

**associado** / bem-estar das consumidoras é prioridade na Estilo Mulher



Ano 3 - Nº 16  
Março/Abril de 2009

“Apoiando o  
desenvolvimento  
do comércio caxiense”

# Lojista

em Revista

## Liquida RS Tchê! premia caxiense

Veículo oficial de divulgação da CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul - RS - Gestora do Sistema SPC



*Consumo consciente*  
Mulher é mais exigente e toma a  
decisão na hora da compra

*Homens na Cozinha*  
Mais de 1,6 mil pessoas colocaram  
a solidariedade em prática



## 7 Consumo

### Mulheres influenciam decisão de compra

Acompanhe as dicas para melhor atender ao público feminino que está cada vez mais exigente e age de forma racional na hora de consumir

## 14 Solidariedade

### Uomo na Cucina 2009, um sucesso

Evento contou com 34 cozinhas, 136 'chefs' e reuniu mais de 1,6 mil pessoas que buscam diminuir as desigualdades sociais na cidade

## 18 Vendas

### Embalagens agradam o consumidor

Saiba como uma embalagem pode impulsionar as vendas na sua loja e ainda veja as tendências de produtos menos agressivos ao meio-ambiente

## Memória CDL

Arquivo CDL



O Homens na Cozinha foi criado em 2002 especialmente para envolver a comunidade na viabilização da construção do Quartel da 3ª Cia PM Zona Leste, do 12º BPM de Caxias do Sul.

Localizado no bairro Cruzeiro, o posto foi inaugurado no dia 5 de dezembro daquele ano, financiado com recursos do evento, do Governo do Estado e da Prefeitura de Caxias do Sul.



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 - Fax: (54) 3209.9969  
cdl@cdlcaxias.com.br - www.cdlcaxias.com.br

Ano 3 - Nº 16 - Março/Abril de 2009

**Presidência 2008/2009** – José Quadros dos Santos

**Vice-presidência** – Luiz Antônio Kuyava (1º vice-presidente); Paulo Ricardo Magnani (2º vice-presidente)

**Diretoria** – Ivonei Miguel Pioner (1º diretor-secretário); Analice Carrer (2ª diretora-secretária); Luiz Giacomini (1º diretor financeiro); Davenir Darci Dreher (2º diretor financeiro)

**Presidência Conselho Consultivo** – Milton Corlatti; **Diretoria Executiva** – Sirlei Bertollo; **Gerência Comercial** – Joceli Silva da Silva; **Coordenação de Marketing** – Rossane Rosanelli (CONRERP 1083); **Auditoria Independente** – Volnei Ferreira de Castilhos; **Conselho Editorial** – Adriana Silva, Ivonei Pioner, Joceli Silva da Silva, José Quadros dos Santos, Sirlei Bertollo e Rossane Rosanelli. **Estagiário de Jornalismo** – Rogério Aver Pizzolatto.

**Diretorias/Departamentos**

**Ação Social** – Sérgio Formolo e Renato Luiz Fedrizzi; **Assuntos Jurídicos, Fiscais e Tributários** – Ivandro Roberto Polidoro e Diego Biglia; **Controladoria** – Valter Agostinho Minúscoli e Valter Beretta; **Cobrança** – Valmor Concato e Sílvio André De Carli; **Economia e Estatística** – Miguel Frederico Fortes; **Empregos** – Parvati Posser e Ângela de Cássia Freire; **Ensino** – Jackson Campani e Julian Bianchini; **CDL Jovem – Presidente** – Cristiano Pavinato; **Diretoria** – Carmem Dalcin e Valtuir Rizzo; **Marketing** – Constância Ferraro, Ivonei Miguel Pioner; **Desenvolvimento e Assuntos Extraordinários** – Davenir Darci Dreher; **Social e Eventos** – Analice Carrer, Cláudia Sassi, João Altair de Souza Motta e Nelson Lisot; **Comercial** – Paulo Magnani; **Meio Ambiente** – Gilmar Dal Pizzol; **Patrimônio** – Ércio Becker e Ederaldo Quadros dos Santos; **Produtos, Serviços e Convênios** – Luiz Antônio Kuyava e Pedrinho Ferrarini; **Segurança Pública** – Paulo Ricardo Magnani e Alcides Perini; **Shopping Center** – Paulo Augusto Piccoli e Tânia Tusset; **SPC** – Pedrinho Ferrarini e Milton Corlatti; **Tecnologia** – Luiz Antônio Kuyava; **Turismo** – Vitor de Carvalho e Geremias Rech.

**Diretorias de Relacionamento**

**Ana Rech** – Nelson Minetto; **Capuchinhos** – Nadir Vanazzi; **Desvio Rizzo** – Gladis Francescato Frizzo; **São José** – Vitor de Carvalho; **São Pelegrino** – Antíoco Sartor.

**Representantes junto aos Conselhos Municipais**

**CMTT** – Conselho Municipal de Transportes e Trânsito – Renato Luiz Fedrizzi  
**COMDECON** – Conselho Municipal de Defesa do Consumidor – Ivandro Roberto Polidoro  
**COMDICA** – Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente – Sérgio Formolo  
**CONSEA** – Conselho Municipal de Segurança Alimentar – Renato Luiz Fedrizzi  
**COMSEP** – Conselho Municipal de Segurança Pública – Alcides Perini e Ivanir Antônio Gasparin  
**COMTUR** – Conselho Municipal do Turismo – Vitor de Carvalho e Nelson Minetto  
**SOAMA** – Sociedade dos Amigos dos Animais – Renato Luiz Fedrizzi  
**Comissão de Segurança** – Paulo Ricardo Magnani  
**Comissão de Impacto Econômico** – Paulo Ricardo Magnani  
**Conselho Deliberativo da Fundação Caxias** – Renato Luiz Fedrizzi

**Produção e Execução**

**Enter Publicação de Revistas**

Av. Rio Branco, 503, sala 34 - Edifício Lucas Saulus  
Bairro São Pelegrino  
Fone: (54) 3028.2868 - Fone/Fax: (54) 3028.3894  
enter@entercaxias.com.br



**Coordenação/Edição:** Adriana Silva (MTb 8823); **Textos:** Cíntia Colombo; **Design Gráfico:** Cíntia Colombo; **Revisão:** Simoni Schiavo (MTb 8821); **Impressão:** Editora São Miguel; **Tiragem:** 5.500 exemplares

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte. Os artigos assinados são de responsabilidade de seus autores, não refletindo, necessariamente, a opinião desta entidade.

**Fale com a Redação**



Você pode participar da revista enviando mensagem para [cdl@cdlcaxias.com.br](mailto:cdl@cdlcaxias.com.br) ou pelo telefone/fax (54) 3209.9977.



## projeto

Uma equipe de profissionais especializados disponibiliza toda sua experiência e pesquisa em busca do melhor resultado em beleza e usabilidade para as instalações, aprimorando e dando vida aos ambientes.

## produção

A execução do mobiliário é feita com mão-de-obra altamente qualificada e insumos de qualidade, sempre buscando atender as especificações do projeto. Atingindo assim um alto grau de satisfação do cliente e das tendências de mercado.



## instalação

A montagem dos materiais é realizada por uma equipe treinada e frota adequada. É assim que a Móvelshop assina seus trabalhos e inicia uma parceria de sucesso com seus clientes.

# móvelshop

ambientes comerciais e corporativos

Solicite uma visita pelo telefone.

54 3025.8808



# O desenvolvimento empresarial passa pelo social

A cada ano o Homens na Cozinha – Uomo na Cucina ganha mais notoriedade e respeito junto à comunidade caxiense. Um evento que nasceu com tímidas pretensões tornou-se grandioso e fundamental para o desenvolvimento de projetos assistenciais que tanto fazem por pessoas que estão em vulnerabilidade social. Com esse crescimento, aumenta também a responsabilidade da nossa CDL, que a cada edição precisa se superar para atender às expectativas das mais de 1,6 mil pessoas que se envolvem e confiam no projeto – desde cozinheiros, benfeitores, patrocinadores e apoiadores.

A decisão da CDL Caxias em desenvolver ações sociais está alicerçada numa certeza: a de que investir no ser humano e na redução das desigualdades vale a pena, pois só assim o desenvolvimento será alcançado de forma plena. O crescimento empresarial passa, com certeza, por esse aspecto, e as chances de haver uma sociedade mais harmônica e justa também. Nesta última edição, o Uomo na Cucina reuniu mais de 136 cozinheiros em 34 cozinhas. Mas muito mais que preparar pratos deliciosos, esses chefes emprestam sua imagem e seu tempo em prol de uma causa nobre. Por isso, nós da CDL Caxias temos orgulho de estar à frente de um dos maiores eventos gastronômicos beneficentes do Interior do Estado.

