

CDL Caxias

Em pauta

50 CDL
Caxias do Sul
Presente

SPC
BRASIL

Ano 7 – Número 33 – Jan /Fev/Mar de 2015
A melhor informação para o seu negócio

2015

O que esperar deste ano
para o comércio?

Economize energia

Confira algumas dicas de como fazer o melhor uso dos itens de iluminação e ar-condicionado.

Poluição visual diminui

Saiba o que pensam os lojistas que adaptaram as fachadas de seus estabelecimentos nas regras da lei de comunicação visual da cidade.

A tecnologia como aliada

A NRF 2015 deixou claro que o futuro do varejo mundial está no *omni-channel* e no *mobile*. Descubra como as ferramentas podem alavancar suas vendas.

Expansão

CDL Caxias inaugura Espaço CDL/UCS no Centro de Convivências da UCS

SUMÁRIO



PRINCIPAL

2015: O que esperar deste ano para o comércio

Após um ano difícil, 2015 iniciou trazendo fortes desafios. Todos os setores da economia estão em compasso de espera. O ano começou de uma forma não desejada: alta de impostos, inflação e juros. Na matéria principal desta edição você vai saber o que os economistas preveem para 2015.

16

MAIS

Mostra fotográfica 50 anos da CDL.....	05
Plano de saúde corporativo.....	09
Comércio mais leve é atraente.....	11
Tecnologia que aproxima.....	13
Sem surpresas na conta de luz.....	15
Homens na Cozinha 2015	19

Diretoria da CDL
prestigia posse do
Governador Sartori

19

Espaço CDL/UCS irá
proporcionar mais comodi-
dade aos associados

07

EXPEDIENTE

Publicação da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul.

Distribuição gratuita | Rua Sinimbu, 1415 - 4º andar - Centro | Caxias do Sul - RS | Fone: (54)3209.9977
cdl@cdlcaxias.com.br | relacionamento@cdlcaxias.com.br | www.cdlcaxias.com.br

Gestão 2015:

Presidente: Analice Carrer

1º Vice-Presidente: Diego Frederico Biglia

2º Vice-Presidente: Renato Spuldaro Corso

Diretoria Eletiva: Cláudia Barreto Gonçalves Sassi

(1ª Diretora Secretária); Oscar Ângelo Panozzo (2º

Diretor Secretário); Ivonei Miguel Pioner (1º

Diretor Financeiro); Ricardo Regal Comandulli (2º

Diretor Financeiro).

Presidente do Conselho Consultivo: Paulo Ricardo

Magnani

Presidente do Conselho Fiscal: Valter Minuscoli

Gerente Comercial e Marketing: Cícero Rech

Gerente Administrativo Financeiro: Carlos Alberto

Cerveri

Diretoria Executiva

CDL Jovem: Fabiano Luís Pezzi e Marcos Eduardo

Hendler Gava; **Cobrança:** Fabiano Luís Pezzi e Valmor

Concatto; **Empregos:** Carmen Dalcin e Sandro

Camargo; **Gestão e Qualidade:** Gustavo Marques

dos Santos e Lucas Generosi; **Jurídico, Fiscal e**

Tributário: Julian Bianchini e Rui Alberto Cassina;

Marketing e Eventos: Ângela de Cássia Freire, Fer-

nando Bertotto e Maurício Lourenço Antunes; **Meio**

Ambiente e Segurança: Jackson Campani e Vitor de

Carvalho; **Pesquisa e Informação:** Ivonei Miguel Pioner e Ricardo Regal Comandulli; **Produtos e Serviços:** Lakchmi Posser e Mateus Formolo; **Projeto Pescar:** Nelson Minetto e Valtuir Rizzo; **Recursos Humanos:** Elizete Denise Isoton e Ilda Pegoraro Fedrizzi; **SPC e Tecnologia:** Cristiano W. T. Pavinato, Julian Bianchini, Milton Corlatti e Renan Tedesco; **Turismo:** Ainara Comerlato Costa e Rodrigo Ramos Paglioli

Representante junto à FCDL: Renato Spuldaro Corso;

Representantes junto aos Conselhos Municipais

CMTT - Conselho Municipal de Trânsito e Trans-

portes: Valmor Concatto; **COMDICA - Conselho Mu-**

nicipal dos Direitos da Criança e do Adolescente:

Vice-Presidente Sérgio Formolo; **COMEC - Comissão**

Municipal de Análise do Impacto Econômico

Sobre Empreendimentos de Comércio e Serviços:

Ivonei Pioner e Julian Bianchini; **COMIC - Comissão**

Municipal de Incentivo à Cultura: Ricardo Regal

Comandulli, Cláudia Sassi e Ângela de Cássia Freire;

CMC - Conselho Municipal da Cultura: Cláudia

Sassi; **COMSEA - Conselho Municipal de Segu-**

rança Alimentar: Renato Luiz Fedrizzi; **CONSEPLAN**

- Conselho Municipal de Planejamento e Gestão

Territorial: Rui Cassina e Nelson Minetto; **CMDS**

- Conselho Municipal de Defesa e Segurança

Pública: Jackson Campani e Rui Cassina; **COMTUR -**

Conselho Municipal do Turismo: Gabriele Piccoli e

Rodrigo Ramos Paglioli; **Comissão Pró-Segurança**

Pública: Rui Cassina; **COMTCNA - Comissão Técnico**

Administrativa - Secretaria do Meio Ambiente:

Mário Formolo; **Comissão de Energia da CIC:** Vitor

de Carvalho; **Comitê Ecoeficiência da Serra Gaúcha**

- Resíduos Sólidos: Fernando Bertotto; **CONSE-**

PRO / MOCOVI: Jackson Campani; **Caxias do Sul**

Conventions, Visitors Bureau: Eduarda Dagostini;

Conselho Deliberativo da Fundação Caxias: Renato Luiz Fedrizzi e Nadir Vanassi; **Conselho Deliberativo Parceiros Voluntários:** Nelson Minetto; **FCDL-RS:** Davenir Darci Dreher; **CDL Jovens do RS:** Marcos Jacoby; **Conselho Estadual de SPC:** Analice Carrer e **Conselho Sindical da CIC:** Analice Carrer

Outras Representações:

ASSESSORIA TÉCNICA ESTADUAL/FCDL - Adriana

Monteiro

AUDITOR EXTERNO - Volnei Ferreira de Castilhos

Coordenação Editorial:

Vice-Presidente Diego Frederico Biglia, Diretor Fernando Bertotto, Diretora Ângela Freire, Diretor Maurício Antunes, Gerente Comercial e Marketing Cícero Rech, Coordenadora de Marketing Rossane Rosanelli e Assessoria de Imprensa Núcleo Comunicação Organizacional - Jornalista Patrícia Janczak

Textos: Jornalistas Patrícia Janczak MTb 12771 e Greice Tedesco MTb 14660

Diagramação: Núcleo Comunicação Organizacional

Impressão: Gráfica São Miguel

Tiragem: 4.500 exemplares

Fotos: Andrei Cardoso, Alencar Turella, Claudia Velho, Patrícia Janczak, Morgana Perini, Divulgação Cargocenter, Divulgação Lubritec, Divulgação Rossi, Divulgação Pioner Joalheria e Ótica, Luciane Kist, Banco de imagens CDL.

FALA DA PRESIDENTE

2015 nos reserva grandes emoções. Certamente encontraremos muitos desafios de ordem pessoal e profissional. Mas para nós, associados da CDL, será um tempo marcante e ainda mais especial. No ano em que a entidade completará seu cinquentenário, os olhos da cidade vão se voltar para a Câmara que é o símbolo e representa o sucesso do comércio de nossa cidade.

