

## Aprimorando os negócios

## Investir no aperfeiçoamento dos vendedores é essencial

página 4

## Cuidados para começar um negócio com sócio

página 5

## Quer contratar um vendedor para sua óptica?

página 10

## Sindióptica-SP, Fecomercio e Comerciantes finalizam negociações

página 3

## Conheça os comandos de sua máquina fotográfica

página 8

## Entrevista com Dra. Elizabeth Saldanha Óticas Carol

página 9



Siga o SINDIÓPTICA-SP  
no Twitter  
[www.twitter.com/sindiopticasp](http://www.twitter.com/sindiopticasp)

A missão da Entidade de Classe para cumprir seu papel de representante dos associados, perante os órgãos públicos, vai além das reivindicações de acordos ou dissídios, promoções ou condições impostas para seu trabalho.

É também, inerente a ela, o interesse constante dos procedimentos do dia a dia dispensados à vida profissional de seus representados.

E fundamentado nessa abrangência de visão é que nosso SINDIÓPTICA-SP cresce e se expande por grandes feitos, sempre em busca do maior progresso para a Classe Óptica paulista e brasileira.

O intenso trabalho do Departamento Jurídico do SINDIÓPTICA-SP com forte atuação na defesa da categoria do empresário do varejo óptico de São Paulo, principalmente junto aos parlamentares das três esferas (federal, estadual e municipal) que com maestria e dedicação, está conseguindo afastar as ameaças de nosso setor, apenas para citarmos uma, falaremos do Município de Itapeverica da Serra-SP, em que um vereador autor de um Projeto de Lei que instituía no município o “Médico Oftalmologista Responsável pela Óptica” ao invés do “Óptico Técnico Responsável”, avisados a tempo por ópticas associadas, pudemos evitar a votação de tal projeto. E pudemos agir em tempo exatamente pela atenção de nossos associados que nos alertam sempre. Somos muitos e juntos haveremos de vencer!

O reconhecimento do SINDIÓPTICA-SP resultou em um crescimento de 10% no número de novos associados para a entidade neste ano de 2011.

Nossos canais de comunicação com o associado tiveram os seguintes desempenhos neste ano até o presente momento (final de outubro):

- O número de membros do SINDIÓPTICA-SP no Facebook já passa de 1.300;

- Foram enviadas até este momento, newsletter para 20.000 empresários;

- Nosso site (com notícias postadas diariamente) recebe em média 20.000 acessos/ano;

- Publicamos 4 edições de nosso Boletim Informativo (BIS), a partir do nº 51 chegamos à impressão de 6.000 exemplares;

- 12.000 correspondências enviadas com diversos assuntos de interesse;

- Realizamos 05 Seminários Itinerantes de Educação Continuada com inscrições totalmente gratuitas, atingindo um público de 800 participantes.

Estamos sempre atentos as movimentações do mercado, participando das atividades de várias entidades e ações de interesse do setor para que não sejamos surpreendidos e com a ajuda de todo mercado óptico conseguiremos muito mais.

Neste próximo ano de 2012, prevejo crescimento de vendas para o empresário e de trabalho para o SINDIÓPTICA-SP, mas é exatamente isso que nos motiva, é a visão de um futuro promissor que nos embala a labutar. Neste dia 13/12 (dia de Santa Luzia) festejamos o dia do óptico, que com seu conhecimento e dedicação colabora para que o ser humano preserve e melhore um dos mais preciosos sentidos que é o da visão. Parabéns a todos os ópticos brasileiros e que este natal seja recheado de sucesso.

Venha associar-se a entidade que representa o empresário varejista óptico, fotográfico e cinematográfico de São Paulo. Nossa equipe aguarda você de braços abertos.

Feliz e próspero 2012!  
Um forte abraço,  
Akira Kido  
Presidente



## Trabalho aos Domingos e Feriados: Requerimentos Online



O SINDIÓPTICA-SP oferece mais um serviço gratuito aos seus filiados. A solicitação de abertura do trabalho aos domingos e feriados online, acesse: [www.sindioptica-sp.com.br](http://www.sindioptica-sp.com.br)

## Acabou seu livro de Receituário em Óptica e não sabe onde encontrar?

Entre em contato conosco: [contato@sindioptica-sp.com.br](mailto:contato@sindioptica-sp.com.br) ou pelo fone (11) 3259-5826.



O Boletim Informativo Sindióptica - BIS - é uma publicação do Sindióptica-SP - Av. 9 de Julho, 40 - 11º andar cjs. 11 - D/F - São Paulo - SP - CEP 01312-900 - Tel.: (11) 3259.3648 - 3259.5826 - 3256.6011 - e-mail: [sindioptica@sindioptica-sp.com.br](mailto:sindioptica@sindioptica-sp.com.br) - [www.sindioptica-sp.com.br](http://www.sindioptica-sp.com.br)

Tiragem 6.000 exemplares - Distribuição gratuita - Comitê editorial: Sr. Akira Kido, Luis Alberto P. Alvez, Dra. Maracy Marquez Ferraz.

