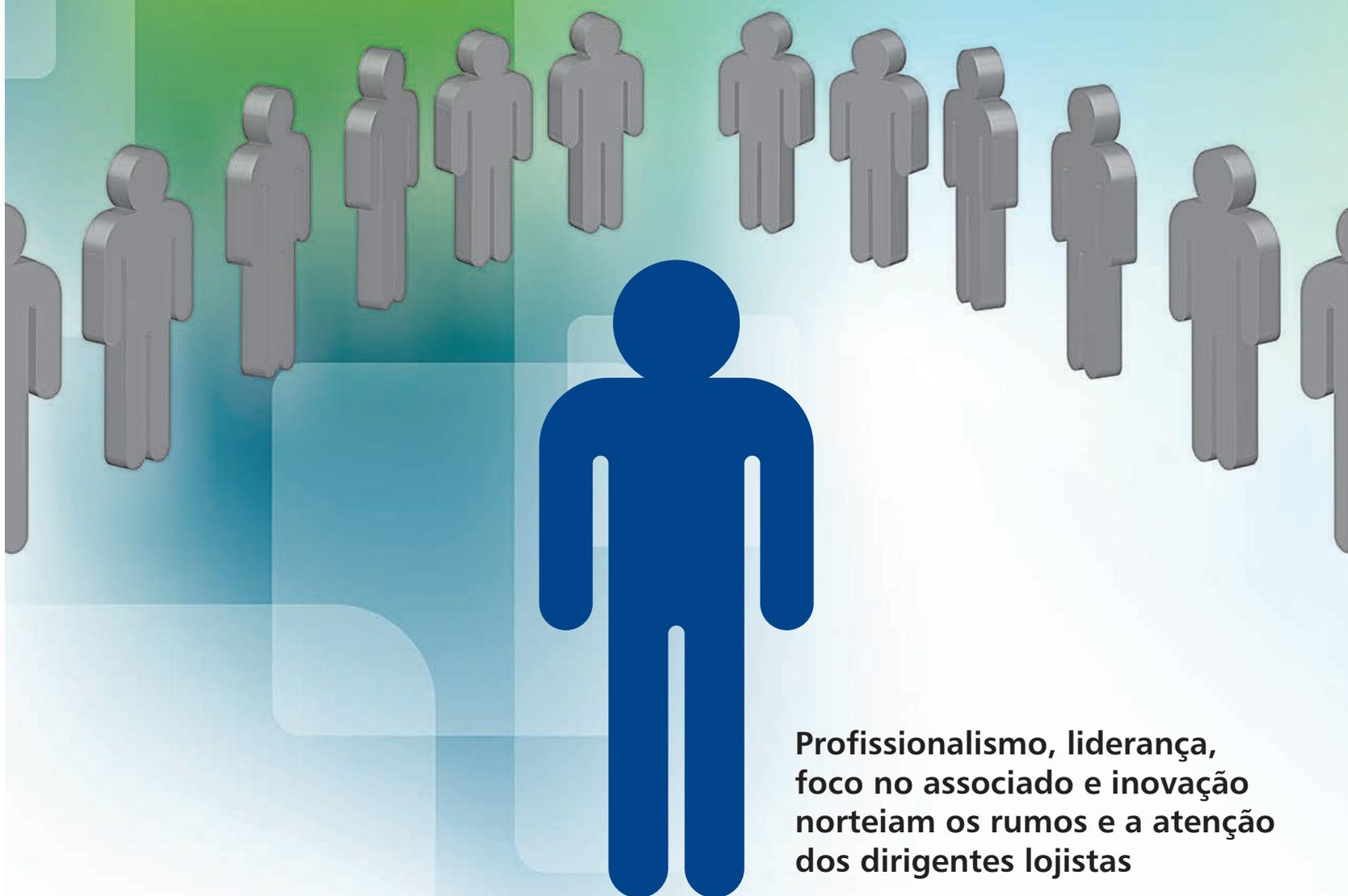


O Lojista News



Ano 6 - Nº 27

Gestão & competitividade



Profissionalismo, liderança, foco no associado e inovação norteiam os rumos e a atenção dos dirigentes lojistas

Atendimento diferenciado e programas de incentivo à equipe são diferenciais competitivos. Conheça os cases de lojistas caxienses

BRDE oferece financiamento para fomentar o varejo

De olho nas leis: fique atento ao prazo para a adesão à Nota Fiscal Gaúcha e a adequação às novas regras de comunicação visual

03 Editorial

04 Empregabilidade

Nova geração
Projeto Pescar da CDL
inova em qualificação

05 Artigo

Liderança
O papel do novo executivo

06 CDL Jovem

Opinião
Treinamento motiva
e gera interesse

08 Jurídico

Nota Fiscal Gaúcha
Fique atento ao prazo
para a adesão

10 Case Logista

Yang Modeladores
Atendimento diferenciado
e programas de incentivo

12 Negócios

Hamburgueria Juventus
Ambientes acolhedores,
acessibilidade e o sabor

14 Comunidade

Empreendedorismo
Linha da Pequena Empresa
beneficia 1,2 mil pessoas
em seis meses

16 Legislação

Comunicação visual
Fiscalização sobre as novas
regras inicia em dezembro

19 Notícias

Review CDL

EXPEDIENTE



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

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 27

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: Cícero Rech

Gerente Administrativo/Financeiro: Carlos Alberto Cervieri

Coordenação de Marketing e Comunicação: 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:** Valmor
Concatto e Fabiano 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 Jackson
Campani; **SPC/ Tecnologia:** Milton Corlatti, Julian Bianchini, Renan Tedesco, Cristiano W. Tesser
Pavinato; **Turismo:** Clóvis Boscato e André Guimarães Gewher.

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: Esequiel Andrezza - CDL Jovem

Coordenação: Área de Marketing e comunicação/CDL: RP Rossane Rosanelli

CONRERP - 1083; **Textos:** Jornalista Beverli Rocha MTB 11072

Editoração 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.



Crédito - Gilmar Gomes

CDL Caxias no caminho da profissionalização

O mercado de trabalho está cada vez mais exigente. Esse cenário de competitividade vai ficar cada vez mais acirrado. Isso é um fato. O momento é de profissionalização com o objetivo de conquistar maior eficiência e eficácia na forma de atuar. De olho na exigência, a Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul (CDL Caxias) através da gestão 2013 assume posturas que reforçam ainda mais o foco no caminho da profissionalização. O grupo diretivo reconhece todo o empenho das lideranças que conduziram a CDL Caxias com maestria até agora, mas os tempos são de otimização de métodos e processos que possam garantir à entidade “gás” para atuar mais alguns pares de décadas com o olhar centrado em atender mais e melhor ao associado. Com a marca da ousadia e inovação, a CDL passa por profundos processos de efficientização das rotinas com a busca de refletir tais mudanças em serviços mais ágeis e com maior resolutividade nas demandas do empresário do comércio. Duas novas gerências passam a nortear o funcionamento interno da entidade. A gerência administrativa financeira passa a atuar na condução de setores como o financeiro, recursos humanos e administrati-

vo, enquanto a gerência comercial dá o ritmo para os departamentos de produtos e serviços, marketing e SPC. O planejamento estratégico da entidade também passou por revisão por parte da diretoria de Qualidade, criada neste ano. A proposta é rever e atualizar as estratégias de ação. A maioria dos conceitos da CDL se mantém intacta ao processo. O objetivo é garantir a essência da organização, porém, fazê-la mais veloz, em sintonia com a modernidade. Na reconfiguração, quatro pilares sustentam o funcionamento da CDL em perspectivas. Há a perspectiva do equilíbrio financeiro com a proposta de aumentar a receita, reduzir custos e como o produto dessa equação, devolver tais recursos em vantagens para o associado. Perspectiva do associado e da sociedade que visa garantir a satisfação do usuário da CDL e o aprimoramento da participação da entidade na comunidade. Há a perspectiva dos processos internos que pretende maximizar a eficácia da entidade como um todo e a perspectiva do crescimento e aprendizado que busca promover um ambiente de alto desempenho da equipe interna. O programa de Cargos e Salários e de análise de Clima Organizacional está em pleno anda-

mento de capacitação permanente do grupo interno. O novo software de gestão da CDL garante melhorias nas rotinas de processamento de dados da entidade e agora o SPC, também ganha nova roupagem na CDL Caxias com a proximidade do aumento da família de produtos que trarão muito mais benefícios e garantias na concessão de crédito em diversos setores.

