

Retail
Retail

Estudos de Remuneração 2012



Michael Page
RETAIL

Apresentamos-lhe os Estudos de Remuneração 2012, realizados pela Michael Page International.

O objectivo dos nossos Estudos de Remuneração é fornecer uma visão detalhada e actualizada dos níveis retributivos dos perfis mais procurados e também aproximar empresas e candidatos na delicada fase da negociação salarial. As descrições contêm responsabilidades, formação, experiência, bem como uma tabela com remunerações.

Os estudos incluem as seguintes disciplinas:

Finance • Banking • Human Resources
Tax & Legal • Commercial & Marketing • Retail • Healthcare
Engineering & Manufacturing • Property & Construction
Information Technology

Agradeço a todos os que contribuíram para a realização deste estudo e espero que vos possam ser úteis. Toda a equipa do Grupo Michael Page em Portugal estará disponível para responder a qualquer dúvida ou consulta.

Com os melhores cumprimentos,

Álvaro Fernández
Director Geral
Grupo Michael Page
Av. da Liberdade, nº 180-A, 3º andar
1250-146 Lisboa
+351 210 419 100
AlvaroFernandez@michaelpage.pt
www.michaelpage.pt

MICHAEL PAGE INTERNATIONAL

A Michael Page International é a consultora líder em recrutamento especializado. Criada em 1976 em Inglaterra, apresenta uma experiência de 30 anos em consultoria de selecção especializada de quadros directivos, estando presente na Europa, Ásia-Pacífico e América do Norte e do Sul.

O Grupo conta actualmente com 160 escritórios em 32 países.

Em Portugal, a Michael Page International trabalha com 9 divisões:

- Finance
- Banking
- Tax & Legal
- Human Resources
- Commercial & Marketing
- Retail
- Healthcare
- Engineering & Property
- Information Technology

O GRUPO MICHAEL PAGE EM PORTUGAL

A Michael Page está presente em Portugal desde o ano 2000, tendo registado um grande crescimento através das suas divisões.

Actualmente, a Michael Page recruta para os seus clientes quadros médios e superiores, para processos de carácter permanente e temporário, através das seguintes marcas:



ÍNDICE

1. Nota Preliminar	pág. 09
2. Funções	
A. Funções de Direcção	
A.1. Director Regional/Director de Operações	pág. 13
A.2. Director de Compras/Director Comercial	pág. 15
A.3. Director de Unidade de Negócio/Chefe de Grupo	pág. 19
B. Funções de Operações	
B.1. Director de Grande Superfície/Director de Centro	pág. 21
B.2. Retail Manager/District Manager/Area Manager	pág. 25
B.3. Gerente de Loja	pág. 29
B.4. Chefe de Secção	pág. 31
C. Funções de Compras/Sede	
C.1. Responsável de Desenvolvimento/Expansão	pág. 33
C.2. Responsável de Merchandising	pág. 35
C.3. Category Manager	pág. 37
C.4. Gestor de Produto/Comprador	pág. 41
3. Os nossos escritórios	pág. 44

1. NOTA PRELIMINAR

A Michael Page Retail, a divisão do Grupo dedicada à selecção de profissionais no âmbito do Retalho, foi criada para responder às necessidades dos nossos clientes em seleccionar profissionais desta área para todos os sectores de actividade.

A forte especialização da divisão oferece às empresas clientes um valor acrescentado, graças à formação e experiência profissional dos nossos consultores, oriundos das áreas para as quais recrutam. Esta experiência traduz-se num profundo conhecimento do mercado e na capacidade de validar as aptidões técnicas dos candidatos.

O estudo de remuneração que lhe apresentamos foi realizado com base no nosso conhecimento de mercado e na nossa relação com clientes e candidatos. A informação deste estudo é o resultado de uma análise empírica, combinando duas fontes de informação:

- Base de dados de clientes e candidatos na área do retalho;
- Publicação de anúncios na imprensa e internet.

Para cada perfil profissional, realizamos uma análise das principais características:

- Dependência hierárquica;
- Responsabilidades;
- Perfil;
- Evolução;
- Remuneração em euros.

Esperamos que este estudo o ajude na gestão dos seus recursos.



2. Funções



A. Funções de Direcção

A.1. Director Regional / Director de Operações

Hierarquia

Reporta ao Director Geral na venda generalista.

