

CONEXÃO

# VAREJO



## Mercado em evolução

Superando os desafios pelo caminho, as mulheres vêm ocupando cada vez mais espaços e conquistando maior igualdade.

**BONS MOTIVOS PARA APROVEITAR**

**NOSSAS VANTAGENS**

**NÃO FALTAM.**

O Sindilojas Porto Alegre se dedica ao fortalecimento do varejo gaúcho e a sua participação é revertida em diversos benefícios.

### CONFIRA ALGUMAS CONQUISTAS



Abertura em domingos e feriados



Abertura das lojas até às 22h



Apoio à lei dos bicicletários



Lei Antivandalismo



Combate ao comércio ilegal

Mais informações pelo e-mail [comercial@sindilojaspoa.com.br](mailto:comercial@sindilojaspoa.com.br) ou pelo telefone **51 3025.8300**.

sindilojaspoa.com.br



Realização:

**Sindilojas**  
Porto Alegre

5

Manifesto  
Paulo Kruse

6

Especial  
Igualdade de gêneros

10

Bate-papo  
Nadine Anflor

13

Capacite-se  
Benefícios dos workshops

15

Na prática  
Aprenda a calcular o markup

16

Digital  
Como usar o Stories

22

Inspiração  
A transformação dos negócios pet

29

Fiz e venci  
Claudia Bavaresco

> Instaladas em praças da Capital, as intervenções artísticas 'I Love POA' exaltam o amor pela cidade. Na foto, a obra da Praça Ernest Ludwig Herrmann, na Avenida Assis Brasil.

Foto: Cristine Rochol/PMPA



# VAMOS ANDAR JUNTOS EM DEFESA DAS MULHERES

8 de março é comemorado o Dia da Mulher, mas nós, do Sindilojas Porto Alegre e Síndec-POA, sabemos que ainda há muito a percorrer



em direção aos direitos de todas. Por isso, convidamos você a caminhar junto com a gente pelas mulheres do varejo e todas as outras.

CONFIRA AS DATAS DAS CAMINHADAS:

1ª CAMINHADA  
**08.03**

2ª CAMINHADA  
**13.03**

3ª CAMINHADA  
**20.03**

4ª CAMINHADA  
**27.03**



CONFIRA A PROGRAMAÇÃO COMPLETA EM NOSSO SITE.

Realização:

Sindilojas  
Porto Alegre

SINDEC  
A FORÇA DO  
COMERCÁRIO

Apoio:

Prefeitura de  
Porto Alegre  
SECRETARIA DE  
DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ESPORTE

> **“A diversidade é boa em todos os ambientes e contextos. Mas ela só é possível quando quem detém o poder de decisão tem essa consciência.”**

Se, por um lado, temos visto uma abertura maior das empresas à diversidade nos últimos anos, ainda há muito a se fazer, especialmente em relação às mulheres. Mais do que apenas reconhecer esse desafio no mês em que se registra o Dia Internacional das Mulheres, é fundamental agirmos para mudar essa realidade.

No varejo, a habilidade mais desenvolvida das mulheres em lidar com pessoas e mediar conflitos é uma enorme vantagem. Mas elas vão muito além, já que se mostram cada vez mais capazes de chefiar negócios e famílias e contribuir positivamente para a comunidade.

Por mais que no passado a participação delas nos centros de poder tenha sido restringida por aspectos culturais, também é nossa responsabilidade equilibrar essa balança. Cabe a nós, como empresários, promover a igualdade de oportunidades em nossas lojas e nas instituições das quais fazemos parte. Confiar na capacidade das pessoas, independentemente do seu gênero, é o primeiro passo para uma sociedade que não impõe dificuldades a uma parcela dos cidadãos.

Como comerciantes, que têm o trabalho diário de interpretar o comportamento do cliente, precisamos também buscar compreender as entrelinhas do que ocorre com nossas funcionárias, mesmo fora do trabalho. Somente entendendo que a violência contra a mulher pode ocorrer de forma silenciosa é que vamos conseguir combatê-la. Devemos estar atentos e denunciar os abusos sempre.



**Paulo Kruse**  
Presidente do  
Sindilojas Porto Alegre

# Igualdade de gênero: benefício para todos

Apesar de ser um movimento recente, as mulheres estão conquistando cada vez mais posições de comando. Como resultado, vemos uma sociedade mais equilibrada, igualitária e humana. Entenda qual o papel das empresas nessa questão.

Segundo pesquisa recente do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a atividade empreendedora feminina aumentou 10% no mundo entre 2014 e 2017, registrando o dobro do crescimento do levantamento anterior. No Brasil, o volume de e-commerces comandados por elas apresentou crescimento de 15% no último ano, e nos marketplaces as mulheres já são responsáveis por 60% dos negócios, segundo estudos da Nuvem Shop.

Mas se hoje o mercado de trabalho está mais receptivo às mulheres, especialmente em posições gerenciais e de comando, essa é uma realidade bastante recente. A empresária Rosi Luz, fundadora da Lojas Linna, por exemplo, encontrou outra situação quando começou a empreender na década de 1990. Única mulher da família atuando no comércio em meio aos irmãos e ao pai, Rosi enfrentou dificuldades até provar que poderia tocar o seu negócio sozinha. “Procurei me concentrar na empresa, no cliente, no trabalho, sem dar ouvidos a comentários que pudessem me influenciar negativamente, e conquistei respeito aos poucos”, relembra. Hoje, o contexto é outro e a empresária percebe um aumento considerável de líderes mulheres no mercado. No caso da Linna, a maioria dos cargos de chefia são ocupados por mulheres devido ao mérito, o que resulta em um ambiente de trabalho respeitoso e com um clima de igualdade com os colegas do sexo oposto.

Ainda assim, Rosi reconhece que as mulheres seguem enfrentando mais dificuldades para empreender devido a falta de equilíbrio nas tarefas domésticas. “Com muitas demandas familiares deixadas sob responsabilidade da mulher, é mais difícil equilibrar a vida pessoal com a profissional. Essa é uma crença cultural antiga que precisamos ultrapassar”, afirma.



**“As empresas têm papel essencial na promoção de um movimento pela igualdade, por respeito e oportunidades independentemente do gênero.”**

Rosi Luz, diretora da Lojas Linna

### Um longo caminho

Segundo o Ministério do Trabalho, as mulheres compõem hoje um percentual importante na força de trabalho brasileira, somando 44% dos empregos. Fora a realidade estrutural, o poder de escolha das mulheres é fator impactante neste contexto de acordo com a consultora Soraia Schutel. A cofundadora e CEO da Sonata Brasil, empresa de educação corporativa, explica que, embora o machismo ainda seja uma realidade nas organizações, a mulher que consegue reconhecer o seu valor tem mais chances de crescimento. “Aqueles que sabem negociar seu salário, são autônomas e não aceitam discriminação são protagonistas na construção da própria carreira.” O empoderamento, segundo a especialista, deve acontecer de dentro para fora, e proporcionar ambientes que estimulem e desenvolvam a autoestima da mulher é fundamental. No entanto, mesmo que as perspectivas

femininas no mercado de trabalho sejam positivas, apenas 8% dos cargos de presidência são ocupados por mulheres em empresas brasileiras. Para Soraia, esse é um dos pontos a se considerar quando se fala sobre a igualdade no meio corporativo. “Em primeiro lugar é necessário que as organizações compreendam que as mulheres possuem uma aguçada inteligência socioemocional e são intuitivas. E é exatamente esse o grande diferencial que destaca as organizações no mercado hoje”, avalia. Para Soraia, trazer mulheres para a gestão e para os cargos de lideranças implica humanizar as empresas, engajar pessoas e, por consequência, gerar mais resultado.