A organização física da CDL Caxias também passa por revisão. Com a modernização do layout da entidade, o próximo passo é viabilizar a acessibilidade para portadores de necessidades especiais. Engenheiros e arquitetos fazem a análise das modificações necessárias desde a portaria até os diversos andares nos quais há oferta de produtos e serviços da CDL Caxias. O objetivo é elevar o nível de efficientização da CDL como modelo para os segmentos de comércio e serviços de Caxias do Sul. Estamos “fazendo o tema de casa” para bem representar, informar e apoiar os associados, atendendo com qualidade suas necessidades, promovendo seu constante desenvolvimento. A CDL Caxias se reestrutura para ser reconhecida pela atuação inovadora em prol dos seus associados. ■

Inglês, Espanhol e Psicologia para jovens aprendizes

A formação de alto rendimento faz parte do programa de ensino do Projeto Pescar da CDL Caxias. O objetivo é formar mão-de-obra capacitada para atender as demandas do varejo local e atuar como protagonista de ação social que impacta diretamente o comércio

Quem lembra como eram as ruas centrais de Caxias do Sul nos idos dos anos 2000? Há apenas 13 anos atrás, o centro era palco de crianças e adolescentes pedintes, menores flanelinhas envolvidos com violência e pequenos delitos. Conforme a presidente da Fundação de Assistência Social (FAS) no período de 2005-2012, Maria de Lourdes Grisson, foi com a implantação de uma série de programas sociais que evoluíram para projetos mais estruturados como o Pescar que esse cenário mudou.

A CDL Caxias está na terceira turma do projeto. Cerca de 40 adolescentes já foram formados sendo que 85% estão colocados no mercado de trabalho – a grande maioria no varejo. Atualmente, 19 jovens participam do curso no turno inverso à escola. A maior parte deles é aluno do Ensino Politécnico que aumentou a permanência em sala e para estudar no Pescar, o grupo precisou de ajustes nos horários - o que implica por vezes em abrir mão do almoço em casa e sair direto do colégio para a sede da CDL onde - acontecem às aulas sempre às 13h30.

Entre as novidades do Projeto Pescar da CDL neste ano estão as capacitações em línguas estrangeiras – inglês e espanhol, durante todo o curso. A novidade mais recente é o trabalho de assistência psicológica.

“Os jovens vem de uma realidade de vulnerabilidade que exige maior resiliência”, explica a orientadora Luciani Kieling. Para resolver essa situação, a acadêmica de Psicologia da UCS, Vânia Schimitz, foi indicada para realizar o estágio de Psicologia Clínica no Projeto Pescar. O trabalho de autocohecimento é sucesso entre os jovens. Além das aulas com dinâmicas e diálogos, a estagiária também realiza atendimentos individuais – conforme o interesse dos alunos. Cerca de 40% da turma pediu orientação pessoal. Entre os temas mais mencionados pelos jovens nos atendimentos psicológicos estão assuntos envolvendo a família, violência, luto e relacionamento afetivo. “Os jovens gostam muito de falar sobre questões típicas das fases da adolescência. Eles são carentes de orientação e de espaço para conversação sobre assuntos que os angustiam. As aulas estão ajudando fortemente na construção da identidade de cada um – de forma mais saudável”, destaca Vânia. Conforme a acadêmica de

Psicologia, o Projeto Pescar é o trampolim para o desenvolvimento da independência pessoal e financeira dos alunos.

A CDL Caxias aposta no trabalho inovador de psicologia no Projeto Pescar como qualificação do aluno de forma integral. Conforme o facilitador Ivonei Pioner, “não adianta ter gente que domine as rotinas profissionais se não estiver bem consigo mesmo. Acreditamos que pessoas qualificadas também são pessoas que desenvolvem a inteligência emocional”.

O Projeto Pescar da CDL é uma iniciativa da Câmara de Dirigentes Lojistas, CDL Jovem e da prefeitura através da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego. □



Aluna em atendimento de psicologia

A TAREFA DO EXECUTIVO

A pesar de que muitos “consultores” gostam de trabalhar em mesas de reunião, e tão somente nelas, as coisas não funcionam apenas por conversas em portas fechadas. Para que minha visão seja muito bem compreendida, e não confundida com qualquer opinião vaga sobre o tema, vou detalhar a seguir os pontos de atenção que devemos ter quanto ao trabalho intelectual e outros modos de atividade dos executivos nas organizações.

São como duas esferas de um processo único, que envolve **COMPREENDER O CONTEXTO** e **ABSTRAIR OS FATOS NA BUSCA DAS MELHORES DECISÕES**. Sejam problemas a serem resolvidos ou melhorias a serem implementadas, os executivos fazem isso numa atividade intelectual, quase lúdica, tratando com analogias, metáforas e sistemas de pensamento extremamente complexos. Mas a “alimentação” deste processo vem da observação dos fatos, da realidade, do que está acontecendo.

Quanto ao trabalho intelectual, é imprescindível qualificá-lo. Não está em jogo a importância de uma reunião de avaliação dos resultados do semestre ou de uma sessão de planejamento; isso tudo é parte rotineira. Entretanto, há que se questionar o nível de qualidade deste tipo de tarefa.

Algumas perguntas são cruciais:

- Estamos realmente aprofundando os temas? Ou somente cumprindo agenda, passando os itens num falatório mecânico?
- Estamos explorando a organização, as premissas do negócio, o mercado? Estamos realmente abertos a ver o que está acontecendo? Ou estamos com receio de ver e por isso ficamos na mesmice de sempre?
- Somos capazes de abstrair questões relativas ao dia a dia da empresa ou não conseguimos lidar com a imaginação e as incertezas do futuro? Estamos “pregados”, ancorados nos fatos? Conseguiremos pensar “fora do quadrado”? Se não, tem valor esta discussão?

Além da qualidade dos diálogos em reuniões e processos de planejamento, sempre resta também a pergunta sobre a metodologia e os conceitos de gestão: estamos lidando com as ferramentas gerenciais adequadas? Pois como posso apertar um parafuso sem uma chave de fenda? Enfim, o trabalho está sendo desenvolvido com racionalidade ou estamos improvisando?

É fato que boa parte do tempo dos executivos é gasto em reuniões... Bem, isso evidencia a necessidade de que estas sejam produtivas. Porém, resta ainda avaliar os outros modos de atuação dos executivos. Abaixo estão alguns exemplos de tarefas (próprias de executivos) que se dão fora das salas de reunião ou de planejamento. No entanto, são de grande importância para a execução do plano de trabalho, bem como para a obtenção de informações precisas e de uma visão sistêmica e estratégica para a rotina de reuniões e de sessões de avaliação e planejamento.

1. Andar pela empresa. É impossível compreender a situação da organização somente olhando para memorandos e números. O ser humano, no seu processo cognitivo de aprendizagem e construção de conhecimento, requer mais do que isso. Precisamos ver de perto a produção, precisamos escutar os caminhões da expedição saindo com as embalagens, precisamos ver os analistas digitando as teclas do seu computador, precisamos ver os clientes

sendo atendidos pelos nossos funcionários. Tudo isso de perto! (Não vale monitor...)

2. Conversar com as pessoas sobre a operação. Especialmente com aqueles colaboradores em cargos-chave, os quais têm condição de saber como têm acontecido as coisas em uma dada área da empresa. É vantajoso obter a “visão” de outras pessoas sobre os assuntos, pois eles têm uma experiência cotidiana muito especial e que pode ser muito útil. Muitos insights podem vir destas conversas.



Tiago Grandi, consultor de empresas

3. Saber como estão as pessoas. Lembremos que a geração que está hoje à frente das principais decisões e/ou das principais atividades não ficará aí para sempre. Ou porque serão promovidos, deixando vagas a serem preenchidas, ou porque serão contratados por outras organizações (sim, desculpe dizer isso, mas realmente pode acontecer), ou porque podem decidir ir para a China, a Austrália ou sei lá (sim, as pessoas têm vontade própria e objetivos de vida que não necessariamente estão relacionados à empresa). E vejam que todas estas possibilidades também só poderão ser antecipadas se conhecemos o quadro que temos conosco. Recursos humanos são humanos, ou seja, extremamente complexos.

4. Acompanhar o desenvolvimento dos talentos. E para o caso daqueles que permanecem, se os executivos não acompanham de perto seu desenvolvimento, podem ter um futuro problema de cultura. O gerenciamento da cultura organizacional é, sim, possível. Mas dá muito trabalho. Temos de estar constantemente formando os líderes, cuidando da casa.

5. Imaginar-se no lugar dos colaboradores, executando suas atividades de rotina. Isso permite o aprimoramento da empatia e amplia nossa capacidade de ter ideias sobre como melhorar o trabalho e o negócio como um todo.