Diagramação: Alexandre P. Campos Fº - Produção gráfica: Cyan Artes Gráficas

# Sindióptica-SP, Fecomercio e Comerciantes finalizam negociações

O SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL ÓPTICO FOTOGRÁFICO E CINEMATOGRAFICO NO ESTADO DE SÃO PAULO, através da nossa Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio-SP) concluiu as negociações coletivas com os comerciantes relativas à data-base de 1º de setembro. Foram celebradas convenções coletivas com a Fecomerciantes (aplicável aos comerciantes do interior) e com os Sindicatos dos Empregados no Comércio de São Paulo (para a Capital); Cotia; Franco da Rocha e Guarulhos. O índice negociado para o reajuste dos salários foi de 9,8%, com aplicação a partir de 1º de setembro. Para o interior do Estado devem ser observadas as respectivas convenções celebradas, onde houver. BIS destaca as principais cláusulas do acordo:

Reajuste salarial: 9,8% incidente sobre os salários já reajustados em 1º de setembro de 2010.

Reajuste salarial proporcional à data de admissão: Para os empregados admitidos entre 01/09/10 e 31/08/11 o reajuste será proporcional e incidirá sobre o salário de admissão, conforme a tabela ao lado.

Obs. Uma vez reajustados os salários não poderão ser inferiores aos pisos salariais das respectivas funções.

Os pisos salariais variam conforme a convenção. Todas elas estão disponibilizadas em resumo no site [www.sindioptica-sp.com.br](http://www.sindioptica-sp.com.br)

Diferenças salariais: Eventuais diferenças referentes ao mês de setembro poderão ser pagas até a data de pagamento dos salários do mês de competência – outubro de 2011.

Admitidos no período de:	Multiplicar o salário de admissão por:
Até 15.09.10	1,0980
De 16.09.10 a 15.10.10	1,0895
De 16.10.10 a 15.11.10	1,0810
De 16.11.10 a 15.12.10	1,0726
De 16.12.10 a 15.01.11	1,0643
De 16.01.11 a 15.02.11	1,0561
De 16.02.11 a 15.03.11	1,0479
De 16.03.11 a 15.04.11	1,0397
De 16.04.11 a 15.05.11	1,0317
De 16.05.11 a 15.06.11	1,0236
De 16.06.11 a 15.07.11	1,0157
De 16.07.11 a 15.08.11	1,0078
A partir de 16.08.11	1,0000

## Cláusulas da Convenção Coletiva Pontos importantes fechados na negociação:

### • DIA DO COMERCIÁRIO:

O abono concedido ao empregado em homenagem ao Dia do Comerciante (30 de outubro), correspondente a um ou dois dias de sua remuneração, conforme o tempo de casa. Na maioria das convenções assinadas este abono somente poderá ser concedido em dinheiro. Em algumas convenções fica facultada a conversão em descanso.

### • BANCO DE HORAS:

Faculta às empresas compensarem as horas extras trabalhadas. Na maioria das convenções assinadas o prazo para compensação é de até 120 dias, sendo vedado o acúmulo individual superior a 100 horas de saldo. No entanto, em algumas normas não há limite de saldo estabelecido. Em todos os casos as horas extras trabalhadas estão limitadas a duas por dia. As horas extras não compensadas no prazo estipulado ficarão sujeitas ao adicional de 60% sobre o valor da hora normal.

### • REGIME ESPECIAL DE PISOS SALARIAIS (REPIS):

Na maioria das convenções celebradas com os sindicatos representativos das categorias profissionais do interior do Estado de São Paulo existe previsão de um regime especial de pisos salariais, objetivando dar tratamento diferenciado e favorecido às microempresas

e empresas de pequeno porte, assim conceituadas na Lei Complementar nº 123/06, que instituiu o Simples Nacional.

Na prática, as empresas que aderirem ao REPIS poderão praticar valores de pisos salariais diferenciados e terão condições mais favoráveis de contratação de novos empregados, além de terem simplificadas outras obrigações decorrentes da norma coletiva.

Para aplicação da cláusula, foram estabelecidas condições a serem observadas pelas empresas e submetidas à apreciação e aprovação, não só do sindicato patronal, mas também do sindicato profissional correspondente.

A adesão ao REPIS é voluntária. Uma vez que a empresa preencha todos os requisitos exigidos, receberá da entidade sindical patronal correspondente, sem qualquer ônus e com validade coincidente com a da convenção coletiva, certificado de enquadramento no regime especial de pisos salariais (Certificado de Adesão ao Repis).

### • TRABALHO AOS DOMINGOS E FERIADOS:

Também há previsão e condições específicas para o trabalho aos domingos e feriados, conforme cada convenção. Para detalhes consulte a convenção específica no portal [www.sindioptica-sp.com.br](http://www.sindioptica-sp.com.br).

# Investir no aperfeiçoamento dos vendedores é essencial

O fluxo de crescimento de vendas no comércio acompanha as oscilações provocadas pelos efeitos das sazonalidades e também pelo aquecimento de datas comemorativas. A intenção do setor é sempre atrair e conquistar o consumidor a fim de promover melhores vendas.

Talvez o grande desafio do lojista seja conhecer cada vez mais o seu cliente e suas necessidades para oferecer algo que o atraia a fim de melhorar seu faturamento. Algumas dicas podem ser de grande valia para alavancar as vendas no período de menor apelo, quando não há previsão de grande fluxo no comércio.

