



CARDÁPIO ESPECIAL

INFORMATIVO SIERC RS-SC

Edição 36
3/2018



www.sierc.com.br

INFORME-SE



CCT – CONVENÇÃO COLETIVA 2018 RIO GRANDE DO SUL

Às Empresas atuantes no Estado do Rio Grande do Sul

Comunicamos que firmamos Convenção Coletiva com o
SINTERC - RS

Para informações entre em contato conosco e/ou
solicite pelos emails:

Sierc@sierc.com.br
Sierc-sc@sierc.com.br



NOVIDADE



**O SIERC-RS/SC possui mais dois canais de comunicação.
Siga-nos!**



SIGA-NOS NO INSTAGRAM

Clique nas imagens e seja direcionado as páginas



ÉTICA EMPRESARIAL: SAIBA O QUE É E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA

Ética: esse é um dos assuntos mais discutidos atualmente. São muitos os escândalos que envolvem a falta de ética empresarial e política. Estampando, diariamente, revistas, jornais e noticiários por todo o país.

Diante de uma situação como essa, como ficam as imagens das organizações? Descubra nos tópicos a seguir mais sobre a ética empresarial!

O SIGNIFICADO DE ÉTICA

A ética é a parte da filosofia dedicada aos assuntos morais. Palavra derivada do grego, ela significa **“aquilo que pertence ao caráter”**. Basta examinar as condutas que você adota no dia a dia. Ou a de outros profissionais como um jornalista, um advogado ou um político. Os comportamentos identificados se referem à ética.

Algumas pessoas confundem a ética com as leis que regem nossas vidas. **As leis usam princípios éticos para serem estabelecidas.** Quem não as cumprir pode sofrer sanções. Já a ética não faz com que indivíduos sejam compelidos pelos demais ou o Estado por desobediência às normas éticas que regem nossa sociedade.

Isso já não acontece dentro das organizações públicas ou privadas, quando estas são estabelecidas e as empresas podem cobrar dos seus por obediência. É o que podemos chamar de ética empresarial.

A ÉTICA EMPRESARIAL

Essa determina a moral e a conduta dentro das empresas. Quando uma organização entra no mercado, independentemente do porte dela, ela deve seguir alguns conceitos relacionados à ética empresarial. Antigamente, este termo era algo incomum. A atividade empresarial estava associada à eficácia dos processos e aos resultados financeiros que eles poderiam trazer.

A postura ética adotada por empresários e profissionais que trabalhavam para as organizações era algo implícito, que estava vinculado à formação de cada um.

A ética empresarial está relacionada aos valores morais e éticos de uma empresa dentro do seu ramo de atuação, assim como diante de seus clientes e concorrentes. Os valores dela são os mesmos que regem a ética como um todo e a conduta dos relacionamentos no meio social.

O IMPACTO DA ÉTICA EM UMA EMPRESA

Quando uma organização adota e aplica a ética em seus princípios básicos, ela desenvolve potencial para crescer de maneira sustentável. Ela é vista pelos clientes como uma empresa séria e que tem responsabilidade. As organizações que desrespeitam seus consumidores— principalmente, com o intuito de ganhar dinheiro mais rapidamente — são condenadas ao fracasso. O sucesso dessas organizações costuma ser passageiro e, da mesma forma que ela cresceu, ela encolhe até desaparecer.



Dentro da organização, a ética empresarial fomenta boas relações tanto entre os próprios colaboradores quanto em relação aos clientes. O relacionamento entre todos passa a ser mais claro, tornando-se agradável para todos os níveis.

Atualmente, no mundo corporativo, **a ética empresarial passou a ser vista como meta essencial a ser alcançada.** O cultivo dela dentro das organizações passou a ser tratado com tanta importância quanto os resultados, sucesso financeiro, inovação e excelência.

Para que a seriedade dos propósitos e a transparência na administração das empresas ficassem em evidência, gestores e colaboradores passaram a identificar os valores e a missão das empresas para o qual atuam. É por meio desse mecanismo que a ética de cada organização passou a ser vista de forma mais clara.

