

# Lojista em Revista



Ano 6 - Nº 28

# ENTÃO É NATAL...



**A decoração natalina e o clima  
de final de ano aquecem a vontade de presentear.  
Aproveite esse momento e adote práticas  
de excelência para obter ótimos resultados.**



## **LEI DA COMUNICAÇÃO VISUAL JÁ ESTÁ VALENDO**

Prazo para adequação  
é até 31/12.



## **CAXIAS DO SUL TEM NOVAS REGRAS PARA O COMÉRCIO AMBULANTE**

Iniciativa que contou com atuação  
da CDL, prevê normas mais  
rigorosas e multas mais altas.

**03** Editorial**04** Tendência

Liderança que encanta

**07** Ambulantes

Multas mais pesadas

**08** Varejo

Atitudes e resultados

**10** Case

Mercado da beleza está em alta

**12** Negócios

Aproveite o Natal para vender mais

**14** Acessibilidade

Mais de 100 mil portadores de deficiência querem acesso ao comércio

**16** Iluminação

Natal Brilha Caxias Renova a magia

**18** Comunidade

Linha da Pequena Empresa é palco de produtos e serviços da CDL

## 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 - www.cdlcaxias.com.br  
Ano 6 - Nº 28**Presidência 2013/2014:** Davenir Darci Dreher**Vice-presidência:** Diego Frederico Biglia e Renato Spuldaro Corso**Diretoria Eletiva:** Ivonei Miguel Pioner (1º Diretor Secretário); Cláudia R. Barreto Gonçalves Sassi (2ª Diretora Secretária); Ricardo Regal Comandulli (1º Diretor Financeiro); Analice Carrer (2ª Diretora Financeira).**Presidente do Conselho Consultivo:** Paulo Ricardo Magnani**Gerente Comercial e Marketing:** Cícero Rech**Gerente Administrativo Financeiro:** Carlos Alberto Cervieri**Coordenação de Marketing:** Rossane Rosanelli**Coordenação Editorial:** Vice-Presidente Diego Frederico Biglia, Diretor Fernando Bertotto, Diretora Jordana Trentin, Coordenadora de Marketing Rossane Rosanelli e Assessora de Imprensa Beverli Rocha.**Diretorias/ Departamentos****Qualidade, Pesquisa e Relacionamento:** Lucas Generosi, Gustavo Marques dos Santos e Miguel Frederico Fortes; **Jurídico, Fiscal e Tributário:** Julian Bianchini; **Cobrança:** ValmorConcatto e Fabiano Luís Pezzi; **Empregos:** Angela de Cássia Freire e Carmen Dalcin;**CDL Jovem:** Carlos Samuel Freire de Oliveira e Cristiano W. Tesser Pavinato;**Marketing e Eventos:** Jordana Trentin e Fernando Bertotto; **Meio Ambiente:** Jackson Campani e Vitor de Carvalho; **Patrimônio:** Nelson Minetto e Vitor de Carvalho; **Produtos e Serviços:**Oscar Angelo Panozzo, Valtuir Rizzo e Carlos Samuel Freire de Oliveira; **Projeto Pescar:**Ivonei Miguel Pioner e Sandro Camargo; **Segurança:** Rui Cassina, Fernando Bertotto e JacksonCampani; **SPC/ Tecnologia:** Milton Corlatti, Julian Bianchini, Renan Tedesco, Cristiano W. TesserPavinato; **Turismo:** Clóvis Boscato e André Guimarães Gewher. **RH:** Elizete Denise Isoton**Representante junto à FCDL:** Renato Spuldaro Corso**Representante junto aos Conselhos Municipais****CMTM** - Victor Hugo Gauer e Renato Luiz Fedrizzi**COMDICA** - Sérgio Formolo**COMEC** - Miguel Frederico Fortes e Luiz Antônio Kuyava**COMIC** - Cláudia Sassi, Arcangelo Zorzi Neto e Diego Frederico Biglia**COMSEA** - Renato Luiz Fedrizzi**COMSEPLAN** - Oscar Angelo Panozzo e Analice Carrer**CMDS** - Jackson Campani e Ricardo Regal Comandulli**COMTUR** - Clóvis Boscato e Vitor de Carvalho**COMISSÃO PRÓ-SEGURANÇA PÚBLICA** - Alcides Perini**CONSELHO DELIBERATIVO DA FUNDAÇÃO CAXIAS** - Renato Luiz Fedrizzi e Nadir Vanassi**CAXIAS DO SUL CONVENTIONS, VISITORS BUREAU** - Clóvis Boscato**COMTCNA - SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE** - Mário Formolo**CONSELHO ESTRATÉGICO DA LA SALLE BUSINESS SCHOOL CAXIAS DO SUL** - Paulo R. Magnani**COMISSÃO DE ENERGIA DA CIC** - Vitor de Carvalho**Produção e Execução****Arte Capa:** Maurício Antunes - CDL Jovem**Coordenação:** Área de Marketing e comunicação/CDL: RP Rossane Rosanelli**CONRRP** - 1083; **Textos:** Jornalista Beverli Rocha MTB 11072**Editores e Impressão:** Lorigraf Gráfica e Editora Ltda.**Tiragem:** 4.500 exemplares - **Distribuição Gratuita.**

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.



Davenir Dreher – Presidente

## Qualidade, eficiência e conhecimento a serviço do associado

mais enxuta e descentralizada, a Câmara de Dirigentes Lojistas investiu no capital humano. O avanço do programa de cargos e salários mapeou funções a atividades, revisou demandas, gerou um novo organograma funcional e criou um roteiro de qualificação de pessoal. A equipe interna passa atualmente pela formação contínua com cursos que pretendem qualificar o trabalho, o rendimento - e na ponta - gerar melhorias para o associado.

O modelo de gestão modernizado se estende ao associado que utiliza os serviços da Câmara de Dirigentes Lojistas. Desde o mês de outubro, através do Departamento de Empregos, é oferecido ao associado a possibilidade de qualificação da mão-de-obra de seus colaboradores. O Programa de Empregabilidade no Varejo conta com o suporte da

psicóloga organizacional Tatiana Andreolla que tem mais de 10 anos de experiência na profissão. A especialista ministra cursos práticos e objetivos em três módulos diferentes baseados nos pilares: Primeiro Emprego com o foco na orientação sobre as rotinas do comércio, dicas de comportamento em entrevistas e noções sobre as particularidades do setor; Excelência no Atendimento que prioriza as melhores práticas, bom humor, relacionamento e trabalho em equipe e Recolocação no Mercado de Trabalho para quem busca nova oportunidade de emprego. Entre os primeiros participantes, o nível de satisfação atinge índice superior a 90%.

É a Câmara de Dirigentes Lojistas útil ao associado! Essa é a estrada que queremos seguir.

O primeiro ano dessa gestão foi de qualificação do quadro funcional, revisão e reestruturação dos processos e rotinas internas, redução de custos e enxugamento da máquina organizacional. Foi o resultado de um olhar mais crítico para a entidade e de adequação com as exigências de mercado com o objetivo de afinar o trabalho e viabilizar maior eficiência e resultados para o atendimento e benefícios ao associado. Mais veloz,



Treinamento em empregabilidade

## Comércio se mobiliza para a Festa da Uva

“Na alegria da diversidade” ocorre de 20 de fevereiro a 09 de março a maior festa da região. A 30ª Festa da Uva 2014 chega com força total. Além das tradicionais atrações como a visita ao Parque de Eventos, a degustação de uvas, os desfiles cênicos, a feira agroindustrial e a farta gastronomia típica, esta edição vai contar com a grande mobilização do comércio. As entidades do comércio, entre elas, a CDL Caxias, abraçaram a ideia da Comissão Comunitária e aderem à parceria que oportunizou uma das maiores novidades

da edição: é o ingresso bonificado. Todo o visitante que for até a Festa da Uva pagará o ingresso e depois poderá utilizar o mesmo valor em descontos nas lojas conveniadas ao projeto.