A principal síntese que podemos fazer destes modos da tarefa executiva é a participação mais empírica no trabalho e mais humana nas relações. O objetivo tem de ser sempre estar em contato o mais direto possível com a organização. O virtual tem seus limites. A caixa de e-mail pode até lotar e não ser respondida com a eficiência que se espera, mas não pode um executivo perder o contato com a realidade.

Trecho do livro “Se minha empresa falasse...”, de Tiago Grandi – filiado à ILA - International Leadership Association, especialista em gerenciamento de projetos pelo PMI – Project Management Institute, sócio-fundador da Grandi&Garay Executivos e Consultores e criador do Liderata – Programa Aberto de Formação de Lideranças. □

TREINAMENTO EMPRESARIAL

Ferramenta essencial para despertar a motivação e o interesse dos profissionais

O bem mais valioso de uma empresa ou instituição é o seu funcionário. Para que essa organização obtenha resultados satisfatórios é importante que todos os profissionais da empresa estejam motivados e envolvidos com a missão, valores e também estejam cientes de sua responsabilidade perante o todo. O treinamento dos profissionais é uma ferramenta de endomarketing (área da administração que busca adaptar elementos do marketing convencional para o público interno) essencial para despertar motivação e consciência nos trabalhadores. Através dele a empresa pode transmitir conhecimento e valores aos funcionários, auxiliar na organização e na qualificação do trabalho. Pode consistir em atividades motivacionais, comportamentais, comerciais ou técnicas com o intuito do que os colaboradores entendam quais as expectativas da empresa. O treinamento é peça chave para organizações de sucesso. Dele depende uma equipe bem preparada, atualizada e focada no trabalho.

A realização de treinamentos

pode auxiliar na compreensão do papel de cada indivíduo perante os demais, reforçar as atitudes favoráveis em relação à estratégia, desenvolver o reforço das habilidades de comunicação. O treinamento constitui a ferramenta predominante do gerenciamento do endomarketing, porém o sucesso passa também pela atuação dos líderes.

Todos devem caminhar juntos, seguindo os valores e a missão da empresa para constituírem um bom ambiente de trabalho. Isso gera melhores resultados para a organização.

O treinamento posiciona as lideranças e os funcionários para alcançarem os objetivos traçados – torná-los confiantes para ir em frente e vencer a “guerra” do mercado.

Na época de Napoleão, a palavra estratégia estendeu-se aos movimentos políticos e econômicos visando melhores mudanças para a vitória militar. Na empresa, a estratégia está relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos, tendo em vista a mini-

mização dos problemas e a maximização das oportunidades. O treinamento é uma estratégia que tem por objetivo o aumento da lucratividade empresarial e acaba de tabela, contribuindo para o desenvolvimento da vida profissional e pessoal do funcionário. Também é relevante para a formação de clima organizacional saudável com excelência profissional e reconhecimento. □



Esequiel Andrezza - graduado em administração com especialização em Marketing. Atua como assessor de comunicação e marketing empresarial. É diretor de qualidade da CDL Jovem.



Andrei Cardoso

Comércio tem candidata no concurso de Soberanas da Festa da Uva

Helena Losekann Marcon é a representante da CDL, Sindilojas e Sindigêneros no concurso. A jovem tem 20 anos. É estudante do 7º semestre do curso de Arquitetura e Urbanismo na Universidade de Caxias do Sul. Filha de Cristine Losekann Marcon e Euclides Luiz Marcon, Helena é descendente de italianos e alemães.

O concurso de Soberanas da Festa da Uva é realizado no dia 31 de agosto. No total, 25 moças concorrem ao título de rainha e princesas do maior evento da Serra.

A 30ª Festa da Uva acontece de 29 de fevereiro a 09 de março de 2014. O tema desse ano é “Na alegria da diversidade”. □

De olho no imposto e na burocracia

*por Julian Bianchini - advogado diretor Jurídico, Fiscal e Tributário da CDL

Recentemente muito se discutiu sobre a aplicabilidade e objetivos da Lei 12.741/2012, que, entre outras coisas, obriga os fornecedores de produtos e serviços a informar ao consumidor a carga tributária (alguns tributos) que compõem o preço de venda das mercadorias, produtos e serviços oferecidos a consumidores. Essa lei surgida do movimento “de olho no imposto” foi votada e sancionada em 2012 e previa como prazo de implantação a data de 10/06/2013.

Em 12/06/2013 o Governo Federal, reconhecendo a complexidade e visando promover nos próximos doze meses ações educativas e promover orientação a respeito do conteúdo, publicou Medida Provisória (620/2013) prevendo que somente a partir de 10/06/2014 passará a ser aplicada as penalidades aos fornecedores de produtos e serviços que descumprirem a Lei.

Muito nobre o objetivo da lei, por nada que partiu de iniciativa da sociedade a ideia de divulgação da escorçante carga tributária que compõem o preço final de cada produto

consumido no nosso país. Consumidor (leia-se sociedade) consciente tenderá a cobrar mais dos seus governos.

Mais um ano é um prazo razoável para adaptação e o bom senso levava a isso. Especialmente pelo fato de que estamos tratando de uma lei de difícil compreensão e implantação, ao menos até sua regulamentação, que deve ocorrer.

Dentre os empresários que efetivamente tentaram se ajustar a lei, muitas dúvidas permanecem, tais como: a) como apurar os tributos das etapas anteriores e acrescê-los aos devidos pelo próprio fornecedor? b) os tributos devem ser identificados por produto ou podem ser identificados pelo total da operação? c) o cartaz informativo substitui a informação no documento fiscal ou equivalente?

Ao contrário do que muitos imaginam, a Lei tem natureza de proteção do consumidor e não tributária. Tanto é assim que as sanções previstas para o seu descumprimento são aquelas do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Espera-se que o empresariado

não opte para a última hora para adaptar-se. Lembra-se que a lei está em vigor. O que foi prorrogado foi a aplicação das penalidades somente – aproveitando esse tempo precioso para cobrar do governo que esclareça a dúvidas e, principalmente, para que torne a lei de fácil aplicação a fim de que não seja mais um encargo burocrático a ser suportado pelas empresas fornecedoras, o que redundaria em aumento de custos e do preço final dos produtos e isso em prejuízo dos consumidores, justamente aqueles que a lei pretende proteger. □

Lei do imposto discriminado entrou em vigor

Cercada de polêmica, começou a valer em junho, a lei federal que obriga varejistas e prestadores de serviços a discriminar na nota fiscal ou em painel afixado em local visível do estabelecimento os impostos embutidos no preço.

Ao Leitor

A Revista O Lojista foi remodelada. Com novo projeto gráfico e pauta mais focada em conteúdo orientativo, desde a última edição, também apresenta cases de lojistas associados. O objetivo é retratar nesse canal de comunicação da CDL Caxias, experiências, inovações e modelos de gestão do comércio e serviços caxiense que possam servir de inspiração ou balizamento para o setor.

A participação é aberta para os associados. Os critérios para definição do case apresentado seguem o padrão da excelência em gestão no varejo. Para participar, entre em contato com o departamento de marketing e comunicação da CDL Caxias através do e-mail rossane@cdlcaxias.com.br e revele os diferenciais que tornam a sua empresa um case de sucesso.

Boa leitura!

Equipe de Marketing e Comunicação da CDL

Nota Fiscal Gaúcha, porque participar?

É difícil imaginar um dia de nossas vidas numa sociedade sem regras e limites. Mesmo com os notórios casos de má aplicação e de desvios de recursos públicos e a constante sensação de Estado ausente, não suportaríamos nem mesmo um dia a ausência dos serviços públicos. Desde o momento em que nascemos, passamos a fazer parte de uma estrutura chamada Estado que foi criada por antigas civilizações para coordenar a vida em sociedade.

O Estado possui o poder constitucional de defender e representar seus cidadãos. Numa visão mais ampla, a grande finalidade do Estado é, além de satisfazer as necessidades coletivas, estabelecer regras para a solução pacífica de conflitos. Na verdade, todos nós, cidadãos, somos parte deste Estado. Fazemos parte deste “grande condomínio” chamado sociedade “organizada”.

Como todos sabem, os tributos são pagos para que, em tese, o Estado tenha os recursos para suprir nossas necessidades e criar oportunidades. Infelizmente, temos muito que avançar para corrigirmos as injustiças, as

desigualdades, a má aplicação dos recursos, a sonegação, a carga tributária elevada, a alienação, a falta de educação e comprometimento dos nossos representantes. Ao mesmo tempo, vivemos numa sociedade em que o interesse individual e imediato se sobrepõe a tudo.

