

NOVIDADES

35 Anos SINURGS



O SIERC/ RS-SC parabeniza o Sindicato dos Nutricionistas do Rio Grande do Sul, pelos 35 anos de representatividade da categoria. Transmitimos a diretoria e colaboradores votos de muito sucesso!

EVENTO

Bolo Tributário 2017





No dia 25/05 (quinta-feira) ocorreu em Blumenau (SC) o evento Bolo Tributário onde entidades empresariais e sindicais da cidade e região comemoraram o Dia Nacional de Respeito ao Contribuinte. O evento promovido pelo SESCON Blumenau (Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas de Blumenau e Região) tem objetivo de conscientizar a população sobre a alta carga tributária brasileira.

O SIERC RS/SC apoiou e esteve presente no evento, que teve distribuição gratuita de um bolo de 130kg, que tem o nome de “Bolo Tributário”. Ele é decorado com o nome dos diversos impostos cobrados, ao todo 92.

A campanha do evento também fez um alerta importante: Você esta fazendo sua parte? Tendo como foco a corrupção. Precisamos mesmo refletir e ter coragem para juntos mudarmos o Brasil.

NEGÓCIOS

10 dicas para crescer em momentos de retração econômica

Para onde vai a taxa de juros? Será que o desemprego vai aumentar? E a inadimplência? Os impostos serão revistos? São inúmeros os questionamentos que rondam a cabeça dos empresários



Os últimos anos têm sido bastante turbulentos na política do país. E uma das consequências é a deterioração do cenário econômico, que gera muita instabilidade e prejudica o planejamento de longo prazo das empresas.

Para onde vai a taxa de juros? Será que o desemprego vai aumentar? E a inadimplência? Os impostos serão revistos? São inúmeros os questionamentos que rondam a cabeça dos empresários. E como crescer em momentos como esse? Separei 10 dicas de ações que as empresas deveriam começar a fazer imediatamente. Confira:

1. Reveja seus custos fixos

Passa um pente fino nos custos da empresa, bem como nos índices de produtividade, reveja o que é necessário manter ou não. Há um case famoso para ilustrar essa situação. Bob Crandall, executivo da American Airlines, solicitou um estudo interno e descobriu que 72% dos passageiros não comiam as azeitonas servidas nas saladas durante o voo. A simples retirada do alimento fez com que a empresa economizasse mais de U\$ 500 mil por ano.

Otimize sempre, porém cuide para que os cortes não saquem contra o futuro da empresa!

2. Analise o seu portfólio

Esse é um ótimo momento para rever produtos que não tem boa aceitação e revisar a estratégia de mercado. Dessa forma, você pode focar no que realmente tem maior aceitação e aumentar sua receita. Potencialize a criatividade e a inovação!

3. Estude os comportamentos do mercado

Juntamente com seus sócios, analise como a empresa está posicionada no mercado e avalie como o consumidor está se comportando com relação aos seus produtos. Desta forma, é possível prever períodos de instabilidade que estão por vir e/ou se antecipar a tendências comportamentais de seu consumidor. Conheça sua concorrência!

4. Faça o estoque girar

Produto parado no estoque é dinheiro que não rende. Avalie formas para que seus produtos possam ter giro. Se for o caso, pense em fazer promoções com produtos que tem menos saída. Às vezes, é melhor vender por menos do que ficar com o estoque encalhado. Afinal uma empresa se viabiliza, entre outros, pela otimização de seus recursos.

Cuide do equilíbrio e solidez de seu fluxo de caixa!

5. Aumente o relacionamento com o cliente

Essa é uma dica que vale para sempre, não só em momentos difíceis. Estreitar o relacionamento com os clientes é fundamental para aumentar o seu nível de retenção e manter a receita recorrente. O grande desafio está em viabilizar soluções que valorize e o diferencie sob a percepção de seu consumidor, com custos de atendimento pessoal. Conheça seu cliente!

6. Motive o time de vendas

Há um ditado chinês que diz: Não existe crise. Existe oportunidade. Em momentos como esse, apesar das empresas apertarem o cinto, é possível fazer novos negócios e identificar oportunidades de venda de produtos e serviços para clientes atuais. Motive o time de vendas a encontrar essas lacunas no mercado para aumentar sua receita e amplie a receptividade da empresa para lidar com as novidades trazidas do mercado pela equipe comercial, aperfeiçoe os canais de comunicação com ela.

Capacite e valorize a equipe de Vendas!

7. Avalie a compra de ativos desvalorizados

Utilize a máxima “compre na baixa e venda na alta”. A crise pode abrir oportunidades atípicas, pois com a diminuição da demanda, há casos de desvalorização de ativos. Se você pensa em expandir sua empresa, pode ser este o melhor momento para investimentos de médio e longo prazo. Avalie se esse é um momento para comprar, por exemplo, um terreno, já que ele pode estar pela metade do preço e/ou adicionar participação de mercado ou complementar seu portfólio de forma inorgânica por meio de fusão ou aquisição.

Liberte-se, mesmo que parcialmente, da operação!

8. Invista na reputação de sua marca

Há marcas que vendem produtos sozinha. Construir uma reputação positiva da sua empresa é uma forma de aumentar a sua força de vendas de forma indireta. Se você trabalha com varejo, por exemplo, pode ser o momento de fazer alguma campanha para aumentar a fidelização e o engajamento dos clientes.

Lembre-se que o consumidor não está disposto a pagar esta conta!