Cada ingresso se transformará em bônus de desconto nos estabelecimentos participantes. Cada loja poderá adquirir na CDL Caxias o kit promocional com adesivo de vitrine, display de balão, etiquetas-desconto, fôlderes, sacolas, camisetas e selo eletrônico. Participe desta grande festa, atraia consumidores locais e visitantes,

fidelize clientes e aproveite a ocasião para surpreender em vendas e resultados.

Consulte a CDL Caxias pelo telefone 3209-99-77.



# Liderança que encanta



CDL / arquivo - Divulgação

James Hunter em palestra

*Os seus funcionários nunca vão dar aos seus clientes um tratamento melhor do que recebem!*

## TENDÊNCIA

O mundo corporativo passa por um verdadeiro apagão de mão-de-obra. Há ofertas de empregos em todos os setores, inclusive no varejo. Falta gente para trabalhar. Melhor: faltam pessoas de qualidade para trabalhar. Quase todos concordam com essa afirmação, mas há uma gama de especialistas no mundo dizendo algo um pouco diferente. Essa corrente afirma que mais do que pessoal, faltam líderes. São eles os responsáveis por montar e manter boas equipes, gerenciar e inspirar outros a fazerem o certo e o melhor constantemente. São eles também que ajudam esses “colaboradores” a se descobrirem como peças da engrenagem. Para falar sobre esse tema – que ao mesmo tempo é recorrente e inovador pela complexidade do assunto – o escritor norte-americano James Hunter, autor do Best seller *O Monge e o Executivo*, esteve na Serra Gaúcha durante a 15ª CONESCAP\*.

Hunter falou para uma plateia lotada de empresários gaúchos sobre “liderança servidora” - título original do grande sucesso literário.

A questão está diretamente relacionada com a resposta que

damos as seguintes perguntas: você tem feito o seu melhor? Você tem sido o melhor marido para a sua esposa? Tem sido o melhor pai para os seus filhos? É o melhor chefe para o seu funcionário? Ao menos, tem sido melhor hoje do que foi antes? E aí vem a derradeira pergunta que está ligada ao tema da liderança: você está pronto para mudar?

“Muito se fala - e outro tanto é publicado - sobre liderança. No entanto, poucos mencionam que ser líder de verdade é saber servir. É saber identificar o que os liderados precisam. Não é satisfazer desejos, pois, trata-se de dar o que realmente necessitam”, conceitua James Hunter.

O líder é generoso. Ele escuta, se relaciona, é honesto, tem respeito. “Essas são características natas ao líder”, disse o palestrante. O líder pratica o que diz. Muda quando é preciso. É verdadeiro sempre. Tem atitudes de aproximação que vão desde um simples abraço na hora certa até a tomada de grandes decisões, ressaltou Hunter.

Para ser líder servidor, é preciso empenho, esforço e fraternidade afetiva. É aprender a construir pontes entre corações e

“isso dá trabalho”. Segundo Hunter, contentar-se com o bom é pouco para o líder servidor. Líderes servidores querem mais. “Eles sabem que pensamentos podem se tornar ações. Ações se tornam hábitos e hábitos formam o caráter que passa a nortear o modo de agir de forma tão intensa que afeta a conduta até mesmo quando se está só”, salientou Hunter.

### Líder ou Gerente?

“O bom gerente é aquele capaz da liderança. Tem o potencial para chegar lá, mas nem sempre um bom gerente é um líder. Praticar o gerenciamento está mais para aplicar o que se aprende na escola. O gerente é traduzido pelo que faz. Liderança é algo maior. Ser líder é demonstrar quem você é”.

Atualmente há uma gama enorme de formações e capacitações possíveis para qualificar tecnicamente todo o tipo de executivo. Desde o gerente de uma loja, até o administrador de um conglomerado. A essas pessoas, impõe-se uma quantidade enorme de responsabilidades. Muitos, mesmo a maioria, são competentes em normas, rotinas, processos,

legislação, gestão. Falta para a mesma maioria, a vocação humana de servir.

Para o escritor James Hunter, 22 vezes presente no Brasil desde que lançou sua obra mais famosa, “esse problema é reflexo da falta de liderança. Hunter utiliza o modelo do precursor do cristianismo – fenômeno espiritual mundial. Para ele, Jesus Cristo foi um grande exemplo de líder servidor. Jesus viveu num contexto social turbulento, cheio de dificuldades e foi capaz de inspirar pessoas a fazerem o bem, a praticar um jeito diferente de agir e de atuar no mundo em todos os setores. Jesus foi capaz de mudar o mundo a sua volta. Para além de princípios religiosos, Jesus lidou com temas que envolviam a justiça social, a moral cívica, a ética comportamental e lançou luz para

todo o regramento da convivência humana no seu tempo. As pessoas vinham até ele porque se sentiam chamadas à nova ordem social inspirada no estilo de vida e de ideal de Jesus. Isso é liderar de verdade. É mostrar caminhos para seguir.

A liderança exige humildade. Pensar no bem comum, na coletividade. O líder servidor inspira subordinados e clientes. Não é preciso cartazes nos banheiros pedindo para que as pessoas usem corretamente o sanitário ou coloquem o lixo no lugar quando há líderes servidores presentes em uma organização. Todos se sentem motivados e mobilizados a fazer mais e melhor porque é o certo. Simples assim. Mostrar lisura de caráter em cada ação. Ser honesto e justo com todos sem discriminação de posição social, etnia, gênero ou idade.

Hunter finalizou sua palestra com o seguinte recado: qualquer empresa pode ter excelentes gerentes. Eles saem das faculdades e universidades às pencas todos os dias. Difícil é tornar esses gerentes líderes.

Você sabe a diferença entre poder e autoridade? Segundo o sociólogo Max Weber, poder é forçar ou obrigar os outros a atitudes pela presença da hierarquia. “O problema do poder é que o subordinado está nessa só de corpo. Falta a alma e o coração”, diz Hunter. A autoridade é a capacidade de conseguir que as pessoas realizem a sua vontade de bom grado, pela sua influência pessoal.

- A 15ª CONESCAP (Convenção Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas), ocorreu em Gramado no mês de agosto.
- O livro *O Monge e o Executivo* está na lista dos Best Sellers há nove anos consecutivos.

## Empresas caxienses são reconhecidas pela Qualidade

*Foram 13 empresas destacadas com o Selo Ouro e Prata do programa QComércio*

A entrega da certificação ocorreu no dia 24/10, durante a 44ª Convenção Estadual Lojista promovida pela FCDL/RS (Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul), no Hotel Plaza São Rafael em Porto Alegre.

O QComércio é o único programa de qualidade focado no varejo. Existe desde 2010, através da proposta de qualificação do comércio gaúcho dentro da agenda estratégica do setor de tornar o varejo do Rio Grande do Sul uma referência no segmento. A Magnani Materiais Elétricos e Generosi Loja de Seguro aderiram ao programa em 2011 e já conquistaram o Selo Bronze e Prata. Neste ano de 2013, foram agraciadas com o Selo Ouro. O Selo Ouro é concedido a empresas que atingem o nível máximo de satisfação baseados em oito critérios que são: liderança,



Destaques Ouro entre os gaúchos

estratégia e planos (planejamento estratégico); satisfação dos clientes em vários aspectos; presença na sociedade com projetos e programas solidificados na coletividade; informações e conhecimento (comunicação, relação com o mercado, concorrência); pessoas; processos (gestão) e resultados (a soma de todos os critérios e indicadores de desempenho).

Participantes do Programa, também

foram reconhecidas com o Selo Prata as empresas Alamanda, Casa das Armas, Chalé Kids, Full Service, JKL Investimentos, Lecontando, Metalasso Metais, Pioner Joalheria e Optica, Serracel Telefonía e Top Limpeza.

No total, 300 empresas gaúchas receberam a certificação nas categorias Bronze, Prata e Ouro. No Selo Ouro, são apenas 12 agraciadas em todo o Rio Grande do Sul e duas da cidade de Caxias do Sul.