Mas para que essa ‘corrente do bem’ tenha cada vez mais força, é necessário o envolvimento de todos, seja participando efetivamente de algum projeto ou sugerindo ações. Você pode e deve fazer parte deste projeto. Aguardamos você em 2010.

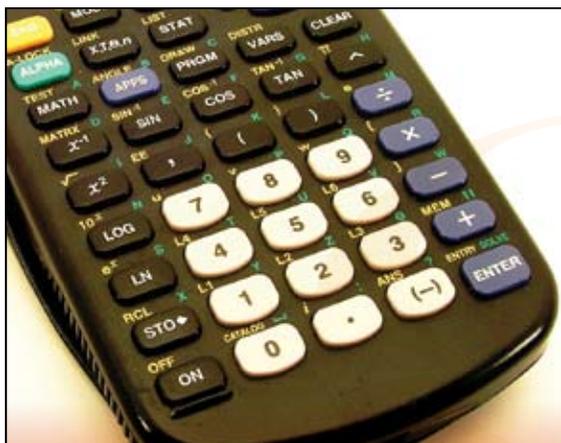
Gilmar Gomes



**José Quadros dos Santos**  
Presidente CDL Caxias

www.cdlcaxias.com.br

4 O Lojista



## CONTABILIZE RESULTADOS POSITIVOS COM O CLARTE!

A assessoria contábil do Clarte vai além da organização de documentos e realização de lançamentos contábeis. Valendo-se da atuação ética de seus profissionais, dá suporte para decisões baseadas em planejamento específico, conforme a necessidade do cliente, visando a geração de resultados positivos.

Contabilidade  
**CLARTE**  
Tradição e competência.

Av. Júlio de Castilhos, 1983 - 4º e 5º Andares - Fone/Fax: (54) 3220.6611  
CEP: 95010-005 - Caxias do Sul - RS - E-mail: clarte@clarte.srv.br

studio uno

# Nós temos muitas razões para a sua empresa escolher a **CDL Cobrança**.

## UMA DELAS COMBINA COM O SEU NEGÓCIO.

• **Cobrança web:** ferramenta via internet. Você recebe um login e uma senha e acessa diretamente no **Portal CDL**. Você inclui e retira cobranças, consulta os valores que tem a receber e muito mais!

• **Cobrança virtual:** ideal para quem não tem internet. Basta retirar o formulário em disquete, CD ou outro formato mais acessível.

• **Suporte:** você conta com um profissional especializado que vai até a sua empresa, para orientar e dar treinamentos e orientações sobre a **CDL Cobrança**.

• **Cobrador externo:** profissional que visita o devedor, avalia e emite um relatório completo sobre a situação.

• **Serviços exclusivos:** a **CDL Cobrança** inclui o devedor no SPC e exclui quando ele regularizar a dívida. Além disso, tem o maior banco de dados do país – o SPC Brasil – para facilitar a consulta do endereço do devedor.

• **Balcão SPC:** segurança em informações de crédito do SPC, o maior banco de dados da América Latina

## QUER MAIS RAZÕES?

Conte com a solidez de uma Instituição como a **CDL**, fundada por lojistas há mais de 40 anos, com o objetivo de apoiar o desenvolvimento do comércio caxiense. Ligue para a **CDL Cobrança**. Juntos, construiremos a melhor estratégia para a sua empresa recuperar o capital!

Telefone direto da **CDL Cobrança**: **(54) 3209.9993**

Rua Sinimbu, 1415 - (54) 3209.9977  
cobranca@cdlcaxias.com.br  
[www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br)



uma forte razão de confiança.



# Revitalizar é essencial para conquistar



Shopping Decorações Divulgação

**N**ão há dúvidas de que um ambiente bonito, funcional e confortável favorece o bom desenvolvimento do trabalho dos funcionários de uma loja e estimula os clientes a comprar. Por isso, a harmonia entre o espaço físico e o mobiliário é indispensável na elaboração ou revitalização do *layout* do ponto comercial.

Conforme a arquiteta da empresa Shopping Decorações Comerciais, Michele Brustolin, essa preocupação deve estar presente em todo o conjunto da loja, dos depósitos à fachada. “Isto demonstra a preocupação dos empreendedores com os detalhes e,

com certeza, em um mundo altamente competitivo, são os detalhes que fazem a diferença”, frisa.

Apesar de não ser necessário um grande investimento para ter um design interno adequado, é fundamental um bom estudo do público-alvo e o dimensionamento adequado da distribuição do mobiliário para atender às necessidades dos lojistas e dos clientes. Tudo isso com o cuidado para que o mobiliário comercial não se sobressaia ao produto que está sendo exposto.

Com a alta velocidade de informação e com o avanço da tecnologia, a atualização do *layout* da loja

precisa ser constante. “A arquitetura comercial é um tanto ingrata quanto ao tempo. Sua tendência arquitetônica tem um ciclo que dura entre quatro a seis anos. Após esse período o mercado e os clientes esperam uma modernização para manter o interesse”, alerta Michele, que também aponta a importância de uma boa apresentação na fachada. “Como a fachada é a primeira referência física da loja, ela faz toda a diferença na hora de disputar a atenção do público, por isso o *layout* interno e a fachada devem se completar”, completa a arquiteta.

www.cdlicaxias.com.br

## 6 O Lojista

**Diagnose**  
Laboratório de Patologia e Citologia  
Prevenção do Câncer Ginecológico

Rua Garibaldi, 489 sala 21  
Fone/Fax 54 3223.8547  
diagnose@diagnosers.com.br  
Caxias do Sul

Rua José Mário Mônaco, 393 - sala 501  
Fone/Fax: (54)3452-6081  
Bento Gonçalves

**Diagnose**

**Genética Médica e Biologia Molecular**

Biologia Molecular      Doenças Genéticas e Infeciosas

Investigação de Paternidade      Genética Médica

R. Gen. Arcy da Rocha Nóbrega, 401 - sl 206 - Centro Médico Medianeira  
Fone 54 3219.5126 / 3219.5127 - diag.gene@diagnosers.com.br

# Mulher, de consumista a consumidora racional e exigente



**C**ada vez mais inserida no mercado de trabalho, a mulher deixou de ser consumista para ser consumidora e é vista como a grande tomadora de decisões na hora das compras. Seu poder está relacionado ao fato de que além do consumo pessoal, a mulher compra para toda a família e age de forma racional, faz pesquisa de preços e analisa a relação custo-benefício.

De acordo com a publicação Panorama Superhíper, da Associação Brasileira de Supermercados, o varejo não pensa mais na mulher apenas como dona-de-casa. Hoje, 36% delas trabalham fora e, dessas, 85% decidem as compras. Já para imóveis e de automóveis, os índices de influência são ainda maiores, de 90%.

Conforme o coordenador de carteira de projetos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Evandro Welp, atualmente a mulher consumidora é exigente, atenta, pesquisadora e comparativa. "Mulher esbanjadora virou mito, o homem compra muito mais por impulso que as mulheres. A mulher destina mais tempo para comparar, escolher e experimentar do que o homem", afirma. Uma estatística citada por Paco Underhill no livro *Vamos às compras* ilustra bem essa tendência, ele afirma que 60% dos homens que experimentam uma calça jeans compram o produto. No caso das mulheres, a porcentagem é de apenas 25%.

Se as mulheres assumem o controle das

compras no Brasil com um nível superior de exigência, o mercado precisa estar atento. Hoje, existem lojas e produtos que são moldados para os hábitos femininos. Detalhes nos carros são alterados para agradá-las, por exemplo, as maçanetas são mais profundas para não machucar as unhas e existem muito mais lugares e compartimentos para guardar coisas além do famoso e único porta-luvas. Os postos de gasolina são muito mais limpos e iluminados do que antigamente. Lojas que inicialmente eram frequentadas unicamente por homens, como ferragens e de materiais de construção, criaram departamentos especiais e prepararam os vendedores para atendê-las.

"As campanhas de marketing são direcionadas à mulher em todos os segmentos, inclusive os que eram destinados prioritariamente aos homens, como é o caso de carros, bebidas e materiais de construção. Se obser-

varmos as propagandas, aquelas direcionadas à exaltação da masculinidade e para o homem como provedor do lar estão praticamente extintas." Para ele, informação e honestidade contribuem na hora de convencer as consumidoras.

Característica marcante ao público feminino, a desconfiança na hora de comprar exige que o lojista crie um vínculo maior com a cliente. Da mesma forma, elas levam mais tempo para tomar uma decisão de compra, pois analisam muito mais os prós e contras. "Ouso dizer que isso é decorrente da maturidade, a mulher ficou muito tempo à margem desta decisão e teve tempo de se preparar", completa Welp.

