



ESTUDO DE
REMUNERAÇÃO
2016



Retail

Apresentamos-lhe os Estudos de Remuneração para 2016, realizados pela Michael Page. O objectivo destes estudos 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 & Financial Services • Human Resources
Tax & Legal • Commercial & Marketing • Retail • Healthcare & Life Sciences
Engineering & Manufacturing • Property & Construction • Information Technology
Hospitality & Leisure • Secretarial & Management Support

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

Com os melhores cumprimentos,

Álvaro Fernández
Director Geral
PageGroup

Av. da Liberdade, nº 180-A , 3º andar
1250-146 Lisboa
+351 210 419 100
AlvaroFernandez@michaelpage.pt
www.michaelpage.pt

MICHAEL PAGE

A Michael Page é a consultora líder em recrutamento especializado. Criada em 1976 em Inglaterra, apresenta uma experiência de mais de 35 anos em consultoria de selecção especializada de quadros directivos, estando presente na Europa, Ásia-Pacífico e América do Norte e do Sul.

Em Portugal, a Michael Page trabalha com 11 divisões:

- Finance
- Banking & Financial Services
- Tax & Legal
- Human Resources
- Commercial & Marketing
- Retail
- Healthcare & Life Sciences
- Engineering & Property
- Information Technology
- Hospitality & Leisure
- Secretarial & Management Support

INDICE

1. NOTA PRELIMINAR	5
--------------------------	---

2. FUNÇÕES	7
------------------	---

FUNÇÕES DE DIRECÇÃO

Director de Operações / Retail Manager	8
Director de Compras / Director Comercial Funções	10
Director de Unidade de Negócio / Chefe de Grupo / Senior Category Manager / Gestor de Categoria Sénior	12

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Director de Centro Comercial	13
------------------------------------	----

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Director de Grande Superfície / Director de Loja Hiper	14
District Manager / Area Manager / Responsável Regional /	16
Supervisor de Lojas	16
Gerente de Loja / Responsável de Loja	18
Responsável ou Chefe de Departamento	20
Responsável ou Chefe de Secção	21

FUNÇÕES DE COMPRAS / SEDE

Category Manager / Gestor de Produto / Comprador	23
Responsável de Desenvolvimento / Expansão	25
Responsável de Visual Merchandising	26

3. OS NOSSOS ESCRITÓRIOS	27
--------------------------------	----

1. NOTA PRELIMINAR

A divisão de Michael Page Retail conta com uma equipa de consultores especializados no sector de Retalho/Grande Distribuição, colaborando com empresas reconhecidas nos mais diversos canais de distribuição e oferecendo aos candidatos um desafiante conjunto de projectos profissionais.

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 apresentamos foi realizado através do nosso conhecimento de mercado e da constante relação com clientes e candidatos. A informação deste estudo é o resultado de uma análise empírica e das seguintes fontes de informação:

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

De acordo com as exigências do nosso cliente, utilizamos uma das ferramentas ou ambas.

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

- Hierarquia
- Responsabilidades
- Tendências
- Evolução
- Perfil
- Remuneração em euros

Esperamos que este estudo possa ajudar na gestão dos vossos recursos.



FUNÇÕES DE DIRECÇÃO

Director de Operações / Retail Manager

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director Geral, o Director de Operações ou Retail Manager tem sob a sua responsabilidade a gestão de toda a cadeia de retalho na sua vertente operacional de acordo com a estratégia da empresa. Trata-se de uma posição de elevado impacto estratégico na organização, podendo mesmo assumir a responsabilidade ou participar na definição do respectivo plano de expansão e na definição da política comercial. Em estruturas maiores, como é o caso de algumas insígnias da Grande Distribuição, um Director de Operações poderá gerir uma equipa de District Managers / Area Managers, que são responsáveis pela coordenação de um conjunto de lojas previamente definido. Em estruturas mais pequenas e onde a estratificação não seja tão grande, um Director de Operações/ Retail Manager é responsável pela coordenação directa das unidades do grupo e reportam-lhe os respectivos Gerentes de Loja.

O seu objectivo último é o de incrementar vendas e de melhorar a performance da respectiva cadeia de retalho. Tem a responsabilidade de definir processos e indicadores de gestão que espelhem a realidade das operações. Trabalha em linha com as suas equipas para que estes indicadores sejam cumpridos e a operação otimizada. Regra geral acaba por ter um raio de acção muito amplo, podendo ir desde a definição dos sistemas de reaprovisionamento e gestão de stocks, passando pela definição e organização das lojas e respectivas equipas, até ao controlo de rentabilidade das diferentes unidades. Por norma passam por ele também a definição de mecanismos de controlo e acompanhamento das respectivas contas de exploração. Em estruturas mais pequenas é responsável pela definição da estratégia comercial para cada unidade, no sentido de se poder maximizar a performance de cada uma. Pode também ser responsável, ou pelo menos, participar activamente na definição de procedimentos em termos de recrutamento, selecção e formação das equipas de operações.