Responsabilidades

O Director Regional/Director de Operações (não confundir com o Director Regional da distribuição especializada ou da grande distribuição, que dirigem verdadeiras empresas com uma forte autonomia) tem sob a sua responsabilidade a gestão de vários pontos de venda (normalmente cerca de uma dezena) e o seu posto está ligado à gestão de equipas a nível comercial e de acordo com a imagem corporativa da empresa numa zona geográfica concreta. Em muitas estruturas, tem sob a sua coordenação e apoio a figura de um District Manager/Area Manager.

O seu objectivo é desenvolver as vendas e incrementar a rentabilidade assistindo e aconselhando os responsáveis na gestão e organização das suas lojas (quanto a *stocks*, compras, contabilidade, etc.) e das suas equipas (selecção, formação, gestão, etc.).

O Director Regional é o responsável pela garantia da coesão da rede de distribuição na sua zona e pelo respeito tanto da imagem da empresa como das normas de apresentação visuais e de *merchandising*.

Perfil

A formação clássica para aceder a este posto é de tipo comercial para as redes generalistas e resulta da experiência demonstrada como Director de Loja.

Para a grande distribuição, o tipo de formação é mais ampla já que a função integra aspectos mais abrangentes (gestão, logística, recursos humanos, etc.).

Evolução

A evolução clássica é a que consiste em passar para a Direcção Comercial ou Direcção Geral (cadeias não alimentares).

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	45.000	60.000	65.000
Médio	55.000	80.000	85.000
Máximo	65.000	110.000	115.000

A. Funções de Direcção

A.2. Director de Compras/ Director Comercial

Hierarquia

Reporta ao Director Geral ou o Director de Compras.

Responsabilidades

- Definir a estratégia de compras da empresa em termos de categorias de produto, quantidade, qualidade e preço;
- Elaboração, implementação e controlo das compras;
- Gerir uma equipa de gestores de categoria;
- Estabelecer os procedimentos de aprovisionamento;
- Negociar com os fornecedores mais importantes;
- Pôr em marcha um sistema de referência agrupando os fornecedores por famílias e/ou grupos de produtos;
- Garantir a melhoria contínua nos processos de compra.

Perfil

De formação superior na área de gestão ou marketing, os candidatos devem reunir qualidades de gestão e negociação. Este posto é exercido, cada vez mais, num contexto internacional que exige o domínio de mais de um idioma. Estas qualidades, raramente ligadas ao desenvolvimento da função de compra em

todas as empresas, fazem com que os compradores sejam muito procurados actualmente. No retalho, muitas vezes, estes postos são ocupados por antigos gestores de categoria de uma linha de produtos, passando posteriormente a assumir a responsabilidade do departamento de compras. Um Director de Compras possui uma experiência mínima de seis anos em compras.

Tradicionalmente, as relações entre compradores e fornecedores baseiam-se exclusivamente no preço.

Hoje em dia, a função de compras pode estar presente inclusivamente no desenvolvimento de projectos e produtos comercializados pela empresa. O Comprador transfere toda a responsabilidade ao fornecedor, apoiando-o na melhoria dos processos e produção para conseguir os preços acordados.

Evolução

Na maior parte dos casos, a evolução realiza-se de modo vertical para uma Direcção Geral. Estes perfis são também cobiçados para postos inclusivamente do lado do fornecedor.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	<i>NA</i>	<i>55.000</i>	<i>65.000</i>
Médio	<i>NA</i>	<i>70.000</i>	<i>80.000</i>
Máximo	<i>NA</i>	<i>90.000</i>	<i>105.000</i>

NA: Não aplicável

A. Funções de Direcção

A.3. Director de Unidade de Negócio / Chefe de Grupo

Hierarquia

Reporta ao Director de Compras/Marketing.

Responsabilidades

Reportando ao Director de Compras/Marketing, dirige um grupo de Gestores de Produto/Compradores ou, inclusivamente, de Category Manager. Pode também desempenhar um papel internacional na coordenação das gamas e das compras. Possui a capacidade de análise necessária para desenvolver o negócio, com o intuito de evoluir as gamas de produtos de maneira adequada a longo prazo.

Perfil

De formação superior na área de gestão ou marketing, adquiriu uma experiência demonstrada como Gestor de Produto ou Category Manager, possuindo as qualidades pessoais necessárias para a gestão de equipas. Na maior parte dos casos, tem uma experiência de gestão de vários produtos dentro de um mesmo sector.

Evolução

Na maior parte dos casos, a evolução realiza-se de modo vertical para a Direcção de Compras ou Marketing. Estes perfis são também cobiçados para postos inclusivamente do lado do fornecedor.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	NA	50.000	55.000
Médio	NA	60.000	70.000
Máximo	NA	80.000	90.000

NA: Não aplicável

B. Funções de Operações

B.1. Director de Grande Superfície / Director de Centro

Hierarquia

Reporta geralmente ao Director Regional.