Sem dúvida, todos nós, cidadãos contribuintes, queremos uma sociedade melhor. Mas o que efetivamente estamos fazendo, individualmente, para melhorá-la? Será que poderíamos fazer mais? Podemos ser cidadãos mais conscientes, coerentes e proativos?

O programa Nota Fiscal Gaúcha da Secretaria da Fazenda do RS é uma ótima oportunidade para qualificarmos o exercício da cidadania, por ser prático, moderno e agradável. Quem se cadastrar na Nota Fiscal Gaúcha, colocando seu CPF no documento, estará garantindo que as vendas e os respectivos tributos, pagos no momento da compra, sejam informados corretamente ao Fisco. Isso ajuda diretamente no combate à sonegação fiscal. Esse cidadão ainda concorre a prêmios em dinheiro todos os meses e



Luis Fernando Crivelaro - Agente Fiscal do Tesouro do Estado, Delegado Adjunto da Receita Estadual de Caxias do Sul, Engenheiro Civil - UFSM, Pós-graduação em Gestão Fazendária - PUC/RS.

ajuda entidades sociais. Um simples gesto pode fazer a diferença, pois induz um novo padrão de comportamento que evidencia a importância social do tributo.

Um Estado presente e justo tem relação direta com o comportamento mais ativo do cidadão, que, efetivamente, paga os tributos, mas também deve controlar a correta aplicação dos recursos. ▶▶

CDL entregou brindes da promoção do Dia das Mães As ganhadoras foram Zelinda dos Santos e Marliane dos Santos

No Dia das Mães, a CDL manteve a promoção nas rádios São Francisco e 1010. Em cerca de 15 dias de concurso, participaram 2.150 pessoas. As mães ganhadoras receberam cada uma um cheque presente no valor de R\$ 250 reais para um “dia de beleza” no salão Nelson Studio Beauty.

Desde o início das promoções em 2010 até o momento, mais de 35 mil pessoas participaram das ações. □



Diego Biglia, vice-presidente da CDL entregou prêmio para Zelinda dos Santos



Marliane dos Santos com a família. A ganhadora recebeu o brinde em casa e ganhou presentes da rádio 1010.

Adesão à Nota Fiscal Gaúcha é obrigatória

Em 2012, a adesão ao programa Nota Fiscal Gaúcha (NF) era voluntário por parte das empresas. Em março deste ano os setores passaram a ser inseridos obrigatoriamente. A inclusão segue o calendário elaborado pela Secretaria da Fazenda (Sefaz). Até o final do ano, mais de 200 mil empresas deverão se credenciar. A meta atinge 100% dos estabelecimentos varejistas

Os primeiros a serem obrigados à adesão foram supermercados, minimercados e empresas com faturamento anual acima de R\$ 7,2 milhões. Em maio, farmácias, drogarias e perfumarias, mecânicas e demais empresas de acessórios para carros e motos (combustíveis e lubrificantes, gás liquefeito de petróleo, bicicletas) passaram pelo cadastramento na NFG.

Até o momento, 77 mil estabelecimentos estão cadastrados em todo o Estado. Entre as regras do programa

a serem seguidas pelos estabelecimentos cadastrados estão:

- perguntar ao cliente se ele quer incluir o CPF na nota fiscal;
- enviar eletronicamente os dados destas compras para a Sefaz;

O cidadão que informa o CPF na nota, concorre a prêmios. Os sorteios são mensais e atrativos (o cliente concorre ao sorteio de R\$ 100 mil ou R\$ 500 mil em datas comemorativas como Dia das Mães, Pais, Crianças e Natal e nos demais sorteios, os prêmios variam de R\$ 50 a R\$ 100 mil por

participante – além do sorteio de R\$ 1 milhão que acontece uma vez por ano, em março) e servem como forma de incentivar o consumidor a pressionar o lojista para o uso do programa.

Lojista, fique atento ao calendário de adesão e credenciamento obrigatório e verifique qual o período de cadastramento do seu estabelecimento. Para começar a operacionalizar com a Nota Fiscal Gaúcha é preciso fazer uso de software adequado. □

Março/2013

- Empresas entregam Escrituração Fiscal Digital (EFD) com faturamento anual maior que R\$ 10,8 milhões
- Empresas EFD com faturamento anual maior que R\$ 7,2 e menor de R\$ 10,8 milhões
- Supermercados e minimercados

Maio/2013

- Farmácias, drogarias e perfumarias
- Combustíveis e lubrificantes
- Gás liquefeito de petróleo
- Veículos, motos, bicicletas, peças e acessórios
- Peças e acessórios para veículos, motos e bicicletas

Julho/2013

- Restaurantes, lancherias, sorveterias
- Livrarias, papelaria, artigos de escritório e escolar
- Joalheria, relojoaria, bijuterias
- Couros e artefatos de couro

Setembro/2013

- Artigos de vestuário, calçados
- Tecidos
- Magazines

- Ferragens, tintas, materiais de construção e elétricos, vidraçarias
- Artefatos de borracha e plástico

Novembro 2013

- Máquinas, aparelhos e equipamentos
- Móveis, artigos de habitação e utilidades domésticas - Brinquedos, artigos esportivos, artigos de decoração, artigos para presentes, artigos para viagem
- Tabacaria
- Artigos usados
- Artigos de caça e pesca
- Armas e munições
- Bazar
- Artigos funerários
- Artigos religiosos
- Açougues e peixarias
- Armazéns, padarias, fruteiras e bebidas (exceto bar)
- Produtos dentários
- Outros produtos agropecuários
- Floricultura e artigos florais
- Produtos químicos, adubos fertilizantes, produtos veterinários, defensivos agrícolas
- Artigos hospitalares e instrumentos cirúrgicos
- Comércio varejista de produto não especificado

Indústria e comércio com Respeito, Inovação e Lucratividade



"Vendo auto estima, conforto e bem estar"
(Angela)

A yang é uma empresa tipicamente familiar feita pelas mãos, ousadia e entusiasmo dos gestores Angela Freire de Oliveira e Carlos de Oliveira. "Nós sempre fomos empreendedores. Eu atuava no ramo da construção civil e a Angela sempre me ajudou", conta Carlos. "Quando vieram os filhos, eu percebi que não tinha nascido para ficar em casa. Eu queria realizar", revela Angela. Foi assim que a recém mamãe iniciou o serviço de representação de uma firma caxiense. Não demorou muito para ser campeã em vendas. A família logo percebeu que o ramo da beleza e do conforto era um ótimo negócio. Enquanto o empreendimento ganhava fôlego, a construção civil garantia o sustento. Em meses, a migração total e o foco na Yang Modeladores foi definitivo. Os filhos cresceram e hoje todos (exceto a filha mais nova, Manuela) atuam na empresa. Carlos Samuel Freire de Oliveira e Micael de Oliveira cuidam respectivamente de áreas importantes da Yang como o financeiro e o marketing. O quarteto poderoso coordena um time composto por 40 colaboradores em três lojas próprias – a matriz na Marquês do Herval no Centro de Caxias, um ponto em Far-

A Yang Modeladores tem 15 lojas em 17 anos de atuação (três próprias e 11 franquias). Em 2009 franqueou a marca e até 2014, a meta é dobrar o número de lojas.

roupilha e outro em Porto Alegre. São 14 franqueados, cerca de 50 representantes exclusivos e mais de 3 mil consultoras autônomas.

Oportunidade e Protagonismo

A Yang Modeladores motiva o quadro funcional de forma permanente como programa de gestão da empresa. Todas as terças-feiras acontecem reuniões semanais em sistema de rodízio nas lojas. Cada semana o local muda. O grupo todo é recebido com um bom café da manhã regado à palestras ministradas por integrantes da equipe. "O tema é definido com antecedência pela equipe e pode ser uma tendência, uma vivência interna ou até alguma situação desconfortável para ser tratada e resolvida por todos", explica Angela. As reuniões ocorrem entre às 8hs e as 8h55, até o horário de abrir as lojas. Uma vez por mês também são realizados encontros envolvendo as equipes gerenciais com a presença das gerentes de Caxias do Sul, Farroupilha e Porto Alegre. Essas reuniões são mais estratégicas, mas também são conduzidas com a alegria típica do time Yang. O treinamento para as consultoras é prioridade da empresa que proporciona formação duas vezes por semana para que as consultoras estejam sempre atualizadas em atendimento, novidades em produtos, tecnologia dos meios de pagamento e tendências em saúde e beleza que podem servir de argumento para as vendas.