O QComércio é referência nacional. Não existe programa de qualificação no Brasil que reconheça e capacite tantas empresas no setor varejista.

Além da premiação do QComércio, a 44ª Convenção Estadual Lojista também foi palco para a realização de diversas palestras nas áreas de Qualidade, Gestão de Vendas, Motivação e Empreendedorismo.

## Negócio feito à mão...

*O artesanato voltou com força total e tem sido alternativa de bons rendimentos para quem empreende e qualidade de vida para quem pratica*

O trabalho manual está no DNA do ser humano. O artesão é um dos profissionais mais antigos da história do desenvolvimento das sociedades. Depois de um período de desvalorização na relação com o processo de industrialização, agora o trabalho feito à mão voltou a ganhar destaque na decoração de ambientes, na moda e nos negócios. Foi com essa visão de mercado que os empreendedores Valério Gilmar Vanzin e Vanessa Schiochet saíram de Passo Fundo onde residiam para montar o “Mundo do Artesanato” em Caxias do Sul. Ele, natural de Lagoa Vermelha. Ela, natural de Antônio Prado – se encontraram e se encantaram um com o outro. A história poderia ter sido só de amor e convivência, mas foi além. O casal fixou residência em Passo Fundo onde ele mantinha a carreira sólida (mais de 20 anos) em banco e ela foi ser comerciante. Ativos por natureza, eles pensaram em um jeito novo de empreender. Depois de pesquisas de cenário e consultorias com o Sebrae da capital, decidiram: Caxias do Sul tinha campo para uma loja inovadora em artesanato, que além de ampla variedade, também pudesse ser referência no setor e local de arteterapia.

Em dezembro passado, acharam o ponto e abriram a loja de 260 metros quadrados, na rua Andrade Neves – no centro. Quem passa por ali, fica surpreso com o tamanho, a quantidade de opções e a beleza do lugar. “Quando as pessoas falam em artesanato, logo imaginam uma salinha pequena com algumas oficinas artesanais, mas o artesanato evoluiu muito. Hoje, existem técnicas modernas e prazerosas de fazer artesanato como o scrapbook, o patchwork – dentro de um conceito amplo que pede um leque de opções bem maior, com o uso de recursos e diversidade de materiais. Essa é a nossa proposta”, diz Valério sobre o modelo da loja que criou.

O Mundo do Artesanato oferece soluções em MDF, peças personalizadas, tecidos, tintas, pinceis, papéis para scrap e decoupage. “O nosso grande diferencial é o MDF já com fundo branco. Se o artesão fosse pintar o fundo na peça, precisaria de mais tempo e mais treinamento. Hoje, ninguém mais tem tempo e por isso obter a peça já pronta para imprimir a criatividade de quem trabalha, é um ganho”, explica Valério. “Nosso objetivo é valorizar a arte e a cultura no sentido de incentivar a originalidade de cada pessoa”, ressalta o empreendedor.

### Qualidade de vida

Na mesma via que trouxe o artesanato de volta ao centro das atenções humanas, a busca por um modelo de vida mais leve, sereno e que promova felicidade, é outra forte tendência atual. “Pessoas de todas as idades e classes sociais procuram cursos de artesanato para desenvolver suas habilidades artísticas, ocupar o tempo com algo que seja útil e aprender coisas novas. Há mães e filhas que buscam um de nossos cursos para exercitar a convivência, o diálogo ou só para ficarem juntas fora dos ambientes estressantes da atualidade”, esclarece Vanessa. As oficinas de férias focadas no público infantil são um sucesso. “Os pais procuram alternativas de aprendizado para os filhos que fujam do eletrônico ou daquelas que os coloque – de alguma maneira – em situação de perigo. Assim, escolhem as oficinas de artesanato para que os pequenos e jovens aprendam a concentração, a paciência e à confecção de peças que podem estar a serviço da casa, de presentes personalizados ou até mesmo como opção de renda ou profissão”, revela Vanessa.



Fachada que convida o cliente a entrar



Panorama da loja



Beverli Rocha - Divulgação

Os empreendedores Vanessa e Valério



Beverli Rocha - Divulgação

Arteterapia é muito procurada

## Investimento e lucratividade

No Brasil, o setor do artesanato movimenta R\$ 50 bilhões por ano. Segundo dados do IBGE, cerca de 8,5 milhões de pessoas estão envolvidas com o setor e quase metade da produção artesanal está no Nordeste. A atividade representa 3% do PIB brasileiro.

O Mundo do Artesanato, a loja do Valério e da Vanessa, atingiu o ponto de equilíbrio entre despesas e receitas nos três primeiros meses de funcionamento. O retorno total do investimento, "incluindo o mobiliário", está previsto para o prazo de até dois anos. A empresa existe no modelo Simples e emprega oito pessoas, incluindo professores e atendentes.

O objetivo dos empresários é tornar o Mundo do Artesanato uma loja referência no ramo para toda a Serra Gaúcha. A intenção não deve demorar a se tornar realidade, pois o site da loja na internet denota o interesse e sucesso do estabelecimento. "Temos uma home page moderna e atualizada com mais de 1,2 mil visitas e cerca de 6 mil acessos. Também atuamos fortemente nas redes sociais como o facebook", salienta Valério. Conheça o site, as opções de cursos e as novidades no endereço eletrônico da loja ([www.artesanatocaxias.com.br](http://www.artesanatocaxias.com.br)).

## Aprovado aumento de multas para ambulantes

A Câmara aprovou em outubro o projeto de lei complementar que estabelece medidas mais duras para combater o comércio ambulante na cidade. A proposta do Executivo fixa multa de até R\$ 2,3 mil para quem vender produtos sem licença prévia do município. O projeto teve aprovação unânime e seguiu para sanção do prefeito.

Atualmente, o valor máximo pago pelos ambulantes com mercadorias apreendidas é de cerca R\$ 350. Outra alteração diz respeito à exigência de comprovação da origem lícita dos produtos. O Executivo tem a obrigação legal de devolver a mercadoria mediante o pagamento da multa. No

entanto, a proposta estipula o preenchimento de um formulário e apresentação de documento que comprove a origem lícita, preferencialmente nota fiscal, para a devolução dos produtos.

O próximo passo da prefeitura é definir, por decreto, a destinação de cada tipo de material que não for reclamado pelos ambulantes. Produtos falsificados, como DVDs, óculos e perfumes, continuarão sendo destruídos. Os de origem estrangeira, como celulares, devem ser encaminhados a órgãos fiscalizatórios, como a Receita Federal. Porém, a intenção é facilitar a destinação de produtos como cintos, mantas e carteiras a entidades filantrópicas.



Beverli Rocha - Divulgação

Plenário da Câmara de Vereadores ficou lotado com lojistas

- Multa de R\$ 350,85 a quem embarçar ou impedir, por qualquer meio, o livre trânsito de pedestres ou de veículos.
- Multa de R\$ 701,70 a quem colocar mesas, cadeiras, bancas ou quaisquer outros objetos ou mercadorias sobre o passeio público (excetuando-se lei específica). Mesma punição para marquises ou toldos.
- Multa de R\$ 701,70 a R\$ 2.339 a quem vender mercadorias sem prévia licença do município.

A Lei Orgânica do município diferencia quatro tipos de comércio ambulante. São eles:

- artesãos - pessoas que atuam com trabalho manual
- indígenas
- comerciantes de alimentos com alvará da prefeitura e da vigilância com renovação anual (ficam em quiosques ou usam "carrocinha")
- ambulante irregular - uso de calçadas "perdimento de mercadoria" prevista no Código de Posturas do Município com multa anterior de VR 23,00 (R\$ 350,00) - máxima.