### Empresas mais humanas

Um dos vários aspectos da humanização das empresas tem a ver com a gestão. Tornar as companhias mais favoráveis às mulheres significa também ter um



“A visão de um gênero não deve prevalecer sobre a outra. Ambas devem andar lado a lado, pois o equilíbrio das inteligências é o que vai guiar o futuro sustentável da humanidade.”

Soraia Schutel, CEO da Sonata Brasil



olhar atento para causas delicadas, como a violência doméstica, por parte das lideranças. Como informa a delegada Cláudia Cristina Santos da Rocha, que comanda a Secretaria Municipal de Segurança Pública de Porto Alegre e já foi titular da DEAM – Delegacia Especializada no Atendimento à Mulher da Capital, situações que acontecem fora do trabalho acabam afetando as empresas. “Muitos

crimes contra as mulheres poderiam ser evitados se as pessoas não achassem que não devem se meter em briga de casal. Por isso, é importante que as empresas abordem esse assunto e sejam locais onde as mulheres se sintam acolhidas e seguras caso precisem.” Iniciativas de proteção à mulher podem, inclusive, colaborar para que mais denúncias sejam feitas, já que, às vezes, situações de violência em casa são silenciosas.



“Prevenção é sempre o melhor remédio, por isso as empresas precisam ter espaços de discussão para temas como a violência contra a mulher.”

Cláudia Cristina Santos da Rocha, secretária municipal de Segurança Pública

### NRF e o empoderamento feminino

Até mesmo a NRF (National Retail Federation) – maior feira de varejo do mundo, que acontece todos os anos em Nova Iorque – abordou a igualdade de gênero na edição deste ano e construiu um espaço inteiramente dedicado às mulheres. O The Girls' Lounge foi feito em parceria com a The Female Quotient, empresa voltada para a promoção da igualdade de gênero, e recebeu palestrantes inspiradoras e bate-papos entre líderes do varejo em um formato aberto a todo o público visitante da feira.

## Tipos de violência contra a mulher

Não é só fisicamente que a violência acontece. Por isso, conheça algumas das formas mais comuns de abuso vividas pelas mulheres, especialmente no ambiente profissional, apontadas pela secretária municipal de Segurança Pública, Cláudia Cristina Santos da Rocha, e combata essas práticas na sua empresa:

### Manterrupting:

Ocorre quando uma mulher não consegue concluir sua frase porque é interrompida por um ou mais homens. Essa forma de machismo invalida as colocações femininas, como se fossem inapropriadas.

### Mansplaining:

É quando um homem acha que precisa explicar algo a uma mulher, como se ela não fosse capaz de compreender sozinha. Muitas vezes, eles tentam explicar assuntos em que elas são especialistas.

### Gaslighting:

É um tipo de abuso psicológico que leva a mulher a achar que está louca ou está errada sobre algum assunto. Geralmente vem com discursos como “só pode estar de TPM”.

### Bropropriating:

Se refere a quando um homem se apropria da ideia de uma mulher e leva o crédito por ela.



# Segurança pública sob um novo olhar

A atual chefe da Polícia Civil do Rio Grande do Sul, **Nadine Anflor**, entrou para a História como a primeira mulher a ocupar o cargo. Com uma carreira marcada pelo pioneirismo, Nadine atua como delegada da Polícia Civil desde 2004, e por mais de seis anos foi titular da Delegacia Especializada no Atendimento à Mulher de Porto Alegre.

## > O que deve mudar no comando da Polícia Civil com a sua gestão?

Vamos continuar com o excelente trabalho que a Polícia Civil do RS já vinha fazendo, mas com o olhar diferente de uma nova gestão. Nosso maior desafio é melhorar a qualidade do atendimento ao cidadão, dar um suporte cada vez melhor às vítimas. Nós, como servidores públicos, temos que servir à comunidade, então vou procurar resgatar isso dentro da Instituição.

## > Na sua opinião, quais os maiores desafios que as mulheres encontram na sociedade hoje?

O fato de eu estar hoje no comando da chefia de polícia representa bem isso. Sabia que seria uma quebra de paradigmas, mas me surpreendeu a repercussão da notícia. Embora nossa Instituição tenha mais de 37% de servidoras mulheres, ainda percebemos o machismo na sociedade. Então o maior desafio é a busca da igualdade. Não queremos nem mais nem menos, só o respeito às nossas escolhas: seja dentro de casa cuidando dos filhos, seja num posto de comando.

## > De que forma o comércio, que emprega grande parte das mulheres, pode ajudar nessa situação?

É preciso observar a questão da igualdade, dar o mesmo direito de crescimento, os mesmos salários. Por outro lado, é urgente entender que a violência doméstica é silenciosa, que muitas vezes a mulher não vai trabalhar porque apanhou em casa e tem vergonha de se expor ou até de perder o emprego. Nessa hora, os chefes devem acolher, além de saber interpretar se cada ausência ou desistência pode estar vinculada à violência familiar.

## > Como o seu trabalho pode promover a integração das forças de segurança pública para que o cidadão e o empresário se sintam mais seguros?

Acho que já estamos começando. O próprio vice-governador, delegado Ranolfo Vieira Júnior,



> “O maior desafio da mulher na sociedade ainda é a busca da igualdade. Não queremos nem mais nem menos, só queremos respeito às nossas escolhas.”

falou sobre as três vias da segurança pública: investimento, inteligência e integração, tão fundamental. Sabemos das dificuldades de efetivo, mas tenho certeza de que conseguiremos fazer um bom trabalho, desde que todas as forças atuem juntas. Também acredito que a participação feminina facilita isso, pois é mais aberta ao diálogo, às ações em conjunto, e é isso que vamos fomentar.

## > Que resultados gostaria de deixar como marcas após o final da sua administração?

A qualidade de investigação da Polícia Civil chegou em um patamar muito bom, e isso tem que ser mantido. Evidentemente que temos que buscar melhorar cada vez mais, mas precisamos ter uma integração maior das organizações e uma resposta mais ágil ao cidadão no combate à criminalidade. Essas são duas coisas que eu gostaria de ver no final da minha gestão. Com isso, não tenho dúvidas de que o resto vem.

## Jovens se destacam entre novos MEIs no comércio

Pouco mais de um quinto dos novos MEIs (Microempreendedores individuais) ligados ao segmento do comércio é formado por jovens entre 18 e 25 anos. A informação é de um estudo do Serasa, que analisou os dados de janeiro a setembro de 2018. E até mesmo entre o total de novos MEIs, independentemente do segmento de atuação, os jovens se destacam, perdendo em volume somente para a faixa etária de 41 a 50 anos. No período analisado, o País registrou um recorde na abertura de MEIs de todos os setores: um aumento de 16,7% em relação ao mesmo período de 2017. E a região sul mostrou crescimento ainda maior, de 19,2%.

# 20,3%

dos novos MEIs do comércio são formados por jovens, somando

# 405.296

formalizações. Um aumento de

# 16,7%

no número de aberturas de MEIs de todos os setores.

## Busca por voz será tendência em 2019

A relevância que a tecnologia tem na vida das pessoas hoje é inquestionável. Um estudo recente publicado pela revista Forbes reforça isso, afirmando que a busca por voz via dispositivos digitais será uma das grandes tendências de 2019. Dados da pesquisa Global/WebIndex mostram que 27% da população online global já está usando a pesquisa por voz no celular e 34% dizem que estão interessados em comprar um assistente inteligente controlado por voz. Assistentes virtuais como a Siri (da Apple), Alexa (da Amazon) e o próprio Google já seguem ordens, compram e até mandam avisos aos usuários. Por isso, vale o alerta de que as lojas precisam acompanhar a evolução dessa novidade para ver como o varejo será impactado por ela.