Responsabilidades

O Director de Grande Superfície é sempre um comercial, um organizador e um chefe de equipa. Dirige a actividade comercial do seu ponto de venda ou do conjunto de pontos, elabora e valida os pressupostos, bem como organiza globalmente o pessoal.

Quanto maior for a superfície da loja, o Gerente de loja, que nestes casos assume o nome de Director, assume uma maior responsabilidade e a autonomia. O Director de Loja fica então obrigado a delegar funções, tanto no seu adjunto como no resto da sua equipa, de modo a concentrar-se na sua missão essencial. Define e organiza as condições de aplicação da política comercial da empresa ao nível da unidade que está sob sua responsabilidade, determinando os objectivos e controlando o seu cumprimento. Ele é o animador comercial que coordena a actividade dos diferentes departamentos e secções, supervisionando o arranque e desenvolvimento das acções comerciais. De igual modo, é o director que gere os recursos humanos, que fixa os objectivos e

que zela pela manutenção de um bom ambiente. Participa na selecção de toda ou parte da sua equipa. Infelizmente, e na maioria das empresas, a função confere-lhe pouca autonomia quanto à definição das gamas ou à fixação dos preços de venda.

Perfil

As condições que se ajustam a um Director de Loja variam dependendo da empresa, no entanto para lojas de maior dimensão ou grandes superfícies, as exigências são mais altas e torna-se imprescindível uma formação superior. O acesso a este posto dá-se, por vezes, por promoção interna privilegiando a passagem de um adjunto ou de um Chefe de Departamento.

Evolução

Este posto tradicionalmente é um trampolim para passar a Director Regional, Responsável de uma filial (pequena ou média) ou a um posto intermédio nas centrais das grandes filiais.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	22.000	50.000	50.000
Médio	30.000	60.000	70.000
Máximo	35.000	75.000	95.000

B. Funções de Operações

B.2. Retail Manager / District Manager / Area Manager

Hierarquia

Reportam ao Director de Operações/Director Regional.

Responsabilidades

Intervêm principalmente na distribuição especializada e nas redes generalistas, dirigindo equipas de uma dimensão considerável. Participa na elaboração de parte da política comercial e fá-la aplicar no seu campo de acção, especialmente através dos Directores de Loja. Também pode ter uma grande influência na definição das gamas de produtos, e trabalha cada vez mais com equipas dedicadas ao merchandising e à imagem. Tem como principais responsabilidades dirigir e coordenar a actividade de um conjunto de lojas, integradas ou franchisadas, com vista a otimizar as acções económicas através da aplicação da política comercial de acordo com a identidade da empresa. Em determinadas empresas, esta função aproxima-se de uma Direcção Comercial dependente do Conselho de Administração e com responsabilidades de desenvolvimento da expansão. Esta função engloba um aspecto estratégico importante unido a uma sensibilidade extremamente marcada pelo trabalho de terreno.

Perfil

De formação superior com experiência comprovada na área comercial, de um modo quase sistemático, privilegiando a evolução como Director Regional/Director de Operações. Pode ocorrer, ainda que em poucas situações, ter uma experiência de direcção de equipas comerciais importantes em contextos de indústria.

Evolução

A evolução mais usual realiza-se rumo a um posto de Direcção Comercial ou, inclusivamente, rumo à Direcção Geral em empresas de tamanho médio. Esta função viu aumentar a sua importância e o seu campo de acção nos últimos anos, devido à expansão e crescimento das empresas, através de uma rede de lojas tanto próprias como franchisadas.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	40.000	45.000	45.000
Médio	60.000	60.000	60.000
Máximo	80.000	80.000	80.000

B. Funções de Operações

B.3. Gerente de Loja

Hierarquia

Reporta ao Area Manager, District Manger ou ao Director Regional.

Responsabilidades

- Gerir de forma autónoma uma superfície de venda;
- Cumprir os objectivos estabelecidos de acordo com o volume de negócio e implantação das políticas definidas pela direcção comercial;
- Coordenar, estimular e formar uma equipa, normalmente cerca de 5 a 14 pessoas;
- Garantir o cumprimento dos rácios económicos;
- Garantir a fiabilidade do *stock* da sua loja;
- Definir, em alguns casos, as campanhas de comunicação na sua zona de influência de modo a gerar e incrementar o tráfico de clientes.