Ao longo dos anos, a história da CDL se misturou com a do município porque a força do associativismo ajudou a colocar Caxias do Sul no topo, como a segunda cidade em importância econômica, social e cultural do Rio Grande do Sul. A entidade esteve presente de forma proativa e dinâmica dando voz à classe lojista e desenvolvendo todo o potencial empreendedor existente no DNA dos caxienses.

Há cinquenta anos a CDL cumpre fielmente seu propósito de representar, informar e apoiar seus associados atendendo com qualidade suas necessidades e promovendo seu constante desenvolvimento. Por sua atuação inovadora em prol da classe lojista, a entidade é reconhecida e destaca-se nacionalmente, levando o nome de Caxias do Sul para além de suas fronteiras.

Movida pela satisfação do associado, alicerçada pelos princípios da conduta ética, transparência, profissionalismo e responsabilidade socioambiental, a CDL tem conseguido conquistar sua autossuficiência financeira ao longo do tempo a partir de produtos e serviços que oferecem facilidades e diferenciais competitivos aos negócios do comércio.

Demos início às comemorações do cinquentenário com a nova identidade visual comemorativa, especialmente criada para marcar a data. Também lançamos o vídeo institucional, que trouxe um pouco da história da CDL e uma síntese de todos os serviços prestados aos associados e também à comunidade caxiense.

Estamos inaugurando nesta edição o novo layout da revista, que ganhou design moderno e prático para acompanhar a nova fase da entidade. O portal da CDL na internet também é outra surpresa. A página oficial vai passar por melhorias, ele-



Analice Carrer

Presidente da CDL Caxias do Sul

A entidade esteve presente de forma proativa e dinâmica dando voz à classe lojista e desenvolvendo todo o potencial empreendedor existente no DNA dos caxienses.

vando a qualidade na função de informar tanto o associado quanto a comunidade.

O auge da celebração do cinquentenário vai ser a 46ª Convenção Estadual de Lojistas, marcada para os dias 13 e 14 de agosto. O maior evento do varejo gaúcho será orquestrado na cidade pela CDL em parceria com a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Estado (FCDL-RS).

Neste ano histórico, vamos celebrar e divulgar o que a entidade tem e sabe fazer de melhor, para que não somente os associados sintam orgulho desta atuante e valorosa Câmara, mas também todos os caxienses se sintam parte dessa história de 50 anos de sucesso.

CDL entrega prêmios da campanha de Natal

Nos dias 13 e 15 de janeiro a CDL Caxias fez publicamente a entrega da premiação da Campanha Natal de Prêmios 2014, realizada no final do ano passado, com o apoio da FCDL-RS. Ronize Gomes Maciel, Jocerlei de Vargas, Rosemeri Zaro, Iracema Teresinha Casagrande, Liciene Maffazioli, Marlei Ceratti, Gildelena P. Ghizani, Zulma Bernardo Viesser e Graciela F. Libardi foram contempladas e receberam das mãos dos diretores e funcionários da CDL os prêmios sorteados.

É quem levou para casa o mais cobiçado prêmios, o Fiat Uno Vivace 1.0 EVO FLEX 2P ano 2014/mod. 2015 da Concessionária Sulpeças, foi o morador de Nova Petrópolis Erico Fennel. Ele fez uma compra na Giani Peças e Serviços para Eletrodomésticos, em Caxias do Sul, e rendeu à loja e à sua vendedora Graciela Francischetti Libardi Moto Yamaha 125 factor ano/modelo 2014/2015 e TV LED Smart 32 AOC, respectivamente.



CDL Caxias lança filme para contar a história dos seus 50 anos

No ano em que comemora os seus 50 anos de fundação, a CDL Caxias contará com uma intensa programação para comemorar a data festiva. Exemplo é o lançamento do filme comemorativo aos 50 anos da entidade, apresentado no dia 10 de março, em *Avant Première* realizada no Cinépolis do Shopping San Pellegrino, para associados, autoridades, imprensa e diretoria.

O filme, que tem duração de 5min50s, inicia com um passeio em imagens históricas e remete ao passado, destacando o empreendedorismo do povo caxiense e mostrando a evolução do comércio e serviços até o marco da fundação da CDL Caxias, em 1965. Além da linha do tempo, com destaque para a fotografia, pesquisada no Arquivo Histórico Municipal para trazer imagens das raízes do tempo dos tropeiros, o filme objetiva também apresentar ao espectador a importância da união de homens e mulheres para a conquista de objetivos concretos e melhoria da qualidade de vida da comunidade. “A ideia foi criar uma história que representasse o início do comércio em Caxias do Sul, identificando a atuação e visão dos fundadores da entidade, criando um paralelo com a história da cidade”, explica Maurício Antunes, diretor de Marketing da CDL Caxias.

Além do resgate histórico, o filme também traz um caráter moderno e contemporâneo, que caracterizam o perfil do setor nos dias atuais. “Utilizamos recursos técnicos, como a utilização de drones de filmagens, para mostrar o potencial do comércio e do crescimento do município. Nestes 50 anos queremos que a comunidade perceba que a CDL esteve sempre presente e tem vital importância no desenvolvimento da cidade. Além disso, é uma entidade atual, moderna, ativa e forte, feita de gente, que se une para construir o amanhã”, complementa Maurício.



Mostra fotográfica conta história da entidade

A **Mostra Fotográfica CDL Presente** faz parte da programação de atividades comemorativas dos 50 anos da CDL Caxias. Tem por objetivo resgatar *flashes* da história da entidade e da sua representatividade em Caxias e na região.

A exposição concretiza-se como um passeio por imagens que mostram os primórdios do comércio na cidade. Apresenta fotos de estabelecimentos que datam de 1905, a fundação do Clube de Dirigentes Lojistas em 1965, a evolução da sede, as lideranças, a qualificação dos associados e funcionários do comércio, a relação da CDL com a comunidade e o crescimento dos serviços oferecidos aos associados.

Todas as fotos da Mostra são integrantes do memorial da CDL, instalado nas dependências da entidade, e fazem parte de um projeto de resgate da história da Câmara desenvolvido pelo Instituto Memória Histórica e Cultural da UCS e liderado pelas professoras Eliana Relá e Luiza Iotti. É uma mostra itinerante, exibida em diferentes locais no ano de 2015. A primeira apresentação aconteceu no Shopping San Pelegrino.



Defesa de Tema: CDL 50 Anos

50 anos. Bodas de Ouro. Pesquisando e conhecendo um pouco da história da CDL, um universo de momentos se revela e desenha a história que hoje se comemora.

Não é apenas uma data. Nem apenas uma fração de tempo vencida que comemoramos. São as incontáveis conquistas hauridas na união de ideias, na construção de uma entidade forte e que é o verdadeiro porto seguro para as naus comerciantes.

Desde sua fundação, a CDL desempenhou papel fundamental na organização dos propósitos da classe. Foi decisiva em momentos críticos na economia, esteve sempre junto criando soluções, apontando caminhos, iluminando as decisões com a luz da razão, do consenso e da união. Hoje, essa luz exhibe tons dourados. De 1965 até os dias de hoje, todos os dias o comércio pode perceber a presença firme e segura da CDL, qual uma bússola a orientar o rumo a seguir. A CDL esteve lá, desde o início, no momento difícil e na comemoração das vitórias, nos desafios e nas conquistas, no dia a dia e, principalmente, no coração da classe comerciária.

Para representar o significado desta tão importante data, olhamos para realidade do ontem, do hoje e do amanhã. E, entre admiração e aplausos, destacamos uma palavra que declara com precisão o valor da entidade: CDL 50 ANOS PRESENTE.

Ficha Técnica da Mostra:

Realização: Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul

Diretoria Eletiva - Gestão 2015

Presidente: Analice Carrer; Vice-Presidente: Diego Frederico Bíglio; Vice-Presidente: Renato Spuldaro Corso; Diretor Financeiro: Ricardo Regal Comandulli; Diretor Financeiro: Ivonei Miguel Pioner; Diretora Secretária: Claudia R. Barreto Gonçalves Sassi; Diretor Secretário: Oscar Ângelo Panozzo.