Aproveitar os consumidores que entram na loja e preparar muito bem os vendedores que irão atendê-lo é estratégico. Esse preparo pode ser obtido a partir do conhecimento do comportamento e da preferência de seus clientes. Vale então refletir sobre estratégias para atraí-lo e ajudá-lo a decidir pela compra. Para tanto, é preciso entender o consumidor e suas aspirações em

relação ao ato de consumir.

O que o cliente espera ao entrar na loja:

- A princípio, ele espera encontrar variedade de produtos, qualidade e preço acessíveis, mas ao entrar na loja ele percebe que quer algo mais;

- O cliente não quer ser mais um consumidor no estabelecimento. Ele quer ser recepcionado e assessorado na hora da compra, com a participação ativa do vendedor. O perfil desejado, então, é de um vendedor consultor, que pense como o cliente deseja estar e que o ajuda a chegar ao que quer;

- Ele espera, além disso, encontrar um ambiente confortável e iluminado, com corredores que facilitem a circulação e com informações de preços visíveis e de fácil leitura;

- Pretende encontrar atendimento personalizado que possa sanar suas dúvidas, bem como oferecer informações sobre pós-venda sem, contudo, sentir-se pressionado a comprar o produto.

Ao mesmo tempo, ele quer circular livremente pela loja para escolher seus produtos, percebendo a presença do vendedor a distância, acessível se, por acaso, precisar dele;

- Quer perceber no vendedor uma imagem de confiabilidade reconhecendo em suas explicações argumentos válidos e convincentes;

- O cliente espera do vendedor uma postura positiva, ou seja, que demonstre que o cliente é bem vindo à loja e que mesmo que não compre no ato, será bem recepcionado e atendido, motivo que o levará certamente a voltar a procurar o vendedor, seja para essa compra ou para compras futuras;

- Ele quer também negociar, conseguir desconto e perceber que o lojista está disposto a lhe oferecer melhores condições de preços, caso ele leve mais peças do que o esperado;

- Além disso, no caso de entrega do produto, o cliente espera que a loja possa cumprir o que foi prometido, prazo de entrega, garantias e funcionalidades do produto apresentadas pelo vendedor no ato da venda;

- Enfim, ao deixar a loja, após a compra, o cliente espera sair com a sensação de ter feito um bom negócio e de ter sido bem tratado;

- Esse comportamento esperado pelo cliente exige por parte do vendedor uma performance adequada. Para isso, a loja deve constantemente investir em treinamento para o desenvolvimento de sua equipe de vendas.

Fonte: ECONOMIX



Garantir uma equipe de vendas treinada para atender o cliente em todas suas necessidades e desejos é um trunfo para o desempenho

# Cuidados para começar um negócio com sócio

Saber identificar aptidão de cada sócio e definir com transparência os valores de retirada são alguns pré-requisitos para um negócio em sociedade

Ter o próprio negócio não é uma tarefa muito fácil, além de exigir muito empenho, dedicação e um capital financeiro para começar com tranquilidade, as atividades a serem executadas para abertura do negócio são diversas.

Muitos empreendedores são excelentes na gestão comercial do negócio, mas não têm muita habilidade para lidar com a administração da empresa, principalmente a de natureza financeira.

Firmar uma sociedade com uma pessoa desconhecida pode aumentar o fator de risco para o negócio, pois sociedade pressupõe um objetivo em comum e nem sempre é dessa forma que a sociedade se desenvolve.

O problema surge sob diversas formas perfis muito diferentes dos sócios que não são complementares, ritmo de trabalho muito diferente, expectativa de retorno diferenciada e disposição para riscos muito desiguais, dentre outros.

Nesse cenário a confusão está armada e a pergunta que se faz é: como e quanto essa empresa poderá trazer lucratividade e crescer se os objetivos não estiverem alinhados? Afinal, apenas a afinidade entre os sócios não basta para que a sociedade dê certo.

Por este e outros motivos, seguem algumas dicas para que uma sociedade entre parentes ou amigos possa começar bem e desenvolver-se de maneira adequada, evitando conflitos.

## • DEFINIR UM PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio deve conter linhas mestre para elaboração do planejamento, objetivo bem definidos, condições para alcance dos objetivos, tais como recursos necessários, bem como formas de comercialização, dentre outros aspectos;

## • IDENTIFICAR COMPETÊNCIAS DE ACORDO COM A APTIDÃO

Cada um dos sócios tem sua habilidade específica e deve procurar realizar as tarefas que se adéquem ao seu perfil ou que se aproximem do que está acostumado a realizar;

## • PLANO DE INVESTIMENTO

No plano de negócios deve conter o plano de investimento. Deve-se ter uma prévia de onde e como serão investidos se o lucro da empresa aumentar;

## • DEFINIR ÁREAS E FUNÇÕES

As funções devem ficar claras para que a decisão de um não sobreponha a do outro, como também os prazos para a execução de tarefas e projetos;

## • VALOR DAS RETIRADAS

Deve ser definido quanto será a retirada de cada sócio e como proceder em caso de aumento ou redução do faturamento;

## • CONTRATO SOCIAL

O contrato social deve conter percentuais bem definidos para que não haja discordância entre os sócios;

## • CONTRATAÇÃO DE PARENTES

Deixar claro se a contratação de parentes será uma prática comum de empresa. Ao admitir um parente que não apresente o resultado esperado, o outro sócio terá dificuldade em demiti-lo;

## • FALECIMENTO DE UM DOS SÓCIOS OU DISSOLUÇÃO DA SOCIEDADE

Mesmo sendo um assunto complicado, deve estar previsto no contrato social quais serão os procedimentos adotados, caso um dos sócios venha a falecer, ou caso a sociedade venha a ser desfeita.