**Hoje, 36% das donas-de-casa trabalham fora e, dessas, 85% decidem as compras**

○ Lojista



construção  
 decoração  
 revestimento  
 material elétrico  
 hidráulico  
 tintas  
 madeiras  
 ferragens  
 ferramentas

  
**SERRANA**  
 Materiais p/ Construção

 3222-6869

Experiência e tradição de  
 22 anos no setor



# Estilo Mulher vende amor e simpatia

## De associado para associado

*“O lojista tem que estar atento, pois é o consumidor quem determina o que vai ser comercializado, então é fundamental ter sensibilidade para atendê-lo, e criar uma relação de sinceridade, amizade, orientação e consultoria.”*

Ilda Pegoraro Fedrizzi

Gilmar Gomes

**A**pós trabalhar durante 10 anos em uma empresa na qual atuou como atendente e crediária, Ilda Pegoraro Fedrizzi achou que estava na hora de abrir seu próprio negócio. Assim surgiu no dia 8 de setembro de 1989 a loja Estilo Modas, que atendia seus clientes com horário marcado, em uma pequena sala, mas que sempre priorizou o relacionamento de amizade com os consumidores.

No começo a loja vendia moda masculina e feminina, mas o mercado levou Ilda a segmentar a atuação, focando o produto e atendimento apenas no público feminino, e, com isso, a Estilo Modas passou a se chamar Estilo Mulher. O crescimento foi tão expressivo, que rapidamente foram abertas filiais, a primeira junto com a chegada do Shopping Iguatemi Caxias, e outra em Passo Fundo, cidade Natal de Ilda.

Atender à necessidade do público feminino é a motivação da Estilo Mulher. Contemplar a profissional liberal que precisa estar sempre bem vestida, seja no dia-a-dia ou em eventos e festas. Há 15 anos a Estilo Mulher se especializou em roupas para festas, há grifes exclusivas e houve investimento em provadores e espelhos especiais. Ilda viaja periodicamente em busca de idéias e produtos diferenciados, e conta que buscou a excelência nesse produto com costureiros de São Paulo, Belo Horizonte e Goiânia.

A empresária faz questão de recepcionar e acolher os clientes, e se sente feliz em dedicar este momento de atenção. Segundo ela, o serviço é fundamental. Atendimento personalizado, focar no produto, saber interpretar e ter sensibilidade para entender o anseio do consumidor são fatores que contri-



buíram para a fidelização de muitos clientes que compram na loja desde o início. “Durante esses anos precisamos nos adaptar a várias realidades, o lojista tem que estar atento, pois é o consumidor quem determina o que vai ser comercializado, então é fundamental ter sensibilidade para atendê-lo, e criar uma relação de sinceridade, amizade, orientação e consultoria”, destaca.

Para que isso seja possível, uma equipe treinada e em harmonia é indispensável. Atualmente, 23 pessoas fazem parte do grupo de trabalho da Estilo Mulher, entre costureiras e funcionários. “As pessoas estão bem informadas, já sabem o que querem. A equipe tem que ter sintonia, tem que estar unida e feliz para poder transmitir isso para o cliente. Por isso, procuramos manter a equipe bem informada quanto à ética profissional e postura, e incentivar a venda do produto certo

para a pessoa certa. Vendemos amor, simpatia e educação, e os resultados são ótimos”, frisa Ilda.

Se para a empresária o maior dilema é administrar o tempo das pessoas, alternativas não faltam. Aos sábados, por exemplo, enquanto as mulheres escolhem suas roupas, os homens têm à disposição uma sala de TV com café, jornais e internet para que possam ficar à vontade. Além disso, foco no produto, busca constante por melhorias, produtos diferenciados e valorização do cliente são tópicos que não devem ser esquecidos.

Mas o real segredo de Ilda para a realização e o sucesso do negócio é a dedicação. “Eu amo o que faço, sempre gostei dessa convivência com as pessoas. Coloco o sentimento à frente em qualquer projeto e não saberia fazer outra coisa, é uma relação de prazer”, completa.

# A CDL presenteia seus associados através da inserção digital.

Oferecer serviços de comunicação modernos para a disseminação da informação e do conhecimento, criando um canal de relacionamento, comunicação e negócios com todos os seus associados.

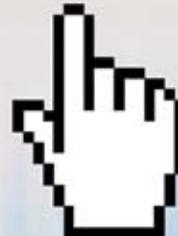
Esse é o grande objetivo da CDL Caxias ao criar o Programa de Inserção Digital para seus associados, com um espaço exclusivo em seu portal.

Com ele, todos os associados receberam um e-mail gratuito para acesso direto através do portal da entidade: [www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br). Também foi criado o espaço Painel de Localização de Todas as Empresas Associadas, com suas marcas e produtos, além da possibilidade de anunciar no portal da CDL.

Tudo isso e muito mais: notícias, serviços e convênios que a entidade oferece, consultas ao SPC, termômetro de vendas... Basta acessar o portal\* [www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br) para ficar por dentro do mundo digital.

É mais um presente exclusivo da CDL a todos os seus quase 4 mil associados!

\* Disponível após o dia 19 de maio.



Internet

http://www.cdlcaxias.com.br



Apoiando o desenvolvimento do comércio caxiense.



# O que a crise nos ensina

*“Temos que falar o que está bom e exigir o acerto do que está ruim”*



Fui conferir de perto como o mercado norte-americano está se desenvolvendo, durante minha visita ao National Retail Federation, em Nova Iorque, no começo do ano. E a crise realmente está forte nos Estados Unidos. Pude perceber que o país, diferente do ano passado, está mais consciente sobre a existência e as conseqüências da crise. A população assumiu esta responsabilidade e, de maneira pragmática, só está comprando o que realmente precisa, contida e estrategicamente.

É preciso ressaltar que a situação brasileira não está tão ruim quando a americana. Muitas coisas que os EUA estão adotando para diminuir os efeitos da crise, nós já estamos acostumados a fazer, como trabalhar fluxo de caixa nas empresas, por exemplo.

Há muito tempo, eles não sentem um momento como esse. Já o Brasil está mais adaptado a essas oscilações econômicas. Para se ter uma idéia, eles estão pedindo para os mais velhos ensinarem aos jovens o que é crise. Tudo é novidade para os norte-americanos.

Podemos aprender muito com todo esse cenário, principalmente, a sermos mais patriotas. Nos EUA, as pessoas levantam bandeiras, adotam medidas, enfim, tomam atitudes. É isso que o nosso país precisa. O resgate da autoestima passa a ser necessário durante essa turbulência econômica que vivemos. É acreditando no país, que podemos crescer, atingir o sucesso e superar os entraves que aparecem. Temos que falar o que está bom e exigir o acerto do que está ruim.

Antigamente, os EUA espirravam

e nós íamos para a UTI. Com nossos avanços econômicos, a realidade é outra. Estamos numa posição melhor frente ao mercado mundial. Inúmeros sócios e conhecidos estrangeiros apostam na força do Brasil e vão continuar investindo no país. Só resta o brasileiro também acreditar.

Outra dica importante para as empresas é fortalecer a comunicação interna. Nesse momento, é importante que todos os colaboradores saibam o que está acontecendo e as conseqüências que poderão afetar o ambiente de trabalho. O diálogo direto e honesto ajuda a esclarecer dúvidas, diminuir tensões e a focar em resultados. Não podemos transformar o medo em pânico e sim em estratégia.

**Luiza Helena Trajano**  
superintendente do Magazine Luiza

## O RESULTADO DE SEUS EXAMES COM UM CLIQUE

Você e seu médico podem consultar o resultado de exames realizados no Laboratório Unimed pela internet. Fale com nossas atendedoras no dia da coleta e peça mais informações.



É rápido, fácil e seguro. Acesse [www.unimed-ners.com.br](http://www.unimed-ners.com.br)

Confira o Laboratório Unimed mais próximo de você

Caxias do Sul - Centro  
Fone: (54) 3220.2160  
Rua Pinheiro Machado, 2347

Caxias do Sul - Hospital Unimed  
Fone: (54) 3202.9052  
Rua Carlos Bianchini, 1744

Farroupilha  
Fone: (54) 3261.4652  
Rua Júlio de Castilhos, 651/10

**Unimed**   
Nordeste-RS

O melhor plano de saúde é viver.  
O segundo melhor é Unimed.

# Nova forma das demonstrações contábeis

Mário Franzem



Grande parte dos lojistas considera a contabilidade apenas uma obrigação e, nesses casos, o controle é feito com objetivo único de não gerar problemas com o fisco. Muitos não sabem ler um balanço e repassam todos os problemas aos contadores, que normalmente são escolhidos apenas por apresentarem uma proposta de valor mais acessível. No entanto, com as modificações propostas pelo Código Civil e pela nova legislação das práticas contábeis, será necessário que os lojistas repensem este posicionamento.