A empresa mantém programas de brindes para metas atingidas, viagens e festas de confraternização. "Tratamos todos de forma especial, mas exigimos resultados em vendas", diz Angela sobre o modelo de condução da equipe.

"Eu sou a pessoa da velocidade. Não podemos viver na lentidão. Ou vai e faz, ou dá licença para quem vai fazer"! (Angela)

A Yang, dentro do modelo de gestão interna, ainda investe em educação dos colaboradores e sai do quadro apostando em perfis de contratação fora do convencional para o varejo. Só para exemplificar, a empresa tem consultoras de todas as idades, mas dá oportunidade para um grupo de mulheres maduras com idades entre 60 e 80 anos. Também aposta no resultado sem preconceitos. Por isso, conta com consultoras portadoras de necessidades especiais. "A primeira consultora Yang e que continua conosco até os dias atuais, sofreu paralisia infantil, passou por diversas cirurgias. Porém, a dificuldade em mobilidade foi mantida. A senhora usa duas muletas para caminhar e mesmo para se manter em pé. Só não é cadeirante porque é "teimosa" mesmo. Não se entrega! Como ela não tem carro, todos os dias, enche as sacolas de modeladores e sai para as visitas às clientes. E vai longe. Tem clientela em bairros distantes. Pega ônibus, sobe escadas e ama o traba-



Micael de Oliveira

lho”, conta Angela.

“Tem ainda uma consultora que tem baixa visão. Deve ter no máximo 10% da capacidade visual. A equipe fez uma tabela diferenciada para ela. A consultora é um exemplo de colaboradora”, destaca Carlos.

Apesar do apoio e oportunidade para trabalhadoras que estão fora do padrão convencional para o varejo, “não somos uma ONG. Sempre dizemos para as consultoras: se mexe. Dá um jeito”, reforça Angela. O modo direto da empresária demonstra que o amor exigente funciona para além dos programas de recuperação de pessoas. É eficiente na vida e nas empresas. A educação é a menina dos olhos dos empresários Carlos e Angela.

Iniciado em julho de 2010, a Yang oferece curso de inglês in company para os funcionários. Cerca de 90% da equipe iniciou o curso que acontece duas vezes por semana na matriz a partir das 07h20, mas apenas 30% permanece na atividade que já perdura por quase três anos.

“A realização não é para todos. Já na primeira convenção da Yang, eu disse que pretendia que a empresa fosse referência no setor em 10 anos. Na ocasião, lembro que agradei à equipe por acreditar no projeto e se

engajar na proposta, mas sabia que nem todos estariam conosco no final desse tempo. Não pretendemos carregar ninguém nas costas, nem mesmo empurrar. Vamos apontar o caminho e quem tiver disposição e ânimo para nos acompanhar, segue junto. Mesmo que nem todos façam uso do curso, continuamos oferecendo porque entendemos que qualificação e oportunidade é fundamental para o desenvolvimento de pessoas e negócios que crescem juntos”. É um programa da empresa, diz Carlos de Oliveira.

A Yang Modeladores custeia 50% de qualquer curso que os colaboradores escolham. Para isso, fizeram uma média por preços da tabela de graduação acadêmica e destinam o valor mensal para todos que estudam - mesmo aqueles que participam apenas de cursos técnicos ou de extensão. Em alguns casos, o valor do benefício ultrapassa os 100% do custo da formação. “Muitos empresários se encolhem para pagar os estudos dos funcionários por receio de que esses colaboradores saiam da empresa e até passem para a concorrência ou migrem para a indústria. Nós da Yang entendemos que o trabalhador desenvolvido é mais feliz, rende mais. E daí que saia? Enquanto estiver conosco será melhor e esperamos que ao assumir novos projetos, vá mais evoluído do que quando foi contratado”, ensina Carlos.

Política clara de atendimento ao cliente

“Não se preocupar com uma regra de atendimento padrão é a marca da empresa”, destaca o diretor Samuel Freire de Oliveira. Segundo ele, a preocupação com a simpatia, gentileza, oferta de bons produtos, qualidade, já não é diferencial. A Yang busca o atendimento focado em ouvir as demandas do cliente e agir. Esse é o atendimento Yang. “Temos que sair na frente”, diz o empresário.

“Queremos surpreender o cliente a todo o momento. Não chegamos nesse estágio ainda, mas trabalhamos para isso”! (Carlos)

Para garantir mais satisfação do consumidor final, a Yang conta com mais de 200 modelos de modeladores, cada um com 21 possibilidades de tamanhos diferentes e 30 opções para a região das mamas. A empresa também oferece atendimento domiciliar. Para isso, tem dois carros e um moto em Caxias do Sul e um automóvel em Porto Alegre. Em Caxias, um dos veículos atende especificamente as demandas da área da saúde. Uma colaboradora fica a disposição para serviços domiciliares que vão desde ajudar o paciente pós-cirurgia, pré ou pós-parto para vestir a peça ou levar o produto que a pessoa necessita na hora que necessita. O uso de modeladores é indicado pelos médicos para procedimentos estéticos, pós-parto e pós-cirurgias. A moto é usada para deslocamentos rápidos de entrega de produtos para o cliente que não pode vir na loja. O outro carro fica disponível para o serviço entre as lojas e fábrica, além do atendimento das demandas gerenciais do negócio. Também oferece mobilidade para a resolução de qualquer conflito e até para o acompanhamento móvel da gestão sob os procedimentos e andamento das vendas. Todos os serviços de entrega domiciliar ou atendimento à pacientes é gratuito para o cliente.

A ampla fábrica localizada no bairro Floresta já está estruturada para dobrar a produção. A Yang Modeladores também tem projeto pronto de ampliação fabril e terreno próprio em Vila Cristina para quadruplicar o tamanho e a produtividade da empresa. A meta de crescimento real da Yang é de 15% em 2013. □

Ambientes diferenciados, cardápios em braile, inglês e acessibilidade

A Hamburgueria Juventus atrai artistas, políticos e a comunidade caxiense também pelo sabor dos lanches e pratos servidos - o lugar ideal para o encontro com amigos



*“O Gilmar não tem medo de arriscar. Tem visão arrojada e ousada para ser competitivo”
(Jaqueline)*

to sem prejudicar o prazer de aproveitar o visual da cidade na área externa”, ressalta Jaqueline. Além do deck, tem outros ambientes que merecem destaque: o salão principal conta com níveis que conferem design moderno e arrojado. O andar abaixo tem iluminação reduzida – própria para quem deseja estar em lugar mais íntimo. Na parte de trás do prédio também tem uma ala reservada para grupos.

Prêmios, treinamentos e diferenciais

A Hamburgueria Juventus ganhou três anos consecutivos o Prêmio Divina Cozinha Top que escolhe os melhores restaurantes e chefs da cidade (em 2010, 2011 e 2012). Nos últimos dois anos, os prêmios foram na categoria Kids – superando inclusive o MacDonal'd's – notoriamente conhecido pelo foco nas crianças e adolescentes. A Juventus investe em playground, toalhas de mesa com jogos educativos (diversão para a criançada enquanto esperam o lanche) e mimos que fidelizam os pequenos como pirulitos e balões.

A Juventus também está atenta ao treinamento dos funcionários. São 35 colaboradores diretos entre chapei-

O empreendimento como negócio original tem mais de 20 anos. Começou com um pequeno espaço na sede social do Esporte Clube Juventus, em frente à extinta Folha de Caxias. Os jornalistas que trabalhavam no arredor, frequentavam o local que servia lanches e oferecia mesa de bilhar e carteados. O sonho de montar um negócio diferente foi realizado em 09 de maio de 1998. O casal Gilmar e Jaqueline Comerlato introduziu o conceito de “hamburgueria” em Caxias do Sul e fundaram nessa época a Juventus. A reportagem de O Lojista foi recebida no local por Jaqueline que falou sobre os diferenciais da Hamburgueria ao longo de 15 anos de existência, 12 deles como associados da CDL Caxias.

Segundo a empresária, até então, “as pessoas tinham o hábito de pedir o lanche, comer e ir embora. Bem no sistema fast-food”. A Juventus passou a oferecer revistas na Hamburgueria, bebidas destiladas, torre de chopp, telão e música ambiente. Os espaços diferenciados para públicos distintos também são característica da Juventus. As melhorias não aconteceram todas juntas. Foram se consolidando ao longo do tempo, mas impactaram pela inovação conceitual.