## CDL traz especialista em marketing do varejo para evento com lojistas



Clóvis Lumertz durante a palestra



400 associados CDL participaram do evento

Clóvis Lumertz falou para cerca de 400 comerciantes em iniciativa da CDL na qual também lançou a campanha “Caxias na Festa” para associados

A ação de qualificação, relacionamento e confraternização aconteceu no dia 20 de novembro no Salão dos Capuchinhos. Clóvis Lumertz, administrador de empresas, especialista em marketing do varejo e palestrante, falou sobre Atitudes e Resultados – Nova Atitude de Varejistas Perante o Mercado. O palestrante falou sobre como criar um espírito de convergência de objetivos na busca de resultados, formação de cultura colaborativa, apresentação de cenários e mercado para o varejo, diferencial em marketing e

varejo, fatores de decisão de compra e novos comportamentos de consumo, além da técnica do pensamento reverso.

A palestra de Clóvis Lumertz está disponível para associados no portal CDL ([www.cdlcaxias.com.br](http://www.cdlcaxias.com.br)).

O evento promovido pela CDL e oferecido gratuitamente ao associado lojista também foi palco para o lançamento da campanha “Caxias na Festa – Ingresso na mão vale desconto”.

Além de apresentar temas relevantes para a pauta do varejo, a CDL também aproveitou a ocasião para promover a confraternização entre lojistas

associados no evento de final de ano. Para valorizar a participação do empresário do comércio, os presentes foram brindados com prêmios. Foram cinco kits da Unimed – parceira da CDL no serviço de convênios de saúde, três aparelhos iPhone 4 que saíram para Alice Coimbra De Brum, Samuel Freire de Oliveira e Rosimari Cerbaro - dois aparelhos Samsung 4S (presente da CDL Telefonia em parceria com a Claro) que saíram para Celso Lousada e Márcio Cortes e um pacote de viagem à Costa do Sauípe na Bahia para participar da 54ª Convenção Nacional do Comércio Varejista que acontece em setembro de 2014 com direito à acompanhante que saiu para Elisa Terezinha Brandalise.



Diretoria da CDL com ganhadores dos Kits da Unimed



Ganhadores dos smartphones iPhone 4S e Samsung 4S



Ganhadora da viagem para a Convenção Lojista

# CDL Jovem promove conscientização para trânsito humanizado



Samuel Dutra - Divulgação

O passeio ciclístico foi uma das ações do evento

A campanha “Não Quero Morrer no Trânsito” da CDL Jovem aconteceu de 09 a 13 de setembro. Com o mote “Faço Minha Parte”, a proposta foi desafiar os caxienses para promover o maior número de ações cidadãos no trânsito. O objetivo: disseminar a ideia, gerar atitudes, formar hábitos e promover a cultura do trânsito humanizado. Na 10ª edição, a campanha contou com a blitz da gentileza com personagens caricaturados, panfletagem em escolas e passeio ciclístico em parceria com o movimento Massa Crítica.

A campanha, assinada pela Aeroplano – Pilotando Marcas, foi criada com a hashtag (#FaçoMinhaParte) – desenhada à mão pelos designers Maurício Cardoso e Marina Procházka da Épic! Focada nas redes sociais, a

campanha tem o apoio de personalidades caxienses que emprestaram o carisma para a proposta.

Participaram lideranças como Frei Jaime Bettiga, o técnico da seleção Luis Felipe Scolari, entre outros.

Um dos principais apelos dessa edição foi o convite para que cada cidadão inspirado pela iniciativa, elaborasse vídeos, fotos ou pequenos textos nos quais expusesse a sua estratégia para contribuir na melhora das condições de trânsito e mobilidade em Caxias. As pessoas publicaram suas ideias na Fanpage oficial da campanha no endereço eletrônico ([facebook.com/facominhaparte](https://www.facebook.com/facominhaparte)), nos próprios perfis da rede social ou na #FaçoMinhaParte. Acesse e ajude a construir um trânsito mais humano.



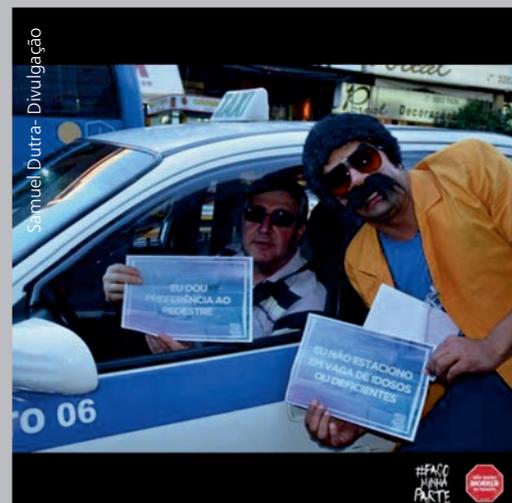
Samuel Dutra - Divulgação

Técnico Luis Felipe Scolari foi embaixador da campanha



Samuel Dutra - Divulgação

Ação nos ônibus mobilizou a comunidade



Samuel Dutra - Divulgação

Atores caricaturados de personagens do trânsito atuaram na sensibilização de motoristas

## Salão de beleza: o segredo é o atendimento

CASE SERVIÇOS



Beverli Rocha - Divulgação

Márcio e Liege uniram força para fomentar o trabalho



Beverli Rocha - Divulgação

Fachada do Salão na Galeria JC

O crescimento do número de mulheres com carteira assinada - somado ao aumento do poder aquisitivo das classes C e D provocou uma sofisticação no mercado de beleza e estética, no qual as ofertas de produtos foram ampliadas e a diferenciação passou a ser elemento de valorização pelas consumidoras. Esta "nova" mulher que se insere no mercado e na sociedade de forma tão contundente é a locomotiva que está puxando o crescimento do mercado de beleza e estética e modificando os paradigmas e conceitos dos salões de beleza. A modificação do cenário de atuação é um dos desafios de quem trabalha no setor. Liege Studzinski aceitou o desafio em 1995. Na época ela tinha 47 anos, era dona de casa e apesar de ter tido uma rápida experiência como comerciária em São Marcos - quando ainda era solteira - não sabia bem como atuar no mercado de trabalho. "Quando a água sobe, a gente aprende a nadar", diz a empreendedora. Ela ficou com o Salão Joie depois da separação do marido. Ironia do destino, ela ficou com a profissão dele que atuava no ramo desde 72. Com o fim da união, ele foi trabalhar com revenda de automóveis e ela assumiu o Salão na galeria JC. Assumiu também o

controle da própria vida.

Os tempos mudaram para o consumidor dos serviços de beleza. Os tempos mudaram para Liege. "Eu já tinha um curso de manicure e pedicure, mas sabia que precisava me capacitar. Fui no Senac e fiz formação para cabeleireiro e comecei a trabalhar para atender a clientela que já frequentava o Salão", conta Liege. Com qualificação permanente e a ajuda da empatia, do jeito amigo e acolhedor típico da Liege, o negócio sempre se manteve em alta e conquistou novos clientes.

Em 2008 o único filho, Márcio Studzinski Gonçalves, abandonou o ramo

metalúrgico em que atuava e foi trabalhar como cabeleireiro junto com a mãe. "Eu ganhei reforço profissional e apoio na gestão no Salão", diz a cabeleireira. Para o filho foi a oportunidade de se tornar dono do próprio negócio e ajudar a mãe a modernizar o empreendimento. "Hoje nós temos mais uma manicure que trabalha no local, uma depiladora e uma massagista. São cerca de 400 clientes por mês e esperamos muito mais com a Festa da Uva e com a Copa do Mundo já que o ponto do Salão é central e deverá contar com maior circulação de pessoas a cada dia", destaca Márcio.



Beverli Rocha - Divulgação

Autoclave é equipamento de uso obrigatório

## Era da vaidade, da saúde e da concorrência

Segundo Liege, o trabalho com serviços de beleza tem sido uma alternativa de renda para muitas pessoas que perdem o emprego formal e começam a atender o público em casa. Menos sujeitos à fiscalização da vigilância ambiental, esses formam um exército concorrente. No entanto, o consumidor, também mais exigente, busca locais onde o atendimento seja humanizado, acolhedor e atualizado com as normas de saúde que obrigam o uso de autoclave para esterilização das ferramentas de corte (como alicates e outros), uso de luvas na realização de

procedimentos, controle do material usado para alisamentos e adoção de descartáveis em depilação, por exemplo. Mesmo ansiosos por ficar mais bonitos, mulheres e homens que frequentam salões de beleza, querem se sentir especiais, por isso, o atendimento ainda é o grande diferencial para atrair e fidelizar clientes.