Mostra Fotográfica CDL Presente

Realização: CDL; Coordenação: Eliana Relá e Luiza Horn Iotti; Registros Fotográficos até 1965: Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami; Fotografias pós 1965: Memorial CDL; Fotografias: Aldo Toniazzo, Scalco, Julio Soares, Luis Chaves, J. Reis, Alencar Turella; Pesquisa Histórica: Angela Bertuol; Cristiane Damo; Eliana Relá; Digitalização do Acervo: Antony Beux Tessari, Monica Vilasfram Mandelli; Projeto Gráfico/Design: MultiGuia Comunicação; Seleção e organização de imagens: Jaqueline Rombaldi Clamer.

CDL Caxias - 50 anos presente no comércio

Já são 50 anos de histórias e conquistas. 50 anos desde que o Clube dos Dirigentes Lojistas (primeira denominação da entidade) foi fundado. Tudo começou durante um encontro realizado nas dependências do antigo Hotel Alfred. De lá para cá, 32 empresários já passaram pela presidência da entidade, sendo Isidoro Calcagnotto, o pioneiro.



Desde então, a entidade não parou de crescer e tomar frente de eventos importantes. Poucos anos após sua fundação, em 1970, Caxias do Sul sediou a 1ª Convenção Lojista da Região Nordeste do Estado do RS, realizada nas dependências do Hotel Samuara. A foto acima mostra o evento realizado durante os dias 24, 25 e 26 de junho de 1970.

A sede da Câmara dos Dirigentes e Lojistas passou por mudanças com o avançar do tempo. Na foto abaixo, é possível visualizar a antiga sede da CDL, em 1991, localizada em frente ao antigo Ópera, na Rua Pinheiro Machado esquina com a Rua Dr. Montauray (nº 645).



Se voltar ainda mais no tempo, para 1905, nota-se que estabelecimentos comerciais já se destacavam na época. O quiosque da família Ungaretti, localizado na Praça Dante Alighieri era um deles. Conforme a foto abaixo, a placa acima da porta dizia “Bazar Familiar - Novidades” e mais ao fundo, vê-se a antiga residência da família de Ambrósio Bonalume, cujo local, mais tarde, foi ocupado pelo Cine Guarany e depois pela Agência do Banrisul. Os quiosques, além de estabelecimentos comerciais, também serviam de residência dos proprietários.



A história da CDL muitas vezes pode ser confundida com a história de Caxias do Sul. Assim como a cidade, a CDL procurou unir sua classe em busca de melhorias para os comerciantes. Desde sua fundação, esteve presente na vida dos lojistas, aconselhando e orientando-os para o crescimento. E ainda hoje, permanece presente e atuante.

Espaço CDL/UCS irá proporcionar mais comodidade aos associados

A **CDL Caxias inaugurou** no mês de março o Posto Avançado CDL Caxias, na Universidade de Caxias do Sul – UCS. Localizado no Centro de Convivência da Cidade Universitária, a unidade disponibiliza todos os serviços e produtos que a CDL oferece, tais como convênio de telefonia móvel, fixa e banda larga, plano de saúde empresarial e de associação, SPC Brasil, Garantia de Cheques, CDL Cobrança, Balcão de Negociação e CDL Empregos.

A iniciativa visa a descentralização da entidade, com o objetivo de oferecer aos seus associados excelência nos serviços prestados. Segundo o vice-presidente da CDL Caxias, Diego Biglia, foi realizada uma pesquisa e verificou-se que a zona Leste da cidade conta com aproximadamente mil empresas associadas. “Dentro da nossa visão estratégica, de proporcionar serviços melhores e com mais qualidade, verificamos que esta descentralização se faz necessária, pois conta com mais comodidade às empresas desta região, não sendo necessário o deslocamento até o Centro para receber atendimento”, explica ele.

Biglia acredita que o maior benefício será a localização. “A mobilidade urbana é um fator que possui forte influência nos nossos negócios. A cidade cresceu, a forma de relacionar-se com o trânsito também. A entidade precisa acompanhar estas mudanças, com desenvolvimento”, explica, “diante disto, buscamos este convênio com a Universidade, pois entendemos que a localização seja conveniente e o espaço está integrado com uma estrutura completa, de estacionamento, bancos e praça de alimentação disponíveis no local”.



Da esq. à dir.: Davenir Dreher, Vice-presidente da FCDL- RS; Ambrosio Luiz Bonalume, Presidente do Conselho Diretor da FUCS; Diego Biglia, Vice-presidente da CDL Caxias; Analice Carrer, Presidente da CDL Caxias; Evaldo Kuiava, Reitor da UCS; Renato Corso, Vice-presidente da CDL Caxias e, Francisco de Assis Spindorello, Secretário do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego.

O Espaço CDL/UCS possui atendimento das 11h às 20h, sem fechar ao meio-dia. Conta com dois atendentes que serão responsáveis pela orientação e prestação dos serviços ofertados pela entidade. “Estimamos uma média de 20 (vinte) atendimentos ao dia, com base no que recebemos de demanda de associados desta região no Palácio do Comércio. Este novo espaço será um canal direto entre a entidade e lojistas e prestadores de serviços dos bairros próximos. Além da oferta dos serviços, prevemos disponibilizar uma sala de reuniões no local, com toda a estrutura necessária, para que os nossos associados possam utilizar, conforme suas necessidades”, informa o vice-presidente.

De acordo com Diego, este é o primeiro passo para a descentralização da CDL Caxias. “Nossa pesquisa já apontou que há demanda também da região contrária da cidade, a Oeste, e conforme for a aceitação, a tendência é evoluirmos para outras áreas. Além disso, acreditamos que o potencial de atendimento do Espaço CDL/UCS é muito grande, então já prevemos um potencial aumento na estrutura local”, conclui ele.

Comodidade para associados:

O projeto do novo espaço foi concebido com o foco de priorizar o atendimento aos associados da entidade. Para isso, o *layout* do ambiente conta com as mesas de atendimento localizadas na entrada da sala.

Pensando no conforto do público e dos atendentes, o projeto contempla um ambiente climatizado, bem iluminado e confortável. Como diferencial, um espaço renovado, nos mesmos padrões da CDL Caxias, utilizou-se os mesmos tipos de revestimentos, pisos, mobiliário, criando desta forma, uma identidade visual única.

O Centro de Convivência da UCS está localizado na Cidade Universitária. É um espaço planejado para o convívio social dos alunos e pessoas da comunidade. Encontra-se junto à Galeria Universitária e conta com a comodidade de estacionamento, fácil acesso e diversos serviços disponíveis, como agências bancárias, praça de alimentação, lojas e fotocópias.

Reitor da UCS e presidente da entidade assinaram convênio

A **Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL)** de Caxias do Sul e a Universidade de Caxias do Sul (UCS) firmaram parceria durante reunião-almoço de diretoria da entidade realizada no final de 2014. O então presidente da CDL, Davenir Dreher, e o reitor da UCS, Evaldo Kuiava, assinaram convênio para a instalação do Espaço CDL/UCS no Centro de Convivência da Cidade Universitária.

Na oportunidade Davenir comemorou o convênio. “É uma honra para a CDL ter firmado este contrato com a UCS. Isso demonstra a confiança depositada na entidade e nos associados”, declarou Dreher.

O reitor da UCS retribuiu a gentileza dizendo: “Nós é que somos gratos. Associar a marca da UCS com a CDL engrandece a nossa instituição. É uma oportunidade para a UCS ter uma relação diferente com as entidades. Estamos de portas abertas. O Conselho da Fundação ficou feliz e apoia esta parceria”, definiu Kuiava.

