
INTENSIVO DE VAREJO
NRF | GVcev
2020

Propósito, Valores e Sucesso no Varejo - NRF 2020

Juracy Parente

São Paulo, 5 de fevereiro de 2020

NRF 2020 - Trilhas de palestras

- **EXPERIÊNCIAS VISIONÁRIAS**
- **MODELOS VISIONÁRIOS**
- **PARCERIAS VISIONÁRIAS**
- **PROCESSOS VISIONÁRIOS**
- **PROPÓSITOS VISIONÁRIOS**
- **TALENTO VISIONÁRIO**

NRF 2020 - Trilhas de palestras

- EXPERIÊNCIAS VISIONÁRIAS
- MODELOS VISIONÁRIOS
- PARCERIAS VISIONÁRIAS
- PROCESSOS VISIONÁRIOS
- PROPÓSITOS VISIONÁRIOS
- TALENTO VISIONÁRIO

NRF 2020 – Temas

Talento Visionário e Propósito Visionário

- **EQUIPE – FUNCIONÁRIOS**
- **SUSTENTABILIDADE**
- **ÉTICA**
- **DIVERSIDADE**

Domingo 8:45

Satya Nadella - CEO Microsoft

Trilha: Propósito



Domingo 8:45

Satya Nadella - CEO Microsoft

Trilha: Propósito



- Futuro do Varejo = Varejo Inteligente
- O que fazer com todo esse enorme volume de dados?
 - Conhecer os clientes
 - Reinventar os modelos de negócio
 - Criar uma cadeia abastecedora inteligente
 - Varejista desenvolver sua própria intensidade tecnológica
 - **Empoderar os funcionários**

Domingo 8:45

Satya Nadella - CEO Microsoft

Trilha: Propósito



- Futuro do Varejo = Varejo Inteligente
- O que fazer com todo esse enorme volume de dados?
 - Conhecer os clientes
 - Reinventar os modelos de negócio
 - Criar uma cadeia abastecedora inteligente
 - Varejista desenvolver sua própria intensidade tecnológica
 - **Empoderar os funcionários**
- Alguns Fatores que determinam o sucesso do varejo:
 - Equilibrar: Intensidade Tecnológica + Arte do Varejo
 - Compartilhar os dados para apoiar as equipes
 - Aumentar a taxa de conversão do cliente e satisfação do funcionário
- Exemplo da IKEA -

Exemplo da IKEA

Varejo de móveis – Suécia

- US\$ 45 bilhões - 430 lojas
- 220 mil funcionários - 52 países
- Visão: “to create a better everyday life for the many people”



Exemplo da IKEA

Varejo de móveis – Suécia

- US\$ 45 bilhões - 430 lojas
- 220 mil funcionários - 52 países
- Visão: “to create a better everyday life for the many people”



Aplicativo:

- Facilitar a flexibilidade de horários dos funcionários.
- Descentralizar processo – funcionário consulta funcionário
- Atender suas necessidades e aos padrões de tráfego na loja.
- Agilizar e simplificar o processo.
- "intensidade tecnológica" $\leftrightarrow$ associados empoderados
- IKEA – foco nos clientes e nas pessoas que se relacionam com os clientes.

Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

Por que Empregos no Varejo são Bons Empregos?



Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

**Por que Empregos no Varejo
São Bons Empregos?**

**Por que Empregos no Varejo
Podem Ser Bons Empregos?**



Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

Por que Empregos no Varejo Podem Ser Bons Empregos?



- Mudanças tecnológicas e transformações trazem novos desafios para funcionários
- Enorme desvantagem da Alta Rotatividade de Pessoal
- Prioridade para reduzi-la.
- Desvantagem da Alta Rotatividade de Pessoal

Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

Por que Empregos no Varejo Podem Ser Bons Empregos?



- Mudanças tecnológicas e transformações trazem novos desafios para funcionários
- Enorme desvantagem da Alta Rotatividade de Pessoal
- Prioridade para reduzi-la.
- Desvantagem da Alta Rotatividade de Pessoal
 - Funcionários insatisfeitos estimulam a insatisfação da equipe
 - Geram também insatisfação dos clientes.
 - Insatisfação dos clientes gera queda da Receita
 - Alta Rotatividade promove maiores custos:
 - \$\$\$ recrutamento, \$\$\$ treinamento. \$\$\$ menor produtividade

Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

Por que Empregos no Varejo Podem Ser Bons Empregos?

- Pesquisas mostram que:
 - Satisfação do funcionário do Sam's Club é menor do que no CostCo.
 - Clientes do Sam's Club pedem funcionários mais “amigáveis”.
- A retenção tornou-se assim uma prioridade mais alta.
- Como transformar o varejista em ótimo local de trabalho e assim oferecer maior realização aos funcionários?



Domingo 9:30

John Furner – CEO WalMart USA

Por que Empregos no Varejo Podem Ser Bons Empregos?