Hoje a Hamburgueria Juventus conta com espaço físico privilegiado e vários ambientes para os clientes. Tem deck panorâmico e externo para happy hour e lugar para fumantes. “Em dias frios, os usuários do deck externo têm a disposição mantas para aquecimen-

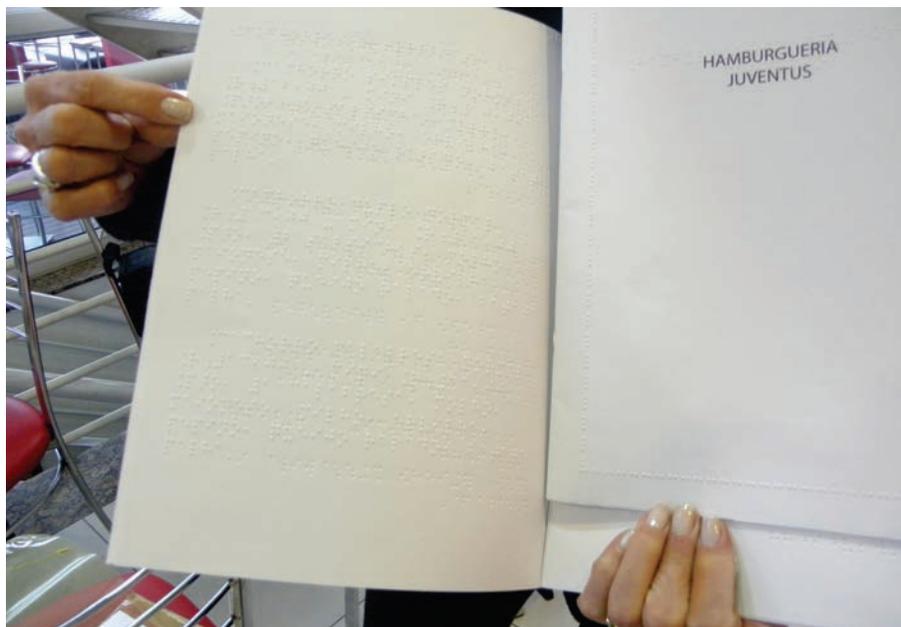
ros, motoboys, manobristas, equipe de salão e nutricionista. Em reuniões mensais com duração média de três horas, a equipe participa de palestras de formação em áreas afins ao negócio tais como enologia, práticas de segurança alimentar, nutrição e assim por diante. Na condução do time de forma mais sistemática, a empresa apostou na contratação de um coordenador de salão que acompanha diariamente o trabalho do grupo e interage imediatamente nas situações que exigem correção ou orientação rápida.

Cardápio diversificado

A Hamburgueria Juventus oferece cardápio incrementado com porções especiais (xis gigante usado para grupos em comemoração e que serve de 8 a 10 pessoas), bambino na medida certa para quem come pouco, versão mais saúde com pão integral e com bife de soja, xis doces, petiscos, ala carte e pratos executivos no horário de almoço.

O prato mais solicitado é o carro chefe da Hamburgueria. O Xis Dudu leva o nome da mascote da empresa - inspiração da personagem do desenho animado Popeye que adora hambúrguer e que ganhou força com o nascimento do filho do casal de empreendedores, Eduardo Arthur Comerlato. Quando criança, o guri queria um xis adaptado com filé cortadinho e queijo extra. A combinação deu tão certo que hoje o xis é o mais pedido sempre. O Dudu filho, se prepara para a sucessão. Estuda Administração da UFRGS e já está com 24 anos.

“Xis bom se come em qualquer lugar. Mas encontrar um lugar acolhedor, com iluminação agradável, música boa, mantas para o inverno, acessibilidade... Bom, isso é na Juventus”.
 (Jaqueline)



Cardápio em Braille e acessibilidade

Os cardápios foram confeccionados em São Paulo. De altíssimo custo, foi insistência da direção em acreditar que os diferenciais valem a pena na relação custo versus benefício. “Poucas pessoas usam a peça, mas fazemos questão de tê-las a disposição”, conta Jaqueline.

Os banheiros da Hamburgueria também são adaptados, há estacionamento especial para portadores de necessidades especiais na entrada do

local e tem rampas para a acessibilidade.

A Hamburgueria também mantém cardápios em inglês para atender o público variado e globalizado. O gerente da Juventus domina a língua inglesa para atender clientes que não falam português e a empresa prepara um curso in company para este segundo semestre focado na conversação prática voltada às situações pertinentes ao negócio.



As delícias da Hamburgueria Juventus e seus diferenciais de conforto e acessibilidade atraem artistas (grupos teatrais são habituais no local), políticos que vão desde o Prefeito Alceu ao Ministro do Desenvolvimento Agrário Pepe Vargas e o ex-governador Olívio Dutra e até a turma do Pretinho Básico (da Rádio Atlântida) que foi a visita famosa mais recente.

Linha da Pequena Empresa fecha o primeiro semestre de atendimentos

Em 71 dias, 18 localidades foram beneficiadas e cerca de 1,2 mil orientações foram repassadas para o início ou fomento de negócios em Caxias do Sul. Agora os organizadores se preparam para a Segunda etapa de atividades



COMUNIDADE

A Linha da Pequena Empresa (LPE) é um programa social de formalização, incentivo e fomento à atividade econômica e empreendedora na cidade. A idealização do projeto começou em 2012. Na prática, o início da operação do novo serviço em Caxias do Sul foi em 25 de fevereiro passado. A primeira etapa fechou o ciclo em 12 de junho. Nesse período, foram realizados 1.185 atendimentos em 18 localidades previstas no itinerário. O grupo formado por representantes da CDL Caxias, Sebrae/Serra, Secretaria do Desenvolvi-

mento Econômico Trabalho e Emprego e Banco do Povo/ICC-Serra transmitiram 2.075 informações, sendo a média de duas por beneficiado. A LPE atuou com média de repasse de informações de 30 por dia.

Na primeira etapa da LPE, 314 empresas foram formalizadas no município de Caxias do Sul. O Banco do Povo/ICC-Serra, liberou financiamentos na ordem de até R\$ 15 mil com taxas de juros abaixo da média de mercado. Foram 85 empréstimos no total de R\$ 419.980,00 – uma média de quase R\$ 5 mil por cliente.

O programa da LPE busca auxiliar empreendedores na formalização de negócios, incentivar para a ampliação de atuação e rentabilidade, orientar pequenos gestores para a boa utilização do vale transporte e viabilizar operações de crédito e financiamento para o fomento da atividade empresarial. Com a medida – totalmente gratuita – a cidade de Caxias do Sul se desenvolve, através da promoção e protagonismo das pessoas que empreendem.

A iniciativa da LPE impulsionou os negócios de muitos. O montador, Daniel Alves da Silva, 50 anos, foi no

ônibus da Linha da Pequena Empresa para regularizar o seu negócio. Na segunda visita ao projeto já foi munido de documentação e saiu com a DAS Montagens formalizada. “Foi perfeito. Em menos de meia hora eu entrei irregular e saí de lá com a possibilidade de aumentar a clientela e dar nota fiscal pelo meu serviço. Agora eu vou ganhar muito mais, pois os clientes reclamavam de não ter nota”, diz o empresário.

A mesma tranquilidade que a regularização oportuniza foi percebida pelo produtor cultural Fábio Renato de Carvalho, 38 anos e pela artesã

Adines Valmorbida Baratieri, 62 anos. Eles concordam com Daniel sobre o impulso que a regularização oferece aos negócios. “Eu tinha muitas atuações em Caxias e na Região como professor de música, em projetos sociais e no trabalho artístico, mas era difícil não ter nota fiscal para comprovar os pagamentos”, reforça Fábio. Para Adines, o negócio que já era bom, agora ficou ainda melhor. “Eu desenvolvi uma peça para melhorar o serviço de impressão em papel para artigos de decoração e festas infantis. Criei uma conta no facebook, tenho um blog de divulgação e interessados nos pro-

dutores até fora do País, mas era uma atuação mais limitada sem a nota fiscal. Também descobri que posso melhorar o meu rendimento empresarial com ferramentas de gestão. Estou utilizando os serviços de consultoria do Sebrae e agora ninguém me segura”, revela a empreendedora cheia de jovialidade.

A Linha da Pequena Empresa é um projeto da CDL Caxias, Sebrae/Serra, Visate e Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego.

Conforme o Portal do Empreendedor, das 9.150 empresas formalizadas até junho de 2013, a atividade mais procurada em Caxias do Sul foi para o setor de comércio de artigos do vestuário e acessórios. A segunda atividade mais requerida é obras de alvenaria e a terceira é para cabeleireiro. As formas de atuação mais utilizadas por esses novos empreendedores são com estabelecimento fixo seguida de atividades de porta em porta (as tradicionais sacoleiras que se regularizaram).

