



sincovaga sp

supernotícias

NÚMERO 06 | ANO 2 | MARÇO/ABRIL | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA | WWW.SINCOVAGA.COM.BR

O QUE ESPERAR DO VAREJO EM 2013?

Com o início de 2013, começam também as análises dos especialistas sobre o cenário econômico que nos espera.

SERVIÇO

Acordo visa inclusão de pessoas com deficiência no mercado

TIRA-DÚVIDAS

Como evitar as fraudes no comércio

MÍDIA

Sindicato fala sobre o Código de Defesa do Consumidor

ESTA EDIÇÃO TEM O PATROCÍNIO DAS EMPRESAS:



autofax

Elavon





Alvaro Furtado

Presidente do Sincovaga SP

Uma nova era tem início no Sincovaga/SP - Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo. Após 82 anos defendendo os interesses do comércio varejista que comercializa alimentos e bebidas, o ano de 2013 será um período de grandes mudanças. Estaremos passando por muitas transformações, inclusive estruturais, como a reforma das instalações administrativas, do auditório e do espaço de atendimento, cujas obras já se iniciam no mês de abril. O objetivo é melhorar a base para que possamos atender ainda com mais eficiência nossos associados. Informaremos o andamento dessas mudanças nas próximas edições do SuperNotícias. Acompanhe.

Esse novo momento vivido pelo sindicato se refletirá no projeto gráfico do Boletim SuperNotícias, que chega ao mercado também em versão online (www.supernoticiasonline.com.br). A missão do boletim consiste em trazer informações de interesse do setor, que serão disponibilizadas também por meio de newsletters.

Um dos destaques desta edição é a matéria sobre as perspectivas do varejo em 2013, que revela um bom ano para o segmento no País e no Estado. A expectativa é que o setor cresça 4% - acima do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. Na seção 'Jurídico', abordamos a abertura das lojas aos domingos, assunto bastante controverso entre trabalhadores, empresas e entidades representativas. Os temas assédio moral e a contratação de pessoas com deficiência também são explorados. São duas matérias complementares, cuja leitura é fundamental para que empresários tirem suas dúvidas sobre o assunto, evitando assim que empresas sejam penalizadas no futuro.

Hoje com tiragem de 30 mil exemplares e expectativa de chegar a 50 mil exemplares em 2014, através da reformulação do informativo, pretendemos melhorar e ampliar a comunicação, bem como o relacionamento com os empresários do setor. Com esse intuito participaremos da SIAL Brazil 2013 - feira que acontece entre os dias 25 e 28 de junho de 2013, no Pavilhão do Expo Center Norte, em São Paulo. O estande do Sincovaga (localizado na Rua S - nº 188) está sendo preparado para receber e atender os visitantes. Contamos com sua presença!

Assim como o novo SuperNotícias, o Guia de Serviços também terá novo projeto gráfico este ano, e chegará ao mercado no final de abril, buscando facilitar a vida dos estabelecimentos e oferecer produtos e serviços, além de condições diferenciadas às empresas. Espero que possam apreciar o conteúdo deste novo informativo e que as informações aqui compartilhadas sejam úteis para o dia a dia e o sucesso do seu negócio.

Boa leitura!



Fundado em 1931, o SINCOVAGA representa as empresas da categoria econômica do varejo de gêneros alimentícios no Estado de São Paulo, assim entendidas as que comercializam, predominantemente, alimentos, produtos de higiene pessoal e de limpeza doméstica, com denominações como: hipermercados, supermercados, autosserviços, adegas, mercados, mercadinhos, lojas de conveniência, quitandas, mercearias, empórios, laticínios, sacolões, etc.

É atribuição do SINCOVAGA representar todos os integrantes da categoria nas discussões com as representações dos trabalhadores comerciários e diferenciados para firmar convenções coletivas de trabalho, nas quais são definidas as regras para os prestadores de serviço nas empresas do varejo de alimentos.

Entre em contato conosco para conhecer e saber como utilizar nossos serviços:

Rua 24 de Maio, 35 - 13º Andar - Conjunto 1313 - Centro - São Paulo/SP
CEP: 01041-001

São Paulo: **11 3335.1100**

Guarulhos: **11 2229.6141**

www.sincovaga.com.br

DIRETORIA PRESIDENTE

Alvaro Luiz Bruzadin Furtado

SECRETÁRIA

Mercedes Portabales Mosquera - Supermercado Madrid Ltda.