Serviços disponíveis no Espaço CDL/UCS:

- Convênio de telefonia móvel, fixa e banda larga;
- Plano de saúde empresarial e de associação;
- SPC Brasil;
- Garantia de Cheques;
- CDL Cobrança;
- Balcão de Negociação;
- CDL Empregos.

Confira os bairros que serão contemplados com a descentralização:

Ana Rech	Bela Vista
Capivari	Castelo
Cruzeiro	De Lazzer
De Zorzi	Diamantino
Interlagos	Jardim das Hortências
Jardim Eldorado	Mariland
Parada Cristal	Petrópolis
Planalto	Presidente Vargas
Sagrada Família	Santo Antônio
São Brás	São Ciro
São Cristóvão	São Luiz
São Virgílio	Serrano
Universitário	



Plano de saúde corporativo: diferencial na captação e retenção de talentos

Atualmente, o salário, o ambiente de trabalho e os benefícios são os principais fatores de motivação dos funcionários nas empresas, segundo apontam pesquisas com as principais e melhores companhias para se trabalhar do Brasil. Para muitos profissionais, ter um bom plano e assistência médica de qualidade é tão atrativo quanto o aumento salarial. Isto porque a qualidade de vida nunca esteve tão valorizada.

Os empresários estão cada dia mais cientes da importância do funcionário para o sucesso dos negócios. Contratar e reter talentos não é tarefa das mais fáceis. Algumas empresas acabam disputando os que mais se destacam no mercado e contar com um bom plano de saúde pode ser uma carta na manga.

E não é para menos. Quem precisa recorrer à saúde pública no Brasil padece com a infraestrutura precária, os equipamentos defasados, os poucos médicos, a demora em exames e as longas filas em pronto-atendimentos.

A empresa que pensa na qualidade de vida e valoriza o capital humano assegura a motivação dos funcionários no ambiente de trabalho. Além de manter em dia a saúde dos profissionais, o plano de saúde podendo ser estendido aos familiares é vantajoso ao empresário, uma vez que, por exemplo, quanto mais rápido o filho do funcionário sarar, mais rápido também será seu retorno e mais produtividade ele entregará à companhia.

A segurança no trabalho é um dos itens de maior preocupação na Cargocenter Logística Expressa. O gerente financeiro da empresa, Michael Smiderle Boff, explica que plano de saúde, pago integralmente há 19 anos, é um investimento aos 40 funcionários. “Sabemos que os motoristas estão expostos a riscos, muito mais do que os demais trabalhadores com funções de escritório. Certamente o benefício ajuda na retenção e captação de talentos”, opinou.



Na Lubritec Scherer Distribuidora de Lubrificantes, localizada em Flores da Cunha, o plano de saúde dos funcionários também é custeado integralmente pela empresa. A coordenadora de Recursos Humanos da empresa, Luana Engeross, conta que há 10 anos, eles utilizam o plano de saúde corporativo via CDL. “Para nós é bastante vantajoso porque custa mais barato, já que quanto mais vidas menor é o custo”, avaliou.



Luana tem razão. A CDL Caxias é o segundo maior cliente da operadora conveniada, a Unimed Nordeste. Segundo o coordenador Comercial da entidade, Joel Ribeiro, 2.300 empresas associadas se beneficiam do convênio, totalizando uma cobertura de 11 mil vidas. O grande volume resulta em pacotes mais acessíveis. Por isto, esta parceria dura 12 anos.

O atuário da Unimed Nordeste, Luis Filipe Moura, justifica que no caso dos planos corporativos, há uma regra bem conhecida por todo empresário: o volume de compra permite uma redução no preço. “Assim, em vez de cada funcionário buscar seu próprio plano de saúde individualmente, ao contratar o plano em nome da empresa, consegue-se, junto às operadoras, valores diferenciados, em comparação à compra isolada por determinado funcionário”, resumiu.

A cobertura nacional oferecida pela Unimed é um dos destaques relevantes na opinião da coordenadora de Recursos Humanos da Lubritec. “Optamos pelo plano nacional porque nossos funcionários passam por treinamentos no Rio de Janeiro. Já aconteceu de dois funcionários passarem mal lá e precisarem de atendimento. Para a empresa é uma tranquilidade saber que o seu trabalhador estará amparado e bem assistido mesmo longe”, contou.

A assistente de Marketing da Lubritec, Taís dos Santos Oliveira, de 20 anos, está satisfeita com o benefício, ainda mais porque sabe que são poucas as empresas que oferecem plano de saúde sem nenhum custo ao funcionário, sendo que algumas sequer têm esse diferencial. “Sem dúvida tem impacto na folha de pagamento. Acho interessante porque é uma forma de incentivo. Significa que eles (direção) se importam com a saúde da gente. Certamente é um atrativo para permanecer na empresa”, destacou.

Para metade dos brasileiros, sensação de prazer pessoal é fator determinante para compra

Uma pesquisa sobre a Experiência de Consumo do Brasileiro encomendada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo Portal de Educação Financeira Meu Bolso Feliz revela que para metade dos consumidores ouvidos no estudo (68% entre os consumidores das Classes A e B), o consumo está ligado a boas sensações e ao prazer. As sensações e experiências positivas são os principais destaques: relaxar (47%), prazer de comprar (43%), melhora de humor (37%), satisfação pessoal (35%). A melhora de humor é ainda mais comum entre as mulheres (43%, contra 29% entre os homens). O estudo foi realizado junto a 620 pessoas maiores de 18 anos, de todas as 27 capitais brasileiras.

Os entrevistados também citaram outras variáveis determinantes da compra como a necessidade de se ter o produto (71%), o preço (44%), as promoções (37%) e a qualidade, marca ou modelo (21%) do que se deseja comprar. Por outro lado, entre os fatores com relativa importância, numa decisão de compra, estão o atendimento (18%), a forma de pagamento (15%) e a propaganda (4%).

Influenciadores dentro do ambiente de compra

Por outro lado, os pesquisadores também procuraram identificar as principais influências relacionadas ao ambiente e às condições oferecidas aos consumidores no momento da compra. O estudo conclui que as questões financeiras são as mais importantes para os consumidores. De acordo com 88% dos entrevistados, o preço é o principal motivo para justificar uma compra. Em seguida aparecem as promoções e liquidações (78%), a qualidade do produto ou serviço (71%) e as facilidades e os vários meios de pagamento (51%). O apelo das vitrines foi citado por 12% dos entrevistados, sendo mais representativo entre as mulheres (19%, contra 5% dos homens).

O que leva a pessoa a desistir de uma compra?

O estudo também identificou quais fatores levam o consumidor a desistir de fazer uma compra. O valor acima do esperado foi citado por 59% dos consumidores. Taxas extras e outros custos aparecem em segundo lugar com 44% das respostas, além da falta de opção da forma de pagamento desejada pelo consumidor (40%).

Quais motivos levam o consumidor ao arrependimento?

Ao perguntar sobre os principais motivos que levam as pessoas a se arreperderem pelos gastos feitos, os motivos que mais aparecem com frequência têm a ver com a alteração no planejamento financeiro (88% no caso de compra de acessórios para automóveis e motos), gasto sem proveito (100%, no caso de acessórios de moda) e dívidas adquiridas (61%, no caso dos eletroeletrônicos e 88% no caso dos eletrodomésticos).

De modo geral, observa-se que as compras desnecessárias são mais comuns entre as mulheres (48%, contra 38% dos homens). Além disso, elas também são as que mais se arrependem de compras que resultam no uso parcial do produto comprado (20%, contra 12% dos homens). Já em relação à classe social, os entrevistados das Classes C, D e E mostram-se mais propensos a realizar compras desnecessárias (43%, contra 38% da Classe A/B).

Baixe a pesquisa completa e a análise técnica do estudo no site da CDL: www.cdlcaxias.com.br.