### Dicas da Liege para o atendimento

- seja sempre cordial
- deixe o cliente a vontade
- atenda sem pressa
- foco na qualidade
- cuide do visual do salão
- capacitação e aperfeiçoamento da equipe sempre

### Pesquisa realizada pela empresa Sophia Mind revela:

56% das mulheres estão insatisfeitas com sua aparência. O principal motivo é estar acima do peso ideal e o segundo é a insatisfação com o cabelo;

79% das mulheres usam produtos de beleza. Entre eles, os mais usados são produtos para o cabelo, cremes hidratantes e maquiagens.

O gasto médio de R\$ 97,00 mensais com serviços e tratamentos de beleza é maior do que o gasto médio de R\$ 80,00 unicamente com a compra de produtos de beleza.

Pesquisa Data Popular/2011 aponta: a nova classe média brasileira acredita que cuidar da beleza (70%) aumenta as chances de sucesso na vida;

39% quer emagrecer e 14% investe em plano odontológico ( a nova onda é clarear e corrigir dentes tortos). Alisadas começam a invejar os cabelos cacheados, mas ainda preferem o liso por praticidade.

## Dicas de Segurança para o comércio

O período de final de ano é também o de maior circulação de pessoas na região central em busca de presentes natalinos. A ocasião também engloba os meses de recesso quando muitos saem da cidade para o litoral. Fique atento nas duas situações e adote comportamentos simples que podem ser úteis. Confira as dicas elaboradas pela Brigada Militar.

- Evite ficar sozinho no estabelecimento comercial;
- Faça depósitos bancários freqüentes e em horários alternados;
- Mantenha a boa visibilidade dentro do estabelecimento;
- Tenha alarme, cofre e divulgue a iniciativa. A restrição de acesso ao dinheiro inibe os criminosos;
- Em caso de roubo, tente memorizar as características físicas e do vestuário do assaltante. Isso ajuda a polícia quando faz buscas nas redondezas para a identificação dos criminosos;
- Registre sempre o boletim de ocorrência. A prática ajuda o serviço de inteligência da Polícia para traçar rotas do crime e estratégias de combate à violência;
- Se ver um furto, acione a Brigada Militar. Nunca interfira diretamente;
- Instale espelhos e equipamentos de segurança no estabelecimento. Deixe banner e material de propaganda o mais alto possível;
- Limite o acesso de funcionários ao estoque, inventário e caixa;

### Telefones Úteis

- 190 – Brigada Militar
- 193 – Bombeiros
- 198 – Polícia Rodoviária Estadual
- 191 – Polícia Rodoviária Federal
- 197 – Polícia Civil
- 181 – Disque Denúncia
- 192 – SAMU
- 118 – Fiscalização de Trânsito

## NOTA FISCAL GAÚCHA

Novembro foi o último prazo de adesão e credenciamento obrigatório ao programa Nota Fiscal Gaúcha. O processo iniciou em 2012 e a partir de dezembro, mais de 200 mil empresas varejistas do RS deverão estar credenciadas. Na edição nº 27 da revista O Lojista, foi publicada matéria explicativa sobre o assunto e em caso de alguma dúvida, o lojista ainda pode consultar o site da Secretaria da Fazenda (Sefaz) no endereço eletrônico (<https://nfg.sefaz.rs.gov.br/site/index.aspx>). Nesta edição de O Lojista, segue encartado o cartaz de uso obrigatório nos estabelecimentos comerciais. Mantenha em local visível dentro da loja. Em caso de descumprimento da obrigatoriedade, a ação é passível de multa.



Ricardo Lemos é palestrante, consultor de marketing, vendas, negociação e atendimento.

## Saiba como gerenciar ações de comunicação, promoções e vitrine para vender mais no Natal

### Os 8 pontos para melhorar seus resultados

**T**odo final de ano as pessoas ficam mais agitadas. Algumas, mais cansadas e outras até mesmo totalmente impacientes. Tais comportamentos também são observados dentro das empresas. Muitos ficarão sem tempo para planejar e organizar o dia a dia com o aumento da demanda.

Talvez você já sentiu a sensação de não estar aproveitando ao máximo as oportunidades do final de ano. Ou o grande movimento em sua empresa possa até ter gerado transtornos e alguns clientes insatisfeitos.

Para evitar situações semelhantes e aumentar seus resultados em relação ao ano anterior, veja alguns assuntos para colocar em prática a partir de AGORA.

Inicialmente tenha em mente que no período natalino você receberá clientes com perfis diferentes daqueles que costuma atender normalmente. Por exemplo, um jovem poderá entrar em uma loja de vinhos finos com objetivo de presentear seu avô. Será uma excelente oportunidade para conquistar e encantar este novo comprador. Melhor ainda se você oferecer um "cupom" ou algo parecido para ele retornar e trocar em janeiro. Sendo assim, identifique os tipos de clientes que poderão procurar sua empresa, prepare algo para ele retornar e instrua sua equipe.

**Nunca** exponha o seu estoque. Exponha sua variedade com classificação e simetria.

**Atrás do balcão** - Prepare-se para evitar filas. Lembre-se que os clientes estarão apressados e não gostam de aguardar para pagar. Treine, agora, mais pessoas para auxiliar no fluxo. Organize o estoque e prepare mais embalagens para presentes.

**Todos envolvidos** - A mobilização na empresa deve ser completa. Duas semanas de vendas com horário estendido antes do Natal poderá gerar um adicional semelhante ao faturamento de janeiro. Estipule metas e crie novos estímulos para sua equipe.

**Apresentação** - Produto com exposição ruim não vende, assim como aqueles sem preço. Os prestadores de serviços devem divulgar suas ofertas através de sinalizações e, principalmente, comunicá-las verbalmente.

**Liderança** - O papel dos líderes (supervisores, gerentes, gestores, etc.) será decisivo para aproveitar melhor o período. Os líderes deverão estar presentes o máximo de tempo junto às suas equipes. Não para cobrar, mas sim para apoiar e conduzir.

1. Revise o sistema de climatização e mantenha o estabelecimento totalmente iluminado;
2. Exponha sugestões de presentes, com preço visível, próximas ao caixa para aumentar a compra por impulso;
3. Adapte o layout da loja para o maior fluxo de clientes. Caso necessário, retire algum móvel temporariamente do ponto de venda;
4. Elabore, junto com a equipe de vendas, algumas perguntas fundamentais para investigar as intenções de compra do cliente presenteador;
5. Mantenha o som ambiente com músicas temáticas, mas em volume baixo;
6. Cadastre os novos clientes. Registre ao menos seu nome, e-mail e telefone;
7. Crie kits de produtos, pacotes de serviços como sugestões de presentes por faixa de preço;
8. Os profissionais de vendas deverão investigar e focar nas intenções do "cliente presenteador": ser lembrado; agradar; emocionar; encantar e surpreender. E quando demonstrarem indecisões dizendo algo como "não sei o que comprar, pois ele (a) já tem tudo", deverá indagar algo como "quem não gostaria de ganhar mais um produto desta marca ou modelo"? O fato é que atualmente as pessoas possuem quase tudo.

As promoções são bem vindas nesta época, porém aquelas focadas somente em preço são desnecessárias, pois a demanda sempre aumenta no final de ano. Sendo assim, foque em promoções para a valorização dos novos clientes. Promoções como sorteios, brindes e incentivos para compra de maiores quantidades sempre apresentam bons resultados.

Tanto as promoções como qualquer outra ação de vendas da empresa deverá receber atenção redobrada sob o ponto de vista de comunicação, que deverá ser clara e objetiva. Muitas promoções não decolam por não serem bem comunicadas aos seus públicos.