TESOUREIRO

Jair Marchini - Panificadora e Mercearia Zas Traz Ltda.

SUPLENTE

Vivian Sabrina Tanaka Sereno - Nícolas Comércio de Alimentos - ME

Sérgio Hissao Hidani - Supermercado Ponto Real Lageado Ltda.

Antonio José Vicente do Nascimento - Antonio José Vicente do Nascimento - ME

CONSELHO FISCAL

Osmar Aquino Moreira - Mercadinho Santa Cruz Ltda.

Mituo Kimura - Supermercado Livieiro Ltda.

Aparecido Simões Noronha - Bruno's e Florenza Pizzaria Ltda

SUPLENTE

Sérgio Murilo de Araújo Freitas - Companhia Brasileira de Distribuição - Grupo Pão de Açúcar

Douglas de Souza Soares - Carrefour Comércio e Indústria Ltda.

Marcos Antonio Peixinho - Wal Mart Brasil Ltda.



www.supernoticiasonline.com.br

O SuperNotícias é uma publicação bimestral do SINCOVAGA dirigida aos principais estabelecimentos varejistas no Estado de São Paulo. São empresas do segmento de varejo de gêneros alimentícios e empresas que atuam nos setores de alimentos, bebidas, produtos de higiene pessoal, beleza e limpeza doméstica.

EXPEDIENTE

JORNALISTAS:

Daniela Guiraldelli - MTb 36.334

Thais Abrahão - MTb 25.299

REVISÃO:

Contexto Assessoria em Língua Portuguesa
revisatextos@uol.com.br

PUBLICIDADE:

Informo Marketing e Serviços
comercial@informo.com.br / comercial@sincovaga.com.br
Tel.: (11) 97138.1709 / 2679.5939 / 5061.5771

RELACIONAMENTO

sn@sincovaga.com.br
Fale conosco: (11) 3335.1100

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:

Verts Comunicação
contato@vertscomunicacao.com.br

Tiragem: 30.000 exemplares

Periodicidade: Bimestral

Circulação: Regional

Comercialização e Produção:



O QUE ESPERAR DO VAREJO EM 2013?



O aumento do trabalho, da renda e do crédito foram os principais fatores que impulsionaram o desempenho do segmento do comércio varejista de gêneros alimentícios no Estado de São Paulo em 2012, colaborando para o crescimento de 5,5%, considerado altamente satisfatório.

Com o início de 2013, começam também as análises dos especialistas sobre o cenário econômico que nos espera. O primeiro trimestre já soma inúmeras revisões nas previsões para o crescimento do PIB (Produto Interno Bruto). A porcentagem mais provável gira em torno de 3%, desempenho que, por estar muito abaixo do esperado, já rende um apelido um tanto incômodo ao índice, que é a soma das riquezas produzidas pelo País: “pibinho”.

Entram no cálculo do PIB os resultados da indústria (que respondem por 30% do total), dos serviços (65%) e da agropecuária (5%). No ano passado, a participação da indústria nessa conta caiu, enquanto a do setor de serviços, que inclui o comércio, subiu e obtém mais destaque a cada ano.

“Acreditamos que em 2013 o cenário positivo para o comércio varejista deve se sustentar, porém a perspectiva é de aumento um pouco mais modesto, estimado em 4%, o que, considerado o patamar ainda acima do PIB, será extremamente positivo”, avalia

Alvaro Furtado, presidente do Sincovaga (Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo). O otimismo é ratificado pela Fecomércio-SP, que apontou um crescimento de 9,4% no setor de supermercados na região metropolitana de São Paulo em 2012 e prevê para 2013 um incremento de 5% na atividade.

“Acreditamos que em 2013 o cenário positivo para o comércio varejista deve se sustentar...”

Entre as tendências para os equipamentos de varejo em 2013, as grandes organizações nacionais deverão investir mais fortemente no modelo “ataca-rejo” e em lojas menores. “As redes médias expandirão suas unidades em municípios menores que, em face da melhoria das condições de emprego e salário, passam a ser atraentes”, diz o presidente do Sincovaga. “Este é um cenário interessante para o consumidor pois, além do aprimoramento das operações, os preços serão igualmente impactados pela forte competição.”