CONVÊNIO PLANO DE SAÚDE EMPRESARIAL CDL/UNIMED

Vantagens exclusivas para associados CDL:

- * Planos com cobertura regional e nacional;
- * Valores diferenciados de mensalidades;
- * Internações hospitalares;
- * Consultas médicas;
- * Pronto Socorro;
- * Exames e muito mais!

Mais informações: (54)3209.9977
www.cdlcaxias.com.br



Comércio caxiense mais leve e atraente

O projeto de lei que estabelece regras para a propaganda em Caxias do Sul, denominado Lei da Comunicação Visual, está em vigor desde dezembro de 2012. A lei cumpre a finalidade de diminuir a poluição visual do comércio e vale para toda a cidade. Passados dois anos, poucos estabelecimentos se adequaram à legislação, mesmo depois do longo prazo de adaptação e apesar de todo o trabalho de conscientização e notificação da Secretaria Municipal do Meio Ambiente.

O impacto financeiro dos custos da reforma da fachada que resultou em 90 mil reais foi compensado pelo resultado final do prédio das Lojas Bulla. A opinião não é apenas do proprietário Severino Bulla, mas dos clientes também.

O empresário relata que uma vez que os letreiros deveriam ser mudados em função da nova legislação aproveitou-se o momento para pintar o prédio antigo e ainda implantar

uma marquise de vidro. “As reformas e as novas propagandas deram mais valor à loja, que ficou mais bonita. Ficamos muito satisfeitos, pois valeu a pena”, disse.

Quem também se adequou à nova legislação e viu benefícios foi o empresário Ivonei Pioner. As cinco lojas da rede Pioner Relojoaria e Ótica cumprem as disposições legais desde o primeiro ano de aplicação da nova lei. “Houve uma situação onde um amigo pediu-me se havia aberto um novo ponto de venda, e na realidade ele nunca havia percebido que eu tinha uma loja naquele endereço. Percebeu pela nova fachada”, contou.

De acordo com o lojista, a classe como um todo só tem a ganhar com a adaptação da nova lei. “Para os caxienses é notório o quanto haveremos de embelezar nossa cidade, dando a ela um aspecto mais limpo, e até melhorando a comunicação de marca das empresas”, observou.



Antes e depois da fachada da Pioner Joalheria e Ótica



Antes e depois da fachada da Livraria Rossi



O que diz a lei

A legislação determina o tamanho correto para a publicidade de veículos de comunicação como letreiros, outdoors, placas, painéis, pinturas em murais e faixas, localizados em logradouro público ou dele visualizado, construído ou instalado em imóveis edificadas, não edificadas ou em construção.

Os anúncios que identificam o nome e marca das lojas devem ocupar a área máxima de 0,60 metros por largura da testada. Isso para prédios comuns. Aqueles que são considerados patrimônio histórico podem utilizar área máxima de 0,30 metros por largura da testada. As vitrinas estão liberadas para uso do lojista, já cavaletes e infláveis não são mais permitidos.

Painéis luminosos (*back-light*) ou iluminados (*front-light*) de face simples, com área de até 30 metros quadrados, deverão ser instalados com distância mínima de 80 metros. Mas somente poderão ser fixados mediante parecer de responsável técnico.

Multa

Os comerciantes em desacordo com as disposições legais estão sendo multados entre 10 e 250 Valores de Referência Municipal (VRMs), ou seja, de R\$ 220,20 a R\$ 5.505.

Entre em contato com a Semma e regularize seu estabelecimento: (54) 3901.1445.

Linha da Pequena Empresa chega ao terceiro ano

Um café da manhã no Salão Nobre do Centro Administrativo Municipal deu início à 5ª etapa do Programa Linha da Pequena Empresa. A iniciativa coordenada pela CDL Caxias, SEBRAE/RS, Prefeitura Municipal de Caxias do Sul – por meio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego (SDETE), Viação Santa Tereza (Visate) e Banco do Povo ICC – Serra Operador do Microcrédito, oferece os serviços de orientação gerais e crédito; informações de capacitação profissional; concessão de alvará; formalização de empresas estilo MEI (Microempreendedor Individual); alteração, extinção e declaração para MEI; impressão de documentos empresariais; entre outros. O gestor da Linha da Pequena Empresa junto ao SEBRAE/RS, Alcir Cardoso Meyer, fez a apresentação dos resultados do programa nesses três anos consecutivos de existência. Segundo ele, até hoje foram formalizadas via Programa 2.249 pequenas empresas, o que representa 15% de todas as MEIs na cidade.

Iniciada no primeiro semestre de 2013, a Linha da Pequena Empresa cresce em popularidade e em número de atendimentos realizados. Em 31 de janeiro de 2015, por exemplo, o Portal do Empreendedor apontava 14.163 registros de Microempreendedores Individuais (MEIs) em Caxias do Sul. No segundo semestre de 2014, foram registradas 522 formalizações dessa modalidade. “O projeto do ônibus itinerante, que percorre os bairros de maior densidade populacional na região de Caxias do Sul, chegou também a 2.411 atendimentos totais que variaram entre informações sobre serviços de consultoria e assessoria contábil, orientações ao crédito e inadimplência, alvarás, entre outros.”, resume o gestor da Linha da Pequena Empresa junto ao SEBRAE/RS, Alcir Cardoso Meyer.

Para a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul, incentivar e participar do Programa Linha da Pequena Empresa é uma forma de reconhecer a importância da formalização dos micro e pequenos negócios. “A iniciativa tem a missão de retirar os microempreendedores da informalidade, garantindo maior profissionalização e seriedade ao mercado local. A soma de esforços dos patrocinadores permite levar, de forma itinerante, aos bairros da cidade conhecimentos e informações sobre gestão, que ajudam a alavancar os negócios. Dentro do ônibus, semana a semana, a CDL incentiva o associativismo e coloca à disposição dos novos e futuros empreendedores produtos e serviços oferecidos pela entidade”, argumenta a presidente da CDL, Analice Carrer, acrescentando que, como empresária do varejo caxiense, “é uma honra e motivo de orgulho fazer parte desse programa”.

De acordo com a coordenadora administrativa do Banco do Povo ICC – Serra Operador do Microcrédito, Jacqueline Tattis, o acesso às informações sobre possibilidade de microcrédito e como são realizadas as operações é um dos pontos fortes nos atendimentos na Linha da Pequena Empresa. “Muitas pessoas não sabem o quanto podem ser beneficiadas pelo microcrédito para a realização de seus projetos pessoais de negócios. O crédito de até R\$ 3 mil em seis vezes para pagar possui um juro de apenas 0,41%. Ou seja, é viável para os investimentos necessários de muitos empreendedores com boas ideias e falta de capital para dar início aos trabalhos”, destaca.



Da mesma forma, o gestor de projetos na Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego, Adriano Bressan, ressalta que o fato de o ônibus percorrer bairros de Caxias do Sul para que todos os cidadãos tenham acesso aos diferentes serviços, que os parceiros conseguem dispor ao mesmo tempo, gera um movimento natural de incentivo para quem acredita no trabalho como política de crescimento. “Ao facilitar trâmites burocráticos, a prefeitura e os demais parceiros contribuem para uma característica natural da cidade que é o empreendedorismo. A geração de trabalho e renda, por meio de micro e pequenas empresas formalizadas é produtiva, segura e tem perspectiva de futuro para as famílias que se unem em torno de uma atividade empresarial”, avalia Bressan.

O ônibus para a constituição da Linha da Pequena Empresa foi uma doação da Visate. “Investir no bom relacionamento com o público externo e oferecer sempre que possível apoio à comunidade caxiense faz parte do caminho da Visate. Por isso, desde o início de 2013, apoia o projeto. A Visate acredita na promoção da integração com a nossa comunidade como um caminho de crescimento contínuo, valorizando assim a nossa cidade, os nossos clientes e oferecendo oportunidades de melhoria na vida de cada um”, diz o diretor Gustavo Marques dos Santos.