# 70%

dos usuários de tecnologia de voz estão preocupados que a internet invada a sua privacidade pessoal.



### Informação útil

Conteúdo com propósito. Essa tem sido a diretriz da Multiprático nas redes sociais, e para colocar a ideia em prática a loja divulga vídeos mostrando como utilizar os produtos que comercializa.

Além de passar instruções aos consumidores, a marca aposta numa postura engraçada, atraindo ainda mais a atenção dos seguidores. Acesse a rede, confira as postagens e divirta-se!



### Engajamento, sim!

Conversar com o consumidor por meio de perguntas é uma forma eficiente de engajar. Mas isso a Dinove Arte & Festa sabe muito bem. Especializada em artigos de decoração, a loja criou uma enquete no Facebook para o público escolher o tema de uma mesa temática que seria montada. Com uma alta participação, o tema vencedor foi “Branca de Neve” e a loja postou, em seguida, uma bela criação. Acesse para conferir.

escola do varejo

# Marketing digital em pauta

Curso apresentou ferramentas e conceitos que aprimoram o marketing digital e a capacidade de comunicação das marcas.



Compreender a linguagem do seu cliente é essencial para conseguir se comunicar com ele. Foi para dar ferramentas e auxiliar nesse desafio que o Sindilojas Porto Alegre promoveu o curso Marketing Digital, que ocorreu nos dias 15 e 16 de janeiro e capacitou lojistas e suas equipes no tema. Assuntos como tom da comunicação da marca, arquétipos, definição de persona versus público-alvo, maneiras de lidar com reclamações na web e planejamento de postagens para redes sociais foram abordados pelas ministrantes Flávia Murr e

Mariana Petek, especialistas em marketing digital, que comandaram a capacitação. Segundo as professoras, tudo deve começar pela construção dos objetivos com o marketing digital. Depois vem a definição do público que se quer atingir e, por fim, a escolha de canais para cada finalidade. “Sempre levando em conta qual a necessidade do seu público que vai ser atendida, pois se ele não perceber valor no que a marca está entregando, o marketing não vai gerar resultados”, explicou Flávia.

**“Nossa empresa tem quase 60 anos, mas buscamos permanecer atualizados, pois quem negligenciar isso está fadado a fechar. Nesse sentido, o Sindilojas POA é um excelente parceiro do varejista, estando um passo à frente como facilitador de cursos e workshops que auxiliam na tarefa de fidelizar e encantar os clientes.”**

**Selma Bavaresco**, diretora da Óticas Rosário e participante do curso de Marketing Digital

# Programme-se

## Março



> **11/3 Workshop**  
As diversas mulheres em cada uma de nós  
🕒 19h às 22h  
📍 Senac Gestão e Negócios  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 150

> **12/3 Workshop**  
As mulheres e seus poderes de transformação  
🕒 19h às 22h  
📍 Senac Gestão e Negócios  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 150

> **13/3 Workshop**  
Sua loja cada vez mais forte  
🕒 19h às 22h  
📍 Senac Gestão e Negócios  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 150

📍 O Senac Gestão e Negócios fica no Shopping TOTAL (Av. Cristóvão Colombo, 545, prédio 1, 3º andar)



**19 a 21**  
**Curso** Economia colaborativa  
🕒 19h às 22h  
📍 Centro de Capacitação do Sindilojas POA  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 300

**20** > **Varejo Experience:**  
- Vitrines e VM  
- Início do Outono

**25 e 26**  
**Curso** Liderança: engajamento para resultados  
🕒 19h às 22h  
📍 Centro de Capacitação do Sindilojas POA  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 250



## Abril

> **2/4** Assembléia Geral Ordinária (AGO)  
🕒 14h | 📍 Auditório do Sindilojas Porto Alegre

> **2 a 4/4 Curso**  
Gestão participativa: ferramentas para engajar a equipe  
🕒 19h às 22h  
📍 Centro de Capacitação do Sindilojas POA  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 250

> **11/4 Workshop**  
Venda mais através do VM, Vitrinismo e Organização de roupas  
🕒 8h30 à 12h30  
📍 Auditório do Sindilojas Porto Alegre  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 100

> **19/4** Feriado de Sexta-Feira Santa

> **21/4** Feriado de Tiradentes/Páscoa

> **22 a 24/4 Curso**  
Princípios e ferramentas para o sucesso em relacionamento interpessoal  
🕒 19h às 22h  
📍 Centro de Capacitação do Sindilojas POA  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 200

> **29 a 30/4 Curso**  
Pós-vendas: estratégias de relacionamento e fidelização  
🕒 19h às 22h  
📍 Centro de Capacitação do Sindilojas POA  
💰 **Associados:** gratuito | **Público em geral:** R\$ 200

📍 O Auditório e o Centro de Capacitação do Sindilojas POA ficam na Rua dos Andradas, 1234, 9º andar.

# Desvendando o markup

Fazer a precificação adequada é uma das responsabilidades mais importantes de uma loja, já que isso interfere diretamente no faturamento e na saúde financeira do negócio. Para ajudar nessa tarefa, existe um indicador para precificar corretamente cada produto ou serviço: o markup. Calculado a partir de uma fórmula, o markup leva em conta todos os custos envolvidos na operação,

além do percentual de lucro desejado. Mas, como alerta Augusto Martinenco, especialista do Sebrae RS, o lucro deve ser definido por vários fatores, como a concorrência e a competitividade que a loja quer ter. "Além dos critérios objetivos, como os custos, é muito importante considerar o fator subjetivo, que é quanto o cliente está disposto a pagar pelo item, dependendo da sua exclusividade", explica Augusto.

### A fórmula:

$$100 / 100 - (DV + DF + ML)$$

### Exemplo:

**DV = 21%**

(15% impostos + 3% taxa cartão + 3% comissão)

**DF = 26%**

(5% aluguel + 15% salários + 1% contador + 5% contas)

**ML = 18%**

$$100 / 100 - (21 + 26 + 18)$$

$$100 / 100 - (65)$$

$$100 / 35 = \mathbf{2,8571}$$
 esse é o markup ideal para pagar os custos e obter o lucro desejado

### Aplicação: custo total x markup

custo do item + logística = **R\$ 40**

$$R\$ 40 \times 2,8571 = \mathbf{R\$ 114,28}$$
 (preço de venda)

### Vários indicadores

O indicado é que cada loja tenha vários markups, um para cada ocasião: preço cheio, liquidação, pagamento à vista, entre outros, recomenda Augusto. É importante entender que o que muda no cálculo do markup é o lucro, já que os custos fixos não variam, por isso reduzir em 10% o lucro não é a mesma coisa que dar 10% de desconto no valor final. Dar desconto sem estratégia pode levar ao lucro zero e até ao prejuízo.

> **Sendo:**

**DV = % despesas variáveis**

(impostos, taxa do cartão, comissão, etc.)

**DF = % despesas fixas sobre faturamento total**

(aluguel, salários, contador, luz, água, telefone, etc.)

**ML = margem de lucro desejada**



### Estratégia

Dependendo do segmento de atuação e da estratégia da loja, é recomendado ter ao menos alguns itens com margem de lucro menor. Eles vão servir como chamariz e atrair o consumidor. É como o pãozinho da padaria, que tem margem menor de lucro, mas é o que atrai o cliente.