Enfim, para uma sociedade de sucesso é preciso desde o começo que os sócios elaborem o planejamento da empresa alinhando com suas expectativas.

Por fim, vale a sabedoria bíblica que diz: “andarão dois juntos se não estiverem de acordo?”. Andar juntos na administração de um negócio é viver a construção e a realização de um sonho em comum, superar os obstáculos e ter a responsabilidade de levar esse conceito adiante.

Esse é, em si, um grande desafio para os negócios, mas que pode ser superado, com o preparo e a determinação.

Fonte:

## Tac obriga o recolhimento da contribuição assistencial

Um Termo de Compromisso e Ajuste de Conduta (TAC) assinado pelo Ministério Público do Trabalho (MPT) da 2ª Região (São Paulo) consolida a obrigatoriedade de exigência da contribuição assistencial. A convenção coletiva dos setores de gastronomia e hospedagem de São Paulo e região, que totaliza 35 municípios da Grande São Paulo, foi assinada por representante dos trabalhadores, dos empresários e integralmente aprovada pelo Ministério Público, inclusive as cláusulas que estipulam a contribuição assistencial.

A contribuição assistencial difere da sindical – que equivale a um dia de trabalho por empregado, recolhido

pelo empregador, e sobre a qual não há discussão sobre seu cabimento.

Na convenção, ficou estabelecido que a posição a ser seguida é a presente em certos julgados, do Supremo Tribunal Federal (STF), Tribunal Superior do Trabalho (TST) e do Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo. Um dos recursos extraordinários analisados pelo Supremo, relatado pelo ministro Marco Aurélio em 2001, entendeu que a contribuição prevista em convenção coletiva “é devida por todos os integrantes da categoria profissional”.

Fonte: Tome Nota nº 98/2011







## Pendências com o fisco estadual poderão excluir do simples

De acordo com a Portaria CAT nº 146/2011, a microempresa (ME) ou a empresa de pequeno porte (EPP) que não cumprirem suas obrigações perante o Fisco Estadual, nos termos especificados, terá sua inscrição estadual cassada de ofício, sua situação cadastral

alterada para “inapta” e ficará sujeita ao processo de exclusão do Regime do Simples Nacional.

A Secretaria da Fazenda publicará a lista de inscrições estaduais cassadas no Posto Fiscal Eletrônico. Anote o endereço: [www.pfe.fazenda.sp.gov.br](http://www.pfe.fazenda.sp.gov.br)

## Termômetro Econômico

INDICADOR	MÊS			COMENTÁRIO
	REFERÊNCIA	VALOR	TENDÊNCIA	
<b>ICF 0 INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS(SP)</b> – pontos (*)	OUTUBRO	135.3		Após quatro elevações consecutivas, o indicador cai 3.5%. A inflação acima do esperado e a notícia de aumento do IPI para carros importados impactaram a satisfação das famílias paulistanas em outubro.
<b>PEIC – ENDIVIDAMENTO (SP)</b> - % famílias endividadas	OUTUBRO	43.0%		O indicador ficou praticamente estável em relação a setembro, mas está abaixo da média de jan. a out. que é de 47.7%. As famílias geralmente quitam suas dívidas neste período para realizar novas compras no Natal.
<b>IPCA</b> – valor mensal	SETEMBRO	0.53%		Com o maior valor desde 2005, o acumulado em 12 meses chega a 7,31% com forte influência dos setores de alimentos e transportes que juntos impactaram com 0,3% dos 0,53% registrado em setembro.
<b>TAXA DE JUROS PF</b> – taxa ao ano	SETEMBRO	45.7%		Leve queda de 0.5 p.p. em relação a agosto. Depois da elevação mas significativa no início do ano, a taxa se estabilizou próxima dos 46% a.a. Portanto, essas pequenas variações serão vistas até o final do ano.
<b>CONCESSÃO CRÉDITO PF</b> – variação mensal	SETEMBRO	-5.6%		Mesmo com a elevação da média diária das concessões, o número menor de dias úteis em setembro provocou recuo nas concessões acumuladas no mês.
<b>EMPREGO RMSP</b> – taxa de desocupação	SETEMBRO	6.1%		Como vem acontecendo desde o início do ano, em setembro a taxa registrou novo recorde para o mês desde 2002. Resultado da economia brasileira em expansão apesar das turbulências internacionais.