O Director de Operações / Retail Manager é ainda o responsável pela garantia da coesão da rede de distribuição e pelo respeito tanto da imagem da empresa como das normas de apresentação visuais e de merchandising. Tem ainda uma acção fundamental para a implementação da política promocional/ comercial em loja.

Formação / Experiência

Geralmente as estruturas de retalho procuram para estas posições profissionais com

background académico em Economia ou Gestão, ainda que esta não seja uma condição determinante. O que é realmente determinante é a experiência consolidada em operações, preferencialmente em estruturas similares.

Remuneração*

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	35.000	60.000	60.000
Médio	42.000	80.000	85.000
Máximo	50.000	110.000	110.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

Evolução

A evolução clássica será passar para a Direcção Geral ou passar para um cargo de Administração, dependendo obviamente da dimensão da empresa. Não raras vezes, podendo ser proposto para a posição de Director Comercial.

FUNÇÕES DE DIRECÇÃO

Director de Compras / Director Comercial Funções

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director Geral, o Director de Compras / Director Comercial responsabilizase por:

Definir a estratégia de compras da empresa e respectivos procedimentos, em termos de categorias de produto, quantidade, qualidade e preço. Nas estruturas mais pequenas, gere directamente uma equipa de gestores de categoria / compradores. Em estruturas de maior dimensão, poderão existir várias linhas intermédias entre os Gestores de Categoria / Compradores e o Director de Compras. Em última instância é responsável pela elaboração, implementação e controlo das compras, bem como pela definição dos procedimentos de aprovisionamento, zelando pela melhoria contínua nos processos de compra. É igualmente responsável pela definição e implementação de todo o plano promocional da insígnia. Poderá ser chamado a participar no processo de negociação dos fornecedores mais importantes. Em estruturas internacionais, funciona como interlocutor privilegiado no contacto com a casa-mãe, definindo a abordagem comercial para o país. Nas estruturas maiores ou mais complexas, esta figura pode igualmente ser responsável ou coordenar a definição de layout e política de share of space, respectivas estratégias comerciais que visem a dinamização de sell-out, definição da estrutura mercadológica e respectivas dinâmicas promocionais.

Formação / Experiência

Tipicamente os titulares desta função têm formação superior e as áreas de economia, gestão ou marketing são regra geral as mais solicitadas, ainda que não seja considerado um factor de exclusão. É mandatória a experiência anterior na área de compras no sector de retalho, sendo requeridas competências consolidadas ao nível de análise, gestão e negociação. Este posto é exercido, cada vez mais, num contexto internacional que exige o domínio de mais do que 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. Em estruturas maiores, a progressão faz-se não só pela passagem para categorias que tenham maior volume de negócio e posteriormente pela coordenação de uma equipa. Um Director de Compras possui uma experiência mínima de seis anos em compras.

Os Gestores de Categoria / Compradores trabalham em linha com os seus fornecedores no sentido de definirem parcerias duradouras e que possam ser vantajosas para ambas

as partes. Nas estruturas mais complexas, assiste-se a uma progressiva centralização das compras, pelo que há um aprofundamento da função de Gestor de Categoria / Comprador. Esta é uma função que tem vindo a ganhar uma responsabilidade cada vez maior nos últimos tempos, não só pelas ferramentas de análise que hoje existem, como pelo facto de hoje se poderem desenvolver projectos customizados com vista ao incremento de sell-out. Em empresas com uma maior estrutura, e onde existam produtos de marca própria, as funções de compras também acumulam responsabilidades ao nível do desenvolvimento de produtos, chegando mesmo a haver equipas dedicadas a este tipo de categorias.

Remuneração*

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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

Evolução

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

FUNÇÕES DE DIRECÇÃO

Director de Unidade de Negócio / Chefe de Grupo / Senior Category Manager / Gestor de Categoria Sénior

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director de Compras / Comercial, dirige um grupo de Gestores de Produto / Compradores ou, de Category Managers. Pode também desempenhar um papel internacional na coordenação das gamas e das compras, que em estruturas internacionais poderá passar pela criação de sinergias com o head-office.