Já os supermercadistas independentes buscarão consolidar suas posições, fidelizando seus consumidores com investimento na melhoria dos equipamentos e no treinamento de seus colaboradores. “Nesses nichos, mais que preço e variedade, o atendimento personalizado e de qualidade visa conquistar um consumidor cada vez mais exigente”, conclui o especialista. ■



ACORDO VISA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE TRABALHO

O Sincovaga, o Sindicato dos Comerciários de São Paulo e a Superintendência Regional do Trabalho e Emprego de São Paulo (SRTE/SP) firmaram recentemente um acordo tripartite inédito, com vigência de 24 meses, que visa estimular e facilitar a inclusão de pessoas com deficiência e reabilitados do INSS no mercado de trabalho, cumprindo o Artigo 93, da Lei nº 8.213/91, mais conhecido como Lei de Cotas.

O documento prevê a adesão facultativa das empresas integrantes da categoria econômica representada pelo Sincovaga, que terão o compromisso de cumprir as cotas legais de contratação de pessoas com deficiências dentro de prazos estipulados, a partir da assinatura: 30% da cota em 6 meses; 60% em 12 meses; 80% em 18 meses e 100% da cota em até dois anos.

De acordo com o Termo de Compromisso, as empresas deverão promover a capacitação profissional das pessoas com deficiência por meio de treinamentos adequados às necessidades das funções que irão desempenhar. O acordo também prevê a troca de informações sobre vagas disponíveis e cadastro de currículos, ampliando as condições de captação da mão de obra.

“O respeito a esta reserva de vagas é uma obrigação legal, mas reconhecemos que o processo só se transformará em mecanismo efetivo de inclusão com a articulação de toda a sociedade, em particular das empresas, do Ministério do Trabalho e Emprego e dos sindicatos”, afirma o Coordenador do Projeto de Inclusão da Pessoa com Deficiência da SRTE/SP, José Carlos do Carmo.

As entidades e as empresas que aderirem deverão realizar campanhas internas de valorização da diversidade, além

de coibir a discriminação à pessoa com deficiência ou reabilitada, garantindo a ela condições e oportunidades de carreira iguais às oferecidas aos demais trabalhadores.

Os processos de seleção promovidos pelas empresas deverão ter caráter inclusivo, garantindo sempre a possibilidade de os candidatos comprovarem a capacidade para o trabalho. O ambiente de trabalho também deve receber as adequações necessárias, para que se eliminem as barreiras que prejudicam a acessibilidade, respeitando-se a característica de cada pessoa.

O Sincovaga contratou uma especialista em programas de diversidade e inclusão no mercado de trabalho, Maria de Fátima e Silva, que prestará assessoria à entidade com o objetivo de apoiar e orientar as empresas representadas que aderirem ao acordo.

As empresas deverão promover a capacitação profissional das pessoas com deficiência

Alvaro Furtado, presidente do Sincovaga, entende que o tripartismo consciente é sempre a melhor solução para possibilitar o cumprimento de leis e oferecer sempre a alternativa mais adequada para a sociedade. “Os supermercados que têm grande dificuldade em cumprir a Lei de Cotas passam a contar com o apoio de mecanismo que lhes permitirá – bastando que firmem sua

adesão – contratar pessoas com deficiência para integrar seus quadros. Cumprindo os prazos assinalados, não sofrerão o gravame de multas pesadas.”

Para garantir a eficácia do processo de inclusão e avaliar os resultados obtidos, foi criada uma Comissão Intersindical, com integrantes das duas entidades, das empresas e também da Superintendência Regional do Trabalho e Emprego, que têm se reunido mensalmente para realizar um balanço da iniciativa.

Para obter mais informações sobre como aderir, contate o Sincovaga pelo telefone (11) 3335-1100. ■

GENTE DO VAREJO



Apanã: aposta no consumo de produtos orgânicos

Diretor-comercial e um dos sócios do Mercado Apanã, localizado no bairro de Perdizes, em São Paulo, Daniel Pascalicchio iniciou carreira no mercado financeiro e depois migrou para a área de consultoria estratégica. Tempos depois teve passagens por entidades do terceiro setor e, desde 2008, atua no segmento de atacado e distribuição. É economista formado pela PUC – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, com mestrado em Administração pela FGV – Fundação Getúlio Vargas.