## Setembro

03-Paula Couto Rodrigues Saldanha  
 03-Geraldo Inácio da Silva Francisco  
 06-Ruy Silveira Pires  
 06-Wilma Bassetti Lirola  
 07-Marlene Menezes  
 08-Marlene Vieira Silva  
 09-Helena T. Shiota  
 09-Ricardo Chinelato Cersosimo  
 10-Lucia Aparecida Oliveira Grigolon  
 11-Eliane Rosales Teixeira  
 14-Myrian R. S .Green  
 14-Andrea Martins Bridi Arantes  
 15-Gerardo Sockeczawski Kristeller  
 17-Claudete Macedo Guimarães Coudy  
 18-Silvio José Izepom  
 23-Carlos Hiroshi Ideriha  
 23-Giovanni Vassalo Filho  
 29-Miguel Sadoco Giannini

## Outubro

01-Paulo Rogério Ramos Antonio  
 01-Simone A. Silva  
 06-Clovis Dias De Souza  
 07-Priscilla Koga Arantes  
 09-Ana Luiza Coelho Leite  
 09-José Carlos Tomio Honda  
 13-Ana Paula Granzote Soares  
 16-Emilia Marangon  
 17-Roberto Moraes  
 17-Daniel Costa  
 17-José Dunga De Oliveira

20-Mary Yoko Yama  
 21-Carlos Ceolin  
 22-Juana Lorente Ceolin  
 22-Olga Ramires Zulian  
 22-Vagner Alves Dos Reis  
 23-Sebastião Davino Dos Reis  
 26-Willians Menezes  
 27-Antonio Eugênio De Oliveira  
 28-Afonso Emilio Ferraro Filho  
 29-Edson Ferreira de Souza  
 30-Margareth Perez Alves

## Novembro

02-Junko Kido  
 05-Solange A. Silva  
 09-Luis Alberto Perez Alves  
 12-Maria de Fátima Oliveira  
 12-Fernando Costa  
 12-Arthur Martins Fernandes  
 16-José Alberto Cardoso Santos  
 24-Walter Eidi Fugiwara  
 28-Maria do Socorro Rolim Araruna

## Dezembro

02-Gustavo Francisco de Assumpção  
 10-Clotildes Fernandes Lucarezi  
 13-José Lessa dos Santos  
 16-Guilherme Afonso Garcia Moura  
 19-Roger Pereira Silva  
 20-Adilia Calixto Menezes  
 23-Eduardo Emanuel Pinto  
 25-Hely Green

# Certificação Digital



**Evite a correria de última hora e garanta já seu Certificado Digital no Sindióptica-SP. A sua chave para conectividade social**

Maiores informações: pelo tel.: 3259-5826, e-mail: contato@sindioptica-sp.com.br ou acesse o site: www.sindioptica-sp.com.br

# Com a união tudo dá certo!

Luis Alberto Perez Alves

Keila Taira é a mais nova franqueada da Óticas Carol com sua primeira loja localizada no Shopping Vila Olímpia, um dos pontos de luxo de SP.

Keila já milita no mercado óptico há vários anos, especializada no mercado de luxo, foi gerente da revista View, da HSM, fez a expansão da Carol na cidade de SP abrindo mais de 60 lojas, participou das maiores feiras ópticas do mundo realizando a cobertura jornalística das mesmas e agora investe em sua própria loja de óptica, mercado em que ela tanto se identificou.



Sra. Keila Taira, em evento do SINDIÓPTICA-SP

Keila está investindo pesado em seu negócio, escolhendo criteriosamente o ponto, realizando treinamento de seu pessoal, tanto em técnicas de óptica como de vendas, tem seu óptico técnico responsável registrado na COVISA como funcionário registrado

da empresa, enfim tudo dentro do que a lei exige. E para surpresa sua, no mesmo Shopping uma loja do segmento de presentes começa a expor e vender pasmem, óculos de grau prontos (óculos de perto, conhecidos entre nós como óculos prontos). A Keila ficou inconformada e antes de tomar uma atitude entrou em contato com o Sindióptica-SP para confirmar se é permitido por lei estes óculos serem vendidos fora de estabelecimentos ópticos e sem

prescrição. O Sindióptica-SP lhe forneceu todos os subsídios legais necessários para ela apresentar ao Shopping e por tudo em seu devido lugar. A direção do Shopping ficou entre a Keila e a loja de presentes, pois a mesma também alegava que tinha “amparo legal” para vender este tipo de produto. O Shopping, a fim de dirimir todas as dúvidas, entrou em contato com o SINDIÓPTICA-SP, e nós fornecemos todo o embasamento legal para a venda de produtos ópticos.

A consequência da argumentação jurídica que o Sindióptica-SP passou ao Shopping é que no dia seguinte a loja de presentes teve de retirar os produtos ópticos de sua lista de produtos e de sua exposição.

O mercado precisa seguir o exemplo da Keila e ao ver produtos ópticos serem vendidos em lojas não autorizadas, protestar, denunciar, recorrer ao Sindióptica-SP, pois o mesmo lhe dará todo suporte necessário. Se você preferir ficar no anonimato, não tem problema, nós mantemos o sigilo, basta você nos passar as provas para que possamos atuar.

Não deixe que a farmácia, a banca de jornal, o armazém, etc se transforme em seus concorrentes, eles não estão autorizados a vender óculos e lentes, e se o fizerem, tornam-se passivos de autuação pela Vigilância Sanitária ou outros órgãos públicos.