Os primeiros a serem comunicados sobre as ações da empresa deverão ser os "fãs", que atualmente são os seguidores da empresa no Facebook e Twitter, além dos clientes frequentes. Caso sua empresa não

possua, ainda, uma Fanpage no Facebook, providencie imediatamente e aproveite o momento para divulgá-la. Independente do canal de comunicação utilizado observe dois pontos principais:

1. Utilize o meio de comunicação mais acessado pelo seu público alvo (TV, jornal, Internet, redes sociais, etc.);

2. Evite soluções amadoras. Contrate especialistas de comunicação e propaganda para lhe assessorar. Seu investimento irá retornar.

A vitrine é uma forma de comunicação com baixo custo e gera resultados imediatos.

Veja algumas orientações:

- O tema Natal ainda é atual, portanto não deixe de desenvolver uma empolgante vitrine temática.
- A decoração não deverá sobressair-se aos produtos;

- Exponha os produtos principais na área central da vitrine e os secundários nas laterais. Evite excesso de itens.
- A decoração permanecerá, mas os itens poderão ser trocados quase que diariamente.
- Deixe o preço visível e evite expor produtos exclusivos com preços muito elevados.

E após o Natal, no dia 26 de dezembro, prepare-se para as trocas de mercadorias. Toda a equipe deve lembrar que muitas pessoas estarão entrando na loja pela primeira vez. Será uma oportunidade imperdível para conquistar novos clientes e vender mais durante a troca. Receba os clientes de trocas de “braços abertos”.

**Lembre-se: As melhores empresas colocam em prática tudo aquilo que sabem que deve ser feito. Pratique estas dicas e perceba a diferença!**

## DE OLHO NA COPA:

### Confira as dicas para atender os turistas

**A**lém de noções mínimas de conversação em outros idiomas como o inglês e o espanhol, é importante lembrar que a negociação com estrangeiros – mesmo antes do mundial esportivo, já é uma realidade em todo o País. Migrantes do mundo já estão entre nós. São executivos contratados por multinacionais ou grandes empresas que fixaram residência, mesmo que temporária, na cidade – bem como refugiados que buscam na região uma oportunidade de melhoria da condição de vida.

Todos precisam de produtos e serviços para a subsistência e satisfação pessoal. Portanto, o relacionamento multicultural é uma realidade sem volta.

Para além da barreira da língua, o acolhimento e o bom atendimento devem ser uma busca constante do comércio e serviços. Pensando nesse diferencial mais do que competitivo, algumas cidades turísticas do nordeste, elaboraram uma lista de atitudes essenciais no relacionamento com turistas.

Com base nessa experiência, confira os 10 mandamentos para atrair visitantes:

- 1- Receba bem o turista. Trate-o como você gostaria de ser tratado. Fácil, agilize e simplifique a recepção, o cardápio, o servir, o consumo e o pagamento.  
Assim, quem vem, volta;
- 2- Cuide e zele pela cidade. Pratique sua educação;
- 3- Trate bem a todos, sem nenhum preconceito;
- 4- Colabore com a cidade limpa. Não jogue lixo nas ruas;
- 5- Respeite o turista no trânsito. Dê atenção à sinalização;
- 6- Seja profissional com o turismo e com o turista;
- 7- Preserve o meio ambiente. Sem natureza não há turismo nem você;
- 8- Em qualquer temporada, COBRE preços JUSTOS. Assim você lucrará sempre com o turismo;
- 9- Agradeça sempre. Faça promoções. Surpreenda. O bom atendimento é sua melhor publicidade. Ou não.
- 10- Planeje antes, acompanhe durante e avalie depois. O turismo profissional tem um calendário e parcerias.

# Caxias busca um comércio mais acessível

Segundo dados do IBGE, 23,9% da população brasileira é portadora de algum tipo de deficiência. São 45,6 milhões de pessoas que buscam seus direitos e estão dispostas ao consumo. Em Caxias do Sul, o percentual é de 23,98%. São 104.444 pessoas com pelo menos um tipo de deficiência. A principal dificuldade é a deficiência visual com 15% do total de deficiências no município, seguidos de deficiência auditiva (4%) e deficiência motora (3%) – conforme o último censo demográfico do IBGE.

Esse grupo saiu para as ruas, estão no mercado de trabalho e querem autonomia. Transporte adequado, calçadas em condições de trafegabilidade e o direito ao consumo.

Para atender a essa demanda, o varejo local e o setor de serviços precisam de ajustes físicos, de pessoal e de vontade de mudar.

O processo iniciou com um conjunto de leis – que já estão valendo – e obrigam os estabelecimentos comerciais a oferecer acessibilidade para deficientes físicos, visuais, auditivos e intelectuais. O leque de necessidades de ajustes do comércio para atender esse público é amplo. Vai além de instalação de rampas. É preciso “um olhar” mais humanizado do gestor para atender, treinar a equipe e atrair esse consumidor

disposto a comprar.

Para nortear o atendimento aos portadores de deficiência, um conjunto de leis e regras entrou em vigor. A lei municipal 3.507 (de julho de 1990) determina a construção de rampa de acesso para deficientes físicos em construções de prédios que se destinem a atividades comerciais. Leis mais recentes como o Decreto 5.296 de dezembro de 2004 (lei federal) estabelecem critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida. Esse documento específico obriga a construção, reforma ou ampliação de edificações de uso público ou coletivo a serem executadas de modo que sejam ou se tornem acessíveis. O comércio também precisa eliminar barreiras arquitetônicas nas lojas ou no acesso a elas. O prazo para esse ajuste em prédios já existentes venceu em 2006 conforme determina a Lei municipal 6.194 de março de 2004.

Todo o estabelecimento deve ter pelo menos um acesso no interior da edificação livre de barreiras arquitetônicas para facilitar o acesso de pessoas com deficiência. A medida é obrigatória desde 2010.

Pessoas com deficiência também têm garantia instituída por lei, para o atendimento prioritário em todos os estabelecimentos (lei federal 10.048 de 11/2000).

## Dica de acessibilidade

De acordo com a legislação brasileira, um ambiente acessível para cadeirantes precisa ter rampas (em caso de desnível no piso), elevadores adequados (mais largos), vagas de estacionamento reservadas, balcões de atendimento com pelo menos uma parte da superfície mais baixa e sanitários especiais. As portas não podem ter nenhuma obstrução à passagem de um cadeirante. O ideal seriam portas automáticas. Em relação aos banheiros, a simples existência de cabines para deficientes não fazem deles ambientes acessíveis.

A experiência mostra que os banheiros “familiares” têm se mostrado alternativas mais eficientes, já que permitem que pessoas de qualquer sexo entrem para ajudar portadores de deficiência.

Caxias do Sul tem Coordenadoria de Acessibilidade. Foi criada em janeiro de 2013, mediante o decreto nº 15.824 com o objetivo de desenvolver políticas públicas relacionadas à acessibilidade das pessoas com deficiência.

Atende no 3º andar da Prefeitura das  
10h às 16h. Fone: 3218 6000  
Ramal 6338  
E-mail: [acessibilidade@caxias.rs.gov.br](mailto:acessibilidade@caxias.rs.gov.br)

## O QUE OS DEFICIENTES DE CAXIAS DO SUL ESPERAM DO COMÉRCIO?

Veja alguns depoimentos de quem deseja comprar...



“Quero encontrar nas lojas, farmácias e demais salas comerciais o acesso universal, livre de barreiras, degraus, obstáculos. Rampas mais acessíveis como regra a norma técnica prevista em lei (ABNT- NBR 9050). Também quero provadores maiores, balcões de atendimento mais baixos e com a presença de atendentes. Atualmente a realidade é outra: 80% das entradas das lojas tem degraus – o que impede a entrada de cadeira de rodas e dá a sensação de exclusão. Parece que o comércio não quer o meu dinheiro! Fico sem alguns produtos que gostaria de comprar porque não consigo entrar na loja”.

Nelir de Oliveria tem 52 anos. É cadeirante.