Possui a capacidade de análise necessária para desenvolver o negócio, com o intuito de desenvolver as gamas de produtos de maneira adequada a longo prazo. Define e implementa planos promocionais, em linha com a Direcção Comercial da empresa, target, pricing, posicionamento, layout, etc. Por norma, trata-se de um elemento que será chamado a participar em processos de negociação mais complexos em algumas estruturas. É esta figura que assume a responsabilidade pela assinatura dos contratos gerais de fornecimento.

Formação / Experiência

De formação superior na área de gestão ou marketing, tem uma experiência demonstrada como Gestor de Produto ou Category Manager desenvolvida no sector de Retailho, possuindo as qualidades pessoais necessárias para a gestão de equipas.

Remuneração*

	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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

Evolução

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

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Director de Centro Comercial

Funções / Responsabilidades

Reportando à Direção Comercial ou de Operações. Em estruturas mais pequenas pode mesmo reportar à Direção Geral. Tem como principal responsabilidade a gestão de um ou de mais centros comerciais. Esta gestão será feita tanto a nível comercial como operacional.

Do ponto de vista comercial terá como responsabilidade:

- A negociação com novas insígnias e definição do Tenant Mix;
- A definição de toda a componente promocional e comunicacional, com vista ao aumento da atratividade e tráfego da unidade em questão;
- O acompanhamento contínuo e de perto da performance de cada uma das marcas/lojas, no sentido de perceber se está em linha com o que se pretende.

Do ponto operacional deverá:

- Garantir o funcionamento do centro e a manutenção dos componentes de segurança;
- Em unidades maiores deverá ter equipas de maior dimensão, de forma organizada por áreas funcionais

Formação / Experiência

Os titulares destas funções fizeram, por norma, o seu percurso nesta área, fazendo-se a evolução no sentido de passaram a ter mais responsabilidades e de gerir unidades maiores. Experiência em facility services poderá ser valorizada.

Remuneração*

	Generalista
Mínimo	40.000
Médio	60.000
Máximo	90.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

Evolução

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

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Director de Grande Superfície / Director de Loja Hiper

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director Regional na maior parte dos casos, o Director de Grande Superfície é sempre um comercial, um organizador e um chefe de equipa. Dirige toda actividade do seu ponto de venda, desde a componente comercial até à vertente operacional. Face às tendências de centralização que as estruturas de retalho têm vindo adoptar, sobretudo as de maior dimensão, a nível funcional estas figuras têm vindo cada vez mais a ficar centradas na vertente de coordenação operacional, podendo eventualmente ter um papel activo na negociação de acções promocionais pontuais. Deverá ser um elemento activo na implementação das estratégias definidas pela estrutura central, acabando por ter um âmbito de responsabilidade alargado, dado que terá que zelar pelo bom funcionamento da unidade em todas as suas vertentes, desde a manutenção à segurança, passando pela coordenação das equipas, organização de horários e funcionamento geral. Esta figura deverá fazer uma análise de um conjunto de indicadores, sendo responsabilizado pelos mesmos. Deverá ainda ser activo na transmissão de informações sobre a unidade à estrutura central, no sentido de maximizar os resultados da mesma. Em muitas estruturas de retalho esta figura participa activamente na abertura das novas unidades.

Quanto maior fôr a superfície da loja, maior será a responsabilidade e autonomia do Gerente de loja, que nestes casos assume o nome de Director. 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 este 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. Em virtude da tendência cada vez maior de centralização, na maioria das empresas, a função acaba por ter pouca autonomia quanto à definição das gamas ou à fixação dos preços de venda.

Formação / Experiência

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-se a passagem de um adjunto ou de um Chefe de Departamento. Pode ainda privilegiar-se quem tenha experiência na coordenação/gestão de lojas de menor dimensão.

Remuneração*

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	25.000	50.000	50.000
Médio	30.000	60.000	70.000
Máximo	35.000	75.000	95.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

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.

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

District Manager / Area Manager / Responsável Regional / Supervisor de Lojas

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director Regional, tem como principal responsabilidade a gestão de um conjunto de lojas, dirige equipas de uma dimensão considerável, tendo como reportes directos os Directores ou Gerentes de Loja. Acompanha e garante a implementação das estratégias definidas pela estrutura central, em todos os pontos de venda à sua responsabilidade, tanto a nível comercial como operacional.

Tendo como principais responsabilidades dirigir e coordenar a actividade de um conjunto de lojas que podem ser integradas ou franchisadas, tenta otimizar as acções económicas através da aplicação da política comercial de acordo com a identidade da empresa. Deverá zelar pela melhoria de performance de um conjunto de unidades, levando em linha de conta um conjunto de indicadores previamente definidos.