Parabéns Keila pela sua iniciativa e coragem, e que seu exemplo seja seguido por muitos.

**Denuncie práticas abusivas e ilegais, através do telefone: 11-3256.60.11 ou e-mail: jurídico@sindioptica-sp.com.br**

## Entendendo os comandos da sua máquina fotográfica

Já falamos nas Edições anteriores sobre o ISO e o White Balance, (Balanço de Branco). Vamos falar sobre Flash.

Quando devo usar meu flash?

É incrível, mas sempre que pergunto quando devemos utilizar o flash para meus alunos, eles sempre respondem: “Em condições de baixa luz”.

Ok, eles estão certos, devemos utilizar o flash sempre que a quantidade de luz no ambiente é pouca, porém não somente.

Quem nunca fez a fatídica foto da varanda?

Temos um grupo de amigos sentados na varanda e atrás deles temos uma piscina ou uma praia iluminada. Resultado da foto: Uma silhueta total e não conseguimos ver ninguém na foto. Neste caso apesar de ser dia, se utilizarmos o flash, ele iluminará as pessoas na varanda e o resto já estará iluminado pelo sol, equalizando assim a iluminação da sua fotografia.

Isso também vale para fotos de por do sol com pessoas e sempre em situações de contra a luz.

No caso de fotografar uma pessoa no sol com chapéu ou boné, ou debaixo de um guarda sol ou árvore, utilizo o flash para amenizar a sombra no rosto da pessoa e em dias nublados sempre utilizo o flash para trazer a vibração das cores de volta. Prestem atenção como as cores perdem a vibração em dias nublados!

Nas máquinas digitais temos a opção de aumentar ou diminuir a potência do flash da nossa câmera, verifique no manual da sua câmera o procedimento correto para se fazer isso e caso o flash fique muito forte ou fraco na sua fotografia corrija a intensidade dele.

Verifique no site do clube: [www.fotoclub.art.br](http://www.fotoclub.art.br), as datas dos cursos de férias de fotografia básica e avançado.

Célio Coscia - Fotógrafo  
Vice-Presidente do Foto Cine Clube Bandeirante  
[www.fotoclub.art.br](http://www.fotoclub.art.br) [www.celiocoscia.multiply.com](http://www.celiocoscia.multiply.com)



FOTO CINE CLUBE BANDEIRANTE

# Dra. Elizabeth Saldanha Óticas Carol

**BIS-** *Dra. Elizabeth Saldanha, obrigado por nos ceder esta entrevista. Para iniciarmos, gostaríamos que nos desse alguns dados de sua empresa, como data de fundação, número de lojas, funcionários, etc.*

**Dra. ES** - Eu me sinto lisonjeada por essa oportunidade e pela consideração e respeito com que sou tratada pelo SINDIÓPTICA-SP. Em julho de 2006 conheci as Óticas Carol em uma feira de Franchising e foi amor à primeira vista! Em novembro do mesmo ano, inaugurei a minha primeira loja, seis meses depois veio a segunda e em 2010, a terceira. Hoje conto com uma equipe de 12 colaboradores.

**BIS** - *A Sra. é médica Pneumologista e foi executiva de uma das maiores empresas de serviços médicos do Brasil, esta experiência está sendo útil para seu trabalho no varejo?*

**Dra. ES** - Sim, com certeza. Assim como seria útil para muitos outros ramos de atividade. Trabalhei 22 anos nessa empresa e lá tive a oportunidade de trabalhar em várias áreas diferentes. Isso porque a empresa incentivava o "Job Rotation", que é o rodízio do funcionário por áreas e até por outras empresas do grupo. Aliado a essa prática, a empresa disponibilizava treinamentos, os mais diversos, o que tornava os colaboradores profissionais mais especializados, com muito mais agilidade na tomada de decisão e adeptos a mudanças.

Isso no varejo faz muita diferença. O mercado muda o tempo todo e nós também.

O cliente está cada vez mais exigente e as novas gerações, plugadas em mundos virtuais, querem produtos e serviços impecáveis e praticamente em tempo real.

Outra tarefa que me proporcionou bastante experiência foi escolher a Pneumologia como especialidade médica. Trabalhava com clientes graves em UTI, em que a agilidade e precisão na escolha da terapia e procedimentos corretos faziam muita diferença para salvar aquela vida ou melhorar a qualidade dela.

**BIS** - *Além de atuar como empresária do varejo óptico, a Sra. também continua investindo em seu conhecimento pessoal fazendo MBA, como consegue conciliar todas estas atividades?*

**Dra. ES** - Que pergunta difícil, Luis. Na teoria administrar o tempo é fácil, mas, na prática a verdade é outra.

Hoje temos tantas atividades que alguma tarefa ficará para ser feita depois. Infelizmente, eu não tenho uma resposta do tipo "Como administrar o seu tempo em duas aulas".

A verdade é que não dá para conciliar tudo. Mas é possível conciliar as prioridades. Se pensarmos assim, poderemos priorizar o nosso tempo com atividades que vão melhorar a nossa vida pessoal e profissional.