“O comércio precisa de funcionários mais prestativos, dispostos e educados. Também precisa usar etiquetas de preços com fonte de letra maior para facilitar a visualização. Percebo que quando chego em algumas lojas, os vendedores vão saindo. Eles têm receio de me atender. Quando solicito a ajuda de um deles para verificar o preço de algum produto costumo receber como resposta que o preço está disposto na etiqueta ou escrito em algum lugar do estabelecimento... Então, preciso explicar para o atendente que tenho baixa visão e que os números pequenos são um desafio”!

Angelis Marisse dos Reis, tem 53 anos. Tem baixa visão.

# PREFEITURA DE CAXIAS

## Acessibilidade no Comércio

**Mais de 104 mil portadores de deficiência querem acesso ao comércio**

*“Espero encontrar atendentes com conhecimento em linguagem de sinais (Libras) para sanar dúvidas tais como o preço, especificações do produto – em especial em lojas de informática e eletrodomésticos. Nos caixas dos estabelecimentos comerciais também é imprescindível a presença de pessoas capacitadas para o atendimento em Libras”.*

**Tibiríça Vianna Maineri tem 53 anos. É surdo.**

---

*“O comércio pode facilitar a compra de produtos ao expor alguns deles, os mais procurados do estabelecimento, na altura das mãos para que possam ser tocados. A pessoa cega precisa sentir o produto. É isso que desperta o desejo de compra. As lojas também podem distribuir as araras de roupas no local no sentido de permitir maior circulação das pessoas para evitar que se esbarrem umas nas outras. Também acho que os produtos mais frágeis, que possam quebrar, devem ficar em locais mais protegidos”.*

**André Werkhausen Boone tem 21 anos. É cego.**

## NOVAS REGRAS PARA COMUNICAÇÃO VISUAL DE CAXIAS DO SUL

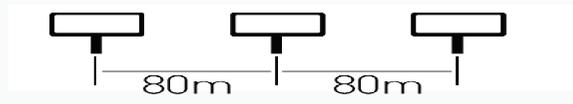
O regramento abrange veículos de comunicação visual como letreiros, faixas, painéis, outdoors e fachadas de estabelecimentos comerciais.

O objetivo é revelar as edificações encobertas excessivamente por anúncios e estabelecer critérios para a utilização de publicidade em Caxias do Sul.

Três fatores devem ser observados para o uso de material publicitário nas fachadas: **respeito à arborização, às normas técnicas e à mobilidade.**



- Para determinar o tamanho permitido, será considerado a largura da testada (largura frontal do imóvel junto ao solo), multiplicada por um índice numérico, diferente para 0,3 prédios históricos ou 0,6 para os demais.
- 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 um do outro.



- Estádios de futebol, igrejas, templos, abadias e catedrais podem ter 50% a mais de espaço de anúncio, mas devem obedecer aos demais itens da lei.

## 50% MAIS ESPAÇO

**TODA PLACA DEVE TER**

- Oferecer condições de segurança ao público.
- Ser mantidos em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual.
- Atender às normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) pertinentes à distância das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica.
- Respeitar a vegetação arbórea significativa definidas por normas específicas.
- Não prejudicar a visualização de bens de valor histórico e cultural.

### FICA PROIBIDO

- Placas perpendiculares (totens), fora do lote.
- Anúncios que escondam a visibilidade de bens tombados ou fachadas que prejudiquem as edificações vizinhas.
- Utilização de dispositivos luminosos que ofusquem ou causem insegurança ao trânsito de veículos e pedestres.
- Materiais que obstruam ou reduzam o vão de portas, janelas e bandeirolas.
- Fachadas fora das dimensões e especificações elaboradas na regulamentação desta Lei Complementar, bem como diferentes do projeto original aprovado.

**NÃO ESQUEÇA!**

Para quem descumprir a lei, a multa será entre 10 e 250 Valores de Referência Municipal (VRMs), ou seja, de R\$233,90 a R\$5.847,50.

Verifique se a fachada de seu estabelecimento comercial está de acordo com as novas regras e providencie as adequações. O prazo final é dezembro de 2013 e a fiscalização terá início em janeiro de 2014.

# NATAL BRILHA CAXIAS

## A comunidade se ilumina e renova-se a magia

*A decoração de Natal, a Rua do Papai Noel e a programação artística e cultural buscam resgatar a espiritualidade que enche de luz a cidade e o coração de moradores e visitantes*



A árvore é uma das principais atrações desta edição



Programação é aberta oficialmente pelo presidente da CDL, Davenir Dreher.

COMUNIDADE

Neste Natal, a praça central da cidade recebe um espetáculo composto por uma imponente árvore de nove metros de altura e integra um conjunto de efeitos de luzes que promove um verdadeiro espetáculo.

O cenário retrata o típico pinheiro usado no Natal com minúsculos objetos e animais que representam uma vila encantada. A apresentação agregada à árvore natalina e seus elementos, mostram a vida nos pequenos vilarejos, com casinhas, igrejas, trenós, papai Noel e várias pessoas. À noite, a “Magia” toma espaço e o espetáculo ganha vida. Através da narração do show, é possível entrar no mundo encantado da Vila do Papai Noel presente na árvore gigante. A performance de luzes, música, fumaça, neve, strobos e movimentos acontece no período natalino, diariamente, às 20h30 – com a proposta de agregar o público que sai da missa e segue para a Praça Dante Alighieri com velas acesas. Nesta edição do Natal Brilha Caxias, também haverá a

exibição de músicas que devem inspirar ao bem. A sonoridade sai direto dos alto falantes da Catedral Diocesana. O presépio também ganha destaque na Praça e Maria, José e a família Santa estarão presentes para lembrar a todos da importância da fraternidade para viver melhor.

Um dos diferenciais desta edição do Natal Brilha Caxias está na programação artística e cultural que prevê shows de corais. A Temporada de Concertos de Natal conta com a participação de cerca de 15 corais diferentes que se apresentam na Praça Dante e no Parque dos Macaquinhos. Um dos pontos altos das apresentações é o Show da Família com Délcio Tavares no dia 17/12 na Praça Dante Alighieri. (A programação completa está disponível no site [www.natalbrilhacaxias.com.br](http://www.natalbrilhacaxias.com.br)).

Caxias do Sul também deverá ficar mais iluminada e bonita neste Natal. O programa de estímulo à decoração natalina, o Decora Caxias, pretende

entusiasmar lojistas, moradores e demais estabelecimentos para inscrever a sua proposta de decoração de vitrines, casas e empresas até o dia 13/12 direto no site [www.natalbrilhacaxias.com.br](http://www.natalbrilhacaxias.com.br) com o objetivo de engajar a população no verdadeiro “espírito de Natal”.

A Rua do Papai Noel também fortalece a programação do Natal Brilha Caxias. De 30 de novembro até 06 de janeiro, um grupo de Papais Noéis estará na Av. Júlio de Castilhos na quadra da Borges de Medeiros e Marquês do Herval. A ação envolve cerca de 15 lojas que promovem o Natal na quadra e acolhem os moradores com apresentações, promoções e o carisma do “bom velhinho”. Durante a realização da Rua do Papai Noel, serão recebidas cartas de crianças carentes com os pedidos natalinos. Duas cartinhas serão escolhidas por cada loja para atender ao pedido. No total, serão 30 crianças atendidas – o que fortifica o espírito de bondade do Natal.