LÍDERES E LIDERADOS DIANTE DA ÉTICA EMPRESARIAL

A ética empresarial também deve fazer parte das rotinas de líderes e liderados. O bom líder sabe lidar com todas as situações de uma maneira coerente. Sempre agindo com responsabilidade e seguindo as normas da empresa.

Para que todos os colaboradores possam agir em conformidade com o código de ética da empresa, esta necessita criar e divulgar as regras . Elas devem promover o desenvolvimento interno em relação ao meio social, aos clientes e o relacionamento entre líderes e liderados. Quando se cria um **código de ética empresarial**, todos os colaboradores, sem exceção, devem conhecer o conteúdo, valor e os significados presentes no documento.

A RELAÇÃO ENTRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A ÉTICA EMPRESARIAL

Entre os valores que o código de ética empresarial de uma organização deve ter, precisamos encontrar a responsabilidade social. A empresa que deseja ser vista com bons olhos pelo mercado, funcionários, clientes e o público de uma forma geral necessita ter um senso de responsabilidade social.

O interesse pela solução de problemas sociais pode ser demonstrado por meio de programas, cujo objetivo é **beneficiar a população local**. Isso pode ser feito com ações que promovam a cultura, a preservação do meio ambiente e o acesso da comunidade à educação, buscar alternativas sustentáveis na fabricação de seus produtos, sendo assim incentivar a igualdade de oportunidades para seus colaboradores e procura dar melhores condições de trabalho a eles.

HABILIDADES GERENCIAIS E A ÉTICA

A ética empresarial está presente nas **habilidades e competências dos executivos atuais**, como a gestão, a liderança, a negociação, a comunicação e a inovação. Por esse motivo, é importante fazer uma reciclagem que atualize suas habilidades em gestão empresarial, inovação e visão estratégica, técnicas de negociação e coaching. Mantendo-se atualizado profissionalmente, você consegue revolucionar sua carreira.



<http://portal.blbbrasilescoladenegocios.com.br/etica-empresarial>



XIII FÓRUM DE RELAÇÕES TRABALHISTAS

REFORMA TRABALHISTA NA PRÁTICA

PALESTRANTES CONFIRMADOS

Alexandre Schuh Lunardi
(Juiz do trabalho)

César Pasold
(Advogado)

Eduardo Duarte Elyseu
(Juiz do trabalho)

Gustavo Souto Polese
(Gerente Jurídico do Grupo Randon)

ENTENDA NO QUE A REFORMA PODE AFETAR SEU DIA A DIA

Passados alguns meses do advento da Reforma Trabalhista, já se fazem sentir seus efeitos no dia a dia dos profissionais de recursos humanos, advogados e magistrados. Empregadores, executivos e assessores de empresas precisam informar-se sobre a evolução positiva da Reforma Trabalhista e as experiências práticas, seja no âmbito administrativo interno, seja no âmbito jurídico e judicial. Por isso, neste Fórum vamos examinar e debater com experts estas questões e seus reflexos na administração dos negócios, identificando melhor quais são os impactos da nova legislação do trabalho na construção de um Brasil mais competitivo e produtivo.

Venha saber como a Reforma Trabalhista está sendo aplicada na prática.

12 de abril Das 13h45 às 18h	Investimento Sócios ABRH-RS R\$203,00 Público Geral R\$290,00 Estudantes R\$145,00 Associados de entidades parceiras tem 10% de desconto.
--	---

Auditório AMRIGS - 3º andar (Av. Ipiranga, 5311)

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
(51) 3254.8254 | eventos@abrhrs.org.br

Apic

Sindicato das Empresas de Refeições Coletivas dos Estados do RS e SC

Realização

Associação Brasileira de Recursos Humanos



CRESCIMENTO HORIZONTAL E VERTICAL: ENTENDA SUAS PRINCIPAIS DIFERENÇAS

Toda empresa está constantemente procurando maneiras de crescer, tanto em faturamento quanto em participação no mercado. Para que isso seja possível, é preciso que os gestores saibam **como calcular o valor da empresa** e encontrem caminhos para a expansão, seja dentro do seu próprio segmento, seja em mercados ainda não explorados.