Aí cabe uma reflexão sobre o que queremos e como será a preparação para a conquista. Devemos pensar o que é mais importante neste momento, o que pode ser resolvido mais tarde e o que não precisa da nossa atenção ou pode ser delegado.

Penso que família, trabalho, educação e lazer precisam caminhar juntos. E essas são as minhas prioridades.

Acredito que quem conseguir administrar seu tempo prevendo um pouco de cada coisa terá uma qualidade de vida muito melhor

**BIS** - *Como a Sra. enxerga o futuro próximo do varejo óptico brasileiro com a chegada de grandes grupos estrangeiros aportando em nosso solo?*

**Dra. ES** - A globalização veio para ficar. Não vejo nenhuma possibilidade de retroagir e o mercado brasileiro é livre para todos os players. As óticas familiares vão continuar existindo e o mercado precisa delas.

O ideal é que exista uma competitividade saudável e não uma guerra de preços que faz com que todos derrubem suas margens e comprometam a saúde financeira das suas empresas.

**BIS** - *Quais conselhos a Sra. pode dar ao empresário, principalmente aos micros e pequenos empresários ópticos, que são a grande maioria, para se fortalecerem e atravessarem este período de transição pelo qual passa o varejo óptico no Brasil.*

**Dra. ES** - Fazer bem feito o que se propuseram a fazer e conhecer muito bem o seu mercado. Ser incansável na busca pela excelência técnica e por diferenciais que encantem o cliente.

Não basta ter apenas bons produtos. O cliente quer mais. Ele quer técnica e estética, ele quer qualidade e velocidade. Isso muitos podem fazer, mas proporcionar ao cliente uma experiência única no ponto de venda só poucos conseguem.

As micros e pequenas empresas tem um trunfo a seu favor que é a agilidade na tomada de decisão e na implantação de processos acompanhando as tendências do mercado e a fidelização do cliente.

**BIS** - *Suas considerações finais.*

**Dra. ES** - Acredito que educação e cultura nunca são demais. Estudar e trocar experiências nos transformam e nos mantém vivos e a nossa mente se abre a novas possibilidades.

Ficamos mais criativos e capazes de transformar a rotina desgastante em tarefas agradáveis e, lógico, lucrativas.



# Quer contratar um vendedor para sua óptica?

## Veja algumas dicas de como fazer isso.

Pode parecer que é fácil contratar pessoas para uma óptica, mas não é quando se segue uma metodologia.

Quando queremos comprar um lensômetro, basta esclarecer ao vendedor as nossas necessidades e ele nos orientará qual aparelho é o mais adequado para supri-las, além de nos dar garantias estendidas, etc.

Não é o mesmo quando queremos contratar pessoas, pois os seres humanos são muito mais complexos que qualquer máquina ou computador. Há quantos equívocos somos levados, pois existem candidatos especializados em passar em entrevistas.

Não podemos apenas ficar com o currículo do candidato, podemos até entrevista-lo e se mais de uma pessoa fizer isto, teremos duas opiniões diferentes.

Como solução, sugerimos a mais tradicional delas, pois a nossa experiência nessas contratações coincidem com as dos especialistas de que elas se compõem de três passos: Recrutamento, seleção e contratação (ou não) neste artigo, vamos seguir os passos dados por Héctor Noguera Trujillo publicado na revista Imagen Óptica Vol 8 México.

### Recrutamento:

Nesta etapa é necessário que tenhamos um perfil do candidato para a vaga disponível, pois precisamos harmonizar o candidato com a vaga. Este perfil inclui: Educação (Técnico Óptico, Superior, etc.); Experiência (ex. mínimo de 2 anos como consultor óptico); Habilidades específicas (recepção a clientes, fechamento de vendas, etc.); Atributos físicos (se usa barba, óculos, se mulher deve ter cabelo curto ou longo, etc.); Personalidade (Extrovertido, observador, atento, se tem empatia, etc.); Tipo de relação que se espera dele para com outras pessoas (Intensa, profunda, se consegue converter clientes em amigos, etc.).

Pode ser que você prefira um candidato sem experiência, para formá-lo na própria empresa, para isto você só precisa fazer o perfil alterando este quesito de experiência em óptica, para outra atividade que julgar mais adequado a sua visão do candidato para o cargo em aberto.

Onde encontrar o candidato? Se você quer um candidato com experiência, aconselhamos a observar uma regra de ouro que é: “Não faça aos outros, o que não quer para si.” Ou seja, por ética, não roube vendedores de outra óptica. Os meios mais utilizados neste mercado é fazer anúncios em laboratórios de surfassagem, atacados de lentes e armações, sites e revistas do trade, Escolas de óptica, anuncio para os próprios empregados da empresa (a indicação deles é a melhor opção). Se experiência não

é fator de importância, procure em bolsas de emprego, agência de colocação, Centros de integração empresa/escola, escolas e universidades.