Itinerário do ônibus nos próximos meses

Julho: de 01 a 05 na Praça Dante Alighieri; de 08 a 12, na Av. Ângelo Corsetti, 1080, bairro Pioneiro; de 15 a 19 na rua Camaleão, 1 – bairro Cruzeiro; de 22 a 26 na Av. Santa Fé, 628 – bairro Santa Fé e de 29/07 a 02/08 na rua Jacob Luchese, 2856 – bairro Cohab.

Agosto: de 05 a 09 na BR 116, próximo ao Posto Comboio em Ana Rech; de 12 a 16 na rua Jacinto Basso, 247 no bairro Planalto; de 19 a 23 na rua Oscar Bernardo dos Passos, 230 no bairro Desvio Rizzo; de 26 a 30 na Av. Dr. Assis Antônio Mariani, 443 no Centro Comunitário do bairro São Caetano.

Setembro: de 02 a 06 na rua Bortolo Zani, 835 no bairro Bela Vista; de 09 a 13 na rua Armando Claudino Canalli, 957 no Centro Comunitário do bairro Jardim Eldorado; de 16 a 20 será feito um intervalo para manutenção do ônibus; de 23 a 27 na rua Elpídio Pereira da Silva, 1425 no bairro Serrano e de 29/09 a 04/10, na Av. Renato Del Mese, 1902 no bairro Fátima. □

Workshop sobre inadimplência reuniu lojistas

A Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul (CDL) reuniu cerca de 300 lojistas no Workshop “Inadimplência – como parar de perder dinheiro?”. A consultora do Sebrae Serra Gaúcha, Maria Cristina de Lima Frosi, especialista na área de administração e cobrança com mais de 20 anos na área, mostrou estatísticas de comportamento do consumidor no que tange ao pagamento de compras realizadas, motivos comuns que levam à inadimplência e apresentou dicas simples e práticas para a análise, concessão de crédito e cobrança de contas em atraso. A atividade aconteceu na segunda quinzena de maio no Salão dos Capuchinhos.

Acesse www2.cdlcaxias.com.br/inadimplencia.pdf para baixar no seu computador os slides da palestra.



Gilmar Gomes / Divulgação

Prazo de adequação à Lei da Comunicação Visual encerra em dezembro

Lojista, fique atento para fazer os devidos ajustes do tamanho dos letreiros e uso de logomarca nas fachadas de lojas em Caxias do Sul.

O período para os ajustes está chegando no final

A Lei Complementar nº 412 foi aprovada e entrou em vigor no dia 12 de junho do ano passado. A lei garantiu 18 meses para os ajustes. O prazo para o início da fiscalização - com possibilidade de imposição de multas (que vão de 10 a 30 VRMs), começa no dia 12 de dezembro de 2013.

A nova legislação municipal propõe regramentos para aquilo que a imprensa local chamou de "Lei da Poluição Visual". A CDL Caxias, em nome dos associados, participou do processo de decisão no sentido de garantir o direito do empresário do comércio de se comunicar com o seu cliente através de vitrines, testadas e fachadas. Com base nesse posicionamento da entidade, passamos a nos referir ao documento como "Lei de Comunicação Visual". O novo conjunto de regras impacta diretamente empresas de propaganda e publicidade, o patrimônio histórico e cultural da cidade e o comércio.

O documento regulamenta

que testada é a distância ou medida tomada sobre o alinhamento entre duas divisas laterais do lote ou do estabelecimento - espaço habitualmente utilizado no comércio para identificar o nome da loja, o telefone, e alguma outra informação de relevância para informar ao consumidor que tipo de produto ou serviço é possível encontrar no local. A nova lei determina que os anúncios para esse tipo de informação sejam de área máxima de 0,60 metro por largura da testada. Isso para prédios comuns. Aqueles que são considerados patrimônio histórico podem utilizar área máxima de 0,30 metro por largura da testada.

A fachada é a elevação das paredes externas de uma edificação, comumente utilizada em prédios e condomínios comerciais para uso publicitário. A lei veda a divulgação perpendicular à fachada quando estiver no alinhamento ou quando o anúncio avançar sobre o passeio público.

A Lei da Comunicação Visual não permite anúncios com área maior do que 30 metros quadrados.

As vitrines estão liberadas para uso do lojista. Esses espaços nobres dos estabelecimentos comerciais, conforme reza a lei, não são considerados "anúncio" - quando utilizados para exclusiva divulgação dos produtos, serviços ou promoções relativas ao estabelecimento (caso fossem, passariam por criterioso protocolo de utilização que limitaria muito o uso do lojista).

A Secretaria Municipal do Meio Ambiente é a responsável pela fiscalização e aplicação de multas, caso as regras não sejam cumpridas no prazo determinado por lei.

A Lei Complementar 412 está disponível na íntegra no endereço eletrônico (<http://hamurabi.camaracaxias.rs.gov.br/Hamurabifaces/externo/exibicao.jsf?leild=1485&from=resultados>) para consultas. Profissionais de arquitetura são os agentes que elaboram os projetos de adequação à lei. □

Comércio caxiense deverá investir em acessibilidade

Representantes da Secretaria Municipal de Segurança e Proteção Social, Coordenadoria de Acessibilidade e Conselho Municipal de Acessibilidade estiveram reunidos com a diretoria da CDL Caxias no final de maio. O

objetivo do encontro foi de buscar parcerias para melhorar as condições de acesso de pessoas com deficiência (PcD) ou mobilidade reduzida ao comércio caxiense. Segundo a presidente do Conselho Municipal de Aces-

sibilidade, Cassandra Gomes, cerca de 23% da população do município tem algum tipo de limitação e necessita de acessos diferenciados como rampas e elevadores maiores. □

Dinheiro para o varejo



BRDE também oferece linhas de financiamento para o varejo

Além das ofertas do sistema bancário de mercado, a possibilidade de abrir linha de crédito no banco estatal pode ser a chance de garantir fomento ao comércio e serviços, alternativa de desconcentrar dívidas e modo de dar um “up” no negócio

O Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) é estatal e representa os três Estados do Sul, além do Mato Grosso do Sul. A sede do Banco é em Porto Alegre e tem escritórios no interior em Caxias do Sul, Passo Fundo, Lajeado e Pelotas. Mantém escritório em Caxias há pelo menos três décadas. No início de 2013, a agência foi reaberta depois de um período de reformas e realocação. O escritório está funcionando no primeiro andar da CIC. Em 2012, o BRDE movimentou R\$ 2 bilhões em contratos, R\$ 800 milhões só no RS. O escritório de Caxias do Sul foi elevado ao nível de gerência e atende o Corede Serra, Hortências e Campos de Cima da Serra.

O Lojista conversou com o

gerente André Gotler sobre as possibilidades de linhas de financiamento para o varejo. Segundo Gotler, “o foco de atuação do BRDE é financiar investimentos”, diz o gerente. As empresas que queiram reformar, ampliar, modernizar a loja, construir um centro de distribuição, financiar obras civis, instalações, softwares nacionais (tem que ser programa cadastrado no Prosoft) e capital de giro associado ao investimento. Nesse último caso, quando se faz investimento percentual do valor financiado é possível alavancar o giro nas mesmas condições de crédito que variam de 8 a 10% ao ano com prazo de 5 a 10 anos de pagamento.

O valor mínimo de financiamento pelo BRDE é de R\$ 140 mil. O

valor máximo depende das condições da empresa como faturamento, patrimônio e garantias.

O gerente André Gotler destaca que o BRDE trabalha com garantias reais (hipoteca de imóveis, alienação de máquinas) e fundos de aval do Sebrae e do BNDES, além do convênio com o GarantiSerra. Essa garantia pode representar de 20 a 80% do valor financiado e aumenta o custo do financiamento em 5% a 5,5% em média. “No caso do aval do Sebrae, o desconto da garantia é na liberação, ou seja: o cliente paga esse valor de forma integral na primeira parcela. No caso do aval do BNDES, o custo de garantia é diluído ao longo do financiamento”, explica Gotler.

O que é possível financiar

O BRDE oferece duas linhas principais para o varejo. Uma é pelo BNDES – para obras civis e maquinário nacional que inclui softwares e equipamentos para informática. Nesse caso, o Banco financia o investimento fixo e o mínimo é R\$ 150 mil. Para maquinário, o BNDES aplica juros de 3,5% ao ano e para obras civis com iniciativas que vão desde o financiamento do projeto até a aquisição de mobiliário, paisagismo e ações de marketing - as taxas variam de 9 a 10% ao ano.