O Mercado Apanã surgiu da necessidade do empreendedor em preencher a carência de ofertar preços realmente acessíveis em relação aos produtos orgânicos. O objetivo foi alcançado, e hoje a loja disponibiliza uma linha de orgânicos que se aproxima do que é oferecido pelo varejo tradicional de bairro, ou seja, um *portfólio* que apresenta entre 5 a 10 mil produtos diferenciados.

O *mix* oferecido busca atender às necessidades dos consumidores de todas as classes sociais, com foco nas classes de maior poder aquisitivo. “O objetivo foi criar um modelo de abastecimento que privilegie o consumo de orgânicos em escala, bem como a variedade de produtos, estimulando uma cadeia de empresas e itens com grande potencial de crescimento”, afirma.

Para aproveitar oportunidades, Pascalicchio investe na qualificação de fornecedores, além de programas de auditoria, para que seja garantida a qualidade prometida ao consumidor na ponta. Para os próximos anos, a expectativa é a abertura de 15 lojas do Apanã em São Paulo. Depois a bandeira ruma para uma expansão estadual e nacional. Projeto ousado. ●



Daniel Pascalicchio

DESTAQUE



Palestrantes: 1 - Jaudenir da Silva Costa / 2 - José Carlos do Carmo (Kal) / 3 - Maria de Fátima Silva

SINCOVAGA DISCUTE OS TEMAS ASSÉDIO MORAL E A CONTRATAÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

No dia 26 de março de 2013, foi realizada palestra que abordou as questões do assédio moral e da contratação de pessoas com deficiência pelas empresas. O encontro contou com a presença de Jaudenir da Silva Costa – Coordenador da Comissão Regional de Combate à Discriminação do Ministério do Trabalho e Emprego em São Paulo; José Carlos do Carmo “Kal” – Coordenador do Projeto de Inclusão da Pessoa com Deficiência do MTE e Maria de Fátima e Silva – Consultora do Sincovaga para programas de inclusão e diversidade e da UNESCO. Os trabalhos foram conduzidos por Mercedes Portabales Mosquera – Presidente em exercício durante a reunião.

O encontro foi fundamental para esclarecer e orientar empresários do comércio varejista de alimentos e

bebidas a lidar com ambos os temas, evitando possíveis processos, e, assim, construir relações respeitadas no ambiente de trabalho. Também foi ressaltado o papel do gestor dentro das companhias. “Os gestores têm papel fundamental no combate ao preconceito, sendo necessário mudar a concepção desses profissionais”, disse Jaudenir da Silva Costa, do MTE. Para a consultora Maria de Fátima e Silva, a mudança deve começar em cada um de nós, na vida cotidiana. “Temos que avaliar no dia a dia as atitudes que tomamos, que nem sempre percebemos, mas que podem levar à prática do assédio moral nas nossas relações” ressaltou.

Na contratação de pessoas com deficiência, caberá às empresas darem o treinamento necessário, além de preencher as vagas de forma adequada para que não sofram penalizações. “A multa é efetuada caso a empresa não se adapte à lei, que orienta que deve ser reservado um percentual para pessoas com esse perfil dentro das companhias”, alertou José Carlos do Carmo, do MTE. ●



COMO EVITAR FRAUDES NO COMÉRCIO

“Confiar, desconfiando sempre.” O velho ditado popular está mais atual do que nunca, especialmente quando o assunto é fraude no comércio, uma das maiores preocupações dos empresários do setor.

Só para ter ideia do perigo, segundo a Serasa Experian, a cada 14,8 segundos um consumidor brasileiro é vítima de tentativa de fraude conhecida como roubo de identidade, em que dados pessoais são usados por criminosos para obter crédito, com a intenção de não honrar com os pagamentos ou fazer um negócio sob falsidade ideológica. Entre janeiro e dezembro de 2012, foram registrados 2,14 milhões de tentativas de golpes, número recorde desde 2010.

Para alguns especialistas, há procedimentos simples e baratos que podem reduzir consideravelmente os riscos de os micro e pequenos varejistas – que em razão do porte tendem a investir menos em sistemas de segurança –, tornarem-se os maiores alvos dos criminosos.