O principal objetivo da Lei 11.638/07, que entrou em vigor em 1º de janeiro de 2008, é a atualização das regras contábeis brasileiras e a harmonização dessas regras com os pronunciamentos internacionais. O Diretor de Economia e Estatística da CDL Caxias, Miguel Fortes, esclarece as alterações e chama atenção para o prazo de adaptação às novas regras.

## O Lojista: O que mudou?

**Miguel Fortes:** A legislação anterior tinha um conceito diferente, seu enfoque era estanque, realmente com peso maior fiscal. A legislação atual busca dar um quadro mais real daquilo que a empresa é. Dessa forma, entraram em vigor novas normas de valoração de ativos e passivos, da apresentação dos resultados e passa a ser obrigatória a apresentação do fluxo de caixa.

## O Lojista: Esta lei só vale para as S.As?

**Fortes:** Não. Esta nova medida vale para todas as empresas, inclusive para as optantes pelo Simples.

## O Lojista: Que outras implicações traz esta nova medida?

**Fortes:** Estas novas práticas acontecem dentro do conjunto de outras práticas fiscais adotadas como a Nota Fiscal Eletrônica e o Sistema Público de Escrituração Digital contábil, a escrituração eletrônica dos dados fiscais, que passará a ser diária. Com isso, não será mais possível arrumar o balanço ou "dar um jeito". A sugestão é que os lojistas busquem se informar com seus contadores. O prazo para adaptação às normas é de dois anos e neste período é possível uma anistia em relação às mudanças que precisarem ser feitas. As empresas que não se adaptarem correm o risco de receber pesadas multas.

## Atenção aos cheques pré-datados

Em recente decisão, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu sumular que os cheques pré-datados, se apresentados antes da data combinada, podem gerar indenização em favor do emitente. É importante destacarmos o cheque pré-datado não possui previsão legal, embora seja reconhecida a sua existência no mundo jurídico. Tendo em vista que o cheque pré-datado deixa de ser uma ordem de pagamento à vista e passa a ser uma promessa de pagamento futuro, é compreensível que o emitente não tenha, antes da data aprazada, saldo disponível em conta bancária, o que não se caracteriza como má-fé de sua parte. Dessa forma a devolução do cheque pelo banco gera, segundo o Poder Judiciário, um abalo moral ao emitente, que não desrespeitou as regras combinadas. Essa exposição importaria o dever de indenização não só moral, mas também material quanto aos custos relacionados a essa devolução e resgate do cheque em questão.

**Ivandro Polidoro**  
Diretor de Assuntos  
Jurídicos, Fiscais e  
Tributários

\* A partir desta edição, a Revista O Lojista passa a publicar notícias relacionadas a assuntos jurídicos, fiscais e tributários.

O Lojista

www.cdlicaxias.com.br

free.design

*Seu corpo, um templo.*

*Oferecendo a qualidade de vida que você merece!*

Autorização/MS

Modeladores

**YOGA**®

ANVISA

**Caxias do Sul**  
Marquês do Herval, 1200 - Centro - Fone: (54) 3028.6808  
Sinimbu, 2400 - São Pelegrino - Fone: (54) 3025.6245

free.design

Tenha mais lucros, fidelize seus clientes e venda mais. Métodos comprovados e práticos. Foco em resultados.

**ACN**  
Consultoria em Marketing de Varejo  
Ajudando a desenvolver organizações.

Experimente uma hora de **DIAGNÓSTICO GRÁTIS** sem compromisso

**3211.2921** ou **9952.0001**



# Mais que vendedor, consultor de moda

**E**m muitas lojas de vestuário, calçados e acessórios, o vendedor está adaptando seu perfil a uma nova realidade. Com o aumento da busca pela qualificação, o profissional do varejo deixa para trás o perfil tradicional, que era apenas mostrar produtos e indicar o preço, e assume a função de consultor. Ainda que no Brasil a profissão não seja tão valorizada e muitos acreditem que qualquer pessoa possa atuar no comércio, o mercado de trabalho responde à altura e se mostra cada vez mais seletivo.

Conforme o administrador de empresas e professor de Marketing e Planejamento da Univarejo, Marcos Nunes, a função evoluiu muito nos últimos anos. Ele destaca que por volta da década de 60 não havia muitas opções de produtos para escolher e quem trabalhava no comércio era somente atendente. A partir dos anos 90 quando a produção aumentou e a gama de produtos foi ampliada, teve início a função do vendedor, já que este passou a interferir na venda. Hoje, quem trabalha no comércio trabalha com a materialização dos desejos. Assim, surge o consultor de vendas para entender à necessidade do cliente e influenciar para que ele escolha a melhor opção.

E no mercado da moda não poderia ser diferente. A globalização instigou nas pessoas a necessidade de diferenciação, de reforço da identidade por meio do estilo e do comportamento. Nesse sentido, o vendedor precisa estar contextualizado e muito bem informado sobre as tendências, o produto, o público e a imagem que a loja pretende construir ou manter. Outro fator importante é concentrar o foco no cliente, e não só no produto e na comissão.

“O consultor de venda precisa ter todo o conhecimento técnico do produto, mas além da questão técnica, precisa ter habilidade de relacionamento. Percebe-se que o cliente não é fiel à marca ou à loja, mas sim ao relacionamento que se estabelece, ao ponto que, se o consultor trocar de loja, pode levar com ele os clientes”, afirma o professor.



Gilmar Gomes

## Consultoria se transformou em amizade

A consultora de moda Xana Machado Moraes não tinha experiência no comércio quando começou a trabalhar na Moda Viva feminina há 11 anos. No entanto, sempre foi muito comunicativa, e com a motivação de ter conquistado o emprego, logo atingiu um resultado muito positivo nas vendas e buscou especialização. “Vendedor é coisa do passado, é aquele que vende o que o cliente quer, mas quem compra precisa saber que tem várias opções. É preciso ouvir o cliente e respeitar o gosto dele, mas também orientar, transmitir a proposta da moda, das tendências”, explica.

Desde que iniciou na loja, Xana atende a psicopedagoga Cristiane Turella. Nas visitas de Cristiane à loja, algumas delas apenas para tomar um café, sem intenção de compra, muitos dos assuntos que pautam as conversas são pessoais. “Eu acho ótimo esse relacionamento, é difícil eu ir a outro lugar, pois o atendimento realmente é muito personalizado. Quando chegam coisas que a

Xana sabe que me agradam ela me liga, separa, e mesmo se ela não estiver na loja ela vai até lá só para me atender”, conta Crsitiane.

Além da atenção especial, Xana tem ainda outros cuidados. Não descuida da aparência, pois sabe que seu comportamento e seu estilo servem como inspiração para muitas consumidoras, e não dispensa uma boa conversa sobre outros assuntos a não ser a venda. “A máquina tomou conta de tudo, tudo está muito materializado, então eu procuro humanizar o atendimento”, destaca a consultora.

Em sua agenda, na qual anota nomes, contatos e características especiais de cada consumidora que atende, Xana estima ter uma lista com mais de 50 clientes fiéis com quem tem uma relação mais próxima, em alguns casos até de amizade. “Depois da venda, espero uns cinco dias e ligo para saber se ela usou a roupa, como foi a festa, como está o filho. É uma forma de interagir com a cliente”, avalia a consultora.

# Convênio odontológico CDL/Dentalnor:

vantagens e descontos  
exclusivos para os associados.

Quem é associado e tem o plano de saúde empresarial da CDL, pode contar com o convênio odontológico Dentalnor.

Clínica da Dentalnor:

- 20 procedimentos de prevenção e urgência;
- sem custo para o associado.

84 consultórios conveniados:

- descontos especiais.

Ligue 3027.6495 e marque a sua consulta!

Convênio Odontológico  
CDL/Dentalnor.



**Pronto-atendimento Clínica Dentalnor**

Segunda a sexta: 8h às 12h/14h às 18h  
Rua Garibaldi, 489/sala 41 - Caxias do Sul  
Fone: (54) 3027.6495

A CDL Caxias do Sul oferece vantagens exclusivas, através de um mix de serviços e convênios que incluem plano de saúde empresarial, telefonia, previdência privada e o Novo SPC - soluções de crédito com tecnologia de última geração.

Rua Sinimbu, 1415, 4º andar - Centro - Caxias do Sul - RS  
Fone: (54) 3209.9977 | [www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br)



Apoiando o desenvolvimento do comércio caxiense.

# 'Uomo na Cucina', um evento com tempero especial

Reunidos no dia 4 de abril nos Pavilhões da Festa da Uva para a oitava edição do *Uomo na Cucina - Homens na Cozinha*, jantar beneficente realizado pela CDL Caxias, 136 cozinheiros serviram pratos com um tempero especial, a solidariedade. E o resultado não poderia ter sido melhor, mais de 1,6 mil pessoas prestigiaram o evento em clima de descontração e amizade, e contribuíram para reduzir a desigualdade social na cidade.