A tecnologia que aproxima marcas e consumidores

A 104ª edição do evento anual promovido pela NRF (National Retail Federation) dos EUA, realizado este ano entre os dias 11 e 13 de janeiro em Nova York, reforçou uma tendência que vem crescendo no varejo mundial: o uso da tecnologia a favor do comércio. O presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul (FCDL-RS), Vítor Augusto Koch, defende que a tecnologia não serve apenas para vender mais, mas para fidelizar clientes e aproximar futuros consumidores das empresas. “A tecnologia fez com que o público-alvo de cada lojista deixasse de ser o bairro e passasse a ser o mundo. Há uma constatação cada vez mais presente da experiência de compra. O consumidor não quer mais simplesmente entrar numa loja e adquirir um produto, mas viver uma experiência na hora da compra. Isso se dá através de tecnologia, atendimento personalizado e inovação, acima de tudo”, opinou.

Analisar o comportamento do consumidor e agir de acordo com as oportunidades é imprescindível para quem atua ou deseja entrar no dinâmico mercado virtual. A pesquisa *Retail eCommerce In Brazil: Key Metrics* realizada pela Forester, em parceria com o *E-Commerce Brasil*, revelou que 7% do total de vendas dos varejistas brasileiros são realizadas via *smartphones*.

O presidente da FCDL-RS sinaliza que se por um lado a tecnologia avança sem cessar, por outro o empresário do comércio sofre com a falta de recursos para investimentos pela alta carga tributária. Entretanto, para Koch, a inovação é o caminho sem volta. “Há uma mudança no cenário atual que parece ser definitiva. O nosso concorrente não é mais a loja ao lado, mas sim uma rede internacional, um site de vendas pela internet e até outros tipos de serviços e produtos que concorrem com os itens tradicionais do comércio. A economia é global, mas não significa que os produtos sejam locais, ou seja, com características muito individuais que satisfazem o consumidor”, argumentou.



Vítor Augusto Koch
Presidente da Federação das
Câmaras de Dirigentes Lojistas
do Rio Grande do Sul

Há uma mudança no cenário atual que parece ser definitiva. O nosso concorrente não é mais a loja ao lado, mas sim uma rede internacional, um site de vendas pela internet e até outros tipos de serviços e produtos que concorrem com os itens tradicionais do comércio. A economia é global, mas não significa que os produtos sejam locais, ou seja, com características muito individuais que satisfazem o consumidor.



■ Compras por celular - 7%

■ Compras por métodos convencionais - 93%

FONTE: *Retail eCommerce In Brazil: Key Metrics*

O líder do varejo gaúcho conta que a NRF 2015 deixou claro que o futuro do varejo mundial está na *omni-channel* e *mobile*, que significam as vendas com atendimento em multicanais e via *smartphone*. “O consumidor escolhe a forma de pesquisar, se informar e comprar. Ou seja, não existem mais diferenças para o consumidor, entre loja física, loja virtual ou *mobile*”, explicou.

Omni-channel

O novo conceito *omni-channel* elimina as diferenças e distâncias entre loja física ou virtual. O cliente conhece o produto na loja, compra pela internet, e vice-versa. O consumidor de hoje é multicanal e *cross canal*, ou seja, compra em diversos canais no momento que for mais conveniente e prático para ele e pode cruzar compras em ambientes físicos e virtuais. Não existe somente as lojas físicas como canal de compras, as vendas de porta em porta, *e-commerce*, *mobile commerce*, *TV commerce* e *social commerce* também fazem parte da estratégia de vendas para levar a loja até o consumidor.

As lojas mais antenadas sabem que não adianta apenas adicionar canais. Manter a competitividade e reter clientes significa proporcionar uma experiência sensorial de compra perfeita, através de todos os pontos de contato.



Presença em rede

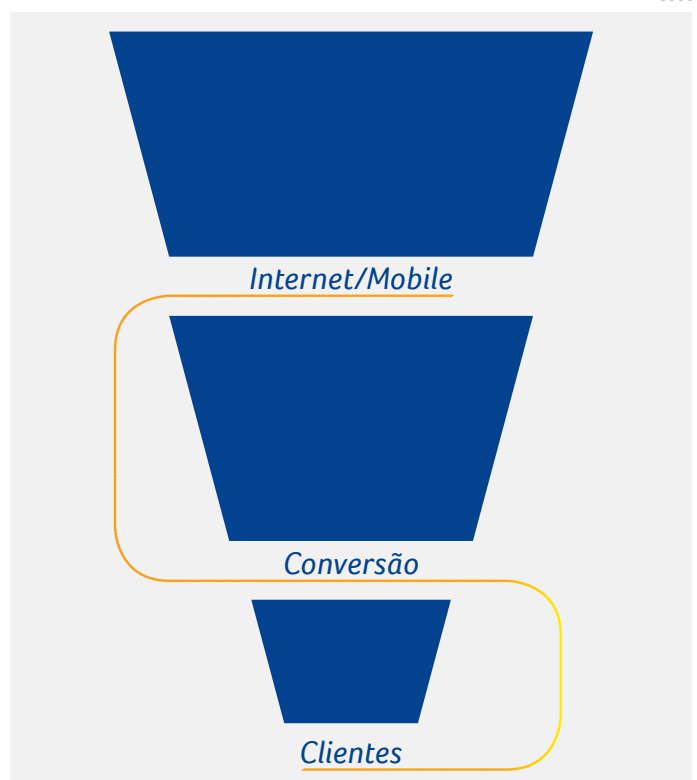
O consumidor não distingue mais *on-line* do *off-line*. Quando está *on-line*, ele está conectado as redes sociais, está compartilhando, validando suas opiniões com amigos, pesquisando, aprendendo e desenvolvendo um ponto de vista. Segundo pesquisas recentes feitas nos EUA, constatou-se que o consumidor que participa da vida social da marca por meio de redes sociais como Twitter, Facebook e Foursquare, por exemplo, vai consumir e indicar mais os produtos ou serviços de determinada marca. Isso é o engajamento do consumidor com a marca, porém a comunicação deve ir ao encontro dos interesses do consumidor, não somente do que a marca quer “empurrar” para ele.



Facilite a vida do cliente e aumente as conversões

Para se manter competitivo no mercado, o varejista precisa enxergar o potencial de venda via *mobile* e oferecer meios para que o consumidor adquira os serviços/ produtos com agilidade e segurança.

Uma excelente solução para facilitar a vida do consumidor em plataformas móveis são os SDK de pagamento para *Apps Mobile*. Este sistema permite que o *check-out* ocorra dentro do aplicativo, otimizando o processo de compra para o cliente ao eliminar redirecionamentos e cadastros desnecessários. É comprovado que quanto mais simples e seguro o tramite de pagamento, maiores são as conversões em vendas.



Evite surpresas negativas na conta de luz

A tarifa de energia elétrica aumentou 35,5%. Embora o impacto do aumento seja maior para a indústria, no comércio a iluminação é item fundamental que ajuda nas vendas. Um bom projeto de iluminação do interior de uma loja e de sua vitrina leva em conta o objetivo do negócio e o aspecto psicológico de percepção das pessoas, além do ambiente a ser iluminado. É inegável que o brilho de uma lâmpada aproxima e chama a atenção do cliente para o produto. Sendo assim, se não é possível abrir mão do uso da energia elétrica pelas estratégias que ela traz, pode-se reduzir o custo com algumas melhorias e medidas econômicas.