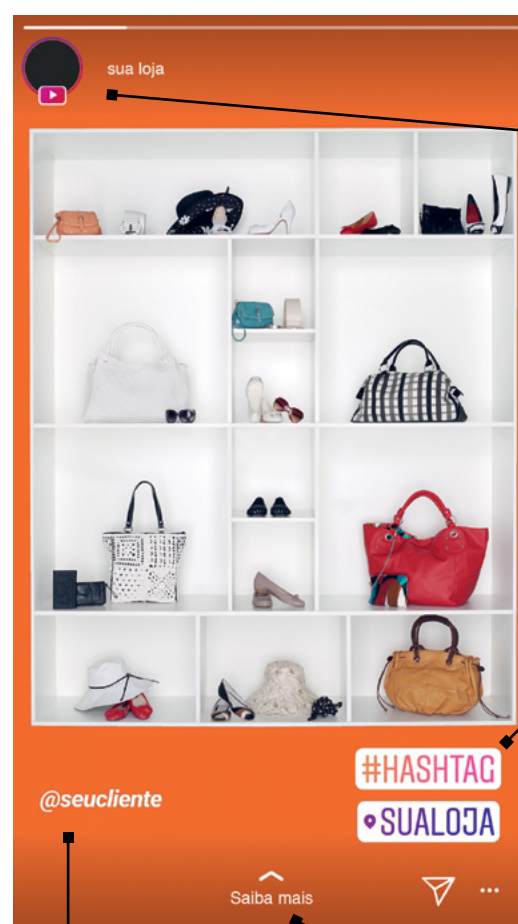
# Turbine seu Stories

Recurso do Instagram funciona com conteúdos efêmeros, mas conquista um ótimo engajamento e proximidade com o público seguidor.

Vídeos curtos, animações e fotos que duram 24 horas no ar. É essa a proposta do Stories, ferramenta disponível dentro do Instagram com alto potencial de engajamento para as marcas. Apesar do funcionamento simples, o Stories soma hoje 500 milhões de usuários no mundo por dia, quase a metade do número de contas dessa rede social, fora o número de espectadores, que é muito maior. Segundo o próprio Instagram, o recurso ajudou a aumentar a quantidade de tempo que as pessoas passam na rede social. Diferentemente dos posts para o Feed (onde ficam fotos e vídeos postados normalmente), o conteúdo para as histórias não exige perfeição, como imagens impecáveis que demandam grande produção e uma estética mais elaborada. Pela curta duração e pelo alcance menor, a ideia é priorizar a simplicidade e a autenticidade, com material produzido de maneira mais informal, mas que se conecta com muito mais eficácia à audiência.

Para criar uma boa história, planeje conteúdos que tenham a ver com os seus seguidores e dispense equipamentos sofisticados. O Stories possui ótimas funcionalidades para usar a câmera do próprio celular. Mostrar os bastidores da loja ou da marca e utilizar recursos de call-to-action (ou chamada para a ação) – que convidam o espectador a interagir – são ótimos recursos para engajar, como as enquetes, onde a marca lança uma pergunta com opções de resposta e os seguidores se manifestam. Confira no box ao lado outros recursos e faça bombar as histórias da sua marca.

## Recursos do Instagram Stories



### Ao vivo:

É literalmente entrar ao vivo com um vídeo no ar. A vantagem é que todos os seguidores recebem um alerta quando um perfil que seguem começa uma história assim.

### Hashtags e tags de localização:

As hashtags ajudam a categorizar o assunto que você está publicando, e a marcação de localização facilita chegar a quem está por perto.

### Menções:

Compartilhe conteúdo de clientes que marcam a loja (ou usam algum produto seu) e marque-os na sua história. Isso gera engajamento e estimula mais posts sobre a sua marca.

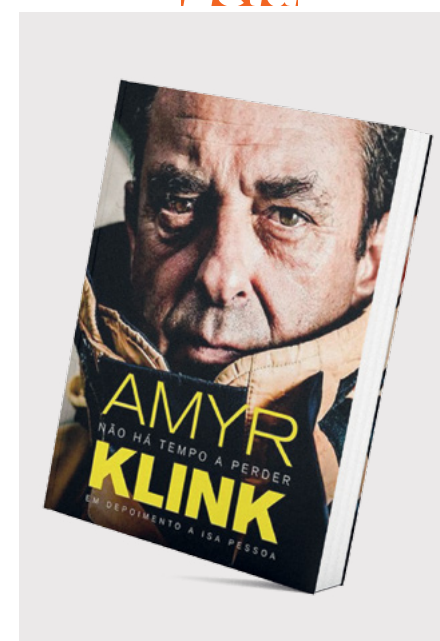
### Links:

Contas com mais de 10 mil seguidores (ou contas verificadas) têm o recurso do “Saiba mais”, que direciona o espectador para links externos, que podem ser do site ou do e-commerce.

# Amplie os horizontes

Para inovar nos negócios é preciso estar constantemente se atualizando. Confira conteúdos interessantes para explorar e adicione na sua lista para 2019.

## Leia



### Não há tempo a perder

Amyr Klink

O primeiro homem a atravessar a remo o Atlântico Sul e navegar ao redor da região polar ártica traz na sua obra um grande exemplo de como o comprometimento é essencial para superar os desafios. Em “Não há tempo a perder”, o autor conta alguns dos momentos difíceis que viveu e explica como as crises e a pressão podem motivar. Medo, escassez e a capacidade das pessoas de correr atrás dos sonhos também são temas presentes no livro.

## Ouçã

E se você pudesse ler 1 livro por dia?



### 12 minutos

App

Entregar os melhores conteúdos em um curto espaço de tempo. Essa é a proposta do aplicativo “12 minutos”, que dá aos assinantes acesso a resumos em áudio ou texto de livros dos maiores autores e dos best sellers de não ficção do mundo. Temas como carreira, negócios e desenvolvimento pessoal são destrinchados por especialistas, e o resultado são materiais de consumo rápido, ideal para o mundo veloz em que vivemos.

## Use



### Google Notícias

Plataforma

O agregador de notícias da Google serve para filtrar e entregar ao usuário todas as notícias dentro das categorias e assuntos selecionados. Disponível nos sistemas Android, no iOS e até pela Web, o aplicativo seleciona as notícias por algoritmos técnicos, por meio de inteligência artificial, mas também por editores humanos. As publicações são entendidas e organizadas em linhas narrativas, reunindo o que for semelhante, para o leitor compreender a evolução dos fatos.

escola do varejo

# Motivos para comemorar

Engajar o cliente à loja tem a ver com fazê-lo sentir-se parte e orgulho da marca. Veja ações de comércio que estão fazendo isso muito bem.

## > ESPAÇO PARA ANIVERSÁRIOS NA LÓJAS EMPO

Com um relacionamento próximo com os consumidores construído ao longo dos anos, a Lojas Empo tem orgulho de ser vista como um local afetivo e familiar. Para celebrar esse laço, o estabelecimento montou, no final de 2018, um espaço para aniversários, onde os clientes podem chamar os amigos e promover encontros para celebrar. Com a novidade, a empresa consegue colocar ainda mais em prática o seu lema: Lojas Empo, relações para a vida.



## ELEVATO NO LITORAL <

Para comemorar o aumento de público no litoral, a Elevato realizou um coquetel tropical no formato de sunset na loja de Xangri-Lá. O evento aconteceu no final de janeiro e recebeu arquitetos e profissionais do ramo que contam com a Elevato para entregar soluções selecionadas de alta qualidade ao seu público. A loja funciona o ano inteiro e aproveita o momento de maior movimento de veranistas para estreitar os laços com os consumidores.