Nas 34 cozinhas - cinco a mais que na edição do ano passado -, empresários de vários segmentos, presidentes de entidades e autoridades demonstraram suas habilidades no forno e no fogão e serviram suas melhores receitas. Além disso, presenças ilustres abrilhantaram o evento, que neste ano teve coordenação dos diretores Analice Carrer, Nelson Lisot, Cláudia Sassi e Altair Motta, tudo sob o comando do pre-



sidente da CDL Caxias, José Quadros dos Santos.

"A cada ano percebemos que o *Homens na Cozinha* evolui e conquista mais credibilidade junto à comunidade. Com isso, sabemos que para o próximo ano a responsabilidade da CDL fica ainda maior", destaca Quadros.

Exposição de veículos, boa música e sorteio de brindes completaram o cenário da festa beneficente. Lançado em 2002 como uma forma de viabilizar a construção do Quartel da 3ª Cia PM do bairro Cruzeiro, o *Uomo na Cucina* já distribuiu mais de R\$ 350 mil a mais de 30 entidades assistenciais. Os recursos arrecadados são repassados pela CDL por meio da Fundação Caxias, que, ao lado da CIC e da Parceiros Voluntários, apóiam o evento.

Nos próximos dias, a CDL irá divulgar o resultado da edição deste ano e as entidades que serão beneficiadas.



Caxias Golf Club e Restaurante O Ferreiro



Diuno Informática e Pimenta do Reino



Loja Maçônica Marechal Deodoro



Marcopolo



Per Mangiare - Empório e Restaurantre



RA Homem



SHRBS de Caxias do Sul



Sindigêneros e Senac



Samburá Caça e Pesca e Sapataria Caxiense



Sindiojas



SICREDI Caxias do Sul



CDL de Caxias do Sul



Cozinha 13



OAB Caxias do Sul



Prefeitura de Caxias do Sul



Empresas Randon e Instituto Elisabetha Randon



CIC de Caxias do Sul



Mullplast e Elio D'arrigo



UCS & Iguatemi



Recreio da Juventude



Lions São Pelegrino



Rotary Club - Ana Rech



Bella



Evviva Bertolini



Dinamiza Restaurantes Coletivos



Criúva



CDL Jovem, CIC Jovem e Sindiojas Jovem



Pioner Relojoaria e Óptica



Caixa Econômica Federal



Dentalnor



ADCE - Serra / TchêGaudério



Personal Royal Hotel



Puerto Del Toro



Banco do Brasil - Todo seu

Fotos Mário Franzem



# Eles fazem a festa acontecer



## Patrocinadores

Sulpeças/Fiat  
FSG  
Drops de Menta  
Ferraro Moda Masculina  
SICREDI Caxias do Sul  
Moda Leti  
Supermercados Andreazza  
RA Homem  
L'Uomo  
Casa Perini  
Coca-Cola Sol  
Liquigás  
Savarauto  
Sorvelândia  
Unimed Nordeste-RS

## Apoio

Prefeitura de Caxias do Sul  
Festa da Uva  
CIC  
Parceiros Voluntários  
Fundação Caxias

## Demais Apoiadores

Prevensistem  
STV Segurança  
Translovato  
Gerasul  
Sindipetro  
5º CRB  
12º BPM  
APDC - Criúva  
UCS TV  
Evviva Bertolini  
LTedesco  
Luiz Bolsoni - Mestre de  
Cerimônias  
Nádia Tannous



A alegria tomou conta do Pavilhão Dois durante o *Homens na Cozinha*. Presenças ilustres abrilhantaram o evento. O estande da Unimed, que serviu café e doces, e o estande da Savarauto, também foram atrações.



## Sulpeças, patrocinador âncora

Pelo segundo ano consecutivo, o *Uomo na Cucina – Homens na Cozinha* contou com patrocínio âncora da Sulpeças – revenda Fiat para as regiões da Serra e Hortênsias. Apoiar eventos de caráter assistencial que tenham como objetivo minimizar as desigualdades sociais estão entre os compromissos da empresa junto à comunidade onde está inserida. Na foto, o estande Sulpeças.



Antônio Pinheiro Machado gravou o Anonymus Gourmet no evento



Vitor Koch, presidente da FCDL, José Quadros, e suas esposas



José Quadros em seu discurso de agradecimento



Cláudia Sassi, Nelson Lisot e Analice Carrer



Deputado Alberto Oliveira e José Quadros



Estande do Canal 20



Quadros, Raul Randon, Koch e o deputado Marchesan Jr.



José Quadros e a deputada Marisa Formolo



Show com o Grupo Íntimos



Equipe da CDL Caxias



Deliciosas receitas em 34 cozinhas



## Vale a pena caprichar na embalagem

**A**lguns lojistas demonstram preocupação com embalagens especiais em datas comemorativas ou quando a intenção do cliente é presentear alguém. No entanto, embalagens, pacotes para presentes e principalmente sacolas, além de cumprir sua função de transportar e proteger as mercadorias, são cada vez mais importantes como instrumentos de comunicação, promoção e propaganda contribuindo para impulsionar as vendas nas lojas.

“Uma sacola de papel mais elaborada e focada no público-alvo da loja contribui para destacar a marca, pois tem a chance de ser vista por muito mais pessoas que uma embalagem mais simples, de plástico, com durabilidade menor”, explica o Administrador de Empresas com MBA em Marketing e Diretor da ACN Consultoria, Andrea Covra Neto.

Embora o custo de uma embalagem criativa seja um pouco mais elevado, o retorno é garantido, além de valorizar o produto. Conforme Covra, varejistas que não investem no composto promocional, no qual se inclui embalagens e sacolas, não se diferenciam da crescente concorrência e vendem menos.

Portanto, na hora de elaborar as sacolas, é necessário ter muito cuidado, desde a identificação do público-alvo e a adequação a este público, até a escolha do material, como papel mais elaborado ou plástico. Se a embalagem ou sacola criativa desperta mais a atenção do consumidor e se configura como uma forma de diferenciar o produto ou a marca, vale caprichar.

**Tendência Verde** - As embalagens ecologicamente corretas são uma tendência no mercado, tanto que muitos consumidores valorizam mais as lojas que demonstram pre-

ocupação com o meio ambiente. Enquanto o descarte de sacolas plásticas é um dos principais problemas ambientais, as sacolas mais elaboradas além de divulgar a empresa, ainda têm maior durabilidade e podem ser recicladas.

Além das sacolas de tecido e papel, alternativas ao plástico, recentemente apareceram as sacolas de plástico oxibiodegradáveis. Elas vêm com um aditivo químico que acelera a decomposição em contato com a terra, a luz ou a água.

No entanto há um forte debate quanto ao efeito da utilização desse novo material no meio ambiente, pois a tecnologia permite que o plástico se esfale em pequenas partículas até desaparecer a olho nu, mas ele continua presente na nature-



Fotos Gilmar Gomes/ Embalagens Drops de Menta

za e sua fórmula contém metais pesados.

É importante estar atento, mas sem tentar envolver o cliente em uma falsa ideologia. “O consumidor não vai ser fiel a uma loja ecologicamente correta se o seu marketing não for coerente. A fidelização do cliente ou a sua preferência por uma loja depende muito mais das ferramentas de marketing de varejo que são usadas do que um posicionamento meramente oportunista em relação a tendência ecológica”, pontua Covra.

**Dica** - No momento da elaboração da vitrine é válido colocar nela algum símbolo que será impresso em sacolas e em embalagens em geral, como por exemplo um selo ou o próprio logo da loja. Isto permite o reforço da marca na mente do consumidor, que poderá ver uma sacola e lembrar daquela marca por ter passado alguns dias antes em frente à vitrine.



**IMPRESSÃO DIGITAL,  
 RECORTE ELETRÔNICO  
 BANNERS, LONAS, ADESIVOS,  
 DECORAÇÃO DE FROTAS**



**R. João Alcino Sturmer, 711 - Colina Sorriso**  
**Fone (54) 3028.3452 / Fax (54) 3211.5948**  
**email pike@visao.com.br**

Plano de Saúde Empresarial e Convênio Odontológico.

Telefonia Móvel e Banda Larga 3G.

Previdência Privada.

Qualificação profissional.

Seleção de talentos.

Assessoria em cobranças.

Soluções de crédito com tecnologia de última geração.

- SPC Crédito/Cheques
- SPC Cheques
- SPC Profissional Liberal
- SPC Pessoa Jurídica
- SPC Condomínios
- Serviço especial Cheque Garantido

# Venha para a CDL!

Desfrute das vantagens que só os associados têm.