Em determinadas empresas, esta função aproxima-se de uma Direcção Comercial dependente do Conselho de Administração ou Direcção Geral da Empresa, com responsabilidades pela expansão.

Esta função engloba um aspecto estratégico importante unido a uma sensibilidade extremamente marcada pelo trabalho de terreno.

Formação / Experiência

Priviligiando-se cada vez mais a formação superior face à componente de análise que cada vez mais se exige desta função não é factor de exclusão, é praticamente mandatário ter experiência comprovada na área operacional. Podem valorizar-se experiências anteriores de Direcção ou Gestão de Loja.

Pode ocorrer, ainda que em poucas situações, ter uma experiência de direcção de equipas comerciais importantes em contextos de indústria.

Remuneração*

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	28.000	35.000	42.000
Médio	35.000	45.000	55.000
Máximo	42.000	55.000	70.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

Evolução

A evolução mais usual realiza-se rumo a um posto de Direcção Comercial ou Direcção de Operações. Em empresas mais pequenas a progressão poderá inclusivamente ser rumo à Direcção Geral.

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.

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Gerente de Loja / Responsável de Loja

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Area Manager, District Manger ou ao Director Regional, responsabiliza-se por:

- Gerir de forma autónoma uma superfície de venda;
- Gerir e acompanhar a respectiva conta de exploração da loja, sendo que o grau de análise poderá ser maior ou menor em função da estrutura;
- Cumprir os objectivos estabelecidos de acordo com o volume de negócio e implantação das políticas definidas pela direcção comercial;
- Coordenar, motivar e formar uma equipa;
- Garantir o cumprimento dos rácios e indicadores económicos;
- Garantir a fiabilidade do stock da sua loja e respectivos sistemas de reaprovisionamento;
- Definir, em alguns casos, as campanhas de comunicação na sua zona de influência de modo a gerar e incrementar o tráfico de clientes.

Formação / Experiência

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 da licenciatura. Por outro lado, para lojas de maior dimensão, as exigências são mais elevadas tornando-se indispensável uma formação superior e uma maior capacidade de análise.

Remuneração*

	Generalista	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	21.000	28.000	28.000
Médio	28.000	35.000	35.000
Máximo	35.000	45.000	45.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

Evolução

A experiência de um Gerente/ Responsável de loja permite por vezes evoluir para Supervisor de Zona ou Director de Operações, ou até para posições na estrutura central. Esta evolução verificase, 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.

FUNÇÕES DE DIRECÇÃO

Responsável ou Chefe de Departamento

Funções / Responsabilidades

Esta é uma função que, por norma, só existe em insígnias de Retalho nos formatos Hiper. Acaba por ser uma linha intermédia, que a reportar ao Director de Loja, tem como responsabilidade a coordenação de várias secções e respectivos chefes ou responsáveis de secção. Acompanha e garante a maximização de performance das secções que estão à sua responsabilidade e garante que o que foi definido tanto pela Direcção de Loja como pela Direcção Comercial, é devidamente implementado em cada secção. Já tem um volume de negócio à sua responsabilidade bastante significativo.

Formação / Experiência

A formação superior é condição desejável, ainda que não seja mandatária. Será muito valorizada a experiência em operações. Por norma, um Chefe ou Responsável de Departamento, evolui de uma função de Chefe de Secção. A evolução clássica será para funções de Gerente ou Director de Loja.

Remuneração*

	G.S. Especializada	G.S. Alimentação
Mínimo	28.000	35.000
Médio	35.000	40.000
Máximo	40.000	45.000

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

Evolução

Este posto é considerado frequentemente como um trampolim para evoluir verticalmente na estrutura de operações, como Gerente de Loja 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, funções de Gestão de Stocks, Aprovisionador ou Gestor de Categoria.

FUNÇÕES DE OPERAÇÕES

Responsável ou Chefe de Secção

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Chefe de Departamento ou ao Director de Loja, o Chefe de Secção está encarregue da gestão e da integração de uma ou mais secções, 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 comercial e de marketing. Regra geral tem a responsabilidade de implementar as directrizes definidas pela central, como p.ex. o layout e organização de lineares, respeitando sempre que aplicável regras de FIFO / FEFO, entre outras.

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 uma equipa de vendedores, tornando-a participante dos objectivos, tanto quantitativos como qualitativos, a alcançar. Deve elaborar a escala dos seus colaboradores, bem como a delegação de tarefas. Muitas vezes, o Chefe de Secção é responsável pela gestão dos rácios económicos da sua conta de exploração. Apesar de se assistir a uma maior centralização no que à negociação diz respeito, existem ainda algumas insígnias onde o Chefe de Secção tem autonomia para negociar acções promocionais pontuais com os seus fornecedores.