## > LEBES PARTICIPA DO DESAFIO DO CHAPOLIN

Uma ação que surgiu na internet tomou as ruas e chegou até a Lojas Lebes. O Chapolin Challenge (Desafio do Chapolin, em português) nasceu no perfil do Instagram Chapolin Sincero e desafiou uma pizzaria a fazer doações a moradores de rua. A Lebes, que tem como propósito facilitar o acesso das pessoas aos seus sonhos, entrou na onda do bem e convocou a turma do Chapolin para doar agasalhos a pessoas em situação de rua em Porto Alegre, além de desafiar outras empresas. Se mais lojas adotarem uma postura como essa, fica mais fácil construirmos um mundo melhor.



escola do varejo

# Pós-NRF: destaques de Nova Iorque

Em edição especial do Café com Lojistas, participantes conferiram as principais tendências apresentadas na NRF, que ocorreu entre 15 e 19 de janeiro, nos EUA.

O primeiro Café com Lojistas de 2019, realizado no dia 30 de janeiro, no auditório do Senac, trouxe as novidades da 110ª edição da NRF Retail's Big Show, maior feira mundial de varejo que aconteceu em Nova Iorque, para os lojistas gaúchos. O coordenador de Projetos de Moda do Sebrae RS, Fabiano Zortéa, foi o primeiro a realizar sua apresentação, destacando a experiência sem atritos. Segundo ele, o consumidor quer, mais do que nunca, a entrega imediata. "Prova disso foi o crescimento de 120% em buscas de 'entrega/retirada no mesmo dia' em 2018", disse. Zortéa mencionou ainda algumas iniciativas de personalização de produtos realizadas por grandes marcas, como a Levi's e a Nike. Já a gerente de Comunicação e Marketing do Sindilojas Porto Alegre, Graciele Grando, compartilhou a ideia de loja 'instagramável', adotada pela Glossier, que vende maquiagens. Conforme Graciele, o

ponto de venda contempla espaços com molduras que estimulam o visitante a fotografar e postar na sua rede social, promovendo o marketing espontâneo. Com um olhar voltado para a gestão de varejo, o superintendente do Sindilojas Porto Alegre, Alexandre Peixoto, também compartilhou suas impressões sobre a NRF, ressaltando a importância de as lojas conhecerem a jornada do cliente, que muda de acordo com cada estabelecimento e perfil de público, mas que é essencial para avaliar a qualidade do serviço prestado. O evento contou ainda com depoimentos da sócia-proprietária da Unique Alfaiataria, Cristiane Boaretto, que falou sobre como vai aplicar no seu negócio o que viu na feira, e da proprietária da loja Les Amours, Mariana Mariano da Rocha, que relatou aos presentes a dinâmica da NRF a partir do seu ponto de vista.



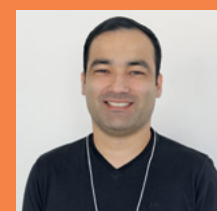
**"Precisamos mudar a maneira como pensamos sobre o que os consumidores esperam dos negócios de varejo."**

Fabiano Zortéa

### > Quem passou por lá:



**Bárbara Hartmann**  
EAF Consultoria



**Carlos Nunes**  
Lojas Lebes



**Jamila Vergara**  
Almeida & Schneider



**Claudia Mendes Ribeiro**



**Cintia Kalata**  
Espaço Eva Vestida



**Bernardo Henrique Thomaz**  
Bella Gula

# Categoria forte

Mais de 30 benefícios fazem a associação ao Sindilojas Porto Alegre valer muito a pena para empresas de todos os segmentos. Conheça alguns dos mais recentes associados a essa rede.



## Vania Dias e Mara Canabarro

Fonoaudiólogas e sócias da CDFonos

**Fundação:** 2006

Atuando na promoção da saúde e reabilitação em fonoaudiologia, a CDFonos trabalha com os serviços de avaliação auditiva no modo triagem em alojamento conjunto e neonatologia, assistência fonoaudiológica em UTI neonatal e atendimento ambulatorial na área de disfagia, motricidade oral, fala e linguagem. A empresa fica na Rua Silva Jardim, 254, sala 204, no bairro Auxiliadora, e os atendimentos são realizados no Hospital Divina Providência (Rua da Gruta, 145, 2º andar, bairro Cascata).

[cdfonos.com.br](http://cdfonos.com.br)

## Andreia e Cristiane Policarpo

Sócias da Closet 7

**Fundação:** 2018

Localizada na Galeria 715, no bairro Cristo Redentor, a Closet 7 é uma loja multimarcas de moda feminina. Com a proposta de reunir o melhor mix de roupas e sapatos para mulheres, os produtos são escolhidos com todo o cuidado pelas irmãs empresárias, e o espaço é todo voltado ao bem-estar das consumidoras, com novidades todas as semanas.

[instagram.com/closet7.poa](https://www.instagram.com/closet7.poa)



## Fernanda Melo da Cruz

CEO da Cena Marketing

**Fundação:** 2017

Planejamento e criação de conteúdo para redes sociais, blogs e sites, fotos de produtos e serviços, identificação de público-alvo, criação de identidade visual, ações com influenciadores e consultoria para utilização das redes são alguns dos serviços da Cena Marketing. Com o objetivo de contar histórias como essência, a empresa aposta em conteúdo personalizado para cada marca. Visite na Rua Hugo Ribeiro, 48/702, no bairro Menino Deus.

[instagram.com/cenamarketing](https://www.instagram.com/cenamarketing)



## Leticia Castelli Franceschini

Proprietária da Lil Acessórios Finos

**Fundação:** 2018

Criada com o propósito de fazer do acessório o protagonista do look, a Lil Acessórios Finos trabalha com brincos, colares, anéis, pulseiras, braceletes, bolsas e sapatos em couro de pirarucu. Além disso, a loja atua como multimarca de designers conceituadas no Brasil. Visite e conheça as novidades na Rua Cel. Lucas de Oliveira, 1081, 2º andar, no bairro Bela Vista.

[instagram.com/lil\\_acessoriosfinos](https://www.instagram.com/lil_acessoriosfinos)

## Sadi Souza

Proprietário da Saady Perfumaria

**Fundação:** 2018

Facilitar o acesso dos consumidores a produtos de perfumaria vendidos em catálogo. Foi com essa ideia que surgiu a Saady Perfumaria, que atua com a venda porta a porta de perfumes, cosméticos, maquiagens das marcas Eudora e Natura. Por meio da pronta entrega, a empresa vai até o cliente e leva junto comodidade e conveniência, além do atendimento via WhatsApp.

[facebook.com/sadysaa](https://www.facebook.com/sadysaa)



# É hora de cuidar

Mudanças de comportamento vêm afetando em cheio o mercado pet e exigem renovação dos estabelecimentos do ramo.



**Fashion Pet** aposta no cuidado como diferencial



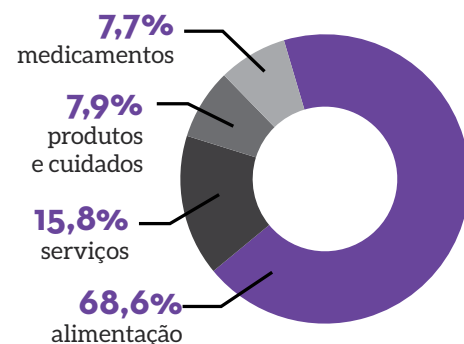
Foi-se o tempo em que o cachorro da família dormia no quintal. Hoje, elevados ao status de membro da família, os animais de estimação têm plano de saúde, creche e muitas vezes dormem até no mesmo quarto dos tutores. Resultado disso é que o faturamento do mercado pet chegou a R\$ 20,3 bilhões em 2017, registrando leve alta mesmo quando o País atravessava uma crise, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet).