[www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br)

Rua Sinimbu, 1415

[cdl@cdlcaxias.com.br](mailto:cdl@cdlcaxias.com.br)

**(54) 3209 9977**

Apoiando o desenvolvimento do **comércio** caxiense.

## Planejamento para garantir o futuro

Garantir a tranquilidade financeira para o futuro é um item cada vez mais presente no planejamento de grande parte da população. Neste sentido, associados da CDL estão um passo à frente. Em parceria com o SICREDI Caxias do Sul, a entidade oferece uma solução personaliza-

da - o CDL Previdência. Além da credibilidade das suas instituições, o plano ainda traz vantagens exclusivas como incentivos fiscais, taxas atrativas (definidas na proposta conforme o valor e/ou reserva), não-incidência de IR durante o período de acumulação, entre outras.

### Previdência privada traz sensação de segurança

Gilmar Gomes



Embora já tivesse um plano de previdência privada há um ano e meio, o empresário Leocir Schimmelpfennig, 35 anos, gostou da proposta oferecida no convênio da CDL com a Sicredi e em fevereiro contratou um novo plano. Apesar de ser jovem, planeja se aposentar aos 60 anos e aposta na garantia de um futuro melhor para ele e para a família. "No outro plano que tenho o carregamento é um pouco alto, 5% do valor pago já é descontado. E no plano que eu contratei pela CDL não tem esse desconto. Com as vantagens, resolvi fazer mais um plano para não depender do INSS e para poder me aposentar com um valor melhor", destaca o empresário.



Mário Franzem

### Denise quer garantir o futuro dela e do filho

Preocupada com o futuro e com as incertezas sobre o rumo da previdência social, a empresária Denise Gregolon, 36 anos, logo se interessou quando soube que a CDL estava oferecendo um plano de previdência privada. Por isso solicitou uma visita assim que o produto começou a ser comercializado. Assim, em novembro de 2008 ela contratou o plano CDL Sicredi, que tem valores de contribuição bem acessíveis. Convencida de que essa seria uma boa opção para garantir o futuro, contratou o plano também para o filho Felipe, de três anos. "Quando contratei o plano de previdência para o Felipe pensei em uma renda extra para auxiliar o pagamento de seus estudos", explica.

www.cdlicaxias.com.br

**Chegou Mahindra.**  
O 4x4 que veio da Índia para percorrer os caminhos da serra.

**Mahindra SUV**  
TURBODIESEL 4x4 ELETRÔNICO

**Mahindra**  
TURBODIESEL 4x4 ELETRÔNICO

**Mahindra**  
TURBODIESEL 4x4 ELETRÔNICO

Vidros e travas elétricos, porta objetos, porta mapas, motor Turbo Diesel Eletrônico, tração 4x4 com acionamento elétrico, 7 lugares, banco de couro com descanso braços, ar condicionado, CD/MP3 player com entrada auxiliar USB.

Consulte condições especiais de financiamento



Caxias do Sul

Rua Ruben Bento Alves, 4081, São José - (54) 32021007

Lojas em Florianópolis e Blumenau

www.goamahindra.com.br | www.mahindra.com.br

Concessionária



ORQUESTRA



# Iguatemi Caxias de cara nova

Julio Soares/Objetiva



**O** momento tão esperado de entregar à comunidade regional o projeto de expansão do Iguatemi Caxias do Sul foi marcado pela emoção, muita alegria e um público que lotou os corredores para conhecer o novo Shopping. Nesta terça-feira, 28 de abril, o superintendente Julio Duso, acompanhado pelos empreendedores Paulo Pinheiro, Antônio Arbex, Ettore Basile, Antonio Pedro Teixeira, César Stork e Bernardo Bulus, apresentou a um especial grupo de convidados uma nova realidade para a cidade.

Autoridades, empreendedores, imprensa, lojistas atuais e novos parceiros compartilharam da solenidade de descerramento da placa inaugural do projeto de expansão. Diante da magia dos

personagens do Grupo Tholl e ao som de sax, clarinete e piano, as imagens do novo Iguatemi Caxias foram sendo absorvidas e degustadas.

“Mais importante do que construir é ver o sonho se tornar realidade”, disse Duso em seu discurso de boas-vindas. “Mais do que uma arquitetura diferenciada, passamos a compartilhar com a região uma linguagem cosmopolita, um espaço conceitual que vai mudar comportamentos”, descreveu.

O prefeito José Ivo Sartori salientou o impacto da expansão para a vida da cidade. “É uma satisfação e uma honra participar desse momento especial. Tenho certeza de que a expansão está colocando o Iguatemi Caxias entre os 15 maiores shoppings do país”.



José Quadros dos Santos, presidente da CDL Caxias, Julio Duso, superintendente do Shopping Iguatemi, José Ivo Sartori, Prefeito de Caxias, Milton Corlati, presidente da CIC e Ivanir Antônio Gasperin, presidente do Sindilojas Caxias, durante a solenidade de inauguração da expansão.

## O novo Iguatemi Caxias

De 110 lojas, passa a 194, ampliando as opções de compras, serviços e entretenimento. De duas para sete âncoras. De 15 mil metros quadrados de Área Bruta Locável para 36 mil metros quadrados que, somados ao Hipermercado Carrefour, totalizará cerca de 50 mil metros quadrados. A expansão do Iguatemi Caxias gerou 1 mil novos empregos e coloca à disposição da população regional um mix equilibrado, formado por marcas de renome nacional e internacional. O tamanho foi duplicado e inclui uma área de três mil metros quadrados voltada a atividades de lazer e à gastronomia. É o lifestyle.

## Recolhimento de alíquotas

**Miguel Fortes**  
Diretor do Departamento de Economia e Estatística da CDL Caxias



Recentemente lojistas passaram a ter mais uma obrigação a pagar. Em todas as mercadorias que procedem de outros Estados da Federação passou a valer a obrigatoriedade de recolhimento do diferencial de alíquota. Esclarecendo, uma mercadoria que dentro do estado tem alíquota de 17% quando vem de outro estado via de regra vem com 12% ( pode vir com 7%, dependendo do estado ). Nestes casos a empresa que internalizou esta mercadoria deve recolher a os 5% da diferença.

Setores como de mercados, materiais de construção e alguns itens de vestuário e calçados já sentiam na carne os efeitos desta medida. Agora, o decreto afeta a todas as mercadorias e a todas as empresas, mesmo as optantes pelo Simples. Cabe-nos afirmar, porém, algumas coisas: cada vez mais percebemos que o Simples não é assim tão simples; este decreto acaba com as vantagens do Simples; toda antecipação de pagamento de tributos é ilegal e imoral, pois além de maior oneração, descumpre os princípios básicos da ordem tributária.

A CDL desde 2004 se posiciona contra estas medidas. Neste ano já houveram reuniões com a Secretaria da Fazenda buscando que este decreto seja modificado. Continuaremos buscando sustentação política para promover a mudança. Mas precisamos é estar mais atentos. Não esperemos que o Estado, este leão eternamente faminto, algum dia mude esta sua disposição de cada vez querer mais receita. Nós precisamos aprender a dizer não.



## Entidades jovens unidas em prol de um nobre ideal

Para a CDL Jovem Caxias é um privilégio participar pelo terceiro ano do evento *Uomo na Cucina - Homens na Cozinha*, um dos maiores do gênero no Rio Grande do Sul. Acreditamos que o espaço conquistado é reflexo do reconhecimento da CDL, nossa entidade mãe, e das entidades parceiras.

Neste ano estabelecemos um marco na história do evento. Pela primeira vez as três principais entidades jovens ligadas ao comércio, indústria e serviços de Caxias do Sul (CDL Jovem, CIC Jovem e Sindi Jovem) juntaram forças na mesma cozinha mostrando que a jovem classe empresarial caxiense está unida em torno de ideais comuns e em busca de benefícios à comunidade.

O desenvolvimento de ações em conjunto, sejam elas de cunho social ou cultural, é primordial para que tenhamos um futuro ainda mais promissor no comércio, indústria e serviços da nossa cidade.

Solidariedade, amizade e união, neste evento em específico, fizeram da nossa cozinha um exemplo de que grandes conquistas são feitas melhor na coletividade. O cardápio, Carré de Cordeiro ao molho Pesto e Mil Folhas de Batata ao Queijo Brie, foi um sucesso para todos

que dele tiveram a oportunidade de provar e para nós também, pela aproximação que proporcionou.

Tomo a liberdade de falar pelas três entidades reunidas neste evento. Continuaremos planejando atividades em conjunto e trabalhando em prol de nobres ideais, sempre que necessário e possível. Esta é a nossa vontade e visão em busca de um futuro melhor.