9. Considere novos mercados

Se a crise é no país, a saída pode estar no aeroporto internacional mais próximo. E se a empresa começar a exportar para mercados no exterior? Faça uma pesquisa prévia de aceitação e demanda de seus produtos e veja quais os trâmites para iniciar essa operação. Empreenda sempre!

10. Não culpe a crise

Crises vão e vem ao longo do tempo. Ficar de braços cruzados e culpar a crise é uma péssima ideia. Assuma responsabilidades, avalie os riscos e tome medidas, mesmo que sejam dolorosas. Pense de forma crítica em como você pode melhorar a situação, independente do cenário externo. Seja lógico e pragmático com visão equilibrada para o curto e médio prazo. Diferencie-se como gestor!

Não existe receita pronta para que os empreendedores mitiguem os impactos ou saiam da crise. Entretanto, algumas medidas podem ajudar a enfrentar esse difícil e adverso momento. Converse com seus sócios e avalie quais são as melhores saídas. Pesquise modelos de sucesso e aprenda com eles! **FONTE: administradores.com**

MARKETING & CARREIRA

Qual é o perfil de um grande líder

Quer ser um bom líder? Comece com pequenos atos

A sociedade sofre mudanças constantes. As prioridades pessoais e profissionais também passaram por transformações e continuam mudando à medida que novos cenários político-econômicos despontam.

O perfil de muitas empresas também evoluiu. Hoje, vemos incorporações oferecendo ambientes mais receptivos, acreditando em novas políticas de incentivo e muito mais flexíveis do que há 10 anos. Quando uma nova vaga de cargos de liderança surge, a busca é sempre por profissionais autônomos, capazes de avaliar cenários e encontrar caminhos alternativos. É preciso identificar um líder orientador, capaz de correr riscos e que tenha visão estratégica-analítica, além de assertividade e habilidade tática.

Tal cenário despertou a vontade de diversos trabalhadores em realmente fazer parte de uma empresa que valoriza sua força de trabalho e proporciona programas de crescimento. Tanto que alguns estudos apontaram que 52% dos brasileiros acreditam que o principal motivo para mudar de emprego é a oportunidade de conquistar cargos mais altos. Ou seja, as pessoas desejam crescer e liderar, mas será que sabem como ser um bom líder?

Um bom líder assume responsabilidade técnicas e de gestão (pessoas) com naturalidade, tornando-se a referência na área em que atua. Deve ser engajado com os resultados da organização, agregador nas mais diversas situações, positivo quanto ao futuro e, diante de dificuldades, ter foco em soluções.

Quanto à gestão da equipe, um grande líder age de forma imparcial, descentralizadora, mentorando o time em prol dos objetivos empresariais e pessoais. Estar aberto ao time é fundamental, compreendendo que todos podem contribuir com soluções e inovações.

E quando o assunto for dar um feedback, ele deve exemplificar em ações do dia a dia o que precisa ser modificado, sem esperar que as pessoas alterem seus valores e características de personalidade. E ao final desse processo, ter um plano de ação de desenvolvimento, de tal modo que, aquele que o recebeu, seja capaz de reconhecer a contribuição do gestor com seu crescimento.

Se ele deve ser flexível? Evidente, mas não podemos confundir flexibilidade com “bondade”, ou agradar sempre. Deve haver resiliência, capacidade de mudar de rumo, adaptar-se a mudanças, superar obstáculos ou resistir à pressão de situações adversas, em perder sua estabilidade.

Se ele deve ser flexível? Evidente, mas não podemos confundir flexibilidade com “bondade”, ou agradar sempre. Deve haver resiliência, capacidade de mudar de rumo, adaptar-se a mudanças, superar obstáculos ou resistir à pressão de situações adversas, em perder sua estabilidade.

Infelizmente, apesar de todas as evoluções que atravessamos ao longo dos anos, muitas empresas ainda têm a figura do chefe tradicional, aquele que cumpre um papel e muitas vezes é um dificultador e não facilitador. Tais corporações têm uma tendência de ter um alto percentual de turnover e uma equipe desmotivada. Fazer a diferença na vida das pessoas e encorajá-las a progredir deveria ser um objetivo de toda empresa. A sorte é que algumas e muitas organizações acreditam que suas lideranças podem favorecer muito o ambiente de trabalho e a produtividade.



Quer ser um bom líder? Comece com pequenos atos:

- Tenha segurança de que liderar pessoas é um objetivo de carreira e não somente uma possibilidade de aumentar seus ganhos financeiros,
- Pratique a empatia;
- Conheça, apoie, oriente e desenvolva seu time;
- Seja mais colaborativo e menos ditatorial,
- Pratique a humildade,
- Reconheça seus erros e tome uma atitude sobre eles.

“A liderança é a arte de conseguir que um outro faça alguma coisa que você quer feita porque ele quer fazê-la.”, Dwight Eisenhower.
FONTE: administradores.com

EXPEDIENTE

Este informativo é uma publicação mensal digital do SIERC RS-SC (Sindicato das Empresas de Refeições Coletivas dos Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina)

FALE CONOSCO

Rua Nilo Peçanha nº 44 - Térreo
Vila Nova – Blumenau (SC) - CEP: 89035-260
Tel: (47) 3329.9006

Rua Gonçalves Dias, nº88 - Sala 805
Centro – Canoas (RS) - CEP: 92010-050
Tel: (51) 3051.6620

E-mail: sierc@sierc.com.br

Faça nossa pesquisa de satisfação!

Link : <https://goo.gl/forms/DIFusKL5UDZamKR83>