- Pesquisas mostram que:
 - Satisfação do funcionário do Sam's Club é menor do que no CostCo.
 - Clientes do Sam's Club pedem funcionários mais “amigáveis”.
- A retenção tornou-se assim uma prioridade mais alta.
- Como transformar o varejista em ótimo local de trabalho e assim oferecer maior realização aos funcionários?
- Como reduzir a rotatividade e melhorar o atendimento ao cliente?
- Como aumentar o empoderamento e satisfação do Funcionário?
 - aumentar os salários,
 - melhorar o treinamento do funcionário e das chefias,
 - **Dar mais flexibilidade na programação de seus horários.**

FROM BEYOND – Seth Goldman Hamburger com mais benefícios

- Parcerias com Subway
- Testando com McDonald's. .
- Mercado em rápida expansão
- Expansão prevista na China
- Não tem gosto de soja
- Reproduz fielmente a carne - 5 sentidos:
 - sabor, aroma, textura cor, e ruídos na experiência do cliente



FROM BEYOND – Seth Goldman Hamburger com mais benefícios

- Parcerias com Subway
- Testando com McDonald's. .
- Mercado em rápida expansão
- Expansão prevista na China
- Não tem gosto de soja
- Reproduz fielmente a carne - 5 sentidos:
 - sabor, aroma, textura cor, e ruídos na experiência do cliente
- Grande concorrente
 - Não é indústria de carnes de soja
 - É indústria de carnes animais
- Ideia:
 - Não é transformar o mercado em veganos
 - Dar ao comedor de carne opção de variar



FROM BEYOND – Seth Goldman Hamburger com mais benefícios

- Objetivo:
 - Consumidor experimentar
 - Se experimentarem, serão convertidos
- Empresa - ambição de ser disruptiva e enfrentar desafios globais
- Produto - desenvolvido com base em pesquisas profundas
- Começou com carne e salsicha, mas indo além
- Diversificando ingredientes – ervilhas, lentilhas, ou outros - foco no sabor.



FROM BEYOND – Seth Goldman

Hamburger com mais benefícios

- Objetivo:
 - Consumidor experimentar
 - Se experimentarem, serão convertidos
- Empresa - ambição de ser disruptiva e enfrentar desafios globais
- Produto - desenvolvido com base em pesquisas profundas
- Começou com carne e salsicha, mas indo além
- Diversificando ingredientes – ervilhas, lentilhas, ou outros - foco no sabor.
- Objetivo: ajudar a diminuir a fome no mundo
- Ser mais sustentável – 99% menos água e 93% menos terra.
- Criar um renascimento no mundo rural –
- Empresas de Carne Bovina – já estão usando plantas para desenvolverem produtos de “carne” de plantas.



3ª feira – 12:00

Ethical enlightenment in retail – It's all about the Stakeholders

Iluminação ética no varejo - é tudo sobre as partes interessadas

Body Shop (Grupo Natura) – CEO David Boyton

Adelante Shoe Co – fundador e CEO – Peter Sacco

- Questões:
- No mundo em transformação, como empresa podem se manter relevantes para seus stakeholders?
- Como inovar continuamente considerando os objetivos dos stakeholders da empresa?
- Será que empresa oferece a habilidade para inovar, antecipar e responder os interesses de todos seus stakeholders.
- What's the secret to doing well, but also doing good?
- Será que os empresários estão pronto para isso?
- Como valores éticos podem efetivamente serem incorporados ao longo da empresa?

3ª feira – 12:00 –

Ethical enlightenment in retail – It's all about the Stakeholders

Body Shop (Grupo Natura) – CEO David Boyton

- 1976 – Inglaterra - Anita Roddick
- 3.000 lojas em 65 países
- Reconectar a empresa com suas raízes
- Alinhar lucros com uma visão ética
- Operar com princípios, propósitos e valores
- Colocar todos “Stakeholders” e não os acionistas em 1º lugar



3ª feira – 12:00 –

Ethical enlightenment in retail – It's all about the Stakeholders

Body Shop (Grupo Natura) – CEO David Boyton

- 1976 – Inglaterra - Anita Roddick
- 3.000 lojas em 65 países
- Reconectar a empresa com suas raízes
- Alinhar lucros com uma visão ética
- Operar com princípios, propósitos e valores
- Colocar todos “Stakeholders” e não os acionistas em 1º ugar

Alguns Princípios

- Assegurar que 100% dos ingredientes sejam naturais e rastreáveis.
- Comunicar grau de biodegradabilidade e impactos hídricos dos produtos.
- Reduzir anualmente impacto ambiental - todas categorias de produtos
- Inovar, buscando novos ingredientes de zonas de diversidade e ajudar na valorização dessas áreas.