Cristiano Pavinato  
Presidente CDL Jovem Caxias

www.cdlcaxias.com.br

22 O Lojista

### Cartão SICREDI Múltiplo. É crédito, é débito e o melhor: é seu.



Só o Cartão SICREDI Múltiplo traz tantos benefícios. Você pode usar como Cartão de crédito e débito nas lojas credenciadas à Rede SICREDI Cartões, além de efetuar saques e pagamentos em caixas eletrônicos do SICREDI, Banco24Horas, Rede Verde-Amarela e muito mais. E quanto mais você usa, mais tem vantagens a longo prazo: é força para a sua comunidade e para o seu negócio. É ganho para você.

Em Caxias do Sul, há sempre uma unidade de atendimento do SICREDI perto de você:

**Centro:** Borges de Medeiros, 578 - ☎ 3220 1200  
**Cruzeiro:** Luiz Michielon, 1527 - ☎ 3026 2900  
**São Pelegrino:** Júlio de Castilhos, 2272 - ☎ 2108 9888  
**Rio Branco:** Av. Rio Branco, 1418 - ☎ 2108 9800  
**Posto Avançado CIC** - ☎ 3218 8003

**Em breve, a SICREDI Caxias do Sul RS estará também no Bairro Lourdes:**  
Rua Sinimbu, 777 - **Aguarde!**

Múltiplas vantagens também para o seu negócio.



www.sicredi.com.br



Ouvidoria SICREDI - 0800 646 2519

## Convênio Dentalnor oferece procedimentos gratuitos

A união entre a CDL Caxias e a Cooperativa Dentalnor está deixando os associados com o sorriso mais saudável. O convênio, dirigido a quem possui plano de saúde empresarial, tem vantagens exclusivas em tratamentos odontológicos.

Com o convênio, o associado CDL terá à sua disposição 20 serviços gratuitos. Além de realizar procedimentos de urgência no pronto-atendimento da Clínica Dentalnor sem pagar co-participação, o associado pode agendar consulta semestral para diagnóstico e prevenção de doenças bucais. Outra vantagem do serviço é o atendimento nos consultórios de 84 dentistas cooperados, com tabela de valores diferenciada.

- ♦ A Clínica Dentalnor fica na Rua Garibaldi, 489, sala 41. O atendimento é de segunda a sexta-feira, em horário comercial. Telefone: (54) 3027.6495
- ♦ Documentação necessária: o associado deverá apresentar o cartão de identificação do Plano Empresarial e documento de identidade.



Lucas Gomes

### Mãe e filha aproveitam benefício

Ao receber informações da CDL via e-mail falando sobre o convênio odontológico com a Cooperativa Dentalnor, a escriturária fiscal Adriana Regina da Silva, procurou mais informações na entidade. Ela e a filha Carla marcaram consulta e realizaram o procedimento de limpeza, gratuitamente. "O sistema é bem eficiente e o atendimento muito bom, tanto para marcar consulta quanto no consultório. Tem uma lista de profissionais e podemos escolher o que mais nos convém, mais próximo à nossa casa, e eles buscam adequar o melhor horário." Após o primeiro atendimento na clínica em fevereiro, mãe e filha buscaram outros procedimentos junto aos dentistas conveniados. "Os valores são muito atrativos se comparados com um atendimento particular", destaca.

O Lojista

23

www.cdlicaxias.com.br

# Toda a estila aos seus pés



AV. JULIO DE CASTILHOS, 2582 - SÃO PELEGRINO  
CAXIAS DO SUL - RS - 54-3028.2582



**REAL MAKRO**  
CALÇADOS



# CDL Cobrança conquista pela credibilidade

Com o compromisso de prestar um serviço de qualidade, o Departamento CDL Cobrança aposta na humanização do atendimento, para deixar credor e devedor mais tranquilos. Totalmente reestruturado desde janeiro deste ano, o setor atua de forma mais incisiva, oportunizando maior sintonia entre o empresário, o cliente e a rede de informações do SPC.

Além disso, o sistema adquirido é moderno, eficiente, prático e muito preciso, tem ferramentas que

facilitam a cobrança e auxiliam no dia-a-dia do lojista. Associados que contrataram o serviço já perceberam resultados positivos, aprovaram a metodologia e afirmam que a credibilidade da entidade é uma garantia de segurança.

“Entre em contato como nosso departamento e com certeza vamos encontrar a melhor forma de alcançar resultados positivos para a sua empresa”, destaca o diretor Valmor Concatto. A CDL Cobrança atende pelo 3209.9993.

Mário Franzem



## Resultado é satisfatório

Quando soube da nova estrutura e dos novos métodos de abordagem utilizados pela equipe da CDL Cobrança, Vanderlei Barbosa, proprietário da Barbosa Materiais de Construção, não teve dúvida, entregou a cobrança da sua loja aos cuidados da entidade. “Sabemos que as pessoas são especializadas e que o cliente será respeitado, pois é uma entidade que tem credibilidade e os profissionais são qualificados”, pontua o empresário. Segundo ele, neste momento a cobrança passa por uma situação atípica, em que receber é mais difícil. E se o serviço anteriormente à reestruturação era bom, agora está melhor ainda. Vanderlei explica que a diferença é perceptível e o resultado satisfatório. “Está perfeito, eles ouvem o nosso cliente, e facilitam o pagamento para ele, fica bom para ambas as partes”, completa o empresário.

## Abordagem mais próxima garante tranquilidade

Mário Franzem



Na franquia caxiense da Escola de Inglês Up Time, o índice de inadimplência é de 0,5%, um índice baixo se comparado a outras instituições. No entanto, a orientação da rede é que cada escola estabeleça como meta o fim da inadimplência. Em dezembro, após associar-se à CDL, a Up Time contratou o ser-

viço oferecido pela CDL Cobrança. Segundo a auxiliar financeira, Lourdes Lorena de Los Santos Farias, a credibilidade que a entidade possui foi o principal motivo da escolha. Com assessoria jurídica especial para cada caso, Lorena está certa de que a abordagem não será feita de modo indevido. “Nos sentimos tranquilos quanto à maneira como a CDL conduz a cobrança, que é uma questão delicada, pois faz o meio de campo entre a escola e o cliente e ameniza o impacto”, explica. Outro ponto positivo apontado pela escola é a transparência na troca de informações entre a escola, a CDL e o cliente. Isso garante que a cobrança seja feita de forma justa, ideal compartilhado pela CDL e pela Up Time.

## Contratar é fácil e seguro na CDL Empregos

Com equipe focada no comércio varejista e que atua como facilitadora no momento da contratação, a CDL Empregos tem inúmeros benefícios a oferecer aos associados. O amplo banco de dados com curriculuns de profissionais capacitados é o principal diferencial. Uma forma prática e segura de contratar, o serviço é prestado desde 1999 e tem preços mais acessíveis se comparado ao mercado. Além disso, o departamento também coloca à disposição do associado serviços na área de psicologia organizacional, como avaliação psicológica e consultoria, treinamento e desenvolvimento pessoal e assessoria à liderança.



Edi Wilson Godoi representou a Convias



Fabrizio Panichi da RGE



Magali Moritz representou a Unimed

## Apoiadores e patrocinadores do Natal Brilha Caxias recebem homenagem

Durante a Assembléia-Geral Ordinária de março, a CDL entregou aos patrocinadores e apoiadores do *Natal Brilha Caxias 2008* uma réplica do cartaz do projeto emoldurado, como forma de homenagear e agradecer a participação. Realizado pela CDL de Caxias do Sul em parceria com a Prefeitura, o *Natal Brilha Caxias*, iniciou no dia 18 de novembro com diversas atividades para envolver a comunidade caxiense e resgatar o espírito natalino. Entre as ações, destacaram-se a campanha de arrecadação de brinquedos “Atrás de um presente uma criança feliz” e o concurso “A Melhor Vitrina de Natal”. A programação foi encerrada no dia 18 de dezembro com o Show da Orquestra Sinfônica Municipal.

\* As Lojas Colombo participaram como apoiadoras do *Natal Brilha Caxias* e também foram contempladas com o quadro, no entanto não puderam estar presentes na data da entrega.

Fotos Mário Franzem



Guilherme Sebben representou a Prefeitura



Juscelino Corsini da SICREDI Caxias



Fábio Verruck representou a Visate

## Patrocinadores do *Liquida Caxias RS, Tchê!* recebem placa da CDL



Osmar Vieceli representou o Banrisul

Valorizar os parceiros é prioridade para a CDL Caxias, que entregou durante a Assembléia-Geral Ordinária de março, réplicas emolduradas do cartaz da campanha *Liquida Caxias RS, Tchê!* aos patrocinadores que possibilitaram tornar a promoção grandiosa. Com a chamada, “O *Liquida Caxias*

creceu tanto que ficou do tamanho do Rio Grande”, a campanha aconteceu de 5 a 25 de fevereiro.

\* Também foram contempladas a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas e a Prefeitura Municipal.