Com uma população que supera 132 milhões, entre cães, gatos, aves, peixes, répteis e pequenos mamíferos, os pets estão no centro de uma mudança de comportamento nos lares, o que tem exigido uma verdadeira transformação nos negócios, que se voltam a tutores cada vez mais exigentes.

## Bem-estar no centro

Uma das grandes mudanças está na preocupação com o bem-estar dos bichinhos, que se reflete no questionamento sobre a venda de animais frente a um enorme volume de cães e gatos abandonados. Na Inglaterra, por exemplo, está proibida a venda de cães e gatos com menos de seis meses nas lojas. Lá, quem quiser um filhote precisa ir a abrigos ou a criadores cadastrados como forma de pressionar pelo respeito à qualidade de vida dos animais. Recentemente, até mesmo o Facebook e o Instagram proibiram a venda de animais pelas redes. No Brasil, não há lei rígida sobre o assunto, exceto algumas resoluções pontuais regionais. Mesmo assim, são as condutas e os hábitos do consumidor pet que vêm pressionando este segmento a se adaptar.

## Faturamento do mercado pet brasileiro em 2017:



**Total:**  
**R\$ 20,2 bi**  
O terceiro maior do mundo no setor.

## População brasileira de pets



**52,2 milhões de cães**



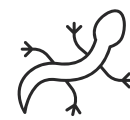
**22,1 milhões de gatos**



**37,9 milhões de aves**



**18 milhões de peixes**



**2,2 milhões de répteis e pequenos mamíferos**

## TOTAL

**132,4 milhões de animais de estimação**

Fonte: ABINPET

## Lugar de destaque

“É um mercado em crescimento, pois atualmente as famílias têm pets antes mesmo de ter filhos, e isso aumenta a exigência na qualidade do serviço prestado”, observa Carmen Vera Nunes, proprietária da Fashion Pet. Antes de empreender na área, Carmen atuava no setor de informática, e apostou no mercado pet como um plano de aposentadoria e para poder conviver com suas duas cachorras. Para atender às demandas atuais, a Fashion Pet trabalha com estética animal, atendimento veterinário, serviços de banho e tosa, produtos e medicamento, além do serviço de creche para cães, com ambiente amplo, piscina, gramado, climatização, recreacionistas caninos e um sistema de vídeo no qual o tutor pode acompanhar o pet a distância em tempo real. Mas se o mercado pet está aquecido, a empresária tem clareza quanto à necessidade de inovar e oferecer qualidade nos produtos e



**Hugo Rebello**, da Pet Shop Dog & Cão

serviços sempre. “Mesmo com essa preocupação crescente, o consumidor valoriza o seu dinheiro, por isso apostamos no cuidado e na proximidade de pets e tutores para nos destacarmos em meio à concorrência”, afirma.

## Mudanças evidentes

Com um intervalo de uma década, o casal Hugo Rebello e Viviane de Azambuja voltou ao segmento, em 2014, com a Pet Shop Dog & Cão, e notou mudanças, como a humanização dos pets. Para o empresário, isso tem tanto um lado positivo quanto negativo e

também é reflexo da redução do número de filhos. “Se por um lado vemos mais preocupação com o bem-estar dos mascotes, por outro, o tratamento de animais como se fossem humanos cria hábitos indesejáveis e pouco saudáveis para o pet”, alerta. Para Hugo, essa valorização do cuidado é resultado de muitas campanhas, mas também da exposição de casos de maus-tratos causados por estabelecimentos que colocam o lucro em primeiro lugar. O próprio serviço de creches caninas, caminho escolhido também pela Dog & Cão, é reflexo dessa demanda por atenção. “Recebemos mais recomendações de tutores de animais do que os professores na porta da escola. Isso mostra a preocupação, que precisa ser considerada”, comenta. O fato é que as exigências sobre o segmento mudaram. Atualmente, não basta ter a maior estrutura, mas sim um cuidado verdadeiro com os animais. “É um trabalho que exige sentimento. Se não tiver esse link emocional, não sobrevive nesse mercado. E o faturamento vem como consequência do bom trabalho”, frisa o empresário.



**Carmen Vera**, da Fashion Pet

# Congresso tem grandes nomes confirmados

Empresários renomados à frente de grandes redes varejistas vão compartilhar suas histórias e seus conhecimentos nas palestras.



Edmour Saiani



Luciano Hang



Rick Chester



Robinson Shiba



Sheila Makeda



Walter Longo

A 7ª edição da FBV está cada vez mais próxima - vai acontecer no Centro de Eventos Fiergs entre os dias 28 e 30 de maio. Com isso, o Congresso Brasileiro do Varejo começa a tomar forma e já tem grandes nomes confirmados.

Profissionais de referência nas suas áreas de atuação, como Robinson Shiba, fundador e CEO do Grupo Trend Foods (China In Box e Gendai), Edmour Saiani, fundador da consultoria Ponto de Referência, Sheila Makeda, fundadora

da Makeda Cosméticos, Paulo José, diretor de Marketing da Leroy Merlin, e Luciano Hang, das Lojas Havan, serão alguns dos palestrantes garantidos.

No mesmo formato da última edição, o Congresso vai abrigar palestras simultâneas sobre temas como neurociência aplicada ao consumo, inovação, cases de sucesso, histórias de superação, vendas, franquias, entre outros. Além das palestras, os visitantes

poderão conferir as demais iniciativas do evento, conhecer soluções para o varejo nos estandes e fazer networking com um público selecionado de mais de 7 mil pessoas que deverão visitar a FBV.

**Acesse [feirabrasileiradovarejo.com.br](http://feirabrasileiradovarejo.com.br), inscreva-se gratuitamente para visitar o evento e adquira seu passaporte promocional para assistir a grandes empresários no Congresso.**

## 01. Participe da Assembleia Geral Ordinária

No dia 2 de abril, o Sindilojas Porto Alegre realiza a sua Assembleia Geral Ordinária (AGO) para prestação de contas do exercício de 2018. O evento é direcionado a associados efetivos com as contribuições e mensalidades em dia ou seus representantes legais. Com duas chamadas, às 14h e às 14h30, a reunião acontece no Auditório Henrique Gerchmann (Rua dos Andradas, 1234, 9º andar). Mais informações podem ser solicitadas pelo telefone (51) 3025-8300.



## 02. Já baixou o E-book Pós-NRF 2019?

Entre os dias 15 e 19 de janeiro, uma comitiva do Sindilojas Porto Alegre esteve em Nova Iorque acompanhando a NRF (National Retail Federation), maior feira de varejo do mundo, que chegou à 110ª edição em 2019. Além do Café com Lojistas sobre o tema, no dia 30 de janeiro (confira a cobertura na página 19), a Entidade preparou um E-book, que pode ser baixado gratuitamente, com as principais tendências e destaques do evento, para que lojistas daqui possam transformar os seus negócios por meio das novidades direto da capital mundial do varejo. Aponte a câmera do seu celular para o QR Code abaixo, acesse o site e baixe o material completo.