Dentro desse contexto, a contabilidade estratégica entra como forma de tornar uma empresa mais competitiva. Mas, de maneira ainda mais ampla, há basicamente dois modos de ampliar a participação de uma organização no mercado: crescimento horizontal e vertical.

As duas estratégias são igualmente válidas e podem até mesmo ser utilizadas ao mesmo tempo.

No entanto, seja para escolher entre uma delas ou para combiná-las, os líderes da empresa devem conhecer ambas as possibilidades. Quanto maior for o entendimento sobre os dois caminhos, mais a companhia poderá aproveitá-los para expandir sua atuação e conquistar cada vez mais consumidores.



POR QUE CRIAR UM PLANO DE CRESCIMENTO?

Um negócio que se mantém lucrativo ao longo do tempo nada mais é do que uma sucessão de boas tomadas de decisões. E para que boas decisões sejam tomadas é fundamental que os gestores da empresa tenham clareza sobre a situação atual e também sobre onde querem chegar.

Ao elaborar um plano de crescimento você consegue **visualizar a estratégia e torná-la mais concreta**. Dessa maneira, fica muito mais fácil enxergar quais são as melhorias necessárias para alcançar os resultados desejados. Por isso, quanto antes o plano de crescimento for desenvolvido, melhor.

Além disso, a empresa quase sempre precisa de parceiros para crescer. Quanto mais detalhado for o seu plano, mais confiança e credibilidade você terá para buscar parceiros e convencê-los a fazer negócio com você.

O QUE É O CRESCIMENTO HORIZONTAL?

O crescimento horizontal acontece quando a empresa amplia sua base de clientes, normalmente resultando em um maior número de vendas. Para isso, a organização expande as operações comerciais ao entrar em novos mercados, novas praças (cidades ou regiões) ou novos setores comerciais.



VANTAGENS

Possibilidade de atender a um número maior de clientes, não ficando dependente de poucos clientes; a empresa se especializa cada vez mais no seu produto ou serviço, garantindo seu posicionamento; é um movimento comumente adotado por empresas que desejam expandir o market share, aumentando sua participação de mercado e reduzindo o espaço de atuação dos concorrentes.



DESVANTAGENS

Explorar novos mercados costuma gerar diversos custos com marketing e vendas, exigindo a contratação de novos profissionais e o investimento em divulgação; também é necessário desenvolver a logística para poder distribuir seus produtos ou serviços em outras regiões, o que pode afetar o preço final ou reduzir as margens de lucros.



COMO CRESCER HORIZONTALMENTE?

Replicando o modelo de negócios em um novo mercado

Essa estratégia de crescimento é bastante óbvia. E a boa notícia é que ela já funcionou para inúmeras empresas de todos os setores. Se o seu modelo de negócios atual funciona bem em um mercado, há uma forte probabilidade de que ele também vá funcionar em outro lugar, desde que passe pelas adaptações necessárias.

Alavancando ativos existentes

Tudo o que a sua empresa possui são ativos. Estamos falando somente de bens materiais como espaço físico e maquinário, mas não é só isso. **A sua equipe também é um ativo**, assim como o conhecimento que cada colaborador possui.

Já nos ativos de infraestrutura, uma empresa pode alugar suas instalações para terceiros.

Internalizando operações

Se no início de um negócio pode ser interessante terceirizar atividades por falta de estrutura, chega um momento em que fazer mais atividades por conta própria pode ser vantajoso. Com isso, a empresa consegue reduzir custos e criar a infraestrutura necessária para aumentar seu controle sobre todo o processo. Tudo isso facilita bastante a expansão para novos mercados.

O QUE É O CRESCIMENTO VERTICAL?

O crescimento vertical é uma estratégia que busca aumentar as vendas no mercado atual em vez de alcançar outros mercados. Em outras palavras, a empresa procura escalar seu produto ou serviço dentro da sua linha de negócios existente.

Vantagens

O custo é menor, pois as empresas podem aumentar seu faturamento e rentabilidade com a estrutura que já possuem ou, no pior dos casos, com uma estrutura semelhante; o crescimento vertical explora o relacionamento já existente com clientes atuais, que já confiam na sua empresa, ou com consumidores que possuem um perfil semelhante; a organização já conhece bem a sua região e, muitas vezes, visualiza com naturalidade as oportunidades de expansão.