### Seleção (dicas):

- Receba o candidato com um sorriso, isto ajuda a relaxar o candidato e ele pode se abrir e mostrar sua verdadeira personalidade;
- Diga a ele como será a entrevista para ele saber o que o espera, desta forma ele sente-se mais confortável e baixa suas defesas;
- Use uma prancheta para anotar dados da entrevista;
- Escute. O entrevistador não deve falar mais que 10% do tempo da entrevista, controle-se;
- Se o candidato parecer tenso mude o rumo da entrevista ou procure mudar a tática de abordagem do tema, um candidato tenso não passa a impressão certa de suas habilidades;
- Pense bem no que vai dizer, use seu tempo para formular perguntas e definir responsabilidades do cargo vago;
- Formule perguntas abertas, do tipo “Fale-me sobre...”, “Me descreva...”, “Me dê um exemplo...”, etc.
- Seja constante. Escolha de quatro a cinco perguntas e use as mesmas para todos os entrevistados. Desta forma, a avaliação pode ser medida e justa.
- Faça perguntas sobre o que ele gosta ou não gosta, pois as respostas podem dar uma idéia da fraqueza ou força do candidato, com elas pode-se saber se ele se orienta por objetivos, se é hostil, amigoso, preguiçoso, entusiasta, enérgico, etc.
- Procure sinais de mentiras. Se você acha que o candidato não esta sendo direto, peça uma explicação, pois se é mentira ele vai tropeçar nela na hora de explicar;
- Pergunte sempre, “O que você faria se...?” Faça uma pergunta sobre uma situação hipotética de problema relativa ao cargo que ele aspira e peça para ele uma idéia do que fazer neste caso. Observe na resposta a forma que cada candidato processa a informação, e propõe a solução.
- Fim da entrevista. Informe ao candidato que faltam cinco minutos para terminar a entrevista, ao fim deste tempo exato, pare, estenda a mão ao candidato e anuncie que a entrevista terminou. O acompanhe até a porta da sala, escreva um resumo de um parágrafo sobre suas impressões e chame o próximo candidato.

## A contratação (ou não):

De posse de todas as informações, chegamos a hora mais difícil: decidir quem ocupará a vaga.

- Alguns candidatos serão eliminados automaticamente, por morarem em localização geográfica desfavorável (muito longe ou contra-mão), não coincidir horário de trabalho com horário de escola ou outra atividade, não passar no exame médico, não possuir experiência ou conhecimento técnico mínimo necessário para o cargo, etc.;

- O mais comum é que no final, sobre dois ou três candidatos interessantes e que se enquadram no perfil. Neste caso se recomenda ter a opinião de outra pessoa, que possa ver nos candidatos algo que o entrevistador não tenha visto;

- Tomada a decisão de quem contratar. Avisar o candidato escolhido e também, os candidatos não escolhidos (o que quase nunca se faz), pois é frustrante ficar esperando uma resposta que nunca chega.

- Deve-se sempre ter “um regra 2”, pois é comum um candidato submeter-se a entrevista em várias empresas e quando você toma a decisão da contratação ele já esta contratado por outra.

Como pudemos ver a contratação de funcionários é complexa, mesmo para uma pequena óptica. Não existe uma “formula mágica” que possa prever um comportamento futuro dos candidatos, por mais exames ou entrevistas que façamos. O melhor meio para aumentar a produtividade de sua empresa assim como a motivação de seu pessoal, é contratar as pessoas certas desde o início.



Luis Alberto Perez Alves

## Previdencia Privada



Ficou interessado? Agende uma visita com nossos representantes, pelo Tel.: (11) 3259.3648  
e-mail: [contato@sindioptica-sp.com.br](mailto:contato@sindioptica-sp.com.br)

## Escolas de Idiomas



## Aparelhos Auditivos



## Certificação Digital



## Linhas de Crédito



Disponibilização de linhas de crédito, pela NOSSA CAIXA DESENVOLVIMENTO às empresas associadas ao SINDIÓPTICA-SP.

## Colônias de Férias



## Planos de Saúde



Para saber mais, entre em contato conosco:  
telefone (11)3259-5826 e-mail [contato@sindioptica-sp.com.br](mailto:contato@sindioptica-sp.com.br)



Sr. Álvaro Furtado(Sincovaga), Sr. Akira Kido(Sindióptica-SP) e o Sr. José Ibrahim Cury( Sincopar)

O Sr. Akira Kido, presidente do SINDIÓPTICA-SP, prestigiou a festa de 80 anos do SINCOVAGA.



Sr. Marcelo Luiz(Safilo), Sr. Akira Kido, Sra. Mariangela P. Albertino e a Sra. Eliane L. Wakai (Senac)

Presença do SINDIÓPTICA-SP no XXVII SEMINÁRIO DE ÓPTICA DO SENAC TIRADENTES 24 a 26 de outubro de 2011



Seminário em Óptica 2011 – Sindióptica-SP Lapa-Faustolo 18 de agosto de 2011.



## 50 ANOS!

Festa, regozijo, comemoração, cumprimentos.

Nada, nada, são 18.250 dias de convivência. Uns benfazejos, outros de trabalhos e desafios.

Poucos até de contratemplos.

Mas, todos muito felizes e radiosos – porque vividos em conjunto – com muito amor, compreensão e carinho. Daí a solidez dessa família edificada na fé, na perseverança e na dignidade.

Bodas de Ouro!

Parabéns ao casal Junko e Akira Kido 15/10/1961 – 15/10/2011.