Perfil

Ao Responsável de uma pequena loja não se exigirá mais do que uma boa experiência em vendas e gestão de uma equipa comercial, em alguns casos, com uma formação máxima ao nível

do bacharelato. Por outro lado, para lojas de maior dimensão, as exigências são mais elevadas tornando-se indispensável uma formação superior.

Evolução

A experiência de um Responsável de loja permite por vezes evoluir para Supervisor de Zona ou Director de Operações, ou a postos da central. Esta evolução verifica-se, normalmente quando passa por um número vasto de lojas, assumindo uma maior responsabilidade quanto à gestão de equipas, volume de facturação e a obtenção de excelentes resultados económicos, além de demonstrar boas capacidades a nível organizativo.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	22.000	28.000	28.000
Médio	28.000	35.000	35.000
Máximo	35.000	45.000	45.000

B. Funções de Operações

B.4. Chefe de Secção

Hierarquia

Reporta ao Chefe de Departamento ou ao Director de Loja.

Responsabilidades

Está encarregue da gestão e da integração de uma secção especializada, devendo desenvolver o seu volume de negócios e a sua rentabilidade em função do que é estabelecido pelo seu responsável hierárquico. Organiza os *stocks* e aprovisionamentos, antecipando os pedidos de modo a evitar rupturas de *stock*. Implementa as acções necessárias de modo a fomentar as vendas, ajudado, neste caso, pelas ferramentas fornecidas pelo departamento de marketing.

Está encarregue de garantir a satisfação do cliente, assegurando a boa manutenção das linhas, das etiquetas e da ordem e limpeza da sua secção. Organiza e motiva a sua equipa de vendas, tornando-a participante dos objectivos, tanto quantitativos como qualitativos, a alcançar. Deve elaborar o plano dos seus colaboradores. Muitas vezes, o Chefe de Secção é responsável pela gestão dos rácios económicos da sua conta de exploração.

Perfil

Ensino superior, preferencialmente direccionado para gestão de empresas ou marketing. Muitas vezes, um vendedor, com o decorrer do tempo, pode evoluir para Chefe de Secção.

Evolução

Este posto é considerado frequentemente como um trampolim para evoluir verticalmente ou em direcção a funções da central. Sendo que, em algumas empresas, assistimos a uma evolução deste perfil para a especialização em marketing operacional ou em logística.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	NA	18.000	21.000
Médio	NA	24.000	25.000
Máximo	NA	26.000	30.000

NA: Não aplicável

C. Funções de Compras / Sede

C.1. Responsável de Desenvolvimento/Expansão

Hierarquia

Reporta ao Director Comercial ou Director de Expansão ou, por vezes, ao Retail Manager.

Responsabilidades

Assegura o desenvolvimento da empresa na sua região ou a nível nacional. Gere a procura de novas localizações, realiza os pedidos de licenças de obras, estuda as possibilidades de aquisição de novas lojas e negocia com os responsáveis políticos locais. O seu campo de acção chega até aos estudos de previsões e de rentabilidade. Pode reunir vários cargos de desenvolvimento nas estruturas que disponham de uma grande rede de lojas e, por vezes, ser responsável pelo serviço técnico.

Perfil

O Responsável de Desenvolvimento Imobiliário, por exemplo, tem uma formação comercial, de engenharia ou jurídica, possui uma experiência na Gestão de Loja ou no sector imobiliário da empresa. Há que ter em conta que estas funções estão cada vez

mais abertas a jovens licenciados em especialidades jurídicas.

Evolução

Trata-se de um posto técnico, pode evoluir a nível internacional se a empresa o permitir. Sem dúvida que a evolução feita rumo à Direcção de Vendas ou Comercial não fica excluída.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	30.000	35.000	50.000
Médio	45.000	55.000	70.000
Máximo	60.000	75.000	85.000

C. Funções de Compras / Sede

C.2. Responsável de Merchandising

Hierarquia

Reporta ao

Responsabilidades

Esta função encontra-se principalmente nas redes generalistas (Grande Distribuição) e em concreto no Sector Têxtil. De facto, o desenvolvimento da distribuição através de redes de lojas próprias e a importância crescente da organização visual da loja, permitiram desenvolver esta função de uma forma notável. O papel do Responsável de Merchandising é o de revalorizar os artigos através da sua colocação nos pontos de venda, nas vitrines, nos lineares ou com promoções especiais na loja. Elabora o manual de identidade visual corporativa, que deverá ser seguida em todas as lojas e elabora os códigos concretos que transmite aos pontos de venda. Reflecte igualmente sobre o conceito e o desenvolvimento da decoração e colocação de produtos.

