já sente - Os sinais de desaceleração aparecem nos principais setores. Os Serviços cresceram 2,4% nos 12 meses até julho, ante 3% anteriormente. O Comércio permanece praticamente estável, em torno de 1,5%. Na indústria, a alta de 0,5% foi sustentada principalmente pela atividade extrativa, enquanto a indústria de transformação recuou 0,5%.

Para o varejo, porém, o cenário é mais desafiador. O avanço do comércio eletrônico aumentou a possibilidade de comparação de preços e ampliou a pressão sobre as margens e o emprego. No primeiro semestre de 2026, o setor eliminou 45,9 mil vagas formais, enquanto o mercado de trabalho como um todo criou 921 mil postos.

2027 traz mais incertezas - As projeções para o PIB de 2026 já foram reduzidas de 2% para 1,7%. Para 2027, o quadro pode ser ainda mais difícil. A inflação deve voltar a pressionar, com projeções apontando para preços no teto da meta, de 4,5%. Ao mesmo tempo, a queda dos juros está ocorrendo mais lentamente do que o esperado. A Selic está em 13,75%, acima dos 12,5% que se projetava para o fim do ano.

Diante desse conjunto de fatores, a hipótese de recessão no próximo ano não pode ser descartada. Há, por outro lado, alguns fatores positivos. O preço do petróleo permanece relativamente equilibrado, as commodities seguem em níveis favoráveis no mercado internacional e o câmbio, apesar das incertezas externas e internas, não sofre uma pressão excessiva.

Para o empresário do varejo, porém, o ambiente exige atenção redobrada. Além da economia, 2027 será marcado por mudanças importantes: a política econômica do novo governo, a implementação da NR-1, possíveis alterações na escala de trabalho e o início da Reforma Tributária, ainda cercada de definições.

.

A economia ainda cresce, mas em ritmo menor e com consumidores mais pressionados. A palavra de ordem para o comércio é cautela: controlar custos, preservar caixa, acompanhar o comportamento do consumidor e evitar decisões baseadas em um cenário de crescimento que pode não se repetir.





Thiago Carvalho
Economista Sincovat

Quer saber como está o mercado econômico regional e quais influencias 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.

Contratações de fim de ano: como transformar a temporada em teste de talentos?

O varejo da RM deve abrir cerca de 2,1 mil vagas com carteira assinada nesse fim de ano, segundo projeção do Sincovat. O número supera as 1,7 mil vagas do ano passado e se concentra em supermercados e lojas de vestuário e calçados. As funções mais procuradas são vendedor e atendente, operador de caixa e repositor e as contratações ocorrer depois de um ano de vendas "andando de lado" (queda de 0,9% no acumulado até agosto). Em tempos de escassez de mão de obra, o empresário não deve ver o temporário apenas como reforço da equipe. É uma oportunidade de avaliar de perto quem tem perfil para ficar. Seguem algumas dicas para uma avaliação certeira:

• Defina critérios antes de começar. Assiduidade, pontualidade, atendimento, agilidade e trabalho em equipe devem ser claros desde o primeiro dia. Dizer ao novato o que será observado dá a ele mais chances de acertar.

• Observe nos picos. Black Friday e a semana do Natal revelam quem mantém a educação e a produtividade sob pressão. Anote o que viu.

• Use indicadores objetivos. Vendas por atendente, tempo de fila, erros de caixa e de reposição, e reclamações e elogios de clientes tornam a decisão menos subjetiva.

• Ouça a equipe e dê retorno. Colegas e supervisores percebem comportamentos que o gestor não vê. Uma conversa de feedback no meio da temporada também mostra quem aprende rápido e corrige a rota.

• Compare com a equipe atual. Muitas vezes o temporário se destaca ao lado de quem está desmotivado há tempos. Quem entrega mais, com disposição e menos custo de treinamento, pode merecer a vaga fixa. Já o colaborador antigo que não responde a feedback, a treinamento ou a ajustes de função precisa de uma decisão, sempre com respeito e dentro da lei.

• Se possível, decida em janeiro. Reserve a primeira quinzena após a temporada para avaliar os resultados e planejar a efetivação com cuidado, considerando o fluxo de caixa. Substituir sai caro, e acertar na escolha reduz custos de recrutamento, treinamento e rotatividade.

Em um mercado de trabalho apertado, a temporada de fim de ano é a chance de renovar a equipe com quem já provou seu valor na prática.

sincovat
negócios
com Alexandre Andrade



15 ANOS

TODO DOMINGO
10:15
com reprise após o Canal Livre

#tvbandvale

As principais notícias do comércio e do empreendedorismo da RM Vale

oferecimento Senac
apoio DIENZO CAMISARIA
/SINCOVAT SINCOVAT.ORG.BR @SINCOVAT