## Workshop de Franquias

A CDL Caxias, junto ao Sindilojas e a Associação Brasileira de Franquias (ABF), apoiou o *Workshop de Franquias*, promovido pelo San Pellegrino Shopping Mall no dia 31 de março. Cerca de 200 pessoas assistiram às palestras e apresentações de negócios com representantes de marcas de franquias de todo o país.

O presidente da CDL, José Quadros dos Santos, o gerente Comercial Joceli Silva e Silva, e a assistente comercial Jaqueline Junker participaram do evento.

No mesmo dia, Quadros acompanhou os diretores da empresa responsável pelo San Pellegrino, em visita ao prefeito José Ivo Sartori. A previsão é de que o novo shopping entre em funcionamento até o final deste ano.



## CDL homenageia aniversariantes

Fotos Luiz Chaves



### 100 anos de Correio Riograndense

Veículo coordenado pelos Freis Capuchinhos, o jornal Correio Riograndense nasceu em 13 de fevereiro de 1909, e acompanha de perto o desenvolvimento do Sul do Brasil. Tradicional na Serra, o veículo possui grande envolvimento com a comunidade. Para comemorar o centenário e prestar uma homenagem, o presidente da CDL, José Quadros dos Santos, entregou uma placa ao diretor de redação, Frei Aldo Colombo, durante reunião-almoço do dia 18 de março.



### Mais Nova FM comemora 10 anos

Outra homenageada pela CDL no mês de março foi Rádio Mais Nova FM, que completou 10 anos de música, entretenimento e informação, e também é coordenada pelos Freis Capuchinhos. A emissora foi criada em 10 de março de 1999, e hoje atinge mais de 110 municípios via satélite a partir de Caxias do Sul, onde está a geradora. Para homenagear a trajetória de sucesso, o presidente da CDL repassou uma placa ao superintendente da rádio, Frei Alceu Ferronato.

Julio Soares



### Sindilojas festeja 55 anos

O Sindilojas Caxias comemorou 55 anos no dia 16 de março. Com atuação em Caxias do Sul, São Marcos, Flores da Cunha, Antônio Prado e Nova Pádua, a entidade representa 11,4 mil empresas na região. A CDL reconhece a importância do trabalho do Sindilojas na defesa dos varejistas e para homenagear sua história, o presidente da CDL entregou uma placa ao presidente do Sindilojas, Ivanir Antônio Gasperin. A entrega aconteceu na reunião-almoço festiva do Sindilojas.

Gilmar Gomes



### Novos associados

Associar-se à CDL, usufruir de diversos benefícios oferecidos pela entidade e ainda receber um prêmio. Isso foi possível durante a campanha para novos associados que encerrou no final do mês de abril. A campanha também presenteou associados que indicaram empresas que se associaram. O proprietário da loja Game Way, Jocimar Antônio Lopes de Lima, foi indicado pelo primo Gilberto Lima dos Santos. Interessado no acesso às informações de proteção ao crédito e no serviço cheque garantido, Lima é associado desde dezembro e afirma estar trabalhando com maior segurança. Ambos foram premiados e puderam escolher uma jarra elétrica ou um secador de cabelos.

## CDL participa da doação de motocicletas à Patrulha do Comércio Seguro

Julio Soares

Em base a resultados positivos alcançados com a Patrulha do Comércio Seguro, a CDL, junto a outras entidades, doou três motocicletas



para ampliar a atuação da Brigada Militar. O lançamento oficial da Patrulha ocorreu no dia 6 de abril.

Informalmente, a Patrulha existe desde 28 de novembro. "Se o assaltante utiliza a motocicleta para obter maior agilidade durante a fuga, agora o PM também tem maior dinamismo", explica o comandante do 12º BPM, tenente-coronel Júlio César Marobin.

A partir de agora, com um total de 12 motos, a expectativa é de que o trabalho focado no combate de assaltos ao comércio traga bons resultados.

"A parceria com a BM permitirá ações específicas para redução do índice de crimes contra o comércio, e o mais importante é que a patrulha não vai atuar somente na área central, mas sim em todo o comércio caxiense, garantindo maior tranquilidade aos lojistas e consumidores", frisa o 2º vice-presidente da CDL e presidente da Comissão de Segurança, Paulo Magnani.



## Crescimento de 18,57% com o *Liquida Caxias RS Tchê!*

Claudio Fonseca



A iniciativa da CDL de ancorar a maior liquidação do Rio Grande, deu certo. Com o *Liquida Caxias RS Tchê!*, as vendas no comércio caxiense tiveram um incremento médio de 18,57%. Aliada à FCDL, a sexta edi-

ção do *Liquida Caxias* foi realizada de 5 a 25 de fevereiro, contou com a participação de mais de 1 mil pontos e envolveu diversos segmentos do comércio e prestadores de serviço. A promoção foi aprovada por 92,50% dos participantes e 47,21% afirmaram ter registrado aumento nas vendas durante o período.

“O *Liquida* foi uma ferramenta de extrema importância para que pudéssemos enfrentar o mês de fevereiro, que normalmente é de baixa movimentação econômica. Além disso, a participação em uma campanha estadual resultou em maior visibilidade para a CDL de Caxias”, destaca o presidente da CDL Caxias, José Quadros dos Santos.

Aderiram à promoção 246 municípios gaúchos e a principal novidade neste ano, ficou por conta do sorteio de 10 automóveis Fiat entre os consumidores que compraram nas lojas participantes, lojistas e CDLs que participaram da campanha.

“Ficamos muito satisfeitos em oportunizar aos pequenos e médios comerciantes a possibilidade de estarem inseridos numa grande campanha de mídia e também de sortearmos carros entre seus clientes”, frisa Quadros. Patrocinada pelo Banrisul e pela Prefeitura de Caxias do Sul, a campanha contou também com a parceria do Procon Caxias do Sul.

Gilmar Gomes



### Lojista caxiense comemora prêmio

Além do aumento nas vendas, a CDL Caxias comemora com a proprietária da loja Conduza Mania de Usar, Izalina Pimentel do Amaral. Izalina foi uma das 10 ganhadoras do sorteio que aconteceu no dia 19 de março, no Centro de Eventos do Plaza São Rafael, em Porto Alegre. A lojista recebeu uma pickup Fiat Strada no dia 24 de abril em uma festa que aconteceu em frente ao Palácio Piratini com a presença da governadora Yeda Crusius, lojistas e autoridades. “Além de oportunizar especialmente aos pequenos e médios comerciantes, a inserção em uma grande campanha de mídia, criamos também a possibilidade de premiação de consumidores, lojistas e vendedores e isso para nós é muito gratificante principalmente porque um dos prêmios veio para Caxias”, frisa Quadros. “Foi uma emoção bem grande, eu não esperava ganhar. Nós sempre participamos do *Liquida* e com o sorteio dos carros incentivou todo mundo tanto para comprar, quanto para vender”, explica Izalina, que já tinha carro e pretende vendê-lo para aproveitar o novo veículo.



### CDL lança Programa de Inserção Digital aos associados

A CDL Caxias utiliza os recursos tecnológicos a favor de seus associados e lança no dia 19 de maio, às 19h, no SESC, o Programa de Inserção Digital. Por meio do Portal CDL, um novo espaço de comunicação do comércio na cidade, a entidade quer ampliar a comunicação com os lojistas. Durante o encontro, além da apresentação do programa, haverá uma palestra sobre inserção digital e o sorteio de um computador entre os participantes.

#### Programação

- ♦ Apresentação do programa e palestra Inserção Digital
- ♦ Apresentação do Portal CDL
- Novos espaços ao associado (webmail e painel de localização do comércio caxiense)
- Comercialização de anúncios no Portal
- ♦ Balcão de tecnologia
- Orientação para o acesso ao mundo virtual
- Financiamento facilitado para a aquisição de computadores e softwares

# Sua empresa vale mais que mil palavras

Você se preocupa com a imagem da sua empresa? Nós nos preocupamos, por isso quando o assunto é decorações comerciais a melhor opção é Shopping Decorações.

Projetos especiais adequados ao estilo da sua empresa, criando uma personalidade única, aplicação de cores aliadas a funcionalidade, conforto em cada ambiente. Somente quem tem mais de quinze anos de experiência, proporciona tanto bom gosto. Renove, inove, transforme seus projetos em oportunidades de negócios.

Shopping Decorações -  
Soluções Criativas em Design  
Comercial



 **Shopping**  
Decorações Comerciais

Rua Emilio Fonini, 538 95012-617 Bairro Sanvitto Caxias do Sul - RS  
(54) 3225.2133 [shopping@shoppingdecoracoes.com.br](mailto:shopping@shoppingdecoracoes.com.br)  
[www.shoppingdecoracoes.com.br](http://www.shoppingdecoracoes.com.br)