## Palestrantes confirmados:

**Paulo José**  
(Leroy Merlin)

**Sheila Makeda**  
(Makeda Cosméticos)

**Peter Furukawa**  
(Quero Quero)

**Robinson Shiba**  
(China In Box e Gendai)

**Edmour Saiani**  
(Ponto de Referência)

**Walter Longo**  
(especialista em comunicação)

**Rick Chester**  
(ex-ambulante vendedor de água)

**Fernando Kimura**  
(consultor de tecnologia e comunicação)

**Santiago Uribe**  
(especialista em inovação, da Colômbia)

**Rogério Bohn**  
(consultor de negócios)

**Luciano Hang**  
(Havan)

### 03. Leilão arrecada R\$ 16 mil para a Fundação Pão dos Pobres

Um leilão beneficente realizado pelo Sindilojas Porto Alegre como continuidade ao projeto Olhares Únicos - que contou com fotos feitas por crianças assistidas pela Fundação Pão dos Pobres para ilustrar o calendário e a agenda da Entidade - arrecadou mais de R\$ 16 mil, destinados integralmente para o trabalho da Fundação. As fotos, leiloadas no dia 29 de janeiro, também fizeram parte de uma exposição, realizada no mês de janeiro no Shopping TOTAL. O evento aconteceu na Cantina Família Facin e contou com o trabalho voluntário dos leiloeiros Paulo Gasparotto e Norton Fernandes, que abriram mão dos cachês, assim como a fotógrafa curadora do projeto, Clarissa Londero, doando os valores para as atividades do Pão dos Pobres.



### 05. Cartilha para contadores

Com o objetivo de levar informações que potencializem o trabalho dos contadores aos varejistas, o Sindilojas Porto Alegre criou e distribuiu aos profissionais da área uma cartilha sobre a Convenção Coletiva de Regras Especiais. Estabelecida e assinada a partir de negociação com o Sindec, junto com a Convenção Coletiva Geral, a de Regras Especiais vale para empresas que, até o mês de janeiro, manifestaram interesse em aderir. O documento regula questões como trabalho em domingos e feriados, banco de horas, trabalho intermitente, intervalo para repouso e alimentação, trabalho na terça-feira de Carnaval, entre outros assuntos. Já a Convenção Coletiva Geral rege toda a categoria do comércio da Capital em temas como salários, gratificações, hora extra, admissões e demissões, aviso prévio, FGTS, cursos de capacitação, jornada de trabalho, trabalho em datas comemorativas, saúde e segurança do trabalhador, relações sindicais, contribuições sindicais, entre outros. Para apresentar as novidades e esclarecer dúvidas, o Sindilojas Porto Alegre ainda promoveu, no dia 22 de fevereiro, um Café com Contadores, que recebeu os profissionais na sede da Entidade. Mais informações pelo telefone 3025.8300.



### 04. Porto Alegre celebra seus 247 anos

A capital gaúcha celebra seus 247 anos de história no dia 26 de março. Desde a chegada dos casais açorianos que deram origem à fundação do município, muita coisa mudou. Hoje, Porto Alegre é a 10ª cidade mais populosa do Brasil, a 7ª com o maior PIB e é palco de um efervescente comércio e cultura. Presente na cidade desde os seus 156 anos, o Sindilojas Porto Alegre busca colaborar para o desenvolvimento do comércio local e entende a responsabilidade que tem na construção dessa história. Por isso, nos próximos dias prepara uma ação especial em homenagem ao aniversário da cidade. Fique de olho nas ruas, acompanhe as redes da Entidade e celebre conosco.



PALESTRANTE CONFIRMADO

**ROBINSON SHIBA**

CEO China in Box e Gendai



PALESTRANTE CONFIRMADA

**SHEILA MAKEDA**

Sócia-diretora da Makeda



PALESTRANTE CONFIRMADO

**WALTER LONGO**

Sócio-diretor na Unimark Comunicação



PALESTRANTE CONFIRMADO

**RICK CHESTER**

Autor do livro "Pega a Visão"

Acompanhe todas as novidades no site:  
[feirabrasileiradovarejo.com.br](http://feirabrasileiradovarejo.com.br)

Realização:

**Sindilojas**  
Porto Alegre

**28,29e30 DE MAIO**  
NO CENTRO DE EVENTOS FIERGS  
PORTO ALEGRE/RS



# Empresas protegidas

Laudos técnicos e programas de proteção ao trabalhador são obrigatórios para todas as empresas.

Além de adequar as empresas às exigências legais dos órgãos de controle, a medicina do trabalho oferece diretrizes para programas que garantem a saúde ocupacional dos empregados, o que resulta em mais motivação e excelência. Conheça alguns serviços obrigatórios oferecidos pela Cometra, parceira do Sindilojas Porto Alegre. Para associados, a manutenção mensal custa a partir de R\$ 44,40. Consulte valores de cada serviço ao lado.

“Temos um grande volume de trabalho e, mesmo assim, o serviço é excepcional. Recomendo a Cometra porque é funcional e prático.”

**Eduardo Mentz Dornelles**, responsável administrativo de seis lojas da Chilli Beans em Porto Alegre e Canoas

## PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional)

Identifica os exames como forma preventiva com base nos riscos identificados no PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais), promovendo a saúde do trabalhador. Tem caráter de prevenção, rastreamento e diagnóstico para assegurar a saúde dos colaboradores e proteção às empresas.

> Serviço a partir de **R\$ 69,41**.

## Laudos de insalubridade e periculosidade

Avaliam a exposição a agentes que causem danos à saúde ou a riscos para verificação do direito a adicional de insalubridade ou de periculosidade. Ajudam na elaboração de planos de prevenção, minimizando possíveis passivos trabalhistas.

> Consulte valores.

## PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais)

Promove o levantamento dos riscos ambientais no local de trabalho, com o objetivo de promover a segurança do trabalhador. É uma etapa que antecede o PCMSO e assegura o cumprimento das Normas Regulamentadoras NR7 e NR9. Deve ser acompanhado e renovado a cada ano e exige evidências de execução, em caso de fiscalização.

> Serviço a partir de **R\$ 137,27**.

## LTCAT (Laudo Técnico das Condições Ambientais)

Documenta possíveis agentes nocivos no ambiente de trabalho para verificação de insalubridade ou periculosidade que resultem em redução de tempo para aposentadoria. O LTCAT deve ser renovado sempre que houver alterações como mudança de layout, novos cargos, nas instalações do local.

> Consulte valores.

# Desbravadora de si

O empreendedorismo surgiu na vida de **Claudia Bavaresco** após momentos difíceis, mas deu a motivação que a lojista precisava para se redescobrir e se superar.

“Minha aventura como empresária do varejo surgiu depois de uma mudança nos planos de carreira. Me tornei mãe, em 2014, mas fui demitida quando retornei da licença-maternidade, o que me levou à depressão. Por quase dois anos tentei me recolocar, quando resolvi que era a hora de investir em mim mesma.

Minha filha havia crescido e o dinheiro da venda do carrinho de bebê foi investido na compra das primeiras roupas para revender. O nome escolhido para a marca foi Rosa e Blu, pois a ideia inicial era me voltar ao vestuário infantil. Apesar de os planos mudarem e focarmos em moda feminina adulta, o nome permaneceu. Comecei vendendo para amigas próximas, a demanda aumentou e me desfiz de mais coisas que já não serviam para levantar fundos. Dessa forma, a loja cresceu sem empréstimos.

A mudança veio quando conheci o Sindilojas Porto Alegre. Dali em diante, passei a ver meu negócio de forma mais séria, a estudar e me dedicar mais. Hoje, após dois anos, muitos Cafés com Lojistas e muita troca de informações, a Rosa e Blu virou C.Bavare Milano Brasil. A nova marca nasceu dentro de um projeto de profissionalização, que teve ajuda do Sindilojas POA para torná-la mais séria, alinhada ao meu perfil de clientes, e foi inspirada na minha ascendência italiana. Muito além da venda virtual, trabalhamos com consultoria personalizada, buscando entender exatamente o que a cliente precisa para oferecer a melhor solução para cada caso. A venda para nós é resultado de um relacionamento que deu certo. Por isso, seguimos em constante evolução, buscando entender para atender e agregando serviço ao produto para melhorar a experiência das clientes.”