O representante da CDL Caxias na Comissão de Energia da Câmara de Indústria, Comércio e Serviços (CIC) de Caxias do Sul, Vitor de Carvalho, avalia que a recente lei de comunicação visual conseguiu uma redução espontânea na cidade da tarifa na atividade do comércio ao delimitar e reduzir o tamanho dos letreiros luminosos. “Os comerciantes que estão adequando as fachadas de suas lojas estão optando por iluminação de baixo consumo, o que tem refletido positivamente na conta de luz”, explicou.

Selecionamos algumas dicas para ajudar os empresários do comércio a economizarem energia elétrica. Confira!

Dicas de economia de energia no comércio

- Procure as lâmpadas mais adequadas para cada tipo de ambiente e finalidade;
- Somente acenda as lâmpadas quando não houver iluminação natural suficiente;
- Faça campanhas com os seus empregados para que desliguem as lâmpadas dos ambientes que não estiverem sendo usados;
- Nas áreas de circulação, deixe acesas apenas as lâmpadas imprescindíveis à segurança;
- Pinte as paredes e os tetos com cores claras;
- Mantenha limpas as luminárias; uma luminária limpa pode economizar até 25% de energia.

FONTE: Eletrobrás/PROCEL e SEBRAE/RJ

Escolha a lâmpada certa

Incandescente

É o tipo mais comum e tem o menor preço. A versão com 60 W, que é a mais vendida no país, gasta mais energia do que as outras opções para iluminar o mesmo ambiente.

Fluorescente compacta

Esta lâmpada é mais econômica do que a anterior porque a versão da fluorescente com 15 W ilumina da mesma forma que a incandescente de 60 W. Isso significa uma economia de 75% na conta de luz. O preço é maior, mas se somados o

preço da lâmpada mais o gasto de energia de um ano, a fluorescente sai quase três vezes mais barato.

LED

A lâmpada de LED consegue ser ainda mais econômica no consumo de energia. Com apenas 10 W você deixa um ambiente iluminado com a mesma intensidade que a incandescente de 60 W ou a fluorescente compacta de 15 W. Mas estas vantagens fazem a lâmpada de LED custar bem mais. Dependendo do modelo, são quase R\$ 30 de diferença entre ela e o modelo incandescente. Fonte: konkero.com.br

Ar-condicionado: o grande vilão da conta de luz

O bem-estar interfere diretamente no desejo de compra. De acordo com Vitor de Carvalho, na atividade do comércio quando o ambiente da loja oferece aconchego, possui uma bela decoração, iluminação adequada e som agradável o consumidor permanece por mais tempo, o que pode resultar em vendas. “Tornar a experiência dentro do estabelecimento inesquecível tem sido a chave do sucesso das principais redes de varejo do Brasil e do mundo”, evidenciou.

Para Carvalho, a climatização natural é a melhor de todas do ponto de vista econômico, porém só pode ser aproveitada com todo o seu potencial quando a construção arquitetônica é realizada atendendo a determinadas condições técnicas. A verdade é que na maioria dos casos é preciso recorrer à climatização artificial, isto é, aos aparelhos de ar-condicionado.

O aparelho certo para o tamanho de sua loja

Para evitar dores de cabeça e surpresas negativas na conta de luz, a tabela disponível no site da CDL Caxias indica qual a potência necessária do aparelho para refrigerar sua loja, de acordo com a metragem do ambiente. Na codificação adotada: A para ambiente sob outro pavimento, B para ambiente sob telhado com forro e C para ambiente sob laje descoberta.

Por exemplo, se você deseja refrigerar uma sala com 30m², localizada na face Norte de um edifício você vai precisar de um aparelho de ar-condicionado com capacidade de 12.000 Btu/h.

Confira no site da CDL Caxias a tabela de Capacidade em Btu/h dos aparelhos de ar condicionado: www.cdlcaxias.com.br





2015

O que esperar deste ano para o comércio?

Após um ano difícil, tanto para o comércio quanto para a indústria, o ano de 2015 iniciou trazendo fortes desafios. Todos os setores da economia estão em compasso de espera. O ano começou de uma forma não desejada: alta de impostos, inflação e juros. Tais medidas são vetores inibidores do mercado.

Basicamente todos os ajustes econômicos realizados até o momento impactam em custos para as empresas e diminuem a renda da população. A tributação sobre a gasolina e diesel, além de gerar inflação, consiste em uma transferência de renda do setor privado (empresas e famílias) em favor do Governo. A alta da energia também é altamente inflacionária, e o aumento da SELIC já representa uma inibição ao consumo e um deslocamento de renda em favor do setor financeiro e dos títulos públicos do Governo Federal.

Desta forma, o clima de desconfiança é inevitável. As medidas econômicas do início deste ano foram como um “balde de água fria” no comércio. Então, o que esperar de 2015?

Segundo Maria Carolina Gullo, economista da CDL Caxias, o ano de 2015 será um ano de ajustes. “Não só existe uma crise, como existe a desconfiança no Governo e na sua capacidade de encontrar soluções”, afirma. A economista

explica que o ciclo de expansão que se iniciou pós-crise de 2008, se encerrou rapidamente em 2011. As medidas adotadas pelo Governo neste período estavam baseadas no estímulo ao consumo, ou seja, absorção da produção nacional pelos consumidores brasileiros. Vários segmentos da indústria e do comércio se beneficiaram destas medidas. Porém, conforme ela, o modelo chegou no limite e o mercado interno não consegue mais absorver a produção. “Boa parte dos estímulos estavam direcionados a aquisição de bens de capital ou de bens de consumo durável, ou seja, para a compra da casa própria, do automóvel e daqueles eletrodomésticos mais caros como geladeira, fogão e televisão. Pois bem, poucos são os brasileiros que conseguem trocar de carro a cada dois anos ou comprar mais de um imóvel. Além disso, como o crédito estava facilitado e com juros mais baixos, o financiamento foi o meio de aquisição destes bens. Agora, sobram as dívidas para pagar e, portanto, um alto grau de endividamento das famílias. Para piorar a situação, a inflação não dá sinais de queda e só faz desvalorizar a moeda real e reduzir o poder aquisitivo dos salários, logo, das famílias”, resume ela.

Carolina acredita que a reação somente ocorrerá quando as medidas adotadas pela equipe econômica surtirem efeito. “Se isso ocorrer, a desconfiança do empresariado e do mercado, de forma geral, vai melhorar e estimular que façam investimentos nos seus negócios e, assim, aos poucos, retomar a produção. Com a retomada da produção, as contratações poderão voltar a ocorrer, aumentando a renda disponível para consumo”, diz.

Com a retomada da produção, as contratações poderão voltar a ocorrer, aumentando a renda disponível para consumo.

Portanto, a solução para a retomada da economia está nas mãos do Governo Federal e Estadual. “Ao empresariado caberá a leitura correta do movimento do mercado, bem como a busca por uma gestão mais profissional que o conduza a maior produtividade e eficiência, que resultaram em competitividade. É o momento de investir em

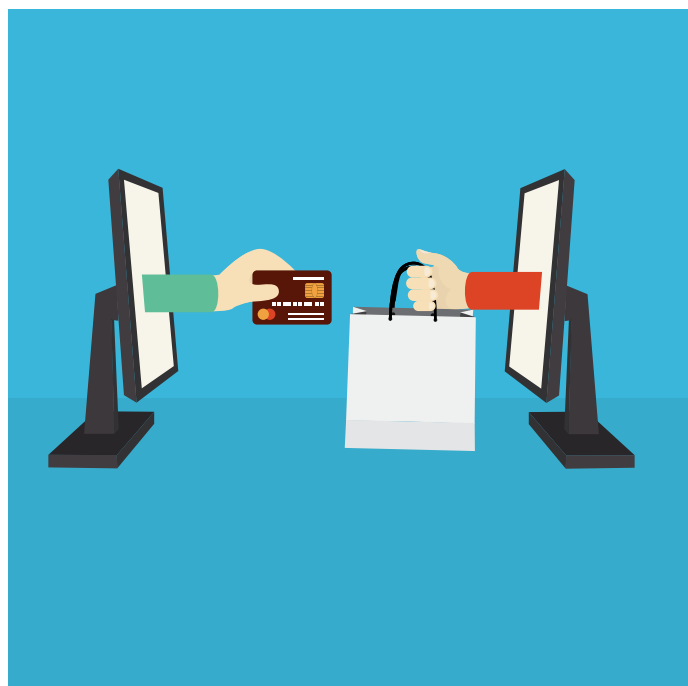
qualificação, tanto dos funcionários como dos gestores. Isto criará um ambiente propício para inovação que o re-colocará em posição privilegiada na retomada da economia”, orienta a economista.