Perfil

De formação em marketing ou em desenho gráfico, possui uma experiência que pode ter sido adquirida em loja, no seio de um departamento de marketing ou de desenvolvimento de produto.

Evolução

O aspecto técnico desta função permite observar evoluções verticais em organizações de dimensão considerável, mas também de modo transversal. Apesar de tudo, esta especialização é hoje em dia reconhecida e, cada vez mais, solicitada pelas empresas.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	24.000	32.000	32.000
Médio	32.000	45.000	45.000
Máximo	40.000	50.000	50.000

C. Funções de Compras / Sede

C.3. Category Manager

Hierarquia

Reporta ao Director Comercial.

Responsabilidades

Esta função desenvolveu-se especialmente nos últimos anos devido ao aumento da concorrência entre empresas e ao desenvolvimento progressivo da pouca fidelidade dos hábitos de consumo. Num ponto intermédio entre as compras, o marketing e os estudos de mercado, esta posição continua a especializar-se e a sua influência não pára de evoluir. Reportando ao Director Comercial, o Category Manager responsabilizar-se-á por:

- Definir, criar e implementar, junto com o Director Comercial, a estratégia para cada categoria;
- Analisar e segmentar o mercado identificando o consumidor;
- Propor acções para a optimização dos lineares mediante os programas e/ou planos promocionais;
- Mediação, análise e acompanhamento de todas e cada uma das acções levadas a cabo na categoria;
- Gestão dos contratos gerais de fornecimento;

- Estudo e identificação de potenciais clientes, desenvolvendo e elaborando estudos de mercado e apresentações *ad-hoc*;
- Coordenar e controlar o material PLV e da imagem corporativa;
- Coordenar a sua actividade com outros departamentos da empresa;
- Atingir os objectivos qualitativos e quantitativos delineados.

Perfil

De formação superior em Gestão e Administração de Empresas, pretende-se no mínimo uma primeira experiência no terreno adquirida ao nível do fornecedor, ou seja, como Trade Marketing ou Chefe de Produto.

Evolução

Este posto permite evoluir para funções de responsabilidade comercial ou, inclusivamente, para Chefe de Grupo ou Director de Compras em organizações de tamanho médio. Há que acrescentar que o desempenho desta função no sector da distribuição e a inerência das funções permitem fazer evoluções para funções anexas, mas não necessariamente mais importantes que a de Category Manager.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	NA	26.000	30.000
Médio	NA	33.000	40.000
Máximo	NA	45.000	55.000

NA: Não aplicável

C. Funções de Compras / Sede

C.4. Gestor de Produto / Comprador

Hierarquia

Reporta ao Gestor de Categorias.

Responsabilidades

- Definir e gerir a sua gama de produtos (número de referências, selecção de fornecedores);
- Negociar as melhores condições para o conjunto da gama em termos de pricing, de prazos de entrega, de *packaging*, planos promocionais, etc.;
- Analisar e realizar uma previsão do comportamento do consumidor de modo a adaptar a gama às suas necessidades;
- Pesquisar a introdução de novos produtos, assegurando a existência a nível nacional e internacional. Em algumas empresas, estas duas funções estão separadas.

Perfil

De formação superior em marketing ou comercial, o Gestor de Produto/Comprador pode vir de postos do sector (Chefe de Secção ou de Departamento) ou pode ter trabalhado na central,

em funções de Assistente do Chefe de Produto ou encarregado de Estudos de Mercado. Certos perfis do tipo Key Account Manager, podem ser valorizados pela sua capacidade negociadora.

Evolução

Este posto permite evoluir para funções de Chefe de Grupo de maneira clássica ou para Category Manager. Devido à centralização das compras na grande distribuição, esta função desenvolveu-se intensamente ao longo dos últimos anos. Em certos casos, esta função é um trampolim para ser integrado numa central internacional. Apesar de todo o desenvolvimento que os Gestores de Produto têm tido, os Compradores tendem normalmente a especializar-se na sua função.

Remuneração em euros

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	16.000	28.000	28.000
Médio	28.000	35.000	35.000
Máximo	30.000	45.000	50.000

Os nossos escritórios:

Lisboa:

Avenida da Liberdade, nº 180-A, 3º andar

1250-146 Lisboa

Tel. : +351 210 419 100

Lisboa@michaelpage.pt

Porto:

The Brasília Building

Praça Mouzinho de Albuquerque

Centro Empresarial Regus, 5º andar

4100-339 Porto

Tel. : +351 222 431 886

Porto@michaelpage.pt