**Claudia Bavaresco, proprietária da C.Bavare Milano Brasil**



“Quando nos vemos em um beco sem saída, basta olhar por outro ângulo que enxergamos a chance de um novo começo.”



“A revista Conexão Varejo me inspira por apresentar conceitos e tendências relevantes ao varejo. Muitos dos projetos de inovação da minha empresa são oriundos das leituras das matérias.”

Rodrigo Silva, gerente executivo do Sindilojas Gravataí



**Sindilojas**  
Porto Alegre

### Para se associar

Acesse [www.sindilojaspoa.com.br](http://www.sindilojaspoa.com.br) ou entre em contato pelo telefone 3025-8300. O atendimento exclusivo por telefone ocorre de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h.

### Missão

Representar, defender e promover o desenvolvimento da classe lojista, com excelência em serviços, gerando benefícios e vantagens para a categoria, associados e sociedade.

### Visão

Ser referência para os lojistas de Porto Alegre e Alvorada na defesa de seus interesses e promoção da categoria, assim como modelo de representatividade empresarial no Brasil.

### Bandeiras

Capacitação;  
Participação ativa junto aos poderes públicos e sociedade;  
Combate ao comércio informal;  
Redução e simplificação dos tributos, impostos e licenças;  
Segurança pública.

[f /sindilojaspoa](https://www.facebook.com/sindilojaspoa) [@sindilojaspoa](https://www.instagram.com/sindilojaspoa) [sindilojaspoa.com.br](http://sindilojaspoa.com.br)

### » expediente

Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre/RS  
Rua dos Andradas, nº 1.234 - Edifício Santa Cruz, 22º andar  
Centro Histórico - Porto Alegre/RS  
Fone: (51) 3025.8300 Fax: (51) 3228.1123 | [sindilojaspoa.com.br](http://sindilojaspoa.com.br)

#### Diretoria Sindilojas Porto Alegre

Presidente: Paulo Roberto Diehl Kruse  
Vice-Presidente: Arcione Piva  
Vice-Presidente Administrativo: Daniel Casais  
Vice-Presidente Financeiro: Marco Antônio Belotto Pereira  
Vice-Presidente de Relações de Trabalho: Claus Lagemann  
Vice-Presidente de Rel. e Novos Negócios: Tarcisio Pires Moraes  
Vice-Presidente de Rel. Políticas e Instituc.: Ronaldo Sielichow  
Vice-Presidente de Comunicação e Mkt: Paulo Penna Rey  
Vice-Presidente de Resp. Socioambiental: Antônio Gomes  
Vice-Presidente de TI: Vladimir Dalpiás Machado  
Diretor Administrativo: Eduardo Suslik Igor  
Diretor Financeiro: Felipe Tarta Sielichow  
Diretor de Relações de Trabalho: Sérgio Axelrud Galbinski  
Diretor Comercial: Paulo Fernando Pancinha  
Diretor de Rel. Políticas e Institucionais: Carlos Schmaedecke  
Diretor de Comunicação e Mkt: Carlos Klein  
Diretora de Resp. Socioambiental: Camile de Oliveira Gomes  
Diretor de TI: Eduardo Augusto Curra Sasso  
Suplentes: Rosângela de Azevedo, Luciane Gottschall, Fabiana Estrela, Rose Müller, James Kravetz, Ademar Roda, Augusto Hecktheuer, Mara Guterres Cabezedo, Paulo Nickel Gonzaga, Roni Zenevich, Rosi Luz, Rodolfo Testoni e Eduardo Spunberg

Conselho Fiscal: Lídio Ughini, Orisvaldino Magnus Scheffer e José Eduardo da Silva Sperb. Suplentes do Conselho Fiscal: Alcides Debus, Irio Piva e Zilmar Pinto Quintão  
Delegados Representantes: Paulo Roberto Diehl Kruse e Ronaldo Netto Sielichow. Suplentes de Delegado Representante: Arcione Piva e Marco Antônio Belotto

Conexão Varejo - Publicação do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre produzida pela Giornale Comunicação.  
Envio de colaborações e sugestões de pauta pelo e-mail [conexao@giornale.com.br](mailto:conexao@giornale.com.br).  
Atendimento ao leitor e Assessoria de Imprensa pelo e-mail [imprensa@sindilojaspoa.com.br](mailto:imprensa@sindilojaspoa.com.br) e telefone (51) 3025.8323 ou 3025.8324

#### Conselho Editorial - Sindilojas Porto Alegre

Presidente: Paulo Kruse  
Vice-presidente de Comunicação e Mkt.: Paulo Penna Rey  
Vice-Presidente de Resp. Socioambiental: Antonio Gomes  
Diretor de Comunicação e Marketing: Carlos Klein  
Diretora Suplente: Fabiana Estrela  
Superintendente: Alexandre Peixoto  
Gerente de Comunicação e Marketing: Graciele Grandó

#### Coordenação

Analista de Comunicação: Carolina Guterres  
Assistente de Comunicação: Mariana Lubke

Comercial - Sindilojas Porto Alegre  
Analista de Relacionamento: Marlon Bitencourt  
[publicidade@sindilojaspoa.com.br](mailto:publicidade@sindilojaspoa.com.br)  
ou pelo telefone: (51) 3025.8300

Fotos: Daniela Villar, Fabiano Costa/Polícia Civil, George Miquilena, AM Comunicação, Everton Rosa, Assessoria Fotográfica, Cristine Rochol/PMPA, Arquivo Lojas Lebes, Arquivo Sindilojas Porto Alegre, Reprodução Facebook e Instagram e Divulgação



Projeto gráfico, redação e produção  
Giornale Comunicação  
[giornale.com.br](http://giornale.com.br)



MISTO  
Papel produzido a partir de fontes responsáveis  
www.fsc.org FSC® C089439

Impressão:  
Impresul  
Tiragem de 6 mil exemplares



Distribuição  
Faster Mail



Edições Anteriores  
Aponte a câmera do seu smartphone para o QR Code ao lado e baixe a Conexão Varejo em formato PDF.

RSModa<sup>1</sup>

**Agora, o RS Moda faz parte da Feira Brasileira do Varejo.**

Neste ano o RS Moda será uma atração da 7ª edição da FBV, ampliando a visibilidade da feira e as oportunidades de networking. A programação contempla painéis, palestras, lançamentos de coleção das marcas expositoras e muitos novos negócios.

**Garanta já o seu estande.** Mais informações: (51) 3025-8300 ou [comercial@feirabrasileiradovarejo.com.br](mailto:comercial@feirabrasileiradovarejo.com.br)

**28, 29 E 30 DE MAIO**  
CENTRO DE EVENTOS FIERGS

fbv 7ª edição  
Feira Brasileira do Varejo

O VAREJO EM TEMPO REAL

Realização:

Sindilojas  
Porto Alegre



O NEGÓCIO  
QUE EU  
QUERO É  
vero 



\*Caso o faturamento seja inferior a R\$ 2.500,00 no mês em cartões Mastercard, Visa e Elo, será cobrado o valor de R\$ 75,00. \*\* Confira as condições do contrato.

# Chegou Vero Max Plano Free

**Por que você  
vai querer?**

- Sem aluguel
- Sem mensalidade\*
- Frete grátis

- Crédito no dia útil seguinte na sua conta-corrente ou no cartão pré-pago Visa
- Controle das vendas pelo App Vero Banrisul
- Garantia de troca de máquina e manutenção 24h, sem custos\*\*

Aceita **Banricompras** à vista, parcelado e pré-datado e os principais cartões de crédito, débito e refeição.

**vero** 

Conheça nossos planos e peça já a sua em [sejavero.com.br](http://sejavero.com.br)