3ª feira – 12:00 –

Ethical enlightenment in retail – It's all about the Stakeholders Adelante Shoe Co – CEO Peter Sacco

- Start-up com forte foco ético.
- Fazer negócios de forma diferente
- Sapatos feitos à mão na Guatemala
- Entrega ao cliente em 10 dias
- Boa remuneração aos sapateiros
- Valor compartilhado - não lucro máximo
- Nova experiência - sapato sob medida
- Cliente é informado quem fará o sapato
- Vínculo entre cliente e o sapateiro



3ª feira – 12:00 –

Ethical enlightenment in retail – It's all about the Stakeholders Adelante Shoe Co – CEO Peter Sacco

- Start-up com forte foco ético.
- Fazer negócios de forma diferente
- Sapatos feitos à mão na Guatemala
- Entrega ao cliente em 10 dias
- Boa remuneração aos sapateiros
- Valor compartilhado - não lucro máximo
- Nova experiência - sapato sob medida
- Cliente é informado quem fará o sapato
- Vínculo entre cliente e o sapateiro
- Vídeo com cenas do trabalho e da vida do sapateiro.
- Sapato com inscrição – nome sapateiro
- Cresce interesse \$\$\$ em negócios direcionados por propósitos



- 2ª feira - Jan 13 9:15am

Vozes Visionárias de Ambição, Propósito e Inclusão

- Shannon Schuyler - PWC – diretora de Propósito e de Inclusão
- Mercedes Abramo - Cartier North America - CEO
- Shawn Outler - Macy's - Diretora de Diversidade
- Sammy Sheffer - Rent the Runway – Diretora de Pessoas



Vozes Visionárias de Ambição, Propósito e Inclusão



- Mudanças sociais e demográficas:
 - Desafio: Como aumentar diversidade nos times e na culturas das empresas.
- Mulheres Presidentes e Diretoras - liderando movimento de inclusão e diversidade
- Movimento “Action for Diversity & Inclusion”
 - 900 CEOs compromisso – ampliar ações
 - Em 2019 – aumento de 70% no número de adesões
- “Diversidade” – fator central para o sucesso
- Historicamente:
 - Homem recebe “sponsorship” para ascender na hierarquia
 - Mulher – recebe “mentorship” para bom desempenho

Vozes Visionárias de Ambição, Propósito e Inclusão

- Cartier –
 - Mulher - funcionários e clientes
 - Mas mulher é minoria na diretoria
 - Empresa está treinando mulheres para assumir lideranças .”
 - Homens - mostram intenções de crescimento na empresa.
 - Mulheres começam a ser incentivadas a fazer o mesmo, para então receber apoio das chefias
- Macy’s:
 - Meta do Macy’s:
 - % 30 variedade étnica – níveis de diretoria.
 - 2020 – 45 participantes em treinamento
 - Várias diretoras “top” - mulheres com diversidade étnica
 - Trabalham para estimular ascendência de mulheres



Responsabilidade Corporativa para todos os stakeholders

Parcerias com todos os “stakeholders”



Capitalismo Consciente



Capitalismo Consciente - Exemplos de Empresas



The Container Store®

NORDSTROM

Wegmans



O Ciclo Virtuoso do Capitalismo Consciente

- *“A razão para isso é clara.*
 - *As empresas conscientes tratam seus stakeholders melhor.*
 - *Como consequência, seus fornecedores estão mais felizes em fazer negócios com elas;*
 - *Seus funcionários são mais engajados e produtivos e estáveis;*
 - *Seus clientes estão mais satisfeitos e leais; e suas comunidades acolhem-nas melhor.*
 - *Ou seja, as empresas mais conscientes dão mais e recebem mais”.*
-
- Fonte: Frms of Endearment: How World-Class Companies Profit from Passion and Purpose, [Rajendra Sisodia](#), [Jagdish N. Sheth](#), [David Wolfe](#) , 2014,

NRF 2020 – Temas Talento e Propósito Visionários

- EQUIPE – FUNCIONÁRIOS
- SUSTENTABILIDADE
- ÉTICA
- DIVERSIDADE

INTENSIVO DE VAREJO
NRF | GVcev
2020

Propósito, Valores e Sucesso no Varejo - NRF 2020

Juracy Parente

São Paulo, 5 de fevereiro de 2020

INTENSIVO DE VAREJO
NRF | GVcev
2020

Propósito, Valores e Sucesso no Varejo - NRF 2020

Juracy Parente

São Paulo, 5 de fevereiro de 2020

INTENSIVO DE VAREJO
NRF | GVcev
2020

O B R I G A D O !!!

Propósito, Valores
e Sucesso no Varejo - NRF 2020

Juracy Parente

São Paulo, 5 de fevereiro de 2020

Propósito, Princípios e Valores que orientam o posicionamento, estratégia e liderança

Juracy Parente, Ph.D.

O B R I G A D O !!!

1. Estratégia Clara e Diferenciada

ESTRATÉGIA: Alguns conceitos chaves

- A) Responder às Mudanças –
 - Whole Food
 - Lulemon
- B) Posicionamento: buscando a diferenciação
 - Nordstrom, Chico's, Lane Bryant
- C) Foco e Escolhas: Coragem para dizer Não
 - Aldi, Dia%