Um ano de oportunidades

Diante deste cenário, é fundamental que os lojistas se recusem a aceitar as adversidades como derrota. Sempre há maneiras de reagir e encontrar novas oportunidades no comércio. Como atitude de preservação, especialistas sugerem que a primeira coisa a fazer é prestar maior atenção nas planilhas de custos da empresa.



A inflação aumentando pode esconder elevação de custos diretos e indiretos que se não detectados a tempo podem causar desagradáveis surpresas na hora de verificar os resultados mensais. Desta forma, gestão e planejamento empresarial são instrumentos cada vez mais vitais para a sobrevivência e prosperidade das lojas.



Inovação tecnológica pode garantir o sucesso

A presença da tecnologia digital cria uma série de oportunidades, mas também traz grandes desafios para o varejo. Uma pesquisa realizada pelo Ibope para a Secretaria de Comunicação da Presidência da República mostra que 26% dos brasileiros utilizam a internet diariamente, fazendo dela o segundo meio de comunicação no Brasil, atrás apenas da televisão. Em função das transformações demográficas pelas quais vamos passar nos próximos 20 anos, as conexões digitais vão adquirir um peso definitivo nas decisões de compra da esmagadora maioria dos consumidores.

Desta forma, para aumentar as vendas será necessário 'entrar na internet'.

Desta forma, para aumentar as vendas será necessário "entrar na internet". E isso não vale apenas para vender o seu produto/serviço, mas também para acompanhar o que estão comentando a respeito do seu negócio. Segundo Maria Carolina Gullo, hoje as pessoas consultam a internet antes de comprar um produto, um serviço, para pedir referências sobre uma loja, sobre um profissional. "Elas estão buscando minimizar o risco e para isso servem as redes sociais e os sites especializados em reclamações. Isto já é realidade e quem não entender estas ferramentas como vitais para o seu negócio estará perdendo competitividade", atenta a economista.

No campo das oportunidades é importante estar atento para:

- A possibilidade de reação da indústria exportadora (por conta da desvalorização do Real), gerando mais empregos e renda em atividades específicas, cujos trabalhadores podem ser atraídos para o consumo;
- Atenção aos produtos cujas vendas pouco ou nada variam em função da situação econômica. Tais mercadorias podem ser identificadas na própria loja a partir de análise detalhada de vendas ou de estoques;
- Municípios agrícolas, pois a safra de grãos é sempre importante. A queda dos preços internacionais está sendo compensada pela conversão das exportações em reais, em face à desvalorização da nossa moeda. Isso deverá garantir a renda agrícola e seu potencial de consumo no varejo.

Segredo para o sucesso em 2015:

GESTÃO + QUALIFICAÇÃO + INOVAÇÃO

Setores que irão se diferenciar este ano

É inquestionável que o destaque neste ano ficará para aqueles que apresentarem mais novidades, associadas a facilidades de vendas. Mantendo a tendência dos últimos anos, as farmácias tendem a continuar com suas vendas crescendo acima da média geral do varejo, assim como artigos de uso pessoal e alguns produtos no âmbito dos eletroeletrônicos (smartphones, smartTVs, etc.) e utilidades domésticas. A Construção Civil também deverá contar com bom desempenho em 2015 em função das obras que já estão em andamento. Com isso, outros ramos que têm vínculo com o setor, como materiais elétricos, móveis e acessórios para casa podem ser influenciados positivamente. Já o segmento de vestuário é natural um movimento na mudança de estação, mas as peças importadas deverão sofrer um impacto forte em função do câmbio, ou seja, será a vez do fabricante brasileiro neste setor.

"O empresário que souber fazer a leitura correta dos movimentos do mercado e entender as limitações financeiras do consumidor buscando soluções criativas e inovadoras poderá ser um beneficiado em 2015, mas terá que ter paciência e trabalhar com margens de lucro mais apertadas", é a análise da economista Maria Carolina. Por isso, é importante o lojista estar com seus "radars ligados" para identificar o quê o consumidor deseja comprar a despeito de eventuais restrições de renda.

Com informações do Centro de Pesquisa da FCDL-RS



Diretoria da CDL prestigia posse do Governador Sartori

O ex-prefeito caxiense **José Ivo Sartori** (PMDB) foi empossado governador do Rio Grande do Sul na tarde do dia primeiro de janeiro em Porto Alegre, sob os aplausos e olhares da diretoria da CDL Caxias, composta pela presidente, Analice Carrer, e os vice-presidentes Diego Biglia e Renato Corso.

A cerimônia de posse foi realizada com juramento na Assembleia Legislativa, seguida de ato de transmissão de cargo no Palácio Piratini. Eleito com 3,8 milhões de votos (61,2% do total), Sartori é o 38º governador do Estado desde o início da República.



CDL e Prefeitura formam 4ª turma do Projeto Pescar



A **quarta turma do Projeto Pescar da CDL** Caxias em parceria com a Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego, está em ritmo de saudade e despedida. Os 20 formandos, com idades entre 16 e 19 anos, estão concluindo em abril o curso Iniciação Profissional em Operações para o Comércio.

Durante nove meses eles tiveram aulas gratuitas de formação humana e técnica, sendo direcionados e capacitados para atuarem no ramo do varejo, seja como empresários ou funcionários. A solenidade de formatura, seguida de jantar, está marcada para o dia primeiro de abril, às 19h30, no Salão da Paróquia Nossa Senhora de Lourdes.

Ingressos do Homens na Cozinha 2015 estão à venda

Foi dada a largada para o maior evento solidário do interior do Rio Grande do Sul. Chefs de cozinha voluntários reuniram-se durante coquetel realizado no dia 2 de março, no espaço de eventos do Shopping San Pelegrino, para receberem os ingressos e cardápios do Homens na Cozinha 2015. A partir de agora as 40 cozinhas participantes arregaçam as mangas e somam esforços para a comercialização dos ingressos para o jantar que ocorre no dia 11 de abril, às 20 horas, no Pavilhão 2 da Festa Nacional da Uva.

Assim como nos anos anteriores, graças ao empenho dos participantes e à solidariedade dos convidados os ingressos são todos vendidos e o evento é um sucesso de público, animação e gastronomia. Em 2015 a CDL adiciona um tempo especial à festa: a comemoração dos 50 anos de fundação da entidade.



Há 50 anos nascia em Caxias do Sul o Clube de Diretores Lojistas,
hoje, Câmara de Dirigentes Lojistas.

De 1965 até os dias de hoje muita coisa mudou no comportamento das pessoas,
na economia do mundo e principalmente na forma de se fazer negócios no comércio.

E a CDL esteve presente em todas as decisões importantes do setor.
Como uma verdadeira bússola, a entidade guiou a nau do comércio pelos mares da economia,
orientando, conduzindo e principalmente, promovendo a união de lojistas e comerciantes
em torno dos mesmos propósitos.

Hoje, essa presença exhibe tons dourados e precisa ser comemorada.
A CDL está pronta para os novos desafios e estará cada vez mais presente
nos próximos 50 anos!



Presente