“É preciso conhecer seus clientes, seus hábitos, as formas de pagamento que preferem e, quando possível, até mesmo onde moram. Já com clientes novos, é necessário mais cautela, não se deixando levar pelas aparências. É comum o falsário ser bem-falante, estar bem-vestido e acompanhado de outra pessoa, que se encarrega de desviar a atenção do comerciante”, avalia o economista-chefe da Associação Comercial de São Paulo, Marcel Solimeo.

Olhos bem abertos, pois há dias e horários em que as fraudes são mais comuns, aconselha Solimeo. “Depois que os bancos estão fechados, e em dias

de maior movimento, como sextas-feiras e sábados, é essencial ter mais atenção.”

O especialista da ACSP cita o fato de que justamente quando o movimento aumenta é que o pequeno varejista costuma relaxar com a segurança. “Mesmo com a loja cheia, tenha cautela com a venda a prazo ou com cheque. Concentre-se na checagem: verifique o documento com foto e confira a assinatura. Se tiver funcionários, treine-os para que aprendam a observar e conferir tudo”, afirma.

“Cheques desbotados, previamente preenchidos ou rasurados, são fortes indícios de fraudes. É possível encontrar até mesmo erros de português em documentos falsificados”, avalia a Assessora Econômica da Fecomercio, Fernanda Della Rosa.

Aliás, observar é um ponto-chave para quem atua no comércio. “Há comportamentos que, juntos, tornam-se suspeitos na hora de concretizar uma venda”, explica Celso Rodrigues, gerente de Soluções Antifraudes da Serasa Experian. Ele dá alguns exemplos de atitudes de consumidores mal-intencionados que exigem atenção: “Ter pressa ao fechar uma compra; não perguntar preço; não pedir desconto; comprar muitos itens de um mesmo produto; gaguejar na confirmação de dados e não portar mais de um documento de identificação”.

Para ambos os especialistas, prevenir é melhor e sai mais barato que remediar. Além do hábito de consultar o SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) ou outras ferramentas de cadastro, é importante que o comerciante tenha claramente exposta sua política para receber cheques ou vender a prazo e que a siga rigorosamente. “Exceto para os clientes cadastrados, a regra deve valer para todos. Só não se deve exigir identificação apenas dos clientes mais simples, pois o comerciante pode acabar tendo problemas e ser acusado de discriminação”, completa Solimeo.

“Nem sempre os golpes partem dos consumidores finais, mas de fornecedores”

Na opinião de Rodrigues, da Serasa Experian, há um fator cultural que acaba favorecendo as fraudes, pois o brasileiro ainda se preocupa pouco em proteger suas informações pessoais. “Tanto que não raro há promoções no comércio onde se preenche um pequeno pedaço de papel com inúmeros dados (CPF, endereço, telefone, e-mail). Após o sorteio, esse material vai parar no lixo e, depois disso, porventura nas mãos de estelionatários, para serem utilizados em golpes”, conclui.

“Nem sempre os golpes partem dos consumidores finais, mas de fornecedores”, alerta Fernanda, da FecomercioSP. Um exemplo são as empresas fantasma, que se passam por atacadistas para obter ganhos fiscais e, quando a fraude é descoberta, a Receita Federal acaba cobrando o varejista. Entre as dicas da especialista para evitar dores de cabeça, estão comprar sempre de empresas consolidadas no mercado, que não tenham reclamações, e desconfiar de correspondências de cobrança fora do padrão, consultando sempre o fornecedor se verificar que o boleto está incorreto. ■

NA MÍDIA

O Código de Defesa do Consumidor tem passado por mudanças, porém poucos empresários estão atentos a elas. Em busca de trazer informações atuais sobre o assunto, Alvaro Furtado, presidente do Sincovaga, deu uma entrevista ao Portal NewTrade, especificamente à NewTrade TV – veículos de comunicação da EBC Editora (Editora Brasileira do Comércio) –, no mês de março.

Segundo ele, o cliente deseja ser bem atendido, no tempo certo e de acordo com o que foi prometido. “O consumidor tem reclamado mais sobre produtos perecíveis, assim como atendimento ruim no ponto de venda. Aspectos como prazo de entrega são mais relevantes em serviços logísticos e comércio eletrônico também”, ressaltou durante conversa com a repórter Andreia Martins.