Formação / Experiência

Formação superior é condição desejável, ainda que não seja mandatória. Muitas vezes, um vendedor, com o decorrer do tempo, pode evoluir para Chefe de Secção.

Remuneração*

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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

Evolução

Este posto é considerado frequentemente como um trampolim para evoluir verticalmente na estrutura de operações, como Chefe de Departamento ou Gerente de Loja 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.

FUNÇÕES DE COMPRAS / SEDE

Category Manager / Gestor de Produto / Comprador

Funções / Responsabilidades

Esta função tem vindo a ganhar importância em virtude do esforço de centralização, no que às compras diz respeito, na grande maioria das insígnias de retalho. Com isto, a negociação com fornecedores passa a ser assumida, cada vez mais por uma estrutura central, ficando reservado às lojas a componente operacional. Em alguns casos, ou em estruturas menos centralizadas, as lojas podem negociar acções promocionais pontuais.

Reportando ao Director Comercial, Director de Unidade de Negócio ou Chefe de Grupo, o Category Manager responsabilizar-se-á por:

- Definir, criar e implementar, em linha com os seus superiores hierárquicos, a estratégia para cada categoria (número de referências e extensão da gama, selecção de fornecedores, representatividade de produtos de marca própria, etc.);
- Analisar e segmentar o mercado, identificando o consumidor e respectivo comportamento, de modo a adaptar a gama às suas necessidades;
- Identificar possíveis fornecedores e desencadear o processo de negociação;
- Negociar as melhores condições para o conjunto da gama em termos de pricing, de prazos de entrega, de packaging, planos promocionais, etc;
- 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;
- Negociar e gerir os contratos gerais de fornecimento com os fornecedores, garantindo a sua respectiva implementação na rede de lojas;
- 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;
- Pesquisar a introdução de novos produtos, assegurando a existência a nível nacional e internacional. Em algumas empresas, estas duas funções estão separadas, havendo equipas responsáveis pelo desenvolvimento de novos produtos (marca própria ou marca de distribuidor) e equipas que assumem a gestão comercial de uma ou mais categorias de marcas de fabricante.

Formação / Experiência

Regra geral, para esta função é requerida formação superior em Gestão e Administração

de Empresas ou Marketing e pretende-se uma primeira experiência na função adquirida noutra estrutura de retalho ou mesmo ao nível do fornecedor, em funções de vendas como Account ou Key Account. Muitas vezes as estruturas de retalho estão receptivas para a contratação de estagiários, que fazem depois evoluir para este tipo de funções. Tipicamente as categorias com menos peso são dadas a elementos mais juniores. Por vezes, podem também ser considerados profissionais com experiência nas áreas de gestão de stocks ou aprovisionamento.

Remuneração*

	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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos. NA – Não aplicável.

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. Esta experiência também poderá ser valorizada para posições de Key Account Manager do lado dos fornecedores.

FUNÇÕES DE COMPRAS / SEDE

Responsável de Desenvolvimento / Expansão

Funções / Responsabilidades

Reportando ao Director Comercial, o Responsável de Desenvolvimento / Expansão, em alguns casos, 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. Esta função tem uma carga burocrática significativa, bem como uma componente técnica ao nível da engenharia muito vinculada. Regra geral são quem assume a interlocação com as equipas de obra, seja para reestruturação ou construção de novas unidades.

Formação / Experiência

O Responsável de Desenvolvimento / Expansão, 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 e de engenharia civil / arquitectura.

Remuneração*

	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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

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.

FUNÇÕES DE COMPRAS / SEDE

Responsável de Visual Merchandising

Funções / Responsabilidades

Esta função encontra-se principalmente 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. Não raras vezes, e sobretudo no retalho têxtil, esta função trabalha em regime de *free lancer*.

Formação / Experiência

De formação em marketing, design 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.

Remuneração*

	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

* Anual Bruta em Euros. Não contempla incentivos

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.

3. OS NOSSOS ESCRITÓRIOS

Lisboa:

Avenida da Liberdade 180-A, 3º andar
1250-146 Lisboa
Telefone Candidatos: +351 21 041 91 10
Telefone Clientes: +351 21 041 91 00
Fax: +351 21 395 13 52
E-mail: lisboa@michaelpage.pt

Porto:

Praça Mouzinho de Albuquerque,
The Brasília Building, 5º andar
4100-339 Porto
Telefone Candidatos: +351 22 120 13 61
Telefone Clientes: +351 22 120 13 61
Fax: +351 21 395 13 52
E-mail: porto@michaelpage.pt



Part of
PageGroup