Desvantagens

Maior dependência dos mesmos clientes. Se eles decidirem reduzir a verba ou enfrentarem problemas financeiros, sua empresa sofre; nem sempre a organização encontrará espaço para continuar crescendo dentro do mesmo mercado. Caso o mercado esteja saturado, a empresa pode perder tempo e recursos ao optar por esse caminho.



COMO CRESCER VERTICALMENTE?

Aprimorando os produtos existentes

Ao adicionar mais recursos e serviços às soluções atuais, uma empresa consegue atrair novos clientes que antes não tinham suas necessidades atendidas por suas ofertas. Isso gera receitas adicionais, além de explorar o mercado atual mais profundamente.

Desenvolvendo novos produtos

Além de oferecer novos recursos em seus produtos atuais, a empresa também pode aumentar sua participação no mercado desenvolvendo e vendendo novos produtos. Um caminho natural é perguntar: com os recursos que temos disponíveis atualmente na organização, quais novas soluções podemos oferecer aos nossos clientes?

COMO CONSEGUIR PARCEIROS DE ESTRATÉGIA?

Depois de conhecer as diferenças entre crescimento vertical e crescimento horizontal, é importante conhecer um terceiro ponto para a expansão: a **construção de parcerias estratégicas**. As parcerias se aplicam tanto aos dois caminhos anteriores como podem ser uma nova alternativa por si só, abrindo espaços para novas possibilidades.

Por definição, uma parceria estratégica é um acordo de longo prazo para o **compartilhamento de recursos físicos e intelectuais, levando à execução de objetivos comuns definidos pelas duas partes**. De forma simplificada, um parceiro estratégico é alguém com quem você tem um acordo que visa ajudar ambos a alcançar mais sucesso.

Algumas das vantagens de construir parcerias estratégicas são:

1. Acesso a novos clientes e oportunidades para alcançar novos mercados ou setores de atuação;
2. Aumento da exposição e do reconhecimento da marca ao atuar, por exemplo, com lançamentos de campanhas de marketing conjuntas;
3. Compartilhamento de recursos, como tecnologias ou serviços financeiros;
4. Expansão do alcance geográfico.

Parcerias de Distribuição

Esse tipo de parceria é especialmente útil para empresas que esgotaram o alcance do mercado. Um parceiro de distribuição bem colocado pode ajudar sua marca a explorar novos segmentos de clientes em novos locais e regiões.

Portanto, tanto o crescimento horizontal como o crescimento vertical podem ser utilizados pelas empresas que buscam expandir seus negócios. Cada uma das estratégias possui suas características e cabe à organização analisar qual das duas deve ser priorizada, ou ainda, optar por combinar as duas alternativas, extraíndo o melhor dos dois lados.

<http://portal.blbbrasilescoladenegocios.com.br/crescimentohorizontalevertical>



PARCERIA



Objetivando gerar mais benefícios às empresas da categoria de refeições coletivas, o SIERC/RS-SC informa que firmou parceria com a ExperMed Perícias Médicas.

A empresa é especializada na realização de Assistência Técnica Médica para Empresas, em ações judiciais, visando evitar ou reduzir condenações em toda e qualquer demanda. A ExperMed detém atuação em âmbito nacional, contando com médicos em todas as especialidades.

O objetivo principal da parceria é disponibilizar às empresas suporte em Perícias Médicas, em demandas que discutam acidente do trabalho, doença ocupacional, adicional de insalubridade/periculosidade, bem como as condições ergonômicas do ambiente de trabalho do funcionário.



CARREIRA



O EMPRESÁRIO DEVE SE CAPACITAR?

Grande parte dos empresários tem a preocupação de oferecer treinamento profissional para os seus colaboradores, e isso é muito bom. Entretanto, será que a capacitação deve se resumir apenas aos funcionários? A verdade é que, para uma empresa ter sucesso, toda a equipe deve se capacitar, e isso inclui, principalmente, o gestor.