Entre os públicos, a classe média ascendente, ou classe C, que ingressou no mercado de consumo nos últimos anos, tem se mostrado muito mais ciente dos seus direitos do que aqueles que já consumiam certos tipos de produtos e serviços. “Hoje esse novo consumidor exige qualidade,



Dr. Alvaro Furtado em entrevista à newtrade.tv

atendimento e boa prestação de serviço. E quando isso não acontece, ele muda de fornecedor”, analisou.

Por isso, para o presidente do Sincovaga, é importante estar atento aos diversos aspectos da relação com o consumidor, pois só dessa maneira será possível ao varejo de alimentos e bebidas atender de forma adequada e com eficiência seus clientes. “Hoje o comerciante tem que ter a preocupação de atender bem, fornecer produtos de boa qualidade, com preços mercadologicamente corretos, para que o consumidor se fidelize a sua loja. Isso assegura faturamento e a permanência de bons negócios”, concluiu. ■

AGENDA

EVENTOS

APAS 2013 | De 06 a 09/06 de 2013
Expo Center Norte | São Paulo/SP - Brasil
www.feiraapas.com.br / Tel.: 11 3647.5300

SIAL BRAZIL | De 25 a 28/06 de 2013
Expo Center Norte | São Paulo/SP - Brasil
www.credenciamento.btsinforma.com.br / Tel.: 11 3598.7800

FISPAL FOOD SERVICE | De 25 a 28/06 de 2013
Expo Center Norte | São Paulo/SP - Brasil
www.credenciamento.btsinforma.com.br / Tel.: 11 3017.6807

CURSOS

MERCEARIA EM SUPERMERCADOS | 16/05 de 2013
Sincovaga Guarulhos | Rua José Maurício, 24 - Centro
Guarulhos - SP (Curso ministrado pela escola APAS)
www.sincovaga.com.br / Tel.: 11 2229.6141

REPOSIÇÃO E EXPOSIÇÃO DE MERCADORIAS EM SUPERMERCADOS | 20/06 de 2013
Sincovaga Guarulhos | Rua José Maurício, 24 - Centro
Guarulhos - SP (Curso ministrado pela escola APAS)
www.sincovaga.com.br / Tel.: 11 2229.6141

SAÚDE

SEGURO DE VIDA

PLANO ODONTO

OCUPACIONAL

EMP. INCÊNDIO

RESIDENCIAL

AUTOMÓVEL

CONSÓRCIO



**Viana do Castelo
Seguros**



CENTRAL DE RELACIONAMENTO



11 3662-0446

contato@grupovianadocastelo.com.br
www.grupovianadocastelo.com.br

Soluções Completas em Seguros



SIAL

The Latin American Food Marketplace

Brazil

25 A 28 DE JUNHO DE 2013

DAS 13H ÀS 21H

EXPO CENTER NORTE

SÃO PAULO - BRASIL

SABOREIE GRANDES NEGÓCIOS

NA AMÉRICA LATINA

O SIAL Brazil é sinônimo de inovação!

São mais de **500 marcas expositoras de 40 países** trazendo as novidades e tendências em alimentos e bebidas para o varejo e food service.



Exposição de produtos mais inovadores dos expositores do SIAL Brazil e do SIAL no mundo, selecionados por especialistas internacionais.



Experts apresentam os assuntos mais relevantes do mercado brasileiro e mundial de alimentos e bebidas.



Área desenvolvida para demonstrações culinárias de chefs e profissionais do food service.

Feira simultânea à: **Fispal Food Service**

SIAL Brazil



www.sialbrazil.com



Agilize sua entrada na feira.

Credencie-se até **27/05/13*** pelo site www.btsmedia.biz/credenciamento e receba sua credencial no endereço indicado.

Filada à:



Patrocínio:



Apoio:



Cia. Aérea Oficial:

Agência de Viagens Oficial:



Promoção e Organização:



Apoio de Mídia:



(*) Após esta data, retire sua credencial na entrada da feira, em guichês especiais para os visitantes pré-cadastrados. Não é permitida a entrada de pessoas trajando bermuda, camiseta regata e/ou chinelo. Proibida a entrada de menores de 16 anos.