Inauguração da Rua do Papai Noel



Shows Musicais são atração entre o público

## Empresário feliz e saudável vive mais

**S**er feliz e viver muito, é uma questão de escolha. É assim que o “médico do coração”, como é conhecido o cardiologista, palestrante e escritor, Fernando Luchese, fala com empresários de todo o País. O farroupilhense, radicado na capital dos gaúchos, já publicou 14 livros com mais de meio milhão de títulos vendidos. Fascinado pela relação entre saúde e qualidade de vida, o médico surpreende ao sugerir aos pacientes que cuidem mais da saúde emocional do que do corpo. Segundo Luchese, saúde e felicidade são a mesma coisa. “Prioridade para qualquer um não deveria ser emagrecer, segurar o colesterol, cuidar da pressão arterial. É mais do que isso. É buscar felicidade. Ter prazer na vida. Tirar proveito de todos os momentos. Isso é mais importante do que ficar batalhando contra o peso”, diz o cardiologista. A longevidade não tem sentido se não tiver prazer. É claro que uma boa saúde física é importante, mas hoje em dia a ordem de prioridade está invertida. “Descuidamos da saúde para ganhar dinheiro com horas intermináveis de tarefas e compromissos. Quando temos o bastante, gastamos tudo para recuperar a saúde”. Essa fórmula está errada. Precisamos viver em harmonia entre conquistas materiais e tesouros emocionais. Quantos empresários deixam de presenciar as alegrias de ver os filhos crescerem por causa dos compromissos profissionais? Depois eles crescem e vão embora. Fica o vazio de uma existência incompleta.



CDL / arquivo - Divulgação

Fernando Luchese é médico, escritor e palestrante

Essa fórmula está errada. Precisamos viver em harmonia entre conquistas materiais e tesouros emocionais. Quantos empresários deixam de presenciar as alegrias de ver os filhos crescerem por causa dos compromissos profissionais? Depois eles crescem e vão embora. Fica o vazio de uma existência incompleta.

### A carreira não é o problema

Segundo o médico, o trabalho não é o vilão moderno. A questão é como nos comportamos diante da atividade profissional. Luchese cita Adib Jatene com a célebre frase: “o trabalho não mata. O que mata é a raiva”. Vivemos estressados, no limite. Sono virou artigo de luxo. Tranquilidade e paz é para os descompromissados...

Conforme Luchese, o empresário e a empresária coerente com a nova era age sobre o local em que trabalha para torná-lo agradável, pois “o ambiente de trabalho tem que ser o melhor possível”. O inimigo não é o concorrente. Esse está do outro lado do muro. O pior inimigo é a gente mesmo que não se permite viver e ser feliz, sendo que a felicidade é a missão de vida de qualquer ser humano. Ninguém morre melhor porque ficou rico. Atenua a partida a ciência de que vivemos bem e fomos felizes.

#### Fatores que afetam a felicidade

- Relações familiares
- Situação financeira
- Trabalho
- Comunidade e amigos
- Saúde

#### Leis da felicidade

- Conviver com pessoas confiáveis;
- O sucesso e a felicidade freqüentam a casa de quem se comunica bem;
- As pessoas são tão felizes quanto decidem ser;
- Só quem se preocupa em fazer a felicidade dos outros alcança a sua própria felicidade;
- Estilo de vida é tudo, pois só há duas maneiras de ser rico: ganhar muito ou contentar-se com o que se tem;
- Não se compare com os outros. Seja feliz com quem és e com o que tens;
- Deixe para trás a nova doença do século, a síndrome do

a síndrome do muito, do mais e do melhor. Nunca teremos tudo o que desejamos, é cansativo correr atrás do mais e nem sempre é útil ser o melhor;

- Pessoas felizes e saudáveis produzem mais;

#### Dez maneiras para ser feliz

- 1- Simplifique a sua vida
- 2- Seja solidário. Ajude
- 3- Mantenha a família organizada
- 4- Organize a vida financeira
- 5- Tenha prazer no trabalho
- 6- Promova sua vida espiritual
- 7- Inclua exercícios na sua agenda
- 8- Tenha uma dieta saudável
- 9- Seja otimista
- 10- Seja feliz

**“Sua empresa não deve ser o matadouro dos seus sonhos. Os sonhos são prioridade”.**  
(Fernando Luchese)

## Linha da Pequena Empresa ajuda a descentralizar produtos e serviços da CDL Caxias

Em oito meses de funcionamento, a Linha da Pequena Empresa (LPE) vem ajudando muitos empreendedores caxienses. Nesse período já realizou mais de 2 mil atendimentos, passou por 16 bairros e formalizou 643 negócios até o final de outubro. O programa de responsabilidade social da CDL conta com a parceria do Sebrae/Serra Gaúcha, Prefeitura Municipal, Visate e ICC/Banco do Povo. Além de ser útil ao cidadão, também serve como ferramenta de descentralização da CDL que leva agentes e consultores para os bairros nos quais o ônibus de atendimento móvel do programa permanece durante uma semana em cada localidade. Com essa presença itinerante, comerciantes de todos os bairros de Caxias do Sul recebem informações sobre a ampla variedade de produtos e serviços oferecidos pela CDL. Confira a gama de possibilidades para o varejo:

**Telefonia** – a CDL tem planos corporativos diferenciados, sem franquia, com preços de minutagem (nesse modelo o preço permanece o mesmo independente da quantidade de uso) mais competitivos e abaixo do mercado. Oferece aparelhos de última geração tais como iPhone 5, Samsung, Galaxy S4 - os lançamentos das principais marcas e preços até 75% menores do que os praticados em geral. As linhas adquiridas sob o guarda-chuva do mesmo CNPJ ou de pacotes da CDL tem a opção de não pagar ligações entre si.

Outra vantagem importante é que a CDL administra a linha de telefone com o associado. Em caso de qualquer dificuldade, o usuário fala com o agente CDL e não com uma central de Call Center. A intermediação da CDL otimiza o tempo do associado e torna a relação mais humana;

**Plano de Saúde** – A CDL tem planos corporativos a partir de três vidas com preços vantajosos e seguridade em saúde para gestores e colaboradores. Também atende Micro Empreendedores Individuais e Empresas de Pequeno e Médio porte com até 30 funcionários;

**SPC/Cobrança e Balcão de Negociação** – Através da ferramenta de concessão de crédito mais conhecida, o SPC - os empreendedores de praticamente todos os segmentos, reduzem os custos de operação de vendas, fazem consultas individuais que garantem maior competitividade no serviço, geram confiança nas vendas e possibilita a recuperação de dívidas entre seus consumidores inadimplentes. O serviço de Cobrança próprio da CDL garante resgate da inadimplência e o Balcão de Negociação possibilita a intermediação com o consumidor para encontrar o melhor meio de recuperação de crédito e o pagamento de contas atrasadas na loja. Com essas ferramentas, o associado vende bem, resgata, negocia a inadimplência e garante a lucratividade;

**Departamento de Empregos** – A CDL mantém banco de currículos focados no varejo e oferece serviço de contratação de



Pablo Paixão - Divulgação

Agente da CDL atende no ônibus diariamente

pessoal e formação para a qualificação da mão-de-obra com o programa de Empregabilidade no Comércio;

**CDL Jovem** – Mediante indicação, o departamento Jovem possibilita formação de liderança no varejo e atua na qualificação da sucessão empresarial;

**Representatividade do varejo** – A CDL mantém estreita relação com autoridades de todas as esferas com o objetivo de representar o comerciante em pautas estratégicas do setor tais como segurança, tributação, mobilidade urbana, legislações e outros;



Pablo Paixão - Divulgação

Empreendedores entram no ônibus informais e saem empresários



Pablo Paixão - Divulgação

População procura atendimentos

# Só a CDL Telefonia tem:

Os melhores aparelhos com valores **BEM** abaixo do mercado para Associados.



 iPhone



SAMSUNG

## Contate e informe-se!



**(54) 3209.9977**

PREFEITURA DE CAXIAS DO SUL E CDL  
apresentam

# Natal Brilha Caxias

"a comunidade se ilumina e renova-se a magia"

28 DE NOVEMBRO A 6 DE JANEIRO DE 2014

Espectáculos musicais e cênicos,  
decoreção natalina e celebrações  
que irão te maravilhar

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

APOIO



ANAY *Litas*

cadence  
ELETRODOMESTICOS

Banco  
de Vestuário  
Caxias do Sul



gáutica  
Tecnologia em Instalação



REALIZAÇÃO

CDL  
Câmara de  
Dirigentes  
Lojistas de  
Caxias do Sul  
Gestora do Sistema SPC



Prefeitura de  
**Caxias**  
do Sul, da Fé e do Trabalho