Por mais qualificado que um empresário seja ao abrir o seu negócio, ele não deve nunca se esquecer que o mercado está em constante mudança, e isso inclui os consumidores e, até mesmo, sua empresa. A estagnação pode levar um negócio ao fracasso se o gestor não acompanhar as tendências. Por isso, a capacitação de um gestor está intimamente ligada ao sucesso da sua empresa, pois é ele quem toma as decisões.

Tomando como exemplo um salão de beleza: imagine que o proprietário não buscou se capacitar e continua oferecendo os mesmos serviços de 15 anos atrás. Não há os tratamentos mais avançados, que é o que os clientes mais procuram atualmente. Você acha que esse estabelecimento consegue se destacar em meio a concorrência? Certamente não, e isso se repete em todos os segmentos, quem não se capacita e não renova seu negócio, não consegue se destacar.



CARREIRA

OS TIPOS DE CAPACITAÇÃO QUE FAZEM A DIFERENÇA PARA OS EMPRESÁRIOS

Visão de Negócio

Cursos que ajudam o empreendedor e aperfeiçoar a sua visão de negócio são muito positivos. Por meio deles, ele conseguirá identificar melhor seu público-alvo, concorrentes, boas oportunidades, enfim, todo o contexto no qual a empresa está inserida. Para começar, um curso de modelagem de negócio é uma opção interessante, pois ensina metodologias de como tirar uma ideia do papel e transformá-la em realidade. Depois, conforme a empresa for se desenvolvendo, é interessante buscar novas formas de se capacitar.

Além dos cursos, um empresário pode buscar conhecimento para ampliar sua visão de negócio de várias formas, como ler livros sobre gestão e empreendedorismo, frequentar eventos, assistir vídeos na internet. São muitas as possibilidades de capacitação, é importante estar sempre atento para não perder a chance de adquirir cada vez mais conhecimento.



CARREIRA



Gestão Financeira

Independente do seu ramo de atuação, um empresário deve saber como fazer uma gestão financeira eficiente. Sem esse conhecimento, ele não conseguirá realizar tarefas como: definir preços para seus produtos ou serviços, administrar o seu capital, além de fluxo de caixa e outras atividades que envolvem as finanças do negócio. Por mais que a empresa conte com um responsável pelo departamento financeiro, o gestor precisa desses conhecimentos até mesmo para supervisionar o trabalho realizado. Para adquirir esse tipo de conhecimento, vários tipos de curso, incluindo os à distância, que contam com módulos que ensinam a metodologia certa para realizar atividades relacionadas a finanças. É o tipo conhecimento que faz total diferença em qualquer negócio.

Marketing

Já dizia aquele velho ditado que a propaganda é a alma do negócio, mesmo com o passar dos anos ele continua verdadeiro. Afinal, sem divulgação os consumidores não irão conhecer a sua empresa e o que ela tem a oferecer. Ter noções de marketing, mesmo que básicas, faz com que um empresário consiga entender melhor o mercado e identificar que tipo de ação surtirá mais efeito para atrair determinado público.



CARREIRA

Mesmo quando há uma agência por trás das campanhas da empresa, se o dono não tiver uma ideia de marketing, ficará difícil monitorar os resultados e tomar decisões mais acertadas. Este é outro tipo de conhecimento que pode ser adquirido em cursos, livros, palestras, vídeos.

Liderança

O fato de ser dono de uma empresa não faz de uma pessoa um líder. Liderança é uma característica que é conquistada e não apenas um cargo. Existem algumas pessoas que são líderes natos, já outras precisam aperfeiçoar suas características para aprender como liderar e motivar a sua equipe da melhor maneira. Para se capacitar e se tornar um líder mais eficaz existem muitas possibilidades, como: assistir palestras motivacionais, contratar um coach, fazer cursos de liderança, etc. Tudo isso pode te ajudar a desenvolver ou lapidar características que você já tem e que só estavam adormecidas.



Toda Capacitação é Bem-Vinda

Fonte: <http://marcusmarques.com.br/estrategias-de-negocio/empresario-deve-se-capacitar/>

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
sierc-sc@sierc.com.br

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

Responda nossa pesquisa de satisfação!

CLIQUE AQUI!