A outra linha é pelo FINEP, que financia a inovação, seja ela de produto ou processo de gestão. “Muitos empresários têm dúvidas sobre o que é considerado inovação para fins de crédito. O fato é que a inovação pode ser um projeto de melhorias do processo particular da empresa, inovação da gestão da cadeia lojista ou da loja, ou ainda um negócio novo, que não existe no mercado”, salienta Gotler. O financiamento pode ser para o desenvolvimento do projeto tanto

O BRDE não financia a compra de terrenos, prédios prontos e veículos leves. Nem financia empreendimentos imobiliários para aluguel - como centros comerciais que pretendem locar salas.

quanto para a implantação. Nessa linha do FINEP, os juros são de 5% ao ano.

O BRDE também atua com linhas do Finame – linha de crédito destinada à empresas de pequeno e médio porte. Pelo Finame – PSI, o empresário tem garantido até o final de 2013, condições especiais para inovação, máquinas e equipamentos eficientes com juros muito competitivos. Segundo Gotler, o governo garante essa linha de financiamento até dezembro. Em 2014, poderá ser renovada, mas com novas condições. Pelo PSI, é possível financiar a compra de veículos de médio e grande porte como caminhonetes e caminhões, transformadores ou geradores de energia (muito utilizados por Postos de Combustíveis), câmaras frias para supermercados, equipamentos refrigerados ou de armazenagem. Os juros são de 3,5% ao ano com prazo de pagamento de até 10 anos e carência de dois anos.

O financiamento específico de softwares conta com prazo de 42 meses, (18 meses de carência), sendo que 100% do valor é financiável e 150% do valor dos serviços correlatos como customização e treinamento de pessoal também podem ser financiados.

Como financiar

A partir da ideia estruturada do projeto, o empresário pode buscar o assessoramento do BRDE direto no escritó-

rio de Caxias do Sul. O procedimento “é simples”, diz Gotler. O Banco avalia o cadastro da empresa através do contrato social ou balanço. O projeto propriamente dito é feito pelo engenheiro com plantas e orçamentos. O gestor deve juntar os documentos e apresentar no BRDE. A liberação do contrato leva em média de 60 a 120 dias.

Entre as vantagens de utilizar o financiamento estatal, Gotler destaca a característica do BRDE em assessoramento de projetos. O BRDE também não tem carteira comercial o que elimina qualquer tipo de reciprocidade ou compra de outros serviços bancários vinculados. Também desconcentra o endividamento corporativo e libera o gestor para buscar outros tipos de financiamentos em bancos de mercado como aquele utilizado para capital de giro sem o comprometimento de limite ou abertura de novas contas que geram mais custo para a empresa. A análise do pedido de financiamento é feita na agência de Porto Alegre. A proximidade geográfica facilita a liberação do contrato.

O BRDE oferece simulador de financiamento pelo site www.brde.copm.br. No endereço www.bndes.gov.br, também é possível encontrar a lista dos equipamentos cadastrados no Prosoft e no Finame. □

CDL Caxias participou da Campanha do Agasalho com o Estoque Solidário

A Campanha foi realizada de 11 de maio até o dia 26 de junho. Os lojistas foram convidados a participar com doações de peças novas de coleções passadas. No geral, a campanha arrecadou 230.915 peças e beneficiou 98 entidades.



Homens na cozinha - CDL Caxias entregou R\$ 214,2 mil para entidades assistenciais



Crédito - Mauro Peregrina

Foram 21 organizações beneficiadas nesta edição

A solenidade de entrega dos recursos aconteceu no dia 25 de junho em evento para convidados no restaurante da CIC Caxias. Representantes das 21 entidades assistenciais foram recebidos com um jantar de confraternização e também de agradecimento pelo empenho ao projeto benemérito que reuniu empresários, chefs e organizadores.

A ação beneficente Homens na Cozinha está na 12ª edição. Até o momento já repassou R\$ 1.114.280,00 em recursos para 110 entidades assistenciais de Caxias do Sul.

A tradicional ação benemérita da CDL Caxias em 2013 reuniu os 160 cozinheiros no jantar realizado em 06 de abril. Com o evento foram obtidos recursos no valor de R\$ 214.280,00. □

Setor terciário de olho na Copa do Mundo

A 8ª Semana do Comércio e Serviços teve como foco as oportunidades do evento esportivo mundial. Iniciou no dia 09 de julho com oficinas de empreendedorismo e panificação com Charlie Colonet. No dia 10, Cesar Augusto Pancinha Costa – consultor empresarial nas áreas de gestão do comportamento humano, neuromarketing, vendas e gestão de pessoas, professor universitário palestrou na Casa da Cultura sobre "Percepção e resultado". No dia 11, aconteceu Painel com a presença do Correspondente de futebol da BBC World Service Ricardo Setyon, Was-

ington Stecanela Cerqueira – Secretário Municipal do Esporte e Lazer e do jornalista Paulo Cancian. A Semana do Comércio e Serviços fechou a série de ações de qualificação na sexta-feira (12) com a palestra com Eduardo Tevah no Salão Paroquial de Ana Rech. Tevah é administrador de empresas, especialista em gestão de pessoas e diretor-presidente da D&E Consultores. A atividade culminou com almoço de confraternização no domingo (14) em ação que reuniu cerca de 800 lojistas.

A Semana foi alusiva ao dia do Comerciante, comemorado no dia 16

de julho. O comércio é responsável por 17% do PIB de Caxias do Sul e emprega mais de 28 mil pessoas na cidade.

A Semana do Comércio e Serviços foi realizada pelas entidades CDL, CIC, Prefeitura de Caxias do Sul, por meio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Emprego, Sebrae, Seprogs, Sindigêneros, Sincpré, SHRBS, Sindilojas e Sirecom, com apoio institucional do Sistema Fecomércio-RS/Sesc/Senac. O evento também contou com Imobiliária Minetto, Lunardi Incorporações, Sicredi e Associação Amigos de Ana Rech (Samar) como apoiadores. □



Oficina de Panificação



Painel sobre Oportunidades da Copa



Eduardo Tevah falou sobre Excelência



Cesar Augusto Pancinha Costa destacou os resultados em vendas

Créditos - Alencar Turella

Convênio PLANO DE SAÚDE EMPRESARIAL

Faz bem cuidar da sua saúde e da saúde de sua empresa

Benefícios que o plano de saúde empresarial CDL/UNIMED oferecem:

- * Planos com cobertura regional e nacional;
- * Valores diferenciados de mensalidades;
- * Internações hospitalares;
- * Consultas médicas;
- * Pronto Socorro;
- * Exames;
- * Procedimentos Ambulatoriais;
- * Convênio para sessões de psicologia ;
- * Fisioterapia;
- * Descontos com dentistas conveniados;
- * Farmácia UNIMED (descontos);
- * Central de vacinas com valores diferenciados;
- * Medicina Preventiva;
- * Produto Adicional: proteção ao trabalho (contratação à parte, opcional, com valores diferenciados, para acidentes de trabalho);

PRONTO ATENDIMENTO UNIMED EM CAXIAS DO SUL:

PA UNIMED: Rua Pinheiro Machado, 2321 - Centro

HOSPITAL SAÚDE: Rua 20 de setembro, 2311 - Centro

HOSPITAL POMPÉIA: Rua Julio de Castilhos, 2163 - Centro

PA PRONTO CONSULTAS: Rua Garibaldi, 444 - Centro (próximo ao Banco de Sangue - conveniados UNIMED)

A CDL Caxias do Sul é o segundo maior cliente corporativo da Unimed Nordeste-RS, com mais de 12 mil vidas.

* Planos da CDL são regulamentados de acordo com a ANS (Agência Nacional de Saúde)

CDL Caxias do Sul
(54)3209.9977

comercial@cdlcaxias.com.br
www.cdlcaxias.com.br



PROMOÇÃO ESPECIAL PARA CONTRATAÇÃO DE PLANOS DE SAÚDE UNIMED.

A Unimed Nordeste-RS, em parceria com a sua Associação, preparou um pacote de vantagens para você:

ISENÇÃO DA TAXA DE INSCRIÇÃO

CARÊNCIA ZERO
para consultas e exames simples

- EXAMES LABORATORIAIS (EXCETO EXAMES DE GENÉTICA)
- DIAGNÓSTICO POR IMAGEM (EXCETO RESSONÂNCIA MAGNÉTICA)

Entre em contato com a sua associação para mais informações.



FONE CDL CAXIAS 3209.9977

NÃO PERCA ESTA PROMOÇÃO.

Promoção válida até dia 20/09/2013
Promoção válida para vidas novas

